

# “사장님, 힘내세요” 편의점, 가맹점 키워 브랜드 살린다

#. 안양에서 편의점 CU를 운영하는 유기록 씨(47·가맹)는 최근 CU의 매출 개선 프로그램인 ‘Clinic For CU’를 통해 6개월 새 매출을 50%나 끌어올렸다. 최근 주변 상권이 침체되면서 매출이 크게 떨어졌지만, 가맹본부에서 파견된 클리닉팀이 제안한대로 상품 구성을 대대적으로 바꾼 결과 기존보다 고객이 늘어나며 매출 향상 효과를 톡톡히 보고 있다. 유 씨는 “떨어진 매출이 회복할 기미를 보이지 않을 때 점포 운영에 대한 의욕도 없었다”며 “가맹본부에서 나온 각 분야의 전문가들을 통해 점포의 경쟁력을 높이기 위해 새롭게 상품을 구성하고 진열 방식에도 변화를 준 결과 기대 이상의 성과를 얻었다”고 말했다.

## CU의 ‘클리닉 포 CU’



CU의 본사 담당자와 가맹점주가 ‘클리닉 포 CU(Clinic For CU)’ 프로그램을 진행하는 모습. /BGF리테일

BGF리테일이 운영하는 편의점 CU는 ‘클리닉 포 CU(Clinic For CU)’를 진행하고 있다. 이 프로그램은 병원에서 주치의가 처방을 내리는 것처럼 대상 점포에 맞는 해결책을 제시하는 제도다. 솔루션이 필요한 점포의 주변 환경 분석 및 점포 진단을 진행, 점포의 환경 개선 및 상품 최적화 등을 도모해 점주의 수익을 향상시키는 형태로 운영된다.

진행 과정은 ▲해당 점포의 대내외 환경 및 데이터 진단 ▲고객 서비스 등 점포 운영력 개선을 위한 통원 단계 ▲점포 리뉴얼 및 상품 최적화 등을 통해 손익을 개선하는 입원 단계 ▲점포 안의 진열부터 레이아웃까지 매장의 전반적인 환경을 개선하는 수술 단계 ▲최종 결과 분석을 통한 피드백 제공이다.

BGF리테일은 ‘클리닉 포 CU’를 통해 점포의 질적 성장을 위한 선순환 체계를 구축하겠다는 목표다. 실제, 지난 2016년부터 ‘클리닉 포 CU’에 참여한 점포는 약 4000개로, 4년간 평균 매출은 약 20% 상승하는 효과를 얻었다.

올해는 신규 매장의 성과가 개점 후 초기에 판가를 나는 편의점의 특성을 고려해 신규 매장의 조기 안정화에 이 프로그램이 집중하고 있다.

장동원 BGF리테일 상생지원팀 대리는 “사회적 환경의 변화나 창업 경험 부족으로 인해 어려움을 겪는 가맹점주님을 위한 점포 진단 프로그램 ‘Clinic for CU’가 가맹점의 수익 향상에 크게 기여하며 가맹점주님으로부터 호응을 얻고 있다”며 “급변하는 유통환경 속에서도 가맹점과 가맹본부가 동반 성장할 수 있도록 단순 지원 방식이 아닌 실질적으로 가맹점 운영에 도움이 되는 제도들을 보다 고도화해 나갈 것”이라고 말했다.

## 편의점업계-가맹점 상생 강화

편의점 업계가 가맹점포의 경쟁력 강화에 집중 투자하고 있다. 가맹점의 매출 개선을 위해 시스템을 구축·운영하며 상생의 가치를 실현하고 나선 것이다. 2일 관련 업계에 따르면 편의점의 창업 후 5년간 생존율은 70%를 웃돈다. 도소매업(24.2%)의 생존율과 비교해 3배 가량 높은 수치다.

이는 편의점 사업이 ‘시스템 기반 사업’이라고 불릴 만큼 체계적이기 때문이다. 본사의 고도화된 운영 시스템과 경영 노하우를 가맹점에 공유하기 때문에 다른 프랜차이즈와 비교해 운영이 안정적이다.

또한, 편의점은 다른 프랜차이즈 업종과 달리 가맹점에 상품을 공급하면서 별도의 유통 마진을 취하지 않는다. 대신 매출 이익에서 가맹수수료를 수취하는 로열티 형태로 운영돼 가맹점과 본사가 공동성장을 기반으로 하는 사업구조다.

편의점 업계는 ‘공동성장’이라는 목표 아래 가맹점의 매출 개선 프로그램을 적극 운영 중이다. CU, GS25, 세븐일레븐 등 ‘빅3’ 편의점이 해당한다.

## GS25의 ‘스토어 리노베이션’

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 전국 가맹점을 대상으로 점포 경쟁력 강화 활동인 스토어 리노베이션(Store Renovation, 이하 SR) 활동을 진행하고 있다.

지난 2013년부터 진행된 SR은 연간 1000여 개 점포를 대상으로 진행되고 있다. 2018년 말 기준으로 6000여 개 가맹점의 매출 개선 작업이 완료된 상태다.

SR은 경영주의 요청 또는 영업지원팀이 선정한 가맹점을 대상으로 진행된다.

GS25 본사의 각 부서 전문가들이 SR팀을 이뤄 선정된 가맹점의 상권, 데이터 등 내외부 요소를 면밀히 분석해 매출 잠재력을 찾는 것을 시작으로, 매출 개선 작업이 이뤄진다. SR팀은 분석 자료와 매출 잠재력을 가맹점주에게 설명하고 충분한 논의를 거쳐 상품 구성 강화, 배치 변경, 장비 추가 설치 등 경쟁력 개선 활동을 진행한다.

실제 개선 사례도 다양하다. 일례로, 대전시 유성구에 위치한 GS25는 SR팀의 점포 데이터 분석 결과 비 상온 상품의 구성 강화 및 진열 개선이 필요하다는 진단을 받았다. 이후 각종 냉장·냉동 장비를 추가 도입하고, 비 상온 상품 구성을 대폭 확대한 해당 점포는 SR활동 전과 비교해 비 상온 상품 카테고리 매출이 45% 이상 성장하는 결과를 얻었다.

김재현 GS25 중부권 개점지원팀장은 “가맹점의 경쟁력 강화 활동 일환으로 2013년부터 스토어 리노베이션 체계를 구축해 6000여 개 가맹점의 매출을 개선했다”며 “SR활동을 지속 확대 발전 시켜 가맹점의 안정적인 매출 상승과 수익 개선을 위해 최선을 다하겠다”고 말했다.



GS25 스토어 리노베이션 담당자(왼쪽)와 가맹 경영주가 가맹점 분석 시스템을 보면서 점포 운영에 대해 논의하고 있다. /GS25

## 세븐일레븐 ‘경영주 편의연구소’

세븐일레븐은 가맹점 소통창구인 ‘경영주 편의연구소’를 새롭게 출범하고 최근 첫 정기 회의를 개최했다.

‘경영주 편의연구소’는 경영주 대표와 본사 대표가 한 자리에 모여 자유롭게 소통하는 협의체다.

경영주대표는 총 8명으로 친절·청결 우수 경영주 중 점포 운영에 관심이 높고 현장 개선 아이디어가 좋은 이들의 지원을 받아 선정했다. 그리고 본사대표는 영업, 물류, 전산 등 가맹점 운영에 직간접 연관도가 높은 부서장 10여 명으로 구성됐다.



세븐일레븐이 경영주 대표와 본사 대표가 한 자리에 모여 소통하는 ‘경영주 편의연구소’를 새롭게 출범했다. /세븐일레븐

세븐일레븐 ‘경영주 편의연구소’는 가맹점 편의 증대를 통한 상생 넘버 원(No.1) 편의점 실현을 목적으로 한다. ‘근무환경 편의’, ‘경제적 편의’, ‘행복 편의’ 측면에서 운영 효율 증진과 함께 각종 비용 절감 요소를 함께 찾아내고 이를 보완해 경영주 수익 개선을 도모 한다. 세븐일레븐은 ‘경영주 편의연구소’를 월 1회 정기적으로 진행하지만 경영주 대표들과 수시로 소통하며 의견을 조율해 나갈 계획이다.

이밖에도 세븐일레븐은 지속성장 가능한 점포 운영 환경을 조성하기 위해 다양한 상생 프로그램을 운영 중이다. ‘부진 점포 회생 프로그램’의 경우, 매출 개선을 위해 점포당 연 최대 300만 원 규모로 지원해주고, 장기간 부진 점포는 해지 비용을 50% 감면해주는 출구전략방안이다.

함태영 세븐일레븐 커뮤니케이션부장은 “프랜차이즈 편의점은 가맹점과 가맹본부가 수평적 관계 아래 신뢰를 기반으로 한 공동 사업이며 그 핵심은 상호간의 대화, 즉 소통에 있다”며 “경영주 편의연구소를 통해 점포 운영에 실질적 도움이 되는 상생의 길을 모색해 나갈 것”이라고 말했다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr

## 국민 80% “소득격차 너무 커… 금수저만 성공” ‘불평등·불공정’ 계속되면 혼란 초래

### 사회통합실태 및 대응 방안연구 보고서 OECD 중 자살률 최고·출산율 최저 기록 체계적인 관리로 ‘아노미·불안정’ 막아야

국민 10명 중 8명 이상은 ‘소득격차가 너무 크고, 성공하려면 부유한 집안 출신이어야 한다’고 생각하는 것으로 나타났다.

2일 한국보건사회연구원(보사연) ‘사회통합 실태 진단 및 대응 방안 연구’ 보고서에 따르면 ‘한국의 소득격차는 너무 크다’는 의견에 ‘매우 동의’ 39.7%, ‘약간 동의’ 45.7% 등 격차가 크다는 의견이 85.4%에 달했다.

이는 지난해 보사연이 전국의 성인 3873명을

대상으로 사회갈등 인식을 조사한 결과다. ‘소득 격차는 너무 크다’에 대한 ‘매우 반대’ ‘약간 반대’ 의견은 각각 0.2%, 2.5%에 불과했고, ‘동의도 반대도 아니다’는 11.9%였다. 소득격차가 너무 크다는 인식을 0점(매우 반대)부터 4점(매우 동의)으로 측정했을 때의 점수는 3.22점이었다.

‘고소득자와 저소득자 사이의 소득격차를 줄이는 것은 정부의 책임이다’라는 입장에 대해서는 ‘매우 동의’ 14.6%, ‘약간 동의’ 41.0%로 절반 이상이 소득 격차 해소와 관련한 정부 개입에 찬성했다. 반대한다는 의견은 13.6%였고 나머지는 중립적이었다. 소득격차 뿐만 아니라 공정성에 대한 인식도 전반적으로 나빴다. ‘인생에서 성공하는 데 부유한 집안이 중요하다’는 말에 동

의한 비율은 80.8%(‘매우 중요’ 31.7%, ‘대체로 중요’ 49.2%)로, 중요하지 않거나 보통이라고 생각한 비율(19.2%)보다 훨씬 높았다.

‘한국에서 높은 지위에 오르려면 부패할 수밖에 없다’에 대한 동의 비율도 66.2%(매우 동의 14.3%, 약간 동의 47.9%)로 절반을 넘었다.

또 사회에 불평등이 팽배해 있다는 인식이 높았고 특히 사법·행정에 대한 불신이 강한 것으로 나타났다. ‘법의 집행’이 평등하게 이뤄지고 있다는 의견은 12.5%에 불과했다.

다양한 분야에서 ‘평등하다’는 데 동의한 비율은 ‘부의 분배’에서 7.8%에 그쳤고, ‘소득 분배’ 8.7%, ‘지역에 따른 발전 수준’ 9.0%, ‘외국인노동자 등에 대한 대우’ 11.4%, ‘승진(승급) 기회’

12.4% 등으로 매우 낮았다. 다만, ‘교육 기회’가 평등하다는 의견은 47.4%로 높은 편이었다.

‘일생 노력하면 사회경제적 지위가 높아질 가능성’에 대해서도 ‘매우 높다’는 의견은 1.6%로 극소수였고, ‘약간 높다’도 36.6%에 그쳤다. ‘매우 낮다’는 의견은 15.3%에 달했고, ‘약간 낮다’는 41.2%를 차지했다.

보고서는 “불평등과 불공정에 대한 인식은 마지노선을 넘어서면 사회에 아노미와 불안정을 초래할 수 있다”며 “우리나라는 이미 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 가장 높은 자살률과 가장 낮은 출산율을 기록하는 등 불안정성이 고조되고 있어 불평등·불공정 문제를 체계적으로 관리해야 한다”고 강조했다. /이세경 기자 seilee@