



SBC뉴욕 지사장 김수영 소장과 함께 K-HIT 뉴저지 점 방문 한 KAGRO 임원진
(사진 왼쪽. 이승수 감사. 허성철 회장. SBC뉴욕 지사장 김수영 소장. 최완섭 이노텍 대표)



**COLD
AND
REFRESHING!**

REACH FOR THE FIRST BOTTLE THAT TELLS YOU
WHEN YOUR BEER IS COLD—THE COORS LIGHT® COLD ACTIVATED BOTTLE.
IT'S WHAT COLD BEER LOOKS LIKE.



THE WORLD'S MOST REFRESHING BEER 

Miller

NEW
BOTTLE
FRIDGE
PACK

PACK ON

THE PROFITS



Great Taste...
Less Filling.

USE SIDE
CARRY
HANDLE

Miller

Lite



12 12 FL. OZ. BOTTLES

Only 3.2g carbs and
98 calories. Choicest Hops
for Premium Taste.

12 12 FL. OZ. BOTTLES

목 차

Officers

President

Seong Chil Heo
New York

Vice-President

Young Pil Kim
Canada

Vice-President

Calvin Choi
Arizona

Vice-President

Jong Heo
Southern California

Vice-President

Jong Hwan Lee
Harrisburg, PA

Vice-President

Gwang Seo Lee
Maryland

Vice-President

Hwan Yun Eo
Washington D.C

Vice-President

Ik Ju Kim
Canada

Vice-President

Byeong Mok Gang
New York

Auditors

Seung soo Lee
Gwang Ik Lim

6. 회장 인사말

8. 이사장 인사말

11. 각 지역 협회소식

23. KAGRO 소식

33. 경제뉴스

37. 건강뉴스

38. 회장단 및 스폰서 소개

Board of Directors

Chairman

Jin Sup Hong
Washington D.C

Vice Chairman

Baek Gyu kim
Georgia

Vice Chairman

Hui Cheol Lim
Philadelphia

Vice Chairman

Se ki kim
Chicago

Vice Chairman

Hui Jun Kim
Central California

Vice Chairman

Hyeon Oh Lee
Washington

Advisors

Ki Ok Kim
Yang Il Kim
Ki Pung Jeon
David H Kim
Andrew Ku
Ju Han Kim
David kim
Yong Wong Han



July / August 2013

CONTENTS

Board Members

KAGRO International
Arizona
LA California
Central California
Northern California
Chicago
Colorado
Dallas
Delaware
Georgia
Harrisburg
Hawai
Maryland
New York
Oregon
Philadelphia
Tennessee
Virginia
Washington D.C
Washington
Calgary, Canada
Edmonton, Canada
Manitoba, Canada
Ontario, Canada
Quebec, Canada
Vancouver, Canada
U.K,B,A Canada

6. President's Message

8. Chairmans Message

11. Chapter News

23. KAGRO NEWS

33. Business News

37. Health News

38. Board Members & Sponsors

Editorial Staff

Publisher

Seong chil Heo

Editor

Justin Lee

Journal Advisor

Justin Lee

International KAGRO
is a member of the
FMI Association
Council and a
member of the NGA
Association Council.

회장 인사말

Greeting of President



허 성 칠 회장

존경하는 회원 여러분;

대지를 녹이는 불별 더위에 얼마나 수고가 많으십니까?

불별 더위에 산불과 토네이도 등 자연 재해가 끊이지 않고 한국은 장마에 따른 각종 사고가 이어지고 있다고 합니다.

더위와 불경기의 이중고 속에서 우리 회원 여러분들의 사업이 불같이 살아나기를 기원합니다.

이미 보도된 것처럼 우리 국제 한인 식품주류상 총연합회는 지난 달 전 미국의 18개 챕터를 잇는 네트워크 구축에 성공했습니다.

10여 년 전부터 네트워크의 중요성을 파악하고 추진해 온 총연 실무진이 지난 수 년 동안 노력한 결과 마침내 모든 챕터가 하나가 되는 연결고리를 마련한 것입니다.

이로써 우리는 지난 48차 총회에서 결정한 "선 네트워크 구축 후 공동구매"를 곧 실행에 옮길 수 있게 됐으며 대외적으로는 전 미국의 한인 식품업계를 하나로 연결한 가장 거대한 동포 경제 단체로서의 위상을 다시 한번 확인했으며 언제나 노력하고 대비하는 총연의 모습을 우리 스스로 확인할 수 있었습니다.

아울러 그 동안 본 총연이 꾸준히 실시해 온 한국과 재미 경제단체의 교류 및 협력을 더욱 효과적으로, 더욱 강력하게 실행에 옮길 수 있으며 즉각적인 결과를 20만 회원 및 가족 여러분들과 나눌 수 있게 돼 큰 기쁨을 감출 수 없었습니다.

본 국제 한인식품주류상 총연합회가 48차 총회의 결정에 따라 이미 공동 구매를 하나씩 추진하고 있으며 각 챕터 대표들을 대상으로 알콜 판매에 따른 실무 교육 시행을 앞두고 있어 관계 당국과 관련 업계의 관심을 끌고 있습니다.

전 미국의 식품업계가 총연을 중심으로 하나씩 난관을 극복하고 백지장을 맞드는 마음으로 힘과 지혜를 모아가는 오늘의 모습은 훗날 우리 후손들에게 커다란 교훈이 될 것입니다.

언제나 총연의 움직임을 주시하며 힘을 모아 주시는 각 챕터 관계자들과 20만 회원 여러분들께 다시 한 번 깊이 감사 드리며 더운 날씨에 건강에 주의하시고 가정과 사업에 항상 행운과 번성이 함께하기를 기원합니다.

2013년 7월

국제 한인 식품주류상 총연합회장 허성칠 배상

Dear fellow members:

We are now going through the real scorching weather of hot summer days. I hope that all of the KAGRO members and our sponsors would be staying cool and healthy. Some analysts think domestic market seems to be slowly improving in accordance with gearing-up housing industry, although economy still lacks momentum while uncertainties like slowing economic growth in China and struggling financial sectors in Europe prevent too much optimism.

It is reported that natural disasters such as tornados and forest fire on mountains are taking place here and there in the USA, while our mother country, Korea, is entering the rainy season.

I do hope that our members businesses would continue to grow regardless of those double troubles in economic recession and ongoing sizzling weather.

You may be aware that the KAGRO International has recently established a nationwide network connecting each of the 18 regional chapters to one another. I would like to give my personal thanks to Mr. Seung Soo Lee with the Pennsylvania Chapter, who understood the importance of communication among KAGRO chapters 10 years ago, and has been spending lots of his time and efforts on this job so that every regional chapter can share necessary information with others real time basis. This remarkable achievement in the network communication among the KAGRO members will surely help plan for Group Purchase, utilizing the volume powers coming from our united chapters, as all of us unanimously agreed to support the idea in the 48th Denver Conference in April 2013.

Actually, the Group Purchase will be materialized sooner or later, because we are closely negotiating with several Korean suppliers in collaboration with the trading consultant, Innoten USA LLC, as resolved and announced in the 48th Conference. Our goal is to solidify the relationship among regional chapters, and to share all benefits getting from Group Purchase with each of you.

In this regards, we will enjoy the privilege of being a member of the one and only Korean-American Business Group, working hard to rapidly respond to the future changes, which has linked the whole Korean-owned food industry in the USA to one entity. Further, this real time network system will allow active and efficient business discussions and message exchanges with Korean government agencies as well as with other business groups in the USA. Consequently, we will be able to report those outcomes immediately to over 200,000 family members of KAGRO International and vice versa.

Around the last week of August, we will be holding a presentation meeting for the members from some participant chapters for having rules and regulations updated in connection to liquor sales.

My fellow members, I am confident that any difficulties and problems shall be overcome one by one, when all members would join hands, take care of each other and volunteer to be united under the name of KAGRO International. Thank you.

PRESIDENT OF KAGRO INTERNATIONAL ASSOCIATION

SEONG CHEL HEO

이사장 인사말

Greeting of Chairmans



홍진섭 이사장

회원 여러분 안녕하십니까?

전국을 강타한 핫 웨이브가 사람도 경제도 힘들게 하고 있습니다.
지구촌 곳곳에서 일어나는 기상 이변이 어제 오늘 일은 아니지만 무엇보다
우리 회원 여러분들 가정과 사업에 직접적인 피해가 없기를 기원합니다.
올 들어 미국 경제가 회복세에 들어서고 있다는 소식이 이어지면서 최근에는
버냉키 연준 의장이 양적완화 정책에서 벗어날 것을 시사한 발언이 주목
되고 있습니다.

구체적인 시기를 언급하지 않았지만 벌써부터 실물경제에 미치는 영향이 적지 않습니다.
그리고 이제 곧 그 영향이 스몰 비즈니스에도 강하게 미칠 것으로 예상됩니다.
다행히 본 국제 한인식품주류상 총연합회에서 네트워크를 구축하고 공동구매를 실시한다는 구체적
인 목표를 설정해 지난 달 10년 숙원 사업이든 네트워크 구축을 완성했습니다.
실무진의 노고를 치하 하면서 모든 챗터가 네트워크를 적극 활용해 한 발 앞서는 경제 활동을 통해 지
역 경제를 살찌우기 바랍니다.

지난 10여 년 동안 미국 경제가 끝없는 추락을 거듭했지만 올 들어 각종 지표가 상승하고 정부 당국에
서도 공식적으로 경기 회복을 언급하고 있습니다.

아직 스몰 비즈니스가 그 혜택을 보기에 시간은 남았지만 총연을 중심으로 충분한 대비를 해야 합
니다.

총연에서 준비 중인 크고 작은 사업과 계획을 통해 우리는 발전할 수 있습니다.

총연의 안내에 각 챗터와 전국의 20만 회원들이 하나가 될 때 우리는 기대 이상의 결과를 기대할 수 있
습니다.

무더운 날씨에 회원 여러분의 사업이 더욱 번창하기를 기원합니다.

감사합니다.

2013년 7월

국제 한인식품 주류상 총연합회 이사장 홍진섭 배상

HOT NEW ITEMS FROM KOREA

Name	Matcha Latte	
Type of Product	Concentrated Tea Powder	
Weight(g)	130 (13g×10stick)	
Package Size (W x L x H)	90×55×160 (mm)	
Carton Size (W x L x H)	380×295×170 (mm)	
Packing Unit	20packets/carton	
Packaging Type	Stick (Sachet)	
Packaging Material	Polyethylene Film	
Shelf Life	2 years	
Storage	Room temperature storage	
Ingredients	Matcha 3.3%. Skimmed Milk Powder 13%	
Retail Price in Korea	US\$3.00	
Cooking Direction	Made from premium green tea latte, this is a superior product that provides a deep pronounced flavor with froth, similar to matcha latte served in specialty cafes.	
Features	Empty packet into a cup. Add about 100ml. of hot water. Stir well and enjoy. For iced latte, add cold water till contents dissolve. Add ice if desired.	
Importing Countries	Hong Kong, Malaysia, USA	

Company	DAMIAN
Year of Establishment	2000
Address	An-yang, Korea
Website	www.damiantea.co.kr
MOQ	5000 packets
LEAD TIME	2-4 weeks

Visit us at www.kagro.org

Our organization profile

Advertising opportunity for KAGRO Journal

Link for various KAGRO capture and Affiliate Organizations.

원고를 모집합니다.

회원 여러분들의 경험담이나 나누고자 하는 이야기 또는 여러분의 의견과 잡지에 대해 느끼신점 반영되었으면 하는 의견들 그리고 사업운영하며 협회에 건의사항 등 모든글들을 환영 합니다. 영어나 한글 편하신 언어로 사진, 연락처와 함께 email로 보내주시면 감사하겠습니다.

send your submission to : kagronational@gmail.com

361-3rd Ave, New York NY 10016



Advertising space available for KAGRO Journal

KAGRO Journal Ad ask Seong c. Heo [917-650-2125](tel:9176502125)

361-3rd Ave, New York NY 10016

e- mail : kagronational@gmail.com

CHAPTER NEWS

LA 한인 식품협회

❖ 업소 대상 크레딧카드 사기 또 기승



크레딧 카드를 사용한 결제에 익숙하지 않은 직원을 속여 고가의 물건을 결제하는 사기 방법이 다시 기승을 부리고 있어 한인 업주들의 주의가 요구된다.

30일 가주마켓과 카드 프로세싱 회사인 'CDS'에 따르면 지난 11일 오후 8시께 한 흑인 남성이 5,000달러 상당의 주류를 결제하기 위해 카드를 제시했으나 결제 승인이 나지 않았다. 이 손님은 이후 "카드 1회 사용 한도가 있어서 그렇다. 은행에 전화를 걸어 한도를 풀겠다"며 자신의 전화를 이용해 모처에 전화를 걸었고 "은행에서 승인이 났다"며 직원에게 일곱 자리의 승인번호와 함께 다시 카드를 제시했다.

카드를 다시 건네받은 직원은 손님이 제시한 번호와 함께 'Force' 라고 적힌 카드 결제 기기의 버튼을 눌러 거래내역을 출력했고 손님의 사인을 받은 뒤 판매를 완료했다. 가주마켓은 그러나 2주 뒤 카드 프로세싱 회사로부터 5,000달러가 정상적으로 결제되지 않았다는 통보가 왔다. 손님이 제시한 승인번호는 가짜 번호였고 카드결제 기계에서 출력된 것은 영수증이 아니라 카드결제 버튼을 누름에 따라 '강제로'(forced) 출력되는 거래내역에 불과했다. 이 종이에

'강제 출력됐다'는 내용의 '강제'라는 문구가 적혀 있었지만 글자 크기가 작아 직원이 이를 확인하지 못했던 것이다.

크리스 황 가주마켓 이사는 "손님이 전화를 건 후에 승인번호와 포스 버튼을 눌렀을 때 거래내역이 출력돼 물건을 내줬다"며 "우리 직원이 은행에 전화를 걸지 않고 손님으로 하여금 전화를 걸도록 한 게 실수였다. 카드 주인을 찾아 민사소송을 하는 방법을 알아보고 있다"고 말했다.

크리스 오 CDS 상무는 "전화로 결제승인을 받기 위해서는 승인번호와 함께 '포스' 버튼을 눌러야 한다는 점과 포스 버튼을 누르면 영수증이 아닌 '거래내역'이 출력된다는 사실을 이용한 전형적인 사기수법"이라며 "주로 초창기에 이뤄지던 크레딧카드 사기 수법인데 다시 보고되고 있어 업주들의 주의가 필요하다"고 말했다.

❖ 플라스틱백 금지 LA조례 최종통과

LA시에서 1회용 플라스틱 봉지 사용을 금지하는 조례안이 LA 시의회를 최종 통과해 내년 1월1일부터 시행에 들어간다. 시의회는 25일 1회용 플라스틱 봉지 사용 금지안을 본회의 최종 표결에 부쳐 찬성 9, 반대 1로 가결해 시장실로 송부했다. 이 조례안은 시장 서명을 거쳐 내년부터 시행에 들어가며, 이에 따라 LA시에서 연매출 200만달러 이상 또는 규모가 1만스퀘어피트 이상인 마켓이나 식료품점은 2014년 1월1일부터 플라스틱 봉지를 무료로 손님에게 제공할 수 없게 된다. 또 우유나 빵 등 식료품을 취급하는 소형 마켓 등 소매업소들도 내년 7월1일부터는 1회용 플라스틱 봉지 제공이 금지된다. 조례안 시행 후 플라스틱 봉지를 제공하다 적

발되는 업소에는 최고 500달러 벌금이 부과된다. 조례안 시행 이후 마켓이나 식료품점을 이용하는 소비자는 플라스틱 봉지 대신 재활용 종이백을 개당 10센트에 구입할 수 있다. LA 시의회는 이번 조례안 승인으로 플라스틱 봉지 수거에 쓰였던 연간 시정부 예산 약 200만달러를 절감할 것으로 기대하고 있다.



❖ 플라스틱백 LA서 사라진다

내년 1월1일부터는 LA시의 주요 대형마켓 등에서 1회용 플라스틱 봉지가 사라질 전망이다. 18일 LA 시의회는 플라스틱 봉지 사용을 금지하는 조례안 표결에 나서 찬성 11 대 반대 1표로 이를 1차 승인했다. LA 시의회는 다음 주 해당 조례안 최종 표결을 거쳐 LA 시장실로 송부할 예정이며 1회용 플라스틱 봉지 퇴출은 시장의 서명을 거쳐 확정된다.

플라스틱 봉지 사용금지 조례안에 따르면 2014년 1월1일부터 LA에서 연매출 200만달러인 이상 또는 규모가 1만스퀘어피트 이상인 마켓이나 식료품점은 플라스틱 봉지를 무료로 손님에게 제공할 수 없게 된다. 또 내년 7월1일부터는 소규모 소매업소들로도 확대 적용된다. 조례안 시행 후 플라스틱 봉지를 제공하다 적발되는 업소에는 최고 500달러 벌금이 부과된다. 조례안 시행 이후 마켓이나 식료품점을 이용하는 소비자는 플라스틱 봉지 대신 재활용 종이백을 개당 10센트에 구입할 수 있다. LA 시의회는 이번 조례안 승인으로 플라스틱 봉지 수거에 쓰였던 연간 시정부 예산 약 200만달러를 절감할 것으로 기대하고 있다.

조례안에 찬성한 시의원들은 이번 결정이 친환경 도시 구축을 역사적인 전환점이라고 의미를 부여했다. 에너지환경위원회 의장인 호세 후이자 시 의원은 “이번 결정은 우리 환경에 큰 변화를 줄 것”이라며 “LA시의 플라스틱 봉지 금지를 계기로 이같은 움직임이 주 전역으로 퍼지길 바란다”고 말했다. 그러나 플라스틱 봉지 제조 업계는 이번 결정으로 일자리가 줄어들고 대체재 생산 시스템이 또 다른 환경오염을 유발할 수 있다며 반발하고 있다. 한편 현재 남가주에서는 LA 카

운티, 글렌데일시, 웨스트할리웃, 롱비치 등이 이미 1회용 플라스틱 봉지 사용을 금지하거나 시행을 앞두고 있다. 글렌데일시는 지난 1월 1만스퀘어피트 이상 또는 연 매출 200만달러 이상인 식료품점은 6개월 안에, 소매업소는 1년 안에 플라스틱 봉지 사용을 금지한다는 조례안을 승인했다. 롱비치는 2010년, 샌타모니카, LA카운티 정부 비자치 지역은 2011년 이와 유사한 조례를 시행했다. 웨스트할리웃시는 지난 2월부터 플라스틱 봉지 사용을 금지하고 있다.

❖ 한인타운에선 청소년에 술 절대 안 팔아야죠

한인 단체와 업계, LA 경찰이 한인타운에서 청소년 유해환경을 척결하기 위해 힘을 합쳐 팔을 걷어붙이고 나섰다.

13일 한인타운 청소년회관(KYCC)은 미성년자들에 대한 리커 스토어들의 주류판매 행위가 여전히 근절되지 않고 있다며, 경찰과 한인 업계 등과 함께 한인타운에서 청소년 유해환경을 근절하기 위한 대대적인 캠페인에 돌입한다고 밝혔다. 이 캠페인에는 한인 업소를 포함 20여개의 한인타운 업소들과 LA 경찰, 캘리포니아 주류통제국(ABC)이 동참하고 있다. KYCC 이나정 매니저는 “21세 미만 청소년은 보다 안전한 환경 속에서 자랄 권리가 있고 어른들은 이를 보장해야 한다”면서 “한인타운 주류판매 업소들이 문제의 심각성을 공유하고 절대 이들에게 술을 판매해서는 안 될 것”이라고 말했다. KYCC 조사에 따르면, 한인타운, 피코-유니온, 웨스트레이크 지역 주민의 72%는 이들 지역에서 미성년 청소년들이 손쉽게 주류를 구입할 수 있어 우려하고 있는 것으로 나타났다.

KYCC는 오는 20일과 27일 이틀간 멘로 패밀리 아파트(1230 Menlo Ave. LA)에서 주류판매 교육을 실시하며 다음 달 17일에는 미성년자 보호대책 세미나를 연다.

❖ 미성년자 술판매 대대적 함정단속

한인 청소년들의 음주 및 흡연과 이에 따른 탈선문제가 심각한 것으로 나타나고 있는 가운데(본보 18일자 보도) 여름방학을 맞아 LA 한인타운을 비롯한 남가주 전역에서 미성년자 대상 불법 주류판매 함정단속이 강화돼 적발 사례가 잇따르고 있다. 여름방학이 시작된 6월 들어 캘리포니아 주류통제국(ABC)이 LA경찰국(LAPD)을 비롯한 각 지역 경찰과 공

조해 집중적인 미성년자 대상 주류판매 단속을 시작한 가운데 LA시 지역과 외곽 지역 등에서 주류 구입자의 신분확인을 거치지 않고 청소년들에게 술을 판매한 업소들이 적발됐다. 포모나 경찰국은 지난 14일부터 이 지역 리커스토어 등 주류판매 업소 7곳을 대상으로 미성년자를 동반한 함정수사를 펼쳐 신분확인 절차를 거치지 않고 술을 판매한 업소 2군데를 적발했다.

이와 함께 ABC는 LAPD 풍기단속반과 공동으로 한인타운을 포함 LA 통합교육구 소속 고등학교 인근의 편의점과 리커스토어, 식당 등 술을 판매하는 업소들을 대상으로 집중단속에 들어갔다. 함정단속은 관계기관이 미성년자를 고용, 리커스토어 등에 들어가 술을 구입하도록 한 뒤 업주나 종업원이 이들의 신분증을 확인하지 않고 주류를 판매하는 경우 현장에서 위반티켓을 발부하는 방식으로 이뤄지고 있다.

주 당국에 따르면 적발된 업소는 최초 적발 때 최소 250달러의 범칙금과 함께 24~32시간의 사회봉사 명령이 부과되며 경우에 따라 주류판매 허가가 취소될 수도 있다. 또 미성년자에게 술을 건네다가 적발될 경우 최소 1,000달러의 범칙금과 함께 24시간의 사회봉사 명령을 받게 된다.

경찰은 업소들이 신분증을 확인할 때 ▲정부기관으로부터의 발행 여부 ▲이름 ▲사진 ▲생년월일 ▲신분증의 유효기간을 명확히 확인해야 한다고 밝혔다.

뉴욕 한인 식품협회

❖ 한인 영세 소상공인 '노조' 준비

노조, 종업원 10명미만 업소 가입권유

청과·수산·뷰티서플라이 주 타깃

최근 뉴욕시내 한인 소규모 업소 종업원들을 대상으로 노동조합들의 가입활동 움직임이 급속히 확산되고 있어 관련 한인 업계에 비상이 걸렸다. 특히 이번 노조 활동은 저임금 노동력을 근간으로 운영되고 있는 종업원 10명 미만의 영세 업소들을 주요 타깃으로 하고 자칫 업소 존폐문제로까지 확대되지 않을까 바짝 긴장하는 모습이다.

23일 한인 업계에 따르면 지난 2~3개월 전부터 뉴욕시 노조들로부터 '종업원들이 노조가입을 희망하고 있어 적극

협조해 달라'는 내용의 공문을 전달받는 한인 업주들이 잇따르고 있다. 노조원들은 타깃 업소들을 정한 뒤 2~3개월씩 해당 종업원들과 은밀하게 접촉, 노조가입을 권유해 승낙을 받은 뒤 즉시 업주들에게 통보하고 있는 것으로 알려지고 있다. 주요 대상 업종은 청과상과 생선가게, 뷰티서플라이 등으로 주로 브루클린 플랫부시 등의 지역을 중심으로 활발히 이뤄지고 있는 것으로 알려졌다. 무엇보다 이번 노조활동의 가장 큰 특징은 수십 명의 종업원을 고용한 대형 사업체들을 대상으로 이뤄졌던 종전과 달리 종업원이 채 10명도 안 되는 영세업소들이 노리고 있다는 점이다. 업소가 노조에 가입될 경우 당장 임금인상, 퇴직금 지급, 직장보험가입 등을 보장해야 하는데다 매년 노조를 상대로 한 협상을 통해 추가비용이 발생하게 돼 업소 생존문제까지 직결될 수 있게 된다는 게 업계 관계자들의 설명이다.

연방노동청은 소규모 영세 사업체라 할지라도 ▲연매출이 50만달러가 넘거나 ▲타주 지역에서 공급된 제품을 조금이라도 취급하는 경우 해당 업소 종업원들의 노조 가입을 허용하고 있다. 이와관련 노조에 가입된 청과업소의 한 업주는 "노조가 한 번 직원들과 접촉하면 조합 가입이 좌절되더라도 이후 노동법으로 주인을 소송하는 등의 집단행동에 나서게 일반적"이라며 "신경 쓰고 미리 대비해야 할 일이 한 두 가지가 아니다"고 하소연했다. 정홍균 변호사는 본보와의 통화에서 "업주들은 혹시라도 발생할 수 있는 타격에 미리 대비하는 게 중요하다"면서 "고용주는 노조가 직원들과 접촉하기 전부터 미리 노조 가입과 관련한 진솔한 대화를 직원들과 나누는 게 필요하다"고 귀띔했다.

❖ 뉴욕시, 스포츠음료, 설탕함유 음료 규제 캠페인 한인식품협 "소상공인 간섭 지나쳐...관계자와 대책협의"

뉴욕시가 스포츠음료와 에너지드링크, 과일맛 음료 설탕 함유 음료에 대한 규제 캠페인을 진행, 논란이 일고 있다. 뉴욕시는 과일향 및 설탕 음료가 언뜻 건강에 유익한 인상을 주지만 비만과 당뇨



를 가져올 수 있다며 TV와 플래카드를 이용한 홍보를 3일부터 진행하고 있다. 이번 TV광고에는 설탕과 탄수화물 과다 섭취로 인한 당뇨로 발가락이 잘려나간 환자가 등장하고 심장마비, 시력 상실 등의 위험을 경고하는 선정적 내용이 담겨 있다. 뉴욕시 보건국 톰 팔리 커미셔너는 "비탄산 설탕 음료도 탄산음료만큼, 혹은 그 이상으로 설탕이나 칼로리가 들어 있을 수 있다"고 경고했다. 예를 들면 20온스 콜라가 240칼로리, 65그램의 설탕, 65그램의 탄수화물을 포함하고 있는 반면, 미닛메이드 레모네이드는 260칼로리, 67그램의 설탕과 70그램의 탄수화물을 함유하고 있다는 것.

팔리 커미셔너는 그럼에도 불구하고 제조업자들은 이들 비탄산 음료가 더 건강하다는 암시를 하고 있다고 말했다. 그는 "이들 드링크가 건강음료라고 할수 없음에도 불구하고 과일, 에너지 등의 단어를 쓰며 사람들을 호도하고 있다"며 "보건국이 나서 시민들에게 이를 경고하는 것은 적절하다"고 캠페인을 정당화 했다. 반면 업체들의 반발은 거세다. 짐 로저스 뉴욕주식품산업협회장은 "설탕과 지방 함유량 등 제품 라벨에 모두 표시돼 있는 사항"이라며 "시민들에게 함유 성분을 숨기기 위한 의도는 어디에도 없다"고 말했다.

뉴욕한인식품협회는 오늘(5일) 코카콜라 관계자들과 만나, 대책을 논의할 예정이다. 구군서 뉴욕한인식품협회 이사장은 "경제가 여전히 어려운 상황인데 뉴욕시의 소상공인에 대한 간섭이 너무 지나치다"며 "오늘 협회 관계자들과 코카콜라가 회의를 갖고 이를 논의할 것"이라고 말했다.

❖ 미국인 70% 설탕음료 규제 반대

미국인 10명 중 7명이 설탕음료 사이즈를 규제하는 것에 반대한다는 설문조사 결과가 26일 발표됐다. 갤럽이 지난 15~16일 미국인 1015명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 응답자의 69%가 레스토랑에서 16온스가 넘는 설탕음료 판매를 규제하는 것에 반대한다고 답했다. 이 규제에 찬성하는 응답자는 30%에 그쳤다. 이번 설문에서는 응답자의 소득과 인종, 정치적 성향과 관계없이 대부분이 규제에 반대하는 것으로 나타났다. 민주당 지지자의 62%, 공화당 지지자의 78%가 각각 이 규제를 반대한다고 응답했다. 또 가구당 연소득이 2만4000~5만9999달러인 응답자의 69%, 6만~8



만9999달러인 응답자의 82%가 반대표를 던졌다. 다만 연소득이 2만4000달러 미만인 응답자의 41%가 규제 시행에 찬성한다고 답해 다른 소득 집단에 비해 찬성 비율이

다소 높게 나타났다. 갤럽은 소비자들이 비만을 줄이기 정부 차원에서 노력을 기울이는 것은 중요하지만 설탕음료 판매 규제로 비만을 낮춘다는 것에는 회의적인 입장을 보이고 있다고 분석했다. 이와 관련해 뉴욕한인식품협회 이종식 회장은 "소비자 선택의 권리를 빼앗아 가는 규제 시행에 시민들이 반대표를 던지는 것은 당연한 결과"라고 말했다. 식품협회는 뉴욕 지역 경제단체와 함께 대용량 설탕음료 판매 규제를 추진했던 뉴욕시를 상대로 법원에 시행 중지 명령 청구 소송을 내 승소했다. 이에 뉴욕시는 법원의 판결에 불복해 뉴욕 주법원에 항소한 상태다.

❖ EBT 카드 오·남용 법안 가결

앞으로 뉴욕주에서 전자식 푸드스탬프로 알려진 (Electronic Benefit Transfer) 카드의 오·남용이 불가해될 전망이다. 뉴욕주 상원은 19일 저소득층을 대상으로 식품 구입비 등을 지원해 주는 충전식 EBT 카드로 식품 이외 담배나 주류, 복권 등을 구매하는 것과 도박에 사용하는 행위를 금지하는 내용을 주 내용으로 하는 법안(S 966)을 가결했다. EBT 카드는 데빗카드와 같이 사용할 수 있는데, 푸스스탬프 기능과 주정부의 현금보조(Cash Assistance) 기능이 함께 포함됐다. 문제는 구입 품목이 명확히 규정돼 있는 푸드스탬프와 다르게 현금보조는 푸드스탬프 구입 이외 품목인 비누나 치약, 학용품 등을 제한 없이 구매할 수 있다는 점. 이를 악용해 일부 수혜자들은 담배는 물론 맥주 등을 사거나 도박에 활용하고 심지어 스트립클럽에서 카드를 사용하기도 한다는 지적이 잇따랐다. 하지만 이러한 행위를 규제하는 법안이 없었던 것이 사실.

법안을 상정한 톰 리보스(공화·52선거구) 의원은 "EBT 카드는 형편이 어려운 가정에게 우선 도움을 주기 위해 마련

됐다"며 "납세자들의 소중한 예산을 사용하는데 상식적으로 납득할 수 없는 경우는 용납해서는 안된다"고 강조했다. 주 상원은 이미 지난해 같은 내용의 법안을 통과시켰지만 하원에서는 통과가 좌절됐다. 그러나 현재 상황은 조금 다르다. 연방정부는 각 주정부를 대상으로 2014년 2월까지 EBT 카드 사기 방지를 위한 제도를 마련하지 않으면 주정부의 현금 보조용 지원금을 끊겠다고 하고 있는 상황이다. 뉴욕의 경우 1억2000만 달러의 지원금이 끊길 수 있다. 현재 하원에서 이 법안에 대한 움직임은 알려지지 않고 있다. 뉴욕주정부는 매년 현금보조 예산으로만 27억 달러를 책정하고 있다.

❖ 미 외식시장 개척 홍보 적극

국제프랜차이즈 박람회 5개 한국업체 참가

한국 외식 프랜차이즈들이 20일 뉴욕 맨하탄의 제이콥 재비츠센터에서 개막한 '2013 국제 프랜차이즈 박람회'에 참가해 미국시장 공략에 나섰다. 22일까지 열리는 이번 박람회의 한국관에 참가한 외식 업체와 브랜드는 (주)제너시스BBQ의 BBQ를 비롯해 춘천닭갈비(영)의 춘천닭갈비, (주)대대애프씨의 꿀닭, (주)서래스터의 서래갈매기, 브이에스컴퍼니(주)의 뽕도량 등으로 한국농림축산식품부와 한국농수산물유통공사(aT)의 지원을 받았다.

이들 기업은 박람회에서 육류구이, 치킨, 도시락 등 다양한 메뉴로 미국 외식시장 개척에 필요한 홍보와 판촉 활동을 펼쳤다. BBQ를 제외한 4개 업체는 로열티를 받고 가게 운영권을 주는 마스터 프랜차이즈 형태로 미국에 진출한다는 계획이다. 한국 외식 업체의 해외 유명 프랜차이즈 박람회 참가를 지원하는 aT는 지난해 뉴욕 프랜차이즈박람회를 통해 소공동뚝배기가 현지의 제도적 어려움을 극복하고 플러싱에 1호점을 개설하는 등 한국 업체의 해외 박람회 참가 성과가 서서히 나타나고 있다고 밝혔다.

미주 법인이 설립돼있는 본촌치킨과 카페베네는 별도의 부스를 개설해 홍보활동을 펼쳤다. 오형완 뉴욕aT센터 지사장은 "현재까지 현지 한인 중심으로 한국 외식 기업의 프랜차이즈가 늘어나고 있지만 미국에서 한국 음식에 대한 반응이 좋기 때문에 시간이 지나면 프랜차이즈가 현지인들로도 확대될 것"이라고 기대했다.

❖ K-푸드 인기가 점점 더 뜨거워 지고 있다.

골목상권 한인 그로서리를 중심으로 한국 식품 판매량이 늘어나고 있는데다 품목도 다양해 지고 있다. 이처럼 K-푸드가 주목



을 받고 있는 가운데 한국 정부와 한인 그로서리가 협력체계를 강화하면서 미국내 한국식품 수입량은 더욱 늘어날 것으로 예상된다.

◆쌀과자 인기 쟁쟁=한국 김과 라면은 이제 미국 식품점 어딜 가도 쉽게 찾아볼 수 있는 품목이 됐다. 업계 측은 김과 라면에 이어 한국의 미국시장 수출 주력 상품으로 쌀과자를 꼽았다. 플러싱에 있는 식품점에 '한국 농식품 판매코너'를 별도로 운영하고 있는 이종식 뉴욕한인식품협회장은 "가장 큰 인기를 끌었던 품목은 한국의 쌀과자였다"며 "뽕튀기와 튀밥을 이용해 만든 쌀과자 스틱은 맛도 좋고 가격도 저렴해 가장 빨리 동이 났다"고 설명했다.

뉴욕한인식품협회는 지난 4월 한국농수산물유통공사(aT센터)와 손잡고 회원사 업소에 한국 농식품 판매코너를 별도로 설치키로 하고, 이 회장이 운영하는 '폴스마켓'에 시범적으로 운영했다. 이 코너에는 라면은 물론 각종 소스류와 스낵, 음료 등 약 20개 품목이 전시·판매됐다.

aT센터의 이인수 차장은 "쌀과자는 튀기지 않아 칼로리가 낮고, 설탕과 소금 함유량이 적어 웰빙트렌드와도 잘 맞는 스낵"이라며 "한국에서도 유기농 잡곡류를 이용하거나 고구마·녹차 맛 등을 첨가하는 등 업그레이드 시키고 있어 미국 시장에서 매출 성장 잠재력이 큰 품목으로 보고 있다"고 설명했다. 이밖에 알로에 음료도 한국의 수출 유망 품목으로 꼽혔다. 이 차장은 "10년 전 미국시장에 첫 선을 보인 알로에 음료는 히스패닉 마켓에서 크게 히트를 쳤다"며 "이제 그 트렌드가 백인시장으로 옮겨가는 추세"라고 설명했다.

◆식품점이 징검다리=전국의 수 만개 식품점들이 미국 시장에 K-푸드를 알리는 징검다리 역할을 하고 있다. aT센터의 이 차장은 "한국 먹거리는 그 동안 동양 그로서리와 수퍼마켓 중심으로 판매됐다"며 "뉴욕시 전 지역에서 타인종을 대

상으로 식품점을 운영하는 뉴욕한인식품협회의 회원사들과의 협력을 통해 K-푸드 홍보와 한국의 유망 수출품목을 찾고 있다"고 설명했다. 또 미국과 캐나다에 총 29개 챗터를 둔 국제한인식품주류상총연합회(KAGRO International)는 최근 aT센터를 통해 한국식품 공동구매 사업계획서를 제출했다. 허성철 KAGRO 총회장은 "최근 협회가 공동구매 네트워크 구축을 마쳤다"며 "총 3만5000개 가맹업체를 통해 한국 식품이 판매된다면 K-푸드 홍보 효과와 영향력은 더욱 커질 것"이라고 덧붙였다.

중가주 식품협회

❖ 중가주 한미식품상협회, 기금모금 골프대회



KAGRO가 주최한 장학생 및 지역사회돕기 기금 마련 골프대회에서 참가자들이 한자리에 모였다. 중가주 한미식품상협회(KAGRO, 회장 한찬우)가 몬트레이 지역 고교생들의 장학금 마련 및 지역사회돕기 기금 마련을 위한 골프대회를 개최했다. 지난 11일 오후 1시부터 살리나스 소재 살리나스 컨트리 클럽에서 열린 이날 대회에는 60여명의 회원 및 지역단체와 협력업체 관계자들이 참석했다.

한찬우 식품협회장은 "KAGRO 회원들은 자라나는 지역 청소년들이 꿈을 펼쳐나가는데 조금이나마 도움이 되고자 하는 마음으로 대회를 준비했다"면서 "이 행사를 통해서 기금 마련도 하지만, 회원간의 우호를 돈독히 하는 계기가 되었다"고 말했다. KAGRO는 이번 행사를 통해서 마련한 장학금을 연말 송년파티에서 장학생으로 선발된 지역 학생들에게 지급할 예정이다. 이 협회는 매년 장학생 15~20여명을 선발해 1인당 500달러의 장학금을 전달해오고 있다.

이날 대회 입상자는 다음과 같다.

- ▲메달리스트: 윤정희, 김용호, 유희춘, 이광용
- ▲장타상: 마이클 정
- ▲근접상: 김상복(여), 존 탁(남)

볼티모어 식품협회

❖ 시 조닝법안 저지 활동 '성과'

볼티모어시의 조닝개정법안 저지를 위한 한인비상대책위원회의 활동이 성과를 내고 있다고 최광희 비대위원장이 26일 밝혔다. 최 위원장은 이날 저녁 볼티모어한인노인센터에서 가진 상인 전체회의에서 로비스트와 계약을 맺고 시의원들을 대상으로 로비활동을 벌인 결과 14명의 시의원 중 절반인 7명이 비대위의 입장에 동의하거나 지지를 나타냈다고 전했다. 볼티모어시의회는 14명의 지역구 의원과 시의장 등 15명으로 구성된다.

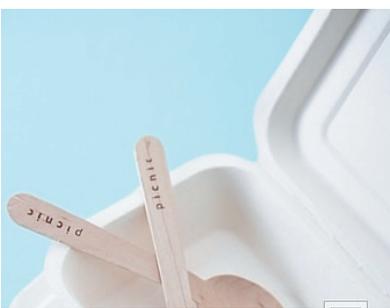
최 위원장은 지금까지 로비스트 고용이 효과가 있었다는 것이 입증됐고, 조닝법 개정 문제는 비용에 관계 없이 반드시 상인들이 이겨야 하므로 로비스트와의 재계약이 필요하다고 강조했다. 최 위원장은 로비스트와의 기존 계약 기간이 만료됐으며, 로비스트가 한 달 4,000달러의 1년 계약을 제안했다고 밝혔다.

최 위원장은 조닝개정과 관련 올해 말까지 사안별 공청회가 계속 이어지며, 이중 주류업소 관련 사항은 오는 9월 열릴 것으로 보인다고 말했다. 이에 따라 개정법안은 내년 초 심의 후 2~3월경 표결에 들어갈 것으로 예상된다. 최 위원장의 재정보고에 따르면 지금까지 모금된 기금은 총 7만9,700달러. 이중 7만3,699.92달러를 지출, 6,000.08달러의 잔액이 남아있다. 참석자들은 향후 활동을 계속하기 위해 2차 기금 모금을 시작하기로 했다. 최 위원장은 변호사비 4만 8,000달러를 포함 정치헌금 등을 위해 8~10만달러가 더 요구된다고 하며, 2차 모금에 참여해줄 것을 호소했다.

최 위원장은 주6일 업소 중 40여곳, 주7일 업소 중 25곳 가량이 참여하지 않고 있다며, 협조를 촉구했다. 최 위원장은 "일부 의원들이 선별 구제 의향을 내비치고 있어, 참여하지 않는 업소에 대해서는 보호가 힘들 수 있다"며 "함께 힘을

모아 달라"고 말했다. 최 위원장은 "해당업소 당 1,000달러의 모금을 6월 10일까지 벌인다"며, "KAGRO 사무실로 수표 수취인을 비대위(KACFZ)로 해 보내줄 것"을 당부했다. 회의에 앞서 장두석 메릴랜드한인회장과 비대위에 합류한 미셀 하 식품주류협회장이 "1년에 걸친 상인들의 노력이 좋은 결실을 맺기 바란다"고 격려했다.

❖ 스티로폼 용기 사용 금지안 표결 연기



볼티모어시의회는 상인들의 반발을 받고 있는 스티로폼 용기 사용 금지안의 표결을 연기했다. 환경 보호를 위해 캐리아웃이나 델리 등 주로 요식업계에서 많

이 사용하는 스티로폼 용기를 제한하려는 이 법안은 17일 본 의회에서 표결에 부칠 예정이었으나 일부 의원들이 지지를 철회하면서 미뤄졌다. 이 법안을 상정한 제임스 크래프트 의원은 "(표결이 보류됐지만) 여전히 볼티모어가 동부지역 대도시 중 처음으로 스티로폼 용기 사용을 금지하는 곳이 되기를 희망한다"고 밝혔다. 캔턴과 리틀 이태리, 펄스 포인트를 지역구로 하는 크래프트는 "일부 의원들이 정부가 규제하기보다 개인의 쓰레기 투기 습관을 바꾸는 쪽으로 문화, 교육적 정책이 필요하다는 의견을 나타냈다"며 "하지만 나는 이 법안이 통과되기를 원한다"고 거듭 강조했다.

일회용 컵과 접시 및 컨테이너 등 스티로폼 제품으로 인한 쓰레기 공해를 줄이기 위해 제안된 이 법안은 "어떤 식품 서비스 업체도 음식이나 음료를 고객들에게 외부로 가져나갈 수 있게 하기 위해 폴리스티렌으로 만든 일회용 음식 용기를 사용할 수 없도록" 규정하고 있다. 위반업소에는 최고 1,000달러의 벌금이 부과된다.

필라델피아 식품협회

❖ "푸드 스탬프로 소다 구입 중지 시켜라" 시장 17명 집단 청원, 필라 한인 식품인협회 미국

음료협회 "소상인 죽이는 악법" 강력 반발

마이클 너터 필라델피아 시장을 비롯한 17개 도시 시장들이 연명해서 푸드 스탬프로 소다를 비롯한 과당 음료 구입을 금지토록 해달라는 청원을 해 결과가 주목되고 있다. 필라델피아 시장



을 비롯한 17개 도시 지도자들은 최근 의회에 보낸 서한을 통해 푸드 스탬프로 구입할 수 있는 상품에 대한 평가와 한계를 새로 가능해야 할 때가 됐다고 지적하고 그 중에서도 비만의 원인인 소다를 비롯한 설탕을 이용한 음료의 구입을 중지토록 해야 한다고 주장했다.

마이클 너터 시장은 이미 두 번이나 설탕을 사용하는 음료에 대한 과세 정책을 추진했으나 번번이 실패했으며 뉴욕의 블룸버그 시장은 소다를 대용량 용기로 판매하는 것과 푸드 스탬프로 소다를 구입하는 것을 금지하는 방안을 추진하는 등 최근 시민들의 건강을 고려한 소다 억제 정책이 주요 대도시에서 계속 강화되고 있다.

질병 통제 센터 통계에 따르면 필라시 주민 가운데 성인의 68%가 비만이며 6세부터 17세 사이의 청소년 가운데 41%가 비만인 것으로 나타났다.

이 같은 소식이 알려지자 음료협회는 소다가 비만의 원인으로 지목되는 것은 맞지 않다고 주장하면서 "푸드 스탬프로 의존해 사는 시민들에게서 소다를 금지한다고 미국인들이 더 건강해지거나 정부 지출이 감소하는 것은 아니다"고 반발했다.

이 같은 소식이 알려지자 필라델피아 한인 식품인 협회 등 관련 직능단체들은 강력히 반발하면서도 귀추에 주목하고 있다. 우완동 필라델피아 한인 식품인협회장은 "가뜩이나 경기가 어려운데 푸드 스탬프 사용을 더욱 규제하면 회원들의 타격이 클 것"이라며 "타 민족 식품협회 관계자와 코카콜라, 펄시콜라, 캐나다 드라이 등 제조업체 관계자들과 연석회의를 갖고 대책을 마련하겠다"고 밝혔다.

워싱턴 D/C 식품협회

❖ 워싱턴 DC 식품주류협, DC 공공사업국과 문제점 협의

워싱턴식품주류상협회 이요섭 회장을 비롯하여 피터 조, 존 오, 제임스 서 등 임원 들과 함께 공공 사업부 디렉터인? William Howland Jr.와 만나 다음과 같은 문제들을 협의하였다.

▶불법 투기 - 쓰레기통에 쓰레기를 버리는 것과 관련하여 업소에게 부담되는 다양한 방법에 대한 토의가 주된 내용이었습니다. 디렉터는 불법 투기가있을 때마다, 311로 전화하는 것에 대해 권장하였습니다. 311로 전화를 하면 감시관이 투기에 대해 검사를 하러 나갈 것입니다. 감시관은 이에 대해 어떠한 사람이 불법 투기를 하였는지에 대한 증거를 찾을 것입니다. 또 다른 동료들은 불법 쓰레기들을 처리할 것입니다. 311로 전화하는 것은 귀찮을 수 있겠지만, 그것은 다른 목적으로 사용될 수 있습니다. 이것은 DPW 레코드에 불법 투기를 포함한 모든 쓰레기 투기에 대한 기록 관리 및 감시관으로부터 받은 벌금에 대한 분쟁에 대한 것도 처리할 수 있습니다.

▶감시관 - 제임스 서는 감시관이 비즈니스 영역으로 들어가자 할 때 업소 주인에게 알려 줄 것을 제안하였습니다. 이럴 경우, 향 후 업소 주인이 부담해야 할 벌금을 줄일 수 있습니다. 디렉터 Howland 역시 이에 동의 하였고, 모든 감시관이 그들의 영역에서 일하고 있다는 것을 알아야 한다고 얘기했다. 바라건대, 우리는 부정적인 방법으로 미래에 경위를보고하지 않습니다.

▶고정 쓰레기통 - 이러한 쓰레기 통은 시에서 제공하는 것으로 매일 밤 정기적으로 비웁니다. 이러한 쓰레기 통을 업소 앞 쪽으로 배치하는 것에 대해 물었으나, 이러한 쓰레기 통은 일반적으로 코너에 배치한다고 했습니다. 이러한 쓰레기 통이 업소 앞에 설치 된다면, 고객이 땅에 쓰레기를 버리지 않고 쓰레기통에 버릴 수 있을 것이라고 제안했습니다.

▶벌금 - 다른 사람 컨테이너에 불법으로 버리는 것에 대한 벌금은 \$5,000에서 \$25,000까지 부과될 수 있습니다. 우리는 업소 주인이 쓰레기통 옆에 이러한 내용을 담은 간판

을 붙일 수 있는지를 물었고 그렇게 할 수 있다는 답을 들었습니다. 이러한 간판을 어떻게 배포할 지 모르겠지만, 아마도 업소 주인이 DPW에 전화를 해서 요청하면 간판을 제공해 줄 것으로 생각합니다. 정확히 필요한 것이 무엇인 지는 모르겠지만, 아마도 이에 대한 보상은 \$2500불 정도 될 것입니다.

▶재활용 - 피터 조는 가게 뒤쪽에 압축한 골판지를 가지고 있다는 이유로 벌금을 부과 받았습니다. 증거로 Costco는 가게 밖에 동일한 것을 배치하고 있는 것을 보여주었고 이에 대해 벌금을 부과해야 한다고 얘기했습니다.

따라서,업소 주인 여러분 들은 불법 투기에 대한 문제를 해결하기 위해서는 311에 전화를 하시는 것이 제일 좋습니다. 이것은 비즈니스 이익을 지켜줄 것 입니다.

❖ DC 푸드트럭 규제 확 풀렸다



워싱턴DC 시의회가 18일 푸드 트럭(사진)에 대한 규제 완화를 골자로 하는 비상 법안을 승인했다. 이번에 통과된 법안에 따르면 푸드 트럭은 앞으로 다운타운내 180개의 지정된 장소에서 영업할 수 있다. 특히 기존에는 영업할 수 있는 특별 지정 구역인 '모바일 로드웨이 벤딩 로케이션(MRVL)' 간 거리가 500피트 이내에서는 영업할 수 없도록 돼 있던 것을 200피트 이내로 줄여 더 많은 푸드 트럭이 들어설 수 있게 됐다.

또 인도에서 최소 10피트 이상 떨어진 곳에서만 영업할 수 있도록 돼 있던 것도 6피트로 축소돼 고객들이 보다 쉽게 접근할 수 있게 됐다.

푸드 트럭 협회의 한 관계자는 "이번 법안은 푸드 트럭과 워싱턴DC를 위해 매우 잘 된 일"이라며 환영 입장을 밝혔다. 푸드 트럭업계는 고객 확보 문제를 둘러싸고 레스토랑 업계와 불화를 빚어왔으며, 이 과정에서 DC 당국이 레스토랑 업계의 로비에 따라 지난해 푸드 트럭의 수를 대폭 축소하려는 규정을 내놓자 한때 생존권을 위협받는다며 강하게 반발하기도 했다.

빈센트 오렌지 시의원이 발의한 이번 법안은 그레이 DC 시장의 서명을 받으면 발효된다. 푸드 트럭의 구체적인 영업 장소와 업체 선정은 추후 공청회를 통해 확정된다. 푸드 트럭은 지정된 주차 장소에서 오전 10시 30분부터 오후 2시까지 영업할 수 있다.

❖ 최저임금 대폭 인상안 월마트 DC 진출 '주춤'

지난 주 워싱턴 DC 시의회에서 예비 승인된 최저임금 인상안에 한인 업체가 기대감을 보이고 있다. 시의회는 지난달 26일 월마트



나 홈디포 등 대형 업체들의 최저임금을 시급 12.50달러로 대폭 인상하는 조례안을 찬성 8대 반대 5로 1차 통과시켰다. 이는 기존 8.25달러에서 4.25달러나 높은 것으로 1일 8시간 근무시 직원 한 명당 34달러씩, 주 5일 근무하면 170달러씩을 더 지급해야 하는 것이다. 향후 수년간 6개 매장을 열며 DC 진출을 계획 중이던 월마트는 이에 주춤하는 분위기다. 워싱턴포스트는 월마트가 DC 진출 계획에 대해 구체적으로 언급하진 않았지만 “(최저임금 인상은) 부정적인 결과를 가져올 것”이라는 입장을 밝혔다고 보도했다.

업계 관계자들은 이번 시의회의 움직임이 사실상 월마트를 겨냥한 것이 아니냐는 분석을 내놓고 있다. 이에 그동안 월마트 진출 반대 시위를 여는 등 DC 시정부를 상대로 로비 활동을 벌여온 한인 업체는 희망적인 반응을 보이고 있다. 마트가 DC 진출 계획을 완전히 취소하진 않더라도 아직 공사를 시작하지 않은 3개 매장은 포기할 수도 있기 때문이다.

워싱턴 식품주류협회(KAGRO) 이요섭 회장은 “아직 협회 차원에서 논의를 하지 않아 다른 회원들의 입장은 알 수 없지만 일단 월마트 진출 자체가 DC 상권에 엄청난 타격을 주는 거라 매장이 3개로 줄어든다고 문제가 해결되는 것은 아니다”라며 “그러나 그 매장이 들어설 예정이었던 곳 주변의 업체들은 어느 정도 안도할 수 있는 기쁜 소식이며, 매우 고무적인 일이다”고 말했다.

이 회장은 또 “지금 가장 우려되는 건 월마트 같은 대형 업체들이 비어와 와인에 더해 리커(liquor)까지 판매하는 것”이라며 “앞으로 지속적으로 추이를 지켜봐야 할 것”이라고 덧붙였다. 저가의 대량 물품을 내세운 월마트는 현재 조지아 애비뉴와 사우스 다코다 애비뉴 등에 매장 건립공사를 진행 중이다.

월마트가 DC에 진출하면 한인 업체가 다수를 이루는 이 지역 소형 식품점들이 큰 타격을 입을 것으로 예상돼 왔다. 한편 DC 시의회는 월마트를 포함해 홈디포, 메이시스, 코스코 등 연간 예산액이 10억 달러 이상, 매장 규모가 7만 5000평방피트 이상인 대형 업체들은 현행 DC 최저임금인 시급 8.25달러보다 4.25달러 높은 12.50달러를 지급하도록 하는 조례안을 1차 통과시켰다. 최종 투표는 오는 10일 이뤄진다. 조례안이 통과되면 향후 DC에 진출하는 업체 뿐 아니라 이미 운영 중인 업체들도 4년 안에 시급을 인상해야 한다.

❖ “한인상인 애로사항 전달”

식품주류협, 28일 DC 공공사업국 방문

워싱턴식품주류상협회(KAGRO, 회장 이요섭)가 워싱턴DC 시정부에 한인 상인들의 애로 사항을 전달한다.

협회 관계자들은 DC아태주민국(국장 구수현)의 주선으로 28일 DC 공공사업국을 방문, 하울랜드 디렉터와 면담을 갖고 DC공무원들의 부당한 업소 단속에 대한 시정을 요구할 예정이다. 협회에 따르면 DC 공무원들은 그동안 업소의 쓰레기통 뚜껑이 닫혀 있지 않았다는 이유로 아무런 경고 없이 거액의 벌금을 부과하거나 들쭉날쭉 줄인다는 명목으로 업소가 문을 열기도 전에 청소가 미처 안 된 쓰레기통 주변의 사진을 찍어 벌금을 매기는 등 부당하게 업소들을 단속해 왔다.

캐그로 이요섭 회장은 “이번 DC 방문에서 한인 상인들의 불이익과 불만 사항들을 전달하고 대책들을 논의할 예정”이라며 “참석을 원하거나 불만 또는 억울한 경험을 사람이 있으면 협회로 연락을 바란다”고 말했다.

문의 (301)996-3146 이요섭 회장

장소 Reeves Center, 2000 14th Street, NW., 6th Fl., DPW Director's Conference Room, Washington, DC 20001

매릴랜드 식품협회

❖ MD 식품주류협 장학기금 마련 골프대회



매릴랜드 식품 주류협회가 마련한 장학기금 마련 골프대회 수상자들이 한자리에 모였다. 매릴랜드 한인식품주류협회(회장 미셸 하) 장학기금 마련 및 볼티모어 시 주류 상인들을 돕기 위한 골프대회가 2일 파사데나에 위치한 콤파스 포인트 골프코스에서 열렸다.

이날 골프대회는 워싱턴-볼티모어 일원 타 단체의 골프대회와는 달리 144명 정원을 훌쩍 넘어서 160여명이 참가, 골프장 측의 양해를 구해 C조까지 긴급 편성할 정도로 호응을 얻었다. 일반 참가뿐만 아니라 리치먼드, 해리스버그, 필라델피아, 뉴욕 등지의 KAGRO 임원들도 참가해 힘을 보탤다. 주류 인사들로는 볼티모어시 리커보드 엘리자베스 스미스 커미셔너가 참가 눈길을 끌었다.

이날 대회에서 일반부 남자 1위는 유복위, 장년부 차형만, 여자부 윤명자씨가 각각 1위를 차지했다.

내셔널 KAGRO 총회장인 허성철 회장(뉴욕)은 탄탄한 조직력과 왕성한 활동을 하고 있는 매릴랜드 KAGRO 임원 및 회원들께 감사의 인사를 전하며 “한인 상인들을 위해 적극 봉사하는 KAGRO가 될 수 있도록 노력하자”고 말했다.

김현주 대회장, 송기봉 준비위원장, 미셸 하 회장은 각각 인사말을 통해 어려운 시기임에도 차세대들의 장학기금 마련을 위한 의미 있는 행사에 큰 성원을 보여줘 감하다하고 덧붙였다.

한편 파3홀 콘테스트가 열린 각 홀에는 KAGRO 임원 가족들이 직접 만든 녹두빈대떡과 족발, 유기농으로 재배한 신선한 야채를 골퍼들에게 제공, 큰 호응을 얻었다.

▷남자 장타상: 이준호, 여자 장타상: 조은숙, 근접상: 박성훈, 파3 콘테스트: 김갑수 · 황용길

❖ 아기침대 범퍼 패드 판매금지

메릴랜드 주에서는 아기 침대 범퍼 패드 판매가 미 전국에서는 처음으로 6월 21일부터 전면 금지된다. 메릴랜드 주 보건국에 따르면 이번 조치는 18개월간의 전문가 및 일반인들의 의견을 수렴해 지난해 11월 채택됐다. 보건국 관계자들은 아기 침대 범퍼 패드가 아기들에게 어떤 혜택도 제공하지 않고 오히려 질식 등 잠정적으로 심각한 위험만 주고 있다고 경고했다. 보건국은 “이번 조치는 유아들이 안전한 수면을 취하도록 부모들을 교육시키기 위한 보건당국의 노력을 보여주는 것”이라고 밝혔다.

보건국 관계자들은 이번 조치를 통해 아기들이 유아용 침대에서 담요, 베개, 장난감, 범퍼 또는 동물 인형 없이 혼자 잘 잔다는 것을 알려주려고 한다.

메릴랜드주 보건국은 미 소아과 아카데미와 전국 질병통제 예방 센터, 연방 보건국(NIH) 등이 아기 침대 범퍼 패드 사용을 더이상 권장하지 않고 있다고 지적하고 있다. 보건국은 메릴랜드에서 아기침대를 다른 사람들에게 배송하거나 판매하는 사람들에게 경고장을 보내고 있다. 만약 다시 한 번 더 위반하면 최고 500달러의 벌금이 부과된다.

리치몬드 식품협회

❖ 김윤옥씨 리치몬드 한인식품협회 회장에 선출

김윤옥 씨가 리치몬드 한인식품협회 회장에 선출됐다. 식품협회는 최근 팔팔식당에서 총회를 열고 현 이사장인 김 전 회장을 만장일치로 회장에 선출했다.

회장 임기는 지난 6월 1일부터 2015년 5월 31일까지. 김 회장은 “공동구매 등 회원들의 권익에 도움이 되는 사업 등을 통해 협회를 활성화 시키겠다”고 말했다.

김 회장은 22대, 23대인 2007년부터 2011년까지 4년간 회장을 역임했다.

총회는 회장인사, 정귀현 재정부장의 경과보고, 장인수 감사의 감사보고, 회장 선출, 신임회장 소감 등의 순으로 진행됐다. 식품협회는 오는 14일(일) 오후 7시 영빈관에서 회장 이취임식 및 이사회를 갖는다. 식품협회는 매년 설 잔치 및 장학금 기증식을 통해 지역주민과 회원 자녀 학생들에게 장

학금을 전달하고 있다. 협회 측에 따르면 버지니아 리치몬드에는 현재 100여개의 한인 업소가 있다.

문의 (804)334-8748 김윤옥 회장

버지니아 식품협회

❖ 7월부터 바뀌는 VA 규정들 판매세 5%→6%

7월 1일부터 버지니아 주내 판매세가 오른다. 북버지니아 지역과 햄튼 로즈 지역 판매세는 현행 5%에서 6%로, 이외 지역은 5%에서



5.3%로 인상된다. 자동차 판매세는 7월 1일부터 현행 3%에서 4%로 인상된다. 그리고 2014년에는 4.1%, 2015년에는 4.2%, 2016년에는 4.3%로 인상된다. 그러나 2.5%의 음식세(food tax)는 바뀌지 않는다.

버지니아 주는 향후 5년간 새로운 도로와 다리 건설을 위해 약 60억 달러를 늘리기 위해 주판매세를 인상시키고 현행 갤런당 17.5센트이던 개솔린 세금은 아예 폐지시켰다. 판매세의 경우, 가구, 가전제품 등 모든 물품을 살 때 내야하는 것이기 때문에 소비자들의 부담은 커질 것으로 예상된다.

자동차 운전자들이 개스를 주유할 때 마다 내는 개스세는 아예 없애는 대신 주요소들에는 갤런당 3.5%의 도매세금을 부가시킨다. 전미자동차협회(AAA)에 따르면 버지니아 개솔린 가격이 지난 5월 발표된 교통 펀딩 패키지의 결과로 갤런당 6센트 가량 인하됨에 따라 운전자들이 지불하는 비용도 줄어들게 됐다.

한편 마크 김 버지니아 주하원의원은 29일(토) 오후 2-4시 애난데일 메시아장로교회에서 동포들을 대상으로 7월 1일부터 바뀌는 버지니아 법에 대해 소개한다.

❖ 유효기간 지난 의약품 무료 수거

이달 27일부터 6월 1일까지...약물중독·환경오염 방지 위해 VA 웨어팩스 카운티, 6개 경찰지서에서

집안 물품을 정리하다보면 어떻게 처리해야 할지 선뜻 생각이 나지 않는 것 중 하나가 유효기간이 지난 의약품들이다. 더 이상 쓸모가 없는 걸 그냥 방치해 두자니 그렇고 아무데나 버리자니 또 마음이 내키지 않는 이들 의약품들을 처리하는데 따른 고민을 덜어주기 위해 버지니아의 웨어팩스 카운티가 수거 서비스를 제공한다.

카운티는 오는 27일부터 6월 1일까지 의약품 정리 캠페인을 벌이기로 했다. 카운티는 이들 기간 경찰지서 6곳에서 유효기간이 지났거나 더 이상 필요로 하지 않는 의약품들을 수거할 방침이다. 카운티의 의약품 수거 캠페인(Operation Medicine Cabinet Cleanout)은 연례행사로 올해로 6년째를 맞는다. 버릴 의약품이 있으면 그냥 이들 경찰지서 중 한 곳을 방문해 갖다 놓기만 하면 된다. 카운티의 의약품 수거 서비스는 무료이며 비밀도 보장된다.

젊은 층의 약물 남용을 억제하기 위한 활동을 펴고 있는 웨어팩스 카운티의 한 기관(The Unified Prevention Coalition of Fairfax County)은 가정에서 쓰다 남은 의약품을 신속히 폐기 처리하는 일은 약물 남용과 우발적 중독을 막고 환경 보호에도 도움이 된다고 말했다.

이와 관련 최근 라디오 WTOP에 소개된 버지니아 폴스 처치에 거주하는 케이틀린 아코스타(24) 씨의 사례는 우발적 중독의 치명적인 한 예가 되고 있다.

아코스 씨는 12세 때 집안 의약품 서랍에 손을 댔다 인생 일대의 후회를 낳는 화를 입었다. 아코스 씨는 “당시 기분을 전환시킬 수 있는 뭔가를 찾고 있다가 우연히 부모의 의약품 서랍에서 퍼코셋(Percocet)을 발견해 복용했다”고 말했다. 퍼코셋은 진통제(acetaminophen, oxycodone) 성분의 의약품이다.

아코스 씨는 그때부터 약 8년 동안 옥시코틴과 신경 안정제인 제낙스를 비롯한 약물 및 알코올 중독 증세로 고통스런 생활을 경험했다.

아코스 씨는 “한 직장에서 꾸준히 일할 수 없었고 가족 관계가 나빠지고 친구도 사귀기 힘들었다”며 “항상 중독으로 인한 부작용이 우려돼 19, 20세 여성들이 즐기는 것들을 누릴 수도 없었다”고 말했다.

아코스 씨는 더 이상 필요로 하지 않는 의약품이 집에 있

으면 폐기 처분해 버릴 것을 조언했다. 한편 의약품을 쓰레기통이나 하수구에 폐기 처분하게 되면 환경 파괴의 원인이 될 수 있다.

오레곤 식품협회

❖ 코스트코 냉동베리로 인한 A형 간염환자 8개주서 87명



A형 간염의 원인인 냉동베리 믹스 제품이 콘트라코스타 카운티의 대형 할인 매장 코스트코에서 판매돼 논란이 일고 있는 가

운데 이에 따른 감염 환자가 8개주에서 87명에 이르는 것으로 나타났다. 12일 미 질병통제국(CDC)에 따르면 코스트코에서 판매된 체리, 블루베리, 라즈베리, 딸기 등을 섞은 해당 냉동베리 믹스제품으로 인한 감염 환자가 캘리포니아를 포함, 애리조나, 콜로라도, 하와이, 네바다, 뉴멕시코, 유타, 워싱턴주 등에서 확인됐다고 밝혔다.

오레건주 페어뷰의 타운샌드 농장(Townsend Farms)에서 유기농으로 재배돼 문체의 베리는 이 농장 상호와 해리스티터(Harris Teeter)라는 브랜드로 코스트코에서 판매됐다.

코스트코 식품안전부서의 그레그 윌슨 디렉터는 지난 2주 내 해당 믹스베리를 먹은 사람에 한해 코스트코에서 무료 백신 주사를 제공하고 있으며 만약 코스트코가 아닌 다른 곳에서 백신을 맞았을 경우 이를 환불해준다고 밝혔다.

윌슨 디렉터는 “코스트코 이용시 카드를 사용하기 때문에 냉동 믹스베리를 구입한 고객이 누군지 확인할 수 있다”며 “24만명이 문체의 믹스베리를 구입한 것으로 파악됐고 이들과 접촉하고 있다”고 덧붙였다.

이와 관련 타운샌드 농장에 대한 피해자들의 법적소송이 캘리포니아와 콜로라도, 하와이, 워싱턴주에 진행중에 있고 타주로도 곧 확산 될 것이라고 소송을 맡은 변호사측이 밝혔다.

시애틀 식품협회

❖ 민영화 후 주류가격 7% 올랐다

지난 2011년 주 민투표에서 확정돼 지난해 6월부터 하드리커 판매가 민영화된 뒤 술값이 평균 7% 정도 인상된 것으로 나타났다.



특히 하드리커를 독점 판매해왔던 주정부는 민영화 이후 거둬들이는 세금이 크게 늘어나 가장 많은 혜택을 본 것으로 분석됐다.

주정부 당국에 따르면 지난 3월 기준 주류의 평균가격은 24.28달러로 민영화 이전이었던 1년전 3월의 22.67달러에 비해 7%가 올랐다.

당국의 한 관계자는 “지난해 6월 민영화 시작 직후 주류가격이 20% 이상 치솟았으나 점차 내려가 안정을 찾은 상태”라고 풀이했다.

한인들의 기호품인 소주는 주정부 운영 리커스토어에서 병당 6.10달러였으나 지난해 6월부터 H마트, 부한마켓, 팔도식품, KS마트 등 대형 한인마켓도 판매하면서 최소 6.70달러까지 올라 10% 정도 인상된 것으로 나타났다.

이 소비자 가격에는 20.5%의 판매세와 리터당 3.7708달러인 리터세가 포함됐다. 주정부는 오는 6월말로 끝나는 2013년 회계연도의 하드리커 판매 세수가 4억2,500만 달러에 달할 것으로 추산하고 있다.

이는 지난 2011년 회계연도의 3억900만 달러에 비하면 무려 38%가 늘어난 것이다. 민영화 이후 하드리커 판매업소도 4배 정도 늘어났다.

주정부가 직영했던 리커스토어와 일부 계약업소 등 주 전역에 329개소뿐이었던 하드리커 취급업소는 현재 1,400여 업소로 늘어났다. 이처럼 하드리커 판매업소가 늘어나면서 하드리커 판매량도 이전에 비해 8% 정도 늘어난 것으로 분석됐다.

새롭게 완성된 북가주 식품협회 홈페이지

국제 한인식품주류상총연합회 네트워크 완성- "총연의 새 역사를 시작한다" 48차 총회 "선 네트워크 구축 후 공동구매" 결의 실행 가능

국제 한인식품주류상 총연합회가 지난 수 년 동안 추진해 온 전 챕터의 네트워크화 작업이 완성돼 총연 역사의 새로운 장을 열었다. 국제 한인식품주류상총연합회 인터넷국은 최근 중가주와 시카고 오레곤 등 11개 챕터의 홈페이지 작업을 모두 마쳐 캐나다 챕터를 제외한 미국내18개챕터가 홈페이지를 갖게 됐다.

이로써 국제 한인식품주류상총연합회가 지난 수년 동안 추진해온 네트워크 작업중 1차 계획은 마무리 됐으며 지난 48차 총회 때 결정한 "선 네트워크 구축 후 공동구매" 정책이 실행에 옮겨지게 됐으며 대외적으로는 전체 챕터를 네트워크로 연결한 최초의 전국 단위 동포 조직이 됐다.

허성철 국제 한인식품주류상총연합회장은 "총연의 오랜 숙원이었던 전체 챕터의 네트워크화 작업이 완성된 것은 20여년 총연 역사상 최대 업적"이라며 시대에 맞는 위상을 갖출 수 있도록 수고한 관계자들의 노고를 치하했다.

허성철 회장은 또 "네트워크화 작업이 완성됨으로써 총연은 진정으로 국제 무대에서 어느 기업 어느 단체에도 뒤지지 않는 위상을 갖고 대등한 위치에서 사업을 할 수 있게 됐다"고 강조하고 "네트워크가 완성된 만큼 각 챕터가 네트워크를 통한 상호 교류를 강화해 발전의 초석으로 삼기 바란다"고 당부했다.

지난 수 년 동안 네트워크 작업을 지휘하며 실무를 담당한 총연의 이승수 감사는 "홈페이지 필요성에 대한 각 챕터의 이해와 협조가 깊어 무사히 작업을 마칠 수 있었다"고 밝히고 "홈페이지는 만들기 보다 활용에 더 중점을 두어야 하는 만큼 각 챕터가 다양한 정보와 아이디어, 체험을 공유하고 교환하는 직접적인 도구로 사용해 주기 바란다"고 했다.

다음은 미주 지역 협회 홈페이지 주소는 아래와 같다.

1. 국제식품주류상총연합회: <http://www.kagro.org>
2. 중가주 식품협회: "<http://kagrocpa.korean.net>"
- 3.시카고 식품협회: "<http://kagroil.korean.net>"
- 4.콜로라도 식품협회: "<http://kagroco.korean.net>"
5. 델라웨어 식품협회: "<http://kagrode.korean.net>"
6. 조지아 식품협회: "<http://www.kagroga.com>"
7. 해리스버그 식품협회: "<http://www.kagrocpa.com>"
- 8.매릴랜드 식품협회: "<http://www.kagromd.com>"
- 9.뉴욕 식품협회: "<http://www.kagrony.org>"
10. 북가주 식품협회: "<http://kagronca.korean.net>"
- 11.오레곤 식품협회: "<http://kagroor.korean.net>"
12. 남가주 식품협회: "<http://kagrosca.korean.net>"
13. 버지니아 식품협회: "<http://www.kagrova.com>"
14. 필라델피아 식품협회: "<http://www.kagropa.com>"
15. 워싱턴DC 식품협회; "<http://www.kagrodc.com>"
- 16 워싱턴 식품협회: "<http://www.kagrowa.org>"
- 17.애리조나 식품협회: "<http://kagroaz.korean.net>"
18. 캐나다 밴쿠버 식품협회: "<http://www.kbcabc.com>"



총연 첫 공동 구매 사업 '파워 오브 3' 순조로운 출발

서부에서 시작하자 동부 6개 챗터 가세하고 중부도 곧 참여
소다 맥주 칩 구입한 소비자에게 \$5 프리페이드 쿠폰 보내



국제 한인 식품주류상 총연합회가 지난 48차 총회에서 결정한 공동 구매 프로그램 '파워 오브 3'가 서부 시애틀 챗터와 오레곤 챗터를 중심으로 시작돼 필라델피아와 버지니아, 뉴욕, 볼티모어, 조지아, 워싱턴 디시 등 동부 지역 6개 챗터가 가세하는 등 미주 한인 경제에 새로운 불꽃을 지피고 있어 결과가 주목되고 있다.

'파워 오브 3'는 맥주 회사인 앤하우저 부시와 포테이토 생산 업체인 프리토레이, 그리고 음료회사인 펄스 콜라가 합작해서 자사 상품을 구입하는 소비자들에게 5달러짜리 쿠폰을 보내는 프로그램이다. 현금화 할 수 없는 이 쿠폰을 통해 소비를 촉진하는 것으로 생산자와 소비자 그리고 일선 업소 모두에 유리한 프로그

램으로 얼마나 빨리 정착할 수 있는지 여부에 관심이 모아지고 있다. 총연은 6월24일부터 9월9일까지 한시적으로 실시하는 '파워 오브 3' 프로젝트가 한인 업소에만 시행되는 프로그램으로 한인 업소의 경쟁력을 강화하고 한인 업소에 소비자의 구매력을 높이기 위해 3사가 합심해서 개발한 프로그램"이라고 소개하고 "기존의 프로그램과 달리 쿠폰을 업소가 아닌 소비자가 직접 보내면 5달러 프리페이드 크레딧 카드를 보내 주는 참신한 방식"이라고 소개했다. '파워 오브 3' 프로그램이 소개된 후 워싱턴 시애틀 챗터와 오레곤 챗터는 6월24일부터 실시하고 있으며 동부 지역은 필라델피아와 버지니아, 뉴욕 등 6개 챗터가 전화 컨퍼런스를 통해서 참가를 결정했다. 또 애리조나와 중가주, 북가주, 시카고, 덴버, 댈라스 등 서부와 중서부 지역은 7월초 시행을 목표로 현재 앤하우저 부시사와 협의 중에 있어 다음 달에는 '파워 오브 3'가 전국적인 현상으로 부상할 것으로 예상된다. '파워 오브 3' 프로그램에 참여하는 업소들은 4피트 또는 6피트 이상의 공간을 제공해야 하며 소비자는 펄스콜라 상품 2개와 프리토레이 제품 1개, 앤하우저 부시 상품 1개를 구입해야 한다.

국제 한인 식품주류상 총연합회는 콜로라도 덴버에서 열린 지난 48차 총회에서 ▲총연 산하 29개 챗터를 인터넷으로 연결하는 네트워크 망 구축 ▲네트워크 망 구축 후 공동구매 추진 등 "선 네트워크 구축 후 공동구매"를 향후 사업 방향으로 정하고 꾸준히 추진해 왔다. 네트워크 망은 아직 홈 페이지가 없는 10개 챗터 가운데 6월20일 현재 6개 챗터 홈페이지 작업을 끝내 나머지 챗터들의 홈페이지 작업이 가속도를 내고 있다.

총연의 이승수 감사는 "홈페이지 작업이 마무리 단계에 들어갔기 때문에 지금부터 공동구매 작업이 가능하다"며 "일차로 지난 총회에서 합의한 맥주와 칩을 연계하는 '파워 오브 3' 프로그램을 시작했다"고 밝혔다. 총연 관계자들은 "대승적 차원의 공동구매는 보다 규모가 크고 단위가 큰 사업을 의미하지만 '파워 오브 3' 프로그램도 공동구매 범주에 들 뿐 아니라 작은 것부터 시작하는 시험적 의미가 있어 결과를 주목하고 있다"고 밝혔다. 또 총연 차원의 사업에 각 챗터들이 적극적으로 참여하는 것도 20년 총연 역사상 처음이며 특히 지역 챗터 회장들이 통신망을 통한 화상 회의 등 최신 비즈니스 트렌드에 따라 힘을 모으는 모습이 보기도 좋고 결과도 좋아 한인 경제의 밝은 미래를 보는 것 같다고 입을 모으고 있다.

허성철 국제 한인 식품주류상 총연합회 회장은 "이번 프로그램이 총연에서 오랜 기간 기획하고 추진하는 프로그램인 만큼 모든 챗터가 참여해 한인 식품인들의 저력을 보이기 바란다"며 "네트워크가 구축되고 공동구매가 순조로이 이루어지면 우리는 새로운 차원의 경제 발전을 논의할 수 있게 된다"고 강한 의욕을 보였다.



PEPSICO



Tropicana



KT&G



timeless TIME CIGARETTE



MADE IN KOREA

SURGEON GENERAL'S WARNING: Quitting Smoking Now Greatly Reduces Serious Risks to Your Health.

Global Trading Inc. **KT&G USA**
Address : 2605 North Van Buren, Enid, OK 73703 USA
Toll Free(Order) : 1-877-580-5506 / Fax : 1-580-237-0610

총연, 알코올 판매 관련 “Providers of the TIP Programs” 강좌 개설

국제 한인식품주류상 총연합회는 오는 8월26일과 27일 이틀 동안 각 챗터 관계자들을 대상으로 “Providers of the TIP Programs” 강좌를 실시한다.

주류 판매 업소 매니저 급 이상의 직원들이 필수적으로 받아야 하는 알코올 취급 관련 직무에 관한 것을 내용으로 하는 이 강좌는 Miller & Coors 사에서 강의를 맡는다.

이번 강좌는 지난 48차 총회 때 “미 전역에서 알코올 취급 및 판매에 대한 관리와 단속이 강화되면서 알코올 취급자에 대한 교육을 강화해야 한다”는 결정에 따라 실시되는 것으로 48차 총회때 수강을 신청한 중가주 챗터와 애리조나 챗터, 오레곤 챗터, 덴버 챗터, 뉴욕 챗터, 매릴랜드 챗터, 워싱턴 디씨 챗터와 버지니아 챗터 등이 강좌에 참가할 것으로 보인다.

이번 강좌 개설 소식이 알려지면서 각 챗터에서는 “이번 강좌를 놓친 챗터에게 다른 기회가 주어지는지” 여부를 묻는 질의를 총연에 보내고 있으며 일부 챗터에서는 “이런 프로그램을 전국의 한인들을 대상으로 실시할 수 있는 단체는 국제한인식품주류상 밖에 없다. 이런 프로그램을 상설 연중 프로그램으로 확대 실시해야 한다”는 제안이 이어지고 있다.

허성칠 국제 한인식품주류상 총연합회장은 “규칙은 미리 숙지해서 잘 지켜야 불이익을 당하지 않으며 모범적인 업소 운영으로 관계 당국은 물론 손님들과도 좋은 관계를 유지할 수 있다”며 “미 전역을 대상으로 같은 내용을 강의하는 것이기 때문에 각 챗터 대표들이 수강한 후 지역별로 일선 회원들에게 전달하면 좋은 결과를 거둘 수 있을 것”이라고 했다.

허성칠 회장은 또 “지역별 현안은 지역별 권역별로 해결하고 전국적인 현안은 총회나 임시대의원 회의 등을 통해 결정해 풀어 가고 있다”며 “총연과 챗터간 원활한 협조로 어려운 문제도 쉽게 풀어나가는 전통을 세워가고 있다”고 밝히고 “일선 회원들이 직면하는 각종 사항에 대해 전반적인 검토를 거쳐 연중 상설 프로그램 개설 등을 확정하겠다”고 덧붙였다.



There is nothing quite like it.

Change your diet without sacrificing taste!

made with
Glusar 7.0

TM

breadr.

Bread

Use a serving of **breadr.™**
whole wheat bread in
place of traditional bread
as a part of a healthy diet
to help maintain healthy
blood sugar levels.
A human clinical study
found the glycemic
index of **breadr.™** **whole**
wheat bread to be 39!!!

- ✓ All Natural
- ✓ Low Glycemic Index
- ✓ Low Carb
- ✓ Excellent Source of Whole Grain
- ✓ Good Source of Fiber
- ✓ Good Source of Protein

*...and do you know
what the best part is?*

breadr.™ whole wheat bread
tastes like traditional bread!



제12차 세계한상대회

THE 12th WORLD **KOREAN BUSINESS** CONVENTION

2013. 10. **29**(Tue) - **31**(Thu) | 광주 김대중컨벤션센터

창조경제를 이끄는 힘,
한상네트워크!

"Hansang Network, The Leading Creative
Economic Strength!"



한상대회 본부사무국 | 137-072 서울시 서초구 남부순환로 2558번지 외교센터 6층 재외동포재단 세계한상센터

World Korean Business Convention Secretariat

OVERSEAS KOREANS FOUNDATION WORLD HANSANG BUSINESS CENTER
6th floor, Diplomatic Center, 2558 Nambusunhwanno, Seocho gu, Seoul, Korea

Tel +82-2-3415-0158 E-mail hansang@okf.or.kr Fax +82-2-3415-0198

Website www.hansang.net / hansang.korean.net

www.hansang.net

**KAGRO 이제는 뭉쳐야한다는 제목으로 각국의 협동조합운영실태를 알아보는 지면을 마련해보았습니다. 이제 KAGRO도 공동구매를 준비하여야 됩니다.
2013 소상공인 “이제 협업이다”=캐나다 최대 등산장비협동조합 엠이시(MEC)
조금 덜 벌어도 최상제품 고집하다. 조합에 대한 믿음과 열정으로 정상 우뚝 선 'MEC'**

캐나다 서부 밴쿠버에 본사를 둔 엠이시(MEC, MOUNTAIN EQUIPMENT CO-OP)는 말그대로 등산용 레저용품만을 전문적으로 파는 협동조합기업이다. 1971년에 설립된 엠이시는 현재 캐나다 전체 인구의 10%가 넘는 370만 명의 조합원을 보유한 캐나다 최대 소비자협동조합으로 성장했다. 캐나다 전국에 걸쳐 지점이 15개나 된다. 협동조합이 활성화 되어 있는 동부 퀘벡 주의 몬트리올 지점은 우리나라의 웬만한 대형마트보다 큰 규모다. 2011년 총매출은 2억7000만 캐나다달러(한화 약 3100억 원)에 이른다. 엠이시는 단순히 매장만 운영하는 것이 아니다. '엠이시(MEC)'라는 자체 브랜드로 등산 의류, 장비 등 각종 용품도 직접 만든다.

엠이시는 조합원들에게 질 좋은 제품을 가장 싸게 공급하는 것을 조합의 모토로 삼고 있다. 실제 등산 관련 용품으로는 엠이시 판매가가 캐나다에서 가장 싸다고 한다. 협동조합이 운영하는 기업인 만큼 이윤보다는 협업에서 그 정체성을 찾기에 이는 당연하다 하겠다.

"차라리 우리가 협동조합으로 만들어 팔자"

엠이시는 태평양 쪽인 캐나다 서부 브리티시 콜롬비아 주의 밴쿠버에서 출발했다. 이곳은 록키산맥 줄기로 등산인구가 많은 곳이다. 캐나다 협동조합의 성지라 할 수 있는 동부의 퀘벡과는 다른 지역적 특성을 바탕으로 태동한 것이다.

엠이시가 태동하는 1970년대 초반 해도 캐나다에는 제대로 된 등산장비전문점이 없었다. 간단한 장비 하나를 사려고 해도 미국 시애틀의 아이아이(REI) 매장을 찾아 국경을 넘어야 했다.

문제는 캐나다로 돌아올 때였다. 새로 구입한 등산장비들에 대해 관세를 내야 하는데, 관스레 세금까지 물 이유는 없다고 생각한 캐나다인 등반인들은 한 가지 꾀를 냈다. 미국 쪽에서 며칠간 등산을 하면서 새 장비에 일부러 흠집을 내고는, 헌 장비라 우기며 국경을 넘은 것이다. 하지만 이런 관행이 만연되자 미국 경찰도 '탈세등반'을 제재하기 시작했다. 이런 와중에 1970년 여름 밴쿠버의 유비시(UBC) 대학 산악부의 짐 바이어스는 동료들

에게 "협동조합으로 우리가 등산장비를 팔아보자"고 제안한다. 짐 바이어스의 열정에 의기투합한 데이비드 윈게이트 등 대학 산악부 회원 6명은 마침내 1971년 8월, 1인당 출자금 5달러로 협동조합을 설립했다. 마진은 조금만 남겨 싸게 판매하고 민주적으로 운영한다는 원칙을 세웠다. 애당초 돈벌려고 시작한 일이 아니라, 협동으로 산악인들에게 편의를 제공하지는 목적이었기에 가능한 일이었다. 사실 미국 시애틀의 단골가게인 아이아이도 협동조합이었기에 이들에게 협동조합이 그렇게 낯선 것은 아니었다. 첫 사무실은 밴쿠버 유비시 대학의 학생회관 구석방을 하나를 임대해 마련했다. 초기 자금이 워낙 부족하다 보니 사업은 여의치 않았다. 처음 3년 동안은 자원봉사로 버텼다. 조합원들 간에 의견 차이로 다투는 일도 있었다. 정찰 가격보다 싸게 팔다보니, 일부 업체는 아예 물품 공급을 끊기도 했다. 하지만 함께 힘을 모으면 그 어떤 난관도 극복할 수 있다는 협동조합에 대한 믿음과 열정이 결국 이 모든 역경을 이겨냈다. 협동조합의 취지와 장점을 서서히 이해하게 된 사람들이 하나둘 조합원으로 동참했고, 덩달아 자금도 확충됐다.

조합원이 7백 명에 이른 1974년에는 제품 카타로그를 우편으로 발송할 만큼 사업이 신장됐고, 1976년에는 잉여금을 배당할 정도로 재무 안정화단계에 들어간다. 1977년에는 기존의 캐나다 산악협동조합 인수해 덩치를 불렸고, 1980년에 들어서는 조합원 수가 5만 명을 넘어섰다. 조합에 대한 신뢰와 충성이 지속적으로 쌓여 2009년에는 급기야 조합원 300만 명을 넘기게 된다. 엠이시는 이같은 성장세 중에서도 협동조합에 대한 원칙을 놓치지 않았다. 협동이라는 초심 말이다. 엠이시 현장의 한 대목이 이를 대변한다.

"우리는 조합원이 소유하는 기업이다. 사업을 지속할 수 있을 만큼의 최소한의 잉여금을 남길 뿐, 더 많은 잉여금을 얻으려 하지 않는다." "엠이시는 공동의 민주적 소유권을 갖는 협동조합 기업이 어떤 일을 할 수 있는지를 보여준다. 규모와 범위는 커졌지만, 우리는 여전히 1인1표의 지배구조를 유지한다. 엠이시에서는 어떤 조합원이라도 다른 조합원보다 더 많거나 더 작은 영

향력을 행사하지 않는다.” 엠이시의 잉여금 배당 정책을 보면 이같은 정신이 여실히 드러난다. 사실 출자에서부터 이같은 기조는 그대로 반영된다. 출자금은 모두 똑같이 5달러다. 조합원이 되는 그날부터 여섯 명의 창립 조합원과도 똑같은 권리를 보장받는다. 5달러 이상은 받지도 않고, 조합원이 아닌 사람에게 물품을 팔지도 않는다.

이같은 협동구조를 철저히 유지하기 위해 잉여금도 최소한으로 남기고, 따라서 조합원에게는 좋은 상품을 싸게 공급할 수 있게 되는 것이다. 이익보다는 협동이 우선되고 협동이라는 가치로 작동하는 이같은 선순환은 상승효과를 낳게 된다. 엠이시의 아웃도어 의류나 등산 장비는 내구성이 좋기로 유명하다. 그 흔한 바겐세일도 없다. 평소에 싸게 파는데, 따로 기간을 정해 세

일을 한다는 것은 평소 이용 조합원에 대한 역차별이라는 얘기다. 제품 생산과정에선 조합원의 목소리를 전적으로 반영한다. 제품에 자시니 있으니, 모든 판매물품은 하루 써본 다음에 구매 여부를 결정하는 일도 엠이시에서는 가능하다. 엠이시는 또 지역사회발전이나 환경보호에도 앞장선다. 1년 매출의 1%를 사용한다. 1987년에는 환경보존기금을 만들어, 개발로 인한 훼손 위기에 처한 브리티시컬럼비아 주의 스모크 암벽을 사들였다. 2012년에는 환경보존을 위한 1달러짜리 손가방 4만 개를 판 4만 달러로, 캐나다 열 두 해안지역 환경보전 사업을 일조했다. 엠이시 제품이 내구성을 내세우는 것도 쓰레기를 가능한 한 줄이자는 취지와 맞물린다. 영리기업이라면 발상조차 하지 않을 대목이다.

참 착한' 엠이시의 잉여금 배당

엠이시는 최소한의 잉여금만을 남겨 이를 각 조합원에게 현금이나 출자지분으로 배당한다. (배당액은 각 조합원이 1년 동안 매장에서 물품을 구매한 실적에 비례한다. 조합 이용을 많이 하는 조합원에게 많이 돌아간다는 말이다.) 이렇게 배당하다 보면 세월이 흐름에 따라 각 조합원들의 출자 지분 규모가 달라지게 된다. 조합원마다 구매량이 다르기 때문이다. 그런데 엠이시에는 어떤 이유에서든 조합원 간에 차등이 저서는 안된다는 원칙이 있다. 그래서 엠이시는 출자 지분 상환 정책을 마련해, 조합원 간 격차 해소를 기하고 있다. 해마다 일정량의 재원을 투입해 조합원의 과도한 출자 지분을 현금으로 사들이는 정책이다. 예를 들어, 홍길동 조합원이 첫해에는 1천 달러 어치를 구매했고, 이 해의 출자 배당은 3%였고, 다음해에는 5천 달러 어치를 구매했고, 이 해는 배당이 4%였다 하자. (홍길동은 애초 가입 때 5달러 1주를 갖고 있다.) 그러면 첫해 배당은 30달러니 출자 지분으로는 6주이고, 둘째 해는 200 달러이니 40주가 된다. 가입 2년 후 홍길동의 총 지분은 1+6+40=47주가 되는데, 이해 연말에 이사회는 조합원 최대 출자 지분을 15주로 정했다고 하자. 그러면 홍길동은 초과한 32(47-15)주를 조합에 주고 현금 160달러 (32주*5달러)를 상환 받는다.

대형마트 이제 급성장은 없다

한국 식품시장의 대형마트와의 경쟁을 하고있는 체인사업협동조합의 대책을 통해서 미국식품시장에서 KAGRO가 해야될일을 마련해보고자 소개합니다.

올 성장률 2.7%, 매출액은 38조3천억 전망...

“성숙기 시장 접어들었다” 국내 대형마트의 지난 1월 매출이 8년 만에 가장 큰 폭으로 줄었다. 경기 불황에 따른 한겨울 삭풍은 대형마트라 해서 비켜가지 않았다. 오히려 대형유통업의 한 파는 더 심했다.

1월 매출 큰 폭 하락

지식경제부는 지난 2월, 이마트·홈플러스·롯데마트 등 대형마트 3사의 1월 매출액 합계가 지난해 1월보다 24.6% 감소한 것으로 잠정 집계됐다고 밝혔다. 2005년 1월 매출 동향 조사를

시작한 이후 8년 만에 가장 크게 감소했다. 지금까지는 2009년 2월의 20.3%가 최고 하락폭이었다. 지난해 경우에는 설 연휴가 1월이었는데 올해는 2월이었다는 점도 이같은 매출 하락에 영향을 미쳤지만, 전반적 추이가 하향곡선을 그리고 있는 것은 사실이다. 2010년 1월의 경우에도 상황은 같았지만 매출액 하락 폭은 전년 동기비 13.4% 주는 것에 그쳤음을 볼 때 이는 더욱 분명해진다. 구매단가도 전년 동월 5만1141원보다 6000원 넘게 줄어든 4만4900원으로 하락했다.

상품군별 매출감소율(지난해 1월과 비교)은 식품이 26.5%로 가장 높았다.

이어 의류 26.4%, 가전문화 24.5%, 가정생활 24.1%, 잡화 21.9%, 스포츠 9.0% 등의 순으로 감소폭이 컸다. 지난해 12월과 비교해도, 식품만 6.5% 늘었고 나머지는 마이너스 성장을 기록했다.

영업규제는 지속될 것

대형 유통업 전체의 올해 영업전망도 그다지 밝지 않다. 신세계 유통산업 연구소의 2013년 유통업 전망 자료에 따르면, 2013년은 점진적인 경기 회복이 예상되어지나, 대형 유통업체들에 대한 정부의 영업규제는 지속될 것이므로 전체 소매시장은 전년과 유사한 3.4%의 성장을 거둘 것으로 보여진다.

특히 대형마트는 1인 가구 증대에 따른 근거리 소량 구매 확산 등의 영향으로 2.7%의 낮은 성장이 예상됐다. PL(유통업체가 제조업체에 주문하여 생산한 상품에 자사의 상표를 붙여 판매하는 자체개발상품을 뜻하는 말로, PB(Private Brand)상품이라고도 한다), 해외소싱 등 저가상품 개발과 확대로 경제 침체에 대응한 성장 기회를 창출하더라도, 전반적 추세를 뒤집기에는 역부족일 것이라는 전망이다. 2012년을 결산해 봐도 이같은 전망은 설득력을 갖는다.

대형마트들의 지난해 성장률은 1.4%였다. 이는 지난 5년 이래 최악의 성장률이다.(표 참조) 물론 이는 성장세가 예년에 비해 상대적으로 둔화됐다는 말이지, 성장을 멈추고 퇴보했다는 말은 아니다. 역설적으로는, 그동안 대형마트들이 골목상권을 잠식하며 급성장해왔다는 반증이기도 하다. 이같은 기저는 올해도 크게 달라지지 않을 것이다. 지난해 대형마트들의 성장세 둔화의 주 요인으로는 유럽발 경제위기, 국내 경기 침체, 유통 규제 강화, 업체간 경쟁 심화 등이 지적된다.

상품력 강화 등으로 차별화

대형마트 올해 영업 전망을 조감해보자. 올해 대형마트는 유럽발 금융위기가 다소 진정된다는 것을 가정할 경우, 대형마트의 상품력 강화, 포맷의 다양화, 온라인 사업 확장 등으로 2012년보다는 약 1.3% 더 상승한 2.7%의 성장을 하고, 매출액은 총 38조 3천 억원의 규모에 이를 것으로 내다보인다

상품력 강화란 경기불황에 대응하여 PL 및 소싱(상품구매지)

을 강화해 저가의 상품을 다양하게 갖추는 것을 말한다. 이에선 신선식품 안정 공급망 확보를 통한 고객 확보 전략도 병행될 것이다.

또 다양한 고객층을 흡수하기 위해 업체들도 다각화할 것이다. 대형마트를 기반으로 하는 쇼펩몰과, 미용 건강 관련 드럭스토어 등이 이에 주력업체가 될 것이다. 이에 덧붙여 저가 상품으로 소비자를 공략할 창고형 할인점도 더 늘어날 것이다. 특히 온라인 몰의 중요성은 더욱 증대될 전망이다.

3월부터는 본격 시행

그러나 이같은 전망을 위협하는 요인도 엄존한다. 우선 정부의 규제 강화다. 중소기업 및 전통시장 활성화를 위한 정부의 대형마트 영업 규제는 더욱 강화될 것이라는 말이다. 영업시간 제한과 의무휴업일을 지정한 유통법은 이미 지난해 국회에서 개정된 바 있다. 지자체들의 조례 제정이 대부분 끝나는 3월부터는 본격 시행될 전망이다.

또 대형마트 업체 자체가 이제 성장시 시장에서 성숙기 시장으로 진입해, 과거같은 급성장은 기대 난망이다. 2011년부터 신규 점포 개점은 급격히 줄고 있음은 주지의 사실이다. 2006년부터 2012년까지 통계를 봐도, 이 기간 동안 점포 수는 평균 6% 늘었지만, 점포당 매출은 0.7% 증가에 그쳤다. 대형마트들은 성숙기 시장의 한계수익을 타개할 다양한 영업 전략들을 모색하는 한 해가 될 것이다



Business News

한국 송금도 세금

역외탈세 단속 일환 38.5% 종합소득세



한국 국세청이 조세 피난처 역외탈세 추적과 단속을 대폭 강화하고 나선 가운데 이 같은 조치의 일환으로 재외 한인들이 한국으로 들어오거나 송금하는 외화에 대해 '종합소득세'를 부과하는 것으로 나타났다.

한국 국세청과 일선 세무서들은 '국내 거주자'로 간주되는 한국 국적자인 재외동포가 외화를 국내로 가져오면 이를 종합소득세 대상으로 간주해 38.5%의 세금을 부과하고 있는 것으로 나타났다.

현재 종합소득세 과세 징수 통보를 받은 재외 한인들은 가족 일부가 한국에 남아 '국내 거주자'로 간주되거나 한국에 사업체를 운영하는 경우다. 국세청은 1년에 185일 이상 해외에 거주할 경우 국내 비거주자로 인정하지만 가족 일부가 국내에 거주할 경우 종합소득세 부과대상에 포함하는 것으로 알려졌다.

더욱이 재외 한인이 한국 국적을 포기했다라도 한국에 가족들이 남아 있는 경우 과세대상으로 취급하고 있으며, 이에 따라 종합소득세 징수 대상자가 매년 5월 종합소득세 자진신고를 하지 않을 경우 세무조사를 통보·실시하고 있다는 것이다.

한국 세무당국은 이를 위해 해외에서 국내로 들어오는 송금액이 건당 2,000만원 이상이면 그 내역을 한국 금융정보 분석원에 통보하도록 하고 있다. 이는 기존에 건당 5,000만원 이상이면 기준을 대폭 낮춰 강화한 것이다. 반면 종합소득세 징수 통보를 받은 영주권자 등 한인들은 '이중과세'라고 반발하고 있다.

미주한인 한국 내 창업 쉬워진다

한국 정부가 재외동포 한인들을 비롯한 외국인들을 대상으로 한국 내 창업 때 체류신분 혜택을 부여하는 '창업비자' 제도를 도입키로 해 한인들의 한국 내 창업절차가 쉬워질 전망이다.

한국 법무부와 중소기업청은 "이르면 올 하반기부터 우수한

기술이나 지적 재산을 활용하여 한국 내에서 창업하는 외국인(재외동포 포함)을 대상으로 '창업비자' 제도를 도입한다"고 밝혔다. 한국 정부는 이와 함께 별도의 '기술창업·성장 프로그램'을 통해 외국인이나 재외동포들이 한국에서 일자리 창출에 나설 수 있도록 적극 지원에 나서기로 했다.

정부가 발표한 '외국인 기술창업 촉진방안'에 따르면 창업비자는 우수한 외국 인력의 창업을 통한 신규 일자리 창출을 지원하기 위해 미국·캐나다 등 주요 선진국에서 마련 중인 '스타트업 비자' 제도를 한국 실정에 맞게 도입한 것으로, 단순히 체류자격만 부여하는 선진국의 창업비자와는 달리 정부의 다양한 창업사업화 지원 등 경제정책과 긴밀히 연계돼 새로운 형태의 일자리 창출 기회를 제공하게 된다. 중소기업청 조사에 따르면 한국에 체류하고 있는 유학생의 44.8%가 한국 내 창업을 희망하고 있고, 창업 희망자의 67%가 이·공계 전공자로서 전기·전자, 정보·통신 등 기술분야 창업을 희망하고 있다. 정부는 "창업비자 제도가 활성화할 경우 최근 한국시장에 매력을 느끼는 외국인의 기술창업이 보다 확대돼 고용창출의 새로운 전기가 마련될 것"이라며 "부가가치 창출에도 기여할 것"이라고 밝혔다. 이와 함께 정부는 외국인 전용 '기술창업 프로그램'을 신설하고, 시제품 제작·마케팅·특허 출원 등 창업 사업화 비용의 70%(최대 5,000만원)를 지원하기로 했다. 정부는 또 사관학교형 창업선도대학 7곳과 창업보육센터 272곳에 입주공간을 제공하는 한편 선배 벤처기업 등 전문가와의 네트워크 사업도 적극 후원할 계획이다. 정부는 아울러 해외 우수인재 국내 유치를 통한 글로벌 창업의 교두보로서 '코리아 벤처창업센터'를 설립·운영키로 했다. 코리아 벤처창업센터는 올 하반기에 우선 미국 실리콘밸리에 설치하고 유럽·아시아국가로 점차 확대할 예정이다. 벤처창업센터는 현지의 동포·대학생 등과 연계해 현지 네트워크를 구축하고 외국 내 창업 특화형 대학과 연계를 강화하는 역할을 맡는다.



삼성그룹에는 삼성인이

반드시 지켜야 하는 '삼성 헌법'이 있다.



이건희 삼성 회장이 1993년 '신경영 선언' 때부터 삼성 구성원들의 사고와 행동을 좌우하는 가치관으로 자주 언급한 인간미, 도덕성,

예의범절, 에티켓 등 4개 덕목이다.

삼성 고위 관계자는 이와 관련, "인간미는 상대방을 진심으로 아끼는 마음을 뜻한다. 그렇다고 싫은 소리를 안하는 게 인간미는 아니다. 회사 상사가 부하의 잘못을 지적하고 꾸짖는 것이 진정한 인간미이다"고 말했다.

'좋은 게 좋다'는 식으로 부하를 내버려두는 것은 부하에 대한 책임을 회피하는 인간미 없는 행동이라는 것이다.

도덕성은 인간의 기본양심으로 사회규범에 따라 올바르게 행동함을, 예의범절은 생활의 기본을, 에티켓은 다른 나라 문화를 이해하는 국제화 자세를 각각 의미한다는 설명이다.

반대로 '삼성인의 4대 금기(禁忌)'도 있는데, 거짓말, 변경, 억지, 뒷다리잡기 등이다.

1993년 6월 독일 프랑크푸르트에서 이건희 회장이 "마누라와 자식 빼고 다 바꾸라"며 '신경영'을 선언할 당시, 태스크포스(TF)를 이끌었던 박근희 삼성생명 부회장은 "삼성 내부적으로 '삼성 헌법'이라고 정한 네개의 덕목은 삼성인이라면 반드시 갖춰야 할 기본 소양"이라고 말했다.

이건희 삼성 회장은 1993년 68일간의 신경영 여행 이후 조직 안에서 쓰는 용어를 명확하게 통일하고 용어의 질을 높이는 차원에서 용어집을 만들 것을 주문했다.

그는 특히 '뒷다리(개인·집단 이기주의를 경계), 오그라짐(멀리 크게 보지 못하고 위축), 한 방향(목표를 향해 함께 가는 것), 건강론(자기의 건강관리는 회사 일과 직결), 불량은 암(품질 불량은 제품과 기업까지 옴아간다)' 등을 강조했다.

한국 건보가입 쉬워진다

체류기간 3개월 이상→1개월 이상으로 요건 완화 추진

한인들 응급상황 치료비 걱정 줄듯

LA 출신의 한인 영주권자인 김모씨는 최근 사업차 한국을 방문해 건강검진을 받다 위암에 걸렸다는 사실을 발견했다. 의사의 권유로 한국에서 수술과 항암치료를 받은 김씨는 건강을 회복했지만 보험 적용을 받지 못해 수천만원의 진료비를 부담해야 할 처지에 놓였다.

김씨는 "보험 적용을 받으면 병원비가 10분의 1로 줄어드는데 혜택을 받지 못해 수천만원의 병원비를 내야 한다"며 "한국 체류기간이 3개월이 되지 않으면 보험에 가입하지 못한다는 규정이 원망스럽기만 할 따름"이라고 말했다.

김씨의 경우처럼 사업 등으로 한국을 오가거나 한국에서 체류하는 미주 한인들이 늘고 있는 가운데 앞으로 미주 한인 등 재외동포들의 한국 내 건강보험에 가입 요건을 완화하는 방안이 추진되고 있어 김씨와 같이 어려움을 겪는 경우가 줄어들 수 있을지 기대를 모으고 있다.

민중통합당의 재외국민정책을 총괄하고 있는 김성곤 세계한인민주회의 수석 부의장은 "재외동포들이 현재 한국 내에 3개월 이상 체류해야만 건강보험을 적용받을 수 있는 규정을 1개월 이상 체류로 단축하는 방안을 추진하고 있다"고 밝혔다.

현행 '국민건강보험법 시행령'에 따르면 재외동포들과 시민권자를 비롯한 외국인인은 지역 출입국사무소에 거소신고를 하고 3개월 이상 한국에 체류해야만 건강보험에 가입할 수는 자격이 주어진다.

건강보험 가입자격을 취득한 뒤 국민건강보험공단에 거소증과 함께 3개월치 보험료(약 16만원)를 납부하면 당일로 건강보험증을 발급받을 수 있다. 다만, 유학과 취업 등의 이유로 3개월 이상 체류할 것이 확실할 때는 1개월치의 보험료만 내면 건강보험 가입이 가능하다. 하지만 체류기간을 3개월 이상 채워야 한다는 규정 때문에 재외동포들 가운데 한국을 방문해 건강에 이상을 발견하고 시급하게 치료를 받아야 하는데도 기간을 채우지 못해 보험 적용을 받지 못하는 경우가 적지 않은 실정이다.

재외동포들의 건강보험 가입은 2008년까지만 해도 1개월치의 평균 보험료(약 6만5,000원)만 내면 가입이 가능했다. 하지만 1개월치 보험료만 내고 거액의 진료료를 받은 뒤 출국하는 '건강보험 무임승차' 케이스가 늘어나 한국 내 비난여론이 높아지면서 재외국민들의 건강보험 가입자격을 2009년부터 '3개월 이상

체류'로 강화됐다. 김성곤 의원은 "국내 거소신고를 한 재외동포는 3개월 이상 국내에 체류해야만 건강보험을 적용받을 수 있어 시급하게 치료를 받아야 하는데도 기간을 채우지 못해 보험 적용을 못 받고 있다"며 "보험가입에 필요한 '30일'로 줄이는 개정안을 국회에 제출할 것"이라고 말했다.

아마존닷컴, 온라인 식료품사업 진출



세계 최대 인터넷 서점인 아마존닷컴이 온라인 식료품 사업에 본격 진출한다. 관계자들은 4일 아마존닷컴이 온라인 식료품

사업 '아마존프레쉬'(AmazonFresh)를 시애틀에서 5년 이상 시범 운영해온데 이어 처음으로 외부 지역으로 확대, 빠르면 이번 주 로스앤젤레스를 시작으로 금년 하반기에는 샌프란시스코 베이 지역에서도 사업을 벌일 계획이라고 밝혔다. 두 지역의 사업이 순조로울 경우 내년에는 20개 도시로 확산한다는 계획이다. 슈퍼마켓 분야의 저명한 애널리스트이자 컨설턴트인 빌 비숍은 아마존닷컴이 최대 40개 시장으로 식료품 사업을 넓혀나갈 계획을 갖고 있다고 전했다. 아마존은 지난 5년간 주가를 220%나 끌어올린 성장세를 유지하기 위해 신규 사업을 모색해왔다.

식료품 사업은 지난해 소매 판매액이 5천680억 달러에 달할 정도로 잠재력이 큰 시장으로 평가되고 있다.

아마존의 온라인 식료품 사업 진입은 슈퍼마켓 체인인 크로거와 세이프웨이, 홀푸드마켓을 비롯, 대형 소매점인 월마트나 타켓에게도 잠재적 위협으로 부각될 전망이다.

아마존은 시애틀에서 자체 트럭을 이용해 온라인으로 주문받은 달걀, 딸기, 육류 등 신선 식품을 배달해왔다.

비숍은 "아마존이 수년간 식료품 사업을 시범 운영해왔고 사업을 시애틀 이외의 지역으로 넓힘으로써 그동안 체득한 경험에 대한 결실을 거둬야할 때가 왔다"고 말했다.

식료품 사업은 지금까지 온라인 소매업체들이 뛰어들기 가장 어려운 분야 가운데 하나로 알려져왔다.

창업회사인 웹벤(Webvan)이 풍부한 자금을 배경으로 식품 사업을 시작했으나 창고 유지 비용과 배송 인프라 구축 부담으

로 참담한 실패로 끝났다. 월마트에서 근무했던 로저 데이비드슨은 "신선 식품은 보관이나 배달 과정에서 쉽게 상할수 있기 때문에 아마존이 '아마존프레쉬'에서 돈을 벌기는 매우 어려울 것"이라며 아마존프레쉬의 성공 가능성을 부정적으로 내다봤다. 온라인 식료품 사업을 확대하려는 업체는 아마존만이 아니다. 월마트는 온라인으로 식료품과 일반 잡화를 주문받아 다음날 배달하는 사업을 샌프란시스코 베이 지역에서 시범 운영하고 있고 영국에서는 식료품 배달사업이 크게 성공했다. 이 회사던 토폰릭 홍보책임자는 시장의 수요에 따라 미국에서 식료품 배달사업을 확대할 준비가 되어 있다고 말했다.

뉴욕시 일부 지역에서 가정과 사무실에 식품을 배달하는 온라인 식료품회사 '프레쉬다이렉트'는 브롱크스 지역으로 서비스를 확대하려 하고 있다. 또한 세계적 식품업체 '로열 아홀드'가 소유한 '피포드'는 미 전역에서 주문이 2천300만건 이상에 달하는 최대 온라인 식료품 회사라고 홈페이지에서 주장하고 있다.

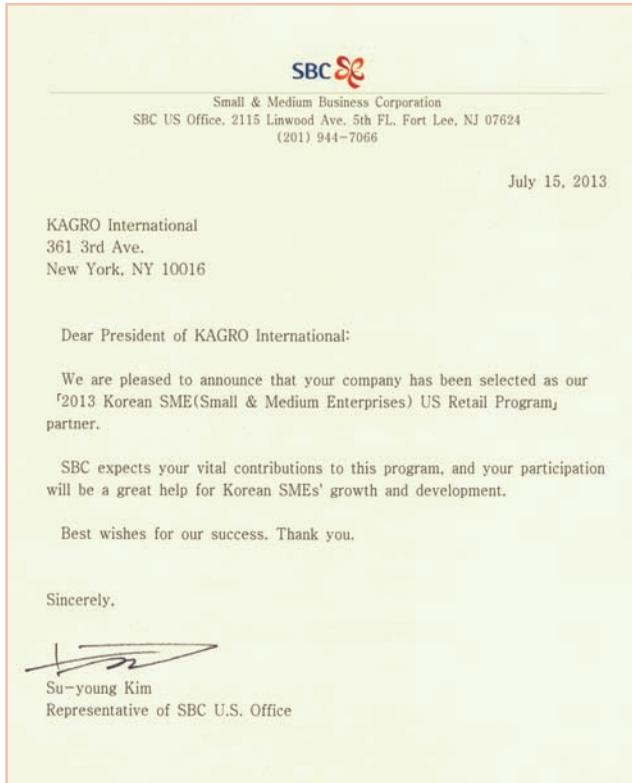
교내 설탕음료 내년 퇴출된다

앞으로 공립학교 학생들은 학교에서 불량식품 대신 건강에 유익한 스낵과 음료를 먹거나 마실 수 있게 됐다.

농무부는 27일 공립학교 내 식당과 스낵바, 자동판매기 등에서 제공되는 스낵과 음료의 성분을 규제하는 '스마트 스낵스 인 스쿨(Smart Snacks in School)'이라는 이름의 영양 기준을 발표했다. 기준에 따르면 학교와 식품회사들은 오는 2014~2015학년부터 학생들에게 ▶적어도 50% 이상의 미정제 곡물(홀 그레인)을 함유하고 있거나 ▶과일·채소·단백질 등이 주성분인 음식을 제공해야 한다. 음료의 경우 설탕이 많은 스포츠 드링크는 금지된다. 그러나 ▶지방 성분이 적거나 없는 우유 ▶100% 과일 또는 채소 주스 ▶향료는 첨가됐지만 칼로리가 없는 물은 허용된다. 특히 앞으로 각 학교에서는 학생들이 식사를 할 때 무료로 자유롭게 식수를 마실 수 있도록 제공해야 한다. 또 학생들은 집에서 어떤 종류의 스낵이든 학교에 가져와 먹을 수 있고, 학교에서 열리는 학생들의 생일파티 등을 위해 부모가 음식을 제공하는 것도 허용된다. 이번에 농무부가 공립학교의 스낵과 음료 영양 기준을 개선한 것은 30년 만에 처음이다. 한편 연방정부 자료에 따르면 현재 미국의 어린이와 청년의 17%가 비만 상태다.

국제 한인식품주류상 총연합회 “공동 구매로 고국 기업활성화 돕는다”

중소기업청·진흥공단(SBC) 선정 한국상품 미국 진출 사업 파트너로 선발돼



국제 한인식품주류상 총연합회가 한국 중소기업청과 중소기업진흥공단이 선정하는 미국 유통망 진출 사업의 미국 파트너 가운데 하나로 선정돼 허성철 회장이 48차 총회를 통해 강조한 “선 네트워크 구축 후 공동구매”가 실현을 눈앞에 두고 있다.

한국 중소기업청과 중소기업 공단이 추진하는 미국 유통망 진출 사업은 한국 내 유망 중소기업 가운데 해외 시장 진출에 어려움을 겪는 기업을 선정해 해외 진출을 돕는 사업으로 해외 현지의 탄탄한 유통망을 갖춘 파트너가 있어야 한다.

현재 미국에서 한국 상품을 판매하는 곳으로는 H-마트와 아씨 등 대형 유통업체가 있지만 주로 한국 동포들과 중국인 월남인 등 동양계 주민들을 주 고객으로 하는 한계를 극복하지 못하고 있다.

또 이들 대형 유통업체들은 자사 브랜드나 일부 특정 기업의 제품만을 수입 판매하는 한계를 함께 안고 있다.

그러나 한국의 중소 기업들은 비록 우수한 상품을 개발해도 자금과 인력, 판매망 부족 등의 이유때문에 자력으로 해외 시장에 진출 하거나 개척하지 못하는 어려움을 겪고 있다.

중소기업청과 중소기업진흥공단은 이러한 중소 기업들을 위해 ▲유통망이 좋고 ▲한인 동포 위주의 사업체보다 주류사회 미국인들을 주 고객으로 하는 사업체를 모색하던 중 국제 한인식품주류상 총연합회를 최적임자로 선정했다.

허성철 국제한인식품주류상 총연합회장은 “전미주 29개 챗터를 통해 주류 사회에 한국 상품을 곧바로 판매할 수 있는 조직 및 유통망과 20만 총연 회원, 총연을 중심으로 모든 챗터가 힘을 모아 추진하는 추진력 등을 고려한 결정으로 본다”며 “그 동안 우리가 꾸준히 준비하고 추진해 온 사업들이 결실을 맺고 있다”고 평했다.

허성철 회장은 “앞으로 현지인들에게 어필할 수 있는 상품들을 엄선해 각 챗터 회원업소를 통한 판매로 한류 바람을 미국 사회에 강하게 일궈낼 수 있을 것”이라며 “20만 식품인들의 단합된 힘으로 동포 사회의 발전과 조국의 발전이라는 두 마리 토끼를 잡자”고 당부했다.

국제 한인식품주류상 총연합회 임원들은 “허성철 회장이 48차 총회 결의사항인 “선 네트워크 구축 후 공동구매”를 강력히 추진하면서 예상보다 빨리 열매를 맺어가고 있다”며 “공동 구매 드라이브가 전체 미주 한인 경제에 큰 영향을 미칠 것”이라고 예상했다.



마늘 파워! 어떻게 먹어야 제대로 효과를 볼수 있을까?

마늘은 냄새를 제외하고 100가지 이로운 효과를 준다는 의미에서 ‘일해백리(日害百利)’ 식품으로 불린다. 예부터 ‘마늘이 있는 식탁은 약국보다 낫다’는 말도 있다. 마늘은 기본 양념재료이기도 해 우리 식탁에 매일 오르는 친근한 식재료다. <단군신화>에 곰이 100일 동안 마늘과 쑥을 먹고 사람이 되는 이야기가 나오는 것으로 보아 그 역사를 짐작할 만하다.

◆ 항암작용부터 치매예방까지

자연에서 난 먹을거리는 모두 몸에 좋다. 마늘 역시 꾸준히 섭취하면 몸에 무척 좋다. 하지만 정작 어디에 어떻게 좋은지는 잘 알지 못한다. 2002년 미국 <타임>지가 선정한 10대 건강식품인 마늘의 효능부터 알아보자.

강력한 항균작용을 한다 여름에 마늘을 많이 먹으면 좋은 이유는 항균작용 때문이다. 마늘은 식중독을 유발하는 황색포도상구균·연쇄구균·대장균·비브리오균·장염균 등을 사멸시키고, 폐렴균과 아구창캔디다균 에도 항균효과가 있다. 최근 연구 결과에 따르면 위암 유발균인 헬리코박터 파이로리균에도 항균작용을 한다. 마늘은 고대 이집트·그리스·로마·인도·중국 등에서 기생충 예방약으로 사용했다는 기록이 전해진다.

혈관 질환을 치유한다 마늘은 고지혈증, 동맥경화, 고혈압 등 혈관 질환 치료에 도움이 될 수 있다. 혈중 콜레스테롤과 중성지방 농도를 감소시켜 혈행개선 효과를 보이기 때문이다. 이 사실은 수많은 연구를 통해 증명됐다. 1975년 이후 2002년까지 세계 곳곳에서 실시된 마늘 임상시험 결과를 보면 마늘분말을 4~16주간 먹은 사람의 LDL콜레스테롤 수치가 11~26% 낮아졌다. 마늘은 영양물질이 많은 대신 콜레스테롤이 없고, 간에서 지방을 만드는 효소 활동을 막아 콜레스테롤 합성을 저해하는 작용을 한다. 고기를 먹을 때 마늘을 함께 먹으면 좋은 이유다.

당뇨병 식이요법에 효과적이다 식이요법은 당뇨 관리에서 가장 기본이자 중요한 치료법이다. 마늘은 혈당을 떨어뜨리는 데 도움이 되는데, 마늘의 알리신이 체내 비타민B6와 결합해 췌장 세포기능을 활성화시키기 때문이다. 이렇게 되면 인슐린 분비가 원활해져 포도당 사용이 늘어난다. 또 알리신이 비타민B1과 결합하면 일반 비타민B1보다 포도당 사용을 더 많이 하게 된다.

항암작용을 한다 마늘은 암세포가 늘어나는 것을 막고, 암 예방에 도움을 준다는 연구 결과가 많다. 마늘 성분 중 유기성 게르마늄, 셀레늄 등이 암 억제와 예방에 기여하는 것으로 알려졌다. 서울대의대 장자준 교수는 마늘이 간암과 위암, 폐암 발생을 억제한다는 사실을 쥐 실험을 통해 밝혀냈다. 한국식품개발연구원의 마늘 성분 분석에 따르면 마늘에 위암·폐암·유방암 등 암세포를 죽이는 효과가 있다. 마늘 항암 성분은 수입산보다 국내산에 56배 더 들어 있는 것으로 알려졌다.

치매를 예방·치료한다 치매 예방과 치료를 위해서는 신경세포 생존과 재생을 촉진하는 효능을 지닌 약물이나 식품 섭취가 필요하다. 마늘은 항산화 작용, 체력증강과 피로해소, 스트레스 해소와 생체리듬 조절, 면역력 강화, 무좀 치료 등에 효과가 있다. 혈액이 응고되는 성질을 낮추는 효능이 있어 심장병과 뇌경색 예방에 좋다. 반면 위궤양이나 수술 등 출혈 위험이 있는 경우 혈소판 지혈 작용을 억제해 지혈을 늦출 수 있으므로 먹지 않는다.



제 12대 집행부 명단

회 장	허 성 칠	New York
대외수석 부회장	김 영 필	Canada
대내수석 부회장	캘빈 최	Arizona
부 회장	허 중	Southern California
부 회장	이 중 환	Harrisburg, PA
부 회장	이 광 서	Maryland
부 회장	어 윤 환	Washington D.C
부 회장	김 익 주	Canada

이 사

이 사 장	홍 진 섭	Washington D.C
부 이사장	김 백 규	Georgia
부 이사장	임 희 철	Philadelphia
부 이사장	김 세 기	Chicago
부 이사장	김 희 준	Central California
부 이사장	이 현 오	Washington

본부 임원

사업 총괄 부회장	강 병 목	New York
여성분과위원장	김 윤 옥	Virginia
총무 부장	유 인 현	Philadelphia

감사

감 사	이 승 수	Philadelphia
감 사	임 광 익	Colorado

고 문

고 문	김 기 옥	Washington,DC
고 문	김 양 일	Los Angeles
고 문	전 기 풍	Philadelphia
고 문	김 치 현	Los Angeles
고 문	구 군 서	NewYork
고 문	김 주 한	Oregon
고 문	김 현 주	Maryland
고 문	한 용 응	Delaware

스 폰 서

Miller Brewing Company

Anheuser Bush Inc

Coors Brewing Co

CoCa Cola USA,Inc

PEPSICO

Appreciates the support of its
advertisers and encourage you to
patronize them

ahh thentic

*No artificial flavors,
no added preservatives.
Since 1886.*

open happiness®



완벽한 조화.
깊고 순수한 맛.