

# 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News  
2019년 8월 28일 수요일 제783호



협회 역사상 7번째로 단독후보가 된 신재균 현 회장이 재출마를 하며 송명현 현 부회장(우측)을 러닝메이트로, 2년 전 선거사무장을 맡았던 김광석 회원(좌측)을 다시 사무장으로 맡기며 후보등록을 한 지난 8월 23일 등록 직후 함께 사진촬영을 했다. (단독후보는 10월 정기총회에서 인준을 받아야 한다.)



[www.okba.net](http://www.okba.net) Publisher : Jae Gyun Shin / Publication Mail Agreement No : 41140510  
Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association  
169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel.(416)789-7891 Fax.(416)789-7834

# \$500,000 CLASSIC EXTRAVAGANZA

신상품

CLASSIC 복권 7매가 든 \$50  
즉석 복권 주머니  
2019년 9월 2일 출시



이 게임의 특징:

## \$500,000 1등상 7개

- \$200 상금 130,000여 개
- 한정 수량 발매
- 당첨금 지급률 70%
- 평균 당첨률 3.75대 1



## 인증 후 복권 반환

모든 복권은 인증한 후 고객에게 돌려주어야 합니다. 최근 소매업자가 고객에게 복권과 영수증을 돌려주지 않는 사례가 증가하였습니다. 특히 복권 당첨금이 지급 한도인 \$999.90를 초과하여 소매업자가 당첨금을 지급할 수 없을 경우에는 더 그렇습니다. 이럴 경우, 고객은 복권을 돌려받아야 당첨금을 청구하고 인증의 정확성을 확인할 수 있습니다.

OLG는 소매업자들이 적절한 인증 절차를 준수하고 있는지 확인하기 위해 지속적으로 미스터리 쇼핑을 시행합니다. 자세한 내용은 소매업자정책매뉴얼(Retailer Policy Manual - RPM) 제5.1절 OLG 공인 상품의 인증(Validation of OLG Authorized Products)을 참고하십시오.

고객에게 복권 및 영수증을 반환하지 않을 경우, RPM 제8.9절에 명시된 처벌을 받을 수 있습니다.

**Play. Smart**  
Knowledge you can bet on.



**OLG** Ontario's  
Lottery &  
Gaming

## 온타리오한인실업인협회

- OKBA 회 장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)  
OKBA 부회장 : 송명현 (Myeong-Hyeon Song)
- 사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net
- 홍보팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com
- 디자인팀 : 현미영 (Mimi Hyun) mimihyun@okba.net
- 회계팀 : 김세환 (Justin Kim) accounting@okba.net
- 본부협회 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834

- 이사회 : 이사장 이두승 / 부이사장 신영하
- 감사위원회 : 박영하 / 송구영 / 이만석
- 분과위원회 : 장학 분과 / 회칙 분과 / 특별사업 분과  
상벌분과 / 선거관리 분과
- 지구협회 : < 광역 토론토 지구협의회 >  
(ABC 순) Etobicoke 회장 이두승 (416)895-1277  
Newmarket 회장 금동진 (905)836-6429  
North York 회장 방성덕 (416)221-7091  
Peel 회장 이수봉 (905)813-1333  
Richmond Hill 회장 김대용 (905)471-8079  
Scarborough 회장 엄종호 (416)759-4503  
Toronto East 회장 김종범 (416)363-9404  
Toronto West 회장 김재숙 (416)975-0365  
Weston & York 회장 조용상 (416)604-3116  
< 남서부 지구협의회 >  
Brant County 회장 김종학 (519)756-0099  
Halton & Hamilton <공석>  
London 회장 오세경 (519)432-6672  
Niagara Falls 회장 김흥기 (905)354-1313  
Waterloo 회장 최상경 (519)579-8130  
Windsor 회장 윤문성 (519)326-1832  
< 동북부 지구 협의회 >  
Durham 회장 이현식 (905)579-2500  
Huronian 회장 배종민 (705)436-2248  
Kingston 회장 이강정 (613)967-9998  
Owen Sound 회장 허창훈 (519)323-4311  
Peterborough 회장 이경석 (905)373-0569

## K.B.A. 협동조합

- K.B.A. 운영 이사장 : 신영하 (Youngha Shin)  
K.B.A. 부이사장 : 심기호 (Kenny Shim)
  - K.B.A. 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
  - K.B.A. 사무장 : 배 줄리아 (Julia Bae)
  - K.B.A. 협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544  
Fax (416) 789 - 5013
  - K.B.A. 협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444
- 
- K.B.A. 운영이사 : 김대영 (Dae-Young Kim)  
(가나다 순) 송명현 (Myeonghyeon Song)  
신재균 (Jae Gyun Shin)  
이두승 (Doo-Seung Lee)  
이만석 (Man Suk Lee)  
허창훈 (Chang-Hoon Huh)
  - K.B.A. 감사 : 백사열 (Sah-Yeal Paik)  
(가나다 순) 장해민 (Hae Min Jang)



www.okba.net

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.

## C O N T E N T S

- 04 - 07 / 신회장 단독후보로 재선 출마
- 08 - 09 / 간편식사대용품에 대한 소비자 태도
- 10 - 11 / 모국 편의점의 계속되는 日製 씨말리기
- 12 - 15 / 캐나다 휘발유 사업 현황  
협동조합, K-Beauty 코너 운영
- 16 - 17 / 교양상식 : 땀과 함께한 게토레이의 역사
- 18 / 연방 탄소세, 온주 가장 강력 반발
- 19 / DIRECTORY
- 20 ~ 23 / K.B.A. 협동조합 9월 스페셜



10월 정기총회에서 인준 남겨

## 신 회장 단독후보로 재선 출마



▲ 신재균 회장 후보의 선거 사무장을 맡은 김광석 회원(왼쪽)이 신영하 선거관리위원장에게 후보 등록 서류를 제출하면서 포즈를 취하고 있다.

본부협회 제 26대 정.부회장 선거가 경선으로 가지 못하고 현 신재균 회장 단독 후보 등록으로 마무리 됐다.

지난 8월 19일(월) 동포 일간지 2곳에 후보 등록 공고를 게재하면서 같은날부터 기산해 8월 28일(수) 오후 4시 후보 등록 마감 시한까지 총 10일의 후보 등록 기간이 주어졌다. 2018년 10월 31일 정기 총회에서 개정된 본부협회 정관은 러닝메이트인 부회장 후보도 2명에서 1명으로 축소했기 때문에 부담이 한결 덜어졌음에도 재출마하는 신 회장에 도전장을 내미는 후보자가 없었다.

신회장은 공고가 나간 날이자 후보등록기간이 시작된 첫날인 8월 19일 오전에 등록 서류 양식 한 세트를 본인이 직접 수령했으며 23일(금) 오후에 제출 서류와 공탁금 3천달러(은행 보증수표)를 신영하 선거관리위원장에게 제출했다. 부회장 후보 한명은 역시 현역인 송명현 부회장을 그대로 러닝메이트로 삼았다. 선거사무장은 2년 전 초선때와 마찬가지로 김광석 회원이 맡았다.

단독후보인 경우 현 선거세칙에 따르면 10월 정기총회에서 재석 인원 과반수 찬성의 인준을 받으면 당선된다. 재선에 도전하는 신 회장 입장에서는 회장 업무를 수행하면서 동시에 경선 선거 운동까지 벌일 경우에 떠안을 심신의 부담을 덜었다는 점에서 홀가분한 입장이다. 여유있게 회장

### 선거 세칙 제 12조 (단독후보의 경우)

① (과반수 인준) 1차공고 또는 2차 공고 후 단독후보인 경우 선거 실시없이 해당연도 정기총회에서 재석인원 과반수 찬성의 인준을 받아 당선을 확정한다.

② (인준부결) 인준이 부결된 경우 2주 내에 임시 이사회를 소집, 회장 후보를 선출해 총회의 인준을 받는다.

지금  
전화주세요!





박효진(Roland Park)

Cell.416-985-5287

Main : 905-770-8828  
Fax : 905-770-8851  
roland.park@brokerteam.ca

실험 단체보험

역할에 충실하면서 총회 신임을 얻기 위한 대외적 자기 관리를 하는 행보를 보일 것으로 전망된다. 긴장감 넘치는 경선을 통해 후보 공약도 비교하고 가시돋힌 설전을 관전하는 흥미가 사라져 아쉬워하는 회원들이 많지만 봉사직에 대한 부담감이 그만큼 높아졌음을 반증하는 대목이다. 46년 협회 역사상 단독 후보로 나선 경우는 이번까지 모두 7차례다. 표를 통해 정리해본다.

### 〈역대 단독후보 및 결과〉

연도	회장 후보	총회인준 결과	비고
1989년	황인주	가결	
1991년	원종필	가결	
1997년	손영호	부결	후보등록 재공고. 복수후보 경선 결과 정갑승 후보 당선
2011년	강철중		인준절차없이 무투표 당선을 주장했으나 법원판결로 무효
2013년	권혁병	가결	재선 출마
2015년	오승진	가결	
2019년	신재균	?	재선 출마. 10월 정기총회에서 가부 판가름 예정

신 회장은 이미 오랜 기간 재선 출마를 숙고해왔으며 다만 마음을 정하지 못해 대외적으로 말을 아껴왔다. 그리고 지난 8월 15일 여성의밤 행사를 끝낸 다음날 최종 결심을 굳히고 SNS를 통해 출마의 변을 발표했다. 단독 후보로 끝났기 때문에 일종의 소견 발표 성격이기도 한 당시의 전문을 소개한다. 〈다음면에 계속〉

## 일체형 연동 포스시스템

원솔루션과 함께하면 **빠르고, 간편하고, 저렴합니다!**

# LCBO READY!!

- ALL LOTTERY TICKET SCAN
- DEBIT MACHINE 연동

**1 SOLUTIONS**  
DATA CORPORATION



**Debit & ATM and POS system**

[www.1solutions.ca](http://www.1solutions.ca) / [info@1solutions.ca](mailto:info@1solutions.ca) Toll Free.1(888)554-7355 Korean(ext4) Direct Line.(905) 560-4511. (416)900-7533 Fax.1(888)554-0409

## 신재균 회장 재출마의 변

신재균입니다.

어제 여성의 밤 행사를 끝으로 제 임기 중 해야 하는 전체 행사는 8월19일 공고되는 선거회는 모두 끝나고 10월중 정기총회 만 남겨두고 있습니다.

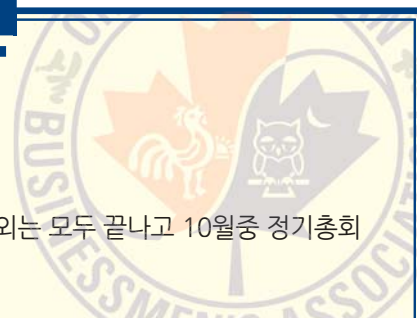
그동안 언론과 여러분들의 재출마에 대한 질문과 재출마 요구를 받아 왔지만 실험과 조합 두 조직에 대한 회장으로서의 책임감과 2년을 더 봉사하는 것으로 인한 개인의 희생을 감당하는 것 사이에서 많이 고민하며 마음으로는 이만큼 봉사한 것으로 충분하다는 생각에 지난 연말부터 많은 분들이 적당할 것 같다는 분에게 봉사를 요청했지만 본인의 사정으로 고사를 하여서 이제껏 주변을 살폈지만 원하는 분을 찾지 못했습니다.

이제 그동안의 고민을 접고 한번 더 봉사의 자리로 나가고자 합니다.

피할 수 없는 상황이라면 제가 한 일이 시간이 지나 제 스스로 의미없는 일이었다는 후회를 하지않기 위 해 이전보다 더 정직하고 스스로에게 철저하고 열심히 하겠습니다.

저는 다음 2년은 회원들이 실험회원이라는 것에 자긍심을 가질 수 있도록 협회를 운영해 나가겠습니다. 그러기 위해

첫째 무엇보다 우선적으로 회원들의 고령화로 인해 회원수가 급감하는 우리의 현실에서 오랜기간 동안 선배들이 이루어 놓으신 협회의 자산들을 적당한 때에 한인사회로 환원하기 위한 작업을 끝내도록 하고 내년부터 협회와 조합이 한인 사회의 도움을





### 피터보로 지구협 골프대회

피터보로 지구협에서 아래와 같이 골프 토너먼트를 개최하오니 많은 참석바랍니다.

- **일시 : 2019년 9월 11일(수)**  
12시 정각 티오프
- **장소 : Keystone Links Golf & Country Club**  
2402 Clifford Line, Cavan Monaghan, ON  
TEL : 705-876-8061
- **참가비 : \$80.00**

\* 참석여부를 8월 30일(금)까지 연락바랍니다.  
\* 연락처 : 피터로보 회장 이경석 647-882-7404  
e-mail : piaodaifu@hanmail.net

피터보로 지구협회장 이경석



## 아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<b>교통사고, 개인 상해</b> 과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정부 과실 보상 소송	<b>교통위반 티켓</b> 과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 행스니 등 모든 교통법규 위반	<b>형법</b> 음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반
---	--	---

- \* 형법
- \* 가정법
- \* 민사소송
- \* 소액재판
- \* 세권, 세입자 분쟁
- \* 주류 판매법
- \* 복권 판매법
- \* 담배 판매법
- \* 회사 설립

\* O.D.S.P. 신청(Ontario Disability Support Program)  
1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

**“강력한 실력, 오랜 경력, 섬세함으로  
모든 법률 문제 해결”**

변호사 : Leonard Stigler, Mai Nguyen, Shiv Passi  
법무사 : Adam K. H. Yoo, David Song, Mark Ginz  
Kate N. Han, Hassanein Bhaloo,  
Earl Francis Dacara

**T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559**  
1018 Finch Avenue West, Suite #100, Toronto

필요로 하는 것들에 대한 지원을 늘려 회원들이 실험회원임을 자랑스럽게 느끼도록 하겠습니다.

둘째 지난 일년이상 최선을 다해 노력해 온 비어 앤 와인 판매와 불법담배 근절을 위한 노력에 배전의 노력을 기울여 결실을 얻어 힘든 가운데 비즈니스를 해 나가시는 회원들에게 도움이 될 수 있도록 할 수 있는 최선의 노력을 다하고 그 결과를 진인사 대천명(盡人事待天命)의 심정으로 기다리도록 하겠습니다.

셋째 그동안 협회의 미래를 위해 前前代 회장 시절부터 투자해온 프로그램 스토어가 협회와 다른 회원들 에게 도움을 줄 수 있는 조직이 될 수 있도록 하겠습니다. 지난 2년동안 프로그램 스토어 가입 회원 수는 거의 두배로 늘었습니다.

넷째 지난 2년동안 협회와 조합의 고정비 절감을 위해 했던 노력들이 안정화되어 그 결실들이 회원들과 직원들에게 돌아가도록 하겠습니다. 그리고 제 새로운 2년을 함께 할 런닝 메이트는 심기호 현 협동조합 부이사장입니다. 많은 관심과 협조와 격려 부탁드립니다.

감사합니다.

출마의 변 말미에 러닝메이트를 심기호 현 협동조합 부이사장으로 지목한 것과 관련해 심 부이사장도 내부적으로 신 회장과 조율을 마친 상태였으나 그로부터 며칠이 경과하며 일신상의 문제가 발생해 불가피 하게 두 사람이 양해한 가운데 현 송명현 부 회장이 수락해 부회장 후보가 변경된 것이다. ■



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

# 신선도가 최우선, 투명용기 필수적 간편식사대용품에 대한 소비자 태도



바쁜 현대인들이 느긋하게 식당에 앉아 밥먹기 힘들어지다보니 편의점이 취급하는 푸드 서비스에서 간편 식사대용품도 잘 팔리는 세상이다. 그랩앤고(grab-and-go)식품이라는 말이 한국에서도 영어 표현 그대로 사용될 정도이니 지구촌 트렌드로 굳어졌다고 하겠다.

다만 이런 대세도 소비자의 니즈를 충족시켰을 때 들어맞는 이야기이다. 소비자들은 점점 더 신선함과 간편함이라는 두가지 요소를 다 충족시키고 싶어한다. 라이프 스타일이다. 이런 욕구에 부응하는 것이 그리 쉬운 작업은 아니나 하나의 기회로 삼아 편의점도 푸드서비스 수준 향상을 도모해야 할 것이다.

시카고 소재 요리 및 요식업 전문 연구 기관인 컬리네리 비전(Culinary Vision)의 전망 보고서는 푸드서비스 종사자들이 숙지해야 할 간편식사대용품을 대하는 소비자들의 태도 5가지를 제시했다. 신선함과 편리한 소비에 대한 강렬한 욕구를 보이는 소비자 분석 정보이다. 연구소 사론 올슨 이사장의 말을 한마디 듣고 본 내용으로 들어간다. 『현대 소비자들의 삶은 템포가 점점 빨라지고 있고 이 흐름을 이어갈 수 있는 에너지 공급을 바란다. 많은 소비자들은 신선한 것들을 가급적 빠른 시간내에 소비하고 싶어하는데 이 두 개념의 균형 잡기에 안간힘을 쓰는 모습들이다.

그런가 하면 글로벌 브랜드와 로컬 특화 브랜드 사이의 균형에도 관심을 가진다. 다행히 음식 산업이 소비자 니즈를 맞추는 방향으로 움직인다는 사실이다. 소비자들은 그냥 소비만 하면 된다. 의식적으로 노력하지 않아도 제조사와 소매업이 알아서 챙겨주는 편한 세상이다.』

## 소비자 5가지 행태

### 1. 젊은층이 주도한다.

그랩앤고 먹거리에 가장 큰 관심을 보이며 그래서 편의점, 델리, 기성조리제품, 푸드서비스 시장 등에 대단한 관심을 지속적으로 쏟고 있다. 18~34세 연령대의 68%가 델리에서 샌드위치를 사겠다고 응답했다. 반면 35~54세(중년층)는 57%, 55세 이상의 장·노년층은 44%로 계속 낮아졌다. 이 조사를 편의점에 대입했다니 연령대별 차이는 더 크게 벌어졌다. 앞의 연령대 순으로 52%, 40%, 20% 순이었다.

(주) 하이쿨텍
냉동·히팅

“신속하고 쿨한 서비스를 약속합니다!”

Canada Heating & Cooling Licensed Technician



**HI-COOL TECH**  
에어컨 설치 문의 환영  
김순석 (Peter Kim)

**전문적인 기술자가 뭉쳐 기술 시너지 효과 (Synergy Effect)를 극대화 하였습니다**

- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리저, 닥트, 케노피
- 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
- 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
- 세탁전문점 장비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외



장거리 출장수리 가능

신용과 책임을 우선 합니다

416.909.7114



## 2. 신선도가 건강 성분보다 더 중요하다.

건강에 좋고 영양소도 듬뿍 들어 있는 간편 먹거리 상품의 매력을 더욱 돋보이게 만든다. 소비자들의 85%가 포장이 투명해야 한다는 반응이다. 내용물이 드러나는 투명 용기는 제품의 신선도를 연상시킨다는 것이다. 신선한 음식을 개념 규정할 때 이미 포장의 투명성은 기본 조건이다. 조사에 따르면 굳이 둘 중 하나를 선호한다고 했을 때 중요성 측면에서 내용물의 건강 성분보다는 신선함을 더 따진다고 한다.

휴대하고 상시 소비하는 주전부리와 관련해서 건강과 맛 중 어떤 것을 택할 것인가의 질문에서는 답은 반으로 갈렸다. 48%는 건강유익성은 신경안쓰겠다고 답했다. 이런 사정들을 종합할 때 신선도는 가장 중요한 요소다. 적어도 간편식사대용품에서는 그렇다. 그리고 소비자들은 신선함이 건강성분하고 같이 간다고 반드시 생각지는 않는다는 사실이 의미심장하다. 쉽게 말해 건강성분이 덜하더라도 일단 신선하고 불 일이라는 말이다. 이는 간편식품의 경우 외관적 모습이 눈에 보이지 않는 내용이나 성분보다 더 중요한 요인이라는 의미이기도 하다.

## 3. 그랩앤고 상품이 배달서비스 상품보다 더 신선하다.

요즘 신세대들은 앱을 다운받아서 음식 배달 서비스를 매우 즐기는 추세다. 그런데 신선도를 주제로 삼는 순간 이야기는 달라진다. 직접 오프라인에서 자신의 눈으로 보고 사들고 나가는 간편식사대용품은 배달 시

켜 받은 음식보다 더 신선하다는 강한 신념을 가지고 있다. 젊은층(18~34세)의 58%가 그렇다고 믿는다.

## 4. 지역 특산 식품에 대한 신뢰가 높아간다.

요즘 소비자들은 지역 특산물을 원료로 사용한 먹거리 상품이 신선도가 뛰어나다고 신뢰한다. 통계적으로 84%가 그렇다고 답했다. 그럼에도 불구하고 전국 혹은 글로벌 브랜드에 대한 신뢰도는 여전히 강하다는 사실은 양쪽 모두를 동시에 받아들이고 있다는 의미다. 둘의 균형을 잡아가는 과도기라고 할까. 88%의 응답자는 기존의 브랜드 충성도가 신선도 평가에서 결정적 요인으로 작용한다고 답했다. 둘이 막상막하다. 따라서 한 쪽이 기울고 한 쪽이 뜨는 관계가 아니라 공존하는 관계라고 긍정적 해석이 가능한 현상이다.

## 5. 더 많은 천연재료를 사용해야 한다.

신선한 원료(농산물)는 가장 바람직한 그랩앤고 상품 개념을 구축하는 요소의 하나다. 75%의 소비자는 식사를 위해 가공되지 않은 천연 과일과 채소를 더 많이 구입한다고 답했다. 그래서 신선한 셀러드가 변함없이 많이 팔리는 것이다. 과일이나 채소는 그렇다 하더라도 휴대용으로 가지고 다니며 아무데서나 아무때고 소비할 신선한 주전부리를 찾기는 어렵다는 것이 대부분의 반응이었다. 따라서 제조사들은 이 분야에서 더 많은 개발 여지와 가능성을 가지고 있는 셈이다. ■



모국 편의점업계가 일본과의 선긋기에 적극적이다. 사실 '편의점' 하면 편의점 왕국 일본과의 이미지 연관성 때문에 오해가 일어날 수도 있다.

예를 들어 제일 곤욕을 치르는 세븐일레븐 코리아를 보자. 일본 자본이 미국 세븐일레븐을 인수해 실질적 지배구조를 가진 탓에 소비자들의 애국심이 세븐일레븐 코리아를 향해 반감을 일으키고 자칫 불매운동에 휩싸일 수 있기 때문이다. 실제로 7월 말에 일본 불매운동 기업 리스트에도 올라 해명하느라고 땀 꽤나 쏟았다. 본사 차원은 물론 가맹점주도 팔걷고 나섰다. "세븐일레븐 미국 법인과 계약 맺고 시작해서 미국 브랜드였다가 일본으로 오나가 바뀐 것이기는 하나 80% 가까운 지분을 롯데가 가지고 있어서 일본 자본과 무관하다." 이런 취지의 설명으로 소비자들을 열심히 이해시켰다.

일본산 제품 판촉 행사같은 것은 이미 불매 시작부터 당연히 중단 사태가 일어났고 진열대에서 일제 맥주는 자취를 감췄다. GS25는 카카오페이 결제시 맥주 8캔 1만5000원 판매 행사를 앞두고 홍보물에서 일본 맥주인 아사히와 삿포로를 빼버렸다. 아사히가 불매운동 여파로 부동의 판매 1위에서 10위권 밖으로 밀려나는 등 소비자들의 움직임이 거세지자 이에 부담을 느꼈던 것이다. 경기도의 한 GS25 점주는 매장 내에 '토종 우리 편의점 GS25' 문구를 붙여넣는 등 자발적 홍보에 나서 눈길을 끌었다. GS25는 1990년 LG25로 출발한 국내 독자 편의점 브랜드다.



이마트24는 8월15일 광복절을 겨냥해 영화 '봉오동전투'와 광복절 마케팅을 실시했다. 일본 불매운동과 맞물려 소비자들에게 강한 상징성으로 다가가며 나름 의미를 거둔 행사였다. 이마트24는 3.1절이나 한글날 등 국가기념일에 맞춘 판촉에서 일부 제품 판매금의 1%를 애국 열사 기념 사업회에 지원하기도 했다. 단순히 일본산 제품 취급을 보이콧하는 단계에서 한걸음 나아가 적극적인 애국심 마케팅으로 발전되고 있는 것이다.

과거 일본 웨미리마트와 합작회사로 시작한 CU는 올해에 이어 내년도도 가맹점주들로 구성된 'CU독도 사랑 원정대'와 독도를 방문해 경비대를 위문하고 후원금을 전달할 예정이라고 한다. CU는 2012년 브랜드 독립에 성공한 뒤 현재 지분 절반 이상을 지주사인 BGF 등이 보유하고 있다. 일본과는 아무 연관이 없는 100% 한국 기업이다.

한편 한달을 넘기고 있는 일본산 불매운동은 수출절차 우대국가, 소위 화이트리스트에서 일본이 한국을 제외시키자 더욱 가열차게 전개되고 있다. 아사히, 기린, 삿쵸 등 일본 맥주가 초토화된지는 꽤 됐고 맥주 재고가 매장 한켠에 그득그득 쌓여 있다. 편의점이나 대형 마트에서는 40~60% 감소했으며 다른 나라 맥주가 대신 매출 점유율을 높이고 있다.

소비자들의 일본 거부에 대한 과민함은 유럽 맥주 중 자본 구조가 일본 지배인 것 까지 찾아내 이 제품들도 보이콧하는 수준이다. 조금이라도 일본과 연이 닿아 있으면 아예 씨를 말리겠다는 애국심이 절절 끊는다.

물론 일제 상품 거부가 편의점에만 국한한 현상은 아니다. 업종을 불문하고 불매에 참여한 정도를 몇가지만 보면 감이 온다. 의류는 86.5%, 생활용품은 82.6%, 여행상품은 73.9%의 소비자들이 불매에 참여하고 있다.

그 중에서도 식품이 88.3%로 가장 높다. 모국 뉴스를 보면 한국인 관광객에 의존하는 정도가 큰 일본 중소도시나 마을의 경우 경제가 휘청대는 실정이다. 온라인 쇼핑으로 유명한 유니클로는 한마디로 애국심에 폭격

을 맞은 수준이다. 벌써 매장 여러곳이 문을 닫았다.

한편, 유학생이나 관광객의 발길이 한산해지자 무척이나 걱정이 된 일본 아베 신조 총리는 최근 "민간끼리의 교류는 계속 활발히 하자"라고 내심 불안의 일단을 드러내고 있다. 또, 모국 정부가 9월 개최 예정인 해외 박람회(일본취업 박람회)를 재검토할 계획이라고 하자 "그렇게 하면 한국 학생들이 곤란해질 것"이라고 고양이 귀생각하는 걱정을 토로하기도 했다.

편의점 업계 관계자들이나 마트 등 소매유통 단체들의 전망을 들어보면 이번 일본산 불매운동은 상당기간 진행될 것이라고 하는데 한국인의 불매운동은 냄비근성으로 오래가지 못할 것이라 호언장담하던 일본 극우의 비아냥이 이미 무색해지고 있다.

한국마트협회 김성민 회장의 증언이 바로 이 사실을 입증하고 있다. "일본산을 빼고 매출이 줄 것이라고 생각하지만 다른 대체 상품으로 커버하기 때문에 전혀 매출이 줄지 않으며 어떤 곳은 소폭이나마 증가한 곳도 있다. ... 소비자들이 불편해하기는 커녕, 이리 저리한 제품도 일본하고 관련이 있으니 취급하지 말아 달라고 불매 리스트에 해당 제품을 추가하는 열성을 보이고 있다."

대한민국의 불타는 애국심에 자발적으로 전개되는 일본산 불매운동으로 대한민국 편의점 업계는 일말의 피해와 흔들림이 없이 견재하다는 낭보가 연일 전해지고 있다. ■

2019 한인노동자의 삶

# 법과 생활

상식  
진학  
취업 길라잡이

**오전 10시~오후 12시**

## 법대 진학정보 세미나

법대진학을 위한 최신 정보 및 재학생들과의 네트워킹

**오전 10시~오후 12시 30분**

## 유언과 상속에 관한 법률

캐나다 한인 변호사들과 함께하는 법률정보 클리닉

**오전 10시~오후 12시 30분**

일대일 상담서비스  
(유언과 상속관련)  
오전 11시 30분~12시 30분  
\*사전예약 필수 / 예약마감 (8월 30일)

**오전 10시 ~ 오후 3시 30분**

## KCWA 배더스트 - 핀치 사무실

540 Finch Ave. W. North York, Bathurst-Finch HUB

**오후 1시~오후 3시 30분**

## 변호사직 취업 정보 & 네트워킹

법률관련 다양한 직종 소개와 법조인과의 네트워킹

**오전 10시~오후 2시**

## 토론토 경찰과 함께 하는 안전 점검 및 커리어 네트워킹 부스

(오전 10시~오후 2시)

**오전 10시~오후 2시 40분**

## 캐나다 가정법 세미나

'알고보니 피해자, 어쩌다보니 가해자?' 캐나다 가정법에 대한 올바른 이해

**오전 10시~오후 1시**

## 공연

한카 드림합창단 (오후 12시 40분~오후 1시)

**오전 10시~오후 2시 40분**

## 캐나다 가정법 세미나

'알고보니 피해자, 어쩌다보니 가해자?' 캐나다 가정법에 대한 올바른 이해

**오전 10시~오후 2시**

## 공연

소래 청소년 오케스트라 (오후 2시 40분~오후 3시)

**오전 10시~오후 2시 40분**

등록 및 문의: 전 화 : **416-340-1234 / 416-340-0838**  
이 메 일 : myoungsuk.joo@kcwa.net 웹사이트 : www.kcwa.net

**미디어협찬**

교차로, 리빙센스, 우먼파워  
All TV, WITH, 갤러리아, KFT, 한국일보, 중앙일보

후원 재외동포재단 주 토론토총영사관

**OKBA**  
부동산 캐나다, 해피 코리아  
한카실버타임즈, 글로벌코리아 포스트



▲1973년 오일쇼크때 기름 몇리터 확보하려고 주유소 앞에 끝도없이 늘어서 일반차선까지 점령한 차량들의 모습. 1989년 20,360개를 최고치로 30년이 지나며 절반 가까이 줄었다.

## 주유소 2만개 시절, 지금은 거의 반토막 캐나다 휘발유 사업 현황

주유소 병설 편의점을 운영하는 회원들이 거의 없다보니 실험뉴스에서는 주유소 업계 소식을 거의 다루지 않지만 그래도 소수의 회원들을 위해서 그리고 더 나아가 전체 산업을 보는 안목을 키운다는 의미도 있어서 본 지면을 통해 개략적인 캐나다 주유소 현황을 파악해보고자 한다.

캐나다 연료 시장은 지난 수십년동안 대단히 큰 규모의 변화를 겪어온 산업분야이다. 비즈니스의 상층부에서는 인수.합병에 브랜드 교체가 벌어져왔고 이 과정에서 전체 주유소 수를 감소하는 방향으로 흘러갔다.

반면 하이테크의 눈부신 발전이 거듭되며 운영 효율성 측면에서는 거대한 진화가 이룩됐다. 연료 시장에서 변하는 지극히 일반적 표준 현상이다. 이 중 정유와 소매 채널인 주유소 산업 현황을 집중 조명해본다.

올해 국내 연료시장과 경제적 영향에 관한 분석으로 명망있는 컨설팅 기관인 켄트그룹(Kent Group Ltd.)이 내놓은 최신 자료를 중심으로 이쪽 산업의 전체 맥을 짚어본다.

일단 브랜드 다양화는 계속될 것이다. 반면 정유회사들의 가격 통제력은 줄어들 것이다. 전국적으로 명성을 유지하는 수준급 개솔린 공급사는 67개로 파악되고 있고 이들이 판매하는 상품 브랜드는 88 개로 집계됐다.

그리고 이들 위에 앉아 있는 정유회사의 파워는 지난 2004년 이후 쇠퇴해왔다. 오늘날 캐나다 휘발유의 불과 23%만이 7개의 거대 정유회사에 의해 통제될 뿐이다. 이 영향력은 지난 14년을 거치며 9%가 떨어진 수준이다. 이는 우리가 아는 것과는 달리 캐나다 굴지의 정유회사들이 소비자

와 직접 마주치는 소매영업 분야에서 생각보다 장악력이 약하다는 것을 증명하는 통계다.

다시 말해 주유소에서 기름넣으면서 가격이 지나치게 올랐네 불평하며 대형 정유회사들 예를 들어 페트로 캐나다, 에소, BP등을 들먹이면서 이들을 비난하는 것은 번지수를 잘못 택하고 있다는 의미라는 말이다.

### 주유소 수는 반토막이나 주입량은 배 이상

〈표 1〉 전국 주유소 수 증감 현황

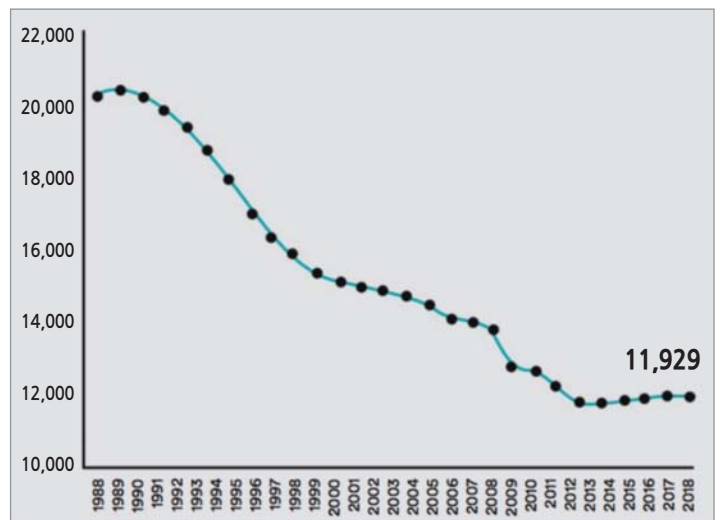
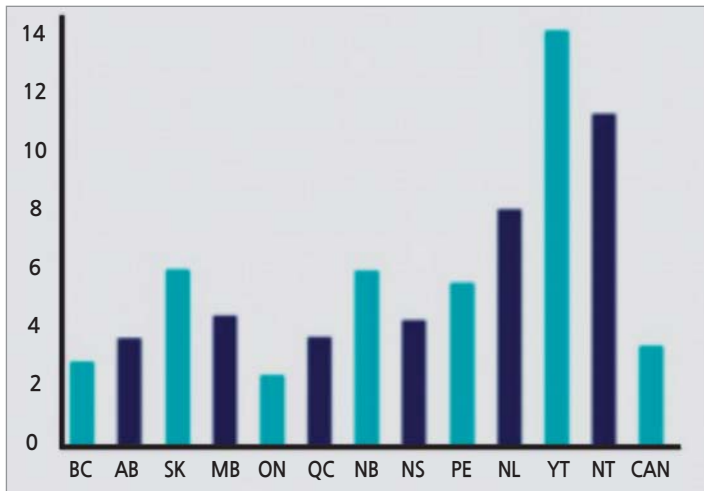


표 1을 보면 지난 30여 년이 지나며 국내 주유소 수가 거의 반토막이 난 것이 시각적으로 바로 파악된다. 2017년 소매 주유소는 11,948개였다. 올해 조사했던 대상인 2018년에는 다시 소폭 줄어 11,929개가 됐다. (0.2% 감소) 전체 감소 추세속에서 그나마 이전 3년은 소폭 증가추세를 보여 주목되기도 했다. 여하튼 그런 몇 년을 빼면 25년 내내 줄어왔다.

캐나다가 가장 많은 주유소를 가진 때는 1989년 20,360개였다. 이를 최고점으로 해서 1999년까지 10년을 계속 내리막이었다. 그리고 2014년까지는 하강 국면이 약간 소강 상태를 보이더니 최근까지는 약간의 반등이 있었지만 전체 흐름의 대체는 길게 볼 때 급속한 감소다.

〈표 2〉 인구 당 주별 주유소 분포 현황



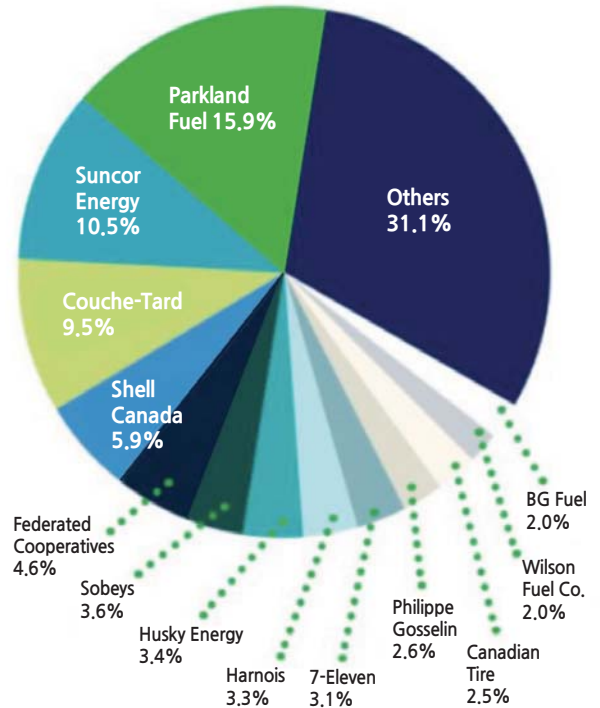
인구비례로 주별 주유소 분포 규모를 살펴보는 것도 흥미롭다. 전국 평균적으로는 인구 1만 명 당 주유소는 3.2 개이다. (표 2 참조) 주 별로는 온타리오가 가장 적다.

1만 명 당 2개 남짓이며 유콘이 거의 14개 수준으로 가장 많다. 얼핏 온타리오가 가장 많지 않을까 생각될 수도 있지만 우리가 도시에 살며 도처에서 주유소를 많이 보다보니 착각이 드는 것 뿐이다. 온타리오의 외곽이나 시골을 생각해보자.

가솔린 상품 브랜드가 앞서 88개라고 했는데 이는 2004년보다 10개가 줄어든 수치다. 국내에서 가장 큰 정유회사 2개는 셸(Shell)과 선코(Suncor)이다. 그런데 이 거대 정유회사의 소매체인별 주유소 점유율은 상대적으로 다른 회사들에 비해 적다. 전국 주유소의 겨우 11%를 통제할 뿐이다. 그리고 20%정도가 7대 정유회사의 가격 통제를 받는다. 그런데 내건 영업 간판은 40%가 이들 회사명이다. 예를 들어 Esso, Shell, Petro Canada 등의 배너하에 있다.

2018년 주유소 소매 채널의 주목할 변화는 브랜드 변경일 것이다. 예를 들어 BG Fuel은 그간 로브로 산하 주유소와 제휴했으나 모빌(Mobil)로 바꿨다. 200개 이상의 주유소가 브랜드를 갈아탄 것이다. 모빌은 현재 캐나다 가솔린 브랜드(소매 주유소 수)에서 9위를 차지한다. 이는 모든 주유소의 2%에 해당한다.

〈표 3〉 소매체인별 주유소 점유율



최근 두드러진 변화 중 하나는 전통적인 휘발유 판매소가 아닌 일단의 그룹에서 벌어지고 있다. 일반 식료품 유통 소매 체인들이 판매 채널을 갖추기 시작한 것이다. 대표적으로 소비(Sobeys)와 페더레이티드 코업(Federated Co-operatives)을 들 수 있다. 코업은 온주에는 없고 서부주에 밀집해 있으며 1944년 창립 당시 협동조합 형태로 소매 회원들을 위한 도매상 기능으로 시작해서 발전해왔는데 주유소 사업까지 발을 뻗었다.

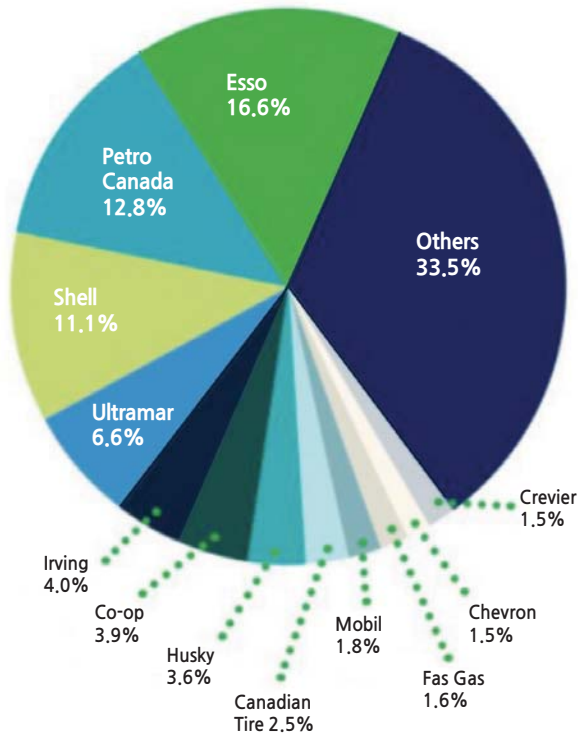
그러니까 우리가 전통적으로 알고 있는 큰 손들 - 주로 정유회사가 운영하는 주유소들 - 이 아닌 소매유통업소들이 주유소 사업으로 사세를 확장한 것이 큰 변화라는 말이다. 여기에는 세븐일레븐, 캐네디언 타이어도 있다. 거기다가 부지런히 발품 팔면 가장 저렴하게 기름을 채울 수 있는 것으로 알려지면서 늘 긴 줄이 늘어서 있는 코스트코(Costco) 주유소도 있다. 편의점 지존인 쿠쉬타르(최근에는 Circle K 간판)가 주유소 사업을 한 것은 이미 오래됐다.

이들의 주된 비즈니스는 물론 주유소 사업은 아니다. 편의점이나 식품점 기능이 주된 사업이다. 표 3을 보면 쉽게 이해가 될 것이다. 이들 그룹의 주유소 매출 점유는 그러나 전체 주유 시장에서 2004년 15%에 불과했던 것이 2018년에 23.5%로 비약적 성장을 했다.





〈표 4〉 정유사 브랜드 별 주유소 점유율

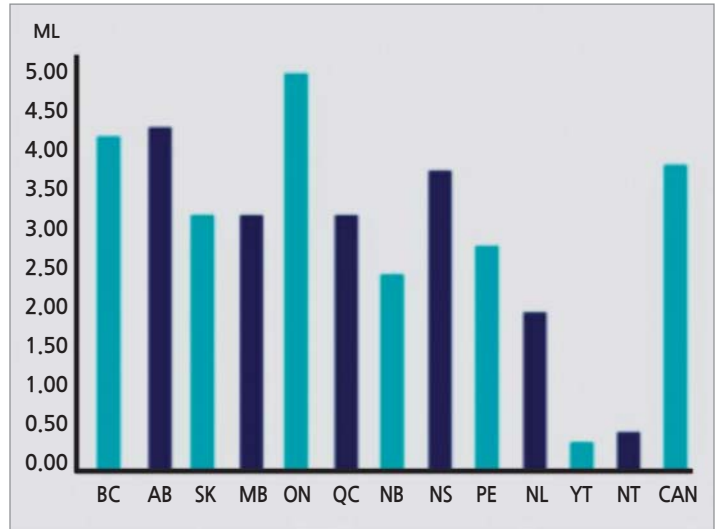


지역적으로도 살펴보자. 휘발유의 선도적 브랜드를 연상시키는 매우 다양한 회사들이 있다. 예를 들어 거대 정유회사 에소(Exxo)의 휘발유 제품은 11개 유통 소매 회사들을 통해 팔리고 있다. 물론 에소라는 브랜드를 사용한다는 점에서 배너 스토어라고 할 수 있겠다.

셀과 선코는 앞서서도 말했듯이 캐나다에서 1위와 2위를 자랑하는 규모이며 에소만큼은 아니어도 여러 유통 소매 회사들을 통해 취급되고 있다.

표 4를 통해 이런 실태를 파악할 수 있다. 물론 표 3을 보면 이들 대표적인 정유회사들이 자사 그룹 하에 소매 채널, 소위 말하는 주유소 병설 편의점들을 운영하고 있다. 하지만 우리 눈에 자주 띄어서 그럴 뿐 주유소 장악 규모는 그리 크지 않다는 것을 인식해야 한다.

〈표 5〉 주별 연간 주유소 당 개솔린 주입량



소비자들의 연료 수요는 늘어나는데 주유소 수는 감소하니 결국 이 틈새를 메울 것은 주유대(pump)의 기능 향상뿐이다. 빠르고 결제 편하게 하면 가능한 일이다. 1990년대 초반에 캐나다가 주유소 2만개를 넘기던 시절에 주유소 당 연평균 주입량은 150만 리터였다. 2017년 주유소 수는 거의 반으로 줄었지만 한 주유소 당 주입량은 380만 리터에 달하고 있다. 주유소 당 매출이 급속한 신장세를 보였음을 증명하는 통계수치다.

표 5를 보면 이를 확연히 시각적으로 알 수 있다. 주별로는 온타리오가 가장 높은 수치이고 준주들은 인구 당 주유소 수가 많다고는 하지만 절대적인 사용량이 작다보니 50만 리터에도 미치지 못하고 있다.

### 非 석유산업계 보유 주유소 급성장

석유산업과 관련없는 비 정통 채널들, 다시 말해 앞에서 언급했던 식품 유통, 편의점, 자동차 수리점 채널 등이 운영하는 편의점 수는 2004년 대비 2018년에 약 15%가 늘었다. 특히 캐나다 중부와 동부쪽에서 늘어난 추세이며 온타리오와 퀘벡은 이들이 보유한 주유소가 같은 기간 대비 약 배 이상으로 증가했다. 일부 대서양 주에서는 이 속도가 더 높은 것으로 확인되고 있을 정도다. 업계에 정통한 한 전문가가 전하는 현상을 요약해 보면 이렇다.

『예를 들어 코스트코같은 대형 유통 소매 채널들을 보자. 판촉을 위한 수단은 다양한데 쿠폰, 교차판촉(cross-promotion)등이 있다. 비록 마켓 점유는 상대적으로 제한돼 있지만 이들이 벌이는 판촉은 소매 연료 시장에 아주 강렬한 영향력을 행사한다. 일단 '양떼기 전략' - 이를 업계에서는 HVR이라는 표현을 쓰는데 High Volume Retailers의 약자임 - 을 구사하기 때문이다. 이들이 대대적으로 할인 공세를 펼치면 일단 주입량이 엄청나다. 코스트코 주유소에 그 많은 차량이 줄을 서는 것을 상상해보면 쉽게 이해가 갈 것이다. 평균적인 주유소에 비해 월등히 판매 물량이 크다.

이것이 가능한 이유는 리터 당 운영비가 낮기 때문이다. 다시 말해 주유소 관련 아닌 여타 상품들과의 콤보 세일 전략을 손쉽게 구사할 수 있는 장점이 있는 것이다. 가격 경쟁력이 높다는 사실은 평균적인 주유소와의 경쟁에서 절대적으로 유리한 고지를 점하게 된다.』

전국적으로 주별 비정통분야의 주유소 점유율 증가 추이를 정리한 표 6

의 통계를 주목해보라. 코스트코, 세븐일레븐, 쿠쉬타르 등 비 석유산업 분야 유통채널들이 얼마나 극적인 주유소 규모 성장을 주도했는지 잘 이해할 수 있다.

〈표 6〉 非석유산업의 주별 주유소 점유율

	BC	AB	SK	MB	ON
2004 Percentage	16.3	29.0	43.1	30.3	7.4
2018 Percentage	17.3	29.9	37.6	26.3	18.5

QC	NB	NS	PE	NL	YT	NT	CAN
12.8	8.1	4.6	3.8	2.9	5.0	0.0	15.0
25.9	31.8	32.3	22.6	13.7	3.6	2.0	23.9

### 가솔린 vs 디젤(揮發油 vs 輕油)

한국에서는 디젤(경유) 사용을 줄이는 추세인데 캐나다는 주유소마다 디젤 판매한다는 간판이 늘어나고 있다. 전국 주유소에서 디젤을 동시에 취급하는 주유소는 76.5%로 집계되고 있다. 2014년에 47.3%였는데 불과 몇년 사이에 대단한 증가세가 아닐 수 없다. 그럼에도 불구하고 전체 주유소 가솔린 매출액에 비하면 디젤 매출은 아주 미미한 수준이다. 전체 기름 판매량의 7.3%에 불과하다.

### 병설 서비스의 중요성

캐나다 주유소의 85%는 부대 서비스를 겸한다. 예를 들어 편의점, 세차, 간이식당 중의 하나 혹은 둘, 심지어는 이 세가지 모두의 서비스를 갖추

고 있는 주유소도 심심찮게 볼 수 있다.

지난 2004년 켄트 그룹에서 밝힌 자료에 의하면 국내 편의점의 40%가량은 공간이 500 ~ 1,500평방 피트였다. 오늘날 대부분의 편의점 공간은 1,500평방피트를 넘는다. 그림에서 보여주고 있는 것과 같은 위치나 구조의 주유소 병설 편의점이라면 매우 높은 매출을 올릴 수 있는 이상적인 표본이다. 세븐일레븐이나 쿠쉬타르(Circle K)가 바로 이 표본에 충실한 구조를 가지고 있다.



켄트의 또 다른 몇가지 핵심 자료를 소개하며 글을 마친다. 부대 서비스가 있는 전국 주유소 10,153개 중 세차장 시설을 겸하고 있는 주유소는 2,034개소이다. 2017년의 19.8%에 비해 0.2% 늘어났다. 하지만 2014년 20.6%에 비하면 다소 감소했다. 세차 시설을 지배하는 메이저 쓰리 채널은 페트로 캐나다, 쉘, 에소이다.

2017년에 이들 3사의 세차 장악은 12.9%였으며 이듬해인 2018년에는 13.2%로 약간졌다. 간이식당(QSR)을 갖춘 주유소는 2018년 기준으로 1,188개로 집계됐다. 2004년의 7.8% 수준에서 큰 변화는 없는 수준이다.

이는 다른 말로 하자면 주유소와 더불어 식당 사업까지 겸해 매출을 증대할 수 있는 기회가 크다는 의미이기도 하다. ■



협동조합 매장에서 한국 화장품을 취급하고 있습니다. 이미 실험뉴스를 통해 소개를 한 바 있습니다만 아직 소식을 접하지 못한 회원 및 조합원들을 위해 재차 알려드립니다. 협회와 조합은 토론토 무역관(KOTRA) 및 화장품 수입업체들과 제휴하여 조합 매장에도 키오스크를 설치하고 지난 7월 3일부터 판매를 개시했습니다.

이미 중국 쇼핑몰을 비롯한 백화점에도 입점해있으며 회원들의 수익창출에 도움을 주고자 편의점 채널 보급에 관심을 가지게 된 사업입니다. 주지하는 바와 같이 한류(韓流)문화는 연에는 물론 음식에서 나아가 화장품까지 열풍을 일으키고 있습니다. 소위 케이뷰티(K-Beauty)라는 신조어가 아시아권에서는 일찌감치 유행어가 됐으며 서구 세계에까지 나도는 수준입니다.

그만큼 한국의 화장품은 세계적인 인기를 구가하며 해외 동포들의 자부심을 한껏

높이고 있습니다. 한국 화장품이 세계적인 인정을 받는 것은 끊임없이 새로운 천연성분 재료를 배합한다는 혁신과 실제의 효과 그리고 매력적 디자인때문입니다. 또한 피부건강을 우선시한다는 점도 세계적인 뷰티 전문가들의 큰 호감을 얻는 부분입니다.

조합 매장을 이용하는 쇼핑객들은 본인과 그 가족들 사이에서 먼저 사용해보고 이미 호평을 내렸습니다. 오픈한지 얼마되지 않아 아직 쇼핑 열기가 달아오르는 단계는 아니나 본인들이 효과를 증언하는바 편의점 손님들에게 자신있게 권할 수 있을 것으로 전망됩니다. 특히 업소가 중국계 주민 밀집 지역에 소재 한다면 매력적인 아이템으로 성공 가능성이 높습니다. 조합 매장을 방문해서 제품들을 한번 살펴보실 기회를 가질 것을 권합니다. ■

## 협동조합, K-Beauty 코너 운영

# 땀과 함께한 **게토레이**의 역사



오늘날 편의점 채널에서 스포츠 음료로 가장 많이 팔리는 음료는 단연 게토레이다. 지난호 실험뉴스에서 다른 스포츠 음료 기사에서도 밝혔듯이 이 음료의 편의점 채널 매출은 매우 양호한 성장을 보이고 있다. 오랜만에 쓰는 교양상식 코너 주제는 지난호에 약속한대로 흥미진진한 게토레이의 탄생과 숨은 이야기로 삼았다. 게토레이를 이야기하기 앞서서 편의점과도 밀접한 관계에 있는 몇개의 기업들을 살펴보는 예비 지식부터 전한다. 이를 토대로 해야 게토레이 스토리가 전체로 꿰진다.

펩시코(PepsiCo, Inc.)는 우리가 익히 알고 있는 펩시 회사의 정식 명칭이다. 그러나 아무도 펩시코라고 부르지 않고 옛날 이름대로 펩시라고 부르며 회사명과 동일하게 브랜드명인 콜라를 지칭할 때도 펩시라고 부른다. 그러나 펩시는 콜라만 생산하는 것이 아니다. 펩시코라는 회사 명칭은 이미 1965년에 칩스의 황태자인 프리토 레이(Frito-Lay)라는 회사와 합병하면서 탄생했다. 이후 과일 음료의 대명사인 트로 피카나(Tropicana)라는 회사를 1998년에 인수했고 2001년에는 역시 종합식품회사인 퀘이커(Quaker Oats Company)를 인수해 오늘의 위상을 대체적으로 완성했다. 따라서 펩시라는 회사가 콜라만 팔아 유지되는 회사가 아니라 온갖 음료와 주전부리를 망라하는 다국적 종합식품회사라는 점을 인식해야 한다.

사실 펩시를 거론할 때 영원한 라이벌인 코카콜라 회사를 떠올리지 않을 수 없다. 그러나 콜라 하나만 놓고 말하면 매년 2위의 펩시이지만 모든 취급 품목을 한꺼번에 놓고 말하면 펩시 그룹은 코카콜라 그룹 매출의 2배를 넘는다. (2018년 기준으로 매출이 펩시코는 640억 달러에 종업원수가 26만여 명이고 코카콜라는 310억 달러에 종업원수 63,000여 명이다.)

다음으로 펩시가 21세기가 시작되는 밀레니엄 첫해인 2001년 인수했던 퀘이커 오츠라는 회사를 간단히 더듬어 보자. 미국의 유서깊은 종합식품회사로 미국인의 아침 식탁에서 매일 만나지 않을 수 없는 시리얼을 연상하면 이 회사의 위상이 실감날 것이다. 역사는 자신을 인수했던 펩시(1898년 창립)보다 20년 이상 앞선 1877년 오하이오에서 탄생됐다. 참고로 퀘이커 오츠는 퀘이커교와 아무 상관도 없다. 그냥 정직해보이려는 이미지 메이킹 차원에서 이름을 그렇게 달았을 뿐이다. 140년이 넘는 장구한 역사의 퀘이커 오츠의 이름을 더욱 빛내 준 것이 바로 이번호 교양상식의 주인공인 게토레이다. 1988년에 퀘이커가 게토레이를 인수했던 것이다. 그런데 게토레이를 소유한 퀘이커를 펩시코가 앞서 말했듯이 2001년에 인수했으니 결론적으로 게토레이는 오너가 펩시라는 말이다. 게토레이의 족보는 이쯤해두고 게토레이라는 음료 탄생의 숨은 역사 캐기라는 본연의 주제로 돌아가자.

게토레이는 주지하는 바와 같이 전세계 스포츠 음료의 아이คอน이다. 그리고 그 어떤 스포츠 음료의 서열을 매기더라도 이 음료는 일단 제쳐두

고 논해야 한다. 미국 스포츠 음료 시장의 거의 80%를 넘게 장악하고 있으니 요즘 잘나가는 전자담배로 말하자면 미국내의 주울(Juul)이라고나 할까. 전세계 80개국에서 마셔 대고 있다. 오늘날 잘 나가는 세계적 브랜드의 창대함은 더듬어 올라가면 그 시작이다 미미하고 허접했듯이 게토레이의 시작도 그랬다.

이야기는 플로리다 대학교(University of Florida) 의과 대학 로버트 케이 드(Robert Cade)교수로부터 시작된다. 1965년 40도에 가까운 폭염 속에서 이 대학 미식축구팀 '플로리다 게이터스'의 신입생이 일주일 만에 20명이 넘게 입원을 한다. 탈수증(脱水症)때문이었다. 하기사 가만있어도 땀이 주룩주룩 흐르는데 그 격한 운동을 연습하고 있으니 당연했겠다. 여하튼 이런 모습을 본 게토레이의 아버지 케이 드 박사는 회한한 생각을 한다. “물 대신 땀을 마시면 어떨까?” 말은 된다. 탈수증은 결국 몸밖으로 땀이 과도하게 흘러나가 생기는 현상이니 그 땀이 고스란히 몸속으로 되돌아가면 증세도 사라지지 않겠는가.

필요는 발명의 어머니더라고 박사는 학교 지하실에서 음료 작업을 시작했다. 땀에 있는 각종 염류는 몸의 균형을 잡아주는 것인데 음료에 이 성분을 잘 배합해 넣으면 물보다 빠르게 흡수될 수 있을 것이라는 착상에서 완벽한 기능성 음료인 게토레이 첫 버전을 만들었다. 나트륨, 칼륨, 설탕 등으로 조합된 것인데 다만 맛이 문제였다. 아무리 기능성이지만 그래도 입에 붙어야 목으로 넘기지 않겠는가. 그래서 레몬을 약간 짜 넣었다. 소금물처럼 짭짤리한 괴상한 맛에 레몬을 섞었다고 하지만 그래도 생전 경험해 보지 않았던 게토레이의 요상한 맛은 바로 거부당했다. 감독 왈, “박사님, 우리 위해 고생한 정성은 고맙소만 1학년 신병들한테만 마시게 하고 대표 선수들한테는 절대 마시게 하면 안됩니다.”

그런데 기적같은 일이 벌어졌다. 살벌한 더위에 더럽게 맛없는 게토레이라는 음료를 마셔대며 땀던 1학년 선수들이 2군 선배들하고 시합을 해



▲1965년 당시 게토레이를 받아드는 선수들 표정이 웃긴다. 오줌물같은 맛으로 결코 반기고 싶지는 않았지만 14대 7로 이기고 나서 작명까지 해줬다. 게토레이를 따라주는 사람이 게토레이 발명가인 케이 드 교수다.



서 전반전은 13대 0으로 대패하다가 후반전에 들어와 한점도 내주지 않고 오히려 역전승을 거둔다. 감독이 비로소 게토레이의 진가를 알아보게 된 순간이었다. 냉소적이었던 그가 다음날의 시합을 위해 우리의 케이드 박사에게 100리터의 음료를 준비해달라고 당부했고 박사는 신바람이 나서 열심히 손으로 레몬을 쥘었다. 아직 이 기묘한 음료에 이름도 붙이지 않았던 시점이었다.

다음날 날씨는 38도를 넘나드는 불볕더위, 음료의 진가를 자랑해보이기에 이보다 더 좋을 수 없는 날씨였다. 오줌물같은 모욕을 당하며 선수들과 함께 한 우리의 게토레이는 이제 명예롭게도 게이터레이드(gator악어 + ade음료)라는 이름까지 얻었다. 이날 경기를 14대 7로 게이터스 팀이 이겼기 때문이다. 이 이름은 오늘에까지 54년을 이어가고 있다.

비사 한도막. 당초 케이드 교수를 비롯한 음료 연구진에서는 gator + aid로 이름을 지을까도 생각했는데 aid라는 단어가 마치 치료제같은 느낌을 줌으로 인해 공연히 식품의약청(FDA)으로부터 시비거리를 만들 우려도 있고 상업화까지 내다볼 때 음료라는 의미의 ade라는 접미사를 붙이는 것이 두루 좋겠다는 의견이 모아져 'gatorade'로 최종 낙찰을 봤다고 한다.

(한국에서는 '드' 발음이 사라지고 그냥 '게토레이'라고 부르는데 상표등록때 이 발음철자로 등록시켰다. 이 글에서는 우리에게 익숙한 게토레이라는 한국식 표기를 계속 쓰겠다.)

해가 바뀐 1966년에 플로리다 게이터스는 역대급 성적을 냈다. 게토레이로 수분을 채우고는 희한하게도 뒷심을 발휘해 그 해 시즌에 8승 2패라는 놀라운 실적을 낸 것이다. 챔피언 결정전에서도 승리했다. 경기장에 싣고 가던 게토레이 트럭이 도난을 당한 해프닝도 벌어졌다. 다시 이듬해인 1967년에 플로리다 게이터스에게 패한 조지아 공대 풋볼 팀 코치 바비 다드는 게토레이때문에 졌다는 다음과 같은 명언(?)을 남겼다고 한다. "We didn't have Gatorade. That made the difference."

마침내 플로리다 게이터스의 활약은 게토레이를 모든 미식 축구팀이 마시는 스포츠 음료로 만들었다. 상업화가 시작된 것이다. 우리의 케이드 박사는 더 이상 손으로 레몬을 짜느라고 근육통에 시달리지 않아도 됐다. 박사는 승승장구하는 게토레이를 1969년에 통조림 식품 만드는 어떤 회사와 손을 잡고 공급 계약을 맺는다. 같은 해 라이선스 계약을 맺어 NFL 공식 스포츠 음료로 지정받는 쾌거가 따른다. 프로 스포츠 역사에서 게토레이가 처음으로 스폰서십을 얻은 것이다. 게토레이를 탄생시킨 플로리다 대학도 지분의 상당 부분을 보유했다. 70년대에는 약 20%를 쥐고 있었으나 꽤나 큰 몫이었다. 2009년에 대학이 챙긴 수익은 1억 5천만 달러였는데 대단하지 않은가? 이후로도 매년 배당금으로 1,200만 달러를 받았다.

앞서 언급한대로 몇몇 우여곡절을 거치며 시리얼의 대명사 웨이커 오츠는 88년에 게토레이를 소유했던 회사 자체를 2억 2천만 달러에 인수하며 게토레이 오너가 됐다. 사세는 글로벌화했고 이미 84년에 캐나다 시장에 진출했고 87년에는 일부 유럽 국가에도 상륙했다. 호주는 93년부터 판매가 시작됐다. 96년 기준으로 전세계 45개국에서 총 매출이 2억 8,300만 달러를 기록했다. 97년의 경우는 10개국이 더 추가되면서 전체 게토레이 시장 규모가 20% 가까이 증가했다.

한국은 게토레이를 제일제당에서 이미 1987년에 받아들여 라이선스 계약하에 이천 공장에서 생산을 시작했다. 초기에는 마켓팅에서 애를 먹었다. 이미 한국의 스포츠 혹은 이온 음료 시장은 동아식품의 포카리스웨트, 코카콜라 코리아의 아쿠아리우스, 롯데삼강의 스포테라 등이 틀어쥐고 있던 터라 절대적 열세였다. 원래 아성이 구축된 시장에 신생 브랜드가 비집고 들어가는 낙타가 바늘구멍 들어가기보다 어렵다고 하지 않던가. 그럼에도 불구하고 한국의 게토레이는 볼링장, 테니스 코트, 고속

도로 휴게소, 헬스장, 목욕탕까지 취급을 선뜻 내켜하지 않는 틈새시장으로 파고 들며 공격적인 판촉 활동 끝에 90년대 초반이 되자 대한민국 스포츠음료의 황제 포카리스웨트를 위협했고 92년에 마침내 포카리를 앞질러 수도권에서 1위를 차지하는 기염을 토했다. 게토레이 유명 광고모델로는 유인촌, 박상원이 있고 실제로 스포츠 선수인 박찬호가 90년대 후반에 전속모델을 맡기도 했다. 2001년 제일제당은 롯데칠성음료에게 게토레이를 넘겼고 현재에 이르고 있다.

한국에서 롯데가 제일제당으로부터 게토레이를 인수하던 같은 해인 2001년 다국적 식음료 회사 펩시코는 웨이커 오츠를 130억 달러에 인수하며 게토레이 총본산의 임자가 또 한번 바뀌게 됐고 펩시코는 음료 시장에서의 위상을 크게 높이는 계기를 만들어 지금까지 잘 나가고 있다.

## 게토레이 샤워

스포츠 음료의 총아 게토레이는 의당 미국 스포츠의 위대한 순간들과 함께 하는 지위를 누렸다. 몇가지 기억에 남을 에피소드들만 소개한다.

1986년 뉴욕 자이언츠의 미들 가드인 짐 버트 선수가 플레이오프 진출 경기를 승리하자 고된 훈련으로 약명났던 팀 감독 빌 파셀스의 머리위에 게토레이를 한 버킷 머리위로부터 확 부위버렸다. 승리를 자축하는 일종의 세레머니인 셈. 이렇게 해서 게토레이 샤워라는 말이 탄생됐다.

그해 수퍼볼 우승까지 파셀스 감독은 17차례의 게토레이 샤워를 맞고 수퍼볼 우승을 차지했다. 하기사 어느 감독이라도 우승만 한다면 게토레이 샤워를 10번 아니라 100번이고 맞고 싶을게다. 오늘날 게토레이 샤워는 다른 음료들로도 사용되는데 PGA 우승자에게는 함께 경쟁했던 선수들이 생수 세례를 퍼붓는 모습도 볼 수 있다.

## 마이클 조던과 게토레이

농구 황제 조던은 어릴 때부터 게토레이를 즐겨 마셨다. 따라서 그가 게토레이 광고 모델이 된다는 것은 지극히 자연스러운 일이었다. 코카콜라와의 계약이 끝난 1991년 그의 나이 28세에 10년 계약을 맺는다. 그리고 그가 은퇴했던 야구로 외도를 했던 게토레이는 의리를 지키며 오랜 세월 모델로 내세웠다. 2003년 수퍼볼 광고 "23 VS 39"는 광고사에도 길이 남을 명 광고이자 농구의 신에게 바치는 찬사라 할 수 있는 작품으로 평가된다.

## 워렌 버핏 일생의 최대 실수

의대 지하 실험실에서 손으로 만들던 게토레이가 미국 스포츠 음료 시장의 83%라는 경이적 점유율을 자랑하는 위상이 되다 보니 지구촌 음료시장 최대의 두 공룡의 하나인 코카콜라가 어찌 그냥 두고 봤겠나. 처음에는 게토레이에 맞서기 위해 이런 저런 신제품으로 싸워보기도 하고 파격적인 가격 경쟁력으로 대항해보기도 했지만 회사 이미지만 구겼다.

제품 경쟁으로 안될 때 가장 손쉬운 수단인 인수라는 카드만 남았다. 그래서 마침내 160억 달러에 게토레이 소유의 웨이커 오츠를 인수하려 했다. 그러나 주식투자의 살아있는 전설이자 코카콜라 대주주인 워렌 버핏(Warren Buffett 1930 ~)이 이를 반대해 무산됐다. 2001년 이야기다. 당시 코카콜라는 지금도 팔고 있는 파워레이드로 시장의 10%를 고작 차지하고 있을 때였다.

경쟁사가 인수를 포기하자 펩시가 바로 "이게 웬 떡이냐"하고 나뻐졌다. 그것도 30억이나 낮은 130억 달러에... 사실 펩시는 코카콜라보다 한해 앞서 인수 달을 물밑에서 주고받는 중이었다. 코카콜라가 게토레이를 가지지 못한 것은 오마하의 현자인 버핏 일생 일대의 실수로 회자되고 있다. 2018년 현재 미국시장에서 게토레이 점유율은 77%, 코카콜라의 파워레이드는 뒤를 이은 약 20%를 차지하고 있다. ■

## 주유소 펌프에 반대 스티커 부착 의무화

# 연방 탄소세, 온주 가장 강력 반발



▲ 지난 4월 8일 온주 정부 그레그 릭포드 에너지부 장관이 연방 탄소세 반대 캠페인의 일환으로 경고성 스티커를 부착하는 모습을 시연해보이고 있다. 람 필립스 환경부 장관이 이를 지켜보며 뒤에서 웃음짓고 있다.

연방 자유당 정부의 탄소세 시행에 정면으로 반발하고 있는 알버타, 사스캐추완, 매니토바 등 중부지역은 온타리오 정부가 현재 펼치고 있는 탄소세 반대 스티커 부착 운동을 따를 계획은 없는 것으로 알려졌다.

온주 정부는 연방 탄소세 시행에 반대를 표명하는 차원에서 주유소 주유기(注油機 pump)에 반대 캠페인 스티커(그림 참조)를 부착하는 저항 운동을 주도하고 있다.

온주 정부는 8월 30일까지 모든 주유소가 주유기에 이 스티커를 부착할 것을 의무화하고 있으며 이를 위반 시 하루 1만 달러의 벌금을 부과하겠다고 발표했다. (발표 수일 후인 8월 21일 1만 달러 폭탄 벌금은 업계의 반발이 워낙 거세 철회됐다.)

스티커는 연방 탄소세가 휘발유 가격을 리터 당 4.4센트 인상하며 2022년이 되면 11센트까지 오를 것이라는 메시지를 전하고 있다.

제이슨 케니 수상이 이끄는 알버타 정부는 연방 탄소세를 놓고 기존에 해오고 있는 법정 소송에만 집중하겠다는 입장을 밝혔다. 스캇 모우(Scott Moe)수상이 이끄는 사스캐추완 정부 대변인도 반대 캠페인 스티커 부착을 의무화할 계획이 없다고 말했다. 온주와 마찬가지로 보수당이 집권하고 있는 매니토바는 현재 총선 선거운동 기간인데 집권 여당측은 스티커 캠페인은 고려하지 않고 있다는 반응이다.

연방은 온타리오, 매니토바, 사스캐추완, 뉴브런즈윅 주에 대해서는 탄소세를 강제 부과했는데 이들 주 정부가 자발적인 탄소세 도입을 시행하지 않자 내린 조치였다. 알버타는 내년부터 강제 부과를 계획 중이다.

연방정부는 이들 주에서 걷은 탄소세의 상당 부분이 납세자에게 직접 되돌려진다고 공약했다.

한편 알버타 정부는 성명을 통해 알버타 운전자들은 휘발유에 부과되는 탄소세의 여파가 무엇인지 이미 잘 알고 있다면서 이전 신민당(NDP)정부가 내린 결정을 새로 들어선 케니 정부가 폐지했기 때문이라고 이유를 설명했다. 성명은 “알버타 정부가 트뤼도의 탄소세 부과 권한에 대해 도전한 한 셈인데 연방을 상대로 한 법정 시비에서 이길 자신이 있고 이에만 전력 투구할 계획”이라고 주장하고 있다.

사스캐추완 정부 대변인 짐 빌링턴의 주장은 간결했다. “우리 정부는 주유소 영업주들에게 휘발유에 부과되는 탄소세를 비판하는 스티커를 강제 부착할 계획은 없다.”

재집권을 노리는 매니토바의 브라이언 팰리스터 수상은 오는 9월 10일 총선에 앞서 일찌감치 정부의 입장 등을 일절 밝히지 않을 것이라고 선언했지만 이번 스티커 문제와 관련해서는 이메일을 통해 “이번은 아니다”는 입장을 드러냈다.

온타리오에서 스티커 부착 의무화를 규정한 입법화는 지난 예산안 발표에 들어 있던 사안이었다. 25,000장의 스티커 제작에 소요된 경비는 약 5천 달러이며 3,200개의 주유소에 이들을 배포하는 인건비나 발송비 등은 별도다.

한편 이번 온주 정부의 스티커 부착 시행에 대해 온타리오상공회의소는 크게 반발했다. 정치적 성격이 짙은 스티커이기 때문에 우려스럽다는 것이다. 또, 연방 환경부 캐서린 맥케나 장관도 소셜 미디어인 페이스북을 통해 강도높은 비판을 제기했다. 장관은 “기후변화의 위협과 싸워야 할 온주 정부가 납세자의 돈을 낭비하며 기후변화에 대한 적절한 조치와 싸우는 꼴”이라며 “주유소 주인들의 자유로운 생각과 입장을 차단하는 행태”라고 일갈했다. ■

## ■ KBA 협동조합

169 The West Mall, Etobicoke  
(협동조합 사무실) ----- (416) 789-7544  
169-175 The West Mall, Etobicoke  
(협동조합 웨스트몰지점) -----(416) 867-1444

## ■ 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  
Saint Jimmy's Coffee Service ----- (416) 250-9427

## ■ 우유

SAPUTO(Neilson Dairy) ----- (800) 663-4724

## ■ 스낵

Frito Lay Canada -----(905) 460-2414  
South Cove ----- (905) 829-3666  
Conagra Brands Canada ----- (416) 679-4200

## ■ 샌드위치

Classic group of companies ----- (866) 760-1926  
A Biz Gourmet(Shirley 부사장) -----(866) 760-1926

## ■ Meat Jerky

Great Canadian Meat ----- (905) 666-9395  
Conagra -----1- (888) 639-7868

## ■ 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

## ■ ATM / Debit

Touch Cash -----1- (866) 391-3950  
Moneris Solutions ----- 1- (877) 789-5335  
1Solution -----1- (888) 554-7355

## ■ 잡지

Metro 360 ----- (416) 285-2050  
News Group -----(905) 681-1113

## ■ 법률관련

변호사 이영동 -----(905) 272-4339  
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  
이방록(회계사) -----(416) 221-2009  
박호진(보험중개인)----- (416) 985-5287

## ■ 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

## ■ 광고 미디어 전문 대행 회사

Adapt Media ----- (416) 856-4466

## ■ 기타

Kocom -----(416) 769-3532  
DSC Digital System ----- (416) 255-6549  
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  
DavidWholeSale ----- (416) 419-3751  
78 Trading ----- (437) 777-7878  
Yeno Trading ----- (647) 967-6561  
용역 회사 Tyson Lee -----(647) 545-0922  
Atlantic Prepaid Card ----- (888) 479-7779





Sincere Trading of KBA  
West Mall Branch

# September

SPECIAL SALE  
Sep. 1~30



**1.15**

**1.15**

### Lassonde

Del Monte 960ml All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.15**  
Oasis 960ml All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.15**



**3.99**

### Red Bull

24/250ml Original Only  
Reg.\$42.99 **Spe.\$39.99**



**1.99**

### Fiji

24/500ml Reg.\$24.49 **Spe.\$18.99**  
12/1L Reg.\$22.29 **Spe.\$16.99**  
12/1.5L Reg.\$26.69 **Spe.\$19.99**



**1.99**

**2.39**

**3.89**

### McCain

French Fries 900g Reg.\$2.69 **Spe.\$1.99**  
Xtra Crispy Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Premium Super Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Xtra Crisp Seasoned Fries 650g Reg.\$3.09 **Spe.\$2.49**  
Deep'n Delicious Cakes 510g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Deep'n Delicious Fruit Pies 680g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Delicious Cream Pies 400g Reg.\$4.79 **Spe.\$3.99**  
Pizza Pocket 3pack Reg.\$3.49 **Spe.\$2.49**



**3.59**

**2.79**

### Sara Lee

Cheese cake 538g Strawberry & Cherry Reg.\$4.99 **Spe.\$3.59**  
Oven fresh Pies 1.04kg All Flavours Reg.\$5.29 **Spe.\$3.59**  
Pound Cake 304g Reg.\$3.59 **Spe.\$2.79**  
Cream Pies 55g - 765g All Flavours Reg.\$6.99 **Spe.\$4.69**



**Vidal Candy**  
1.2kg All Flavours Reg.\$7.49 **Spe.\$6.49**

**4<sup>19</sup>**



**C.B Powell**  
Blue Diamond 170g All flavours Reg.\$6.89 **Spe.\$4.19**  
Blue Diamond 12/43g All flavours Reg.\$21.49 **Spe.\$13.99**



**1<sup>99</sup>**  
**Kelloggs**  
Pringles 148g - 156g  
All Flavours  
Reg.\$2.39 **Spe.\$1.99**



**1<sup>95</sup>**  
**Mondelez**  
Crispers 175g All Flavours Reg.\$2.15 **Spe.\$1.95**  
Triscuit 225g All Flavours Reg.\$2.65 **Spe.\$2.39**

**2<sup>39</sup>**



**22<sup>29</sup>**  
**Regal**  
Dubble Bubble Gumball Machine Reg.\$20.99 **Spe.\$18.59**  
D. Bubble Jackpot Gumball Machine Reg.\$25.29 **Spe.\$22.29**  
Junior Mints Reg.\$24.99 **Spe.\$23.29**  
Junior Caramels Reg.\$24.99 **Spe.\$23.29**

**18<sup>59</sup>**  
**23<sup>29</sup>**



**2<sup>55</sup>**  
**C.B Powell**  
Stagg Chili 425g  
All Flavours Reg.\$2.85  
**Spe.\$2.55**



**3<sup>09</sup>**  
**SPAM**  
Spam Luncheon Meat 340g  
All Flavours Reg.\$3.29  
**Spe.\$3.09**



**1<sup>19</sup>**  
**Hunts**  
Hunts Pasta Sauce 680ml  
All Flavours Reg.\$1.99  
**Spe.\$1.19**



**Mars**  
Chocolate Singles 24's  
Reg.\$23.99 **Spe.\$19.99**  
Chocolate King Size 24's  
Reg.\$35.49 **Spe.\$29.99**



**Campbells**  
Campbells Broth 284ml Chicken/Beef/Chicken(Chinese) Reg.\$1.69 **Spe.\$1.39**  
Ready to Serve Red and White 540ml All flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$1.79**  
Chunky Soup 540ml All flavours Reg.\$3.05 **Spe.\$2.15**  
Chunky Chili 425g All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.29**  
Everyday Gourmet 500ml All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.25**  
Habitant Soup 796ml All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$1.79**  
Cup Noodles 55g All flavours Reg.\$13.79 **Spe.\$10.99**  
Prego Pasta Sauce 645ml All flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.29**  
Goldfish 180g All flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.05**



**1<sup>59</sup>**  
**1<sup>45</sup>**  
**1<sup>39</sup>**  
**1<sup>69</sup>**  
**Clover Leaf**  
Brunswick Seafood Snacks 92g - 100g All Flavours Reg.\$1.55 **Spe.\$1.39**  
Value Added Tuna 85g All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.45**  
Skipjack Tuna 170g All Kinds Reg.\$1.99 **Spe.\$1.45**  
Premium Light Yellow tuna 142g All Kinds Reg.\$2.19 **Spe.\$1.69**  
Smoked Oysters 85g Original & Spicy Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**  
Smoked Oysters 85g Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**



**Bertolli**  
 Olive Oil 250ml Classico & Extra Light  
 Reg.\$3.55 **Spe.\$3.29**  
 Olive Oil 250ml Extra Virgin  
 Reg.\$3.75 **Spe.\$3.29**  
 Olive Oil 500ml Classico & Extra Light  
 Reg.\$5.25 **Spe.\$3.99**  
 Olive Oil 500ml Extra Virgin  
 Reg.\$5.55 **Spe.\$3.99**

**4<sup>95</sup>**



**Redpath**  
 Sugar 10/2kg  
 Reg.\$23.99 **Spe.\$19.99**

**19<sup>99</sup>**



**Billy Bee**  
 Upside Down Squeeze 375g Reg.\$5.59 **Spe.\$4.59**  
 White Bear 375g Reg.\$5.59 **Spe.\$4.59**  
 White Squeeze Beehive 500g Reg.\$6.35 **Spe.\$5.35**

**4<sup>59</sup>** **5<sup>35</sup>**



**Nestle Purina**  
 Beneful Dry Dog Food 1.6kg  
 All kinds Reg.\$5.59 **Spe.\$4.99**  
 Beneful Wet Dog Food 283g  
 All kinds Reg.\$2.25 **Spe.\$1.95**

**4<sup>99</sup>**

**1<sup>95</sup>**

**1<sup>59</sup>**



**Smuckers DLM**  
 PUP-peroni 75g All Flavours Reg.\$1.79 **Spe.\$1.59**  
 PUP-peroni 158g All Flavours Reg.\$2.75 **Spe.\$2.45**  
 Jerky Treats 170g All Flavours Reg.\$2.75 **Spe.\$2.49**  
 Alley Cat 2kg Reg.\$3.69 **Spe.\$3.29**  
 Meow Mix Original Choice 500g Reg.\$2.25 **Spe.\$1.89**  
 Meow Mix Original Choice 2kg Reg.\$6.49 **Spe.\$5.39**  
 Milkbone 113g All Flavours Reg.\$1.85 **Spe.\$1.59**

**3<sup>29</sup>**

**2<sup>49</sup>**



**Always**

Always Ultra Slender w/ Flexi-wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular Thin w/ Flexi Wings 10's	3.09	<b>2.95</b>
Always Ultra Overnight w Flexi Wings 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular w/ Flexi Wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Thin Ultra Long w/ Flexi wings 16's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Regular 22's	4.69	<b>3.95</b>
Always Thin Maxi Regular w/Flexi wings 10's	3.09	<b>2.95</b>
Always Maxi Regular w/Flexi wings 18's	4.69	<b>3.95</b>
Always Maxi Overnight 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Long w/ Flexi wings 14's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Reg 16's	4.69	<b>3.95</b>
Always Ultra Thin Long 20's	4.69	<b>3.95</b>
<b>ALWAYS RADIANT INFINITY REGULAR PADS</b>		
Flexi Wings 12pk	4.69	<b>3.95</b>
Flexi Wings 16pk	4.69	<b>3.95</b>
Reg 64pk	4.69	<b>3.95</b>
<b>ALWAYS THIN/MINCE FLEXI-STYLE</b>		
Pantiliners 60's Unscented 60pk	4.69	<b>4.09</b>

**Tampax**  
 Regular 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**  
 Super 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**  
 Super Plus 10's Reg.\$16.89 **Spe.\$15.19**



**15<sup>19</sup>**



**19<sup>49</sup>** **17<sup>99</sup>**  
**Cascades**  
 April Soft Bathroom Tissue 4's Reg.\$21.49 **Spe.\$19.49**  
 Fiesta Paper Towel 2'S Reg.\$19.99 **Spe.\$17.99**



**West Mall Branch**  
 169 The West Mall, Etobicoke  
 T(416)867-1444 / F(416)789-5013

**Business Hours**

Mon. 06:30 - 17:00  
 Tue. 06:30 - 17:00  
 Wed. 06:30 - 17:00  
 Thur. 06:30 - 17:00  
 Fri. 06:30 - 17:00  
 Sat. 06:30 - 16:00  
**Sun. 11:00 - 17:00**



STAGE 1



### BLU ASSORTMENT-PODS STARTER KIT

device, charging cable and  
two pods(tobacco & menthol)

소매마진 25%

SPECIAL OFFER

**\$17.99**

BLU ASSORTMENT-PODS

### POD PACKS

available in both 24mg/ml  
and 48mg/ml NIC strength

**\$12.99 (MSRP)**



**WARNING:**  
This product contains nicotine.  
Nicotine is an addictive  
substance.

**WARNING:**  
This product contains  
nicotine. Nicotine is an  
addictive substance.

**WARNING:**  
This product contains  
nicotine. Nicotine is an  
addictive substance.

**WARNING:**  
This product contains  
nicotine. Nicotine is an  
addictive substance.

**WARNING:**  
This product contains  
nicotine. Nicotine is an  
addictive substance.

**WARNING:**  
This product contains  
nicotine. Nicotine is an  
addictive substance.

MYLÉ<sup>®</sup>  
Nicotine Delivery System

STARTER KIT

- SWEET TOBACCO
- ICED WATERMELON
- SWEET MANGO
- ICED MINT



STARTER KIT

1 MYLÉ DEVICE (BLU)  
1 MICRO-USB CHARGER  
1 MYLÉ PODS  
1 MYLÉ USER MANUAL

50 mg/mL  
NICOTINE

- SWEET TOBACCO
- ICED WATERMELON
- SWEET MANGO

4 x 0.9 mL Pods

**DANGER  
POISON**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**19+**

**STARTER KIT  
SRP  
\$35.99**

# MYLÉ<sup>®</sup>

Nicotine Delivery System

## The Better Vape. Canadian made e-liquid.

**PODS  
SRP  
\$19.99**

**10 FLAVOURS  
AVAILABLE!**



**19+** WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive substance. Use of nicotine during pregnancy may harm the fetus. **AVERTISSEMENT:** Ce produit contient de la nicotine. La nicotine mène à la dépendance. Si elle est utilisée pendant la grossesse, la nicotine peut être nocive pour le fœtus. **WARNING:** This product is not intended for use by children, persons under legal smoking age, persons with breathing or heart disease, diabetes, high blood pressure or those who suffer from respiratory conditions such as asthma or those who take anti-depressant medications. The product should only be used with MYLÉ e-liquid Pods containing nicotine. Nicotine is addictive and can increase your heart rate and blood pressure and may cause dizziness, weakness and headache. Inhalation of this product may aggravate existing respiratory conditions. This is not an eating/smoking product. **KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN AND PETS. TENIR HORS DE PORTÉE DES ENFANTS ET DES ANIMAUX DE COMPAGNIE.**





# 2019 9.8~10.5

Frito Lay Canada에서는 2019년 9월 8일부터 2019년 10월 5일까지 클럽 골드 회원, 플래티넘 회원, 다이아몬드 회원에게 스페셜을 실시하오니 방문하는 판매 담당자 또는 드라이버에게 문의하세요. 4주 한정기간 동안 프로모션이 있으니 적극 활용해 주시기 바랍니다. \*위 스페셜 상품들은 OKBA프로그램 스토어에도 적용됩니다.

Take Home



Ruffles 2/\$7



Cheetos 2/\$7

# 2019 9.8~9.28

Single Serve



Lay's / Doritos / Miss Vickie's / Smartfood  
2/\$3



- 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](http://snackstoyoucanada.ca) or Phone 1-866-404-8881

Happiness is simple