

# 실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News  
February 2020 News 제793호

MARCH  
3-4, 2020



TORONTO  
CONGRESS CENTRE

Convenience U CARWACS Show에서 열리는 **OKBA 회원들을 위한 무료 세미나**  
지금 바로 등록하세요!

[www.okbacanada.com](http://www.okbacanada.com)  
[www.convenienceu.ca/toronto-2020/okba](http://www.convenienceu.ca/toronto-2020/okba)



[www.okbacanada.com](http://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

# BINGO MULTIPLIER로 즐거움을 배가시키십시오

이 새로운 3단 복권은 다음과 같은 플레이 방식으로  
압도적인 플레이 가치를 선사합니다:

## 16가지 게임

2배수, 3배수, 5배수 게임 포함

1등상 **\$250,000**

평균 당첨률 **3.49 대 1**

당첨금 지급률 **70%**



이 새로운 고액 INSTANT 복권의 매출을 늘려,  
판매한 팩 당 \$16의 수수료 수입을 올리십시오!  
복권이 눈에 잘 띄도록 복권 진열대의 한 줄 전체를  
이 복권으로 채우십시오!

## 연령 통제 이것은 법입니다

소매업자 및 그 직원이 만 25세 미만으로 보이는 고객에게 복권 또는 복권 상품을 판매 또는 당첨 확인하거나 당첨금을 지급할 때는 반드시 정부 발급 사진 신분증을 확인해야 하는 것이 OLG의 정책입니다.

이 정책은 미성년자에 대한 복권 또는 복권 상품 판매를 방지하기 위한 것입니다. 미성년자에게 복권 또는 복권 상품을 판매하는 것은 온타리오주사행업법(Ontario Lottery and Gaming Corporation Act, 1999) 위반입니다. 만 18세 미만 청소년에 대한 복권 또는 복권 상품 판매로 유죄 선고를 받은 사람은 \$50,000의 벌금형에 처해질 수 있습니다.

다음의 단계를 따름으로써 여러분 자신을 보호하십시오:

### 요청하십시오

만 25세 미만으로 보이는 고객에게는  
정부 발급 사진 신분증을 제시할 것을 요청하십시오

### 확인하십시오

신분증을 보고 고객이  
만 18세 이상인지 확인하십시오

### 거부하십시오

신분증 제시를 요청했을 때 신분증을 보여주지 않는  
고객에게는 판매를 거부하십시오

명심하십시오 - 고객의 나이를 물어보는 것만으로는 부족합니다. 고객의 나이를 물어볼 만큼 의심된다면 고객의 신분증을 확인하고, 고객이 신분증을 제시하지 못하거나 제시하지 않으면 판매를 거부해야 합니다.

## ■ 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 배명호 (905)642-4644  
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 김흥기 (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 : 심기호 (Kenny Shim)  
KBA 부이사장 : 공석
  - 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
  - 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](http://www.okbacanada.com)

온라인을 통해 더 빠르고 정확한 정보를 얻으실 수 있습니다.

# C O N T E N T S

04 - 08 / 북미주 시장의 CBD 제품 전망

09 / Convenience U 신청 방법

10 - 11 / 성과 컸던 2019 온주 訪韓 사절단

12 / 2020 온주봉사상 후보명단 확정  
특별사업분과위원회 개최

13 / 英 대마업계, CBD붐 활활~  
제2차 정기이사회 / 워크샵 개최  
토론토 이스트 지구협회 정기총회 / 정.부회장 선거

14 - 15 / 카페인 에너지 드링크 기세 주춤

16 - 17 / 퀘벡 편의점 '줄' 이야기 : 모두가 모두를 서로 아는 곳

18 / 세븐일레븐의 1월 손님끌기 작전  
실험뉴스 월간으로 발행

19 / DIRECTORY

20 - 23 / KBA 협동조합 2월 스페셜

# 북미주 시장의 CBD 제품 전망

## 캐나다 시장 밝지만 편의점엔 언감생심?

CBD가 요즘 핫 이슈로 떠오르고 있다. 일단 규모가 가장 크다고 할 미국 시장 현황과 전망부터 살펴본다. 베이프 시장의 일대 혼란이 기세 좋게 달리던 CBD 매출 성장의 발목을 잠시 잡는 듯 보이기도 하지만 지금까지의 대체를 거스를 지경은 아니지 않겠는가 하는 조심스런 낙관적 전망이 우세하다. 이유는 소비자들 때문이다. 소비자들이 편의점을 포함한 소매채널에서 가공식품류로 CBD성분이 함유된 제품을 더 많이 취급해 주기를 강하게 원하고 있는 것이다.

마리화나는 인류가 약초로 이용해온 4천여 년의 유구한 역사를 자랑하는 식물이며 이 약초에서 추출한 카나비디올(Cannabidiol; 略字로 CBD)은 대마의 화학적 성분 중 제 1차적인 성분으로 감정의 평안함, 불안이나 스트레스 완화와 깊은 관련이 있다.

이런 역사적 맥락을 이해한다면 우리들 대부분은 “CBD가 오늘날까지도 치료제로 무리없이 받아들여져 와야 하는 것 아닌가”라고 생각할 수 있겠다. 하지만 1970년대에 이르자 마리화나는 느닷없이 1급 제재 마약군으로 분류됐고 소비자들 CBD의 혜택을 더 이상 누릴 수 없게 됐다. 영어에서 (Schedule 1 drug)라고 표현하는 것이 바로 고도의 제재와 단속을 받는 마약류를 의미한다. 여기에 함께 속하는 것들이 우리가 익히 알고 있는 LSD, 헤로인, 코케인 등이다. 사실 어처구니없는 정책이었다. 아무렴 마리화나를 LSD와 같은 수준의 강력 제재 대상의 마약으로 삼다니...



▲ 미국은 18세 이상이면 편의점에서도 CBD식품을 구입할 수 있다. 담배와 라이터도 손님 눈에 띄게 진열돼 있다. 캐나다에 비하면 편의점 운영 여건은 월등히 좋은 편이다. 술도 판매할 수 있으니...

**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)**  BROKERTeam  
INSURANCE

**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**



이야기가 다소 엉뚱할 수도 있겠으나 마리화나, 우리말로 대마(大麻)라 불리는 이 식물은 과거 시골 텃밭에서 쉽게 재배하고 할머니들이 - 보통 '삼' 이라고 불렀다. - 잎을 따 말려서 비싼 담배 대용으로 피우기도 했던 흔하디 흔한 식물이었다. 한국에서 70년대 초에 연예인들을 단속한다고 대마초 피우던 가수들을 몽땅 구속했던 사건이 기억날 것이다. 그러나 그때 대마는 대한민국 법에서 형식적으로 마약으로 분류만 했을 뿐 단속이 뚜렷하게 있지도 않았다. 그러다가 76년 대마관리법을 제정했고 이 법으로 줄지에 연예인들이 떼거리로 단속에 걸려 활동이 중지되는 파동이 벌어졌다.

대마 역사가 나온 김에 교수 신문에서 다룬 마약에 관한 역사가 매우 흥미롭게 잘 요약돼 있어 이를 소개한다. 일독하면 마리화나를 포함한 마약의 역사가 명쾌하게 정리가 될 것이다.

### 흔하고 당연했던 '마약'은 어쩌다 불법이 됐을까

- 저자와의 만남\_ 『우리는 마약을 모른다』 (2018.07) -

우리는 마약에 대해서 얼마나 알고 있을까? 흔히들 힘든 이들이 마약을 하고, 마약 때문에 더욱 힘들어 진다고 생각한다. 그래서 국가는 마약을 금지하려고 한다. 허나, 오히려 끔찍한 현실이 마약쟁이들을 길러 내고 있는 건 아닌가. 최근 출간된 『우리는

마약을 모른다』의 작가 '오후'는 인류가 정말 오랫동안 활용해온 마약의 역사, 과학, 사회, 종교적 의미를 다뤘다. 지난 8일 작가인 '오후'와 인터뷰를 진행했다.

마약의 역사는 전쟁의 역사와 궤를 같이 한다. 16세기 초 스페인은 잉카제국을 정복하고 원주민들을 부려먹을 때 밥 대신 코카 잎을 주며 피로와 허기를 달래게 했다. 작가 '오후'는 "그리스로마 시대에는 병사들의 안정과 고통을 완화하기 위해 아편을 사용했다"면서 "고대 바이킹족은 환각과 각성 효과가 있는 '광대버섯'을 전투 전후로 복용했다"고 말했다.

저자는 "19세기 전쟁에서 모르핀 사용이 특별히 문제가 된 건 천연 마약이 아니라 정제된 형태의 마약이었기 때문이다"면서 "이렇게 되면 중독성이 훨씬 강해지기 때문에 피해가 크다"고 설명했다. 아울러, 그는 "2차 세계대전에서 메스암페타민이, 베트남 전에서는 헤로인이, 이라크전에는 신경 안정제가 지급되어 논란이 되었다"고 적었다. 현대 전쟁에서도 마약이 공공연히 쓰여 왔음을 설명했다.

마약의 '癮'은 저릴 마로 마비하다는 뜻을 지닌다. 중국 『삼국지연의』에는 관우가 마약식물로 만든 마비산을 팔에 바르고서 맨

## 일체형 연동 포스시스템

원슬루션과 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

정신에 독화살 치료를 받았다는 기록이 있다. 율리우스 카이사르는 성관계 후 마리화나를 한 대씩 피웠으며, 지그문트 프로이트, 쥘 베른, 에드거 앨런 포, 새뮤얼 콜리지, 알렉산드로 뒤마 등 유명인들도 마약에 빠진 적이 있다.



▲ 이집트에서 여성들이 마약 성분이 포함된 남수련(Blue Lotus)을 흡입하는 모습이다.

## 인류가 마약에 빠지는 이유

예수의 탄생 시 동방박사가 선물했던 것들 중 하나는 '몰약(myrrh)'이었다. 저자인 작가 오후는 'myrrh'가 여러 해석이 있지만, 아편이었을 확률이 높다고 적었다. 그만큼 마약은 정말 긴 역사성을 띠고 있다.

UN 마약범죄사무소 보고서에 따르면 2015년 기준, 1년에 1회 이상 마약을 복용한 사람은 전 세계적으로 대략 2억 5,500만 명이다. 이 가운데 마약중독이라 할 만한 이들은 대략 3,000만 명 정도다. UN은 아편, 엑스터시, 헤로인, 대마초, 히로뽕, 코카인 등을 마약으로 지정했으며 알코올, 니코틴, 카페인 등은 마약에서 제외시켰다.

지난 2009년 BBC의 한 직원의 놀라운 폭로가 있었다. 직원들의 독창성을 높이기 위해 코카인 사용 권유가 있었다는 것이다. 이 시기 '텔레토비'가 만들어졌고 일각에서는 약 빨고 만든 프로그램이라는 풍문이 돌았다. 과학자 칼 세이건의 한 친구는 피그미족과 한동안 생활하면서 그 부족이 대마를 기르는 모습을 보았다. 대마는 피그미족이 유일하게 길러 수확을 하던 작물이었고, 이로 인해 초기 인류가 식량보다 마약을 먼저 재배했을 것이라는 추측이 나오기도 했다.

마약은 인간의 도파민을 증가시켜 황홀감을 준다. 환각 작용이 뛰어난(?) 마약은 LSD(Lysergic Acid Diethylamide, 리세르그산 디에틸아미드)다. 이 마약은 네모난 작은 종이에 액체 상태의 LSD가 뿌려진 후 말린 환각제다. 종이를 혀 위에 올리면 흡입이 된다. 그런데 다른 마약과 달리 LSD는 복용 시 인간 체내로 세로토닌 흡수가 잘 이뤄지지 않아 양극단의 감정을 지니게 한다. 자신이 하늘을 날 수 있을 줄 알고 옥상에서 뛰어내리거나, 눈이 실명될 때까지

햇빛을 쳐다보는 등 부작용이 발생했다.

## 마약에 대한 인식의 변화

고대 인류는 마약을 신의 선물이며, 고통을 줄이는 물질로 여겼다. 로마시대만 해도 시내에 800개의 아편가게들이 있었고, 총 세입 중 15%를 아편에서 얻을 정도였다. 마약에 관한 인식이 부정적으로 변하기 시작한 건 기독교가 로마의 국교로 공인된 이후다. 종교 의식에서 마약이 공공연히 사용됐는데, 기독교 단체는 마약이 시중에 돌아다닐 경우 새로운 종교가 생길 것이라 우려했다. 기독교 단체는 고통을 신이 내린 처벌이라 주장하며 신앙과 회개로 극복해야 한다면서 마약을 금지시켰다.

마약은 르네상스시대에 다시 활성화됐다. 19세기 후반 아편 무역이 세계적으로 활성화됐고, 중국은 전 세계 아편의 85%를 생산할 정도로 마약 식물 생산에 몰두했다. 그러나 이는 결과적으로 다른 농산물의 생산을 감소시키고, 서민들을 가난과 굶주림으로 몰아넣는 역할을 했다. 영국은 식민지 구역인 인도 벵골 지역의 논밭을 싹 밀고 양귀비 밭을 조성했다. 그 결과 '벵골 대기근'이 찾아왔을 때 300만 명이 넘는 인도인이 굶어죽게 되었다.

현대 자본주의 사회에서 마약은 우리가 잘 알다시피 빈곤과 범죄, 알코올중독, 정치폭력, 성병 등 여러 문제를 낳았다. 그렇다면 알코올의 역사는 현재 법으로 금지된 마약들과 어떤 다른 역사를 지녔을까? 저자는 "지역별로 차이가 있긴 하지만, 알코올은 보통 다른 마약과 다르게 취급됐다"며 "과거 마약은 대부분 식물이었다. 흔한 지역도 있었지만, 전혀 없는 곳도 있었다"고 말했다. 작가 오후는 "반면 알코올은 대부분 식량이나 과일을 발효해서 만들었고 전 세계 모든 지역에서 만들어 마셨다"면서 "알코올을 만들기 위해서는 많은 식량이 필요했다. 이 때문에 식량이 부족해지면 금주령을 내리는 경우가 세계적으로 종종 있었다"고 답했다.

책에는 캐나다의 임상심리학자 브루스 알렉산더 박사의 '쥐 공원 실험'이 언급된다. 생활환경이 좋은 쥐의 그룹은 투입된 마약을 거부하는 경향을 보였다는 게 실험의 요지다. 또한 전쟁 중 마약을 복용했던 군인들이 일상으로 복귀해 대부분 마약을 끊었다. 작가 오후는 마약이 문제인지, 사회가 문제인지 화두를 던진다. 그는 청소년들에게 유흥거리가 늘어나면 당연히 마약과 알코올 말고 다른 재미를 찾을 가능성이 높을 것이라고 강조했다. 좋은 세상을 만들고 진통제가 필요 없는 게 더욱 중요하다는 뜻일 게다.

김재호 과학전문기자 kimyital@empas.com  
출처 : 교수신문(<http://www.kyosu.net>)

2018년 4월 12일 하원은 "농업 및 영양법(Agriculture and Nutrition Act of 2018)"이란 명칭으로 하원안을 발의하여 6월 21일 농업 위원회를 통과했다. 한편 상원은 2018년 6월 8일 "농업개선법(Agricultural Improvement

Act of 2018)이란 명칭의 상원안을 발의하여 6월 28일 농업위원회를 통과시켰다. 여기서 마리화나와 관련해 중요한 대목이 바로 대마의 한 종류로 인식되고 있는 헵프(hemp)가 마약 관련 규제에서 제외된 것이다. 한마디로 말해 대마의 사촌쯤 되는 헵프라는 식물이 연방에서 합법화된 것이다.

이것이 발단이 돼 미국에서는 CBD를 혼합한 식품이 소매업소 진열대에서 인기 초절정을 구가하기 시작했다. 미국이 마케팅에 오죽이나 강적이던가. 광고 판촉 홍보전이 난무하며 CBD의 효용이 일반인들에게 무서운 속도로 퍼져나갔고 소비자들 또한 이에 반응이 무척이나 빨랐다. 신제품군으로 이 정도 속도의 성장이 또 있었나 싶을 정도였다.

2018년 12월 트럼프 대통령의 서명으로 법안이 최종적으로 법이 된 이후 기업경영정보관련 연구기관인 MSA가 구글을 이용해 CBD제품을 검색하는 경향을 추적한 적이 있었다. 여기서 나타난 결과는 2019년 중반쯤 검색이 최고 수준을 이뤘다는 점이다. 그리고 이 시점 이후로 뚜렷한 감소세로 돌아섰음을 보여줬다. 무슨 일이 벌어졌던 것일까?

### 베이프의 위기(Vape Crisis)

CBD제품을 찾는 소비자들은 구입 전에 온라인 검색을 해 보는 경향이 매우 크다. 따라서 조사결과가 시사하는 바는 CBD구매욕구가 크게 감퇴했음을 의미한다. 이는 THC 함유 베이핑 제품의 위기가 CBD 제품 구매력 감소의 결정적 영향이었음을 증거하기도 한다. 무슨 말인가? THC가 무엇인지부터 살펴보자. 흔히 말하는 마약에서의 환각 효과를 일으키는 화학물질을 THC라고 이해하면 쉽다.

'Tetrahydrocannabinol'의 약자다. THC베이핑에 관한 불완전하고 오도된 정보로 초래된 부정적 홍보는 일반 소비자들로 하여금 새롭고 아직 친숙하지 않은 제품들의 구입을 망설이고 주저하게 만들었다. 경각심이 발동한 것이다. 처음에는 멀쩡한 CBD베이핑 제품 매출에만 심대한 타격을 입히는 모습이더니 CBD함유 전체 제품 매출에까지 부정적 영향을 끼치는 형국에 발전했다.

놀랄 일도 아니다. 앞서 MSA가 마리화나에 관해 조사해서 나온 데이터에 따르면 소비자들의 마리화나 및 CBD에 관한 입장은 매우 긍정적이었다. 조사에 응한 83,000명 중 67%의 응답자가 의료용이든 기분전환용이든 사용에 찬성한다는 반응을 보였다.

연구는 한단계 더 깊이 들어가 특정 CBD 제품에 대한 타겟 그룹들의 반응에까지 이른다. 타겟 그룹은 평균적인 미국인 소득 이상의 계층 남녀 중 젊은 세대들로 나타났다. 연구 결과의 또다른 주목할 점은 CBD 애호가들은 일반 소비자들보다 흡연율이 2~3배 더 높다는 사실이었다. 이는 현재 편의점을 비롯한 일반 담배 취급 소매업소 주인들에게는 꽤나 의미심장한 굿뉴스가 아닐 수 없다.

### 편의점은 강력한 발판


편의점은 현재 미국에서 CBD구입처로는 네번째 인기 채널이다. 전체 채널 매출에서 22%를 차지하고 있다. 대부분이 자기가 살고 있는 지역소

재 편의점에서 구매한다. 가장 인기있는 채널은 온라인 쇼퍼이다. 매출의 29%가 온라인을 이용해 구매되고 있다. 온라인 구매자들은 자신이 관심을 가지는 제품을 찾는 정도에서 한걸음 더 나아가 신제품에 대한 상세한 정보 습득의 장으로도 온라인 공간을 활용하고 있을 정도로 적극적이다.

이는 마치 베이핑 제품이 성장하는 양상하고 크게 닮아 있다. 소비자들이 온라인을 통해 구입하면서 붐을 이루던 초기 단계를 경과해 오프라인 공간인 편의점으로까지 구매처가 확대되는 수순을 밟았는데 CBD가 딱 그런 모양새를 띄고 있다. 이런 구매처 확산에 의해 제품에 대한 지식과 정보 그리고 경험들이 발전해 나간다.

현재 미국 편의점에서 가장 잘 나가는 CBD제품은 구미(gummie 영어 발음으로는 '거미')시리즈다. 편의점 채널 전체에서 판매되는 CBD 매출의 27%를 차지한다. 그 다음으로 22%의 매출을 차지하는 톱크(tincture) 스타일 제품이다. 톱크는 전형적으로 액상이며 빠른 흡수를 위해 혀 밑에 놓고 소비한다. 그 뒤를 이어 CBD베이핑 제품이 차지했다. 다만 THC베이핑의 불안감이 증폭되기 전의 이야기이다. 하지만 지금은 CBD 베이프이 미용제품에 자리를 내주고 4위로 밀려나 있다. CBD함유의 미용제품 특히 스킨 로션, 크림 등이 주종을 이룬다. THC과동 이전의 CBD베이핑 제품군은 전체 CBD 제품 매출에서 21%를 차지하며 톱크제품류와 막상막하의 기세를 올리고 있었으나 2019년에는 12%로 급전직하했다.

2019년 중엽에 시작된 THC베이핑 파동은 앞서서도 지적했듯이 CBD 베이핑 제품은 말할 것도 없고 CBD전체 제품에 광범위한 부정적 영향을



## 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; border-radius: 5px;"><b>교통사고, 개인 상해</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">과실 유무와 상관없이 교통 사고 후유증에 관한 최대 보상, 낙상, 정무 과실 보상 소송</p>	<p style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 2px; border-radius: 5px;"><b>교통위반 티켓</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">과속, Stunt Driving, 무보험, 신호 위반, 행소니 등 모든 교통법규 위반</p>	<p style="background-color: #00a0e3; color: white; padding: 2px; border-radius: 5px;"><b>형법</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">음주 운전, 폭행, 절도, 사기, 마약(Drug) 보석(Bail) 등 모든 형법 위반</p>
--	---	--

- \* 형법
- \* 소액재판
- \* 복권 판매법


- \* 가정법
- \* 세권, 세입자 분쟁
- \* 담배 판매법

- \* 민사소송
- \* 주류 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

끼친 것으로 파악됐다. 앞의 MSA가 분석한 매트릭스 기법으로 보여준 데이터에 따르면 2019년 1/4분기보다 2/4분기가 매출이 올랐었다. 그리고 3/4분기가 되자 편의점만 보더라도 선적 물량이 떨어지기 시작했다. 유형은 구미, 텀크, 베이핑 제품 등 가리지 않고 하강세를 보였다. 가장 최근인 4/4분기는 하강세가 더 뚜렷해졌다. 역시 유형을 가리지 않았다. THC 베이핑 파동이 최고조에 이르렀던 시점이 10월 달이었다.

결국 소비자 수요가 하락한 결과 소매업소의 주문이 동반 하락했고 이는 그래프 상으로 명확히 들어나고 있다. 그러나 최근에 와서 소비자들의 구매력은 점증세로 회복되는 추세다. 물론 2019년 초기 급성장하던 추세와 비교할 수는 없지만 회복 기조가 감지되고 있다는 것은 편의점 업계의 희소식으로 받아 들여지고 있다. 현대의 소비자들은 정보에 밝다.

THC 사태가 불법 제품에 의해 촉발됐다는 사태의 본질을 파악하면서부터 매출은 확실히 회복세를 보여주고 있다. CBD 전체에 대한 일반적 정보와 지식이 객관적으로 잘 전파되고 있는 것도 긍정적 요인이다. 편의점 업체들은 2015년 베이핑 제품 매출이 감소되던 때와 유사한 기시감을 느낄 것이다. 그런 소강 국면을 겪은 후에야 베이핑이 폭발적 증가세를 보여줬었다. CBD 역시 한번의 우여곡절을 홍역치르듯 치르고 나서 긴 대 상 승기를 맞이할 태세이지 않을까 업계의 기대가 보통 큰 것이 아니다. 골이 깊으면 산도 높은 법이다.

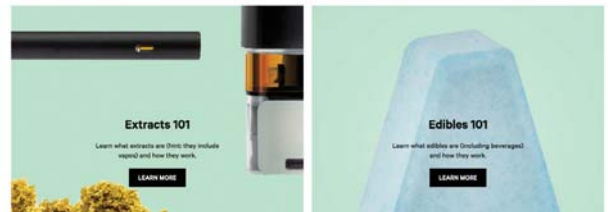
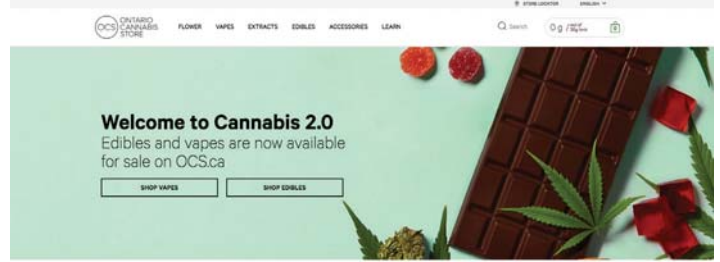
참고로 2019년 기준으로 미국의 CBD에 대한 주별 입장을 살펴보면 아이다호, 사우스다코타, 네브래스카, 캔자스 등 4개 주에서는 마리화나와 헴프 추출 CBD가 모두 불법으로 일반인들이 접근할 수 없다. 그 외의 대부분의 주들은 의료용 마리화나만을 인정하고 있으며 14개 주에서는 THC 성분 함량이 낮은 CBD까지도 인정하는 쿨한 모습이다. THC 성분 함량이 낮은 CBD가 인정되는 주들 중에서도 헴프에서 추출한 CBD 성분만 인정하는 주가 있는가 하면 마리화나 추출 CBD 성분이라도 THC 함량이 일정 비율 미만이면 인정되는 주들이 있어 각각각색이다.

## 캐나다 'CBD 식품' 현황

미국 사정을 대충 살폈으니 캐나다는 어떤 상황인지 이하 정리해본다. 연방 차원에서 2019년 10월에 CBD식품(CBD edibles) 합법화했다. 이미 합법화 전부터 기존 시장에서는 오일 형태와 젤캡(gel caps) 형태의 제품들이 판매되고 있었다. Aurora, Solei, Tweed, SYNC, Namaste 등의 회사들이 이런 두가지 고전적 형태의 제품을 생산하는 대표적 제조사들이다. 어느쪽이 더 효과가 좋으냐는 논쟁까지 있었을 정도다. 젤캡이란 젤라틴 캡슐을 줄여서 부르는 압축어이다. 말랑말랑한 알약 모양이다. (스쿠알렌, 로얄제리 등이 이런 형태로 판매되고 있으니 이런 이미지를 연상하면 된다.)

그런데 이제 구미(gummy), 딱딱한 캔디, 초콜렛, 음료수 형태로 다양한 종류가 팔릴 수 있게 된 것이다. 미국하고 같은 수준이 될 여건이 법적으로 갖춰진 셈이다. 그러나 합법화가 곧 전국 차원에서 CBD제품을 손쉽게 살 수 있다는 의미는 아니다. 예를 들어 퀘벡의 경우, 어린아이들을 생각해서 CBD 식품을 캔디라든가 디저트 형태로 된 제품은 일반 소매점에서 판매할 수 없도록 통제하고 있다. 다른 여러 주들에서도 온라인 판매만 한다든가 온라인과 일반 소매업 - 일정 수준의 제한을 두지만 - 양쪽에서 모두 취급할 수 있도록 하고 있지만 그렇다고 언제든지 방문한다고 구

매하리라는 보장은 없다.



▲ 온주에서 유일한 온라인 판매 채널이자 도매기능을 겸하고 있는 관영 OCS의 웹사이트 초기화면. 차세대 마리화나 제품인 CBD식품 광고가 눈길을 끈다.

온타리오는 마리화나 판매가 민관(民官) 2원화 구조다. AGCO가 관장하며 허가해주는 마리화나 전문 취급 민영 소매업소가 있고 주정부에서 직영하는 OCS(Ontario Cannabis Store)가 있다. 지금 언급하고 있는 것은 의료용이 아니라 기분전환용(recreational) 마리화나를 의미한다. 그리고 온라인 구매는 OCS에서만 가능하다. OCS는 일반 민영 소매업소에 물량을 공급하는 도매업도 겸하고 있다. 그리고 정부가 허가해준 마리화나 전문 소매업소와 OCS에서 역시 CBD 식품을 비롯해 CBD함유 베이핑 제품도 함께 취급하고 있다.

CBD가 함유된 각종 식품류를 일컬어 'cannabis 2.0 products'라는 신조어까지 생겼다. 언론에서도 저 표현을 쓰는데 CBD가 오일이나 젤캡 형태로 된 것에서 발전해 앞서 말한 여러가지 식품형태로 나온 것들을 통칭해서 부르는 용어로 자리잡고 있다. 올해 1월 6일 이들 차세대 CBD제품을 갖추고 처음 오픈한 한 민간 소매업소 주인의 말에 따르면 소문들을 듣고 몰려와서 CBD식품이 두시간만에 동이 났다고 한다. 인기가 얼마나 폭발적인지 기늠이 된다. 문제는 물량 공급이다. 앞으로 공급을 원활하게 하겠다는 것이 정부의 약속이기는 하지만 수요는 넘쳐나는데 물량은 제한적이라 업주들이 애를 태운다. OCS에 의하면 3월 쯤이면 형편이 좋아질 것이라고 한다.

딜로이트의 전망에 의하면 캐나다의 연간 CBD식품 시장 규모는 25억 달러에 이를 것으로 보고 있다. 시장 규모가 커지고 가격이 적정하게 되면 가장 우려되는 지하시장의 발호를 막을 수 있다는 큰 장점이 있다.

베이핑 제품에 이어 마리화나 성분으로 만든 CBD식품의 시장 전망이 밝은 것은 분명한 사실이다. 다만 편의점에 얼마나 혜택이 주어질지 불투명한 것이 문제다. 일단 전통적인 CBD제품인 오일이나 젤캡을 편의점에서는 판매할 수 없게 봉쇄하고 있다. 베이핑 제품도 처음에는 여유롭게 판매하다가 올해 1월 1일부터는 광고 판촉물, 예를 들어 포스터 부착도 금하고 있다. CBD제품, 특히 차세대 CBD제품인 CBD식품류를 편의점이 판매할 수만 있다면 지금까지 겪어온 편의점 경기 불황을 일거에 끝장낼 수 있지 않을까 싶다. ■





# 2020년 3월 4일(수)

토론토 Convenience U CARWACS Show에서 열리는  
OKBA 회원분들을 위한 무료 세미나



무료

## OLG와의 프리젠테이션 및 질의 응답 세션에 참여하십시오!

### 프로그램 일정

2020년 3월 4일(수)

오후 12:15 ~ 12:30  
OKBA 등록 및 배지 픽업

오후 12:30 ~ 오후 1:30  
OLG 프리젠테이션 및 한식 뷔페 식사 제공

오후 1:30 ~ 5:00  
트레이드쇼 관람

Prize Draw

### 1 Google Home

추첨하여 한 분께  
증정합니다.



## 신청 방법

온라인: [www.convenienceu.ca/OKBA](http://www.convenienceu.ca/OKBA)

**등록 마감일: 2020년 3월 2일**

본 이벤트는 19세 이상 회원님만 참여 가능합니다.

# 성과 컷던 2019 온주 訪韓 사절단

김어준의  
뉴스공장



## 조 장관 온주 홍보 위해 시청률 1위 라디오 방송 인터뷰

온타리오 정부가 작년 10월 13일부터 24일까지 한국과 일본에 무역사절단을 방문해 모국 정부와 기업체 사이의 상호 경제 발전을 위한 유익한 성과를 거두고 돌아왔습니다. 사절단에는 경제 유관 부처 장관들도 포함돼 있었는데 유일하게 모국 출신인 조성준 노인복지부 장관도 함께 했습니다.

귀국 후 조 장관 본인이 발표한 성과 보고가 있었으나 자료 전달 과정에서 착오가 있어 협회 회원들에게 늦게 공지된 점을 양해바랍니다. 아래는 한국 방문 기간 거둔 성과를 요약한 자료입니다.



- 온주정부와 한국수입협회(KOIMA) MOU체결

수입인협회는 한국 내 약 8천 여개 기업을 회원으로 두고 있음. 온주는 이번 협약을 계기로 한국으로의 수출향상을 기대함.

- 토론토 이노베이션 파트너스(TIAP, 전 MaRs)와 데일리(Dayli), 2천만 달러 규모 벤처 캐피털 파트너십 체결

온주정부는 TIAP와 데일리의 파트너십을 주선했음. 데일리와 TIAP는 온타리오주에 보건 관련 투자를 할 예정.

- 농림축산식품부, 한국 축산 유통업계와 연결

어니 하더맨 농림축산식품부 장관은 온타리오 소고기협회, 돼지고기 협회, 새우 양식협회, 곡물 협회와 함께 한국을 찾아 여러 유통사와의 만남을 갖고 온타리오 농축산물의 우수성을 알림.

- 한국 언론 소개.

사절단은 한국 일정 동안 연합뉴스, 한국일보, 교통방송, 재외동포신문, 더바이어 등과 인터뷰를 가짐. 특히 조성준 장관은 한국내 청취율 1위 라디오 방송인 뉴스공장에 출연, 온타리오를 홍보함.

〈 이하 조성준 장관의 언론 기고문 〉

## - 온타리오주를 세계로 -

조성준 노인 및 장애인 복지부 장관

왜 해외로 나가 온타리오산 제품 판매를 촉진하고 해외 시장에서 새로운 투자를 유치하는가? 온타리오 정부는 집권 첫날부터 일자리와 투자에 집중하고 있기 때문이다.

그렇기 때문에 이번 달 온타리오주는 세계 경제 대국인 한국과 일본으로 무역 사절단을 파견했다. 우리 정부는 글로벌 확장을 추진하거나 국제적으로 무역을 하길 원하는 기업들이 온타리오를 고려하길 바라고 있다.

우리 정부는 온타리오를 친 비즈니스적으로 만들고, 동시에 직업을 창출하기 위해 노력하고 있다. 정부는 일자리 창출이 쉽고 성공적일 수 있도록 기업들에 가해졌던 각종 규제를 줄이고 세금 감면 혜택을 제공했다. 이 결과, 2019년에만 온타리오주 기업들은 무려 50억 달러 이상을 절약할 수 있게 됐다.

이번 한국과 일본을 방문한 무역사절단이 온타리오를 무역과 투자의 최적지로 홍보하는데 도움이 될 것으로 기대하고 있다. 온타리오는 이미 한국과 약 72억 달러, 일본과는 약 135억 달러 규모의 상호 무역을 하고 있다. 하지만 앞으로 상호 이익이 될 만한 많은 기회가 더 있을 것으로 믿고 있다. 이는 우리의 경제를 단단히 하고 더 많은 직업 창출로 이어질 것이다. 이번 무역 사절단을 통해 우리 정부는 농축산

식품, 자동차, 항공우주 외에 최근 급성장 중인 사업 등에 초점을 두어야 한다는 것을 확인했다.

온타리오는 한국, 일본과 기존 파트너십을 계속 유지하고 발전하는 것이 중요하다. 현재 온주에는 약 30개 한국 기업이 진출해 있으며 일본 기업은 약 200여 개에 달한다. 이들 기업은 온타리오 주민들에게 수천 개의 직장을 제공하고 있다.

자동차 업계 예를 들면 한국의 현대자동차는 지난 36년 동안 온타리오에서 영업을 해왔으며, 일본의 혼다와 도요타도 30년 넘게 온타리오주에서 자동차를 생산하며 수천 개의 직장을 창출했고, 일본 공급 업체들을 온타리오로 끌어들이었다.

항공우주 분야에서도 미쓰비시 중공업 캐나다 우주항공은 온타리오주에서 큰 성공을 거뒀다. 2008년 미시사가에 자리 잡은 뒤 11년 동안 직원 규모가 160명에서 850명으로 성장했다.

한국과 일본의 엄청난 잠재력을 고려했을 때, 우리는 양국이 농축산물 수입처로 온타리오를 고려하길 원하고 있다. 온타리오는 세계에서 가장 안전하고 품질이 좋은 식품들을 생산한다. 우리는 온타리오산 소고기, 돼지고기, 곡물을 가능한 많은 시장에 소개하길 원하고 있다. 온주 정부는 한국과 일본에 많은 투자 기회가 있다는 것을 알고 있다. 정부는 한국-일본과 무역 관계가 더욱 돈독해지고 확대되길 기대한다. ■

### 온타리오 오리엔테이션

- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 강영옥 (문의: 416-340-1234)

#### 1. 노인연금

- 일시: 2월 4일 (화) 오전10시30분 - 오후12시
- 내용: 노인연금에 대한 모든 정보

#### 2. 정부 임대주택 & 실비복지 아파트

- 일시: 2월 11일 (화) 오전10시30분 - 오후12시
- 내용: 정부 임대주택 신청 절차 등에 대한 정보와 실비복지 아파트 정보

#### 3. 사회복지 혜택

저소득층과 시니어를 위한 다양한 정부지원 재정 프로그램 소개

- 일시: 2월 18일 (화) 오전10시30분 - 오후12시
- 내용: 저소득층과 시니어를 위한 다양한 정부지원 재정 프로그램 소개

### 시정부에서 일하기

- 일시: 2월 18일 (화) 오후6시 - 오후8시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 시정부 공무원 취업 사례  
2. 지원자격 및 조건  
3. 인터뷰 요령 및 취업 노하우

### 온타리오 요양원 입소하기

- 일시: 2월 28일 (금) 오전10시 - 오후12시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 아웃리치 워커 주명숙 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 요양원과 가정 내 보호서비스의 차이  
2. 온타리오 요양원에 대하여  
-입소 자격요건  
-입소 절차  
-비용  
3. 요양원에서의 생활

### 배우자 초청 안내

- 일시: 2월 11일 (화) / 오후6시 - 오후8시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
- 내용: 1. 스폰서십의 의미와 자격  
2. 배우자 초청 이민 절차  
3. 신청서와 구비서류

### 웰컴 투 캐나다

- 캐나다 시민권 시험 준비반

- 일시: 2월 13일, 20일 (목) / 총 2회기  
오후6시 - 오후8시
- 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

### 국세청 감사 사례 및 해외자산 보고

- 일시: 2월 26일 (수) 오전10시 - 오후12시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 이지연 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 해외자산 보고 의무 대상  
2. 보고해야 하는 자산의 내용  
3. 해외자산 보고와 소득신고  
4. 한국-캐나다 간의 조세협정  
5. CRA(캐나다 국세청)감사 및 과태료

2020년

2월 프로그램



- KCWA 노스욕센터  
: 5075 Yonge St., Suite 401, North York

- KCWA 배더스트-핀치  
: 540 Finch Ave., W. North York

### 혼자하는 영주권 카드 갱신

- 일시: 2월 27일 (목) 오후6시 - 오후8시
- 장소: KCWA 배더스트-핀치 사무실
- 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1234)
- 내용: 1. 영주권자의 거주 의무 규정  
2. 영주권 카드 신청 및 갱신 안내  
3. 준비서류와 진행 절차  
4. 신청서 작성 안내  
5. 사례 나누기 및 질의응답

- 커뮤니티 자원봉사  
-일시: 2월 8일, 22일 (토) 오전10시 - 오후2시  
-장소: Good Shepherd Ministries  
-문의: KCWA 캐나다한인여성회  
(416-340-1234 / 416-340-0838)

- KCWA 캐나다한인여성회 순회상담 서비스  
-일시: 2월 10일 (월) 오후1시30분 - 오후4시30분  
-장소: 토론토 총영사관 (555 Avenue Road, Toronto)  
-문의: KCWA 캐나다한인여성회  
(416-340-1234 / 416-340-1777)



## 2020 온주봉사상 후보명단 확정

### 상별분과위 심의 거쳐 정부 상신



2020년 온타리오 봉사상 신청자 서류 심사가 지난 1월 20일(월) 낮 12시부터 미시사가 소재 모 식당에서 있었다. 지난 정기 총회에서 새로 선출된 2년 임기 6인 이사들을 포함해 새로 구성된 이사회 산하 5개 분과위원회 중 소관위원 상별분과위원회가 이를 맡았다. 연

례적으로 1월 중에 개최해 심사하고 명단 확정을 하는데 올해도 전년과 마찬가지로 경합이 없었다. 정부에서 할당된 협회 몫은 6명이다.

어느해에는 한두 명이 초과돼 이사회에서 마련하고 정부가 정한 기준을 적용해서 순위밖 신청자가 탈락하는 난처한 상황이 벌어지기도 했지만 올해는 특별한 조정을 거치지 않고 자동으로 할당받은 최대 인원 안에서 신청자가 채워져 위원들의 부담을 덜게 했다. 올해 정부에 추천할 협회 봉사상 후보 명단은 다음과 같다.

목남균(뉴마켓), 신윤재(이토비코), 이동훈(휴로니아/자문위원), 이성호(듀람/자문위원), 이흥기(나이아가라), 정종택(노스옥)

이들 6명은 주정부 이민성에서 심의해 상반기 중에 승인 통보가 협회로 오며 수상식을 개최해 정부에서 각 개인에게 상을 전한다. 수상식 참석을 알리는 서신이 정부에서 개인에게 직접 통보되거나 협회를 통해 간접 통보된다. 참고로 새로 임기가 시작된 상별분과위원 5인의 명단은 다음과 같다. (가나다순) 김재숙, 김학용, 이경석, 이두승, 이성호. ■

## 특별사업분과위원회 개최

### 한인 봉사 단체 보조금 지원 신청 서류 심사

본부협회 이사회 산하 5개 분과위원회 중 특별사업 분과위원회가 개최됐다. 지난 1월 28일(화) 미시사가 소재 모 한식당에서 1시부터 회의가 있었다. 소속위원은 모두 5명이며 이날 3명의 위원이 참석했다. 신영하 이사장, 신재균 회장이 배석했고 조합 심기호 운영이사장도 자리를 같이 했다.

사실 분과위원회 역사에서 특별사업분과위는 처음 개최된다고 해도 과언이 아니다. 아주 오래전에 협회가 회원수도 많고 각종 사업이 넘쳐날 때는 13개 분과위가 활동했던 시절도 있었다. 하지만 적어도 2000년대 들어 많은 분과위들이 유명무실하고 일년 내내 소집한 번 없었던 것이 다반사였다. 특별사업 분과 위도 그런 분과위의 하나였다. 회원수 감소와 예산 축소에 따른 활동상이 축소되면서 벌어진 당연한 현상이다.

그러던 차에 활동이 전혀 없다고 여러차례 내부 감사의 지적도 받았던 특별사업분과위가 개최를 하게 돼 의미가 컸다. 개최 안건은 올해 예산까지 5만 달러를 계상하고 본격적으로 추진하는 한인 봉사단체 보조금 지원 사업에 관한 것이었다. 지난 연말부터 협회로부터 지원금을 수령하기를 원하는 한인 사회 단체들이 제출한 사업계획서와 예산 신청 서류가 12개 단체였고 이들의 서류를 특별사업분과위가 심의하고 지원 대상을 선별하는 작업을 하기 위한 모임이었다.

소속 위원들의 상견례 목적도 겸한 오찬과 함께 심사 작업은 진지하게 진행됐다. 총 12개 단체 중 이미 지난해 연말 20파운드 쌀 150포대 현물 지원을 받은 한인사회봉사회를 제외한 11개에서 6개 단체가 선정됐다. 다만 이들 선정된 곳도 조건부 선정이고 위원들이 보다 세밀

히 실사를 거쳐 공신력이 있다고 판단할 때 비로소 소정의 기준에 따른 지원금이 제공되는 것으로 의견을 모았다. 1차 관문을 통과한 단체는 조이모자선교회, 한가노인회, 씨미션(SEA Mission), 성인장애인공동체, 한카치매협회, 흥폭정신 건강협회이다.

제외된 곳들은 협회가 나서 굳이 지원하지 않아도 재정자립도가 열악하지 않은 단체, 지나치게 개인의 명망에만 의존한 단체, 역사가 일천해 사업실적이나 활동상이 객관적이고 명확하게 입증됐다고 보기 힘든 단체들이었다.

한편, 작년 말에 동포 일간지와 실험뉴스를 통해 지원자 신청 공고를 낸 이 사업에 대해 동포 단체들이 큰 관심을 가지고 문의가 많았으며 재정 어려움을 호소했었다. 공고에서 밝힌 조건은 비영리단체로 정부에 등록돼 있어야 하며, 동포 사회의 소외계층 지원이나 한국 문화 계승발전에 힘쓰는 기관으로서 재정 지원이 절박하게 필요한 곳으로 국한했다. 따라서 친목도모 차원에 머물거나 개인 영리 혹은 종교 활동이 주 목적인 단체나 기관은 철저히 배제하기로 했다. 그리고 이를 입증하는 서류나 참고 자료 등을 제출할 것을 요구했다.

위원회는 이번에 지원했던 12개 단체는 대체적으로 외형적 자료는 갖추고 있으나 내부적으로 들여다 볼 때 위의 조건들을 충실하게 갖춘 곳은 7개에 지나지 않다고 평가를 내렸다.

참고로 특별사업분과위원회 소속 위원은 다음과 같다.

(가나다순) 김대용, 류무열, 송명현, 오세정, 윤문성.

이날 회의의 시작과 함께 신영하 이사장의 사회로 위원장을 선출했는데 류무열 이사가 선임됐다. ■

# 英 대마업계, CBD붐 활활~

## 행여 꺼질세라, 대정부/언론 캠페인



북미주의 마리화나 성분을 응용한 CBD 제품 인기가 유럽이라고 다르지 않다. 대표적으로 영국의 현황을 살펴보면 폭발적 붐이 북미주를 능가하는 수준이다. 그러자 정부 차원에서 모종의 통제 조치가 나올 가능성에 대비해 영국마리화나상인협회(CTA; Cannabis Trades Association)가 대정부 및 대언론 홍보 로비전에 돌입했다.

미국 FDA에 해당하는 식품관리청(FSA)이 작년에 발표한 신종식품분류 규정(Novel Food classification)이 마리화나 제품들을 취급하는 소매업계에 제약을 가하지 않을까 불안감이 업계에 팽배해 있던 차였다.

영국 소비자들의 CBD에 대한 인기는 통계수치 하나만 보면 바로 알 수 있다. 약 6백여 만명이 CBD를 소비하고 있으며 상용 소비자는 2017년의 125,000여 명에서 2018년 250,000로 두 배나 증가했다고 한다. 수치는 아직 집계되지 않았으나 2019년도 붐을 이어갔을 것으로 본다. 영국은 원칙적으로 CBD가 합법화돼 있고 다만 마리화나 성분 함유량에 대한 제한을 두고 있을 뿐이다. 미국 시장에서 보던 응용 제품은 기본이고 심지어 애 완건을 위한 CBD 제품까지 등장했다.

FSA 정책국장 마이클 화이트씨는 "CBD가 인체에 해롭다는 과학적 증거가 뚜렷하게 나타나지 않는 한 CBD제품에 대한 유통금지를 내릴 계획이 현재로서는 전혀 없다."고 말했다. 다만 EU가 CBD 제품을 오일까

지 포함해 'novel'이라는 카테고리로 분류하면서 각 나라별로 임의적으로 통제 수위를 조절할 권한과 의무를 부과한 것을 놓고 영국 대마 업계가 긴장하는 것이다.

영국에서 현재 CBD 소비량이 금액으로 연간 3억 파운드(캐나다화 5.17억 달러)에 달하는 규모이며 FSA는 아직까지는 온건한 입장을 유지해 오고 있다. 이에 대해 CTA 회장 마이크 해링턴씨는 "정부나 유관 기관들과의 소통을 통해 얻어진 결론은 CBD제품이 우려할 어떤 징후도 보여주지 않고 있으며 이는 우리 CBD업계 전체의 신뢰의 원천"이라고 말했다.

회장은 "영국 전역에서 수백만 명의 소비자가 매일같이 CBD제품을 일상적으로 애용하고 있는데 만약 삶의 질을 높이는 데 도움이 되지 않는다면 이렇게 많은 사람들이 이용할 수 있겠는가"라고 반문하며 "업계는 제품의 안전성을 최고 기준으로 유지하는데 모든 노력을 다 하고 있다"고 역설했다.

회장은 한걸음 더 나아가 "정계와 관료들은 이 제품이 소비자 개인 그리고 나아가 영국 경제에서 가지는 역할과 중요성을 분명히 이해할 필요가 있다"고 말했다. 그는 "만약 정부가 CBD에 대해 불필요하고도 가혹한 정책을 구사한다면 이는 수백만 소비자에게 큰 타격을 안기는 조치이며 이런 상황을 맞지 않기 위해 협회 차원에서 조직적 로비 캠페인 전개에 착수했다."고 밝혔다. ■

## 제2차 정기이사회 / 워크샵 개최

협회 정관 제7장 제21조 이사회 제1항 및 이사회 내규 제4조 '회의' 제2항에 의거, 아래와 같이 2019/2020회계연도 제2차 정기 이사회를 소집하오니 참석하여 주시기 바랍니다. 아울러 금번 이사회는 협회와 조합 합동으로 기획한 '워크샵(workshop)'을 개최합니다.

<아래>

- **일시** : 2020년 2월 13일/14일(목, 금 \*호텔 1박)
  - 13일 오후 3시 : 협회 이사회
  - 14일 오전 9시 : 협회/조합 합동 워크샵
- **장소** : 영가든(Young Garden) 미팅룸  
6079 Stanley Ave, Niagara Falls  
(905) 357-9992
- **주요 내용** : 주요공급사 리베이트 관련  
한인단체 보조금 지원 현황  
Convenience U 참석률 제고 방안  
익일 개최하는 워크샵 토픽 논의

온타리오한인실업인협회 이사장 신영하  
온타리오한인실업인협회 회장 신재균

## 토론토 이스트 지구협회

### 정기 총회 / 정·부회장 선거

GTA 통합정관 제3장 9조에 의거, 토론토 이스트 지구협회 정기 총회를 아래와 같이 개최하오니 빠짐없이 참석하여 주시기 바랍니다. 아울러 같은 날 정·부회장 선거도 실시함을 알려드립니다.

<아래>

- **일시** : 2월 12일(수요일) 12시
- **장소** : JUUL 본사  
(317 Adelaide street West, Toronto)
- **주요 안건** : 회장 선거  
업무 보고  
예. 결산 보고, 감사 보고

\* 회장 선거 문의는 최범희 선거관리위원장에게, 그밖의 총회 관련 사항은 지구협회장에게 문의 바랍니다.  
(선관위원장 : 647-472-5565, 지구협회장 416-363-9404)

토론토 이스트 지구협회장 김종범

# 카페인 에너지 드링크 기세 여전

창의적 맛과 트렌드로 성장세 주도



캐나다 전체 음료 시장에서 에너지 드링크는 2~3%의 시장 점유에 불과하지만 성장세는 가히 천하무적이다. 오는 2022년이면 국내 연매출이 약 7억 8,000만 달러에 이를 것으로 전망된다. 신제품의 홍수 속에서 보다 빠르고 편하게 소비하고 싶은 갈증난 대중들의 욕구 충족에는 에너지 드링크를 따를 음료가 없다. 이런 소비 개념하에 출시되는 신제품이나 기존 제품의 새 버전들은 에너지 드링크의 꾸준한 성장을 견인하고 있다.

에너지 드링크 매출 증대와 관련한 몇가지 좋은 소식이 더 있다. 전 세계에서 소비되는 에너지 드링크의 59%는 편의점 채널을 통해 이루어진다. 연령대별로 18~24세의 젊은층이 가장 많이 소비해주는 에너지 드링크의 인기를 감안할 때 이 통계는 편의점이 매출 증대를 위한 더 많은 기회를 가질 수 있음을 시사한다.

더 고무적인 사실은 40대 이상의 중장년층 소비가 지난 10년 사이에 약 280% 늘었다는 점이다. 이 현상을 보면 소비층을 굳이 하이틴과 20~30대 젊은층으로 국한시키는 선입견을 가질 필요가 없다. 학생들에서 연령대 높은 파티족에 이르기까지 또 빠르게 일하는 교대 블루칼라 노동자와 사무실에서 정신적으로 피곤에 절은 사무 근로자 등 광범위한 인구 분포대를 가진 제품군이 에너지 드링크다. 과거 한국에서의 박카스를 생각하면 이해가 될 것이다. 공부하는 학생과 산업 현장에서의 근로자, 버스 기사, 사무실 직원 등을 막론하고 마셔대던 것이 박카스였다. 박카스 역시 일종의 에너지 드링크다.

전국음료업협회(Canadian Beverage Association) 짐 캐츠 회장은 “지난 18개월 가량을 돌아보면 카페인 함유 에너지 드링크로 분류할 수 있는 제품군이 정말 많이 출시됐다.”면서 “신제품의 다양성 측면에서만 보더라도 캐나다 에너지 음료 시장의 강한 힘이 느껴진다”고 말했다.

에너지 드링크의 독보적인 1세대 강자들 - 레드불, 몬스터, 록스타 등 -

이 분야를 철옹성처럼 지배하고 있지만 지역 기반 군소 회사들의 제품도 일정 틈새를 공략해 지분을 확보한 상태다



B.C를 기반으로 한 비버 버즈(Beaver Buzz)라는 브랜드가 있다. 사스카툰베리 맛을 가미한 전형적인 캐나다 풍의 음료로 평가되고 있다.



그런가 하면 퀘벡에는 구루(Guru)라는 브랜드가 있다. 건강 친화적 먹거리를 밝히는 소비자층에 어필하기 위해 천연식물 추출 성분을 이용한 유기농 제품의 하나로 알려져 있고 시장이 미국쪽을 아우르다보니 미국 에너지 드링크 시장을 용케도 파고 들었다. 보통 'Guru organic energy drink'라고 불리운다.

온타리오 해밀턴을 기반으로 하고 있는 '밤 에너지 드링크'(Bomb Energy Drink)라는 음료 또한 국제적 지명도를 얻었다. 미국과 도미니카 공화국 쪽에서는 감귤류를 가미해 특별한 주목을 끌고 있다고 한다.

기존의 아성을 굳히고 있는 1세대 맹주들도 이런 군소 업체들의 선전

을 좌시하고만 있을 수 없는 조바심을 드러내고 있다. 몬스터가 먼저 포문을 열었다. 망고 로코(Mango Loco)같은 새롭고 신선한 맛을 가미해 시장 영역을 확대하고 있는 중이다. 이들 음료는 아미노산, 전해질, 코큐텐(CoQ10)등의 성분을 담은 스포츠 음료 성격으로도 통한다. 몬스터는 이에 만족하지 않고 기세에 편승해 차(茶)시장에도 뛰어들었는데 이름하여 몬스터 드래곤 티(Monster Dragon Tea)이다. 종류는 3종으로 그린 티, 화이트 티(白茶), 그리고 예르바 마떼(yerba mate)가 있다.

그린 티는 익히 잘 알려져 있고 서양인들에게도 애용되고 있는 것이라 설명이 불필요하겠고 백차는 어떤 차일까? 향이 녹차나 흑차에 비해 강하지 않고 은은하며 한국인에게 그다지 알려져 있지 않다. 서양인들에게는 그러나 항산화에는 앞의 두 차에 비해 성능이 월등 높다고 홍보되고 있다.

그리고 거의 들어보지 못한 예르바라떼라는 차는 동양쪽에서는 모르는 것이 당연하다. 남미 특산차이며 북미주에서는 이미 10년 전부터 인기 붐을 이뤘다. 파라과이, 브라질, 아르헨티나 등 남미의 열대 우림에서 자라는 나무로 그 잎사귀와 줄기를 따서 말리고 가공해 차로 만든다. 관련 업체들에 따르면 커피, 차, 코코아, 과라나 등 기호 음료수 가운데 예르바 마떼가 가장 영양학적으로 균형잡혀있다고 선전하고 있다. 오바마 대통령이 즐겨 마시는 차라고 해서 유명세를 일으키기도 했다.

그런가 하면 또 다른 전통 에너지 드링크 회사 레드 불은 새로운 맛의 드링크를 출시하며 도전장을 내밀었는데 코코넛베리, 열대과일맛, 블루베리, 키위 맛 등을 가미한 신제품에 기대를 걸고 있다.

빅 브랜드들이 저마다 저칼로리, 무가당 버전 들을 끊임없이 쏟아내고 있는 웰빙 지향적 신제품들의 행렬은 앞으로도 계속될 것이다. 각종 이후의 신 버전들은 차치하고 지난 1987년 유럽의 오스트리아에서 처음으로 선보인 레드 불 클래식(Red Bull Classic)은 여전히 에너지 드링크 업계의 매출 1위를 달리고 있다. 미국 시장에서만 거의 30억 달러의 매출을 올렸다.

캐나다 연방 보건성이 카페인 성분의 에너지 드링크에 대한 관련 규정을 확정지음에 따라 에너지 드링크 업계 내부에서는 신생 후발 주자들이 규정을 준수하면서도 소비자의 입맛을 사로잡을 제품들로 경쟁을 격화시킬 것이라는 분석들을 이미 내놓고 있다.

10여 년 전 정부의 임시 가이드라인이 공표됐을 때 카페인의 최대치를 규정했었다. 소형 싱글 드링크 (250ml 이하)의 경우 최대치는 100 mg으로 한정했다. 이보다 큰 용량들은 180 mg이 최대치였다. 이후 새로운 규정이 올해 나올 전망이다. 책임있는 마케팅이 요구되고 있고 모든 국내 관련 업계들의 큰 관심사로 대두되고 있다. 정부의 입만 보고 있는 눈치다. 전국음료협회(CBA)회원사들은 정부의 호감을 사기 위한 포석이겠으나 현재의 규정을 준수하는 모습을 자발적으로 보여주기 위해 여념이 없다.

새로 나올 규정의 내용에 대해 설왕설래하고 있는 와중에 음료업 협회가 앞장서고 있는 움직임의 하나는 미성년자 대상으로 에너지 드링크 홍보나 선전을 자제하겠다는 것이다. 협회는 또, 카페인 성분에 대한 소비자 경각심 계도 캠페인을 연방 보건부와 협의하는 중이다.



▲ 미국에서 이미 시장을 구축한 대표적인 CBD함유 음료수들. 미국 시장에서 오는 2022년이면 CBD함유 드링크 시장 규모가 10억 달러에 이를 것으로 전망되고 있다.

요즘 핫하게 뜨는 식음료업계의 이슈가 CBD함유 식품이다. CBD는 이미 실험뉴스를 통해 몇차례 상세히 살핀 바와 같이 대마의 일종인 헵스에 들어 있는 성분 칸나비디올(Cannabidiol)의 약자로 향후 온갖 제품에 이 성분을 가미한 향수 사탕이 예견된다는 것이 업계의 전망이다. 여기에 바로 에너지 드링크도 한몫 할 것이라는 예상인 것이다.

기존 에너지 드링크에 CBD를 주입한 응용작이 쏟아져 나온다고 상상해보라. 법적 논쟁도 뜨거울 것이고 정부와 업계간의 힘겨루기 등 갖가지 모습이 연출될 것이다.

응용작은 끝도 없을 것 같다. 과도기적인 제품들도 러쉬를 이룰 것이다. 특히 피트니스에 초점을 맞춘 제품들, 에너지 티와 커피 종류가 더 많아 질 듯 하고 배합의 이런 저런 공식들이 헤아릴 수 없을 지경에 이를 것이다. 당장에 떠오르는 첨가물의 하나로 인삼이 생각난다. 강장제로 기능은 충분해보인다.



▲ 구아유사 잎사귀 추출 성분으로 만든 차. 에너지 드링크의 응용작 중 하나로 큰 인기를 모으는 중이다.

또 하나 더 들자면 구아유사(guayusa)가 있다. 아마존이 원산지인 자극성 허브의 일종이다. 구아유사라는 잎사귀에서 추출한 물질에 붙인 명칭이다. 흙냄새와 약간의 달달한 맛이 풍겨나오는 천연 강장원료인데 이 성분을 첨가한 다양한 에너지 드링크가 기대되고 있다. 현재까지는 차(茶) 제품이 대세다.

지금까지 전통 에너지 드링크 시장의 소강 상태와 더불어 발동이 걸린 웰빙 트렌드와 걸맞는 차세대 응용 에너지 드링크 제품들을 살펴왔다.

에너지 드링크 시장의 판도를 좌지우지할 견인차는 코카콜라라는 것이 한 전문가의 전망이다. 미국 시장에서 적어도 2020년 소매업계는 코카콜라 신종 에너지 드링크가 가장 많이 취급 소화될 것으로 예상하고 있다.

캐나다 편의점 시장 역시 올해 쏟아져 나올 신제품에 촉각을 곤두세우고 시장을 따라가는 정보력을 강화해야 할 것이다. ■

퀘벡 편의점  
'줄' 이야기



모두가  
모두를  
서로  
아는 곳

편의점 '줄'은 맥주 손님부터 간편 식사 대용품을 찾는 손님에 이르기까지 폭넓은 고객층을 확보하고 늘 손님을 반기는 공간으로 사랑받고 있다. 시내 한복판에 자리잡고 마치 마을회관같은 사회관계망 구실을 톡톡히 하고 있다.

이 업소를 경험한다면 주인 줄 포제(Jules Forget)씨의 음식에 관한, 더 나아가 편의점에 관한 철학이 어떤 것인지를 알 수 있게 된다. 퀘벡주로 렌시아 고원의 울창한 숲과 탁 트인 관광지로 명성을 얻고 있는 몽로리에(Mont-Laurier) 마을에 주인 이름을 딴 상호 '줄'이라는 편의점은 인구 14,000여명의 이 작은 타운의 명물이다. 몬트리얼에서 차로 가면 북서쪽으로 약 3시간 거리에 있다.

포제씨 자신이 평가하는 자기 업소 얘기를 먼저 들어보자. "다운타운 핵심 지역에 위치한 그야말로 만남의 장소로 이상적인 곳이다. 우리 가게에 들어오는 손님들은 서로가 서로를 거의 모두 잘 알고 있다. 업소에 들어서며 느끼는 활기는 늘 손님들을 반기고 친근감을 느끼게 한다." 주인말만 듣자면 분위기로 먹고 사는 가게 같다. 아마도 사람들의 체온이 느껴지는 가게인가보다. 인간미가 넘치는 가게, 주인과 손님만이 아니라 손님들끼리 살갑게 교류하는 가게인 것이다.

줄은 퀘벡의 명망있는 체인 편의점 보니수와 (Boni-Soir)와 제휴관계에 있으며 여느 편의점과 전혀 다를 바가 없다. 전통적인 편의점 핵심 상품인 담배와 복권을 취급하고 있고 다양한 식품과 맥주가 팔리고 있다.

보통사람들의 일상적 삶의 한 부분이 되고 싶다는 욕구가 주인 포제씨가 굴지의 맥주회사 라바트(Labatt) 지역담당 매니저라는 높은 자리를 그만둔 결정적 이유였다. 지난 1993년의 일이다.

"나는 곧 더 높은 자리로 진급을 눈 앞에 두고 있었다. 진급하면 몬트리얼로 이사를 가야 했다. 그런데 이전하기 싫었다. 여기가 좋았고 아내의 임신 중이었다. 그래서 진급이고 이사로 그만두고 여기서 사업 기회를 모색하기로 결심했다. "결단을 내리고 나니 때마침 나온 6,000평방피트 식품점이 눈길을 사로잡았다. 몽로리에를 관통하는 오타와강 지류인 리비에르드 리비에르를 끼고 법원과 보건소가 이웃하고 있었다. 둘다 사람들이 들락거리는 공공기관이다.

그런데 이 업소 주인이 포제씨의 고객이기도 했다. 그가 자신은 곧 은퇴를 할 것이라고 귀뚱했고 이 업소를 인수하기로 결심한 것이다. 안될 이유가 없었다. 사람들하고 함께 하는 사교적 성품인데다가 가게를 운영하면서도 나름 격조있는 삶을 살 수 있을 것이라고 생각했다. 하기 나름일 것이다.

가게 인수하고 초기 1년 동안 내부 외관 등등을 하나 하나 개보수하는데 총 1백만 달러를 투입했다. 무리해 보일 수도 있겠다. 냉장, 냉동 설비, 컴프레서, 에어컨, 계산대, 금전등록기와 그 주변기기 등 거의 모든 것을 손댔다. "짜 다 바꾸기로 결심했다. 손님 들어오는 입구까지... 하지만 손님을 끌어오기 위해서 해야 할 일이 무엇인가 라는 관점에서 집중 검토했다. 비즈니스를 제대로 하려면 들여야 하는 비용이라고 생각했다." 어지간히도 통큰 결정이라 하겠다.

막대한 비용을 들여 업소의 면모를 일신한 포제씨가 그다음에 한 일은 영업시간의 연장이었다. 새벽 6시 부터 밤 11시 30분까지 영업을 한다. 여기에 더해 그가 결심한 것은 제대로 된 맥주 소매업소가 돼 보자는 것이었다. 아마도 그의 라바트 맥주회사 경력의 동기가 된 것이 아니었나 싶



다.그 스스로 이를 뒷받침 해주고 있다. “나는 맥주사업이 뭔지 알고 있었기 때문에 인수한 가게에서 맥주 취급을 잘 할 수 있었다. 그래서 얼마 안가 이 지역에서 가장 바쁜 맥주 소매업소가 됐다.

또다른 큰 변화는 푸드서비스다. 즉석 간편 식사 대용 먹거리 장사는 포제씨 스스로가 개발해 도입 시행한 작품인데 이 또한 라바트에 근무하며 경험한 사례가 토대가 됐다. 본인이 간편 식사로 챙겨먹던 음식들을 제공한 업소들의 추억과 경험들이 아이디어 제공의 실마리를 제공했으며 전체 비즈니스의 판세를 좌우한 결정적 요소라고까지 의미를 부여하고 있다.



시작 초반에 인기를 모으게 해 준 몇가지 아이템에 더해 유명세를 날리게 해준 이 가게만의 노하우로 개발한 스파게티 소스는 대단한 입소문을 탔다. 샌드위치, 스프, 샐러드, 디저트, 한입 주전부리 등등 메뉴가 찬 것, 더운 것 합해서 대략 200가지가 된다.

뒷편 부엌에서는 매일 매일 신선한 재료를 사용한 신선한 즉석 음식들이 만들어지고 있다. 풀타임으로 모두 8명이 근무하며 새벽 5시 30분부터 오후 3시까지 일에 매달린다. 음식 주문과 제공을 위해 전용 두 개의 카운터가 마련돼 있다. 물론 전통적인 편의점 운영에 푸드서비스, 술장사까지 아우를 수 있는 것은 6,000평방피트라는 큼직한 공간때문에 가능하다. 우리네 영세 편의점 규모로는 흉내내기 어렵고 1백만 달러라는 거액을 투자하는 것은 더더욱 상상하기 힘들지만 발상의 전환에 주목하자는 것이다.



이 업소의 푸드서비스는 오직 테이크아웃만 한다. 간이 의자나 테이블 같은 것은 없다. 다만 배달 서비스는 해주고 있다. 점심 시간대가 가장 바

쁜데 타운 중심가에서 일하는 근로자들이 엄청나게 방문하기 때문이다. 포제씨는 자신의 가게가 하나의 활동 공간의 중심지가 됐다고 표현한다.

줄의 종업원은 모두 26명이다. 이 중 6명이 학생 알바이다. 비즈니스의 활기와 성공을 위해 주인은 종업원의 노력과 헌신에 대한 보상을 꼭 챙긴다. 하나의 팀워크를 강조하는 그는 종업원들 상호간의 팀워크가 매우 잘 맞는다고 평가하고 있다. 가족 보험에 곁들여 종업원까지 같은 보험회사의 보험을 들어줬다. “종업원들이 우리 가게에서 일하는 것에 매우 만족해하고 있다. 우리가 그들을 잘 대우해주기 때문이다.” 그의 종업원에 대한 평가는 이렇게 간단하게 요약되고 있는데 무슨 인사관리의 깊은 철학이 있는 것이 아니다. 사람을 사람답게 대우하는 그 이상도 이하도 아니다.

1년여 전에 포제씨는 자신의 비즈니스 지분의 50%를 에밀 로종(Emile Lauzon)이라는 젊은이에게 매각했다. 이 친구는 24살로 18살 때부터 줄에서 포제씨를 위해 일해온 이 고장 토박이 젊은이다. 맡은 일은 회계 담당이다. 에밀은 포제씨 가게를 또 다른 측면에서 확 뒤집은 것으로 화제다. 계산대와 담배 카운터 공간, 커피와 머핀 공간을 완전히 새로 구성하는 대대적 공사를 했다. 그리고 새로운 조명설비와 음식 보관을 위한 새 냉장 설비를 제안했다. 물론 주인이 개보수와 새 설비로의 교체에 과감하게 투자를 실천했으니 박자가 맞은 것이다.

에밀은 최근에도 몇가지 개보수 작업을 한 것에 대해 이렇게 말한다. “참으로 큰 투자다. 하지만 주인 줄씨가 늘 말하듯이 가게가 잘 돌아가기 위해 이윤을 많이 남기는 것보다 더 중요한 것이 있다. ‘재투자’(reinvest)하는 것이다. 고객에게 잘보이는 것보다 중요한 것이 뭐가 있겠는가...” 여운이 오래 남는 명언이 아닐 수 없다.

지금까지 퀘벡에서 줄 포제씨가 운영하고 있는 줄이라는 상호의 편의점을 살폈다. 간단히 재차 정리하면 1950년에 아주 작은 식품점으로 시작된 가게가 배짱 좋고 아이디어가 풍부한 주인을 만나 과감한 투자를 통해 환골탈태(換骨奪胎)하더니 규모가 매우 큰 편의점으로 자리를 잡았고 인구 14,000여 명의 작은 타운에서 명물이 된 것이다. 다양한 맥주를 구입할 수 있고 200가지가 넘는 간편 식사 대용품을 발견할 수 있는 전천후 편의점이다. 계절별 특수(特需)를 구가하는 상품 예를 들면 폭죽같은 것도 해마다 빠지지 않고 볼 수 있다. 판촉 또한 시대의 추세에 맞게 SNS를 통해 활발하다.

주인 줄씨가 강조하는 3가지 경영 원칙을 소개하며 글을 맺는다.

**첫째, 고객 만족도가 최우선이다.**

손님이 찾는 물건이 없다면 다음번에 오면 반드시 갖춰놓을 것이라고 확실하게 약속하라.

**둘째, 프로다운 면서도 공손해야 한다.**

고객에게 늘 ‘봉쥬르’(Bonjour)하고 인사로 맞이하고 떠날 때는 ‘아리봐’(Au revoir)라고 친절히 인사하며 보내라.

**셋째, 디테일에 강해야 한다.**

가게 안이든 밖이든 구석구석 빈틈없이 살피고 낮이나 밤이나 늘 손님 눈에 좋은 이미지가 전달될 수 있도록 세심하게 관찰해야 한다. ■



## 세븐일레븐의 1월 손님맞이 작전

한창 돈을 써대는 12월이 끝남과 동시에 북미주의 소매업계는 2개월 간의 긴 동면기에 들어간다. 소비자들의 주머니가 말라버린 탓에 업소들도 비즈니스가 가라앉기 때문이다. 편의점도 예외가 아니다. 인사말도 그래서 노골적이 된다. “장사 잘돼?” 라고 묻는 대신 “힘들지?” 라고 한다. 부진한 것을 서로가 잘 알기 때문이다.

해마다 반복되는 이런 고통의 와중에 세븐일레븐 캐나다가 머리를 짜냈다. 춥고 우울한 1월임에도 손님 트래픽을 끌어올릴 아이디어가 나온 것이다. 슬로건 한마디로 표현하자면 “세븐일레븐의 하와이 커피 먹고 하와이 가자!” 이런 정도가 되겠다. 추운 캐나다를 벗어나 연중 따뜻한 하와이로 가자는 마케팅은 정말 매력적으로 들리지 않을 수 없을 것이다.

이 특별한 상품은 특별하게 프린트된 코나(Kona)홍보 컵에 담기는 하와이 특산 코나 블렌드 커피다. 매번 스캔할 때마다 기존의 보상 프로그램인 7Rewards의 회원들에게 7종의 무료 하와이 여행 중 하나에 당첨될 기회를 제공하는 방식이다.

세븐일레븐은 차별화 전략을 위해 커피 원료로 하와이 특산인 코나라는 제품을 쓰고 있다. 하와이 군도 중에서 빅아일랜드(Big Island)의 마우나로아(Mauna Loa) 경사면에서 재배되는 커피나무에서 수확된 열매라고 한다. 이 커피를 마시는 고객에게 고객 충성도를 높이기 위해 7Rewards 프로그램 가입을 권유한다. 매년 겨울 비수기때가 오면 세븐일레븐 캐나다는 이 특별한 코나 블렌드 상품을 가지고 뭔가를 내 거는데 올해는 추운 캐나다 탈출이라는 컨셉으로 하와이 공짜 여행을 들고 나온 것이다.

세븐일레븐 캐나다의 부회장이자 전무이사인 노만 하위씨는 이번 프로그램을 발표하며 이렇게 홍보했다. “긴 겨울을 보내는 캐나다 고객들에게

잠시나마 따뜻한 하와이에 머물 수 있는 기회를 제공하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다.” 그러면서 7Rewards 가입 고객에게 제공한다는 사실을 특별히 강조했다. ■

웹주소 변경 [www.okbacanada.com](http://www.okbacanada.com)

실험뉴스 월간으로 발행



오랜 세월 격주간으로 발행해온 실험뉴스가 새해인 2020년부터 월간 주기로 발행됩니다. 협회 웹사이트 주소 또한 변경됐습니다. 과거 [www.okba.net](http://www.okba.net) 대신 [www.okbacanada.com](http://www.okbacanada.com) 으로 대체합니다. 외우기도 쉽습니다. 웹 주소 변경도 예산절감 차원입니다. 직원의 자체 역량으로 웹을 관리하기 위해 내린 조치입니다. ■

## ■ 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





2020

Sincere Trading of KBA  
West Mall Branch

# Special Sale

## FEBRUARY



Jones

Jones Soda 12/355ml Reg.\$14.55 **Spe.\$11.89**

**11.89**



Cott 2L

All Flavours Reg.\$1.19 **Spe.\$0.89**

**0.89**



Lassonde

Fruite 6/2L All Flavours  
Reg.\$12.89 **Spe.\$7.69**

**7.69**



**1.99**

**2.49**

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**

**3.99**



**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**

75, 150ct jars All Flavours Reg.\$14.29 **Spe.\$13.19**  
 1.2kg All Flavours Reg.\$7.29 **Spe.\$6.79**

**6<sup>79</sup>**



**Mondelez**

Maynards Singles 44-64g All Flavours Reg.\$16.99 **Spe.\$16.25**  
 Maynards 170-185g All Flavours Reg.\$1.99 **Spe.\$1.79**

**1<sup>79</sup>**  
**16<sup>25</sup>**



**Kellogg's**

Pringles 148g - 156g All Flavours Reg.\$2.39 **Spe.\$1.75**

**1<sup>75</sup>**



**Dare**

Real Fruit Gummies 180g All Flavours Reg.\$2.09 **Spe.\$1.95**  
 Traditional Candy Poptop 200g-250g All Kinds Reg.\$1.89 **Spe.\$1.79**

**1<sup>95</sup>**  
**1<sup>79</sup>**



**Kerr's**

Premium PEGTOP 150g-180g All Flavours Reg.\$1.79 **Spe.\$1.65**  
 Classic Tartan 175g-200g All Flavours Reg.\$1.49 **Spe.\$1.35**

**1<sup>65</sup>**  
**1<sup>35</sup>**



**Clif**

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

**12<sup>75</sup>**



**Wholesome Goodness**

Riceworks 155g All Flavours Reg.\$2.49 **Spe.\$2.09**

**2<sup>09</sup>**



**Regal Chocolate Eggs**

Lion King Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Unicorns Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Incredibles 2 Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Mickey Mouse 90th Anniv. Choc. Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Shimmer N Shine Choc. Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Paw Patrol Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Toy Story Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Frozen 2 Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Disney Cars Chocolate. Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Disney Minnie Mouse Choc. Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Emoji Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
NHL Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Avengers Chocolate Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>
Ultimate Spiderman Choc. Surprise Eggs (24)	\$26.99	<b>\$23.49</b>



**Brand Strategy**

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

**1<sup>89</sup>**



**Perfetti Van Melle**  
 Mentos 37.4g mint, Fruit, Rainbow, Grape only  
 Reg.\$13.59 **Spe.\$12.09**  
 Mentos Pure Fresh Gum 50p/100g All Flavours  
 Reg.\$16.39 **Spe.\$14.59**



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



**Mondelez**  
 Trident Slab Super Pak All flavours  
 Reg.\$14.29 **Spe.\$13.29**



**Wrigley**  
 5 Gum All flavours Reg.\$14.70 **Spe.\$13.49**  
 Excel Gum All flavours Reg.\$9.99 **Spe.\$8.99**



**Mars**  
 King Size Chocolate 24's All Kinds  
 Reg.\$35.49 **Spe.\$31.99**



**C.B Powell**  
 Sugar Twin Packets 50's Reg.\$1.55 **Spe.\$1.45**  
 Sugar Twin Packets 100's Reg.\$2.89 **Spe.\$2.79**



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



**Mr. Noodles**  
 Cups 12/64g All Flavours Reg.\$10.69 **Spe.\$9.69**  
 Flats 24/85g All Flavours Reg.\$7.55 **Spe.\$6.99**  
 Bowls 12/110g All Flavours Reg.\$15.69 **Spe.\$13.99**



**Clover Leaf**  
 Premium light Yellow tuna 142g All Kinds Reg.\$2.19 **Spe.\$1.69**  
 Skipjack Tuna 170g All Kinds Reg.\$1.99 **Spe.\$1.45**  
 Value Added Tuna 85g All Flavours Reg.\$1.65 **Spe.\$1.45**  
 Brunswick Seafood Snacks 92g - 100g All Flavours Reg.\$1.55 **Spe.\$1.25**  
 Brunswick Sardines 106g All Flavours Reg.\$1.35 **Spe.\$1.25**



**Campbell's**  
 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**  
 Goldfish Snacks 180g-227g All flavours Reg.\$2.69 **Spe.\$2.09**

19<sup>99</sup>



18<sup>99</sup>

**Cascades**

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

1<sup>95</sup>



**Johnson & Johnson**

Listerine Go Tabs 4ct Reg.\$9.15 **Spe.\$8.05**  
 Tylenol Extra Strength 500mg Vial EZ Tabs & Caplets Reg.\$2.25 **Spe.\$1.95**



**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 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>

1<sup>85</sup>



**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 Soft & Chewy 113g All Flavours Reg.\$1.75 **Spe.\$1.55**  
 Meow Mix 500g Reg.\$2.15 **Spe.\$1.85**  
 Meow Mix 1Kg Reg.\$6.19 **Spe.\$5.39**

15<sup>19</sup>



**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**



**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