

실협 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
2020 January News 제792호



2020년 경자년 새해 복 많이 받으세요!

풍요의 상징인 경자년 쥐의 해에 희망을 품고 2020년 새해를 맞이합니다.
더 밝고 더 풍요한 새해를 소망합니다.



www.okbacanada.com 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

LOTTO 649 SuperDraw

12월 21일 돌아옵니다!

\$1백만 보장 상금 5개

그리고 잭팟

복권 단말기 배너를 인쇄하여 게시하십시오.
모든 고객에게 \$1 백만 보장 상금 5개 추첨을 광고하십시오!



OLG MYSTERY SHOPPING

만 18-22세 손님들에 의한 월례 미스터리 쇼핑은 소매점에서의 성공적인 ID25 준수 여부를 측정하기 위한 것입니다. 미스터리 쇼핑은 온타리오주 전역에서 지속적으로 시행됩니다.

손님에게 나이가 몇인지, 또는 신분증이 있는지 묻는 것만으로는 부족합니다. 손님이 신분증을 제시하여 만 18세 이상임을 증명하지 못하면 정중하게 판매를 거절해야 합니다.

- 9월에는 32%의 소매업자가 미스터리 쇼퍼의 신분증을 확인하지 않았습니다.
- 미스터리 쇼핑에서 불합격한 소매업자는 **\$75 이상의 벌금에 처해질 수 있습니다.**

만 18세 미만 고객에게 OLG 복권/상품을 판매하면 AGCO로부터 복권 단말기 정지 및 벌금 등의 처벌을 받을 수 있습니다. 이것은 또한 AGCO 면허 갱신에 영향을 미칠 수도 있습니다.

Play. Smart
Knowledge you can bet on.



OLG Ontario's
Lottery &
Gaming

■ OKBA 온타리오한인실업인협회 ■

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

- 이사회 : 이사장 신영하 / 부이사장 김대용
- 감사위원회 : 류승진 / 이만석 / 장육용
- 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 이효영 (519)442-4143
Halton & Hamilton 회장 오재근 (905)825-8373
London 회장 오세경 (519)432-6672
Niagara Falls 회장 김홍기 (905)354-1313
Waterloo 회장 최상겸 (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

■ KBA 협동조합 ■

- KBA 운영이사장 : 신영하 (Youngha Shin)
KBA 부이사장 : 심기호 (Kenny Shim)
- KBA 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
- KBA 사무장 : 배 줄리아 (Julia Bae)
- KBA 협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544
Fax (416) 789 - 5013
- KBA 협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444

- KBA 운영이사(가나다 순) : 김대용 / 류승진 / 백사열 / 송명현
신영하 / 신재균 / 심기호 / 허창훈
- KBA 감사 : 이만석 / 장해민



www.okbacanada.com

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.

C O N T E N T S

04 / 회장 신년사

05 / 2020 새해 시무식

06 / 본부협회 사랑의 쌀 전달식

07 / 실험뉴스 격주간 → 월간으로 발행

08 - 09 / 온주 마리화나 소매망 통큰 확대

10 / UKCIA 정기총회

11 / 소매업의 위기

12 - 13 / 편의점 업주 맞춤형 새해 결심

14 - 15 / 스낵바 시장 현황

16 - 17 / 교양 상식 : 쥐의 해 쥐에 얽힌 고사성어

18 / OKBA 장학생 선발 공고

이토비코 지구협 개정 설 모임 : 임총/회장 선거 겸함
스낵바 시장 현황

19 / DIRECTORY

20 - 23 / KBA 협동조합 1월 스페셜

시시공백기 백악어인 리익

福

新年辭

본부협회 회장 신재균



회원 여러분 안녕하십니까. 경자년(庚子年) 새해가 밝았습니다. 해가 바뀔 때마다 새로운 각오를 다지며 협회의 미래를 그려보는데 올해는 감회와 각오가 새삼 각별합니다.

주지하는 바와 같이 회원수는 계속 감소하고 있고 대공급사 관계 유지도 과거같지 않으며 수익 창출 구조도 점점 협소해지는 형편입니다. 한푼이라도 근검절약해야 하며 분수에 맞는 살림을 꾸려야 하는 긴박함을 느낍니다. 작년 한해 협회는 조합과 함께 허리띠를 졸라매는 긴축 정책을 폈습니다. 협회 사무실을 비우고 조합 사무실로 두 조직 직원들의 업무 공간을 통합했습니다. 인적 구조 조정도 있었습니다. 창고를 새로운 회의실로 탈바꿈시켰고 헛되게 나가는 돈이 단 한푼이라도 있어서는 안된다는 원칙 고수에 매달려 알뜰 살림의 자세와 기풍을 진작했습니다. 이 원칙은 올해도 계속 지켜질 것입니다.

한편으로는 대외 활동에 어느해보다 보람차고 능동적인 한해를 보냈다고 자평합니다. 온주의 정치적 환경 변화와 아울러 한인 배정의 정치인들이 큰 버팀목이 되어 준 결과, 활발한 대정부 접촉과 우호적 시각 형성에 큰 성취가 있었습니다. 새벽부터 잠을 설치고 한인 정치인 의정보고 행사에 160여 명이 몰려와 성황을 이뤘습니다. 출신 민족 배정으로는 최다였습니다. 또, 비어 와인 정책을 실행에 옮기려는 정부의 의지에 열기를 불어넣기 위해 손피켓을 들고 자신의 가게 앞에서 일인 시위를 가열차게 벌였습니다. 우리의 지성(至誠)이 모여져 감천(感天)을 했는지 외곽쪽부터 술판매의 문호가 조금씩 열리기 시작했습니다.

첫술에 배부르겠나 싶기도 하고 시작이 반이라는 속담으로 스스로를 위로하며 더딘 진척을 느긋히 바라보는 마음자세를 가다듬습니다. 새해에는 지역을 막론하고 우리 모두의 업소에서 주류 판매가 가능하도록 최선을 다할 각오입니다. 정부로부터 좋은 화답이 있을 것입니다. 연말에 보내드린 비어와인 포스터는 모든 회원들이 업소에 잘 부착해놓으셨으리라 믿습니다. 그런 작은 행동에서 손님들도 저희들의 의지를 읽으며 우호적 지원 세력이 되는 것입니다. 정부도 그런 동향에 대해 속속들이 잘 알고 있습니다. 하늘은 스스로 돕는 자를 돕는다고 했습니다. 우리 스스로가 먼저 노력하고 갈망하는 의지를 강하게 표출해야 하는 것입니다.

사랑하는 회원 여러분! 갈길은 멀지만 긴 호흡으로 크게 걸겠습니다. 목전에 닥친 이해관계에만 매몰되는 협회가 아니라 우리의 오늘을 만들어준 한인 커뮤니티에 감사하는 마음 또한 잊어서는 안된다고 생각합니다. 그래서 작년부터 미약하나마 시작했던 한인 지역사회 후원 활동을 올해 더 적극적으로 벌이고자 예산에 반영했습니다. 덜쓰고 아낀 것을 우리를 키워준 한인사회로 되돌리고자 합니다. 재정적 어려움을 감수하며 묵묵히 봉사활동을 하는 한인 단체에 대해 재정적 지원을 확대할 것입니다.

실험과 조합 임.직원 여러분에게도 재삼 당부드립니다. 변화에는 고통이 따르기 마련입니다. 협회와 조합은 하나라는 인식을 더 깊이해야 할 것입니다. 회원과 조합원, 더 나아가 한인 사회는 물론 주류사회로부터 사랑받는 조직으로 거듭나기 위해 지금의 힘든 여건과 변화를 낙관적으로 받아들여 더 분발해주실 것을 강조합니다.

회원 여러분의 가내 평화와 사업의 번영을 진심으로 기원하며 신년사를 마칩니다. 감사합니다.

2020 새해 시무식

신회장, “주류판매 확대 위해 더욱 분발할 터…”



2020년 경자년(庚子年) 새해 시무식이 지난 1월 6일(월) 본부협회 회의실에서 열렸다. 현역 임.직원과 자문위원, 외부초청 VIP 손님들을 포함한 40여 명이 모여 회의실에 마련된 떡과 다과를 와인과 곁들이며 오랜만에 만난 지인들과의 회포를 풀었다. 오기는 덕담에 분위기는 한껏 고조됐으며 비즈니스의 전망에 관한 실질적 대화들도 진지하게 주고받았다.

11시 부터 오기 시작한 외방객들은 본 행사 시작인 12시까지 편안한 분위기에서 담소를 나누다가 국기에 대한 경례를 시작으로 공식 행사를 가졌다. 이어서 애국가와 오케나다를 반주에 맞춰 제창했으며 주요 인사들의 신년사를 들었다.

첫 신년사를 한 본부협회 신재균 회장은 지난 1년의 주요 활동에 있어 나름의 성과를 평가하면서 올 해도 긴축 기조를 이어가는 가운데 임.직원 이 가일층 분발해줄 것을 당부했다. 편의점 비어와인 판매를 위한 열정적인 캠페인으로 다져진 단합심을 기반으로 금년에도 정부 정책에 힘을 실어주는 지원을 강화할 것이라는 점도 강조했다.

지난 11월 1차 정기이사회에서 선출된 신임 신영하 본부협회 이사장이 이어서 신년사를 했다. 신 이사장은 “단순히 주인의식 부재로 조합 운영이나 조합원 개개 업소 운영이 어려운 것이 아니다”면서 “자본과 힘이 모자란 것이 근본 원인만큼 실험과 조합의 단합을 통해 모든 문제를 해결 하자”고 호소했다.

정기주주총회 후 가진 12월 6일 첫 조합 운영이사회에서 선출된 신임



▲ 행사에 앞서 내외빈들이 다과를 들며 정담을 나누고 있다.

심기호 협동조합 운영이사장 또한 두 조직의 단합을 강조하며 경쟁력 강화와 시스템으로 돌아가는 경영 안정화를 굳건히 하겠다는 메시지를 전했다.

세 사람의 신년사가 끝나고 자문위원과 외부 손님 소개가 있었다. 외부 손님으로는 협회와 조합이 거래하고 있는 KEB하나은행 캐나다와 신한은행 캐나다 그리고 POS 및 데빗머신 관련 협력사 참석자들이 소개됐다. 3개사 모두 대표와 부대표가 참석했다.

행사 후 단체 기념촬영을 가진 후 인근 한국식당에서 떡만두국을 점심으로 들며 뜻깊은 정담을 이었다. ■

12/17 조합 매장에서

본부협회 사랑의 쌀 전달식

불우 이웃을 돕는 한인단체의 선행을 격려하고 노고에 보답하는 차원에서 본부협회 신규 행사인 '한인단체 지원' 첫 대상으로 한인사회 봉사회(회장 최종대)가 선정됐다. 당초에는 해가 바뀌고 새해들어 서류 심사를 일괄 처리한 후 동시에 지원키로 하였으나 이 단체만큼은 연말부터 이듬해 연초에 이르기까지 불우 이웃에 대한 사랑의 쌀 나누기 행사를 하기 때문에 현물 지원이 적기에 필요했던 만큼 일차적으로 지원키로 한 것이다.

행사는 지난해 12월 17일(화) 오후 3시 30분 경 협동조합 매장에서 가졌다. 20파운드(약 9킬로 그램) 쌀 150포대를 전달했는데 쌓아놓은 쌀을 놓



▲ 왼쪽부터 본부협회 신재균 회장, 한인사회봉사회 최종대 회장, 심기호 협동조합 운영이사장

고 신재균 본부협회 회장과 봉사회 최종대 회장이 함께 사진 촬영 포즈를 취하는 장면을 연출했다. 최 회장은 외부로부터 지원금이 매년 줄어드는 것에 대해 우려를 나타냈으며 재정 악화 상태에 협회가 선뜻 현물로 큰 지원을 해 준 것에 대해 감사를 표시했다. 전달식 행사에는 협동조합 신임 심기호 운영이사장도 함께 했다.

한편, 이미 지난해 사업 계획이 발표되고 단체 신청을 받아 현재 10여곳의 한인 단체들이 협회의 지원 결정을 기다리고 있는 중이다. 본부협회는 빠른 시일 내에 이사회 해당 분과위원회인 특별사업분과위원회를 개최해 서류 심사를 진행하고 자격요건에 합당한 단체들을 결정해 지원금을 전할 계획이다. ■

Expert mortgage advice for:



- Non-Residents
- New Immigrants
- Self-Employed
- Multi-Rental Properties

Mobile Mortgage Advisor
Ken Hyun
416 888-0404
Ken.Hyun@cibc.com



All mortgages are subject to credit approval. **현광환 (한국어로 편하게 상담하세요!)**

박효진 (Roland Park) 

Cell (416)985-5287

- 집, 자동차 단체보험
- 상업용 건물, 가게 단체보험
- Beer & Wine 가게 맞춤형
- 프로그램스토어 특별할인보험

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



실업인협회 단체보험

웹주소 변경 okba.net → okbacanada.com

실협뉴스 격주간 → 월간으로 발행

오랜 세월 격주간으로 발행해온 실협뉴스가 새해인 2020년부터 월간 주기로 발행됩니다. 임. 직원간의 깊은 논의가 있었으며 두가지 이유에서 발간 주기를 월간으로 할 것을 결정했습니다.

첫째는 경비절감입니다.

회원수감소에 따른 리베이트의 현저한 감소는 물론 공급사들마다 차체 건축예산 운용으로 지원금을 줄이는 상황이라 협회 또한 재원 마련이 시급한 과제로 대두되고 있습니다. 따라서 줄일 수 있는 한 한푼이라도 줄여야 합니다.

둘째는 협회 웹사이트 활용도 제고입니다.

이미 많은 오프라인 매체들이 온라인 활성화를 통해 독자층 확보에 부심하고 있으며 가시적 효과를 거두고 있습니다. 이는 특히 업계 전문지의 경우, 두드러진 현상이며 심지어 온라인으로만 운영되는 매체도 많습니다. 수년전 협회도 인쇄된 형태의 실협뉴스 없이 웹사이트로도 충분한지 여부를 회원 대상으로 조사한 바가 있습니다. 기



대 이상으로 많은 수의 회원이 웹사이트만으로 필요 정보를 얻고 있다며 발송할 필요가 없다는 반응이었습니다.

여기에 세번째 이유도 있습니다.

격주간이나 월간이나 속보성(速報性)에서 뒤지기는 마찬가지입니다. 격주간때도 시급을 요하는 정보는 온라인 상으로 먼저 올려놓는 경우는 비일비재였습니다. 따라서 온라인 활용도만 높다면 월간으로 변경한다고 크게 상황이 달라질 것이 없다는 판단입니다. 회원들의 많은 협조와 이해를 바라며 협회 웹사이트를 더욱 애용해주시길 것을 당부드립니다.

협회 웹사이트 주소 또한 변경됐습니다. 과거 www.okba.net 대신 www.okbacanada.com으로 대체합니다. 외우기도 쉽습니다. 웹주소 변경도 예산절감 차원입니다. 직원의 자체 역량으로 웹을 관리하기 위해 내린 조치입니다. ■

일체형 연동 포스시스템

원슬루선과 함께하면 빠르고, 간편하고, 저렴합니다!

LCBO READY!!

- ALL LOTTERY TICKET SCAN
- DEBIT MACHINE 연동

1SOLUTIONS

DATA CORPORATION



Debit & ATM and POS system

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

업소수 제한 철폐, 추첨제 폐지

온주 마리화나 소매망 통큰 확대



온주 정부가 현행 기호용 마리화나 소매 운영 시스템을 전면 탈바꿈할 계획이다. 해가 바뀔 올해 초부터 새 제도가 시행될 예정인데 핵심은 민영 소매업소 수에 제한을 두려고 했던 초기 정책을 전면 수정하고 문호를 활짝 개방하는 것이 골자다. 따라서 추첨제도 폐지한다. 지난 12월 6일의 발표다.

주지하는 바와 같이 기호용 마리화나 소매업 등록, 허가 등에 관한 행정 소관은 재무부 산하 AGCO(온주 주류사행업감독위원회)이다. 1월 6일부터 소매업 운영 희망자의 신청 접수를 시작하고 3월 2일 부터는 장소 신청 접수를 시작한다. 이는 두가지 개념인데 영업자의 신원에 대한 조사를 요하는 제출 서류는 'operator licence'이고 영업 장소(공간)에 대한 심사를 위한 제출 서류는 'store authorization'으로 별개의 이들 두가지 신청을 해야 하기 때문이다.

영업 허가증은 4월에 발부가 시작될 것이고 월 평균 20곳 정도로 보고 있다. 이는 알버타 주와 유사한 규모이다. 올해 말까지 민영 소매업소를 대략 250여 개로 예상한다.

보다 매력적인 변화는 사전 자격 요건들이 제거됐다는 데 있다. 경합으로 인해 추첨을 하기에 앞서 공인 금융기관의 최소 25만 달러 신용한도를 보증받아야 한다는 조건이 있었는데 이를 없앤 것이다.

또한, 새로운 것은 아니나 마리화나 제조사들도 제조 시설의 한 곳에 한해 소매업을 오픈하는 것이 가능함을 재 확인했다. 물론 이를 희망하는 제조사도 일반인들처럼 앞서 설명한 두개의 서류를 제출해야 한다.

더그 다우니 법무장관은 "기호용 마리화나 합법화를 도입한 연방 정부

의 정책에 따라 우리 온주 정부도 가능한 한 마리화나 시장의 개방성을 추구할 것"이라고 말했다. "암시장의 성행을 막기 위한 가장 효과적인 대응책은 보다 많은 합법적 소매업소를 운영하는 것"이라고 설명한 장관은 "미성년자 보호와 지역 사회의 공공안전이 정부 정책 최우선 순위"임을 강조했다.

한편, 정부산하 기호용 마리화나 온라인 독점 소매 채널인 OCS(Ontario Cannabis Store)의 CEO 칼 브리커씨는 정부의 이번 조치를 적극 반긴다면서 OCS는 온주 전역의 합법적 마리화나 소매채널 네트워크의 활발한 영업 정착을 위해 AGCO와 긴밀한 공조를 유지할 것이라고 밝혔다.

이번의 발표는 또한 마리화나 제조사들에게도 투자 자신감을 불러넣기에 딱 좋은 희소식이 됐다. 왜냐하면 그간 정부 허가 후 고작 24개 업소만이 운영되고 있는 상황이라서 이 정도 규모의 시장성을 보고 적극적인 투자를 할 수는 없는 노릇이었기 때문이다. 사실 허가받은 마리화나 제조사들의 상당 수가 매출이 줄고 있고 재고가 엄청 쌓여 있는 실정이다. 그러던 차에 온주 정부가 민영 허가 확대 정책을 발표했으니 가뭄에 단비 내리는 격이라 하겠다. 정부 약속대로 수백 곳으로 늘어나면 투자 활기가 왕성하게 살아날 기본적 시장 규모가 되니 말이다.

정부 발표가 있는 직후 몬트리얼 은행의 한 분석가는 기호용 마리화나 매출이 현재보다 35%는 증가할 것을 전망했다. 이 증가치에는 마리화나 함유 음용식품, 예를 들어 스낵, 드링크 등 식품이라든가 마리화나가 주입된 베이킹 제품 등은 포함되지 않는다. (일명 이들 제품군은 'marijuana le-



▲ 작년 12월에 마리화나 소매산업 개방화 정책을 발표했던 더그 다우니 법무 장관. 올해 이미 일반 소매업 희망자들이 허가 신청에 들어갔다.

galization 2.0' 또는 간단히 'marijuana 2.0.'이라고 표현한다.) 분석가의 증거까지는 올해안에 총 325개의 민간 소매업소가 오픈한다는 전제하에 계산한 것이다. 325개는 알버타가 현재 운영하고 있는 업소수와 거의 일치) 민간 소매상이 더 많이 깔리게 되면 이쪽 분야 산업 전체 매출이 활성화 될 것은 확실하다. 예를 들어 지금 심각한 재고를 떠안고 생산 라인을 줄여야 하는 처지의 메이저 제조사, 대표적으로 캐노피(Canopy), 오로라(Aurora), 오가니그램(Organigram)등의 숨통이 트이는 것이다.

그러나 또다른 은행의 분석가는 이번 확대 조치가 미흡하다는 경고성 발언을 내놓았다. "확대 범위가 비즈니스의 이해당사자들과 시장 분석 전문가들이 당초 예상했던 규모에 미치지 못했다"는 주장이다. 이 분석가는 "마리화나 민영 개방 방침이 발표됐던 초기의 시장 반응은 나름 우호적이고 협조적이었지만 제조사들 전체의 일치된 입장을 얻기는 힘들 것"이라는 말도 했다. 목표치 250개도 이미 허용했던 규모를 제외하면 185개가 더 보태지는 것인데 알버타 수준에 비할바가 아니라는 점도 지적했다. 알버타는 현재 이미 326개 업소가 운영 중에 있다.

온타리오는 처음 시작했을 때 67개소가 허가를 받았다. 원주민 지역에 할당해준 것도 8곳이다. 경합된 경우에는 추첨으로 가렸다. 추첨을 통한 선정 방식은 술한 부작용을 낳더니 부적격 판정을 받은 11명이 급기야 허가 주무 기관인 AGCO를 상대로 소송까지 내는 사태로 비화됐다. 최종적으로 이 소송은 기각되는 것으로 일단락은 됐지만 모양새는 영아니었다. 허가 업소수에 제한을 두는 정책을 취하다 보니 미친듯한 경쟁을 유발 시켰다. 이름만 들어도 알만한 유명한 제조회사들 - 이들은 생산기지 한 곳에 한해 소매업소 1개 운영을 허가받을 수 있다 - 은 물론 소매 체인사들도 경쟁에 가세해서 판을 달궜다. 무슨 수를 쓰더라도 규모가 전국에서 가장 크다고 볼 수 있는 온타리오 마리화나 시장을 선점하기 위해서는 대규모 투자를 보여주면서 추첨에 당첨되고 볼 일이었던 것이다.

이번에 새로 개정된 규정에 의하면 한 업주가 매장수 보유 10개를 초과하지 못하게 하고 있는 현재의 제한 규모를 내년 9월까지 30개, 2021년 9월까지 75개로 상한선을 끌어올리도록 하고 있다. 쉽게 말해 대규모 유통 소매업소 - 예를 들면 맥스나 세븐일레븐을 상상해보라 - 에게는 매우 고무적인 개방정책이 아닐 수 없다. 현재 마리화나 소매체인사로 익히알려져 있는 곳은 Fire & Flower와 Meta Cannabis Supply Co.가 있다. 이들에게는 온타리오 시장에 전초 기지를 뿌리내리고 시장 확대를 꾀할 절

호의 찬스가 온 것이다.

한 소식통에 의하면 앞의 Fire & Flower사가 이미 유동인구가 많고 길목 좋은 15개의 장소에 리스를 확보해줬다고 하는데 대부분이 토론토에 소재하고 있는 거점들이다.

그런가 하면 마리화나로 비즈니스의 꿈을 한번 펼쳐보겠다는 수많은 희망자들이 정작 추첨에서 떨어지고 난 후에도 리스 장기계약을 하지 않고 월 단위로 렌트비를 물며 기존 소매상을 붙들고 있는 경우도 많다. 그렇게 버티다가 온주 정부가 대대적인 확대 정책을 하면 기지개를 한번 켤 요량인 것이다. 그런데 그 인내가 이번 정책으로 보답 받을 가능성이 이들에게는 매우 높아졌다.

한가지 예만 들어보자. 토론토 다운타운에서 벨우즈커피&젤라토(Bellwoods Coffee and Gelato)라는 가게를 운영하는 사샤 웨테릭씨는 작년 한해 거의 12만 달러를 지출했다. 건물주와 5년 계약을 맺고 나간 첫해의 월세다. 그저 마리화나 정책의 관대한 변화에 모험을 걸었던 것이다. 아마 마리화나 취급 가능성을 염두에 두지 않았으면 이 주인은 가게를 계속 할 생각이 없었던 듯 하다.

주인 사샤는 이번 정책 발표를 듣고 신이 났다. "신청을 할 기회가 와서 너무 흥분된다. 빅 뉴스다. 솔직히 말해 엄청난 것은 아니다. 여전히 월 20개 허가로 제한돼 있다. 하지만 1월에 신청하면 3월에 좋은 소식이 있을 것으로 기대한다."

그런데 이렇게 모험을 걸고 무작정 기다려 꿈을 현실로 만들 여지가 있는 사람들도 어느정도 자금력이 뒷받침되는 자들이 대부분이다. 영세 소매업자들에게는 화중지병(畫中之餓)이 아닌가 싶기도 하다. ■



아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

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

<p style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 2px; margin: 0;">교통사고, 개인 상해</p> <p style="font-size: small;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상. 낙상, 정부 과실 보상 소송</p>	<p style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 2px; margin: 0;">교통위반 티켓</p> <p style="font-size: small;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 뺑소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<p style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 2px; margin: 0;">형법</p> <p style="font-size: small;">음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반</p>
---	--	---

* 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”

번호사 : 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

“불법담배 강경 대응 목소리 더 높여야”

UKCIA 정기총회



▲ 회의가 끝난 후 기념촬영을 가졌다. 왼쪽부터 시계방향으로 BCKBA김성수 부회장, EKBA(에드먼튼) 백종성 부회장, 김용출 회장, BCKBA 박명훈 부회장, UKCIA 심기호 최고운영이사(조합 부이사장), BCKBA 한용 이사, UKCIA 신재균 회장(OKBA회장), BCKBA이직상 이사, 김영근 회장, MKBA(매니토바) 김재경 회장, 이동기 전임 회장, 이종복 부회장, UKCIA 전임 박진철 회장(BCKBA전임회장)

캐나다한인상공실업인총연합회(UKCIA) 2019년 정기총회가 지난 12월 19일 (목) B.C주 밴쿠버에서 개최됐다. 4개 지역단위 임원 및 전직 임원들 총 13명이 모여 전국 단위의 현안 문제들을 두루 다루는 일종의 세미나 형식을 겸한 자리였다.

2019년에 총련은 지난 6월 임시총회 겸 한국전 참전용사 추모식 참가 행사에 이어 이날 정기총회까지 두번째 모임이었다. 이미 6월 행사를 통한 유대감이 한껏 높아진 상태라서 반년만에 다시 만나 반가운 분위기가 역력했다.

저녁 6시에 밴쿠버 인근 한식당에서 식사를 겸해 개최한 정기총회에서 협회 회장이자 총련 회장인 신재균 회장이 회의를 주관했으며 최고 운영 이사를 맡은 조합 심기호 운영이사장(당시는 조합 부이사장) 이 현안 이슈들에 대한 상세한 현황들을 소개했다.

결산은 지역별 연회비와 공급사 지원금 그리고 여기에 대한민국의 정부의 지원금을 합해 약 26,000달러로 집계됐으며 6월 행사와 10월 한상대회 참가 출장비 등이 대부분의 지출을 구성해 수입 범위내에서 합당하게 집행

한 것으로 보고됐다.

주요 안건으로는 공급사 리베이트 축소 정책에 대비한 대응 방안 마련, 현재 OKBA에서 운영하고 있는 프로그램스토어 사업의 확대 가능성 타진 등이었다. 전자담배 향가미 제품 금지 정책이 미칠 편의점 업계 부작용, 이미 제조업체는 시행에 들어간 담뱃갑 포장 통일화 정책 대비책 등 전국 단위의 현안 이슈들도 꼼꼼히 검토했다. 담뱃갑포장 정책과 관련해서는 불법담배가 더욱 노골적으로 기승을 부릴 것을 예상해 정부의 단속 강화를 적극 건의하지는 쪽으로 의견을 모았다.

회원감소 방안 해결책에 대한 논의도 진지하게 진행됐다. 이민 1세대 회원들의 은퇴에 따른 차세대 한인 및 신규 이민자의 사업 승계를 통한 한인 비즈니스 환류 등을 만들기 위해 한국의 이주공사와 UKCIA 맞춤형 이민 프로그램을 개발해보자는 아이디어까지 나왔다.

참석자들은 공식 회의가 종료된 후 이어진 저녁식사를 하며 총련의 발전 방향에 대한 생각들을 허심탄회하게 교환하며 우애를 다졌다. 전국적인 이슈들의 일부는 2020년 오타와 경제포럼을 통해 연방 정계에 입장이 전달될 수 있도록 하자는 의견이 모아졌다. ■

작년 한해 영국에서 소매업소 폐업이 16,000개가 넘는 것으로 집계됐다. (16,073개) 그리고 폐업한 이 업소들의 대부분이 독립 자영업소로 알려졌다. (10,172개) 그나마 2018년의 독립 자영업 폐업 11,280개에 비해 10% 감소된 것을 위안삼아야 할까. 소매업 전문 조사기관 CRR(Centre for Retail Research) 이 발표한 자료다. 그런데 여기에는 대형 소매업소도 10개 이상이 포함돼 있어 주목을 끈다. 2018년에는 거의 없었던 현상이기 때문이다.

보고서는 이같은 현상을 놓고 '소매업의 위기'라고까지 진단한다. 그럴만한 것이 영국에서 내로라면 알만한 유명 체인 업소 Debenhams, Bon Marche, Mothercare, Clintons, Select Fashion, Karen Millen, Jack Wills, Bathstore 등을 포함해 메이저급 체인 소매유통사 점포들이 작년에 1,490개가 문을 닫았다. 2018년 전체 소매업소 폐업은 14,583개로 집계됐다.

조사기관 CRR은 2019년 폐업 결과를 토대로 올해 폐업은 9%가 증가한 17,565개 업소로 추정했다. 그리고 이처럼 폐업이 늘어가는 주 원인으로 높은 인건비, 높은 영업세(business rate), 상대적인 수요 약세 등을 꼽았다. 폐업은 도시와 시골로 나눌 때 도시가 압도적으로 높으며 다음으로 도시 근교 지역 순이었다.

소매업의 위기

2019년 英 16,000개,
美 체인점포만 9,300개

정부는 소자영업소의 고충을 완화하기 위해 영업세 과세 공제액을 더 확대해 내년 쯤에는 순이익 기준 최대 50%를 설정하고 있다. 현재는 51,000 파운드 미만에 대해 33%를 공제하고 있다.

소매업의 위기가 극명하게 나타나는 곳은 역시 미국이다. 2019년 유명 체인 소매업소 매장만 9,300개가 문을 닫았다. 이는 2018년 5,900여개에 비해 60% 늘어난 수치다. 이쯤이면 소매업의 위기가 아니라 재앙 수준이다. 그것도 유명세를 구가하던 체인 매장들만 해당되는 수치다. 6년 후인 2026년이면 미국 내 전체 소매업소 중 75,000개가 문을 닫을 것이라는데 경쟁에서 도태되는 것도 그렇지만 결정적인 것은 전자상거래때문이다.

오프라인 매장은 퇴조를 역력히 드러내고 있다. 같은 북미주에서 캐나다도 이런 트렌드에서 크게 벗어나지는 못할 것이다.

소매업 위기라고 진단을 받고 있는 두나라 소식이 예사롭지 않은 것이 독립 소매업소인 협회 회원수도 해마다 감소하고 있는 현상을 겪고 있기 때문이다. 참고로 순수 편의점만을 정회원으로 계산했을 때 협회 회원수가 최대치를 보였던 때가 2003년의 2,369명이었다. 이후 크게는 200여명, 작게는 70여명 안팎으로 매해 끊어없이 감소해 2019년 10월 기준으로 협회 정회원은 958명으로 집계됐다. ■

웰컴투 캐나다

- 캐나다 시민권 시험 준비반

- 일시: 1월 9일, 16일, 23일 (목) / 총 3회기
오전10시 - 오후12시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 박민희 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 웰컴 투 캐나다
2. 내가 살고 있는 온타리오 이해하기
3. 캐나다 시민의 권리와 책임
4. 캐나다의 역사, 근현대사, 정부, 사법시스템
5. 캐나다의 상징, 경제, 지리

캐나다 정부/공기업 취업하기

-세금/재산 관련 분야

- 일시: 1월 21일 (화) 오후6시 - 오후8시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 캐나다 정부기관 및 공기업 취업 정보
2. 세금/재산 관련 정부기관 및 공기업 알기
3. 지원 자격과 취업 절차
4. 정부기관 및 공기업 취업 경험 나눔
5. 질의 응답



2020년 1월 프로그램

- KCWA 노스옥센터
: 5075 Yonge St., Suite 401, North York
- KCWA 배더스트-핀치
: 540 Finch Ave., W. North York

마음과 감정의 심폐소생술(CPR)

- 일시: 1월 10, 17, 24, 31일, 2월 7, 14일 (금) / 총 6회기
오전10시 - 오후12시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 가정상담원 박민희 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 아픈 마음 심폐소생하는 '공감'
2. 자존감을 높이는 칭찬의 기술
3. 건강한 자아정체성
4. 나를 사랑하고 인정하는 법
5. 남의 말에 상처받지 않는 법
6. 나를 돌아보는 시간

2019 개인 소득세 신고

- 일시: 1월 28일 (화) 오후6시 - 오후8시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 가정상담원 이선경 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 2019년도 세금보고 시 달라지는 것들
2. 소득, 공제, 세금 공제
3. 세금 혜택의 종류와 안내
4. 알아두어야 할 사항
5. 질의 응답



온타리오 오리엔테이션 1

- 온타리오 의료 혜택

- 일시: 1월 28일 (화) 오전10시30분 - 오후12시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 강영옥 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 온타리오 의료시스템
2. 시니어를 위한 무료 치과 치료
3. 온타리오 약 혜택
4. 트릴리움 약 혜택

- KCWA 캐나다한인여성회 순회상담 서비스
-일시: 1월 13일 (월) 오후1시30분 - 오후4시30분
-장소: 토론토 총영사관 (555 Avenue Road, Toronto)
-문의: KCWA 캐나다한인여성회 (416-340-1234 / 416-340-1777)
- 커뮤니티 자원봉사
-일시: 1월 11일, 25일 (토) 오전10시 - 오후2시
-장소: Good Shepherd Ministries
-문의: KCWA 캐나다한인여성회 (416-340-1234 / 416-340-0838)













편의점 업주 맞춤형 새해 결심

손쉽게 실천할 7가지 행동지침

소매업주들이 대부분 그렇듯이 편의점 업주들도 하루 하루 가게 운영에 매달려 쉴 틈없이 내달리지만 하며 일상의 분주함에 매몰되기 십상이다. 영세할수록 이 경향은 더 짙다. 그렇지만 바쁜 일상 가운데에 한번 지난 한해를 돌아보기 좋은 시즌이 연말 혹은 연시가 아닐까 싶다. 지난 1년을 되짚고 점검하고 미래를 위한 새로운 목표 설정을 할 시점이다. 2020년 경자년(庚子年) 한해를 알차게 보내기 위해 그리 어렵지 않은 7가지 결심을 소개해본다. 마음만 먹으면 실천에 옮길 수 있는 것들이다.

1. 교제력을 강화하자. (get social)

입단고 존재감없이 있으면 절대로 알아주지 않는 세상에 살고 있다. 비즈니스 발전을 위해서 이 철칙은 더욱 강고한 힘을 가진다. SNS시대이다. 손님과 소통, 교제를 얼마든지 돈 안들이고 확장할 수 있는 수단이 다양하다. 조사에 의하면 캐나다 캐나다 국민들의 70%가 최소 한개 이상의 소셜 미디어를 사용하고 있는 것으로 밝혀졌다. 보다 젊은층인 밀레니얼 세대로 가면 이 수치는 87%로 높아진다. 다양한 SNS 중 어느 것이 캐나다에서는 가장 강제인가? 59%를 차지한 페이스북이었다. 그 뒤를 이어 인스타그램(27%)이 자리하고 있다.



요즘 프랜차이즈 소매업소들도 본사가 활용하고 있는 SNS홍보 수단에만 맡겨두지 않고 그건 그것대로 자신의 업소 차별화를 위한 SNS 홍보를 적극 펼치고 있다. 자신의 업소가 소재하고 있는 지역 커뮤니티를 대상으로 세분화된 관측전을 펼치는데 바로 SNS가 큰 효과를 올리고 있다는 것이다. 업소에서 주기적으로 실시하는 가격할인이나 신상품 홍보 등 대상은 무궁무진하다. 이용하고 개발하기 나름이다.

2. 직접 대면 기회를 더 자주 가지자. (face it)



디지털 세상에서 전화를 걸거나 얼굴 맞대기보다 이메일이 훨씬 간편한 소통수단일 수 있다.

하지만 생얼 굴 쳐다보기 보다 더 생생한 경험이 있을까. 온라인 세상이다 보니 직접 얼굴 마주할 기회는 줄어든다. 이런 때일수록 특정 시한을 정해서 제휴사나 공급사 직원하고 얼굴볼 기회를 더 자주 만들어야 한다. 예를 들어 매달 첫째 월요일은 공급사 직원들 만나는 날로 정하는 것이다. 반드시 좋은 성과로 이어진다.

하바드 비즈니스 리뷰(Harvard Business Review)가 밝힌 자료에 의하면 얼굴대면 요청의 효과는 이메일 요청보다 34배 파위가 있다고 한다. 물론 공급사측이 시스템 상으로 이메일 주문이나 이메일 의사전달을 의무화했다면 어쩔 수 없는 노릇이다. 하지만 이런 시스템이 아닌 경우라면 공

급사 직원과의 얼굴 대면이 가장 효과적임을 드러내주는 중요한 통계가 아닐 수 없다. 얼굴 직접 대면을 구태의연한 방식이라고 매도해서는 안 될 일이다. 눈을 마주 보고 살과 살끼리의 따뜻함이 웃음과 악수를 동반하며 교환되는 대화를 상상해보라.

3. 일회용 플라스틱을 줄이자.(reduce plastic)

딱히 의식있는 환경보호주의자가 되지는 거창한 구호는 아니다. 캐나다는 일회용 플라스틱 사용 금지를 주창하는데 앞장서는 나라의 하나로 평가되고 있다. 국민 56%가 이 금지책에 지지를 보내고 있다. 25%는 조건부 지지를 하고 있다. 합해서 81%가 여하한 정도로 일회용 제품 사용하지 않기를 캠페인에 찬성하는 것이다. 나노스 리서치가 밝힌 자료다.

사실 지속가능한 환경 보존과 유지를 위해서라면 캐나다 소비자들은 지출을 조금 더 감당하겠다고 한다. 정부가 이런 저런 조치를 의무화 또는 강제화하기 앞서서 소비자들이 먼저 나서는 분위기다. 이런 분위기에 부응해 소매업주들도 하다 못해 일회용 빨대 사용하지 않기와 같은 작은 캠페인을 주도하면 어떨까. 손님들에게 좋은 이미지를 전파할 수 있다.

업주의 태도가 손님에게도 영향력을 행사할 수 있다. 의식있는 업주가 되는 것이다. 손님은 의식있는 업주가 운영하는 가게의 단골이라는 자부심도 느낀다.

4. 업소안 분위기를 쇠신하자.(hit refresh)

편의점을 방문하면 생각보다 많은 업소들이 이런 저런 포스터에 선전물들을 치덕치덕 아무렇게나 걸어 놓거나 부착해놓는다. 가게 전체 이미지에 도움이 되기는 커녕 지저분한 가게라는 오명을 안길 뿐이다.

깔끔하게 정리하자. 결코 어려운 일이 아니다. 낡은 사진의 포스터는 새 것으로 바꾸고 이왕 부착하거나 걸어놓는 것을 이쁘고 정갈하게 하자는 말이다. 돈이 드는 일도 아니다. 이 정도만 해도 칙칙하고 어지러운 가게 분위기가 일신된다.

봄까지 기다릴 것 없이 지금 당장 실행토록 한다. 업소 밖에서 하는 일도 아닌데 날씨 풀릴 때까지 기다려야 할 이유가 없다. 새해를 맞았으니 곧바로 새로운 것을 시도하는 것이다. 지금 당장이 분위기 쇠신의 완벽한 타이밍이다.



5. 종업원 사기진작에 신경쓰자.(celebrate staff)

많은 업주들이 단골 손님 환심 사기 위한 노력은 부지런히 하면서도 정작 물건 열심히 팔아주는 종업원에 대해 무심하기 일쑤다. 보상이나 인센티브 등으로 지속적인 격려를 해줄 필요가 있다. 아직까지 한번도 신경써

본 적이 없다면 올해 한번 작심하고 종업원에 대한 배려를 시도해보자. 연말 쇼핑 광풍이 휩쓸고 지난 지금 연초가 종업원 기본 띄워주기에 최상의 시점이다. 연말, 크리스마스 시즌도 나쁘지 않다.

함께 대화를 나누며 그럴싸한 식사를 한번 대접해도 좋고 시간 바쁘면 가게 안에서라도 간단한 선물을 전달할 수도 있겠다. 여하튼 우리 가게 운영이 당신에게 크게 의존하고 있음을 마음으로 혹은 메시지로 전해지도록 해서 존재감을 부각시켜줄 일이다. 나의 비즈니스 성취는 당신이 없으면 불가능하다는 메시지가 필요하다. 그래야 주인과의 일체감을 느끼고 주인의식을 가지게 된다. 자기를 알아주는 자를 위해 충성한다고 하지 않는가.

6. 공동체에 기여하자.(give back)

자기 가게가 생존을 위한 물질적 토대로 유지될 수 있는 것은 전적으로 업소를 이용해주고 있는 이웃 커뮤니티 덕분이다. 그런 지역 커뮤니티를 위해 무엇을 해본 적이 있는지 자문해보자. 지역 공동체의 일원이라는 자각하에 공동 관심사에 적극 개입하는 미덕이 필요하다.

돈은 지역사회를 통해 버는데 자신은 정작 지역사회의 이벤트에 기부한 번 하지 않는다면 도의가 아니다. 더욱 많은 단골을 만든다는 실리 측면에서도 이는 매우 효과적임을 입증하고 있다. 한 조사에 의하면 그 동네 종업원을 통해 지역 행사에 참가하거나 주민 여론 파악을 위해 종업원으로부터 조언을 얻는 업주는 13%의 생산성 향상을 가져왔다고 한다. 대개 업소가 있는 지역과 업주가 사는 지역이 다를 경우를 상정하고 그 동네 출신의 종업원을 잘 활용해 매상 증대에 연결시키는 전략인데 새해에는 동네 자선행사에 기부도 하고 스포츠 행사가 있다면 협찬도 하자. 방법은 자신의 업소 처지에 맞게 다양할 수 있으니 현실에 맞게 선택하면 될 것이고 이 또한 실천하기 어렵지 않다.

7. 고객에게도 보상을(reward customers)



고객충성 프로그램은 익히 알고 있는 개념이자 판매 전략이다. 고객과의 유대관계를 강화시켜주는 효과적 방법의 하나다. 비즈니스 규모가 크든 작든 상관없다. 작으면 작은대로 성의있는 프로그램을 운영하면 될 일이다.

무료 커피 한잔 대접하는 펀치카드도 시작해도 좋다. 이 프로그램은 고객유대감 제고에 그치지 않고 데이터 축적이 되면서 판매 전략을 그럴듯하게 세우는데도 도움을 준다. 고객의 쇼핑 행태와 습관이 눈에 들어오기 때문에 차별화된 관측 전략 아이디어가 떠오른다. 고객 니즈에 부합하는 전략이 펼쳐지면서부터 트래픽이 부쩍 늘어남을 확인하게 된다.

이상 새해에 손쉽게 결심하고 실천할 수 있는 7가지 아이디어를 소개했다. 자신의 업소 실정에 맞게 위의 7가지를 모두 하든 몇가지만 하든... 도저히 몸과 마음이 여유가 없으면 단 한가지라도 실천해보자. ■

편의점 채널 고작 2% 소화, 잠재력 무한

스낵바 시장 현황



전국적으로 소비되는 전체 스낵바의 2% 채 못되는 양이 편의점 채널을 통해 판매된다. 너무 빈약한 점유율로 특단의 조치를 취해야 할 것 같다. 연관된 에피소드 하나. 1960년대 말에 캐나다 맥주 시장은 3개 회사가 틀어쥐고 있었다. 거의 95%를 장악하고 있었으니 독점이라 해도 과언이 아니었다. 지금하고 비슷한 양상의 역사가 꽤나 깊음을 알 수 있겠다. 40여 개 이상의 이런 저런 맥주회사들이 있었지만 결국 지배구조를 파올라가 보면 대부분이 3개 덩치큰 회사가 지배하는 구조였다. 당시 시장 통합이라는 기치하에 라바트 블루, 몰슨 캐네디언, 몰슨 골든, 레드 캡, 칼링 블랙 라벨 등 소수의 브랜드만이 별 차이도 없는 라거 맥주맛으로 그것도 한 정된 양만 공급하면서 수익을 챙겼다.

80년대가 됐다. 대형 미국 맥주회사가 캐나다 시장에 투자하기 시작했다. 초대형 브랜드에 문호를 개방하라는 압력이었다. 다시 90년대가 됐다.

다. 지역 중소 맥주회사들의 여명이 어렴풋이 비치기 시작했다. 많은 로컬 제조사들이 등장했다. 그리고 2019년인 작년 기준으로 전국적으로 맥주제조 공장은 1천 개를 넘어섰다고 한다.

시장 점유 구조 변화가 점점 더 극적인 모습을 드러내왔다. 2개의 다국적 공룡 맥주회사가 국내 맥주 시장을 점유하는 몫은 60% 아래로 떨어졌고 지금도 지속적으로 떨어지고 있다. 수입 맥주 시장 점유는 현재 성장 정체 상태인데 40% 이상을 차지하고 있다. LCBO 자료에 의하면 2018년 국내산 로컬 맥주 매출이 거의 18% 가까이 증가했다고 한다. (수입품과 국내 전국브랜드의 장악력은 물론 다국적 3사가 90% 이상을 장악하는 것은 변함없다.)

소비자의 진화

캐나다 맥주시장의 과거와 현주소를 좀 길다 싶게 훑었다. 무엇을 말하고자 함인가? 지나간 역사를 취미삼아 전하고자 하는 것이 아니라 오늘날의 소비자 역동성에 조응하기 위한 경각심 제고 차원에서 이르는 말이다.

맥주 시장은 하나의 예로서 그 시장을 흔들고 교란시키고 있는 과거와 현재의 편차(gaps)는 편의점 채널에도 고스란히 적용된다. 시장 지형이라는 것이 어떻게 변하며 압도적 과점(寡占; 少数독점)구조가 어떻게 해서 기존 시장 지배구조를 지켜내는데 실패하는가를 시사하기 위함이다. 열쇠는 소비자가 쥐고 있다. 소비자들이 새로운 것들에 보이는 반응과 가장 깊은 연관성은 다음 사항들이다.

- 고급화에 대한 지각(知覺)
- 깔끔한 라벨에 최상의 성분 함유 내용
- 제품의 다양화와 혁신적인 맛과 향
- 획기적인 포장

시장 조사 연구기관 테크노믹스(Technomic's Canada) 2018년 보고 자료 『Canadian Healthy Eating Foodservice Consumer Trend Report』에서 밝힌 몇가지 통계를 인용한다.

- 소비자의 56%가 제품에 붙은 라벨이 보기 좋으면 건강에 유익한 제품일 것이라는 이미지를 가진다.
- 22%는 제대로 된 라벨 부착 상품이라면 돈을 추가 부담하더라도 그러한 제품을 구매하겠다는 의향을 보였다.
- 27%는 고단백 식품에 더 많은 돈을 지출할 각오가 돼 있다고 답했다.
- 33%는 글루텐 프리(gluten-free) 식품을 건강에 유익한 것으로 이해하고 있었다.

막대(bar)에 부는 변화의 바람

식음료 전문 시장 조사 기관인 라보뱅크(Rabobank) 최근 업데이트된 2019년 3월 조사 자료에 따르면 다소 비관적 전망이 있기는 하지만 식품 산업은 여전히 역동성과 혁신적 분위기가 유지되고 있음을 확인하고 있다. 라보뱅크는 한 흥미로운 자료를 인용하고 있는데 유기농/천연 식음료 시장 규모가 미국의 경우 1,520억 달러이며 2018년에 무려 7% 성장을 보였다. 바로 이런 점이 웰빙 제품 시장에 대한 기초가 든든하고 낙관적임을 전망케 하는 중요한 데이터라고 보는 것이다.

라보뱅크는 시장 건전성과 낙관성을 전망하는 하나의 바로미터로 스낵 바를 들고 있다. 스낵바 제품군이야말로 식음료 산업 전체를 바라보는 창문이자 리트머스 시험지라는 것이다. 트렌드 선도의 방향키 역할을 한다는 표현까지 쓸 정도로 스낵바의 중요성을 강조한다. “스낵바 신제품 러쉬가 멈춘다는 것은 건강 천연 유기농 제품 시장에 적신호가 켜진다는 의미와 같다.”는 표현은 의미심장하게 들린다.

유로모니터 인터네셔널에 따르면 캐나다 소매업계의 에너지 바 시장은 몰량 소비면에서 성장률이 2.4%, 매출액으로는 4.5%의 성장률을 각각 보이고 있다. 이는 지난 2013년부터 2018년에 이르는 기간을 조사한 결과이며 여기서 말하는 성장률(growth rate)은 CAGR을 말한다. CAGR은 Compound Annual Growth Rate의 약어(略語)로 우리 말로는 ‘연평균복

합성장률’이라고 한다. 수년치의 평균값을 내기 때문에 등장하는 성장률 개념이다. 유로모니터가 기준으로 삼은 스낵바에는 에너지 바, 시리얼 바는 포함시켰지만 간편식사대용물이나 다이어트 바는 제외시켰다.

위의 개념과 범위에 따라 미국의 스낵바 시장을 전망한 결과는 지난 2018년을 기준으로 향후 2023년에 이르면 현재의 70억 달러 시장에서 80억 달러 시장으로 큰 성장률을 점친다.

미국이든 캐나다든 양쪽 모두 조사해본 결과는 여하튼 시장이 커지며 성장세도 강하다. 또 하나 주목할 것으로는 몰량 소비 증가보다 매출액 증가가 앞선다는 점이다. 이는 소비자들이 프리미엄급 제품에 대한 선호도가 높다는 것을 증거하고 있는 현상이다. 다시 말해 고급 스낵바에 돈을 지출할 용의가 높아졌다는 의미다.

소비자의 스낵바에 대한 이같은 트렌드는 제조사 입장에서 주목할 현상이며 이미 이를 반영한 각종 전략들이 펼쳐지고 있다. 예를 들어 올해 하반기 들어 허쉬는 건강 웰빙 스낵바 제조사 인수에 나서 5억 달러를 동원했다. 그 하나가 원브랜드(One Brands)라는 회사고 또 다른 하나는 풀필(Fulfill)이다. 후자는 아일랜드 소재 중견 회사로 알려져 있다.

시리얼 제품의 대명사 켈로그(Kellogg's)는 RXBar라는 회사 인수에 6억 달러를 투입했다. 이 회사는 천연 스낵바 브랜드로 비약적 성장을 구가하고 있는데 지난 5년 사이에 제로에서 1.3억 달러(미화)의 매출을 보였으니 군침을 흘릴 만하다.

스낵바는 내용이 야물고 휴대하기 편하고 소매업소에서 변함없는 안정적인 판매 기조를 보이며 변화에 빠른 적응을 보이고 충동구매의 효자 품목 중 하나다. 그리고 손님의 다양한 취향을 거의 예외없이 맞출 수 있는 강력한 제품이다. 충동구매 제품이지만 계획성있는 손님, 호기심많은 손님, 꼬치꼬치 따지고 드는 까탈스러운 손님 취향 그 어느 것도 다 받아들인다.

한마디로 바 제품은 모든 손님의 취향을 다 만족시킬 수 있는 파워있는 상품이라 하겠다. 편의점에 이만큼 어울리는 제품군이 또 있겠나싶다. 적어도 식품군에서 말이다. 그러니 전략을 한번 새롭게 다듬어보자.

단백질과 에너지 공급원 스낵 바



(18면에 계속)



쥐의 해

쥐에 얽힌 고사성어

새해도 어김없이 띠에 얽힌 고사성어를 살피는 것으로 올해 첫 실험 뉴스교양 상식을 시작한다. 2020년 올해는 경자년(庚子年) '쥐의 해'다.

한자로 서(鼠)가 쥐를 의미한다.

쥐의 해에 태어난 사람은 부유하게 산다고 한다. 부지런히 먹을 것을 구하러 다니는 쥐의 특성에서 나온 말일 것이다. 이런 호의적 평가 이외에 쥐는 12간지의 동물 중에서 아마도 가장 부정적으로 묘사되는 동물로 보인다. 실제로 병균을 옮겨 전염병이 돌게 하고 사람이 먹는 음식은 뭐든지 먹기 때문에 먹거리를 놓고 인간과 치열한 경쟁관계에 있다. 그러나 좋은 소리들을 구석 하나도 없는 짐승이다.

나라가 너무 가난해 온통 비위생적이고 불결했던 우리들의 어린 시절을 생각해 보면 쥐에 대한 혐오감은 더 할 것이다. 천장에서 요란스럽게 지나가는 쥐때의 움직이는 소리때문에 밤중에도 놀라거나 잠을 설치던 것이 불쾌한 추억으로 아련히 떠오른다. 거기다가 하도 쥐가 많아 피해가 커 쥐약을 여기저기 놓으면 죽어있는 쥐도 많았지만 잘못 먹고 죽은 고양이의 모습에서 충격으로 비명도 지르고.

칙칙한 추억은 이쯤 더듬고 고사성어로 넘어가기 전에 쥐에 얽힌 유명한 순 우리말 관용적 표현 하나의 유래를 살펴보자.

쥐빨도 모르는 것이...유래

그렇게 너도 나도 한국사람이면 입에 달고 사는 “쥐빨도 모른다”는 표현 이건만 그 유래를 아는 사람이 아무도 없는 것은 개탄스러운 일이 아닐 수 없다. 왜 쥐꼬리나 쥐 x도 아니고 있지도 않은 쥐의 빨인가 하는 의문을 제기해볼 만도 하건만... 한 부부가 손톱발톱을 깎고 문 밖에 버렸더니 쥐가 그것을 주워 먹고 남편으로 둔갑해, 진짜 남편은 쫓아내고 부인과 함께 살았더라. 억울한 진짜 남편이 어느날 도사를 만나 하소연하니 도사가 부적 하나를 써주며 고양이를 한마리 데리고 집으로 들어가라고 일러줬다. 부적을 지니고 고양이를 데리고 집에 들어가니 가짜 남편이 다시 쥐로 변했다. 안도와 분노가 뒤섞인 남편 왈 “쥐 x도 모르고 그놈과 살았냐”고 아내에게 핀잔을 줬다. 쥐빨도 모른다는 표현은 원래 쥐 그것도 모른다는 것이었는데 상스러울 수 있어서 ‘빨’로 변한 것이다. 그런데 가소롭거나 작은 것을 낮춰서 상스럽게 표현할 때는 “쥐 x만한 놈이 ~” 어찌고 저찌고 오늘날까지도 잘 쓰이고 있다. 그나 저나 쥐빨도 모른다는 유래에 관한 위의 설명이 진짜냐며 반신반의하는 표정들이 떠오른다. 맞다. 여러 설마다 약간의 차이는 있으나 평생 함께 산 배우자의 신체 부위 특성도 잘 몰랐다는 근본 줄거리는 같으며 한국학중앙연구원 이 밝힌 자료에 나온다. 여기서 후대에 새끼를 친 표현이 개빨도 없는 것이... “ 되겠다.

■ 수서양단(首鼠兩端) [머리 首 쥐 鼠 두 兩, 끝 端]

쥐구멍에서 방금 나온 쥐가 사방을 두리번거리는 모습을 연상해서 나



은 표현이다. 판단을 못하고 우왕좌왕할 때 써먹으면 제격이다.

사자성어로 이보다 더 자주 사용되는 유사한 표현은 좌고우면(左顧右眄)이다. “수서양단하지 말고.., 또는 “좌고우면하지 말고” 빨리 결단을 내리라”고 표현하면 꽤 유식해 보인다. 유래는 사마천의

사기 열전에 나온다. 쉽게 정리하면 기원전 전한(前漢)때 황제가 중히 여기는 두 고관이 있었다. 둘은 꽤나 라이벌 관계였는데 한쪽 집에서 파티가 열리자 라이벌의 친구가 함께 와서 주인하고 시비가 붙었다. 황제의 권위를 빌어 주인은 라이벌의 친구를 처형코자 했다. 그러나 황제도 판단을 못해 어사대부(지금의 검찰총장 정도)에 떠넘겼다. 그런데 어사대부도 입장이 곤란해 어물거리고 황제에 미루며 빠져 나갔다. 그러자 처형을 주장했던 그 고관이 퇴권 후 어사대부를 조용히 불러 이렇게 핀잔을 줬다. “..... 何爲首鼠兩端?” 왜 쥐새끼처럼 갈팡질팡 판단을 안내려렸느냐는 비난이었다. 수서양단은 여기서 나온 것이다.

■ 나작굴서(羅雀掘鼠) [새그물 羅 참새 雀 팔 掘 쥐 鼠]

그물로 참새를 잡고 땅을 파서 쥐를 잡아 먹으며 연명하는 처지라는 의미로 최악의 상황에 몰려 있을 경우를 비유하는 표현이다.

당(唐)나라 중엽, 장순(張巡)이라는 장수가 있었다. 황제에게 충직한 신 하였고 뛰어난 무인이었으며 대의가 분명했다. 안록산(安祿山)의 반란으로 나라가 혼란스러웠을 때 그는 수양이라는 곳을 수비하고 있었다.

성을 지키는 군사는 겨우 3천여 명, 10만 명이 넘는 반란군을 대적하기는 터무니 없는 증과부적(衆寡不敵)의 상황이었다.

장순은 숫자의 열세를 개의치 않고 죽을 각오로 성을 지켰다. 자신만만한 반란군들은 갖은 방법을 동원해 성을 공격하고 때로는 회유하며 항복을 요구했다. 그렇지만 그는 끝까지 항복하지 않았다. 반란군에 포 위된 지수일이 지나자, 성 안에 비축해 놓은 군량미는 바닥났고, 보급도 되지 않아 점점 굶주림에 허덕이게 되었다. 허기진 병사들은 나무껍질을 벗겨 먹는 지경에 이르렀고 그물을 쳐서 참새를 잡아 먹기도 했으며, 땅을 파서 쥐를 잡아 먹기도 했다. 나작굴서라는 표현은 이 모습에서 비롯된 것이다.

종말은 더 비감하다. 장순은 자식같은 병사들의 굶주림을 보다못해 자기 아내를 죽여 국을 끓여서 병사들에게 먹이기까지 했다. 끝내는 성으로 진격해 들어오는 반란군의 포로가 됐고 항복을 요구하는 반란군들을 향해 매섭게 호통을 치다가 목이 베어 최후를 마감했다. 사실 고사성어의 표현보다는 장순이라는 장수의 의로움이 더 회자되는 역사에 남을 사건이었다.

■ 궁서설묘(窮鼠齧貓) [궁할 窮 쥐 鼠 깨물 齧 고양이 貓]



쫓기는 쥐가 고양이를 문다는 뜻으로 궁지에 빠진 사람을 너무 괴롭히면 도리어 해를 입게 되는 상황을 일컫는다.

표현의 유래는 저 유명한 한무제(漢武帝 B.C151 ~ B.C87)때이다.

당시 소금과 철을 국가 전매제도로 시행했다. 국방비 조달 등 나라 살림을 운택하게 하고 권세있는

신하들과 지방 호족들의 발호를 억누르지는 일타쌍피 전략으로 두개의 근간 상품을 국가에서 전매하는 정책 변환을 한 것인데 소금과 철을 들어 쥐고 이권을 누려왔던 신하들과 호족들의 반발이 아주 거셌다.

이후 B.C 81년 소제(昭帝)가 제위에 올라 이미 시행되고 있는 전매사업을 비롯한 국가 정책에 대한 시국 종합 대 토론회를 벌였다. 이때 전매사업을 놓고 논쟁이 두 파로 나뉘었다. 오늘날의 검찰총장격인 어사대부를 비롯한 공 무원쪽은 전매제도를 적극 지지했다. 이들의 의식은 법가를 대표하고 있었다. 그러나 학자 진영에서는 망한 진시황의 진나라 사례를 들며 엄혹한 법치때문에 나라가 망했다며 나라 다스리는 근본을 예(禮)로 하자는 유가 사상을 들먹였다. 그러면서 나온 표현이 바로 궁서설묘(窮鼠齧貓)였다. 진시황때의 진나라 정책을 저 표현으로 빗댄 것이다.

■ 태산명동서일필(泰山鳴動鼠一匹)

중국 고유의 고사성어는 아니다. 용두사미(龍頭蛇尾)로 끝나는 일을 말할 때 자주 입에 올리는 유명한 표현인데 유래는 흥미롭게도 고대 로마이다. 계관 시인 호라티우스(Horatius, B.C 65~ B.C 8)의 다음 시(詩)를 한 문으로 의역한 것이 사용의 시작이라 한다. 『산(山)이 출산(出産)한다는 소문이 있었다. 경외 속에 특이한 어떤 것을 기대하며 사람들이 사방에서 달려와 모였다. 마침내 산이 출산을 하였다. 볼품없이 우스꽝스런 쥐가 나왔다.』

태산은 우리네 시조 “태산이 높다하되...”그 태산이며 중국 산둥성에 있다. 명산이 중국에 즐비하지만 태산은 중국 황제가 하늘에 제사지내던 의미가 막중한 산이라 높고 큰 산의 상징이 되고 있다. 그 산이 큰 소리를 내며 흔들려(泰山鳴動) 뭘 일이라도 났으려니 숨죽이고 지켜 보는데 고작 쥐 한마리(鼠一匹)가 나온 것이다. 뭘 대단한 것이라도 있는 양 떠벌리거나 북새통 끝에 호치부지되면 곧잘 들을 수 있는 말이다.

이 표현에 어울릴 상황이 자고나면 매일 벌어지는 곳이 바로 대한민국 정치판이다. 그 중 한 에피소드를 소개한다.



70~80년대 대학 다닌 사람은 심재철(1958년 전남 광주생)이라는 이름을 누구나 다 안다. 80년 서울의 봄 당시 서울역 앞에 모인 15만 대학생의 시위를 이끌었던 서울대 총학생회장이었다. 전두환 정권이 쿠데타로 정권을 잡으면서 투옥되고 고문도 받고 모진 고생을 했다. 신군부의 김대중내란음모 조작 사건으로 모두 24명을 엮어 옥살이를 시킨 시국 사건이었는데 고문에 못이겨 허위자백한 유일한 인물이 심재철이었다. 당시 고초를 함께 겪은 인물로 현 여당 대표 이해찬, 작가로 변신한 유시민이 있다.

허위자백후 그의 인생은 사회생활에 전혀 막힘이 없었다. 중학교 선생도 했고 방송국 기자도 하며 잘나갔다. 그런데 더욱 놀라운 변신이 95년에 일어났다. 신한국당(오늘의 자유한국당 전...전신)에 입당해 안양 지역 지구당 위원장을 꺾차더니 바로 다음 총선이 있던 16대에 의원 뺨지를 달고 내리 5선의 중진 의원이 됐고 마침내 2019년이 저물어가던 12월 9일 제 1야당인 자유한국당 원내대표에 등극한다. 극우 진영에서 볼 때는 제 1세대 운동권의 대부이자 좌빨이 개과천산해서 보수우익 여의도 사령탑이 된 축하할 일이다.

그가 2018년 9월 말에 비인가 정부행정자료를 대거 확보하고는 청와대 업무추진비의 오남용을 지적하며 정부를 부도덕한 정권으로 격하게 연일 비난했다. 엄청 시끄럽게 떠들기는 하는데 일일이 답하기도 갑갑하고 허접한 것들이었다.

예를 들면 한밤중 회의하는데 왜 영수증이 맥주집 것이 나오냐 등등...(삼각 김밥으로 때웠으면 문제가 없었으려나...) 그럼에도 정부측은 거의 완벽하게 해명을 했고 사건의 본질은 심 의원의 불법 기밀자료 유출이라고 역공을 가했다. 궁지에 몰린 심씨에 대해 10월 3일 여당 원내 대변인 박경미 의원은 이렇게 논평했다. 『소문난 잔치에 먹을 것 없었다. 심재철 의원의 어제 질의는 전혀 새로울 것도 없고 이미 언론에 나왔던 이야기들이며 부총리의 치밀하고 설득력있는 답변에 아무런 반박도 내놓지 못했다. 태산명동서일필(泰山鳴動鼠一匹)... 그러나 이번 심 의원 질의에는 쥐 한마리도 보이지 않았으니 어쩌면 서일필이라고도 할 수 없겠다.』

심씨에 관해 기억에 새로운 다른 두가지 사연도 생각한다. 2013년 국회 본회의장에서 스마트 폰으로 누드사진 감상하다가 방송기자 카메라에 딱 잡혔다. 쏟아지는 비난에 “누가 카톡으로 보내줘 뭘가 봤더니 그런 사진이더라”하고 웅색하기 짝이 없는 변명을 했다. 그는 당시 새누리당 최고위원 겸 국회윤리특위 위원이었다. 이후 2019년 5.18을 전후해 5.18 피해자 보상금 내역과 명단을 정확히 밝혀라며 정부에 맹공을 퍼붓던 그는 자신도 피해자로 3,500만원이나 타먹은 사실이 알려지자 “다른 사람이 대신 신청해 준 것인지... 나는 모르는 일이다.”고 발뺌했다. 그러나 이를 어

짜나, 5.18 피해보상금은 본인이 아니면 절대 신청할 수 없다. 행여라도 명색이 제 1야당 원내대표가 치매증상이 있다면 국가 안위에도 바람직하지 않은데 은근히 걱정된다.

올해 4월 총선이 관전 포인트가 워낙 많아 벌써부터 기대되는 한해의 시작이다. ■



◀ 태산명동(泰山鳴動)하는 야당 의원, 오지부동(搖之不動)하는 장관, 그리고 서일필(鼠一匹)도 없다고 촌철살인(寸鐵殺人)하는 여당 의원. 2018년 10월 초의 국회 풍경이다.

OKBA 장학생 선발 공고

<신청 서류>

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

<진행 일정>

- 1월 31일 (금) 신청서류접수 마감 (*우편접수시 소인날짜 기준)
- 2월 13일 (목) 신청서류 심사 (장학분과위)
- 수여자 최종 확정 통보 (심사 완료 후 즉시 우편통보)

<신청 자격>

- 2년 이상 연속 협회 회원의 자녀(2018년 1월 31일 이전 회원 가입)
- 접수마감일(2020년 1월 31일) 까지 정회원 자격 유지
- 본 장학금 첫 수혜자로 2년차 이상 재학 중인 풀타임 대학생(대학원생 제외)
- 당해년도 성적증명서에 F학점 과목이 없을 것.
- 당해년도 한 가정 한 자녀에 한함.

<기타>

- 신청서, 지구협회장 추천서는 협회 웹사이트 www.okbacanada.com 공지사항에서 출력
- 서류미비 및 마감 후 접수는 심사대상에서 제외

이토비코 지구협 개정 설 모임

임총 / 회장선거 겸합

- 일시 : 2020년 1월 27일(월) 오후 1시
- 장소 : 코비
257 Dundas St E, Mississauga
(905) 232 - 8866
- 주요 내용 : 회장 선거를 위한 임시 총회
설맞이 파티
- 일반 문의 : 지구협회장 이두승
(416-895-1277)

*회장 선거 관련 문의

선거관리위원장 강기백 (416-252-0080)

이토비코 지구협회장 이두승

<15면에 이어>

스낵바 시장 현황

현재 편의점 채널은 바 제품 구입처로는 미약하기 짝이 없는 수준이다. 이는 긍정적 현상으로 볼 수도 있다. 시장 개척의 여지가 그만큼 크다는 의미이기 때문이다. 다국적 시장조사기관 입소스가 캐나다 소비자 2만 여명을 대상으로 소비 행태와 자세 그리고 동기부여 등을 놓고 실시한 조사 결과에 따르면 막대형 주전부리 구입처의 대부분이 대형 식품점, 코스트코, 대형 할인 매장 등으로 알려졌다. 앞서도 밝혔듯이 편의점 채널은 고작 2%에 머물고 있다. 따라서 편의점이 개발해야 할 여지가 많은 만큼 입소스가 밝히고 있는 다음 몇가지 통계수치에 주목할 필요가 있다.

- 소비 증가율이 2017년 이후 20% 올랐다. 단백질과 에너지 공급원으로서의 기능이 소비자들에게 잘 인식된 덕분이다.
- 이들 품목군은 집에서나 마찬가지로 밖에서도 잘 소비되고 있다. 특히 작업장과 이동 중에 매우 왕성하게 소비되고 있는 중이다.
- 편의점 채널에서 소비량은 꽤 높게 나타나고 있다.

따라서 단백질과 에너지 공급원으로서의 웰빙 스낵바 종류를 편의점은 더 늘려야 할 것이다. 큰 시장 잠재력을 가지고 있고 주전부리 품목군의 매출 증대 견인차 노릇을 할 여지가 충분하다. 문제는 제품 믹스, 상품기획에서 소비자 트렌드를 얼마나 정확히 반영하느냐이

다. 시장 가능성은 높으니 깊이 연구해야 할 과제다. 입소스의 기타 도움이 될 자료들도 이하 소개한다.

- 스낵류 구매자의 89%가 충동적 구매를 한다.
- 충동 구매자들일수록 신제품 구매 의지가 더 강하다. 그래서 계산대 주변 노출도 높은 공간에 진열된 신제품을 살 가능성이 농후하며 이렇게 구매된 스낵은 곧바로 소비되는 경향이 높다.
- 간단 식사 대용물로 부각되고 있다. 채충전때문이다. 스낵류 구매자의 75%가 시장기를 달래기 위한 목적으로 구매하는데 이 목적은 굳이 목적 지향적일 수도 있고 그냥 충동적으로 구매할 수도 있다.
- 웰빙 스낵 애호가들이 많아지고 있다. 쇼핑객의 67%가 건강에 좋다는 스낵을 찾는다. 특히 과일이나 야채를 주 원료로 가공한 스낵에 집중하며 설탕, 소금 함량이 낮으며 유기농 원료를 선호한다.
- 건강 스낵 구입자의 1/3은 돈을 추가로 더 지불할 용의가 있는 사람들이며 포장에 있는 성분 표기에 곧바로 관심을 가진다.
- 아예 탐구적인 자세를 가진 스낵 매니아들도 있다. 이들은 영양 성분은 물론이고 크기, 판촉, 브랜드 선택, 포장 디자인에 이르기까지 오만가지에 다 관심을 쏟으며 거의 무슨 조사관 같다. 이런 고객들은 충동 쪽보다는 계획성과 목적의식이 분명한 쇼핑에 가깝다.
- 가격 민감형 소비자들은 상품의 가능성을 중시하며 구매결정력이 전적으로 가격에 좌우된다. 쇼핑객의 46%가 가격에 민감한 것으로 조사됐다. (복수 응답)
- 스낵바의 소비는 절반 가까이가 오후 시간대에 이루어진다. 오전, 오후, 저녁, 밤중으로 나눌 때 오후 시간대에 집중해있다. ■

■ 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 ----- (905) 470-1926
A Biz Gourmet(Shirley 부사장) -----(416) 665-1052

■ 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 -----1-(888) 479-7779





Sincere Trading of KBA
West Mall Branch

2020 JANUARY Special sale



0⁹⁹

Cott 2L
All Flavours Reg.\$1.19 **Spe.\$0.99**



3⁷⁹

Nestle Pure Life

Pure Life 24/500ml Reg.\$4.79 **Spe.\$3.79**
Pure Life 12/500ml Reg.\$2.35 **Spe.\$1.99**
Pure Life 710ml Reg.\$9.89 **Spe.\$9.49**
Pure Life 1.5L Reg.\$7.25 **Spe.\$6.89**



1⁹⁹

2⁴⁹

3⁹⁹

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**



3⁵⁹

2⁷⁹

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 **6⁴⁹**
1.2kg All Flavours Reg.\$7.49 **Spe.\$6.49**



Clif **12⁷⁵**
Clif Bar 68g All Flavours Reg.14.39 **Spe.\$12.75**
Clif Builders Bars 68g All Flavours Reg.16.69 **Spe.\$14.99**



1⁹⁹
Kelloggs
Pringles 148g - 156g
All Flavours
Reg.\$2.39 **Spe.\$1.99**



Brand Strategy **1⁸⁹**
Popcorners 142g All Flavours Reg.\$2.05 **Spe.\$1.89**



Halls **17⁹⁹**
All Flavours Reg.\$19.99 **Spe.\$17.99**



2²⁹
Cadbury
Cadbury Dairy Milk Family Bars 100g
All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.29**



21⁴⁹
Fishermans Friend
Fishermans Friend 16's All Flavours
Reg.\$23.99 **Spe.\$21.49**
Fishermans Friend 24's All Flavours
Reg.\$35.89 **Spe.\$32.49**



2⁹⁹ **2⁸⁹**
Mondelez
Chips Ahoy 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.99**
Oreo 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.99**
Peek Freens 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.89**



Regal
Dubble Bubble Asst Gumballs \$13.59 **\$11.99**
Cry Baby Sour Gumballs \$13.59 **\$11.99**
Fizz N Fizzing Bubble Gum \$13.59 **\$11.99**
Juicy Drop Pop \$19.19 **\$17.29**
Toy Story 4 Candy Chest \$19.59 **\$17.29**



2⁷⁵ **1⁸⁹**
Lindt Sprungli **17⁷⁹** **21⁹⁹**
Excellence Chocolate Bars 100g All Flavours Reg.\$3.25 **Spe.\$2.75**
Classic Chocolate 100g All Flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$1.99**
Lindor Singles 36g All Flavours Reg.\$23.25 **Spe.\$17.79**
Ricola Bag 75g All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$1.89**
Ricola Sticks All Flavours Reg.\$27.69 **Spe.\$21.99**



2⁰⁹ **3⁴⁹** **3⁸⁹**
Smuckers Foods
Pure Jam 250ml All Flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.59**
Pure Jam 500ml All Flavours Reg.\$4.55 **Spe.\$4.45**
JIF Peanut Butter 500g All Flavours Reg.\$3.59 **Spe.\$3.35**
Crisco Oil 946ml All Kindss Reg.\$3.69 **Spe.\$3.49**
Robin Hood All Purpose Flour 1kg Reg.\$2.19 **Spe.\$2.09**
Carnation Evaporated Milk 354g All Kinds Reg.\$1.75 **Spe.\$1.65**
Folgers Coffee 320-326g Decaf not included Reg.\$4.19 **Spe.\$3.89**



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

12⁷⁵

Clif

Clif Bar 68g All Flavours Reg.14.39 **Spe.\$12.75**
Clif Builders Bars 68g All Flavours Reg.16.69 **Spe.\$14.99**



1⁹⁹

Kelloggs
Pringles 148g - 156g
All Flavours
Reg.\$2.39 **Spe.\$1.99**



Brand Strategy
Popcorners 142g All Flavours Reg.\$2.05 **Spe.\$1.89**

17⁹⁹

Halls

All Flavours Reg.\$19.99 **Spe.\$17.99**



2²⁹

Cadbury

Cadbury Dairy Milk Family Bars 100g
All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.29**

21⁴⁹

Fishermans Friend

Fishermans Friend 16's All Flavours
Reg.\$23.99 **Spe.\$21.49**
Fishermans Friend 24's All Flavours
Reg.\$35.89 **Spe.\$32.49**



2⁹⁹

Mondelez

Chips Ahoy 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.99**
Oreo 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.99**
Peek Freens 300g All Kinds Reg.\$3.25 **Spe.\$2.89**



Regal

Dubble Bubble Asst Gumballs \$13.59 **\$11.99**
Cry Baby Sour Gumballs \$13.59 **\$11.99**
Fizz N Fizzing Bubble Gum \$13.59 **\$11.99**
Juicy Drop Pop \$19.19 **\$17.29**
Toy Story 4 Candy Chest \$19.59 **\$17.29**

2⁷⁵

1⁸⁹

17⁷⁹

Lindt Sprungli

Excellence Chocolate Bars 100g All Flavours Reg.\$3.25 **Spe.\$2.75**
Classic Chocolate 100g All Flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$1.99**
Lindor Singles 36g All Flavours Reg.\$23.25 **Spe.\$17.79**
Ricola Bag 75g All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$1.89**
Ricola Sticks All Flavours Reg.\$27.69 **Spe.\$21.99**

2⁰⁹

3⁴⁹

3⁸⁹

Smuckers Foods

Pure Jam 250ml All Flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.59**
Pure Jam 500ml All Flavours Reg.\$4.55 **Spe.\$4.45**
JIF Peanut Butter 500g All Flavours Reg.\$3.59 **Spe.\$3.35**
Crisco Oil 946ml All Kindss Reg.\$3.69 **Spe.\$3.49**
Robin Hood All Purpose Flour 1kg Reg.\$2.19 **Spe.\$2.09**
Carnation Evaporated Milk 354g All Kinds Reg.\$1.75 **Spe.\$1.65**
Folgers Coffee 320-326g Decaf not included Reg.\$4.19 **Spe.\$3.89**



C.B Powell

Sugar Twin Packets 50's Reg.\$1.49 **Spe.\$1.39**
 Sugar Twin Packets 100's Reg.\$2.85 **Spe.\$2.59**



Green Giant

Canned Vegetables 341~398ml
 All Kinds Reg.\$1.49 **Spe.\$0.99**



Michelin's

Frozen Food 128g-255g All Kinds Reg.\$1.35 **Spe.\$1.09**



Cascades

April Soft Bathroom Tissue 4's
 Reg.\$21.49 **Spe.\$19.99**
 Fiesta Paper Towel 2'S
 Reg.\$19.99 **Spe.\$18.99**



Campbell's

Red & White Soup 284ml All Flavours Reg.\$1.75 **Spe.\$1.39**
 Ready to Serve Soup 540ml All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$1.79**
 Soup at Hand 284ml All Flavours Reg.\$1.49 **Spe.\$1.29**
 Chunky Soup 540ml All Flavours Reg.\$3.05 **Spe.\$2.19**
 Habitant Soup 796ml All Flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$1.79**
 Everyday Gourmet Aseptic 500ml All flavours Reg.\$2.59 **Spe.\$2.29**
 Chunky Chili 425g All flavours Reg.\$2.55 **Spe.\$2.29**
 Hearty Noodle Cup Soup 55g All flavours Reg.\$15.89 **Spe.\$12.99**
 Prego Pasta Sauce 645ml All flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.29**
 Goldfish Snacks 180g-227g All flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.09**



Nestle Purina

Friskies Dry Cat 1.42-1.5kg Reg \$4.59 **Spe. \$4.09**
 Friskies Dry Cat 454g Reg \$1.70 **Spe. \$1.45**
 Friskies Wet Cat 156g Reg \$17.49 **Spe. \$14.99**



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**



Clover Leaf

Brunswick Seafood Snacks 92g - 100g
 All Flavours Reg.\$1.55 **Spe.\$1.25**
 Brunswick Sardines 106g All Flavours
 Reg.\$1.35 **Spe.\$1.25**
 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**



Smuckers Pet

Sausage 196g All Flavours Reg.\$1.75 **Spe.\$1.59**
 PUP-peroni 75g All Flavours Reg.\$1.75 **Spe.\$1.59**
 PUP-peroni 158g All Flavours Reg.\$2.65 **Spe.\$2.45**
 Jerky Treats 170g Reg.\$2.65 **Spe.\$2.45**
 Milk Bone 450g-500g All Flavours Reg.\$2.45 **Spe.\$2.29**
 Milk Bone 113g All Flavours Reg.\$1.75 **Spe.\$1.55**



Always

Always Ultra Slender w/ Flexi-wings 18's	4.69	3.95
Always Ultra Regular Thin w/ Flexi Wings 10's	3.09	2.95
Always Ultra Overnight w/ Flexi Wings 14's	4.69	3.95
Always Ultra Regular w/ Flexi Wings 18's	4.69	3.95
Always Thin Ultra Long w/ Flexi wings 16's	4.69	3.95
Always Ultra Regular 22's	4.69	3.95
Always Thin Maxi Regular w/Flexi wings 10's	3.09	2.95
Always Ultra Thin Long w/ Flexi wings 14's	4.69	3.95
Always Ultra Thin Reg 16's	4.69	3.95
Always Ultra Thin Long 20's	4.69	3.95



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



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834