



KAGRO

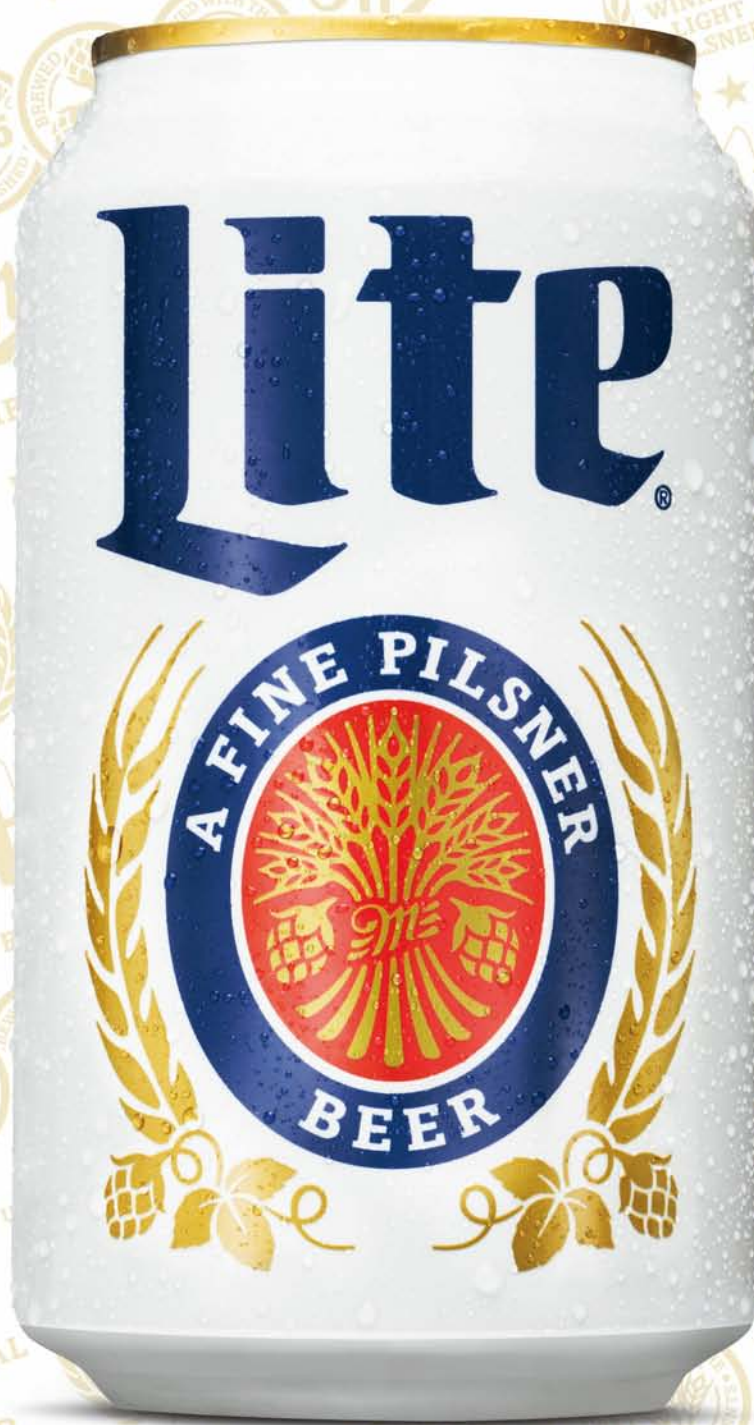
INTERNATIONAL JOURNAL

September / October 2016
Volume 71, Number 5



COLD FILTERED. COLD AGED.
COLD INSPIRED.





**THE ORIGINAL
LIGHT PILSNER.**

#ITSMILLERTIME

**GREAT BEER
GREAT RESPONSIBILITY**

©2010 MILLER BREWING CO., MILWAUKEE, WI.
An analysis (12 fl oz): 96 cal, 3.2g carbs, <1g protein, 0.0g fat

목 차

Officers

President

Seong Chil Heo
New York

Vice-President

Phillip kim
Canada

Vice-President

Yo Seop Lee
Washington D.C

Vice-President

back gyu kim
Georgia

Vice-President

sean yeon
Colorado

Vice-President

kyeong ho ko
Washington

Vice-President

calvin choi
Arizona

Auditors

seung soo Lee
yun ok kim

6. 회장 인사말
8. 이사장 인사말
10. 업계 뉴스
15. 각 지역 협회소식
24. KAGRO 소식
26. 대한민국 청정바다 수도 완도!
28. 전주야행(夜行)
31. 경제 뉴스
36. 건강뉴스
38. 회장단 및 스폰서 소개

Board of Directors

Chairman

kwang ik Lim
Colorado

Vice Chairman

Tae jin Jung
Vancouver, Canada

Vice Chairman

jong sic Lee
New York

Vice Chairman

Jung chil kim
Southern California

Vice Chairman

Jong hee chang
Central California

Vice Chairman

Ik ju kim
Manitoba, Canada

Advisors

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

CONTENTS

Board Members

KAGRO International

Arizona
LA California
Central California
Northern California
Chicago
Colorado
Dallas
Delaware
Georgia
Harrisburg
Hawaii
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

10. Industry News

15. Chapter News

24. KAGRO NEWS

26. Cheongjeongbada Wando!

28. About Night Walk in Jeonju

31. Business News

36. 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.

회원 여러분 안녕하십니까?



허 성 칠 회장

인간의 한계에 도전하며 지구촌을 흥분시킨 리우 올림픽의 함성이 귓가에 맴돌고 남국의 열기가 채 가라 앉지 않은 것은 가족과 이웃에 대한 열정이 우리들 마음에 가득하기 때문인 것 같습니다.

어려운 환경에 처한 업계와 지역 경제를 살리기 위한 우리의 노력도 가족과 이웃에 대한 사랑과 열정에 기인한 것이기도 합니다.

그리고 우리는 이 계절에 그 열기를 또 한 번 깊이 경험하는 기회를 갖게 됐습니다.

오는 9월27일부터 제주도에서 열리는 세계 한인상인 대회와 55차 국제한인 식품주류상 총연합회 총회에서 우리는 미래를 결정하는 새로운 흥분, 새로운 열기를 경험하게 될 것입니다. 여러 가지 이슈가 많지만 이번 총회에서 급변하는 경제 환경에 대처하는 방법에 대해 30개 챗터 대의원들의 분석과 대응책이 총회장을 뜨겁게 달굴 것입니다.

오는 11월의 미국 대통령 선거와 브렉시트 등 과거와 미래가 경제에 미칠 영향을 분석하고 대비책을 논의 하는 총회장은 열정으로 가득 찰 것입니다.

지난 54차 총회 이후 총연은 각 챗터의 지역 사업에 참여하고 협조하며 큰 그림을 그려 왔습니다. 55차 총회 이후의 총연과 챗터가 그리는 그림은 어떤 형태가 될 지 이번 제주 총회가 기대 됩니다.

이번 총회기간에는 또 완도군을 비롯한 각 지방자치 단체와 향토 기업들을 방문하고 상호협약(MOU)를 체결하는 순서도 있어 제주 총회가 더욱 기대 되고 있습니다.

전 미주 27개 챗터 대의원 여러분들과 각 지역 주요 경제인 여러분들의 많은 참여를 기대합니다.

감사합니다.

허 성 칠
국제 한인 식품주류상 총연합회 회장

Dear members of Kagro,

The Rio Olympics that gave us excitement with challenges to the human limits still feels heated with the excited shouts of the world and tropical heat of passion for family and neighbors.

Our efforts to revive the industry and the local economy keeps strong even when facing a difficult environment, due to the love and passion for family and neighbors.

And we have been given the opportunity to experience once again the depth of the open season.

On September 27th Korean trader in the world, the International Conference and the 55th General Assembly will be held by KAGRO and there, we will experience new excitement, new opening, which determines the future.

The analysis and countermeasures of various issues of the 30 chapter delegates how to cope with the rapidly changing economic environment in this assembly.

Also, it is expected that there will be a passionately heated discussion regarding the impact of the U.S. presidential election on November.

Since the last 54th General Assembly, participants have grown in regional projects and cooperation of each chapter has been bright, with everyone looking at the big picture, we expect rewarding success.

On this General Assembly period, another visit from each municipality and local companies, including Wando's flow chart and the opportunity to sign mutual agreement (MOU) has been taken in high expectation from the Jeju Congress.

We hope to have all 27 US chapters and local businesses to participate this major event.

Thank you.

Seong Chel Heo, President
KAGRO INTERNATIONAL ASSOCIATION



임 광 익 이사장

회원 여러분 안녕하십니까?

108년 만의 불볕 더위가 조국의 산하를 녹이고 돔(Dome) 현상이라는 기상 이변으로 미주 대륙을 녹이던 뜨거운 여름도 처서가 지나고 추석이 지나며 가을에 자리를 내주었습니다.

오랫동안 지속되는 지구촌 불경기도 뜨거운 여름이 자리를 내 주듯 호경기에 자리를 내주고 모든 사람들이 좋은 결실의 열매를 나누는 계절이 되기를 기원 합니다.

지난 여름처럼 오랜 기간 우리가 흘린 땀방울을 이번 가을과 그 후로 좋은 열매로 승화시키는 과정을 9월27일부터 제주도에서 열리는 제55차 국제한인 식품주류상 총연합회 총회에서 논의 하고 대강을 확정하게 됩니다. 세계적 관광 명소가 된 제주도에서 각 지역 대의원들과 지역 경제 유지들의 땀과 고뇌가 담긴 경험을 바탕으로 주변 정세와 미래를 분석하고 의견을 나누는 이번 총회에 거는 기대가 자못 큰 것은 모든 사람들의 공통점 일 것입니다.

회원 여러분들이 주지하는 바와 같이 세계는 그 변화를 미처 따라가지 못할 정도로 빠르게 변하고 있습니다.

우리들이 미처 파악하지도 못하는 크고 작은 일들이 매 순간 발생하며 그 파급은 더욱 커지고 있습니다. 미세 경제 단위인 소상공인들이 할 수 있는 일들은 어떤 의미에서 매우 작지만, 그 작은 일에 충실하지 않으면 우리는 존재를 상실하는 경우도 각오해야 합니다.

경제의 대동맥은 아니어도 미세한 부분까지 미치는 우리의 역할과 기능을 최대화 해서 우리의 권익을 높이고 위상을 높이는 것은 우리에게 주어진 사명입니다.

이번 제주 총회에서 우리의 사명을 다시 한 번 확인하고 구체적인 방안을 모색하는 역사적 순간에 더 많은 대의원, 더 많은 경제 및 동포 사회 관계자들의 참여를 기대 합니다.

감사합니다.

임 광 익
국제 한인식품주류상 총연합회 이사장



PEPSICO



Tropicana



Industry News



No Coffee While Driving in New Jersey

Bill would ban drivers from drinking coffee, among other things, while behind the wheel.

MCLEAN, Va. - New Jersey wants to expand the law against drinking and driving to include coffee, USA Today reports.

The news source writes that a bill under consideration in the state legislature seeks to prohibit "any activity unrelated to the actual operation of a motor vehicle in a manner that interferes with the safe operation of the vehicle on a public road or highway." So that means no coffee, and also no eating. Assemblyman John Wisniewski, author of the bill, says that the proposal targets distracted driving, which plays a role in thousands of fatal crashes in New Jersey each year. "The issue is that we need to try, in every way, to discourage distracted driving; it's dangerous," he told The Star-Ledger. "Education and enforcement can change the attitudes of people."

Wisniewski said the legislation is similar to a 2009 Maine law that bans distracted driving altogether.

"So, the penalty for sneaking a bite of your ham sandwich? Between \$200 and \$400 for the first offense, \$400 to \$600 for



the second and \$600 to \$800 for the third, as well as a 90-day license suspension and points on the license," writes USA Today.

Wisniewski noted that

the bill is meant to educate and not punish motorists, as in those trying to multitask while driving instead of watching the road.

DOL Overtime Rule Top of Mind in Congress

Oregon representative introduces a bill to phase in new overtime rules.

WASHINGTON - Last week U.S. Reps. Kurt Schrader (D-OR), Jim Cooper (D-TN), Henry Cuellar (D-TX) and Collin Peterson (D-MN) introduced legislation



to phase in the Department of Labor's new overtime rule over three years.

The new rule, proposed on May 8, raises the threshold for employees who are exempt from overtime pay from \$23,660 to \$47,476, and goes into effect on December 1, 2016. The Overtime Reform and Enhancement Act would incrementally phase in the new threshold of \$47,476 over the next three years, beginning with a 50% increase to \$35,984 this December. Each year following, the salary threshold would be raised by \$74 per week until December 1, 2019, when the DOL's proposed \$47,476 threshold is reached.

"Since the DOL's immediate phase-in date was announced, we've heard from business owners and their employees who are worried about implementing this increase overnight,"

Schrader said, Retail Impact of DOL's Overtime Rule

Many convenience stores rely on overtime exemptions for managers and certain assistant managers, allowing them to avoid paying overtime rates to those employees. A dramatic increase in the salary threshold may make this difficult if not impossible to maintain, possibly resulting in much higher labor costs for stores.

NACS Supports H.R. 4773 and S. 2707, the Protecting American Workplace Advancement and Opportunity Act, which would scrap the DOL's overtime rule and require the department to go back to the drawing board and draft a new rule that addresses the overall economic impact the changes will have. This year at the NACS Show, attendees can learn more about the DOJ's overtime rule during the education session taking place on October 18: "Update on the DOL Joint Employer and Overtime Regulations." Steven Bernstein and John Thompson of Fisher Phillips will provide an update on recent regulations dealing with the joint employer standard and the federal overtime rules. Register for the NACS Show today!

New Energy Drink Products Grow 29% in Five Years

Mintel found that there were more new energy drinks launched in 2015 than any year since 2008.

LONDON - According to new research from Mintel, more new energy drink products were launched globally in 2015 than in any year since 2008, growing 29% between 2010 and 2015. While energy drink launches around the world



have grown, Mintel research found that when it comes to innovation, Germany had the highest share of new energy drink product launches in

2015, overtaking the United States for the first time. Some 9% of global energy drink launches occurred in Germany in 2015, as opposed to 8% in the United States. In comparison, Germany experienced just 6% of global new energy drink product launches in 2014, while 10% of global launches took place in the United States.

Energy drink volume sales are also growing. In 2015, the global market for energy drinks rose by an energetic 10% to reach an unstoppable 8.8 billion liters. Around the world, the top five energy drink markets in terms of volume sales are the U.S. (3.3 billion liters), China (1.4 billion liters), the U.K. (561 million liters), Thailand (465 million liters) and Vietnam (351 million liters). Additionally, volume sales in Germany reached 328 million liters, with Austria (79 million liters) and Switzerland (58 million liters).

Mintel research found that new energy drink products with an organic claim have reached a record high. Some 7% of energy drinks launched globally in 2015 carried an organic claim, up from 4% in 2011. And organic innovation shows few signs of slowing down: So far in 2016, as many as 6% of global launches have carried an organic claim, with Europe leading the way. Three in five (58%) organic energy drink products launched globally in 2016 have taken place in Europe, compared to two in five (39%) in North America and just 3% in Latin America. The rise in organic launches comes as consumers show strong interest in more natural energy drinks. One in four (26%) U.S. consumers say they would be more comfortable drinking energy drinks or shots made with all-natural ingredients. Furthermore, more than half of consumers in Poland (61%), Spain (54%), Italy (54%) and Germany (53%) say they would like to see a wider variety of sports and energy drinks made with natural colorings and flavors.

In China, thirst for more natural energy drinks is evident in that two in five (40%) consumers say they'd be encouraged to buy a sports or energy drink product made from natural

ingredients. In terms of demographics, parents are emerging as a valuable audience for energy drinks. In the U.S., while on average 12% of consumers drink energy drinks, this rises to more than one quarter (26%) of those with children aged 5 and under, and 32% of those with 6 to 11 year olds. In Germany, one third (33%) of adults drank a branded energy drink in 2015, rising to more than two in five (44%) of those with people under the age of 21 in the household. Meanwhile, in the U.K., three in five (58%) parents with children aged 5 and under drink energy drinks, up from an average of 35%.

Target's Grocery Mess

The discount retailer is having trouble getting customers to buy its fresh meat, fruit and veggies.



TUALATIN, Ore. - Target Corp. has been, well, off-target with its grocery section, as much of the fresh meat and produce has been spoiling before shoppers buy it, The Wall Street Journal reports. Perishable foods are generally huge traffic drivers at supermarkets, but for Target, having fresh produce and meats has meant a bigger loss on its bottom line. That coupled with fewer trips and smaller basket sizes has spelled potential disaster for Target. "We have seen some trip erosion with guests coming in for that fill-in trip," said CEO Brian Cornell during a May conference call. Cornell has made a concentrated effort to re-invigorate the grocery section, which brings in a fifth of the chain's revenues. But despite more gluten-free and organic items and a better designed grocery part, overall sales at existing stores are likely to be down 2% during the second quarter.

The grocery section has been a problem for Target for a while. "We sit in the middle," said COO John Mulligan more than a year ago. "We're not really special and we're not a full grocery. And so we're sitting in the middle of no man's land." Part of the problem is that the company's supply chain isn't equipped to move short-life items like perishables. "We know we need to operate the food business differently and it's a much bigger task than simply reconfiguring part of the store," a spokeswoman for Target said. "We are still in the early stages of our food repositioning effort, [which] includes evaluating how we get fresher foods to our guests faster and finding ways to better leverage our distribution centers and partners."

Deep-Fried Twinkies Debut at Walmart

The collaboration between Hostess Brands and Walmart brings deep-fried dessert to retail.

BENTONVILLE, Ark. - Beginning August 16, deep-fried Twinkies will be available beyond the state fair at more than 4,000 Walmart stores nationwide. Covered in a funnel cake-like batter, the collaboration between Hostess Brands and Walmart took over a year to bring two deep-fried Twinkie flavors, Original Golden and Chocolate, to retail.

John Pearson, senior buyer-frozen foods at Walmart, notes on the company's blog that the deep-fried Twinkie is something different for the frozen aisle and adds more dessert choices to the retailer's savory assortment. "The original samples were pretty good," he told CNBC. "But the batter was a little lumpy."

After trial and error, the two companies eventually "got to the delicious final version now



arriving in our stores. And thanks to Walmart, Hostess is growing by entering the frozen food aisle for the first time ever,” Pearson says.

Battered and partially fried before being frozen, CNBC reports that the Twinkies need to be finished for a short time in the oven, toaster oven or frying pan. They'll be available only at Walmart for three months and then made available to other retailers.

The news source notes the deep-fried Twinkie made its mark when Christopher Sell added the treat to the menu of his Chip Shop restaurant in Brooklyn about 15 years ago, and the idea then spread to state fairs

Are C-Stores Ignoring the Aftermarket E-Vapor Opportunity?

Only 8% of vapers get e-cig and vaporizer accessories from convenience stores.

MIAMI - A recent study by V2 found that only 8% buy their e-cigarette components and accessories at convenience stores. When respondents were asked to pick which types of accessories they had previously purchased, the most common answers chosen were e-liquid and batteries, with 71% and 59%, respectively. Fifty-four percent selected e-liquid cartridges, 49% said they had bought a tank, and 48% said they had purchased a charger. Cases were chosen by 31% of those surveyed, with mods and drip tips as the least common choices, at 28% and 27%.

“The possibilities for aftermarket product sales for electronic cigarettes and vaporizers are numerous,” said Michelle Blair, V2 vice president of sales. “In addition to e-liquid, there is real revenue potential in sales of component parts and accessories, like batteries or carrying cases. Post-market maintenance of e-vapor devices offers a sizable retail opportunity with the markup on accessories typically 200% to 400%.

The recurring sales potential adds up to a very profitable

picture for any retailer who can attract loyal vapers.”



When respondents were asked where they most frequently bought e-cigarette components or accessories, “Tobacco/Smoke Shop” was the most frequent response with 37%. Twenty-seven percent of those polled said they made these purchases primarily at a “dedicated vape shop,” and 26% chose “online.” Just 2% chose “supermarket” as their main point of purchase.

“This is clearly still an untapped market for retailers—especially c-store retailers—as most aftermarket products are sold in smoke or vape shops,” Blair said. “These retailers are taking advantage of the opportunity, with more than 8,500 vape shops, for instance, having been created since 2008.

Savvy c-store retailers should see this growth as a sign of the revenue and market potential.”

Those who did not choose a convenience store as their main place to buy e-cigarette aftermarket products were asked to select reasons for shopping elsewhere. The explanation chosen the most was “I rarely see e-cigarette accessories for sale at convenience stores,” at 50%. “I don’t often shop at convenience stores” and “Other purchase points are more convenient for me” were each selected by 23% of those who don’t buy e-cigarette accessories at convenience stores.

“These numbers show that convenience stores have yet to capitalize on the potential of this growing customer segment,” she said.

“Aftermarket electronic cigarette and vaporizer products represent a promising, albeit overlooked opportunity, for c-stores that they simply can’t ignore.”



2014 Hottest Items from Korea

www.vilac.co.kr

Vilac Cup Rice



4 Flavors (Fried Kimchi / Seafood / Chicken Curry / Black Bean Sauce)

Sunghyun Seo | seosh@vilac.co.kr
82-51-630-7363

Conveniently enjoy a meal!
Ready in just 3 minutes!

www.daesangfnf.com

Daesang FNF Kimchi



Eunkyung Woo | ekwoo@daesang.com
82-2-3290-8841

www.mhrg.kr

Manuka and Ginseng Manuka Honey & Red Ginseng Stick



Angela Lee | angela@mhrg.kr
82-2-577-3389

www.chois1.com

Choi's 1 Seaweed Snack



Butler Oh | butler.oh@gmail.com
1-347-556-3113

A true "Super Food" from the Sea!
5 Flavors (Original / Natural / Teriyaki /
Hot & Spicy / Wasabi)

www.bcsroyal.com

bcs International Seaweed Brittle



Susan Kim | skim@bcsroyal.com
1-718-392-3355

The healthy alternative to chips!
4 Flavors (Sesame Seed & Sea Salt /
Crushed Almond / Sesame Seed &
Hot & Spicy / Wasabi & Sea Salt)

www.gitdeum.com

Gitdeum Seaweed Crunch



Tae-sung Yang | tsyang@gitdeum.com
82-63-715-1900

Seaweed Crunch is Kimbugak
(Korean traditional snack) made
with seaweed and rice flour.

- Gluten-free
- No synthetic coloring
- No artificial flavoring



Ministry of Agriculture,
Food and Rural Affairs

atCenter New York

Korea Agro-Trade Center, New York
111 Great Neck Road, Suite 503, Great Neck, NY 11021
mkim@at.or.kr | Tel: 516-829-1633

CHAPTER NEWS

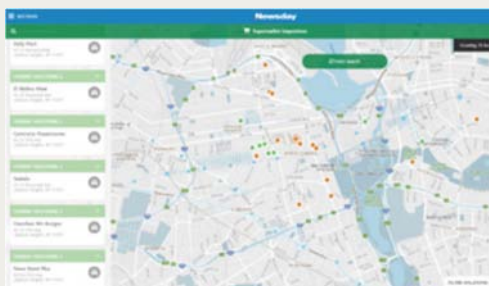
뉴욕 한인 식품협회

수퍼마켓·델리 업소 위생상태 온라인으로 확인
뉴욕주 내의 수퍼마켓·델리의 위생상태를 온라인으로도 편리하게 확인할 수 있다.

현재 뉴욕주 농무국은 온라인(<https://data.ny.gov/Economic-Development/Retail-Food-Store-Inspections-Current-Critical-Violations/3h7r>)을 통해 각 지역 수퍼마켓의 위생점검 현황 자료를 제공하고 있다.

카운티나 보로명을 입력하면 해당 지역에 있는 업소명과 소유주, 주소 그리고 위생검사일과 위반사항에 대한 자세한 정보가 지 확인할 수 있다. 조회된 정보는 엑셀 등 파일로도 별도 저장할 수 있다.

지역신문인 뉴스데이 역시 주 농무국의 위생검사 자료를 토대로 뉴욕시와 롱아일랜드 내 수퍼마켓·델리·그로서리·편의점의 위생 상태를 한눈에 확인할 수 있는 지도 '인터랙티브 맵'(<http://data.newsday.com/maps/business/supermarket-inspections/>)을 출시했다고 지난 11일 밝혔다. 이 맵에 우편번호나 상호를 입력하면, 해당 지역에서 위생 규정을 위반한 업소가 적발된 항목 수에 따라 그린·오렌지·레드 3가지 색상으로 분류돼 표



시된다. 위반사항이 1~9건일 경우는 그린, 10~19건은 오렌지, 20~30건은

레드의 마름모로 나타난다. 각 마름모를 클릭하면 지도 왼쪽에 업소 정보와 검사일, 위반 항목 정보가 제공된다. 주 농무국의 위생검사 자료가 업데이트될 때마다 맵에도 정기적으로 관련 내용이 추가될 예정이다.

두 자료를 바탕으로 올 상반기 뉴욕 수퍼마켓을 대상으로 실시한 위생검사 결과를 조회한 결과, 한인 마트를 비롯한 상당수 업소가 적게는 1건부터 많게는 24건까지 위생 규정을 위반한 것으로 나타났다. 일부 업소는 '식품이 심하게 오염돼 병을 유발할 정도'의 심각한 수준으로 위생 규정을 위반한 것으로 드러났다.

한인 밀집 지역인 플러싱·베이사이드·리틀넥 등 퀸즈에서는 220여 곳의 업소에서 총 1554건의 위반 항목이 적발됐으며 브루클린 390여 업소에도 4415건이 적발됐다. 맨해튼의 경우 상대적으로 적은 7개 업소에서 72건의 위반 항목을 기록했다. 적발 업소는 '키푸드' '어소시에이트' '라이트에이드' 'CVS' '듀안리드' 등 한인들에게도 이름이 알려진 업소들도 포함됐다.

이들 업소는 대부분 조리도구 청결도와 해충 서식 여부, 식품 보관 규정 준수 여부 등 음식물 안전과 직접적으로 연관되는 위생 규정을 위반한 것으로 나타났다.

적발된 항목들을 살펴보면 ▶조리 기구나 설비의 청결·소독 여부 ▶음식 보관 적정 온도 유지 ▶식기·저장용기에 바퀴벌레 등 해충 또는 해충의 배설물 오염 여부 ▶쥐 등에 의한 식품 훼손 여부 ▶종업원 청결 여부 ▶손 씻는 곳에 페이퍼타월이나 비누의 준비 여부 ▶화장실 환기시설 설치 및 청결도 여부 등이다.

한편 뉴욕시 보건국은 시 정부에 식당으로 등록된 업소에 한해서만 위생검사와 각종 규정 위반 단속을 실시하고 있으며 주 농무국에서는 수퍼마켓으로 등록된 업소들의 위생검사를 실시하고 있다.

● 뉴욕한인식품협회 -크림 오 랜드'공동구매 계약



뉴욕한인식품협회(회장 박광민)가 유제품 업체인 '크림 오 랜드(Cream-O-Land)'와 공동 구매를 위해 손을 잡았다.

협회에 따르면 약 3개월에 이르는 협상 끝에 크림 오 랜드사와 공동구매에 합의, 22일 어번데일 협회 사무실에서 공동구매 계약을 맺었다. 박광민 회장은 “좋은 가격, 좋은 서비스는 물론, 공동구매에 참여하는 회원들에게 실질적 이득을 가져다 줄 것”이라며 “또한 협회가 매년 진행하고 있는 장학프로그램을 지원해, 장학생 수를 확대할수 있도록 크림 오 랜드에서 돕기로 약속했다”고 말했다.

이어 “공동구매에는 누구든지 참여할 수 있다”며 “참여하는 업소가 증가할수록 더 많은 혜택이 한인 업소들에 돌아갈수 있도록 항상 노력할 것”이라고 덧붙였다.

문의: 718-353-0111 nykagro@yahoo.com

필라델피아 한인 식품협회

● “겉핥하면 영업 정지, 일선 상인들은 서럽다...

필라시 식품검열 갈수록 엄격해져—한인 업소들 영업정지, 재판 회부 “다반사” 필라 한인식품인 협회 9월20일 세미나 -- “모두 와서 듣고 대책 마련 하세요”



무더위가 기승을 부리는 가운데 필라델피아 시 당국의 위생 검열이 대폭 강화돼 식품업 종사자들의 불

안과 우려가 높아지고 있다. 필라델피아 한인 식품인 협회에 따르면 최근 한 달 사이에 20여 명의 회원들이 정기 위생 검사, 또는 불시 위생 검사에 불합격해 재판에 회부되거나 일정 기간 동안 영업을 정지 당하는 등 강한 제재를 당해 생업에 큰 지장을 받고 있다는 것이다. 더구나 이러한 현상이 일시적인 단속이 아니고 필라시 위생 당국이 앞으로 위생 검열의 강도를 계속 높여간다는 방침을 반영하는 것으로 분석돼 식품업 종사자들의 우려가 더욱 높아지고 있다.

이승수 필라델피아 한인식품인협회장은 “최근 회원들로부터 영업 정지를 당했다는 신고가 이어지고 있다”며 “하루에 3건의 신고가 접수된 적도 있다”고 밝혀 사태의 심각성을 입증했다.

이승수 회장은 “필라시 위생국의 위생 검열 강도가 높아지는 것이 어제 오늘의 일이 아니지만 최근에는 규정을 적용하면서 관용이 배제된 원칙대로의 검열을 시행하기 때문에 지적 사항이 많아지고 불합격도 증가하고 있다”고 밝히고 특히 새로 임명된 신참 인스펙터가 많아 원리원칙대로 검열을 실시해 불합격자가 더 많다고 분석했다.

필라델피아 한인 식품인 협회는 “식품위생 검열에 불합격하면 정신적 물질적 피해가 크기 때문에 한 번에 통과해야 한다”고 평소의 준비를 강조했다.

지난 해 위생 검열에 불합격해 1주일 동안 영업 정지를 당했던 A씨는 “영업 정지가 해제된 후 손님 수가 1/3로 줄었다”고 밝히고 1년 가까운 시간을 노력했지만 아직 원상태로 돌아오지 못하고 있다며 조만간 폐업 여부를 결정할 생각이라고 덧붙였다. 지난 달 위생 검열에 불합격해 며칠 동안 영업 정지를 당한 B씨는 지적 사항을 개선하는데 들어간 비용도 적지 않지만 앞날에 대한 두려움 때문에 마음 고생이 너무 심했다며 “위생 검열은 평소에 철저히 준비해 한 번에 통과해야 한다”고 당부했다.

이승수 회장은 “식품인협회 차원에서 대책을 마련하고 있다”고 덧붙이고 최우선적으로 회원들에게 이러한 현상을 공지

하고 대책을 숙지시키는 방안의 하나로 오는 9월20일 브라이언 손 필라시 위생국 수퍼바이저를 초청해 세미나를 갖기로 했다고 밝혔다.

필라델피아 한인식품인 협회 관계자들은 이번 세미나는 ▲위생 검열에서 강조하는 부분과 반드시 지켜야 하는 사항들 ▲위생 검열에서 실패할 경우 재검열, 재판 회부 등의 절차와 비용 등을 자세히 안내해 회원들이 신속하고 정확하게 대처하는 능력을 높이고 한 번에 위생 검열에 통과할 수 있는 능력을 높이는데 초점을 맞춘다고 밝혔다.

버지니아 한인 식품협회

● 북버지니아 아마존 쇼핑시 2시간 이내로 배달



일부 북버지니아 주민들이 아마존으로 쇼핑시 2시간 내로 물건을 받을 수 있게 됐다.

세계 최대 온라인 마켓 아마존은 18일부터 북버지니아 지역에 프라임 나우 서비스(Prime now service)를 실시한다고 밝혔다. 해당하는 지역은 알렉산드리아, 스프링필드, 알링턴 지역이다.

프라임 나우 서비스를 통해 아침부터 늦은 밤까지 365일 25개의 카테고리의 25,000여개의 물건들을 쇼핑하고 바로 받아볼 수 있게 된다. 뿐만 아니라 배달음식과, 식료품도 가능하다. 등록된 지역 상점이나 식당의 물건을 카트에 담은 뒤 결제하면 2시간 내로 받을 수 있다. 음식의 경우 1시간 이내로 배송된다.

이 서비스는 아마존 프라임 멤버에게만 제공되는 서비스로 한 달 10.99달러 수수료가 부과된다. 멤버로 등록 시에는 무료 배송, 영화 혹은 TV VOD 제공, 뮤직 스트림 등 다양한 혜택 또한 제공된다. 첫 달 이용은 무료다.

아마존 대변인 아만다 아이피는 북버지니아부터 시작해 오는 10월경부터는 워싱턴DC 지역에도 서비스를 확대할 방침이라고 발표했다.

볼티모어 한인 식품협회

● 볼티모어 최저임금 15달러 인상 추진

2020년까지 최저임금을 시간당 15달러로 올리는 인상안이 볼티모어시의회 노동위원회를 만장일치로 통과했다. 28일 노동위의 승인을 얻은 인상안은 다음달 시의회 본회의의 표결만을 남기게 됐다.

시의회는 최근 인상안을 놓고 격론을 벌이고 있다. 인상안을 두고 15인으로 구성된 시의회는 양분된 상태다. 시의원들은 모두 민주당 소속이지만, 절반의 의원들은 다른 대도시와 달리 볼티모어에서는 15달러 최저임금 인상안이 영세한 비즈니스 업주들에게 큰 손해를 안길 수 있다고 반대 의견을 펼치고 있다. 이 중 시의회 의장인 버나드 C. 영 의원은 15달러 인상안이 현실적인 액수로 수정돼야 한다고 밝힌 바 있다.

영 의장은 메릴랜드 주의 시간당 최저 임금이 2018년 10.10달러라는 점을 들어 볼티모어의 경우 11.50달러가 적당하다는 의견을 제시했다. 이와 함께 볼티모어시가 15달러로 최저임금을 인상하면 주 전체로 임금 인상 파급 효과가 미친다고 강조했다. 영 의장 의원실이 밝힌 분석자료에 따르면 15달러 최저임금 인상안



이 시행될 경우 2023년까지 볼티모어 시내 업주들은 약 1억 4500만달러의 추가임금을 노동자들에게 지불해야 한다. 한편 스테파니 롤링스-블레이크 시장은 최저임금 법안이 시의회를 통과하면 무조건 서명하겠다는 입장이다. 노동계는 민주당 전 당대회를 통해 당의 공식입장으로 채택된 최저임금 15달러 인상안이 민주당이 장악한 볼티모어에서 문제된다는 점을 이해할 수 없다는 견해다. 시장은 최저임금 인상을 통한 영세주민들의 소득증가만이 열악한 볼티모어 지역사회를 정상화 시킬 것으로 전망하고 있다.

30여개 노동자 대표 단체는 28일 시의회 앞에서 최저임금 인상안을 위한 시위를 벌이며 의회를 압박했다.

LA 한인 식품협회

LA한인타운 '오픈 키친' 업소 인기

LA한인타운에 '오픈 키친' 업소가 늘고 있다. 최근 들어 한인 식당들이 위생문제가 논란이 되는 가운데 고객에게 키친을 개방함으로써 신뢰를 줄 수 있다는 이유도 크다.

오픈 키친은 말 그대로 음식을 만드는 주방을 고객들이 볼 수 있도록 전부 개방해 놓은 것이다.

한인업소의 경우 교동짬뽕 마당점 오이스터바 호스스 마우스 홍콩반점 설빈 가주마켓.한남체인 반찬부 등이 대표적이다.



이들 업체들은 음식을 조리하는 공간을 전면 배치하고 세척하는 곳을 후면에 배치해 고객들이 주방을 한 눈에 볼 수 있도록 했다.

업계 한 관계자는 "예전 같으면 음식 레시피 비법을 지킨다는 이유로 주방 공개를 꺼렸지만 최근에는 오픈

키친을 도입하는 매장이 점차 늘고 있다"고 밝혔다.

고객 눈앞에서 음식을 만들기 때문에 주방의 위생상태가 어떤지 어떤 재료가 들어가는지 재료의 신선도 등을 확인할 수 있기 때문에 그만큼 신뢰도 얻을 수 있다.

교동짬뽕 마당점의 티파니 정 대표는 "주방을 공개하다 보니 항상 깨끗하고 깔끔하게 정리정돈해야 해놓는다. 아무래도 조리사의 복장 상태 식기 위생 등에도 더 신경을 쓰게 된다. 이는 음식의 맛과 품질 향상에도 연결된다"며 "또 인스펙션 때만 '눈 가리고 아웅' 식의 점검이 아니라 항상 관리를 철저히 하기 때문에 업주 입장에서도 비즈니스 운영이 오히려 편하다"고 설명했다. 음식에 시각적인 재미를 더하는 장점도 있다.

정 대표는 "중화요리 특성상 불을 많이 다루기 때문에 요리하는 과정이 화려하다. 그 자체를 보여주는 것만으로도 볼거리를 제공해 외식업계 키워드로 떠오르고 있는 '펀(Fun)' 요소와도 적합하다"고 전했다.

가주마켓 김치와 반찬 제작 섹션을 고객이 모두 볼 수 있는 오픈 공간으로 바꾼 후 소비자의 반응이 좋아졌다.

가주마켓 윤윤아 총괄매니저는 "기존 생선부 외에 김치 등의 반찬 제조파트도 오픈 공간으로 하다 보니 고객들에게 신선하고 맛있다는 느낌을 주는 것 같아 오픈 키친 시스템을 적극 활용하고 있다"고 밝혔다.

식당을 찾은 김선민씨는 "한인식당의 위생 불량 뉴스가 접할 때마다 소비자 입장에서는 너무 찜찜하다. 앞으로 주방을 눈으로 직접 확인할 수 있는 트렌드를 반영한 식당이 늘어나길 기대한다"고 전했다.

샌프란시스코보건국 위생상태불량 식당명단 공개

최근 샌프란시스코 크로니클이 알라메다 카운티 보건국이 위생 상태 불량으로 영업정지 처분을 내린 식당들을 공개한데 이어 샌프란시스코에서 위생 상태가 좋지 않은 33곳의 음식점 리스트도 공개했다.



이번 조사는 샌프란시스코 위생보건국이 지난해 2월부터 지난 3월까지 약 13개월여간 조사한 것을 종합한 것으로 위생 상태 만점을 100점 기준으로 적용해 90점은 '위생 상태 좋음', 80점은 '적당함', 70점 이하

는 '열악함'으로 평가했다. 이번 조사로 샌프란시스코에서 위생상태가 '열악'한 곳으로 조사된 곳은 모두 33곳으로 이 기간 위생상태 점검에서 수차례 적발됐고, 식중독을 유발할 수 있을 정도로 위생상태와 음식 보관상태 등이 나쁜 것으로 나타났다. 다행히 한식당은 포함되지 않은 것으로 알려졌다.

이번 조사에서 위생상태가 좋지 않은 것으로 조사된 식당은 THEM KY(717 Ellis St.), L&G Vietnamese Sandwich(602 Eddy St.), Lee's Sandwiches(625 Larkin St.) 등으로 오염 및 불량한 음식상태로 지적을 받았으며, Harvest Urban Market(191 8th St.) Quan Pho Viet(1031 Ocean Ave.), King Lee's Restaurant(1426 A Fillmore St.)은 부적절한 냉동 상태로 70점 이하의 점수를 받았다. 또한, Ananda Fuara(1298 Market St.) Ginto Izakaya Japonaise (658 Market St.) Tea Papa(560 Balboa St.) Sichuan Table (4401 Balboa St.) 등 외 3곳은 청결 상태와 비위생적인 음식 조리로 역시 70점 이하의 점수를 받았다.

Mangosteen(601 Larkin St.)외 4곳은 해충 감염 위험, Gourmet Noodle House (3751 Geary Blvd.)외 2곳은 오염 위험이 있는 음식 상태, Mi Tierra Market (2023 Mission St.) 외 2곳은 부적절한 음식 보관 상태 및 온도 Hong Kong Lounge (5322 Geary Blvd.)외 3곳은 직원 청결 상태 및 조리 기구 청결 상태로 70점 이하의 점수를 받았다.

그 외, King of Thai Noodle House(184 O'Farrell St.)와 Ma's

Dim Sum & Cafe(1315 Powell St.) KENNY'S(518 South Van Ness Ave.) Kitchen Story (3499 16th St.) Rock Japanese Cuisine(614 Pine St.) 등도 위생상태가 불량한 것으로 나타났다. 보건국 관계자는 "최근 베이지역에 더위가 기승을 부리고 있어 위생관리에 각별한 주의를 기울여야 한다"고 조언했다. 이 관계자는 "여름철에는 더운 날씨로 음식이 상하기 쉽고, 세균 증식도 이 빨라져 식중독을 유발 할 수 있기 때문에 음식보관, 조리기구 청결 상태, 요리사와 주방의 위생상태가 항상 깨끗이 유지돼야 한다"고 덧붙였다.

한편, 한국에서도 휴가철을 앞두고 식품의약품안전처는 지방자치단체와 합동으로 지난달 13일부터 지난 8일까지 피서지 음식점등 1만434곳을 점검하고 식품위생법 위반 업소 331곳을 적발됐다.

● LA카운티 판매세 0.5센트(0.5%) 인상 방안 추진

카운티 슈퍼바이저 위원회는 교통국(MTA) 이사회가 제안한 교통기금 마련을 위한 판매세 인상안을 오는 11월 8일 선거에 발의안으로 상정하는 안을 지난 2일 만장일치로 승인했다.

이 발의안은 교통시스템 개선에 필요한 자원 마련을 위해 판매세를 현행 9%에서 9.5%로 0.5%포인트 올리는 것을 골자로 하고 있다. 또 2008년 주민투표로 통과된 교통기금 발의안(Measure R2)을 통해 인상된 기존의 0.5센트 적용 기한을 연장하도록 하고 있다. 이 안은 11월 선거에서 찬성표가 3분의 2를 넘어야 통과된다. MTA는 이 발의안이 통과되면 앞으로 40년 동안 1200억 달러의 세수를 확보할 수 있을 것으로



기대하고 있다. 세수로 조성된 기금을 카운티 내 프리웨이 및 도로 확장 프로젝트, 메트로 등 대중교통 확충 등에 투입해 교통시스템을 개선한다는 방침이다. 카운티 정부는 이에 앞서 공원 운영관리 및 조성에 필요한 자원 마련을 위해 토지세를 건물 면적 1스퀘어피트당 1.5센트 부과하도록 한 발의안을 11월 선거에서 주민투표에 부치기로 했다. 11월 선거에 세금 관련 발의안 상정이 물리자 노숙자 문제 해결에 필요한 자원 마련을 위한 마리화나 판매세를 주민투표에 부치기로 승인했다가 철회하기도 했다. 대신 노숙자 기금 마련을 위해 다른 세금 부과안을 검토하고 있다.

LA한인타운 크레딧 카드 사용 수수료 인상에 고객 불만 고조



식당 · 리커스토어 · 마켓 등 소매점들의 크레딧카드 결제 수수료 부담이 높아지면서 고객에게 카드 수수료를 매기

거나 일정 액수 미만에 대해서는 카드를 받지않는 사례가 증가하고 있어, 소비자들의 불만이 커지고 있다.

LA한인타운 외곽의 한 마켓 업주는 얼마 전부터 고객들에게 카드 수수료로 50센트를 책정했다. 금액에 상관없이 무조건 50센트다. 고객이 크레딧카드로 6.50달러 짜리 담배 한 갑을 사려면 수수료 50센트가 붙어 7달러를 내야 하는 것이다.

사우스LA 지역에서 리커스토어를 운영하는 한 한인업주도 최근 기존에 없던 결제기준을 하나 만들었다. 15달러 미만 카드 결제시 50센트의 수수료를 받는다는 것이다. 이 지역의 한 리커스토어는 카드결제 수수료로 1달러를 부과하고 있으며, 어떤 리커스토어는 일정 액수 미만은 아예 카드결제를 허용하지 않는다. 지난 22일 LA한인타운의 한 설렁탕집을 찾았다는

한인은 "카드로 결제하니 원래 가격에 50센트를 더하길래 물어보니 '카드로 결제하면 수수료를 매긴다'고 답하더라"며 "사전 설명도 없이 수수료를 더해 바가지 쓴 기분"이라고 불평을 털어냈다. 이처럼 소매점들이 고객 수수료 정책을 강화하는 가장 큰 이유 가운데 하나는 은행과 카드사의 소매점을 대상으로 한 수수료 인상 때문이다. 소매점 업주들은 보통 고객이 카드를 결제할 때마다 은행 · 비자 혹은 마스터 등 카드사 · 카드 프로세싱 업체에 수수료를 낸다. 건당 계산된다. 이 가운데 은행 쪽에 내는 수수료가 거의 대부분이다.

카드 프로세싱 업체에 따르면 고객이 리워드 혜택이 있는 신용카드를 식당에서 결제를 할 경우 업주는 보통 결제금액의 1.95%에 건당 수수료 10센트를 더한 액수를 은행 수수료로 낸다. 리커스토어 등 다른 소매점의 경우 수수료는 1.65%에 10센트다. 리워드 데빗 카드는 식당이든 소매점이든 업주가 일반적으로 결제금액의 0.05%에 22센트를 은행 수수료로 낸다.

결국 15달러 미만의 제품을 팔 경우 업주 입장에서 보통 3% 이상이 수수료로 지불하는 것이 된다.

한 카드 프로세싱 업체 관계자는 "매년 4월과 10월, 1년에 두 번 은행과 카드사에서 상인들을 대상으로 수수료를 조금씩 조정한다. 하지만 전반적으로 오르는 추세"라며 "심지어 15달러 미만으로 결제할 때 은행 수수료 부분만 4%가 넘는 경우도 있다. 업주의 경제적 부담이 점점 늘어나고 있다"고 설명했다.

뿐만 아니라, 카드 결제 비율이 늘어나는 것도 업주의 부담으로 작용할 수 있다. 업주들에 따르면 최근 수년 사이 현금보다는 크레딧카드나 데빗카드 결제이 꾸준히 늘고 있다. 매상이 같다고 하더라도 은행이나 카드사에 지불해야 할 수수료 부담은 높아진 것이다. 특히 요즘은 금융기관들의 카드 리워드 프로그램이 활발해 이를 이용하려는 이들이 점점 더 늘어나고 있다. 한 리커 업주는 "7년 전만 해도 거의 모든 결제가 현금으로 이뤄졌다. 하지만, 지금은 카드와 현금 결제 비율이 3대7"이라며 "고객의 카드 결제가 늘어날수록 수수료는 늘고 결국 업주

의 경제적 부담은 커질 수밖에 없다"고 설명했다.

수수로 인상에 고객의 불만은 점점 더 커지고 있다. 업주들이 부담해야 할 것을 '왜 고객들에게 전가하느냐'는 불평이다.

● 남가주식품협회 'ABC 주류 판매 세미나' 개최

▶ 'ABC 주류 판매 세미나' 주요내용

19일 LA 한인타운 올림픽 경찰서에서 LA 경찰국(LAPD) 과 가주한미식품상협회(KAGRO)가 공동으로 실시한 'ABC 주류 판매 세미나'에서는 한인업주들의 주요 단속사항과 주의해야 할 점이 자세히 소개됐다. LAPD에 따르면 주류 판매 단속은 LA시 21개 관할 지역에서 매달 한 번씩 실시된다. 주류통제국(ABC)에서 직접 하거나 LAPD 본부와 지역경찰에서 실시하는데, 리커스토어뿐 아니라 주류를 취급, 판매하는 식당과 수퍼마켓도 단속 대상이다. 이날 세미나 내용을 정리한다

■ 미성년자 주류판매 단속

18~19세의 미성년자가 투입되는 '함정수사'(minor decoy)는 직접 술 구입을 시도하게 하거나, 업소 내 성인에게 술 구입을 부탁하는 '술더 탭'으로 실시한다. 함정단속에 적발되면 술 판매자에게는 최소 1,500달러의 벌금과 코트비용이 부과되고, 사회봉사 24시간이 주어지며 전과기록에도 오를 수 있다. 해당 업주는 3,000달러의 벌금에 15일 영업정지를 받게 된다. 가르시아 사전트는 "LA시에서 함정단속 패스율은 88%로 비교적 높은 편이다. 앞으로 90% 이상으로 늘리는 것이 목표"라며 "간혹 에너지 드링크와 유사한 패키지의 맥주를 잘못 판매하는 경우가 있는데, 이 점도 유의해야 한다"고 말했다.

■ 담배판매도 함정단속 실시

지난 6월9일부터 바뀐 담배판매 규정은 오는 2017년 1월 1일부터 본격적인 단속이 시작된다. LAPD는 본격 단속과 함께 담배판매에도 미성년자 함정단속반을 투입한다고 밝혔다.

새 규정에 따르면 21세 이상만 담배를 구입할 수 있고, 군인의 경우 군인 신분증 지참 때 18세 이상도 구입할 수 있다. 12



월31일까지는 적발 때 경고 티켓만 발부하는 계몽단계이지만 이후부터는 수백달러의 벌금이 부과된다. 21세 이상 담배판매 금지를 알리는 새 사인은 KAGRO를 통해 받을 수 있다.

■ ID 검사

ID 검사 때에는 반드시 ▲정부기관 발행여부 ▲이름 ▲사진 ▲생년월일 ▲유효날짜를 확인해야 하는데, 특히 만료된 ID의 경우 형제자매의 신분증을 빌렸을 수 있기 때문에 주의해야 한다. 가르시아 사전트는 "타주 발급 면허증은 익숙하지 않기 때문에 특히 위조여부를 잘 판단해야 한다"며 "최근에는 스마트폰 속 신분증 사진을 보여주는 경우나 페이스북 등 SNS 페이지를 통해 나이를 증명하려는 경우가 있는데 이 모두 효력이 없다"고 설명했다.

■ 그 밖의 단속규정

취객에게는 술 판매가 금지돼 있다. 처음 적발 때 판매자에게는 500달러의 벌금, 업주는 2~3주 가량의 영업정지 처분이 내려진다. 식당이 아닌 리커스토어 등 'off-sale' 업소의 경우 매장 내부나 파킹랏에서 술을 마시는 것이 금지된다. 또한 주류판매 장소에서는 ABC 단속반과 LAPD는 사업장 어디든 검사할 수 있으며 불응 때 벌금 부과 또는 5일간 술 판매정지 처분을 받게 된다.

● LA 보건국 위생검열 강화로 "LA 요식업계 비상"

요식업계에 비상이 걸렸다. LA보건국이 위생검열을 강화하고 나서 면서다. 이달 초 보건국이 대대적인 단속을 진행하면서 LA한인타운의 한인업체들 역시 무더기로 적발됐다.

이번 위생검열을 겪은 한인 업주들은 "보건국 단속이 더 깐 간해졌다"고 입을 모았다.

8가에서 식당을 운영하는 업주 J씨는 "20년 넘게 요식업 쪽으로 비즈니스를 하고 있는데 이번처럼 심하게 단속한 것은 처음"이라며 "아예 무릎 보호대를 차고 기어다니면서 구석구석을 확인했다"고 전했다. 검사시간도 길어졌다. J씨는 "200스퀘어 피트의 작은 주방을 가지고 있는데 이 작은 주방을 7~8바퀴를 돌며 체크했다. 평소보다 2~3배는 더 시간이 걸린 것 같다"고 말했다. 6가길에서 한식당을 운영하는 L씨 역시 "보건국이 이번에는 지나칠 정도였다. 벽이나 다른 업체에서 넘어오는 바퀴벌레를 차단하기 위해 틈새를 막아놓은 실리콘까지 떼어내면서 검사를 했다"고 토로했다. 검열과정이 간간해지면서 영업정지기간도 길어졌다. 과거 1~3일 정도였던 영업정지 기간이 재검을 통과 못 하면서 상당수의 업체가 4~6일까지 길어졌다.

한 업주는 "약도 치고 균열이 생긴 드라이월도 메웠지만 통과하지 못했다. 재검할 때는 첫 번째 단속 때보다 어머어마할 만큼 더 간간하게 본다"며 "재검에 통과하지 못하면서 5일간이나 영업을 하지 못했다"고 토로했다.

6가에 위치한 또 다른 식당의 관계자 K씨는 "재검을 통과 못 하면서 4일간이나 문을 닫았다"며 "지금은 일주일에 한 번씩 전문 업체를 불러 약을 치고 있을 만큼 위생에 만전을 기하고 있다"고 말했다. 업주들에 따르면 보건국 관계자는 "우리(보건국)는 완전히 충원됐다"며 "예전에는 한 식당마다 1년에 한두 번 정도 검열을 하는데 그쳤다면 앞으로는 두 달에 한번 꼴로 단속에 나서겠다"고 밝힌 것으로 알려졌다. 실제 올림픽가의 한 식당은 채 한 달도 되기 전에 또 검열이 나왔다.

노후한 건물에 입주해 있는 요식업체들은 강화된 검열로 더 애를 먹고 있는 것으로 나타났다.

이달 초 검열에서 여러 개의 업소가 한번에 걸린 6가와 알렉산드리아 쇼핑몰에 있는 한 업주는 "노후한 건물에서는 주의를 해도 바퀴를 박멸하기가 쉽지가 않다"며 "아무리 메워도 틈새가

있을 수 있기 때문에 한 업소만 잘한다고 될 일이 아니다. 같은 건물에 입주해 있는 업주들과 건물주가 공동으로 대응해야 한다"고 말했다. 이 쇼핑몰 측의 관계자는 "관리 차원에서 정기적으로 외부와 지붕에는 방역을 실시하고 있지만 내부 관리는 우리 측에서도 어찌할 도리가 없다. 개개업주가 함께 신경을 더 써주는 수밖에 없다"고 말했다.

시애틀 한인 식품협회

워싱턴주 한인그로서리 협회 야유회



워싱턴주 한인그로서리 협회(회장 김종찬)는 지난 16일 회원 가족들 간 의 즐거운 야유회를 보니레이크의 스위스 스포츠맨 팍에서 개최했다. 이날 오전 11시부터 열린 야유회에는 어린이들 포함 회원 가족들과 임원, 이사진 그리고 전직 회장단, 벤더 등 350여명이 참가했다. 이날 야유회에서 참가자들은 배구, 팔씨름, 족구, 줄다리기, 빈백 던지기, 물놀이, 보물찾기 등 여러 즐거운 게임으로 재미있는 시간을 가졌다. 또 갈비, 돼지불고기, 김치, 햄버거, 핫도그 등 푸짐한 점심 식사도 함께 나누고 대형 평면 TV 등 푸짐한 선물의 경품추첨 등으로 회원들끼리 단합과 화합을 다졌다. 워싱턴주 한인 그로서리협회는 지난 5월 26일에는 장학기금 마련을 위한 골프대회를 벨뷰 소재 뉴캐슬 골프장에서 개최했다. 워싱턴주 한인 그로서리협회(KAGRO)는 한인 그로서리 회원들의 권익을 위해 1986년 설립되었으며 매년 장학기금 마련 골프대회와 트레이드 쇼, 간담회 등을 개최해 만불씩 장학금을 전달하고 있다.

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 여러분의 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



KAGRO INTERNATIONAL

국제 한인 식품 주류상 총연합회

International Korean Grocers and Licensed Beverage Association

361- 3rd Avenue, New York, NY 10016 (TEL)1-646-670-6631 (FAX) 1-212-532-0314

55차 제주 총회 “전 세계 한인 상인들이 주목한다”

허성칠 회장 “한국 식품업체의 미국 진출” 세미나 주제 발표



9월27일부터 대한민국 제주도에서 열리는 제55차 국제 한인식품주류상 총연합회 총회는 한국 중소 식품업체와 각국 한인 식품업체의 미국 진출 안내 한마당이 될 것으로 보인다.

국제 한인식품 주류상 총연합회 총회와 같은 기간에 열리는 세계 한인상인 대회의 운영위원이기도 한 허성칠 회장은 총회 기간의 일정 가운데 한국과 세계 각국에서 참석하는 식품인들을 대상으로 “미국 시장 이렇게 공략하라”를 주제로 세미나를 갖는다.

제주 한상대회에 참여하는 전 세계 한인 상인들을 대상으로 실시하는 이번 세미나는 “잘 아는 것 같지만 잘 알지 못하는 미국 시장”에 대해 오랜 기간 현지에서 사업을 하며 ▶현지 소비자들과 중대형 제조업체, 유통업체, 미디어, 사회 단체, 유관 기관 등을 접하며 쌓은 노하우와 ▶한국인들의 시각에서 보는 미국 시장과 현지인들이 바라보는 마켓의 차이 등을 주 내용으로 생생한 정보와 경험을 전달하는 산 교육장이 될 것으로 예상된다.

특히 밖에서 보는 미국 시장과 안에서 보는 미국시장 ▶미국인들이 선호하는 한국 식품과 한국 식품의 미국화 ▶한국 기업과 동포 기업의 만남 등 다양한 주제를 소화할 것으로 보여 기대가 커지고 있다.

허성칠 회장은 이번 세미나가 “국제 식품주류상 총연합회가 매년 한상 대회 때마다 강연과 일대일 상담 등을 통해 미국 시장 진출에 대해 많은 안내를 했지만 올 해는 실무적인 안목과 판단력을 기르는데 일조하는 생생한 교육성 안내가 될 것”이라며 “짧은 강의 시간에 더 많은 것을 소화할 수 있도록 다방면으로 준비 중”이라고 의욕을 보였다.

허성칠 회장이 이끄는 세미나는 9월 28일 오후 3시부터 시작된다.

국제 한인식품주류상 총연합회 전남 완도군과 MOU 체결한다

청정 바다 수도 완도, 국제 해조류 박람회 지원 등 교류 강화키로

국제 한인식품주류상 총연합회는 55차 제주 총회 후 대한민국 전남 완도군과 MOU를 체결하고 상호 협력을 공고히 하기로 했다. 지난 수 년 동안 총연과 다방면에서 협력 체제를 유지해 온 전라남도 완도군이 올해 완도국제 해조류 박람회를 여는 것을 계기로 두 단체간의 협력을 더욱 공고히 하고 실질적인 협력의 효율성을 높이기 위해 정식으로 MOU를 체결하기로 한 것이다.

이번 MOU 체결은 지난 수 년 동안 신우철 완도 군수와 허성철 총연 회장이 상호발전을 위한 실질적 교류 강화를 모색한 결과 총연의 모국 산업 미국 시장 진출 안내와 완도군의 국제화가 맞아 떨어져 성사된 것이다.

특히 완도군이 올 해 “2017 국제 해조류 박람회”를 통해 단순한 해양 산업 활성화가 아니라 세계 제일의 청정 바다를 바탕으로 해양산업의 새로운 지평을 여는 역사적 사업에 총연이 해외 단체를 대표해 참여하고 협력하는 모델이 될 것으로 보여 완도군과 총연이 윈윈하는 좋은 사례로 남을 것으로 기대되고 있다. 완도군의 국제 해조류 박람회는 인근 지자체들이 개최지와 협력을 선언하는 등 서남해안권 발전을 선도하는 좋은 모델로 꼽히고 있다. 지난 해에는 목포 해남 영암 무안 진도 신안 완도 등 7개 시장군수들이 서남해안권 행정협의회 임시 회의를 열어 2017완도 국제해조류 박람회 개최 지지 공동 선언문을 채택해 전국적인 주목을 받기도 했다. 신우철 완도 군수는 2017 완도 국제 해조류박람회가 “해조류에 대한 올바른 이해를 통해 미래 해양 헬스케어로서 중요성을 알리고 한국의 해조류가 우수하다는 것을 대내외적으로 널리 알려 해조류 세계시장 주도권을 선점하는 계기를 마련할 것”이라고 포부를 밝히기도 했다. 허성철 국제 한인 식품주류상 총연합회 회장은 “완도군과의 MOU 체결을 통해 한국 지자체 발전에 총연이 기여할 수 있는 방안이 무궁무진하다는 점을 재확인 할 수 있다”며 작은 시작을 계기로 두 단체가 더욱 발전할 수 있도록 교류를 강화하고 협력을 다방면으로 늘리는 한편 미국 내 다른 한인 단체와의 교류도 알선해 명실공히 지구촌 한인 경제발전의 견인차 역할을 하겠다고 덧붙였다.



건강해(海)요, 깨끗해(海)요 대한민국 청정바다 수도 완도!



전국 최초 「대한민국 청정바다 수도 완도!」 선포식을 통해 해양관광 완도 이미지 제고하며 「바다지킴이 365 기동대 운영」 등 민간단체 중심의 바다 가꾸기 운동으로 건강의 섬 완도를 실현한다.

대한민국 청정바다 수도 왜 완도 인가?

완도군은 265개의 크고 작은 섬들이 군도로 이루어져, 리아스식 해안으로 갯벌과 해조류가 숲을 이루고, 바다밑에는 맥반석과 초석이 깔려 있어 자체 영양염류가 풍부하여 우리나라에서 가장 다양한 2,200여종의 바다생물이 서식하고 있다.

이러한 지형적 여건이 청정한 바다를 유지할 뿐 아니라 완도에서 생산되는 수산물도 그 맛과 향이 뛰어나다.

군에서는 청정바다 보전을 위해 소하천 정화관리에 유용한미생물(EM)을 활용하고, 농축산업에서는 생명활성수인 바이오기능수를 이용하여 농약이나 화학비료의 사용을 줄여나감으로써 육지 오염원이 바다로 유입되는 것을 최대한 방지하여 해양오염 근본원인부터 해결해 나간다는 방침이다.

대한민국 청정바다 수도 완도 !

정착을 위해 관계기관·사회단체, 양식어업인, 어선어업인 등이 깨끗한 바다 가꾸기에 적극 동참하기로 하였다.



timeless
TIME
 CIGARETTE
 Smooth & Rich



MADE IN KOREA

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

Global Trading, Inc.
 Address : 2605 N VanBuren Street, Enid, OK 73703
 Phone : 1-877-580-5506 (Toll Free) / Fax : 1-580-231-0610
 Website : www.ktngusa.com

처마에 매달린 달빛, 마당을 밝히는 별빛 가장 한국적인 밤, 전주야행 夜行

오는 9월 30일

밤이 더욱 매력적인 계절, 한국의 여름과 가을이다.
가장 한국적인 도시, 전통문화가 살아있는 도시 전주에서는 특별한 여름 밤과 가을 밤을 준비한다.
한옥이 빼곡이 자리한 전주 한옥마을은 이미 1천만 관광객의 명소가 된 지 오래.
이제 전주 한옥마을의 생기 있는 낮 보다 더 의미 있는 밤이 펼쳐진다.
각 도시가 품은 옛 건축, 유무형문화유산과 문화 콘텐츠를 결합시킨 문화재청의 야행프로그램 공모에 전주가 당당히 선정,
8월 12일~13일과 9월 30일과 10월 1일 두 차례 전주의 밤을 새롭게 선보인다.

전주야행 - 천년벗밤

네 얼굴 보려거든 우물에 닿을 일이고,
밤 달빛 아래 그리운 이 만나려거든
“전주천 달 우물약” 한옥마을에 닿을 일이다

2016. 8.12 Fri ~ 8.13 Sat
9.30 Fri ~ 10.1 Sat

전주, 조선의 역사 품은 한옥마을 야경 셋

전주야행의 시작과 끝은 밤의 풍경을 담아내는 일이다.
한옥마을 공간 안에 전주를 상징하고 대표하는 유형 문화유산의 야경은 전주 그리고 한국의 어제와 오늘을 그대로 비춘다.



경기전

태조 이성계의 위풍당당함과
마지막 황손의 서글픔이 함께 서린
전주 경기전의 야경은 차분하다.
화려하지 않고, 단정하고 소박한 건축들과
땅 보다 하늘과 더 가까운 몇 백년 수령의
은행나무들은 밤에도 찬란하다.
왕과 왕손 만을 위해 길을 낸 것만 같은
좁은 대숲길의 밤 바람은
도시 전주처럼 정갈하다.



오목대

경기전을 지나 오르막길을 오르면 한옥
마을이 살포시 내려다보이는 정자를
만날 수 있다. 이곳이 오목대이다.
오목대는 태조 이성계가 승전을 자축하며
건축한 문화유산이다.
빛을 받은 오목대도, 오목대에서
내려다보이는 한옥마을 야경은
이미 유명하다.



한벽루

한옥마을을 뒀 전주천의 물길을 굽어보는
한벽루는 그 옛날에도 전주의 풍광,
전주의 물길을 한 눈에 담을 수 있는
전망대다. 조금 가파른 절벽 위에 자리한
작은 정자에 오르면 도심의 불빛 보다
더 하얀 달빛이 기운다.

문화유산 공간의 품격 그대로, 한 밤의 야외공연

문화유산을 있는 그대로 무대 삼은 한 밤의 야외공연은 그야말로 유럽의 어느 곳 부럽지 않다.
특히 전주 한옥마을에 자리한 곳들은 건축물 자체로도 이미 정평이 높은 곳.
옛 건축의 매력에 더해지는 특별한 공연들은 전주야행 최고의 선물이다.



전동성당 '천상지음'

영화 <악숙>의 촬영장소로, 가장 아름다운 성당으로 꼽히는 전동성당은 낮이고 밤이고 인산인해를 이루는 전주한옥마을의 명소. 여기에 더해 전주야행에서는 천상의 목소리를 선사한다.
그레고리안 찬트 등 성음악연주회는 고성당에서 듣는 제대로 된 소리를 담아낸다. 실내공간인 만큼 서둘러 입장과 좌석을 챙기는 것은 필수.



전주향교 '산조의 밤'

우리 전통음악 산조는 '허튼가락'으로 외국의 재즈처럼 자유로운 음악을 말한다. 수령 500년이 넘는 은행나무가 굽어보는 향교 마당에서 펼쳐지는 산조음악회는 자유로움과 애절함이 뒤섞인 특별한 무대다. 아무나 연주해내지 못하는 실력파 연주자들의 산조가락과 향교의 고즈넉함은 우리 음악을 만나는 최고의 조합이다.



전주천 '쪽배살풀이'

전주의 대표적 물길, 전주천은 그 역사와 전통은 물론 생태하천으로도 이름이 높다. 수달과 고니도 헤엄을 치는 전주천에 전주야행의 쪽배가 닻을 올린다. 쪽배에서 펼쳐지는 전통무용공연은 인위적인 수중공연이나 무대와 다르다. 자연의 물길과 한국의 몸짓이 만나는 특별한 무대다.

몸을 던져 들썩들썩, 한 밤의 즐거움

사실 한옥마을은 20대들이 더 선호하는 곳이기도 하다. 어제와 오늘, 그리고 미래가 같이 공존하기 때문이다.
젊은 기운을 뿜어낼 전주야행의 '액티브' 한 프로그램으로 한 밤을 더욱 뜨겁게 달궂고보자.



남부시장 '태조어진을 지켜라'

한옥마을 바로 옆 전주의 가장 크고 오래된 전통시장인 남부시장의 밤은 요동친다. 야시장과 더불어 전주야행에서는 특별한 프로그램을 준비했다.
왕의 초상을 지키려는 자와 빼앗으려는 자들의 한바탕 소동이 펼쳐진다. 어느 편에 서든 승자에게 뜻밖의 기쁨이 기다린다.



전주천변 '강강수월래'

전주 한옥마을은 '한복의 성지'로도 유명하다. 형형색색 고운 빛깔의 한복을 입고 한옥마을을 거닐었다면 전주야행에서는 돌고, 돌고, 돌아보자.
전주천변에서 펼쳐지는 수 백 명의 강강수월래는 하는 사람도 보는 사람도 장관이다.



풍남문 미디어파사드

원형대로 보존된 전주의 유일한 성문, 풍남문과 전동성당이 빛의 옷을 입는다. 음악과 함께 하는 찬란한 빛의 향연은 그 자체로 황홀하다.
빛의 움직임에 따라 어깨를 들썩여도 좋다.



Dietary Revolution

While our products were designed with diabetics in mind, we at **breadr.™** **whole wheat bread** know that many Americans not affected by diabetes are striving to live a healthy lifestyle and can also benefit from our products.

Low Glycemic Index
Reduced Carbohydrate Content
Rich in Protein
Rich in Fibers

Healthy Living Should Not Be a Struggle

Many people monitoring their blood sugar levels struggle with a healthy diet because functional foods often taste bland. **BreaDr.™** recognizes this and ensures healthy products with **a delicious taste - and authentic flavors as, a healthy lifestyle should be.**

Now more than ever, people need facts so they can take control of their health and reach personal freedom through a healthier lifestyle.



You can join us in our mission.

Business News

미 시민권자 한인 등 한국 건강보험 수급하다 적발



미국 시민권자 인 A씨는 지난 5년여간 한국에 사는 부모의 건강보험증을 외국 국적의 시아버지

에게 대여, 요양병원에서 진료를 받도록 해오다 지난해 4월 적발됐다. A씨의 시아버지는 이 기간 총 123건의 진료를 받았고 진료비는 3,084만원에 달한다. 한국 건강보험공단은 A씨와 그의 시아버지에게서 공단이 지급한 부담금 전액을 환수했다.

역시 해외 시민권자인 B씨는 한국에서 친구의 건강보험증을 빌려 9개월간 병원치료를 받아오다 적발돼 보험료를 물어낼 처지가 됐다. 그는 51차례 진료를 통해 623만원어치의 진료를 받은 것이 확인됐다. 이처럼 미 시민권자 한인 등이 한국에서 건강보험을 부정 수급하다가 적발되는 문제가 근절되지 않고 있다.

건강보험공단은 지난 2011년부터 2015년 11월까지 건강보험 부정수급으로 적발된 외국 국적자는 총 27만5,100명으로 부정수급 건수는 98만7,404건에 달한다고 22일 밝혔다. 한국 내 취업자나 유학생 등의 유입이 큰 폭으로 늘면서 타인의 보험증을 사용해 의료 서비스를 제공받거나 보험료 연체자 또는 자격 상실자가 혜택을 받는 경우가 끊임없이 발생하고 있다는 것이다.

적발 인원은 2011년 2만406명에서 2012년 12만2,268명으로 늘어났다가 2013년 4만8,548명, 2014년 4만6,308명, 지난해 1~11월 3만7,570명으로 3년째 감소세를 보이고 있지만, 부정수급 액수는 2011년 23억7,200만원에서 지난해

1~11월 35억5,900만원으로 더 늘었다는 게 건강보험공단의 설명이다.

백화점 체인 메이시스(Macy's) 매장 100곳 폐점

미국 최대 백화점 체인 메이시스(Macy's)가 매장 100곳을 폐점하고 온라인 사업 강화에 나설 예정이다



다. 메이시스는 11일 전국에 있는 매장 100곳을 내년 초까지 닫고 남은 매장들의 운영과 온라인 사업에 중점을 둘 것이라고 밝혔다. 현재 728개의 매장을 소유중인 메이시스의 이번 폐점 결정은 전체 매장의 약 15%에 달해 역대 최대 규모이다. 메이시스 측은 이에 대해 “아직 폐점될 매장들의 목록은 확정되지 않았으며 판매실적이 저조하거나 취약 지역에 있는 곳들이 주로 선발될 것”이라 밝혔다. 메이시스는 이번 대규모 폐점으로 약 10억 달러의 매출을 잃을 것으로 전망하고 있다. 폐점되는 매장에 근무중인 직원들은 근처에 있는 다른 매장으로 옮기거나 정리해고 시 퇴직금을 제공할 것으로 알려졌다.

“스타벅스가 음료수 얼음을 과다 사용한다”며 제기한 소비자 집단소송 기각

“어린 애들도 (얼음을) 조절할 수 있다.” 연방법원이 “스타벅스가 음료수 얼음을 과다 사용한다”며 소비자 집단소송을 제기한 원고에게 망신을 줬다. 판사는 어린이도 아이스 음료에 들어가는 얼음을 조절할 수 있다며 이번 소송을 기각했다.



지난 23일
LA 연방법원
페르시 앤더
슨 판사는 지
난 6월 알렉
산더 포로우

제쉬가 스타벅스를 상대로 제기한 음료수 얼음 과다 사용에 따른 사기 소송을 기각했다.

앤더슨 판사는 “(스타벅스 이용자는) 아이스 음료를 주문할 때 얼음을 넣을지 말지를 결정할 수 있다. 만약 액상 음료가 적다고 느낀다면 얼음을 빼달라고 하면 된다. 이는 어린아이도 할 수 있는 일”이라며 피고인 스타벅스 측의 손을 들어줬다.

원고인 포로우제쉬는 이번 소송에서 ▶의도적인 소비자 기만 ▶허위사실 유포 ▶부당이득 등의 스타벅스의 사기를 주장했다. 원고 측에 따르면 스타벅스는 아이스 음료를 판매할 때 자사가 광고하는 적정 액수량을 지키지 않았다.

아이스 음료를 판매할 때 컵 크기만 강조할 뿐, 실제 커피 등 액체 음료의 총량은 적정 기준치보다 훨씬 적게 준다는 것이다. 원고 측은 소비자 기만행위의 대표적인 예로 아이스 커피를 꼽았다. 컵 내용물의 절반 정도가 얼음이라는 것이다. 이들은 스타벅스가 액상 음료 적정량은 지키지 않고 얼음을 많이 넣어 수익만 챙겼다고 지적했다.

하지만 앤더슨 판사는 ‘이성적 판단’을 강조했다. 스타벅스 측의 잘못보다는 소송을 제기한 이들의 주장이 다소 억지라고 본 것이다.

앤더슨 판사는 소송 기각을 결정한 판결문에 “스타벅스 아이스 음료 컵은 투명하다. 소비자는 컵 안의 얼음과 액상 음료 비율을 눈으로 쉽게 확인할 수 있다”고 덧붙였다.

한편 스타벅스의 얼음 과다사용과 뜨거운 음료 적정량 미달을 문제 삼은 집단소송은 지난 4월부터 캘리포니아, 일리노이, 뉴욕주에서 계속됐다.

아마존이 짝통과의 전쟁에 나선다.

아마존 측은 아마존 온라인 몰에서 나이키 아디다스 하스브로 등 유명 브랜드의 신발



의류를 판매하는 사람들에게 브랜드당 1500달러의 수수료(등록 수수료)를 부과하기로 했다.

아마존의 이번 조치는 최근 2~3년 새 중국산 짝통이 아마존 쇼핑몰에 범람하면서 기존 브랜드들의 불만이 심화한 것이 주요 원인이다.

아마존에 대한 고객들의 신뢰도가 떨어지는 것에 대한 강력한 대책이라는 분석도 있다.

에릭 페어레이 대변인은 “앞으로 고객들이 아마존에서 짝통을 구입하는 부당한 경험을 하지 않을 것”이라며 “아마존에 올라온 일부 브랜드와 제품들에 대해서는 추가적인 검토나 제한 요건 수수료 등을 엄격히 적용할 것”이라고 밝혔다. 이 같은 조치는 지난달 독일에 본사를 둔 패션업체인 브리켄스톡이 아마존에서 철수를 선언하면서 불거졌다. 브리켄스톡은 주력제품인 애리조나 샌들을 79.99달러에 판매하고 있으나 20달러 이하로 판매하는 다수의 셀러들이 방치되면서 철수를 결정했다. 아마존은 거둬 들인 수수료로 짝통 제품을 찾아내는 프로세스에 투입할 방침이다.

월마트 온라인소매업체 젯닷컴(jet.com) 인수추진

미국 최대 소매체인 월마트가 지난해 탄생한 신생 온라인 소매업체 젯닷컴(jet.com) 인수를 추진하고 있다고 뉴욕타임스가 4일 보도했다.

이번 인수 추진은 온라인 소매업체의 공룡인 아마존에 맞서겠다는 두 회사의 이해관계가 맞아 떨어진 것으로 풀이할 수 있다.



월마트의 경우 오프라인 소매업체에서는 절대 강자이지만 아마존의 장벽 때문에 연간 3500억 달러 규모

의 온라인 시장에서는 재미를 보지 못하고 있다.

월마트는 4년 전 200만 개도 되지 않았던 온라인(Walmart.com) 판매 아이템을 현재 1000만 개로 늘리고, 2일 무료 배송 서비스를 제공하는 회원의 연회비를 49달러로 아마존 프라임 멤버 연회비 99달러의 절반으로 책정하는 등 온라인 매출 강화에 힘써왔다. 하지만 지난 2분기 온라인 매출 증가가 7% 정도에 머물러 기대에 미치지 못하고 있다. 월마트는 젯닷컴 인수가 온라인 매출 강화에 도약점이 될 것을 기대하고 있다. 지난해 초 아마존에 도전하겠다는 목표로 출범한 젯닷컴은 50달러의 연회비를 내면 무료 배송을 해 줄 뿐만 아니라 온라인 소매업체 가운데 최저 가격으로 판매하며 대량 구매 시 추가 할인까지 제공한다는 점을 내세워 초반에는 5억 달러 이상의 투자를 유치하는 등 성공 가능성을 보였지만 결국 온라인 구매의 절반 이상을 차지하는 아마존 고객을 빼오는 데 실패했다. 연회비를 폐지하는 강수도 뒤흔었지만 큰 효과는 없었다.

전문직 취업비자(H-1B) 무작위 추첨방식 폐지 집단 소송

전문직 취업비자(H-1B)의 무작위 추첨방식 폐지를 요구하는 집단소송이 제기돼 법원의 판단에 관심이 모아지고 있다.



오리건 소재 웹 개발업체인 텐렉(Tenrec Inc.)과 건축업체 워커 메이시(Walker Macy LLC)사가 최근 포

틀랜드 연방 법원에 합당한 법적 근거 없이 시행되고 있는 H-1B비자 추첨제를 폐지해야 한다며 연방 이민서비스국(USCIS)을 상대로 소송을 제기했다.

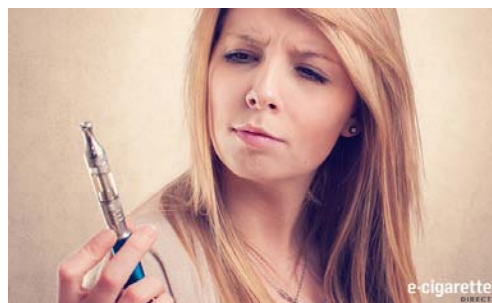
이 소송에는 텐렉사에 취업하려다 추첨에서 떨어져 H-1B 비자를 받지 못한 우크라이나 출신 웹개발자 세르기 시니에녹과 워커 메이시사에 취업하려다 역시 추첨 탈락으로 비자를 받지 못한 중국인 조경디자이너 샤오양 추 등이 원고로 가세했다.

이들의 H-1B비자 신청을 맡았던 포틀랜드 소재 로펌은 지난 4월 이 두 사람이 추첨에 탈락한 직후부터 H-1B 추첨제도의 불법성을 지적하며 추첨제 폐지를 요구하는 집단소송을 예고했었다. 이 로펌의 브랜트 레니슨 이민전문 변호사는 “단 5일간 신청서를 사전에 접수해, 이들을 대상으로 무작위 추첨을 실시, 추첨에 들지 못한 신청자의 신청서를 거부하는 방식은 이민법 규정을 심각하게 위반한 것”이라고 주장했다.

연방 이민법은 쿼타제한이 있는 비이민비자나 이민비자의 경우, 신청서 접수 순서에 따라 비자를 발급하도록 규정하고 있는데도 H-1B비자에서만 5일간 신청서를 제출한 신청자들을 상대로 무작위 추첨을 실시하는 것은 이민법에 전혀 근거가 없는 불법적인 제도라는 것이다.

전자담배 발암 물질 위험성 제기

로렌스 버클리 국립연구소는 전자담배의 증기에서 눈과 호흡기를 자극하



는 화학물질인 프로필렌글리콜과 글리세린 등 29가지 화학물질을 발견했다고 밝혔다. 특히 이 중 프로필렌글리콜과 글리세린은 인공적으로 연기를 만드는데 쓰이는 화학물질로

연방 보건부가 발암 물질로 분류한 화학 물질이다.

연구소는 이 두 물질이 전자담배 내부에서 고열에 분해될 경우 독성 폐기종을 일으키는 포름알데히드, 아크롤레인 같은 독성 화학 물질을 추가로 생성한다고 밝혔다.

전자담배의 발암 물질 위험성이 제기된 것이 이번이 처음은 아니다. 연방식품의약청(FDA)의 가족흡연예방 및 담배규제법에 게재된 위험성 부분에 전자담배의 캐리멜과 커피향 등 풍미를 내는 성분에서조차 발암 물질인 니트로사민 등이 검출됐다고 명시돼 있기 때문이다.

이 연구소의 휴고 디스테일래츠 연구원은 “전자담배 옹호자들은 일반 담배에서 나오는 발암 물질보다 전자담배에서 나오는 발암 물질이 더 적다고 주장하지만 절대 안전하다고 볼 수는 없다”며 “쉽게 말하면 일반 담배는 심하게 몸에 나쁘고 전자담배는 몸에 나쁘다는 정도로 이해하면 된다”고 말했다. 전문가들은 또 전자담배의 경우 일반 담배보다 흡연량이 많아지는 경우가 많은 것도 발암 물질을 빠른 시간 안에 흡입할 수 있는 위험 요인으로 지적하고 있다.

유전자변형식품(GMO) 함유 여부 표기 의무화

미국에서 판매되는 모든 식료품에 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 유전자변형식품(GMO) 함유 여부가 표기된다. 버락 오바마 미국 대통령은 상, 하원을 통과한 이 같은 GMO 표기 법안에 29일(현지시간) 서명했다. 이에 따라 미국 농무부는 이 법률의 시행을 위해 식품 제조업체들이 충족해야 할 기준을 명시한 제반 시행 규정을 2년 동안 설계한다. 새 법률에 따르면 식품 제조업체는 GMO를 포함



한 제품을 출시할 때 영문, 그림, 스마트폰용 코드 중 하나로 그 사실을 표기해

야 한다. 식료품제조협회는 “식품에 포함된 성분 정보가 소비자들에게 투명해지는 시대가 열렸다”고 반겼다.

미국 식료품 업계는 자국에서 유통되는 식품의 75~80%가 GMO와 연관된 재료를 함유한 것으로 보고 있다.

미국 식품의약국(FDA)은 GMO가 포함된 식품이 인체에 해롭지 않다는 견해를 내놓고 있다. 그러나 소비자 주권 차원에서 GMO 함유 여부가 알권리로서 충족돼야 한다는 목소리가 있고 GMO가 해롭다고 주장하는 시민단체들도 있다. 최근 과학 부문 노벨상 수상자 100여명은 GMO가 해롭다는 증거가 없다며 GMO를 반대하는 국제환경단체 그린피스에 항의 서한을 보내기도 했다.

뉴욕주 장례식장에서 음식과 음료 제공 허용

내년부터 뉴욕주 장례식장에서 음식과 음료가 제공된다.

앤드루 쿠오모 주지사는 이 같은 내용을 골자로 하



는 상.하원 법안(S817B.A2981B)에 지난 21일 각각 서명했다. 법안은 주지사 서명일로부터 180일 후인 내년 2월 초부터 발효된다.

이에 따라 내년 2월 6일부터 장례식장 내부에서 유가족 등 추모객들을 위한 음식 제공이 허용된다. 모든 종류의 음식이 허용되는 것은 아니며 빵 같은 제과제품 또는 샌드위치, 스낵 등과 같은 간단히 접시에 담을 수 있는 음식으로 제한된다. 장례식장 내부에 음식을 제공할 수 있는 공간 마련도 허용된다. 법안에 따르면 장례식장에서 식사 준비를 할 수 있도록 주방 시설 설치를 허용할 방침이며 내부 자판기 또는 가판대 등을 통한 간단한 음식 판매도 허용된다. 또 출장 뷔페 형태의 케이터링 서비스도 가능해진다. 소다 또는

커피와 같은 음료 판매도 허용된다. 단 알코올이 함유된 음료 판매 또는 제공은 여전히 금지된다. 뉴욕주는 식품 위생 관리 차원에서 지난 10여 년간 장례식장 내부에서 음식이나 음료 제공을 금지해왔다. 하지만 장례식장 소유자들과 케이터링 업계의 강력한 반대로 결국 제한적으로나마 10여 년간 금지해온 음식·음료 제공 방안을 수용하기로 했다. 뉴욕주 보건국은 법안 발효 전까지 이와 관련한 세부 규정을 마련해 장례식장 내부 음식 위생을 엄격하게 감독할 계획이다. 지난해 1월 법안을 대표 발의한 리처드 갓프라이드(민주) 하원의원은 “보통 유가족들은 장례식장에서 상당히 긴 시간을 보내는데 장례식장에서 끼니를 해결할 수 없다는 문제가 있었다”며 “장례식장 내부에서 간단한 식사를 제공함으로써 유가족들이 허기를 달래기 위해 외부로 멀리 나가며 시간을 허비하는 문제를 해결하고 완전한 추모의 시간을 보낼 수 있도록 배려하고자 한다”고 밝혔다.

패스트푸드 프랜차이즈와 요식업소들의 노동법 위반 심각

연방노동부(DOL)에 따르면 지난 2012년 10월1일부터 2015년 9월30일까지 샌드위치 전문점 ‘서브웨이’(Subway) 식당 중 상당수가 종업원들에게 최저임금 및 오버타임을 제대로 지급하지 않은 혐의로 적발돼 200만달러의 밀린 임금을 총 6,000명에 달하는 직원들에게 지급할 것을 명령받았다. 이에 따라 서브웨이는 직원 한명 당 300달러를 지불해야 한다. 이와 관련, 서브웨이 본사는 앞으로 프랜차이즈들이 노동법을 준수하며 영업할 수 있도록 최대한 협조하겠다는 내용의 서브웨이-DOL 간 합의문에 서명했다. 서브웨이는 미국에서 가장 가맹점 수가 많은 프랜차이즈로 상대적으로 적은 자본으로 사업을 할 수 있다는 점이 강점으로 꼽히고 있다. 데이빗 웰 DOL 임금관리국장은 “4년 전 미 전역에 있는 2만7,000개 서브웨이 프랜차이즈에 노동법 준수를 위한 가이드라인 배포를 시작했으나 식당들이 법을 위반하는

사례가 빈발함에 따라 합의문을 채택하게 됐다”며 “분기마다 서브웨이 경영



진과 만나 프랜차이즈들의 노동법 위반 실태를 알리고 불법 행위 방지를 위한 대책을 강구할 계획”이라고 밝혔다. 서브웨이는 최저임금·오버타임 지급, 점심·휴식시간 제공 등 다양한 노동법 규정을 준수하며 영업할 것을 가맹점주들에게 요청하고, 이를 위해 가맹점들을 최대한 지원할 것이라고 밝혔다. 프랜차이즈 업계에서는 “장사가 안 되는 매장 의 경우 인건비가 독”이라며 “매출부진을 겪고 있는 가맹점주들은 어떻게 해서든지 인건비를 줄이는 방법으로 돈을 아끼려고 하는데 이 과정에서 노동법 위반이 발생한다”고 지적했다.

노동법 변호사들에 따르면 요식업을 비롯한 한인 고용주들이 가장 많이 저지르는 노동법 위반행위는 ▲최저임금 및 오버타임 미지급 ▲타임카드 불이행 ▲임금명세서(payment stub) 미발급 ▲직원 상해보험(위کم) 미가입 ▲휴식 및 점심시간 미제공 등 5가지로 요약된다.

특히 임금명세서 발급은 돈이 드는 일이 아닌데도 이를 무시하는 업주가 많은 것으로 알려져 임금을 현찰로 지급하더라도 명세서를 꼭 발급해야 한다고 전문가들은 강조했다. 한인 노동법 전문 변호사는 “가주의 경우 최저임금이 오르고 과거에는 없던 유급병가 법안이 시행되는 등 노동법이 날로 강화되고 있다”며 “한인사회에서도 업소들의 노동법 위반이 끊이지 않는 것은 ‘알면서도 형편이 안 돼 못 지킨다’는 스몰 비즈니스가 많아서이기도 하지만 구체적으로 정확한 정보가 부족하기 때문인 것도 주원인”이라며 “필요하면 전문가의 자문을 받아 노동법 조항을 숙지하는 것이 노동법 위반으로 인한 불이익을 피하는 지름길”이라고 강조했다.

커지는 프리미엄 전통주 시장, 대한민국 최고가 전통주를 소개합니다

전통주 시장이 후끈해지고 있다. 마트에서 판매하는 저렴한 막걸리 시장 얘기가 아니다. 지역의 농산물과 문화, 그리고 빛는 이의 철학이 담긴 고부가가치 전통주 시장이 커지고 있다. 프리미엄 전통주 전문유통기업 부국상사에 따르면, 식품명인, 무형문화재, 그리고 지역 농산물로 빛는 고가의 전통주 시장은 매년 20~30% 이상의 성장세를 보인다고 한다. 지역의 유명 양조장은 저마다 특징 있는 제품을 출시함과 동시에, 부가가치 높은 제품도 선보이고 있다. 오늘은 앞으로 출시될 제품을 포함하여, 대한민국 내 최고가(最高價) 전통주 3선을 소개해 본다.

무작

무작, 홍천의 쌀과 누룩, 그리고 증류와 숙성을 통해 빚어진 작품이다. 어떤 것도 더하지 않았다. 홍천 예술의 증류식 소주 ‘무작(無作)’

법조인 출신으로 유명한 정희철 씨가 대표로 있는 강원도 홍천의 예술에서 만들어지는 증류식 소주 ‘무작(無作)’이다. 올 7월 15일에 출시될 제품으로 2주 정도 기다려야 나오는 제품이다. 무작(無作)이란 말은 말 그대로 ‘지음이 없다’는 뜻으로, 단순한 인간의 작품이 아닌, 하늘과 땅의 조화로 태어난 술, 아무것도 더하지 않은 순수함을 뜻한다. 본래 ‘산림경제’, ‘고사신서’ 등 조선중후기의 농업실학서적에서 볼 수 있는 적선소주(謫仙燒酒)를 그 원류로 하고 있는데, 여기서 적선이란 인간세계에 내려온 신선, 또는 이백(李白)을 칭송하여 부르는 말이다. 홍천의 쌀과 양조장에서 직접 띄운 누룩으로 두번발효(이양주)를 하는데, 알코올발효에만 80일간, 그리고 다시 맑게 떠낸 청주를 5℃의 숙성실에서 최소 3개월 이상을 숙성시킨다. 탁주를 증류하면 탁주 속 물질이 타버리거나 탄 냄새와 함께 색이 붉어질 염려가 있기 때문이다. 이는 술에서 잡미가 있을 수 있는 지방과 단백질을 제거하기 위함이다. 동 증류기에 따른 아몬드, 초콜릿 맛도 살짝 느껴진다. 홍천의 예술에서 빛고 있으며, 용량은 가격 20만 원. 알코올 함량 53%, 용량은 500mL. 7월 15일 정식출시 예정이다.



오미자 브랜드 고운달

오미자 브랜드 고운달. 발효에서 숙성까지 문경의 6년의 세월을 담았다. 발효에서 숙성까지 6년 문경의 세월을 담은 오미자 브랜드, ‘고운달’

36년 경력의 마스터 블랜더로 유명한 이종기(60)씨의 작품이다. 제품이 아닌 작품이라 하는 것은 이 제품에 들어간 그의 노력과 철학이 특별하기 때문이다. 이종기 교수는 한국만의 와인을 만들겠다고, 문경의 지역 특산품인 오미자를 활용, 3년 숙성을 진행한 오미자 와인, 오미자 스파클링 와인인

‘오미로제’를 만드는 등 지역 농산물을 통한 한국산 와인 문화를 이끌어 나가는 중요 선구자 중 한 명이다. 이 술은 2012년 핵안보정상, 그리고 세계물포럼 대회 등에 공식 건배주로 채택되었는데, 이러한 오미자 와인인 ‘오미로제’를 증류한 브랜드가 바로 이번에 출시된 ‘고운달’이다. 알코올 도수는 52%며, 문경 도자기 숙성을 통한, 투명 색을 띠는 ‘백자’, 그리고 오크통 숙성을 통한 골드 색의 ‘오크’ 두 종류로 출시가 되었다. 그래서 이 술 한잔에는 문경의 6년과 지역의 토양, 기후, 하나하나 오미자를 발효시켜 만든 사람의 철학이 깃든 작품이라 볼 수 있다. 문경의 오미나라에서 제조하고 있으며, 알코올 함량은 52%. 용량은 500mL, 소비자가 가격은 35만 원이다.



국순당 동정춘

국순당 동정춘. 압도적인 원료비율을 자랑하는 약주다
압도적인 쌀의 비율, 원료를 아끼지 않은 최고급 약주(藥酒).
‘동정춘’

우리나라 술 용어 중에는 약주(藥酒)란 말이 있다. 이 말은 진짜 약용적인 역할을 하는 술을 일컬을 때도 있지만, 실은 약이 될 만큼 귀하다는 뜻이 더 강하다. 약밥이나, 약식, 약과 등이 대표적이며, 또 모든 것에 약이 될 만큼 귀하게 만들었다고 하여 약념(藥念)이란 말이 현대에서 양념이란 용어로 바뀌었다. 이처럼 많은 생각과 고민을 거쳐 귀하게 만들어지는 것에



약(藥)이란 말을 붙였는데, 그런 의미로 지금의 동정춘은 그 의미와 딱 맞는 술이다. 논 한 평에서 얻어지는 쌀은 약 4.4kg. 일반적인 막걸리를 보면 막걸리 40병은 나와야 한다. 그런데 이 술은 겨우 한 병밖에 나오지 않는다. 한마디로 술 빚기에 원료를 전혀 아끼지 않은 술이라 볼 수 있다. 과실 향이 특별해 작년에 마신 동정춘의 향기 아직도 입내에 머금고 있다는 표현도 한다. 와인으로 따지면 포도나무 한 그루에 와인 한 잔만 나온다는 진하고 풍부한 아로마와 부케의 최고급 화이트 와인 ‘샤토 디캤’과 자주 견주게 되는 전통주다. 쌀은 황성과 안동의 쌀로 빚고 있으며, 병과 잔은 유리도자공예 작가인 김정령씨의 작품으로 술이 담긴 유리병은 우리 술의 근원인 쌀 한 톨을 형상화하였고, 유리병을 감싼 용기는 이질적인 두 재료인 흙과 유리를 하나의 가마에 구워 빚어낸 공예품이다. 용기는 각각 빚어내어 용기마다 독특한 다른 모양을 띠고 있는 것도 특징이다. 동정춘은 조선후기 농업서적인 임원경제지 등에 기록되어 있는데, 국순당에서 2009년에 복원하였다. 알코올 함량은 11%, 용량은 550mL이며 가격은 50만 원이다.

제14대 집행부 명단

회 장	허 성 철	New York
대외수석 부회장	김 영 필	Canada
대내수석 부회장	이 요 섭	Washington D.C
부 회장	송 기 봉	Maryland
부 회장	김 백 규	Georgia
부 회장	연 규 상	Colorado
부 회장	고 경 호	Washington
부 회장	켈빈 최	Arizona

이 사

이 사 장	임 광 익	Colorado
부 이사장	정 태 진	Vancouver, Canada
부 이사장	이 종 식	New York
부 이사장	김 중 철	Southern California
부 이사장	장 종 희	Central California
부 이사장	김 익 주	Manitoba, Canada

본부 임원

홍보 이사	이 창 희	Philadelphia
사업총괄 부회장	이 종 환	Harrisburg, PA
여성분과 위원장	김 윤 옥	Virginia
총무이사	서 청 용	Colorado

감 사

감 사	이 승 수	Philadelphia
감 사	김 윤 옥	Virginia

스 폰 서

MILLER BREWING COMPANY

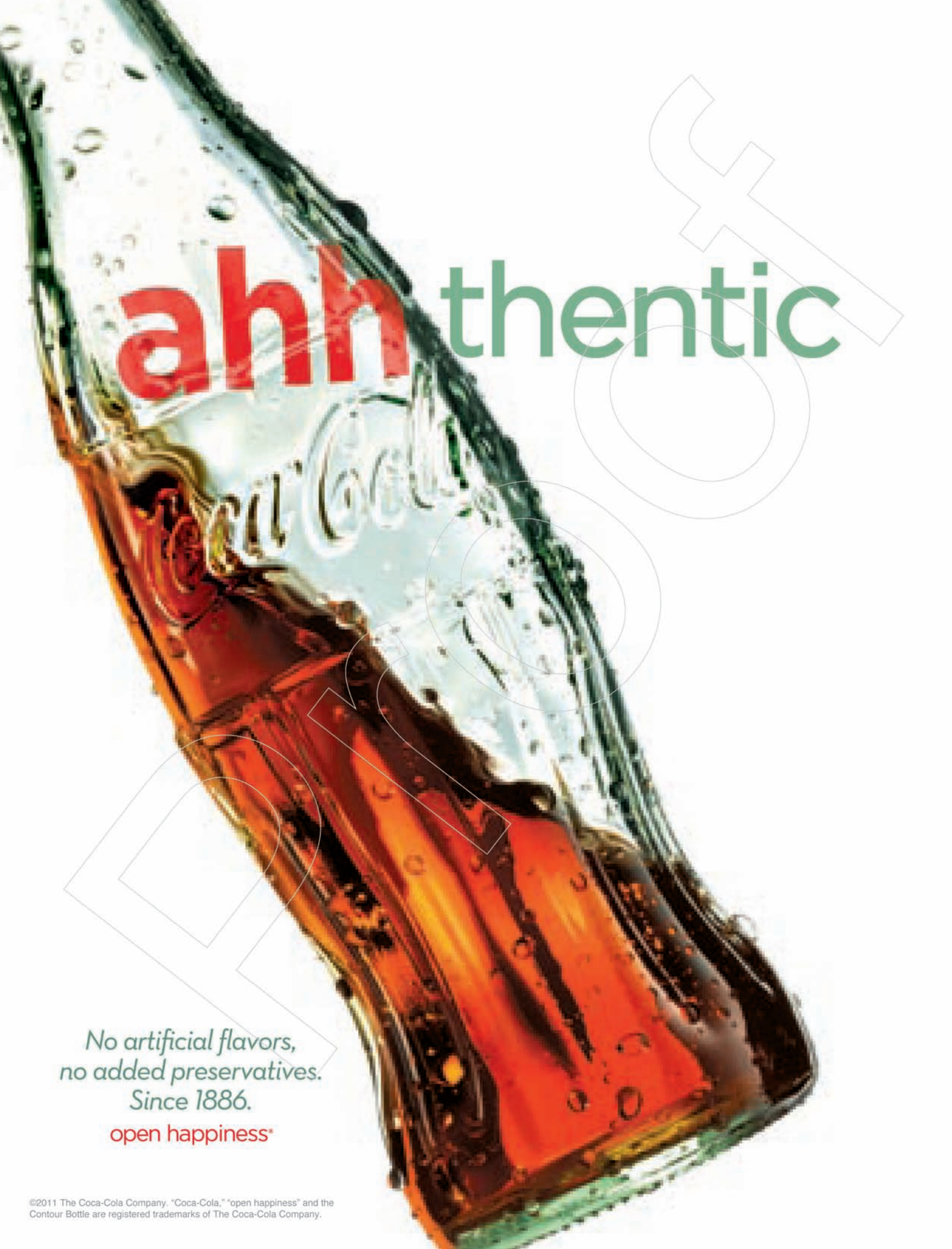
ANHEUSER BUSH INC

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.