

실업뉴스



The Ontario Korean Businessmen's Association News
2018년 1월 3일 수요일 제741호



戊戌年

무술년

2018년에는 늘 건강하시고, 뜻하는 바를 모두 이루시길 바랍니다.
새해 복 많이 받으세요.

달콤한 휴식

신제품

- 초콜릿 브랜드 1위
- KIT KAT, 해당 업계의 선두를 차지하며 14% 성장*
- 3가지 맛 출시



자세한 내용은
도매업자에게
문의하세요!



버블에서 ...느껴지는... 마성의 맛

- 시장 진출 기회 증대
- 더욱 세련된 모양
- 속 안을 가득 메우는 트러플

*Nielsen TL KIT KIT L12W p/e 2015년 12월 12일
상표 소유 / PROPRIÉTAIRE DES MARQUES: SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., VEVEY, SWITZERLAND / SUISSE.
라이센스 소유자 / LICENCIÉ: NESTLÉ CANADA INC., NORTH YORK, ON M2N 6S8.



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

■ Publisher

Jae Gyun Shin (신재균)
Tel (416)789-7891(ext.70)
e-mail.sjg0061@gmail.com

■ General Manager

Don Cha (전무 차동훈)
Tel (416)789-7891(ext.30)
e-mail.doncha@okba.net
▶ 대정부활동 및 실무 총괄

■ Business Manager

Sunny Chon (실장 전승원)
Tel (416)789-7891(ext.21)
e-mail.sunnyc@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Business

Brian Lee (이주녕)
Tel (416)789-7891(ext.26)
e-mail.brianjn1108@okba.net
▶ 사업개발
▶ 공급업체 상담
▶ 행사관련 사항
▶ 회원등록

■ Accounting

Sei Hwan Kim (김세환)
Tel (416)789-7891(ext.24)
e-mail.accounting@okba.net
▶ 리베이트
▶ 대외 A/P, A/R
▶ 실험사무 관리

■ Reporter

Kwangil Kim (실장 김광일)
Tel (416)789-7891(ext.23)
e-mail.tedkim@okba.net
▶ 실험뉴스 취재
▶ 기사제보
▶ 홍보사항

■ Design and Production

Mi Young Hyun (현미영)
Tel (416)789-7891(ext.22)
e-mail.mimihyun@okba.net
▶ 광고 / 편집 디자인
▶ 인쇄 관련
▶ 광고문의

■ Website

www.okba.net

Publication Mail Agreement No:41140510
Return Undeliverable Canadian Address to:
Ontario Korean Businessmen's Association
175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2
Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834



C O N T E N T S

04 | 회장 신년사



05 | 사무식 성황리 개최



06 ~ 09 | 새해를 준비하는 자세



10 | 가게가 잘 안될 때 해야 할 일



11 | 신입 조합 이사장, 신영하 이사 선출



12 | 쿠쉬타르 2분기 영업실적 기록 갱신
새해를 준비하는 자세

13 | 메이저 담배 회사 가격 인상



14 ~ 16 | 디지털 표지판이 중요한 두가지 이유

17 | 온주PC, 불법담배퇴치 총선 공약 채택



18 ~ 19 | 교양 상식: 개에 얽힌 고사성어

20 | 사진으로 보는 우수 디자인 편의점(연재)



21 | Sunny의 건강 이야기(3)



22 | OKBA 지구협회장 전화번호
2017년 협회 주요 사업



23 | Directory

新 / 年 / 辭

신 / 년 / 사



온타리오한인실업인협회 회장
신재균

회원 여러분 안녕하십니까?

황금 개띠 무술년(戊戌年) 새해가 밝았습니다. 개인이든 단체든 한해가 시작되는 벽두에는 새로운 도약을 다짐하며 심기일전하겠다는 굳은 결심을 하게 됩니다. 협회 회장으로서 저 역시 사적 차원의 결심과 단체장으로서의 결심을 합니다. 그러나 사적인 것보다 공적인 영역에서의 결심이 단연 앞서는 제 자신을 대하고 보니 역시 책임감과 소명의식이 넘쳐나는가 봅니다.

2018년은 협회는 물론 조합까지 포괄해 중대한 변화를 예고합니다. 우선 작년 12월 11일로 협회 소유 모바일 건물이 법적으로 매각됐습니다. 소유권 이전이 완결된 것입니다. 이날을 기해 별도의 매각차용 계약을 통해 협동조합은 8개월의 매장 운영 시한을 벌였습니다. 그와 동시에 협회는 회원들의 쇼핑편의를 위해 새로운 장소에 건물을 마련코자 혼신을 다하고 있습니다. 30여년 가까이 두 조직과 함께 해온 모바일 시대를 마감하는 것입니다.

새로운 이전 장소가 어디가 되든 2018년은 협회와 조합의 새 역사를 쓰는 출발점이자 도약의 전환점에 분명합니다. 이처럼 중대한 기로에서 협회 회장으로서의 각오는 남다른 것입니다. 협회와 조합의 상생 구도를 정립하는데 모든 노력을 기울일 것을 약속드리며 회원님들께도 몇가지 당부의 말씀을 드리고자 합니다.

첫째, 화합과 단결에 적극적으로 협조하여 주시기 바랍니다.

어느 조직이든 화합과 단결은 그 조직 발전의 가장 기초적인 원동력입니다. 그리고 우리는 이같은 덕목을 그 어느때보다 절실히 요구받고 있습니다. 과거의 갈등과 알력은 대의를 위해 과감히 묻고 인화단결을 바탕으로 조직의 역량을 강화하지 않으면 퇴보만이 주어질 뿐입니다. 누구나 체감하듯이 편의점 경영은 해가 다

르게 더 어려운 외적 환경을 맞고 있습니다. 헤쳐나기야 할 변수들이 점점산중인 마당에 내부적 분란으로 발목을 잡을 한가한 처지가 결코 아닙니다.

둘째, 대외적 위상제고를 위한 본부협회의 사업에 적극적인 동참을 바랍니다. 첫번째 당부가 정신자세의 문제라면 이는 우리의 수익 증대와 직결되는 순수한 비즈니스 차원의 당면과제입니다.

공급사, 대정부 로비 등 우리의 먹고사는 문제, 업소의 생존문제가 걸린 차원만큼 본부협회가 고심끝에 내린 사업 계획이나 대정부 캠페인에 열성적으로 힘을 보태야 할 것입니다. 앞에서 선도하는 역할도 중요하지만 뒤에서 밀어주는 힘이 없으면 고장난명(孤掌難鳴)입니다.

셋째, 협회와 조합의 운명공동체에 대한 인식을 보다 깊이 해주실 것을 바랍니다. 조합 이용률이 저조하거나 조합의 존재가치를 깊이 느끼지 못하는 회원들은 이 의식이 미약한 것이 사실입니다. 그러다보니 협회와 조합에 대한 이분법적 사고를 하게 됩니다. 그러나 협회는 조합이라는 조직때문에 대외적 힘을 과시해왔다는 역사성을 결코 잊어서는 안됩니다. 조합이라는 존재 자체가 협회에 실어준 무게감을 생각한다면 더 많은 관심과 애정이 필요하며 이는 두조직이 더불어 발전할 수 있는 가장 큰 동력이 될 것입니다.

어려운 편의점 영업 여건을 극복하는데 위의 3가지를 우리 모두 마음에 새기며 금년 한해를 보내기를 소원합니다. 회원님들 가내의 평안과 사업의 발전을 기원하며 신년 인사를 본 지면을 빌어 대신합니다. 감사합니다.

신 회장, “실험/조합 업무 통합 강력히 추진할 터”

시무식 성황리 개최



2018무술년(戊戌年) 새해 시무식이 지난 1월 4일(목) 협동조합 웨스트몰 매장 부속 회의실에서 열렸다. 12시 30분부터 시작된 시무식은 전년과 마찬가지로 협회와 조합의 합동 행사로 치렀으며 양 기관의 임. 직원, 자문위원 등을 포함해 50명이 참석해 유례없는 성황을 이뤘다.

참석자들은 새해 인사를 서로 교환하며 덕담을 나눴으며 준비된 다과와 와인을 곁들이며 그간의 쌓인 회포를 풀었다. 외부 인사로는 KEB하나은행 캐나다 이현수 은행장과 우인 본부장이 자리를 함께 했다.

공식 행사는 1시 가까운 시간에 국기에 대한 경례를 시작으로 거행됐으며 애국가와 오 캐나다 제창이 있었다. 본부협회 신재균 회장과 이성호 이사장, 협동조합 신영하 운영이사장이 순서대로 신년사를 전했다.

신 회장은 협회와 조합의 업무 통합을 통한 시너지 효과와 인력 구조조정을 통한 효율성 제고를 각별히 강조했다. 또, 조합이 협회의 부대사업체라는 사실이 단순한 선언적 의미에 그치지 않고 올해를 기점으로 명

실상부한 부대사업체로의 성격으로 자리매김하겠다는 강한 의지를 피력했다.

이성호 이사장은 1961년 케네디 대통령이 취임사에서 밝혔던 명언을 인용하며 “협회 봉사자들에게 무엇을 해달라고 요구하기에 앞서 회원 자신들이 먼저 협회를 위해 무엇을 할 것인지 생각하는 자세가 필요하다”고 역설했다. 또, 올해는 어려운 한해가 될 것으로 보이는데 이를 극복하기 위해 어느때보다 회원들 상호간의 일치 단결과 힘모으기가 절실하다고 강조했다.

신영하 운영이사장 역시 실험과 조합의 단합을 강조하면서 “모바일 매장 후 새로운 매장 건물 매입에 가장 큰 신경을 쓸 것이며 경영 효율화를 위한 매장 입고 시스템의 전격적인 개선이 있을 것”을 예고했다.

임원들의 인사말이 끝난 후 신재균 회장이 참석한 내.외빈들을 일일이 거명하며 소개했다. 행사 말미에 합동 기념촬영을 했고 다과를 들며 못다 나눈 이야기를 이어갔다. 이후 참석자들은 인근 한인식당으로 장소를 옮겨 떡만두국을 먹으며 정담을 나눴다. ■

편의점 세계 역시 이 교훈을 잘 새겨야 할 것이다. 전미편의점협회에서 지난 9월 나온 자료를 보면 미국 내 편의점 취급 품목의 80%가 어느 업소든 동일한다고 한다. 전국 어느 가게를 가도 그다지 차별성을 발견할 수 없는 셈인데 이런 질문이 가능해진다. “내 가게는 경쟁 업소와 어떤 차별화를 시도하고 있는가?” 다시 말해 기존의 획일적이고 통일화된 틀에 창조적 균열을 낼 수 있는 ‘파괴자’(disruptor) 또는 균열자가 될 것을 요구받고 있다는 의미다. 격화되고 있는 경쟁에서 내일을 미리 대비하지는 마음 자세를 촉구 받고 있다.

예를 들어보자. 기름 소비와 담배 매출이 감소하고 있는 점은 외부로부터의 압박 수위가 점증한다는 시그널이다. 주유소병설편의점에는 큰 도전이 아닐 수 없다. 아직까지 대세는 아니지만 전기자동차 이용률이 늘고 우버나 구글이 자체 택시 서비스에 나서 많은 소비자들이 이를 이용하고 있고 증가 추세다. 주유소를 찾는 손님이 당연히 줄어들 수밖에 없고 이 추세는 앞으로 더 강화될 것인데 편의점 업주가 안일한 사고를 하고 있고 현재에 안주하고 있다면 조만간 심각한 경영 위기를 맞을 것이다.

그나마 다행인 것이 아직까지는 대비할 시간이 주어져 있다는 사실이다. 그러나 언제부터 어떻게 변화할 것인가를 스스로 깊이 자문해 봐야 한다. 빠를수록 좋다. 답은 두가지에서 찾아야 한다.

편의성 강화

지난 20세기 100년간은 사람들이 시골에서 도시로 끊임없이 몰려왔던 세기다. UN 자료는 전세계 인구의 66%가 오는 2050년이 되면 도시에 거주할 것이라고 한다. 1950년의 30%와 비교하면 100년 사이에 어마어마한 인구 이동인 셈이다. 캐나다를 포함해 북미주만 보면 현재도 이미 82%가 도시에 거주하고 있다. 그러나 여기서 주의해야 할 개념이 있다. 도시(urban area)라는 개념이 사람으로 넘쳐나는 다운타운만을 의미하는 것은 아니라는 사실이다. 다운타운 즉 도시의 핵심지역을 포함한 주변까지 아울러 메트로폴리탄 개념으로 받아 들여한다는 말이다.

이렇게 보면 트렌드를 보다 폭넓게 파악할 수 있다. 소비자들의 선호도가 가정과 직장, 여가 장소, 소매업소 쇼핑 패턴, 건강관리 등 많은 분야로 분석의 시야를 확대하게 만든다. 그리고 이런 광의의 분석들 속에서 한가지 흐름을 잡을 수 있는데 그것이 바로 ‘편의성’(convenience)이라는 개념이다. 보편적이고 공통된 트렌드다. 쇼핑관련 편의성은 현재의 위치로부

실업인 협회 단체보험

Walter Roberts Ins. Brokers Inc.

집/자동차: 기준보험료 대비 **15%~20%** 할인

비즈니스: 담배도난 무제한 보상 가능

오중찬 : C) 416-602-7083

Tel (905)764-8061 / Fax (905)764-8066

ohjc@walterrobertsinsurance.com

두개의 축: 밀레니얼 부상과 다양성 강화

새해를 준비하는 자세

내일을 미리 준비하지 않는 업소 또는 기업은 역사의 뒤안길로 사라질 것이다. 블록버스터(Blockbuster), 보더스(Borders), 라디오셱(Radio Shack)을 생각해 보라.



▲ 대세에 둔감해 비즈니스 역사의 무대에서 퇴장한 기업들. 아예 종적을 감춰거나 다른 큰손에 먹혀버렸다.

블록버스터는 25년간 북미주 어느 동네를 가도 터줏대감처럼 한 권을 지켰던 비디오 대여 체인사로 온라인 주문 배송이나 온라인 다운로드 등 트렌드 반응에 너무 늦게 대처하는 바람에 2013년에 마지막 남은 점포들을 정리하고 폐업했다. 한 때는 세계 최대 규모를 자랑했지만 트렌드 반영에 게으르거나 오판을 하면 슬픈 운명을 맞이할 수 있다는 극명한 사례가 됐다.

보더스(Borders Group)는 미시간 주 앤아버에 본사를 둔 글로벌 서점 체인으로 2011년 파산했다. 포춘 500대 기업에도 올랐던 미국에서 두번째로 큰 서점 체인이었지만 시대 조류에 둔감한 결과였다. 100여년 가까운 역사를 자랑하던 라디오셱 또한 경쟁기업들의 움직임에 둔감한 결과 2015년 파산신청을 냈다.

터-가정이든 직장이든-15분 이내 거리에서 쇼핑처를 찾을 수 있어야 한다. 이 이동은 도보가 될 수도 있고 차량을 이용할 수도 있다. 차량도 대중교통이거나 자신의 승용차이거나 상관없다. 자전거도 좋다. 어떤 수단이었든 "15분 이내"라는 원칙이 지켜질 수 있어야 한다. 라이프스타일이다.

북미주 사람들은 이제 차에서 보내는 시간에 신물이 나있다. 직장 출퇴근 시간은 자꾸만 길어지고 시간이 너무나 아깝다. 길바닥에서 느끼는 피로도와 스트레스에 완전히 지쳐있기 때문에 쇼핑에서조차 지겨운 시간을 참을 수는 없게 됐다. 그래서 쇼핑의 '편의성'개념은 절실한 주제가 됐다. 자신의 기존 거주지에서 100마일 이상을 이주했거나 이주할 계획을 세우고 있는 미국 일반 소비자들을 대상으로 한 한 앙케이트 조사에서 다음과 같은 사실이 밝혀졌다. "생필품을 사기 위한 소매점, 레스토랑, 기타 서비스 제공처는 자신의 집에서 15분 이내에 있어야 한다." 이것이 이주 혹은 이사의 판단 기준이 되고 있다. 두번째 고려 대상은 집과 직장의 거리인데 가장 이상적인 거리를 역시 15분으로 생각하고 있다. 물론 현실적으로 이 희망이 충족되기는 거의 불가능할 것이다. 원하는 바가 그렇다는 말이다. 현실화되든 말았든 현대인들의 의식이 그러하다는 사실에 주목하기만 하면 된다.

각종 여가활동 시설(헬스클럽, 영화관 등)도 지난 50년간 시골 지역으로 꽤 많이 파고 들었다. 그래서 전원에 산다고 하더라도 이런 편의 시설들이 15분 거리에 있느냐는 것이 거쳐 선정의 기준이 된다. 아주 외진 시골은 물론 이럴 수가 없겠지만 앞서 말한 메트로폴리탄 개념으로 볼 때 도심

에서 벗어난 외곽 지역의 삶의 패턴도 15분 원칙이 강하게 작용하고 있다. 보다 편리한 라이프스타일은 이처럼 지리적 접근 용이성을 매우 중요한 가치 기준으로 자리잡게 했다. 지역 공동체라는 개념은 그래서 비즈니스와 불가분의 관계를 맺기에 이르렀다.

그런데 시골의 경우는 어떤가? 인구도 별로 없으니 앞의 원칙이 지켜질 여건을 기대하기는 힘들다. 다만, 하나의 예외가 있을 수 있으니 그것이 바로 편의점이다. 따라서 편의점은 15분 거리 개념을 구현하기 위한 안정 맞춤의 비즈니스이고 지역주민의 니즈에 맞는 다양한 아이템과 서비스를 제공할 수만 있다면 그만큼 성공가능성이 높고 경쟁도 덜해 비즈니스의 스트레스도 많지 않다. 마음편하게 장사할 수 있다.

하지만 너무 마음을 놓아서 안된다. 현대 소비자들이 편의성에 워낙 민감하다 보니 니즈 만족을 위해 배달 서비스가 무척 발달하고 있다. 아마존에 월마트 등 대형 소매체인들이 24시간 서비스는 물론 원하면 손님이 온라인으로 주문해놓고 퇴근 시간에 찾기만 하면 된다. 심지어 드론(drone)까지 띄워 편의점이나 식료품점에서 해야 할 쇼핑을 간단히 해결해준다. 지금 초기단계이지만 편의 서비스 기술은 더욱 진화할 것이다.

그러니 이런 환경을 감안해 기존 편의점들은 더더욱 분발해 손님을 잃지 않도록 각고의 노력을 해야 한다.

취급 품목과 서비스의 다양화쪽으로 보강하는 것이 우선적 과제다. 여가다가 경쟁력을 제고하려면 타 경쟁 채널에서 구하기 힘든 자기만의 고유 아이템이 추가돼야 차별화를 부각시킬 수 있다. 푸드서비스가 됐든 기

TouchCash Inc. ATM & POS

한인의, 한인에 의한, 한인을 위한

Best People
Best Service
Best Results

타회사의 ATM, POS(Debit)를 계약하시고 문제가 많으신 분 새로 ATM, POS(Debit)를 구입계획하고 계신 분 언제든지! 친절하게 상담해 드리겠습니다.

100% Smart Chip (EMV) Ready

빠르고 정확한 서비스가 최대의 이익을 보장합니다. Internet & Phonenumber 겸용

Showroom : 820 Denison St. Suite #3, Markham, ON L3R 3K5
Call Today 1-866-391-3950 / Fax 905-513-0919

성 상품이 됐든 여하한 수단으로 차별적 요소를 강화해야 한다.

몇가지 생각해보자. 자신의 업소가 대중교통 정류장 근처라면 자신의 주차장이 우버 택시 픽업 장소로 이용될 수 있다. 또 세탁소와 제휴해 세탁물을 픽업하는 장소로 활용할 수도 있다. 물론 세탁소 주인과 잘 협의가 있어야 할 일이다. 아이디어는 무궁무진하다. 무슨 방법과 아이디어를 짜내든 특화된 업소로 재탄생해야 살아남는다. 그리고 특화의 중심 개념에는 “더욱 편리한”(be more convenient!)이라는 슬로건이 자리해야 한다.

커뮤니티와의 친화력 강화



▲ 편의점은 지역 커뮤니티의 사랑방, 정보교환 마당 구실로 유대를 강화해야 할 것이다. 사진은 CBC 시트콤으로 공전의 히트를 치고 있는 드라마 ‘김스컨비니언스’ 출연진. (원작은 최인섭의 연극 대본작인 ‘김씨네 편의점’)

다음으로 중요한 것이 지역 커뮤니티와의 유대감, 친화력의 강화이다. 워낙 자주 강조돼왔기 때문에 새삼스러운 것도 없지만 바쁘게 다람쥐 쳇바퀴 돌듯 보내는 일상 가운데 커뮤니티에 무관심한 업주들이 많다. 손님은 같은 동네에 사는 정을 나누는 이웃이다. 그런데 주인과 손님이라는 냉랭한 관계, 비즈니스 이상도 이하도 아닌 객관적인 관계에만 머물고 있다. 발상의 전환과 실천이 요긴한 과제다. 알고 있으면서도 실천하기가 예사롭지는 않다. 마음먹기에 달렸다. 마치 슬로건과도 같은 “be more neighbourly” 라는 표현을 마음에 계속 주입해보자. 앞의 “be more convenient” 와 좋은 짝을 이룰 것이다.

수십년에 걸쳐 북미주인들은 경제적으로, 정치적으로 양극화가 심화돼 왔다. 물론 캐나다에 비해 미국이 훨씬 정도가 심하지만 말이다. 그런데 여기에 더해 문화적 변화가 요동치기 시작했다. 이는 향후 20년 혹은 그 이상 일상인의 삶에 깊은 영향을 끼칠 영역이다.

예고된 문화적 변화는 그러나 편의점 입장에서는 긍정적 기대감을 불러 일으킨다. 두가지 점에서 순기능이 예상되는데 그 하나가 밀레니얼 세대의 부상이고 또 하나는 다양성의 점증이다. 기성세대가 정치적 견해로 양극화를 보이며 찢기는 모습이지만 젊은 미래 세대인 밀레니얼은 ‘우리’라는 개념이 상대적으로 강하다. 2017년 기준으로 16세에서 34세 사이의 이들 밀레니얼 세대는 ‘우리’의 의식이 강하다. 동질성이라고 할까. 사고방식과 틀은 ‘협업’에 기반하며 함께 일하고 공동의 선(common good)을 지향한다. 기성 세대가 선입견으로 단정짓는 이기주의, 개인주의하고는 거리가 멀다. 자신의 거처인 공동체를 중심으로 유기적인 통로를 공유한다. 이는 상식과는 거리가 있어보이겠지만 실상이 그렇다. 선입견을 배제하고 바라볼 필요가 있다.


실제로 미국의 8,400만명 밀레니얼은 각자가 특별하다는 의식이 있는 것도 사실이다. 개성 중시 측면이 분명히 있다. 많은 편의점 업주들도 이런 경향을 증언하고 있다. 하지만 바로 여기서 역설이 나온다. 자신이 특별한 존재이기 때문에 타인도 특별할 것이라는 사고방식이 굳건하다.

인간 각자가 주체적이고 특별히 소중한 존재라는 의식은 그래서 글로벌적 사고로 이어지며 상호 존중의 지구촌과 공동체에 대한 철학이 자리한다. “각자가 동등하게 특별하다”는 신념은 평등과 관용의 가치를 소중히 여기기 때문에 내가 너보다 더 우위에 있다는 선민의식을 배격한다. 그래서 특별한 존재들의 일체감인 ‘우리’라는 개념이 더 강화되는 방향으로 나아간다. 전문가들은 아예 이런 특성을 감안해 밀레니얼을 “We Generation”이라고 부르는 이들도 있을 정도다.

다음으로 다양성이라는 개념을 보자. 지난 수십년간 북미주 사회는 더욱 다양성을 추구해왔다. 한때는 둘 중의 하나를 택해야 하는 시절도 있었지만 이제는 선택지가 너무 많아 혼란스러울 지경이다. 인구 구성을 보면 이 말이 실감날 것이다.

- 남녀 양성만이 존재하지 않는다. 양성인 경우, 성소수자인 경우 등 정체성의 큰 변화로 인해 2종이 3종, 4종 등으로 세분화됐다. (윤리적, 종교적 신념으로 이에 대한 거부감이 있든 말든 이는 실상으로 나타난 팩트 일 뿐이다. 개인적 호불호는 각자 판단할 문제다.)

- 노소(老少)의 이분법도 지나치게 단순한 도식이다. 세대는 더 많은 층위로 세분화된다. 다만 상대적으로 노소를 말하고 있을 뿐이다.



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

각 분야 전문 변호사와 법무사들이 여러분의 법률 문제를 최선을 다해 해결해 드립니다.

<div style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 5px; font-weight: bold;">교통사고, 개인 상해</div> <p style="font-size: small;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정부 과실 보상 소송</p>	<div style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 5px; font-weight: bold;">교통위반 티켓</div> <p style="font-size: small;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 뺑소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<div style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 5px; font-weight: bold;">형법</div> <p style="font-size: small;">음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반</p>
--	---	--

- ▶ 가정법
- ▶ 소액재판
- ▶ 복권 판매법
- ▶ O.D.S.P. 신청 (Ontario Disability Support Program)
1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

- ▶ 이민법
- ▶ 세권, 세입자 분쟁
- ▶ 담배 판매법

- ▶ 민사 소송
- ▶ 주류 판매법
- ▶ 보건 위생법
- ▶ 회사 설립

“강력한 실력, 오랜 경력,
섬세함으로 모든 법률문제 해결”

변호사 : Leonard Stigler, Mai Nguyen
법무사 : Adam K.H. Yoo, George Gadsdon, Mark Ginz,
Narae Han, David Song, Hassanein Bhaloo



T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559

#100-1018 Finch Ave. West, Toronto

- 인종과 소수인종 문제, 특히 이민국인 미국이나 캐나다는 이를 실감케 한다. 넘쳐나는 인종은 마치 베스킨 라빈스(Baskin Robbins)의 31가지 맛을 연상케 한다. 각자의 아이스크림이 다 나름의 맛과 향을 뽐내듯 인종 또한 그러하다.

상품과 서비스의 다양화를 말하기 전에 이미 이를 소비하는 인간, 인종, 성의 다양화가 먼저 진행됐다. 주체가 다양하자 이에 맞추기 위한 마케팅과 상품들이 다양해진 것일 뿐이다. 세상은 사상 유례가 없을 정도로 복잡해졌다. 소요사태가 하나 벌어졌다면 과거에는 한두가지 원인이 내재된 것으로 분석이 가능했지만 지금 그런 소요사태는 없다. 엄청나게 많은 복합 요인이 상호 작용한 결과라서 쉽게 분석하기가 여간 어려워진 것이 아니다.

다시 정리하자. 미래를 여는 문화적 키워드이자 두가지 동력은 밀레니얼과 다양화다. 다원주의(pluralism) 라고 표현해도 좋다. 그 앞의 수식어는 문화적(cultural)이라는 단어가 붙어야 할 것이다. 앞으로 정치든 경제든 비즈니스든 좁게는 편의점 운영이든 모든 것이 이 두개의 개념을 생각하지 않고는 성공할 수 없다. 과거에는 미국을 멜팅팟(melting pot)으로 비유했다. 출신이 어디든 미국으로 오면 배경의 다양성이 무시되고 미국이라는 용광로에 다 녹여 하나로 된다는 의미인데 지금 이런 표현은 무색하다. 그래서 혹자는 미국을 '일본식 도시락'(Japanese bento box)이라고 표현한다. 칸이 구획되어 있고 각 칸마다 차지하고 있는 음식이 각자의 맛을 유지하며 한끼의 맛있는 식사를 구성하고 있다 해서 이런 비유를



▲ 특별한 존재들의 총합인 밀레니얼 세대. 역설적으로 We Generation으로 불릴만큼 유기적 통합력이 강한 소비층으로 미래 편의점 산업이 이들의 지갑에 달려 있다.

들고 있는데 차라리 캐나다의 문화다원주의(multi-cultural)라는 좋은 말이 있는데 굳이 일본 도시락에 비유할 필요가 있나 싶다. 미국과 캐나다의 국가철학의 중대한 차이가 이런 용어에서도 드러난다. 출신과 배경의 고유성과 정체성을 간직한 채 조화를 이루겠다는 철학이 훨씬 인본주의에 가깝지 않겠는가.

여하튼 억지로 녹여서 하나로 획일화될 필요가 없는 세상으로 바뀌고 있다. 그리고 각자는 고유성을 유지하며 어딘가에 다 중첩적으로 소속돼 있다. 편의점 산업도 이 조류에 따라가며 발전 진화하고 있다. 수많은 인종들이 일을 하고 있고 그 다양한 인종의 사람들이 편의점을 방문한다. 다원주의와 밀레니얼을 마케팅의 핵심 개념으로 가져간다면 답이 나와 있다. 기회다. 지역 커뮤니티에서 편의점은 빅텐트(big tent)의 역할을 거

<12면에 계속>

당신의 성공적인 사업을 위한 #1 Debit & ATM 서비스

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION

Debit and Credit Card Services

고객이 원하는 고급 맞춤형 서비스

- **데빗카드 수수료 - 3.69 cents / transaction**
(Tap : extra 2 cents)
- **Rental Fee - \$30**
- **크레딧카드 - Visa, Master Card / Discover 수수료 1.55%**
- **No statement fee (무료우편 또는 email 발송)**
- **No any hidden charges**
- **Signing bonus \$300**
- **No Contract**
- **장비 문제발생시 - 캐나다 전지역 4-6 시간내 방문 교체 (365일 서비스)**
- **Help desk 운영 24 / 7 365 days**
- **Your SATISFACTION is our goal.**

www.1solutions.ca / email : mateo@1solutions.ca

Tel 1.888.554.7355 / Direct 905.962.1999 / Fax 1.888.554.0409

장사가 실패한 이유는 단순한 한가지 요인에서 비롯되지는 않으며 여러 차원의 복합적 요인들이 얽혀있기 때문에 접근과 해결이 그리 용이하지 않다. 식품의 품질이 형편없거나 고객센터가 엉망이거나 지저분한 업소 외관의 부정적 이미지때문일 수도 있고 이들이 복합적으로 영향을 끼치고 있을 수도 있다.

첫째, 상황을 객관적으로 파악하라.

마치 자기 업소가 자기 것이 아니라 남의 것인 것처럼 접근해서 찬찬히 훑어보는 것이다. 완전히 다른 사람의 눈으로 바라본다. 혹은 제 3자를 데려와 가게를 한번 살펴달라고 부탁하는 것도 좋다. 그리고 그자가 지적하는 개선해야 할 것들을 신중히 경청하고 받아들인다. 뭔가 자신이 몰랐거나 혹은 알아도 주관적 착각 등으로 애써 무시했던 것들이 정확히 드러나게 된다.

둘째, 빠진 물건이나 재고 품질된 아이템이 있는지 파악하라.

이는 독립 편의점의 경우 흔히 일어나는 실책이다. 정상적 영업에 결코 있어서는 안되는 상황임을 명심해야 한다. 없으면 못파는 것이고 품질이 됐다면 그나마 잘 팔았다는 증거이니 아주 나쁜 것은 아니겠지만 다시 입고될 때까지 잠시지만 팔지 못하는 것이다. 재고관리를 철저히 해야 한다. 특히 푸드서비스에 있어 사들고 나가는 간편 음식은 절대로 품질이 발생해서는 안된다.

셋째, 종업원의 숙련도를 높여야 한다.

종업원 교육은 아무리 강조해도 지나치지 않는 법이다. 이 역시 영세 독립편의점에서 소홀히 하기 쉽다. 반드시 알고 있어야 할 정보와 할 일은 충분히 교육시켜야 하며 종업원으로 하여금 사명감을 느끼고 근무 의욕이 일어나도록 해줘야 한다. 종업원이 업무 능력을 배양하면 그들 스스로가 보람을 느끼고 그만큼 손님 응대에 자신감을 가지게 돼 편해진다.

넷째, 손님의 재방문을 적극 유도한다.

방법은 다양하고 그리 어려운 일도 아니다. 중요한 정보는 여러 수단을 동원해 홍보함으로써 손님의 뇌리에 각인이 되도록 한다. 세일 상품을 알리는 선전문구는 고급스럽게 표지물을 만들어 손님 눈에 잘 들어오게 부착한다. 또한, 업소 청결은 기본이고 구두상의 적극적 소통 또한 인간미 넘치는 귀중한 기억이 될 것이다. 제대로 하고 있는지, 그래서 어떤 효과를 보고 있는지를 체크하는 기준은 여성 손님의 재방문이 늘고 있는가를 살펴보면 된다. 여성의 감수성은 업소 상황을 판단하는 매우 중요한 시금석이다.

이상 4가지를 잘 실천한다고 망해가는 가게가 느닷없이 되살아날 것이라는 확실한 보장은 없지만 기본적으로 손쉬운 것들을 시도해보지도 않고 한탄만 해서는 결코 가게가 되살아나지 않을 것이라는 점은 확실히 보장한다. ■

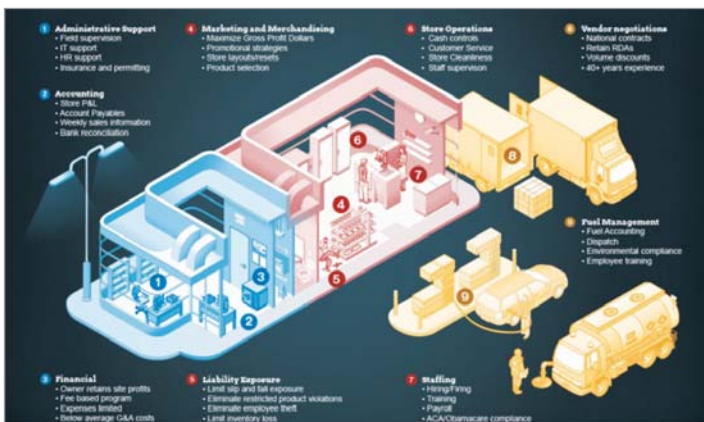
전문가가 강조하는 4가지 조언
가게가 잘 안될 때 해야 할 일



미국도 편의점 운영이 만만치 않은 탓인지 나름 전문가들이 경영난 타개를 위한 영업 전략상의 조언을 많이 쏟아내고 있다. 텍사스의 템플이라는 곳에 편의점 경영 컨설팅 전문회사 CMSI(Convenience Management Services Inc.)라는 곳이 있다.

이 회사는 단순한 컨설팅만 하는 곳이 아니라 경영난으로 손을 든 업소를 인수해 직접 운영해서 되살리기도 하고 전문 인력을 투입해 영업과 인프라 구축 등을 일정 기간 도맡아 정상화시키고 업소를 주인에게 되돌려주는 등 특색있는 컨설팅 회사다. 따라서 이론만이 아니라 업장에서 실제로 많은 경험과 노하우를 축적한 회사다.

그런 회사인만큼 회장 로이 스트라스버거 씨(사진)가 들려주는 고견에 귀를 기울일 필요가 있다.





“합창단 지휘자처럼 조화 이끌 터”

신임 조합 이사장, 신영하 이사 선출

지난 12월 12일(화) 오후 2시에 개최된 조합 운영이사회에서 새 운영이사장에 신영하 이사가 선출됐다. 2017년 마지막 운영이사회이자 정기 주주총회(12월 5일)가 열린 후 가진 첫 운영이사회였다.

신영하 이사는 협회 부이사장 신분이기도 하다.(조합 자동이사) 이날 회의에는 지난 총회에서 선출된 중도 성향의 새로운 이사들을 비롯해 13명의 이사와 2명의 감사가 참석했다. 협동조합 이사회 내규 18조 3항에 따르면 운영이사장은 정기주주총회 개최 후 열리는 첫 운영이사회에서 운영이사들만의 무기명 비밀투표를 통해 선출하도록 되어 있다. 경선이 아닌 단독후보로 추천된 신 이사장은 본인을 제외한 12명의 재석 이사 중 11명의 찬성을 얻었다. (무효 1표)

단독 후보로 나선 신 이사장은 “오랜 세월 교회 합창단 지휘자로 봉사해왔다”면서 “각자가 좋은 목소리를 내 하모니를 이루도록 하는

것이 지휘자의 사명이듯이 본인의 소리는 자제하고 이사들의 목소리에 귀를 기울여 조화를 이룰 수 있도록 조합을 잘 끌어가겠다.”고 소감을 피력하기도 했다. 운영이사장의 임기는 2년이다.

신임 이사장은 13세에 이민와 정착 50년을 넘긴 캐나다 이민 1세대에 속한다. 조합 이사와 협회 이사로도 역임했으며 협회 부이사장을 두번째 맡은 데다가 조합 운영이사장으로도 선출돼 2017년 한해는 개인적으로 의미가 크다. 지난 9월 본부 협회 정.부회장 선거 때는 선거관리위원장으로의 직책도 성실하고 공정하게 수행한 것으로 평가받기도 했다.

한편, 새 이사장이 선출됨과 동시에 4년간 조합을 이끌어온 김양곤 운영이사장은 임기를 마칩과 아울러 이사 임기도 종료됐다. 김 이사장은 주주총회 직전까지 협회와 조합 사이에 벌어지던 대결양상을 협회 신재균 회장과 함께 극적으로 종식시킨 점에서 호의적 평가를 받았다. 새 운영이사장까지 원만하게 선출해놓고 유종의 미를 거두며 임기를 마치는 운영이사장이 됐다. ■

 **onewholesale.ca**
Smoke Shop / Headshop / Convenience Store Wholesaler

Authorized Zippo Dealer

원도매상

Order online by noon for SAMEDAY SHIPPING

*Ask for Free Zippo Display

BONGS, DAB RIGS, BUBBERS, RECYCLERS, HAND PIPES, E-CIG,
VAPORIZERS, GRINDERS, DUGOUTS, SCALES, SMOKING PAPERS,
ALL KINDS OF SMOKING ACCESSORIES
ZIPPO LIGHTERS, and ETC.

Business Hours

Monday to Friday
9.00am - 5.00pm
Saturday
9.00am - 2.00pm
Closed on
Sunday and Holidays

Cash & Carry Store
606 Magnetic Dr Torono, ON M3J2C4

onetradingltd@gmail.com
T. 416 661 6664 F. 416 661 6668

“텍사스의 허리케인 하비와 미 남동부에 연이어 닥친 어마, 특히 플로리다 지역의 타격으로 비상한 시련에 직면했음에도 이처럼 예상롭지 않은 큰 실적 증가는 고무적이다.”고 입장을 전했다. 연이은 허리케인 참사동안 쿠쉬타르의 미국내 편의점 체인은 1,300여개 이상이 한시적으로 영업을 중단했으며 특히 플로리다 지역은 모든 체인이 빠짐없이 잠정 영업 중단 사태를 맞기도 했었다.

하나쉬 회장에 따르면 종업원의 안전문제를 최우선했고 허리케인 피해 기간 동안 인명 사고는 전혀 없어 안도했다고 당시를 되새겼다. 가장 큰 손실은 영업 손실과 재고 파손으로 인한 새 물건 교체, 매장 환경미화 작업에 따른 비용 발생이었다고 한다. 이런 손실을 모두 극복하고 최고조의 매출 실적을 올렸다는 점에서 회장이 만족할 만도 하다.

주유소 영업실적만 놓고 볼 때 물량면에서 허리케인으로 특정 지역이 큰 영향을 받기는 했지만 전체적으로는 이전 회계연도 동기 대비 21.5%의 증가를 보였다. 캐나다에서는 CST 매장을 제외하면 주유소 매출 실적은 2.3% 하락을 기록했는데 동부지역의 일기 불순이 주 원인인 것으로 분석됐다. 유럽쪽은 0.2% 하락으로 거의 변화가 없었다.

미국쪽에서의 휘발유 마진은 최근 수년간 평균 갤론 당 4.83센트의 증가를 보인 반면 유럽과 캐나다쪽은 매우 미미한 정도의 증가에 그쳤다. 그러나 캐나다에서 온타리오와 퀘벡은 마진폭 증가율이 상당히 높았는데 이는 에쏘(Esso)주유소를 일부 인수한 덕분이었다. ■

〈9면에 이어〉 새해를 준비하는 자세

뜬히 수행하고 있고 앞으로도 더 이를 강화시켜야 한다. 그래서 편의점 주인들은 더욱 지역사회로 파고 들어가야 하며 더 우호적이고 친화력 넘치는 인간이 돼야 한다. 인간적 관계 형성과 더불어 비즈니스 성공에도 중요한 덕목이다. 스타벅스를 한번 가 보라. 거기에는 물론 밀레니얼층이 가장 많이 진을 치고 있겠지만 여러 인종, 여러 세대가 어우러져 하나의 지역공동체 사랑방 같은 기능이 수행되는 공간이다. 편의점도 하기에 따라 얼마든지 사랑방, 쉼터, 사고 중심지, 정보의 저수지이자 정보발신기지 등 복합적 기능을 수행할 수 있다.

끝을 맺자. 1927년 사우스랜드 컴퍼니(Southland Company)라는 간판으로 시작된 미미하기 짝이 없는 존재였던 세븐일레븐.

고작 얼음창고에서 계란이나 우유와 빵을 팔던 그 시작은 창대한 번영을 구가했고 편의점 역사의 획을 그었다. 24시간 영업이라는 발상 자체가 불가능했던 시절에 세븐일레븐은 이를 구현했고 오늘날 대부분의 편의점도 이를 따라하고 있다. 못파는 물건이 없고 제공하지 않는 서비스가 없다. 그리고 자신이 위치한 곳이 어디든 15분 이내에 편의점은 있다. 신선한 식료품, 건강식품, 지역특산품 등 문제는 차별화를 위한 주인들의 아이디어와 노력이 사업의 성패를 가른다. 어떤 제품, 어떤 서비스를 특화해서 추가할 것인가 고민할 때다. 소비자층은 복잡 다기화됐고 밀레니얼 세대는 편의점 장비구니 크기를 결정짓는 핵심 변수로 떠올랐다. 신년을 맞이하며 이런 사실들을 한번 깊이 고민하고 성찰해보는 기회를 가져보자. 사업을 계속 그리고 발전적으로 계속 하고 싶다면 말이다. ■

잇따른 허리케인 여파에도 순익 4.6억 달러

쿠쉬타르 2분기 영업실적 기록 갱신



▲미국쪽에서는 써클케이, 캐나다에서는 맥스(Mac's) 또는 쿠쉬타르(Couche-Tard)라는 간판으로 영업하는 알리망타시옹 쿠쉬타르. 회사는 온주와 퀘벡주 ESSO 일부를 인수해 매출 규모를 키우고 있다.

캐나다 편의점 소매업계의 지존인 알리망타시옹 쿠쉬타르의 2017/2018회계연도 2분기(8~10월)실적이 또 기록을 갱신했다. 순익이 4억 5,800만 달러로 전 회계연도 동기 실적 3억 2,800만 달러를 훌쩍 뛰어넘는 기록이다. 미국내 이 회사 주요 마켓 여러곳이 허리케인의 타격을 입었음에도 불구하고 달성한 예상밖의 놀라운 실적이다.

회사 CEO겸 회장인 브라이언 하나쉬씨는 기록 발표를 하면서 “새로이 인수한 CST 및 크로스아메리카 (CrossAmerica)의 강력한 기여와 주유소 연료 마진폭이 컸던 덕분”이라고 원인을 밝혔다. CST의 공식 명칭은 CST Brands Inc.이며 크로스아메리카의 모회사이기도 한데 미국 주유소병설 편의점 체인사였다가 작년 6월 28일자로 쿠쉬타르가 44억 달러에 인수됐다. 미국과 캐나다에 1,300개의 매장을 가지고 있으며 이 중 666개가 텍사스에 포진해 있었는데 이들을 전부 인수한 결과 쿠쉬타르의 몸집은 더 커졌다.

1월1일, 1월 2일 각각 시행 메이저 담배 회사 가격 인상

임페리얼토바코와 RBH가 신년 벽두부터 담배 가격을 인상한다. JT는 인상 계획이 없는 것으로 알려졌다. 이하 두 회사 가격인상 정보를 표로 정리한다. ■



■ 임페리얼 (1월 2일부터)

제품명	인상폭(카튼 당)
du Maurier 시리즈 전부 *Nano는 제외	\$1.50
Player's 시리즈 전부 * Plain도 포함	\$1.50
여타 프리미엄급 - du Maurier Nano, du Maurier FC Special Blend - John Player Special, Marlboro, Matinee, Medallion, Vogue Superslims, Vogue Demi-Slim	\$2.00
Peter Jackson, Viceroy, Pall Mall, Pall Mall Special	\$2.00
*John Player	\$0.27

*John Player는 가격 할인을 인보이스상으로 반영 예정.



Rothmans, Benson & Hedges Inc.

■ RBH (1월 1일부터)

〈 일반담배 〉

제품명	인상폭(카튼 당)
Accord	\$3.00
Belvedere, Canadian Classics, Craven A, Dunhill, Gauloises, Number 7, Philip Morris, Rooftop, Rothmans	\$2.00
Belmont	\$1.50
Next	\$0.27

〈 기타 〉

Fine Cut	인상폭	Cigar	인상폭
100g (1 x 100g Tub)	\$0.70	25개비 (1 x 25 boat of singles)	\$0.63
200g (1 x 200g Tub)	\$1.40	80개비 (8 x 10 boat of 8 packs)	\$2.00
250g (5 x 50g pouches)	\$1.75		



KCWA (캐나다한인여성회) 2018년 1월 프로그램

등록 및 문의 416-340-1234 www.kcwa.net

세이프 영어 클럽

- 일시: 1월 10일-3월 28일 (매주 수)
오전 10시 - 오후 12시
- 장소: KCWA 노스욕
SSAFE: Spousal Sponsorship
Applicants' Friendly Exploration
- 정착영어와 캐네디언 문화배우기
*대상: 배우자 초청 이민 또는 예정자
(*1월-3월 12회: 등록비 20불)

캐나다시민권 준비반

- 일시: 1월 11일 & 18일 (목)
오전 10시 - 오후 2시
- 장소: KCWA 노스욕
- 1. 캐나다시민권 권리와 책임
- 2. 캐나다의 역사, 근현대사
- 3. 캐나다 정부, 사법시스템
- 4. 캐나다 상징, 경제, 지리

CVITP 자원봉사 안내

- 일시: 1월 16일 (화) 오후 6시 - 8시
- 장소: KCWA 노스욕
- 1. KCWA 소개
- 2. CVITP 란?
- 3. CVITP 자원봉사자 역할, 요건
- 4. 자원봉사자에게 주어지는 혜택
- 5. E-file 신청안내

시민권 신청 안내

- 일시: 1월 17일 (수)
오후 6시 - 오후 8시
- 장소: KCWA 노스욕
- 1. 캐나다 시민의 의미
- 2. 시민권 개정안 안내
- 3. 시민권 신청을 위한 안내
(신청서 작성, 준비서류, 진행절차)
- 4. 시민권 시험 및 시민권 선서식 개요

KCWA 무료 정착 서비스

- 다운타운: 27 Madison Ave. Toronto
 - 노스욕: 540 Finch Ave. W., Toronto
- 사전 약속 필수: 416 · 340 · 1234



시니어를 위한 혜택: 노인연금

- 일시: 1월 19일 (금)
오전 10시30분 - 오후 12시30분
- 장소: KCWA 다운타운
- 1. 캐나다 은퇴연금/노령보장연금
- 2. 소득보장 보조금/온타리오 보조금
- 3. 배우자 수당/사별배우자 수당
- 4. 한해 사회보장 협약

편의점 하나 운영하는 것이 과거처럼 그리 단순한 일이 아니다. 복잡한 변수들이 너무 많아졌고 위기 요인이 도처에 깔려있다. 더 부지런히, 더 스마트하게 접근해야 할 과제를 안고 있다. 디지털 세상에 변화가 너무 빨라 따라가기 벅하다. 이런 와중에 손님에게 좋은 인상을 주고 재방문의 동기를 부여할 방법의 하나로 편의점 업계에서는 디지털 표지판(digital signage)이 주목받고 있어 이를 상세히 살펴보고자 한다.

매우 역동적으로 보이는 디지털 표지판은 시선잡기에 그만이다. 구태의 연한 과거의 선전물보다 디지털 표지판은 업소에 대한 전반적 이미지를 더 모던하고 전문성이 있어보이게 만든다. 편의점이라고 예외가 아니다. 특정 공간에 이런 것이 하나 설치되어 있으면 신축성있는 마케팅이 가능하며 팔고자 하는 상품의 브랜드 홍보에 탁월한 효과를 증명한다.

좀더 구체적으로 어떤 효과가 있는지 두가지로 요약한다. 첫째 손님의 구매력을 촉진시킨다. 장바구니가 커진다는 말이다. 둘째, 광고를 통해 추가 수익을 창출한다. 광고 스폰서를 통한 지원금이 생긴다는 말이다.

과거 협회에서 전문 광고 대행사와 제휴해 이 사업을 시도해보려고 했으나 결과는 유아무야됐다. 이유는 여러가지였으나 여하튼 시도 자체는 분명히 의미가 있었다. 이제 당시를 되돌아보며 접근의 원칙을 재정립해보자.

■ 투자 대비 효과의 극대화

업주 입장에서 디지털 표지판 설치 투자 효과를 극대화할 수 있는 3가지 키워드가 있다. 첫째 DOOH 광고, 둘째 연쇄 판매(upselling), 셋째 교차 판매(cross selling). 개념을 하나씩 살펴본다.

1. DOOH 광고

‘digital out-of-home의 약자이며 광고 분야의 전문 용어로 많이 사용한다. 공공장소나 상업공간에 LCD, LED 디스플레이를 통해 정보, 엔터테인먼트, 광고 등을 제공하는 디지털 광고 미디어를 통칭해서 이렇게 부르고 있다. 이를 이용한 광고 시장 규모가 한국에서도 2016년 기준으로 2조 6,000억원이며 2020년에는 4조에 이를 것으로 전망하고 있을 정도로 유망한 사업으로 꼽힌다.

편의점과 같은 소매업소에 국한해 볼 때 이 광고는 업소로 하여금 업소 자체의 홍보 또는 특정 브랜드 상품 광고를 디지털 표지판 스크린에 나타내게 한다. 프랜차이즈인 경우에는 고유의 네트워크를 개발 구축하고 자사 상품과 브랜드 그리고 서비스 등을 광고하는데 특정 지역에 한정할 수도 있고 전국 단위로 동시 광고도 가능하다. 이미지 통일화를 위한 훌륭한 기능을 발휘한다.

규격도 다양하다. 업소 내부는 스크린이 큰 편이다. 주유소 주유대에 설치되어 있는 스크린은 소형이다. 요즘 누구나 흔히 경험하듯이 주유소에서 기름넣으며 멀뚱히 있는 손님의 시선을 이 디지털 스크린이 사로잡는다. 할인 광고 문구가 흘러간다. 디자인도 예뻐 구경하는 재미도 있다. 그러다 보면 구매욕구가 생긴다. 업소 안에 들어가 뭔가 사게 된다. 광고 스폰서 입장에서는 매출 증대의 기회이고 손님 입장에서는 정보 획득의 기

과감한 투자로 매출 증대 분위기 조성해야

디지털 표지판이 중요한 두가지 이유



▲ 패스트푸드 프랜차이즈 업장, 편의점 등 소매업소에 설치된 디지털 표지판 광고. 손님 시선잡기에 안성맞춤인 홍보 수단으로 각광받고 있다.

회가 된다. 업주는 매상이 늘어 좋고,

는 사실에 주목하는 것이다.

2. 연쇄판매(upselling)

디지털 표지판 광고는 판촉 효과가 커 고객들로 하여금 당초 쇼핑 계획 목록에 없던 아이템을 추가하는 강력한 동기를 유발한다. 앞서도 예를 들었지만 주유소에서 기름넣으며 소형 디지털 스크린에 시선이 머물면 세차 할인 광고 문구가 지나간다. 실제로 당초 생각이 없었다가 세차까지 해 버리는 손님이 많다. 업소 내에서 샌드위치를 사려다가 '식사콤보'(meal deal)로 칩이나 드링크를 보태면 얼마 할인한다는 판촉 문구 또한 업셀링의 결과를 가져온다. 적기에 재고 관리의 적정성 효과까지 내면서 역동적인 판촉 활동을 할 수 있다. 간단히 말해 손님 주머니를 좀 더 털 수 있는 인센티브다.

3. 교차 판매(cross selling)


2의 연쇄 판매가 콤보를 통한 장비구니 키우기, 다시 말해 콤보 할인 전략이라면 교차 판매는 이와는 약간 다른 개념으로 많이 혼용해 사용한다. 콤보가 아니라 별개의 제품을 추가 구입하게 하는 전략이다. 예를 들어 생수 한병을 사러 들어온 손님이 디지털 광고 문구 "치즈버거 ㅇㅇ 할인"을 대하고는 계획에 없던 치즈버거를 추가로 구입하는 경우다. 그리고 이런 별개의 추가 구입 유도책으로 디지털 표지판 광고가 위력을 발휘한다


예를 하나만 더 들자. 셀프 커피 키오스크에서 커피를 겁에 따르는 동안 디지털 표지판에 이번주 복권 잭팟 상품 소개 문구가 나타난다. 커피와 복권은 전혀 상관없는 제품이다. 콤보로 묶은 것은 더더욱 아니다.

하지만 새로운 정보를 접한 손님이 계산대에 와서 복권도 함께 구입하면 장비구니가 커지는 셈이다. 물론 구두상으로 복권 구입 권유를 할 수도 있고 당연히 그렇게 해야 하지만 여기다가 디지털 홍보까지 더해지면 효과가 배가된다는 말이다.



▲ 업셀링과 크로스셀링의 차이점을 잘 보여주는 상징적인 그림. 디지털 표지판을 활용해 이들 판매 전략을 구사하면 매출 증대에 효과가 크다.





2/0/1/8 OKBA 장학생 선발 공고

본 협회는 회원 자녀들의 학업 정진에 대한 격려 및 회원에 대한 감사의 표시로 매년 장학생을 선발하여 소정의 장학금을 지급하고 있습니다. 아래 사항을 참고하시어 많은 신청 바랍니다.

신청 서류

1. 신청서
2. 지구협회장 추천서
3. 성적증명서(학교에서 직접 발행한 증명서, 학교 온라인으로 프린트된 증명서는 접수 불가)
4. 자기소개서(Essay)
 - 심사항목 : 사회봉사 활동, 미래지향적 비전

신청 자격

1. 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀 (2015년 1월 31일 이전 회원 가입)
2. 접수마감일(2017년 1월 31일) 까지 정회원 자격 유지
3. 본 장학금 첫 수혜자로 2년차 이상 재학 중인 풀타임 대학생(대학원생 제외)
4. 당해년도 성적증명서에 F학점 과목이 없을 것.
5. 당해년도 한 가정 한 자녀에 한함.

진행 일정

- 1월 31일 (화) 신청서류접수 마감 (*우편접수시 소인날짜 기준)
- 2월 10일 (금) 신청서류 심사 (장학분과위)
- 수여자 최종 확정 통보 (심사 완료 후 즉시 우편통보)

기타

1. 신청서, 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트 www.okba.net 공지사항에서 출력
2. **접수 마감은 1월 31일 (화)**
3. 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외
4. 신청 공고는 실험뉴스 715호 (2017년 1월 4일) 716호 (2017년 1월 18일) 에도 게재 예정

■ 설치 지점의 효과 극대화

앞에서는 투자 대비 효과가 다대하다는 점을 살펴봤고 몇가지 개념에 대한 이해도 있었다. 이하에서는 그러면 업소 어느 곳에 디지털 표지판을 설치해야 효과가 가장 좋은지를 따져본다. 업소마다 다르겠지만 5가지 핵심포인트가 있다.

1. 업소 외부

업소가 트럭스톱이나 하이웨이 인근 주유소 병설 편의점이라면 대형 LED 광고판 설치를 고려해볼 수 있다. 지나가던 운전자의 시선을 잡아 끌어 자신의 업소로 유도한다. 따라서 규격이 클 수밖에 없다. 주유소를 겸하는 경우 주유대에 소형 LED광고판을 설치하는 것은 당연하다. 이 광고판을 통해 업소 내부로 유인해 볼만한 아이템 홍보를 한다. 앞서 말한 세차 할인일 수도 있고 푸드서비스 할인일 수도 있다.

2. 업소 내부

손님이 계산대 앞에 줄을 서게 되는 경우 디지털 표지판에 판촉, 이벤트, 서비스 정보 등이 흐른다. 손님이 기다리기 무료하니 잠시지만 시선을 이곳으로 가져간다. 머리속에 메시지가 각인되고 기억된다. 즉각적인 충동이 일어나 추가 쇼핑으로 이어질 수도 있다. 셀프서비스 키오스크에 마련돼 있으면 종업원의 일손도 덜어지고 더 빠른 서비스 응대가 가능해진다.

3. 메뉴판 대응(menuboard)

이미 체인 소매업장에 가면 누구나 경험하듯이 메뉴판을 이 디지털 표지판이 대신하고 있다. 편의점은 패스트푸드점의 메뉴판을 벤치마킹할 필요가 있다. 볼만한 규모의 푸드서비스를 겸하는 편의점이라는 더더욱 이를 도입해야 한다. 예를 들어 아침 메뉴로 무엇이 있고 저녁 메뉴로는 무엇이 있는지를 홍보할 수 있다. 매번 새로이 메뉴얼로 작업할 필요도 없고 디지털 시스템으로 정보를 바로바로 교체할 수 있다. 손님에게 전문적이고 모던한 이미지를 주니 신뢰성도 높아지고 홍보 작업의 효율성도 누릴 수 있는 장점이 많다. 설치 지점은 당연히 푸드서비스 코너 상단 벽이 돼야 할 것이다.

4. 부가 서비스 정보

일반 편의점하고는 거리가 좀 멀겠지만 부가 서비스가 많은, 규모가 큰 편의점 예를 들어 트럭스톱에 위치한 편의점은 세탁, 세차, 목욕, 레스토랑 등의 기능을 겸하고 있다. 바로 이런 위치의 편의점이라면 디지털 표지판 광고가 아주 돋보이고 실용적이다. 일일이 어떻게 말로 다 설명하겠는가. 손님의 씹씹이도 이 경우에는 아주 커진다. 트럭 운전자만이 아니라 그냥 지나가는 여행객이라 하더라도 원스톱 서비스가 가능하면 지출액은 거금이 된다. 휴게소 단지 내 적정한 곳의 손님 시선과 직접 마주치는 곳이 포인트다. 물론 업소 내부에도 동시에 설치될 것이다.

5. 냉장/냉동고 문짝

전통적인 유리문짝이라면 불가능하지만 요즘 편의점 냉장·냉동고가 첨단을 달리다보니 우리도 투명한 LCD 혹은 OLED문짝이 많이 등장하고 있다. 한국에서는 미래형 스크린 도어라고 해서 지하철에서 많이 볼 수 있는 도어가 OLED도어다. 여하튼 이런 도어이면 디지털 표지판 광고가 가능하다. 특정 브랜드 홍보를 통해 해당 회사로부터 광고 수익도 챙길 수 있다.



▲ 첨단 냉동고 유리문짝인 LED도어와 디지털 표지판 광고가 잘 접목된 모습.

이상 디지털 표지판 설치와 투자의 중요성을 모두 살폈다. 테크놀로지가 이제 더이상 선택하고 말고 할 시대가 아닌 필수적으로 도입해야 할 시대에 살고 있다. 편의점의 변신은 보다 창의적이고 보다 편리하고 보다 자극적인 판촉으로 방향을 잡아야 한다. 투자한 만큼 매출 증대의 기회는 많았으며 효과도 기대 이상으로 크다. 초기 비용 투입이 부담스럽겠지만 어느 정도 여유가 된다면 한번 과감하게 고려해볼 필요가 있을 것이다. ■

발본색원 위해 경찰력 대대적 강화 예고

온주PC, 불법담배퇴치 총선 공약 채택

지난 8월부터 돌입한 협회 주도하의 '편의점살리기(SOS)캠페인'이 그 일환으로 가동시키고 있는 웹사이트 www.saveourstores.ca 가 작년 12월에 최신 소식으로 온주 보수당 공약의 하나인 불법담배퇴치 방안을 소개했었다.

온주 보수당은 오는 6월로 예상되는 총선에 대비하기 위해 이미 작년 11월 경에 당 보고대회를 열고 공약집 'People's Guarantee'까지 발간한 바 있다. 이 공약 목록에 최종적으로 편의점 주류판매 허용은 채택되지 않아 당시 협회를 비롯한 편의점 산업이 적지않은 실망을 하기도 했다. 그러나 불법담배를 응징하겠다는 의지는 어느때보다 강력하게 표출된 점에 대해서는 고무적 반응을 보였다. 이하 사이트에 게재된 관련 기사를 요약 정리한다.

온주내 독립편의점업계의 최대 규모 단체인 온주한인실업인협회(OKBA)가 온주보수당(PC)이 최근 발표한 불법담배퇴치 캠페인 공약에 대해 크게 환영한다는 입장을 밝혔다. PC는 이 공약을 최종 공약집 형태로 발간한 'People's Guarantee'에도 포함시켰는데 불법담



▲ 제 1 야당인 온주 보수당의 공약집. 잡지형태로 발간했으며 패트릭 브라운 당수가 커버 사진으로 크게 인쇄돼 있다.

배를 보다 강력하게 다루기 위한 경찰력을 확충하겠다는 것이다. 온주 내 지자체 경찰력까지 포함해 대대적인 인력 보강을 하고 필요한 조치나 집행력을 발동할 권한도 부여할 것이라고 했다.

공약은 수색과 압수 권한까지 발휘토록 하고 지자체 경찰력과 주 경찰력의 통합 공조 관리 시스템도 구축하는 것으로 되어 있다. 나아가 불법담배 제조 조직으로부터 압수한 수익금은 관련 지자체 경찰당국이 적절히 처분해 공금으로 활용하는 권한도 주어질 것이다. (*이는 퀘벡주정부 제도를 벤치마킹한 것으로 보임.)

OKBA에 따르면 온주내에서 점점 더 많은 편의점이 폐업을 하고 있으며 이는 현 집권 자유당 정부의 불법담배에 대한 강력하고 효율적인 대응이 없기 때문이다. 불법담배를 비롯한 편의점 영업환경의 악화로 협회 회원수는 지난 10여년 동안 500여 개 이상이 감소했다고 한다. 협회 차동훈 전무는 "온주 PC가 우리의 이슈들에 깊이 주목하고 집권하면 불법담배에 대한 의미있는 조치를 하겠다고 공약한 것을 환영한다."고 말했다. ■



온타리오 봉사상 신청 공고 Ontario Volunteer Service Awards



온타리오 주정부에서 매년 온타리오 봉사상을 수여해오고 있습니다. 정부는 비영리단체나 조직을 위해 헌신적으로 봉사해온 자들의 노고를 치하하기 위해 지난 1986년부터 이 행사를 시행해오고 있습니다. 이 상은 봉사 기간에 따라 5년, 10년, 15년, 20년, 25년, 30년, 40년, 50년, 60년 이상 등 총 9종이 있습니다. 협회에도 매년 추천의뢰가 오고 있으며 최대 6명까지 추천이 가능합니다. 2018년 추천자를 위해 다음과 같은 사항을 공지하오니 지구협회장은 소속 회원들 중 기준에 부합하는 회원을 추천해주시기 바랍니다.

1. 추천인원

6명 (OKBA가 정부에 추천할 수 있는 최대 인원임)

2. 추천대상

OKBA 회원으로 5년 이상 협회 (본부협, 지구협)를 위해 헌신적이고 지속적으로 봉사한 자.
(*5년 이상 기간은 중간에 단절이 있으면 정부측 기준에 따라 추천 불가능)

3. 추천방법

회장단, 이사장단이 추천한 자, 지구협에서 자체 이사회 의결을 거친 후 지구협회장이 추천한 자.
(*주정부로부터 이미 명예 또는 봉사상을 수상한 자는 제외)

4. 신청마감

2018년 1월 16일 (화)

5. 신청서 양식

양식은 협회 웹사이트 www.okba.net 공지사항 '온타리오 봉사상 신청 공고'에서 '추천서'양식을 출력해 사용하시기 바랍니다. 이 양식과 함께 별지에 '추천사유서'를 첨부해야 합니다. 작성된 추천서류는 우편이나 팩스 또는 직접 제출 모두 가능합니다.

- 주소, 175 The West Mall, Etobicoke, ON M9C 1C2
- 전화, 416-789-7891
- 팩스, 416-789-7834

개에 얽힌 고사성어



2018년 대망의 새해가 밝았다. 무술년(戊戌年) 개의 해다. 올해 실험뉴스 첫호 교양상식도 예년처럼 띠에 얽힌 고사성어를 소개하는 것으로 시작한다.

개는 사람이 살아오면서 직접적인 관계를 유지해온 대표적인 동물이며 가족의 한 구성원이 된 이래로 수 많은 세월을 사람 곁에서 줄곧 함께 살았다. 무엇보다 개는 인간을 너무 좋아한다. 특별히 훈련시키지 않아도 인간의 말귀를 잘 알아먹고 명령에 따라 행동하는 충직함과 영리함에서 개를 따를 동물은 없다.

이처럼 오랜 역사와 전통의 인연을 맺고 늘상 사람곁에서 충직하게 살아오며 집도 지켜주고 주인에게 즐거움도 주고 가끔가다가는 주인이나 주인 자식 목숨 살리기 등 기적같은 미담의 주인공이 되기도 한다. 그런데 어찌서 한국사람들은 일상적 언행에서 그토록 개를 '개무시'하는지 알다가도 모를 일이다. 이성적으로 개를 평가함에 있어서는 호감 일색이건만 입만 열면 욕설에 '개'를 갖다 붙이는 것은 기본이고 수많은 속담과 관용적 표현에서 개는 부정적 상황을 묘사하는데 빠짐없이 등장한다. 몇가지 예를 들어보자. 너무나 흔해서 욕같이 들리지도 않는 '개새끼'를 비롯해 개쌍놈, 개쌍년, 개같은 ~ 등등 수백가지가 있어 열거하기도 힘들다.

뒤통이 잘 못돼 소독이 전혀 없거나 무시당했을 때 '개털됐다'고 하고 상황이 난잡해지면 '개관됐다'고 한다. 개가 욕을 먹으니 별 상관도 없는 돼지까지 겹쳐 '개돼지만도 못한 놈'으로 싸잡아 욕질이다.

속담과 관용적 표현도 몇개만 집고 넘어가자. "부지런한 개가 더운 똥 먹는다.", "개가 똥을 마다하라.", "개눈에는 똥만 보인다." 맨앞의 것은 그나마 근면함을 강조하는 긍정적인 표현임에도 결국 뜻과는 관련없이 더러운 이미지가 떠오른다. 요즘 잘쓰는 유행어로 '개드립을 날린다.', "개드립을 친다."가 있는데 개드립은 '개'와 '에드립'을 합성한 속어다. 예를 들면 최순실 테블릿이 과학적으로 최순실 것임이 명백하게 증명됐음에도 계속 조작된 것이라고 우기는 모 국회의원에게 "아무개 의원 개드립 날린다." 라고 표현하면 적격이겠다. 돼먹지 않은 소리를 의미하는 전통적인 표현인 '개소리' 혹은 '개나발'의 최신 버전이라고 보면 된다. 유사한 표현으로 "개 풀뜯어먹는 소리"도 있다.

"개같이 벌여 정승같이 쓴다"는 속담은 또 어떤가. 직업의 천함을 가리지 않고 열심히 벌여 귀하고 의미있게 돈을 쓴다는 표현인데 왜 하필 '개같이'인가. '개밥의 도토리'도 있다. 현대 속어로 '왕따'가 되겠다.

"개꼬리 삼년 묵어도(묻어도)죽제비 꼬리 안된다"는 속담도 의미심장하다. 한문으로 표현하면 三年狗尾 不爲黃毛(삼년구미 불위황모)이며 여기서 '황모'는 죽제비털이다. 개 꼬리를 아무리 오래 간직하여도 귀하고 비싼 죽제비 꼬리털이 될 수는 없듯이 처음부터 잘못된 것이나 또는 바탕이 나쁜 것은 아무리 소중히 다루고 가꾸어도 좋게 될 수 없음을 이르는 말이다.

이밖에도 "개 보름 쇠듯 한다"(명절 날 잘 먹어야 하는데 그렇지 못하고 굶고 넘어간다), "도둑맞으려면 개도 안짓는다"가 있다. "재상집 개 죽으면 문상와도 정작 재상 죽으면 문전이 조용하다."는 속담은 세력이 시들하면 문지방이 닳도록 들락거리던 아첨꾼들이 발길을 뚝 끊는 매정한 인심을 일컫는다. 서론이 너무 길었다. 하도 개를 무시하는 우리네 언어가 개탄스러워 좀 길게 인용한 것인데 이하 본론으로 중요한 사자 고사성어를 소개한다.

● 喪家之狗(상가지구)

말 그대로 '상가집 개'라는 뜻이다. 먹지 못해 빌빌거리며 초상집이나 기웃거리는 개의 모습에 빗댄 것인데 유래는 춘추전국시대에 공자(孔子)가 천하를 유랑할 때 그 모습이 상가집 개와 같다고 한데서 나온 표현이다. 의지할 데 없이 굶주리며 초라한 행색을 하고 있는 모습을 말한다.

● 泥田鬪狗(이전투구)

진흙탕의 개싸움이라는 뜻으로 긴 설명을 요하지 않는다.

● 堂狗風月(당구풍월)

원래는 당구삼년괘풍월(堂狗三年吠風月)인데 줄여서 이렇게 표현한다. '당구(堂狗), 즉 서당개 3년이면 풍월을 읊는다는 뜻이다. 무식하거나 어리석은 사람도 한가지 일을 오래하면 그 일에 능숙해지는 것을 묘사할 때 적합하다.

● 犬兔之爭(견토지쟁)

옛날 중국에 한로라는 개가 동곽준이란 토끼를 쫓아서 서로 쫓고 쫓기다가 지쳐 둘다 죽었는데 지나가던 사람이 둘을 다 취했다고 한 고사에서 유래된 표현으로 어부지리(漁父之利)와 유사한 표현이다.

● 狗尾續貂(구미속초)

"개구, 꼬리미, 이을속, 담비 초"를 합성한 사자성어다. 옛날 중국의 사마륜(司馬倫)이라는 자가 왕위를 찬탈한 후 자기 꼬봉들에게 관직을 마구 남발했다. 이때 관직 하사와 더불어 내리는 모자에 값비싼 담비 꼬리털을 붙여주는데 하도 관직을 남발해 담비꼬리 품귀현상이 일어나 할 수 없이 개 꼬리를 붙여 주자 세인들이 이를 조롱한데서 유래됐다. 훌륭한 것 뒤에 따르는 보잘 것 없는 것을 이를 때 표현한다.

● 兔死狗烹(토사구팽)

<토끼 토 죽을 사 개 구 삶을 팽> 토끼가 죽으면 토끼를 잡던 사냥개는 더 이상 쓸모가 없게 되어 주인에게 삶아 먹히게 된다는 뜻으로, 필요할 때는 쓰고 필요없을 때는 야박하게 버리는 경우를 이르는 유명한 사자성어다. 한(漢)나라 유방(劉邦)이 자신의 심복이자 탁월한 명장 한신(韓信)을 처단했던 일화에서 나왔다고 하지만 최초의 유래는 이보다 훨씬 전인 춘추시대 오나라와 월나라가 대립하던 시절로 올라간다. 오월동주(吳越同舟), 와신상담(臥薪嘗膽)등 술한 고사성어를 낳게 한 원수지간의 두 나

라 싸움은 최종적으로 월나라의 승리로 끝을 맺는다. 오나라를 멸망시킨 월왕 구천(句踐)에게는 탁월한 지략가 범려(范蠡)라는 인물이 있었다. 전쟁이 승리로 끝난 후 그가 자신의 왕을 평가하기를 “고생할 때는 함께 고락을 할 수 있지만 부귀해지면 교만해지고 공신들마저 죽일 인물”이라고 예측했다. 그러면서 내뱉은 말 중의 한 대목이 “교활한 토끼가 죽으니 좋은 사냥개를 삶는다”(狡兔死 良狗烹)라는 표현이었고 이를 줄여 토사구팽이라는 사자성어로 정리돼 후세 사람들의 입에 회자된 것이다. 실제로 범려는 관직을 물러나 몸을 피해 목숨을 건졌으나 그의 동료들은 구천에게 개죽음을 당했다.



▲ 토사구팽에 얽힌 5인방. 위 좌로부터 YS, 김재순, 김종필, 견공, 토옹

토사구팽이란 말은 중국 고전에 밝지 않으면 그리 쉽게 접근할 수 있는 사자성어는 아니다. 그런데 두명의 정치인 덕분에 이 어려운 고사성어가 일반인들에게 널리 알려졌다. 한명은 김재순(金在淳 1923~2016)이고 또 한명은 김종필(金鍾泌 1926~)이다. 김재순은 공화당, 민정당 시절에 걸쳐 수차례 국회 의원과 국회의장까지 지낸 인물로 1990년 3당 합당 후 YS를 도와 대통령에 당선시킨 공로자였다. 그러나 YS는 정권을 잡은 후 구시대 정객들을 털어내기 위해 고위공직자 부정축재 조사를 통해 1993년 김재순을 아웃시킨다. 이에 불만을 품은 김씨는 의원직을 사퇴하며 이 말을 던져 세간의 주목을 끌었다.

그로부터 2년 뒤인 1995년 김종필은 YS가 대통령을 하고 자신이 민자당 대표를 맡아 동거하던 관계를 청산하고 민자당을 탈당하면서 역시 이 사자성어를 쓰며 울분을 토했다. 비정한 정치판 때문에 한 시대를 풍미하는 경구가 된 고사성어는 이후 믿었던 사람에게 내쳐진 경우 “팽당했다”라는 표현까지 낳으며 지금까지도 대중들의 입에 달고사는 말이 됐다.

● 견마지료(犬馬之勞)

〈개 견 말 마 갈 지 힘쓸 로〉 견마지충(犬馬之忠)이라는 표현으로도 많이 사용한다. 개나 말의 하찮은 힘이라는 뜻으로 임금이나 나라에 충성(忠誠)을 다하는 노력(努力) 혹은윗사람에게 바치는 자기(自己)의 노력(努力)을 낮추어 말할 때 쓰는 말이다.

뭐 그리 어려운 것도 없는 사자성어이지만 대한민국 현대사의 한 인물이 이 표현을 극진히 사용하며 ‘대 일본제국’에 충성맹세를 했다는 역사적 사실에 주목할 필요가 있다. 그 인물은 바로 박정희(일본명 다카키 마사오)다. 문경에서 보통학교 훈도(선생)를 지내고 있던 박정희는 일본 괴뢰국인 만주국 육사(만주 군관학교)에 들어가기를 소원한다. 그러나 이미 22세 나이로 연령제한도 걸리고 호적상으로 기혼자이기도 해서 절대 입학이 불가능했다. 그런데도 얼마나 일본군 장교가 되고 싶었는지 비장한 결심끝에 “한목숨 다 바쳐 충성함 박정희”(一死以テ 御奉公 朴正熙)라는 맹세의 혈서와 입학 청탁 편지를 함께 동봉해 원서를 냈다. 이를 읽어보고 감격한 학교측이 그에게 입학할 허락한다. 이것이 계기가 돼 2년 뒤에는 성적 우수자로 일본육사에 편입해 졸업까지 마치고 오매불망 원하던 일본제국의 장교로 충성스럽게 복무하다가 패망을 맞는다. 해방이 아니라 그에게는 분명 패망이었다.

그때 입학 청탁 편지 쓰면서 바로 저사자성어를 사용했다. 대일본제국을 위해 건마의 노력, 건마의 충성을 다하겠노라는 절절한 내용이 어찌나 감동적이었는지 당시 만주에서 간행되던 일본어 신문인 만주신문에도 ‘미담(?)’으로 소개가 됐을 정도다. 이하 신문기사 내용을 국문으로 그대로 옮겨본다.



▲ 만주신문 1939년 3월 31일자 박정희 관련 기사

『혈서(血書) 군관지원 반도의 젊은 훈도(訓導)로부터 29일 치안부(治安部) 군정사(軍政司) 징모과(徵募課)로 조선 경북 문경 서부 공립소학교 훈도(訓導) 박정희군(23)의 열렬한 군관지원 편지가 호적등본, 이력서, 교련검정합격 증명서와 함께 ‘한번 죽음으로써 충성함 박정희(一死以テ御奉公 朴正熙)’라는 혈서를 넣은 서류로 송부되어 계원(係員)을 감격시켰다. 동봉된 문서에는 “(前略) 일계(日系) 군관 모집요강을 받들어 읽은 소생은 일반적인 조건에 부적합한 것 같습니다. 심히 분수에 넘치고 송구하지만 무리가 있더라도 반드시 국군에 채용시켜 주실 수 없겠습니까. (中略) 일본인으로서 수치스럽지 않을 만큼

의 정신과 기백으로써 일사봉공(一死奉公)의 굳건한 결심입니다. 확실히 하겠습니다. 목숨을 다해 충성을 다할 각오입니다. (中略) 한명의 만주국군으로서 만주국을 위해, 나이가 조국(일본)을 위해 어떠한 일신의 영달을 바라지 않겠습니다. 멸사봉공(滅私奉公), 견마(犬馬)의 충성을 다할 결심입니다.(後略)” 라고 펜으로 쓴 달필로 동군의 군관지원 편지는 이것으로 두번째...

개처럼 일본에 충성을 다하겠노라는 이 편지를 대하면 마음 저 밑바닥으로부터 감동의 물결이 쓰나미처럼 밀려오지 않는가... “텐노 헤이가 반자이!(天皇陛下万歳!, 천황 폐하 만세)”가 신년 벽두부터 아련히 귓전을 때린다. ■

〈연재〉

사진으로 보는 우수 디자인



업소 외관과 내부

〈9〉 Gas N Wash

미국 편의점 업계가 선정한 우수 디자인 및 인테리어를 자랑하는 모범 업소 연재 시리즈 9번째 업소인 Gas N Wash Convenience를 소개한다.

● 소재지 : 일리노이주 모네카(4,000평방피트)

개스엔워시는 독립 편의점이다. 시카고 남단의 모네카라는 마을에 소재하는 이 업소는 주유소 병설 편의점으로 세차시설까지 갖춘 윈스톱 쇼핑이 가능한 업소다. 기본 개념은 단순함과 편리함이다. 주인 렌 매키너리 씨는 편의점업계 전문 온라인 매체에서 동영상으로도 만날 수 있다. 그만큼 이 편의점은 명소로 소개될 정도로 주목할 가치가 있다.

주인 이야기를 직접 들어보자. “주유소 설비는 간편하고 쉽게 이용할 수 있는 것을 최우선으로 삼았다. 기름도 넣고 돈도 아낄 수 있다. 3가지 등급의 개스에 환경 에너지 연료인 E85, 디젤, 프로판가스까지 모든 것을 다 갖췄다.”

한군데 주유소에서 사실 이런 다양한 종류의 연료를 갖추기는 흔치 않은데 이렇게 한 것에 대해 매키너리 사장은 무척 자부심을 가지고 있다. 여기다가 자동차 세차 설비에 애완동물 목욕설비까지 갖추고 있다. 편의점 내부 공간은 4,000평방피트이며 안에 들어가면 품목별 구간이 쉽게 식별이 되도록 한 인테리어 구조가 손님 동선을 매우 편하게 만들어 주고 있다.

간결한 구획정리와 쇼핑의 편의성이 충분히 배려된 곳이다. 선반 구조는 길고 가늘게 이어지고 있으며 대각선 마주보기로 배치돼 냉장고나 냉동고의 내용물이 어느 각도에서 바라봐도 다 드러나게 돼 있다.

만약 어느 손님이 대용량 우유 한통을 사러 왔다면 출입구에 들어서 마주보는 냉장고를 쪽 둘러보고는 바로 어디에 이것이 있는지 알 수 있다.

또, 간편 식사거리도 취급하는데 뜨끈뜨끈한 피자, 들고 나갈 수 있는 기성 샌드위치나 샐러드가 있고 신선한 몇가지 과일도 갖추고 있다.

그야말로 윈스톱 쇼핑이 가능하다. 애완견을 데리고 이 업소에 오면 차 기름넣고 세차하고 식사도 해결하고 그밖의 여타 생필품도 구입하고 개 목욕도 시킨다고 상상해보라.

전문가 평가

예상대로 전문가들도 윈스톱 쇼핑에 주목하며 모범 업소로 칭찬이 자자하다. 이윤창출의 핵심을 파고 들었다. 투자비도 꽤 들었지만 신규 오픈하는 독립 편의점으로서 과감하면서도 실속있는 전략을 잘 구사했다고 보여진다. 디자인 측면만 보자면 이 업소만의 색조와 차별화된 분위기는 꽤나 돋보인다. 마치 중후하게 잘 차린 잡화점 분위기다.

벽은 전통적인 벽돌색에 우드를 감아둘러 매우 온화하고 친근한 느낌을 자아낸다. 그래서 빈티지 분위기의 그래픽을 배경으로 해서 늘어선 냉장·냉동고의 색색깔 음료수들이 적절한 조화를 발한다. 이 분위기와 색상은 옆에 붙어있는 던킨도너츠 가게의 벽색깔하고도 전체적인 밸런스를 이루면서도 업소 자체의 특성을 잘 살리고 있다. 처음 설계할 때부터 사려깊은 디자인 감각을 충실히 구현시켰다는 것이 전문가들의 평이다. ■

대사증후군 (Metabolic Syndrome) 과 당뇨 그리고 완치

당뇨, 고혈압, 콜레스테롤은 병이 아니고 증상이라고 했다. '대사증후군' (代謝症候群)이란 단어가 현재는 다소 생소해도 매우 익숙한 세상이 올 것이다. 당뇨, 고혈압, 비만이나 과체중과 매우 밀접하게 연관되어 있는 것이고 증상만 다를 뿐 원인과 결과가 같다.

1989년 당뇨협회에서 심장병 환자들을 연구하며 환자들의 프로파일을 만들다보니 공통적으로 증상들이 겹치는 것을 발견했는데 바로 고혈압, 복부비만, 그리고 공복 혈당(110이상)과 중성지방(150이상)이 비정상적으로 높고 좋은 콜레스테롤인HDL 수치가 너무 낮은 것을 발견했다. 이 경우 실제로 그 환자들이 심장병이 아닌 당뇨를 가진 사람들의 증상에 더 가깝다는 사실을 확인하고, 이 다섯가지 증상 중에서 세가지 이상의 증상이 있으면 대사증후군이라 진단을 내리기 시작했다.

그런데 이후 연구결과에 더 중요한 사실을 발견했는데, 바로 그 증상들의 가장 기본적인 원인자악의 근원은 '인슐린 저항'이고, 이것이 지속될 때의 참담한 결과는 심장마비 혹은 심혈관 질환이란 사실도 발견했다.

인슐린은 췌장에서 생성되는 호르몬의 일 종이다. 음식물이 몸에 들어가면 탄수화물은 포도당(glucose)으로 직접 분해되고, 단백질과 지방은 간에서 포도당으로 전환된다. 포도당은 가장 단순한 형태의 설탕이라고 보면 되고 우리들에게 익숙한 용어인 '혈당'으로 칭하기도 한다. 음식에 많이 넣는 설탕이 바로 포도당이라고 보면 된다.

포도당은 혈관을 통해 모든 세포로 전달돼 에너지로 사용되는데 포도당이 세포로 전달되기 위해 필수적인 것이 인슐린이다. 인슐린은 포도당을 세포로 통과시켜주는 열쇠다. 인슐린만 들어갈 수 있는 통로가 따로 있기 때문이다. 따라서 인슐린이 없다면 포도당이 세포로 들어갈수 없고 에너지 생성이 되지 않아 사망하는 것이다. 인슐린은 우리 몸에 없으면 안되는 필수적인 호르몬이다.

문제는 인슐린이 할일을 했으면 없어져야 하는데, 세포통로 입구에 끼어서 문제가 발생하는 것이다. 문제를 일으키는 주 원인은 자주 먹거나 많이 먹는 것이다. 몸에 음식이 들어가면 자동으로 신호를 주어서 인슐린이 생성되는데, 운동을 해서 세포의 포도당이 모두 에너지로 바뀌는 시간을 주지 않고 간식 등 음식물을 계속 주입하면 인슐린은 계속 생성되고 결국에는 세포가 인슐린을 인식하지 못하거나 저항하게 되는 것이다.

바로 이 결과물이 '인슐린 저항'이다. 당이 많은 음식이나, 가공식품 혹은 식품첨가물은 필수영양소는 부족한 반면 칼로리는 많아 비만이 발생하게 된다. 실제로 비만환자는 거의 영양실조 환자이기도 하다. 이런 경우, 임신도 힘들어지고 교감신경이 지나치게 자극되어 혈압이 올라가고 심장이 너무 일을 많이 해서 심장질환으로 이어지게 되는 것이다. 주로 앉아서 하는 업무에 스트레스와 운동부족까지 합쳐지고, 탄수화물의 과다섭취가 이어지면서 인슐린 저항이 오면 HDL 소위 '좋은 콜레스테롤'의 수치가 낮아지고 응혈, 혈전이 증가하며, 동맥경화증 발병, 난소 다낭증, 수면성 무호흡 증세



(Sleep Apnea), 간염과 간경변 증가, 고혈압, 혈당 수치 증가, 복부비만 증가, 신경 과민성 증세, 심근 증같은 무서운 병으로 이어지게 마련이다. 그러면 어떻게 하면 될까?

"당뇨는 치료가 없다"라는 말을 많이 들었을 것이다. 그나마 증상을 완화시키기 위해 음식다이어트, 운동, 요가, 인슐린치방 등을 할 수밖에 없다고 들어왔는데 과연 그럴까? 당뇨는 완치될 수 있다.

하지만 의학계나 제약회사로서는 그 대가가 두렵다. 현재 미국에서 당뇨증세를 완화시켜만 주는데

매년 3천억 달러, 그리고 소위 다이어트 프로그램에 6백억 달러를 낭비하고 있으며, 스낵식품(켄디, 칩스, 아이스크림 등) 연 매출액이 1,200억 달러에 달하고 있다. 이 액수는 거대한 미국 경제의 3%를 차지한다. 미국경제의 3%가 인슐린 저항과 싸우기 위해 소비되고 있는 셈이다. 따라서, 수없이 많은 사람들이 이 당뇨와의 잘못된 싸움에서 이익을 취하고 있는 한 '당뇨는 완치될 수 있다'는 말은 허공에 메아리일 뿐이다.

당뇨는 절대 약으로 치료할 수 없다. 당뇨로부터 탈출하기를 원하면 힘들어도 다음을 실행해야 한다.

1. 설탕 끊기. 단 몇 주라도 단 것, 탄산음료, 우유 등을 끊어야 한다. 몸이 제 기능을 찾고 쉴 틈을 줘야 한다.
2. 충분한 영양공급. 동시에 인슐린 저항을 완화시켜주고 몸의 혈당을 조절해주는 비타민 E, 알파 리포산(Alpha Lipoic Acid), 크로미움(Chromium), Co-Q10을 섭취한다.
3. 최대한 공복기간 오래 갖기. 자주 먹으면 몸에서는 쓸새없이 인슐린을 만들어내야 한다. 또한, 몸이 쉬면서 호르몬을 생성하게 도움을 주면, 호르몬이 치료를 해주기 때문이다. 식사를 정상적으로 영리하게 하면 충분하다. 간식은 삼가.
4. 운동, 특히 근력 고강도 트레이닝 하기. 칼로리는 큰 근육의 운동을 할 때 가장 많이 소비되기 때문이다. 또한, 땀이 독소를 배출해 준다. 다만, 배출되는 미네랄을 보충해 주어야 한다. 또 한가지 중요한 사실은 관절에는 혈관이 없어서 에너지 전달이 잘 안되고 관절이 굳기 쉽다. 따라서 운동을 해주면 림프가 정체되어 있다가 그 관절사이로 영양분이 전달되고 숨쉬기 운동을 할 수 있는 것이다.
5. 충분한 숙면과 스트레스 관리. 잠이 부족하면 인슐린 저항을 일으킨다는 것은 증명된 정설이다. 현대인의 깊은 잠 시간이 예전에 비해 2-3시간이 줄어들었다고 한다. 또한, 반드시 어렵게 하고 편안하게 자야 한다. 쪽잠은 포함되지 않는다.

다시 한번 강조하지만 당뇨에는 약이 없다. 약에 의존하지 않고 해내야만 당뇨는 완치될 수 있다. 물론 요 즙은 기능의학을 전도하는 신개념의 의사도 많이 늘었지만, 처방전에만 의지해서 당뇨환자를 대하는 의사에게는 얻을 게 단 하나도 없다는 사실을 깨닫고 노력해야 한다. 좋은 소식은 "노력하면 완치될 수 있는 것이 당뇨"라는 사실이다. <다음호에 계속> ■

OKBA 지구협 회장 전화번호

- 광역토론토 지구협회 -

- **Etobicoke**
회장 이두승 (416) 895 - 1277
- **New Market**
회장 금동진 (905) 836 - 6429
- **North York**
회장 김정렬 (416) 665 - 6709
- **Peel**
회장 양영국 (905) 891 - 9330
- **Richmond Hill**
회장 김대용 (905) 471 - 8079
- **Scarborough**
회장 송용희 (416) 755 - 3233
- **Toronto East**
회장대행 이동훈 (416) 924 - 0999
- **Toronto West**
회장 김재숙 (416) 975 - 0365
- **Weston & York**
회장 조용상 (416) 604 - 3116

- 남서부 지구협회 -

- **Brant County**
회장 박정현 (519) 752 - 5378
- **Halton & Hamilton**
회장 장은홍 (905) 679 - 4812
- **London**
회장 오세정 (519) 432 - 6672
- **Niagara Falls**
회장 김흥기 (905) 371 - 3539
- **Waterloo** 남서부 지구협의회 의장 겸임
회장 권순천 (519) 684 - 7444
- **Windsor**
회장 이응학 (519) 734 - 7111

- 동북부 지구협회 -

- **Durham**
회장 김병욱 (905) 433 - 1340
- **Huronia**
회장 진재원 (705) 487 - 2005
- **Kingston**
회장 장승원 (705) 639 - 1312
- **Owen Sound**
회장 위재광 (519) 794 - 2626
- **Peterborough**
회장 홍성훈 (705) 652 - 6323

www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻을 수 있습니다.

The screenshot displays the OKBA website interface. At the top, there's a navigation bar with 'www.okba.net' and 'OKBA 온라인 한인사업인협회' (Ontario Korean Businessmen's Association). Below this, there are several promotional banners and service listings. A prominent banner for 'OKBA PROGRAM STORE POS SYSTEM' features a POS terminal. Other sections include 'AVANTIS' (POS system), 'Nestle' (2017년 Nestle와 함께하세요), 'FritoLay Special' (2017.2.26~3.25), 'Weston Bakeries' (매일서비스), 'Merchant Services' (Preferred Pricing Program), 'OKBA PROGRAM STORE' (다문화가족지원사업), 'YENO' (OKBA Exclusive Deal), and 'Moneris' (카드사). There are also various news items and contact information for different regions.



PROGRAM STORE

Strong Retailers' Network

- 독립편의점 네트워크 구성 중점
- 프로그램 스토어 전담팀 운영
- 가입 업소 직접 방문
- 문제점 및 업소운영에 대한 상담
- 각 업소에 맞는 운영안 제시
- POS 시스템의 운영으로 자료 축적을 통한 공급,유통 환경 개선



DIRECTORY



■ 협동조합

협동조합 사무실 ----- (416) 789-7544
 169 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 웨스트몰지점 ----- (416) 867-1444
 169-175 The West Mall, Etobicoke
 협동조합 모바일지점 ----- (416) 285-9591
 1 Mobile Drive, Toronto

■ 담배회사 및 관련업체

Imperial Tobacco Canada ----- (800) 379-7629
 JTI MacDonald Corp ----- (800) 268-2068
 Rothmans Benson & Hedges ----- (800) 387-8555
 Kretek ----- (905) 625-1169
 House of Horvath Inc. ----- (416) 534-4254
 Scandinavian Tobacco ----- (866) 837-1807
 Casa Cubana ----- (514) 737-0066
 GVA Canada Inc ----- (416) 573-8085
 National Smokeless Tobacco Co. ----- (519) 208-5138
 Bic Inc ----- (416) 742-9173
 Nibo Group Inc. ----- (905) 479-0022

■ 복권관련

AGCO (복권 판매 라이선스 관련) ----- (416) 326-8700
 (800) 522-2876
 Fax (416) 326-5555
 OLG ----- (800) 387-0104

■ 음료

Coca Cola Bottling Company ----- (800) 241-2653
 Pepsi Bottling Corp. ----- (905) 568-7909
 (800) 387-8400
 Nestle Waters Canada ----- (519) 763-9462
 Lasseonde ----- (905) 791-5300

■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) ----- (800) 663-4724
 Parmalat ----- (905) 829-0555
 Sealtest / Natrel ----- (416) 442-2300

■ 스낵 공급

Frito Lay Canada ----- (905) 460-2414
 Old Dutch Foods Ltd. ----- (800) 387-2273
 Krispy Kernels ----- (800) 461-7337
 South Cove ----- (905) 829-3666

■ 초코렛 / 캔디

Nestle Chocolate ----- (800) 500-5634
 Mars Canada Inc ----- (800) 565-0147
 Hershey Canada Inc. ----- (800) 268-1304
 Mondelez(Cadbury/Christie) ----- (855) 535-5648
 Wrigley Canada ----- (416) 442-3298

■ 아이스크림

Nestle Ice Cream ----- (905) 458-3600
 Ontario (800) 500-5634
 Unilever Canada Inc ----- (866) 888-2775
 Fruti Distributing ----- (866) 663-3231

■ ATM / Debit

TD Merchant Services ----- (888) 663-6634
 Touch Cash ----- 1- (866) 391-3950
 Moneris Solutions ----- (866) 319-7450
 1 Solution ----- (905) 962-1999

■ 잡지 공급

Metro News ----- (416) 285-2050
 News Group ----- (905) 681-1113

■ 법률관련

변호사 이영동 ----- (905) 272-4339
 변호사 박재현 ----- (905) 527-0202
 Best Defence (아담 유) ----- (416) 739-8887

■ 금융 / 회계 / 재정 / 보험

Bank of Canada(위조지폐 관련문의) ----- (888) 513-8212
 신한은행 ----- (416) 250-3550
 외환은행 ----- (416) 222-5200
 TD한인금융센터 ----- (416) 250-5855 (손종호 ex 231)
 이방록 회계사 ----- (416) 221-2009
 오중찬 보험 ----- (905) 764-8061 (ex 254)
 최창근 모기지 ----- (647) 928-7313
 이은진 회계사 ----- (416) 802-3870

■ 언론사

한국일보 ----- (416) 787-1111
 중앙일보 ----- (416) 736-0736
 Globe and Mail ----- (800) 387-5400
 National Post ----- (416) 383-2500
 Toronto Star ----- (416) 367-4500
 Toronto Sun ----- (800) 668-0786

■ 장비 설치 수리

종합캐쉬레지스터 ----- (416) 622-2255
 프로캐쉬레지스터 ----- (416) 804-4075
 Cool Air Cleaning ----- (416) 224-0020
 Hi Cool Tech ----- (416) 909-7114

■ 기타

Kocom ----- (416) 769-3532
 DSC Digital System ----- (416) 255-6549
 Label & Bag Depot ----- (416) 432-2937
 Ubix Communications ----- (416) 492-6022 (Ex.221)
 David Health International ----- (647) 726-1010
 허바헬스 ----- (416) 435-5754
 365 Wholesale ----- (416) 931-9002
 Butterfly Fashion ----- (416) 785-5999
 The Best Inventory Service ----- (905) 359-8560
 원도매상 ----- (416) 661-6664



2017.12.31 ~ 2018.1.27

Frito Lay Canada에서는 2017년 12월 31일부터 2018년 1월 27일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다.



Single Serve 2/\$2.⁵⁰



Diamond Better Together Combos

Lay XL & Pepsi 2L 2/\$5



- 최소 주문량 \$50
- 다양한 제품 오더 가능 (Single Serve, Take Home, Convenience Food, etc)
- 직접 재고 관리 가능
- 필요할 때마다 주문 가능 (무료 배달/주문 후 이틀안에 배달 완료)
- 충분한 유효기간 (창고에서 직접 포장)
- Single Serve는 Snack to you를 통해 주문 가능합니다.

Online at snackstoyoucanada.ca or Phone 1-866-404-8881