

Bokwang

2011

communication

on progress

Familymart



Contents

- 02 도입 CEO Message | UNGC 10대 원칙과 이해관계자
- 03 보고서 개요 경영이념 | 회사소개 | 경영지표 | 브랜드 경쟁력
- 04 미래비전 비전2020 | 리스크 관리

05 정도경영

- 개인정보 보호
- 윤리의식 강화

06 가치경영

- 임직원
- 고객
- 협력사

07 책임경영

- 사회발전 기여
- 사회공헌
- 친환경 활동

본 보고서 내용은 현재 사업적
요인과 상황에 비추어 경영진
의 사업방향성에 대해서 기재
되어 있으며 차후 여러 요인에
의해 사업적 진행 방향의 차이
가 발생할 수 있습니다.



01

도입

- CEO Message
- UNGC 10대 원칙과 이해관계자





(주)보광훼미리마트 대표이사 회장 홍석조

홍석조

“고객의 눈으로 가족에 마음으로”

보광훼미리마트는 창사이래 이어져온 열정과 도전, 정직, 학습, 팀웍이라는 기업문화를 바탕으로 지역사회를 구성하는 이해관계자들과의 동반성장을 실현하고자 노력해 왔습니다.

또한 고객중심의 혁신활동으로 21년간 대한민국 대표 편의점 자리를 지키며 점포의 가치와 고객 편의 향상에도 이바지 해왔습니다.

이러한 노력으로 2011년에는 편의점 역사상 유례를 찾아보기 힘든 1,300점포 증가와 6,600점 달성을 이룩하는 뜻 깊은 한 해가 되었습니다. 이제는 여기서 한 발 더 나아가 경제, 사회, 환경의 공존을 위한 상생성장의 길을 제시하고자 합니다.

고객의 삶을 풍요롭게 하는 시대적 사명을 다하여 언제, 어디에서나 고객, 지역사회와 함께 성장하는 보광훼미리마트가 될 수 있도록 앞으로도 최선을 다하겠습니다.

UNGC 10대 원칙과 이해관계자 구성

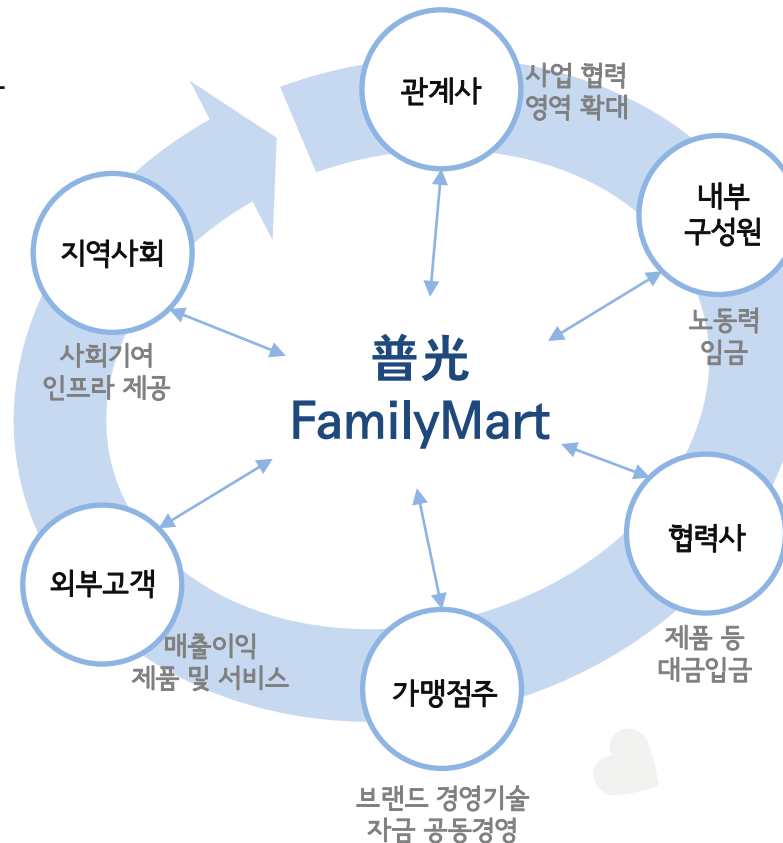
- 보광훼미리마트는 COP 10대 원칙을 근간으로 경영환경의 변화와 사회의 요구를 반영하여 기업의 지속적인 안정과 성장을 이루고 이해관계자의 행복을 추구하고자 노력하고 있습니다.

Human Rights

1. 국제적 인권보호, 지지 및 존중
2. 인권침해 금지

Environment

7. 환경문제 예방적 접근
8. 환경적 책임 증진조치 수행
9. 환경친화 기술개발 및 확산



Labor Standards

3. 결사의 자유, 단체교섭권
4. 강제노동 배제
5. 아동노동 철폐
6. 고용 업무차별 철폐

Anti-Corruption

10. 모든 형태의 부패반대

02

개요

- 경영이념
- 회사소개
- 경영지표
- 브랜드 경쟁력



■ 고객과 가맹점의 가치를 실현하는 **종합유통서비스 그룹으로 성장**하겠습니다.

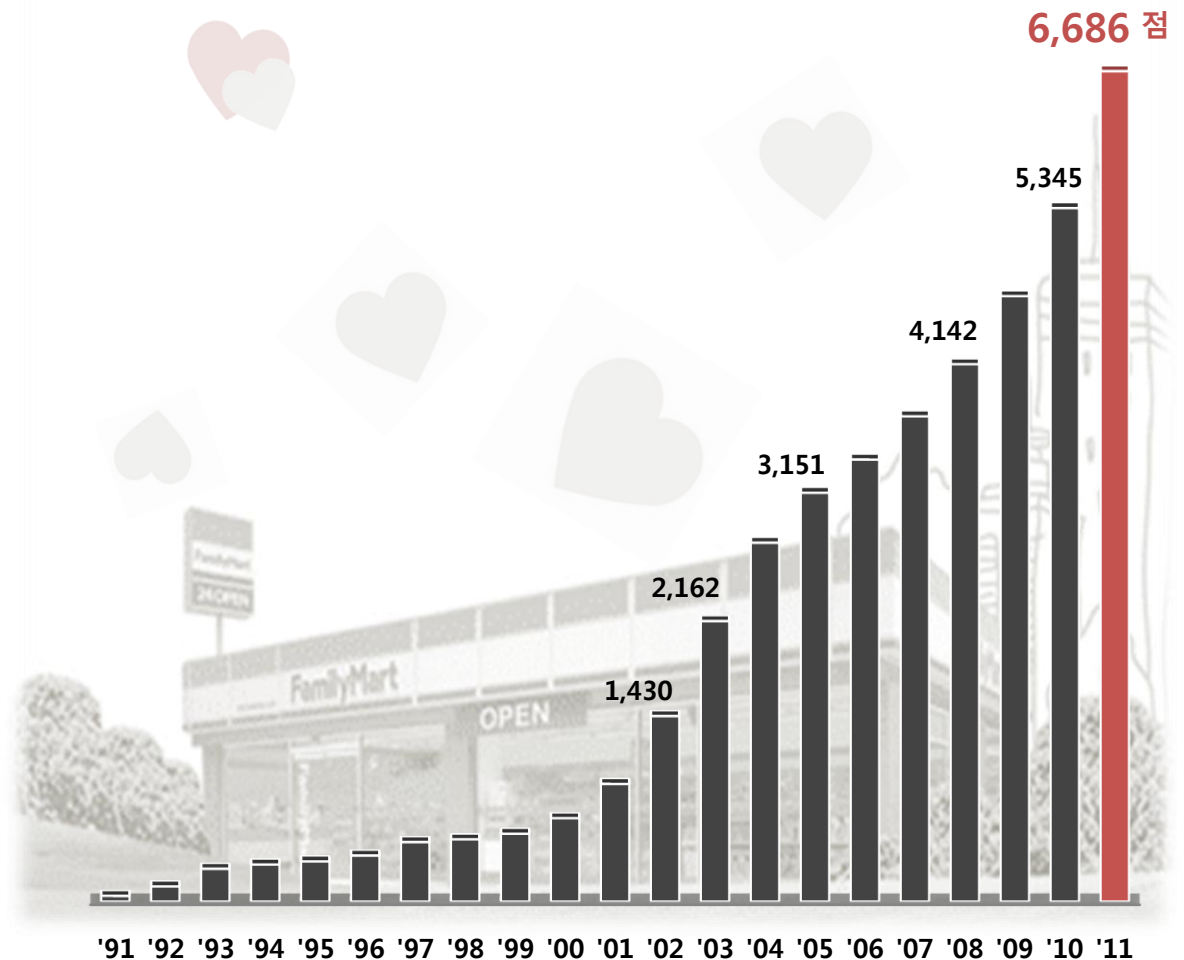
**“언제 어디서나 최상의 상품과 서비스를 제공하여
고객가치를 실현하고
사회발전에 공헌하는
기업으로 성장한다.”**



회사소개

■ 보광훼미리마트는 점포확대를 통해 고객의 가장 가까운 곳에서 질 높은 서비스를 제공하고자 노력하고 있습니다.

1989.10	CVS (편의점) 사업부 발족
1990.10	훼미리마트 1호점 “FM가락직영점” 개점
1992.01	국내최초 편의점 전용 물류센터 가동
1994.12	주식회사 보광 훼미리마트 법인 설립
2001.10	업계최초 제주도 출점 (전국 NET-WORK 완성)
2002.12	전용 도시락 공장 가동 (현재 6개 운영)
2003.10	국내 Chain 업체 최초 2,000호점 달성
2004.12	북한 개성공업지구 內 출점
2007.08	업계 최초 24시간 콜센터 오픈
2008.10	국내 Chain 업체 최초 4,000호점 달성
2009.05	지하철 9호선 24개 역사 內 입점
2009.07	차세대 POS 시스템 전개
2010.03	업계최초 Green Store 출점
2011.07	국내 Chain 업체 최초 6,000호점 달성
2011.12	국내 Chain 업체 최초 6,686호점 운영

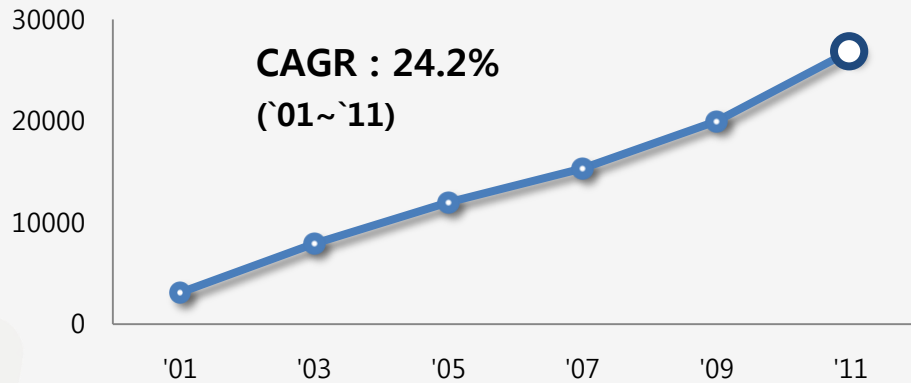


경영지표

■ 보광훼미리마트는 경쟁력 있는 점포를 육성하고 고객중심의 차별화를 통해 24.2%의 안정적인 매출신장과 업계 1위의 MS(Market Share)를 유지해오고 있습니다.

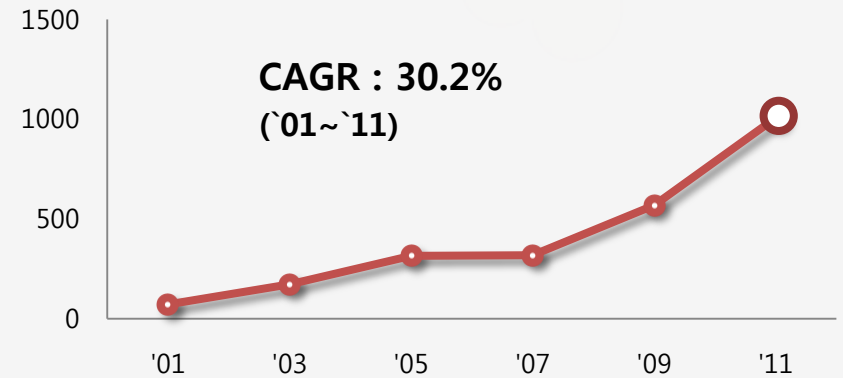
• 총 매출액

(단위 : 억 원)



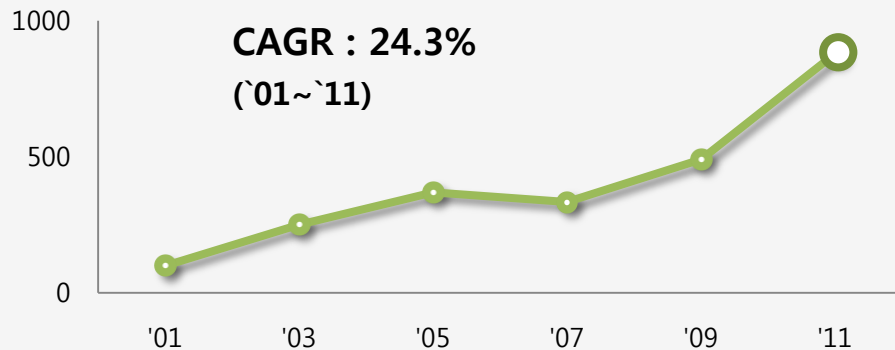
• 경상이익

(단위 : 억 원)

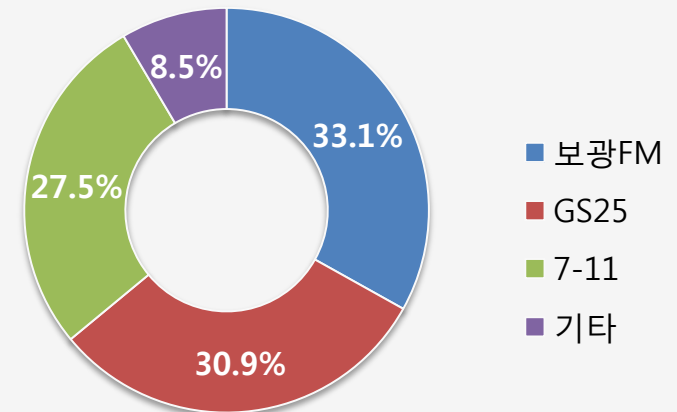


• 영업이익

(단위 : 억 원)



• 점포 MS



브랜드 경쟁력

■ 보광훼미리마트는 일일 방문고객 약 260만명, 고객 생활의 가장 가까운 곳에서 대한민국 최고의 편의점 브랜드로 꾸준한 사랑을 받고 있습니다.

• 브랜드 가치 관련 외부 인증내역

구분	주관	비고
브랜드 파워	한국능률협회 컨설팅	6년 연속 수상
브랜드 스타	브랜드스타	7년 연속 수상
퍼스트 브랜드	한국소비자포럼	8년 연속 수상
소비자 권익증진 경영대상	중앙일보	-
세종나눔 봉사대상	한국국제연합 봉사단	-
100대 프랜차이즈	매일경제	-
보건복지부 장관표창	보건복지부	-
공로패 수여	중소기업진흥공단	-
파워브랜드 컴퍼니 우수기업	서울경제신문	-



• 보광훼미리마트 브랜드 가치

2011년 보광훼미리마트는 브랜드 가치평가 전문회사인 브랜드 스타의 고유의 가치평가 모델인 BSTI(Brand Stock Top Index)에서 브랜드주가지수 637.9점, 소비자조사지수 258.9점, 총 1,000점 중 896.88점을 받아 편의점 부문에서 7년 연속 1위를 차지 하였습니다.

보광훼미리마트는 브랜드 가치 향상을 위해 상품 트렌드와 고객니즈에 맞는 상품개발, 지역사회에 밀착된 서비스 제공, 특수 입지에 맞는 새로운 형태의 매장을 선보이는 등 고객의 입장에서 보다 편리한 생활을 영위할 수 있도록 힘써왔습니다. 또한 사회공헌활동 및 지역사회 발전에도 적극 동참함으로써 고객의 신뢰를 받는 기업으로 성장해 나가고 있습니다. 향후에는 고객에게 보다 나은 대한민국 대표 브랜드로 자리 하고자 노력하겠습니다.

 **보광훼미리마트**

03

미래비전

- 새로운 도약 비전 2020
- 위기대비 경영



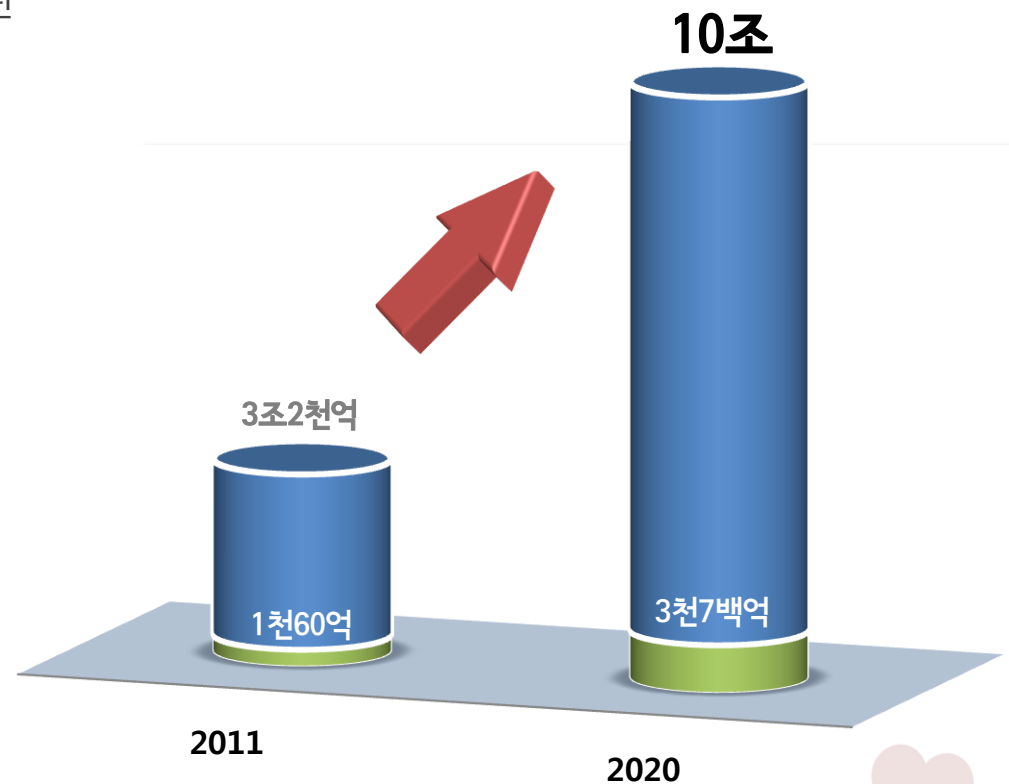
새로운 도약 비전 2020

■ 보광훼미리마트는 새로운 비전2020을 발표하며 종합유통서비스 그룹으로의 발전에 첫 발을 내딛었습니다.

2011년 매출액 3조 2천억원, 영업이익 1,060억원으로
국내 유통기업 순위 5위의 초우량 기업으로 성장, 2020년
각 사업 부문에서 타사와 비교할 수 없는 경쟁력을
확보 함으로써 상호 시너지 효과를 극대화 하여

매출 10조원, 영업이익 **3천7백억원**의
종합유통서비스그룹으로
성장할 것입니다.

■ 총매출
■ 영업이익



위기대비 경영 : 리스크 관리

■ 보광훼미리마트는 경영활동과 관계되는 유무형의 위험요소를 ‘리스크’로 규정하고 사전예방에 만전을 기하고 있습니다.

• 편의점 사업의 주요 리스크

보광훼미리마트를 둘러싼 리스크로는 상품, 경영환경, 점포, 고객, 재난·사고 등이 있습니다. 대표적인 소매산업인 편의점의 특성상 각종 재난이나 사고가 일어날 경우 그 영향력과 파급효과가 큼니다. 보광훼미리마트는 기준과 절차에 따른 내부관리 시스템을 통해 합리적인 의사결정을 지원하여 신뢰받는 기업으로서 역할과 책임을 다하고 있습니다.



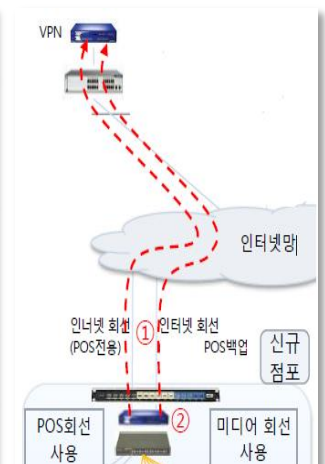
• 내부회계관리시스템

보광훼미리마트는 2007년부터 내부회계관리시스템 구축을 통하여 매년 2회의 업무프로세스 운영평가를 시행함으로써 실질적인 회계투명성 증대와 집단소송대비, 외부 회계 감사인으로부터 적정의견 획득 등의 효과를 가져오며, 궁극적으로 이해관계자 신뢰도 향상으로 이어지고 있습니다.

• 정보시스템 리스크 관리

전국 6,700여 점포의 원활한 운영과 사업 유지에 근간이 되는 정보시스템 부분의 리스크에 대한 관리를 강화하기 위해 BCP (Business Continuity Planning)를 체계적으로 준비하고 있습니다. 내부 전산문제에 대비한 전산망 이중화와 개인정보 보호를 위한 안전망 시스템 구축, 물리적 재난에 대비한 주1회 데이터 소산 백업 등을 통해 리스크 최소화를 위해 노력하고 있습니다.

구분	내용
2000년	전산 4중 안정망 구축 방화벽+VPN+바이러스Wall+IPS
2005년	Legacy 시스템 이중화 (POS, 수·발주, 마스터, 물류 등)
2011년	IDC이중화 구축 착수
2012년	점포 회선 이중화 예정



04

정도경영

- 개인정보 보호
- 내부 윤리의식 강화
- 공정거래 : Compliance Program
- 상생협력 실천

개인정보 보호

■ 6,500명에 달하는 가맹점주와 115만명인 멤버십 고객을 비롯하여, 보광훼미리마트를 이용하는 모든 고객의 개인정보는 취급 절차와 방침에 따라 철저히 관리되고 있습니다.

• 고객정보 취급 방침(수집, 이용, 제공)

보광훼미리마트는 고객정보 수집, 이용, 제공 절차에 대한 기준(동의서 징구 업무 Process 확립)을 수립하여 고객정보 유출 및 침해 사례를 사전 방지하기 위해 만전의 노력을 기울이고 있습니다.



• 개인정보보호 교육

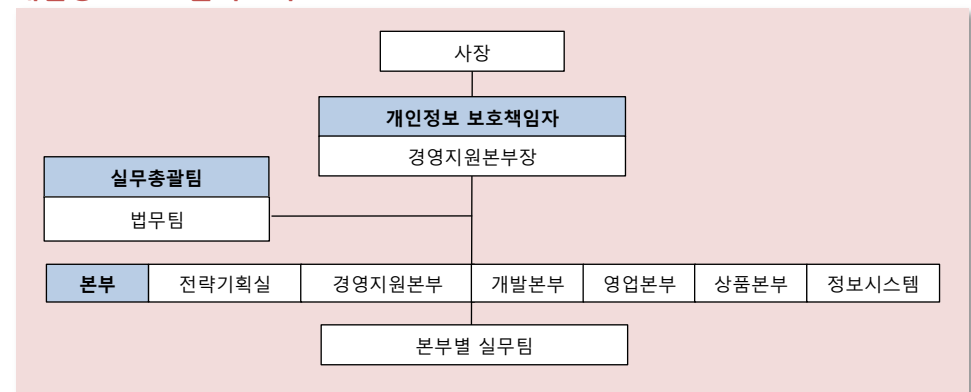
개인정보보호법 시행에 따라 전 임직원과 가맹점주, 관계사까지 고객개인정보 보호에 만전을 기할 수 있도록 교육을 실시하고 있습니다. 향후 체계적이고 전문적인 고객정보보호 활동을 전개하기 위해 지속적인 교육과 점검을 강화하여 고객의 개인정보가 보다 안전하게 보호 될 수 있도록 노력해 나갈 것입니다.

• 전사적인 고객정보보호 관리

보광훼미리마트는 고객개인정보보호와 관련하여, 내부관리 계획을 통해 관리책임자를 지정하고 기술적·관리적 대책 마련을 위해 힘쓰고 있습니다.

- 개인정보 보호 관리조직 구성
- 관리계획 및 규정마련(전결규정, 보고체계 전반)
- 개인정보 처리방침 수립·적용 등
- 개인정보 보호 게시판 활용
- 복합기 보안 솔루션 수립·적용

개인정보보호 관리조직도



내부 윤리의식 강화

■ 보광훼미리마트는 기업의 기본적 책임 이외에도 원칙과 정도를 준칙으로 하여 윤리적 업무 수행을 생활화 하도록 하고 있습니다.

• 2011년 윤리경영 핫라인 신설

윤리경영 핫라인은 보광훼미리마트 임직원의 부정·비리 등 비윤리적 행위를 신고하는 제도 입니다. 윤리문제에 대한 즉각적인 대응을 위해 신고 창구를 다양화 하고 있으며, 신고자 보호를 위한 비공개 조사를 실시하고 있습니다.

- ① 임직원의 공금횡령 및 수뢰사실 ② 금품, 향응접대 요구나 제공사실
- ③ 성희롱에 따른 풍기문란 사례 ④ 기타 윤리규범에 위배되는 사항

UN글로벌 컴팩트 가입

- 반부패, 환경보호 등 UN이 지향하는 가치공유
- 글로벌 기업의 초석마련

KBEI 경영윤리 회원 등록

- 등록일 : 2005. 12. 19
- 회원번호 : KBEI No.05~25

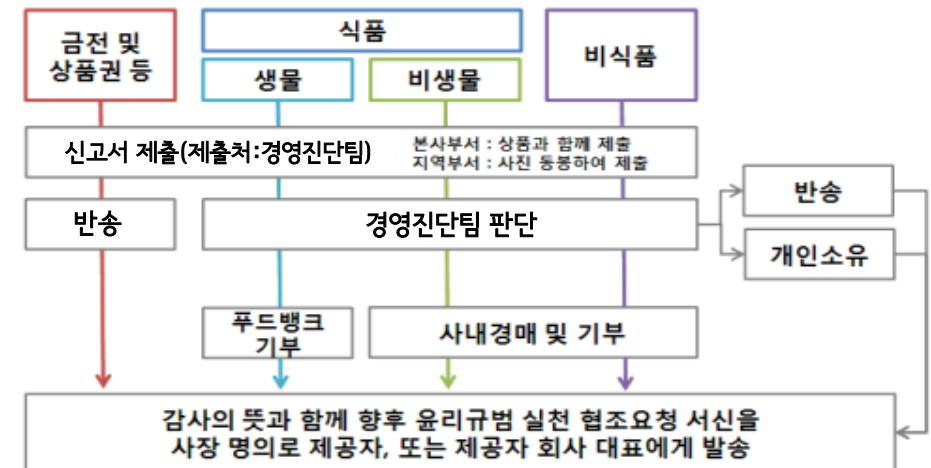
윤리경영 및 3대 책임이행 선포

- 윤리이행 선포식 개최
- 3대 책임이행 선포
- 경제적 / 윤리적 / 법적책임



• 금품 및 선물수수 윤리규범 실천

임직원 누구나 접할 수 있는 명절 선물 수수에 대해 사내에 오픈함으로써 이해관계자들에 대한 윤리적 가치 판단기준과 행동지침을 제시하고 있습니다.



금품수수 일반 기준

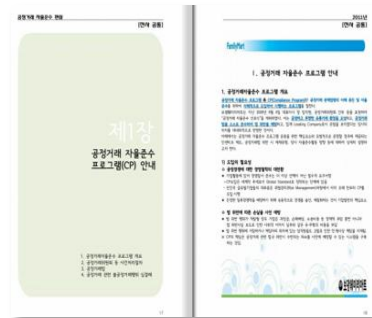
1. 본인이 이해관계자로부터 직접 금품을 받거나 가족, 지인 등을 통한 수수
2. 상위자가 금품을 받아 하위자에게 주거나, 하위자가 상위자에게 줄 경우
3. 집, 회사로 선물 등이 배달된 경우

공정거래 : Compliance Program

- 자율준수 프로그램을 통해 구성원들의 윤리경영 마인드를 제고하고, 전 직원이 공정거래에 대한 인식과 이해 수준을 높여 임직원 스스로가 불공정거래를 차단하는 역할을 수행하고 있습니다.

• CP편람 전면개정

누구나 쉽게 이해할 수 있는 자율준수 매뉴얼을 e-book으로 제작하여 인트라넷(사내통신망)을 통해 배포하고 있습니다.



• 담당자 교육강화

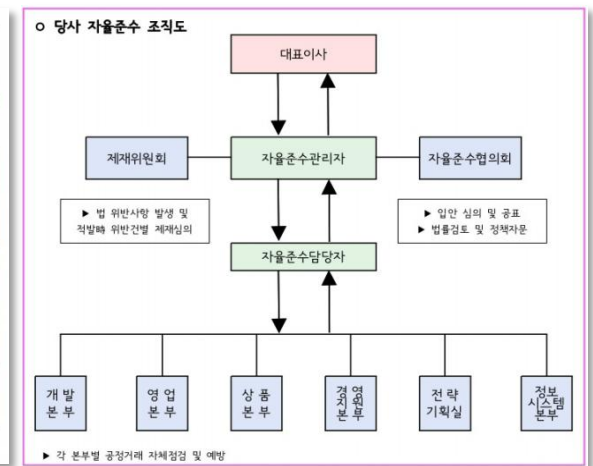
자율준수 담당자에 대한 외부 전문가(공정거래위원회, 변호사, 지식경제부 등)교육을 강화하고 있으며, 관련 임원에게는 필수 과정화 함으로써 공정거래법에 대한 이해를 확산시키고 있습니다.

자율준수담당자 외부교육 현황

구분	2009	2010	2011
교육	1회	6회	6회

• 공정위 심결례집 제작

보광훼미리마트는 현재까지 공정거래법 위반 사항이 없어 유사한 기업을 기준으로 최근 발생한 공정거래 위반 심결례를 별도의 책(e-book)으로 제작, 배포하여 실제업무에 쉽게 적용할 수 있도록 하고 있습니다. 특히 관련성이 많은 업무담당자에 한하여 별도의 공정위 주최 교육을 제공함으로써 위반사항을 미연에 방지하기 위해 노력하고 있습니다.



상생협력 실천

■ 보광훼미리마트는 상품대금 현금결제는 물론 상생펀드 및 상생센터 운영 등 중소기업 업체의 애로사항을 경영에 반영하여 상생협력을 강화해 왔습니다.

• 협력업체와 상생경영

2010년 12월 7일 '동반성장 및 공정거래협약'체결 선포식을 통해 상생펀드와 네트워크론 등 200억원 규모의 자금을 지원하고 있으며, 납품업체에 대한 현금결제 비율도 90%이상 수준으로 처리되고 있습니다.

향후 협력업체 지원센터를 운영을 통해 판매와 마케팅 정보를 제공하여 다양한 부분에서 협력업체가 성장할 수 있도록 지원, 협력 해 나갈 것입니다.

• 중소기업 기술 지원

보광훼미리마트는 판로개척에 어려움을 겪는 중소기업의 상품 거래에 적극적으로 협조하여 중소기업 발전에 기여하고자 최선을 다하고 있습니다.

상품 트렌드나 고객니즈에 대한 정보가 부족한 중소기업체와의 협력을 통해 상품개발, 생산에서 제품 디자인, 전국 판로확보까지 제공하고 있습니다. 또한 월 1회 공장 위생관리 점검을 통해 품질관리에도 힘을 쏟고 있습니다.

편의점 공정거래 협약식



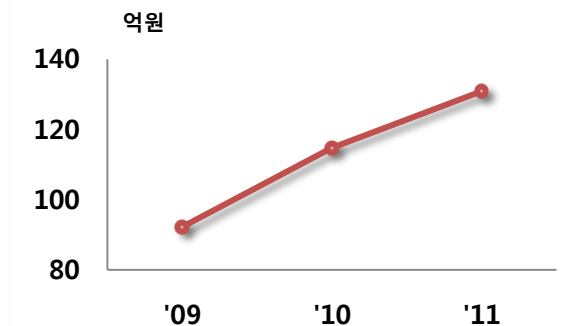
협력업체 지원

구분	내용
상생펀드	100억
선지급	50억
네트워크론	50억
현금결제	90% 이상

중소기업 구매상담 공로패



대표적 기술지원 중소기업 매출향상 추이



05

가치경영

- 인력채용 확대 및 공정성 강화
- 인재육성
- 성과관리 및 보상체계 개선
- Work & Life Balance
- 녹색물류
- 상품 품질관리
- 가맹점교육 지원
- 특화상품 개발 및 점포 서비스 확대
- 점주만족 경영
- 점주가족 친화경영
- 고객만족경영

인력채용 확대 및 공정성 강화

■ 모든 구성원에 대해 종교, 나이, 성별, 학벌에 따른 일체의 차별을 금지하고 있으며 채용, 배치, 승진, 보상, 교육 기회를 공정하면서도 개인별 능력 및 성과에 맞게 배분하고 있습니다.

· 인사, 채용 시스템

보광훼미리마트의 인사 시스템은 역량과 업적을 바탕으로 한 인사체계와 창의, 자율, 예의, 품격을 갖춘 조직문화를 구축하여 신명 나는 일터 만들기를 목표로 합니다.

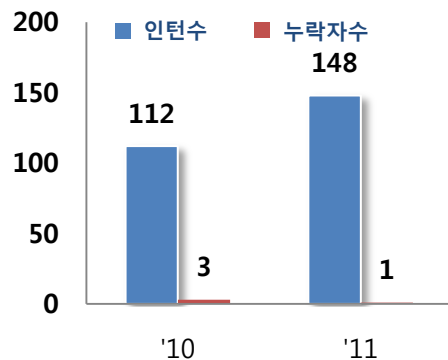
인재상에 부합하는 Right People 선발을 위해 2010년 도입된 인턴제도 도입 이후 입사 전 우수교육 시스템에 따라 인턴에서 정규직 전환 비율이 99%에 달하고 있습니다.

· 남녀 고용 평등 준수

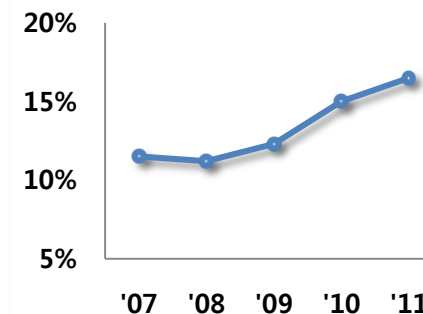
2011년 11월 말 기준으로 전체 직원수는 1,318명입니다. 구성원의 16.5%를 차지하고 있는 여성인력에 대해서 기회 균등을 보장하고 있으며, 건전한 직장 분위기 조성 차원에서 매년 직장 내 성희롱 예방 교육을 실시하고 있습니다.

또한 지속적으로 여성인력의 비율이 증가함에 따라 육아 및 일과 생활의 균형에도 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

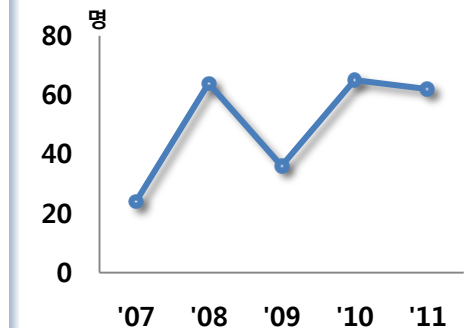
인턴 정규직 비전환 수



여성인력 비율 증가 추이



여성인력 채용인원



인재육성

■ 창의적이며 소통하는 인재 육성을 위해 자율적인 학습과 자기개발활동을 적극적으로 지원하고 있으며, 사이버 교육을 통해 상시 학습체제를 지향하고 있습니다.

• 지속적 / 자발적 학습문화 구축

기획, 재무, 마케팅, MD, SC 등 다양한 직무 영역에 따라 체계적인 교육 프로그램을 마련하여 시행하고 있으며, 단계별 인재육성 방법을 통해 개인에게 특화된 교육을 제공 있습니다. 또한 항시 학습이 가능한 사이버, 독서 통신 교육 등을 활용, 상시 학습 문화를 형성하고 있습니다.



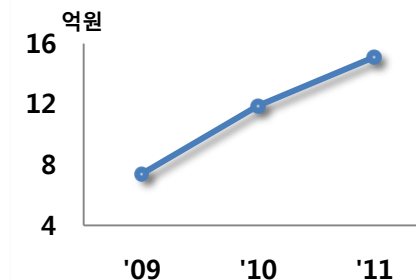
• 유통전문가 육성

선진 유통기업으로서 유통전문가 육성은 기업의 성장을 위한 핵심 요소 중 하나입니다. MD, 물류, 마케팅 등 여러 분야의 내·외부 교육을 통해 유통전문가를 체계적으로 양성하고 있습니다. 한편 2008년부터 토요아카데미를 운영, 다방면의 전문가를 초빙하여 다양한 학습기회도 제공하고 있습니다.

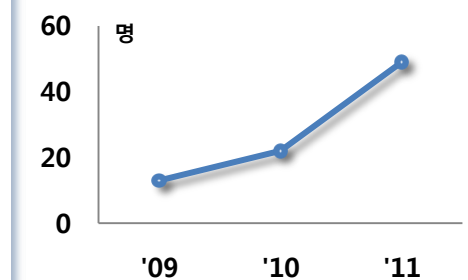
사이버 교육 활용 추이

구분	2009	2010	2011
교육형태	독서통신	온라인 강의	온라인 강의
강의수	직무교육	147강좌	306강좌
수강자수	856명	1,568명	1,435

경영자 / 전문가 육성지원 비용



경영자 / 전문가 대상인원



성과관리 및 보상체계 개선

■ 보광훼미리마트는 역할과 책임에 근거한 성과 중심의 경영체제를 구축하기 위해 관리와 통제가 아닌 지속적인 관찰과 면담을 통한 개선과 향상에 초점을 두고 있습니다.

• 성과관리 패러다임 전환

훼미리마트의 새로운 성과관리 제도는 전사적 전략/목표 달성과 개인성과 향상 모두에 초점을 두고 지속적인 개선과 향상을 목적으로 합니다.

성과 관리 의 초점	인사평가	성과관리
	관리/통제	
	개인 업무성과 향상	
	사후적 평가 결과만이 중요	
	최종 평가 등급만 기록, 통보	
주 체	평가 결과는 급여차등 및 승진 도구	성과관리
	HR부서 및 평가자	
	심판관(Judge)	
	일방적(One-way)	
	속인적 요소+업무성과 +일반능력	
평가자 역할	관리/통제	성과관리
	개인 업무성과 향상	
	사후적 평가 결과만이 중요	
	최종 평가 등급만 기록, 통보	
	평가 결과는 급여차등 및 승진 도구	
의사 소통	HR부서 및 평가자	성과관리
	심판관(Judge)	
	일방적(One-way)	
	속인적 요소+업무성과 +일반능력	
	관리/통제	
내 용	개인 업무성과 향상	성과관리
	사후적 평가 결과만이 중요	
	최종 평가 등급만 기록, 통보	
	평가 결과는 급여차등 및 승진 도구	
	HR부서 및 평가자	

• 공정한 성과관리

훼미리마트의 성과평가는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 평가를 하고 있으며, 개인들의 목표 달성여부와 실적이 직접적으로 반영된 고과 결과에 따라 차등적인 보상체계를 갖추고 있습니다.

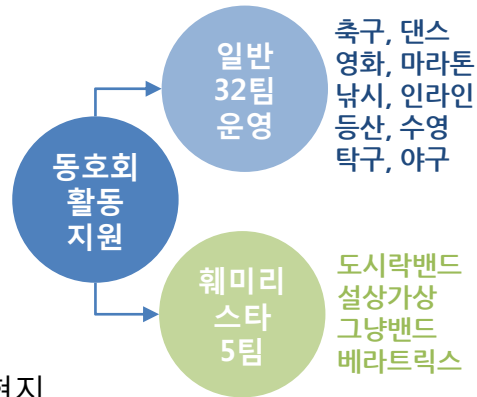


Work & Life Balance

■ 보광훼미리마트는 임직원의 일과 생활의 균형을 위하여 다양한 복지제도를 운영하고, 체계적인 복리후생 프로그램으로 직원 만족도 제고를 위해 노력하고 있습니다.

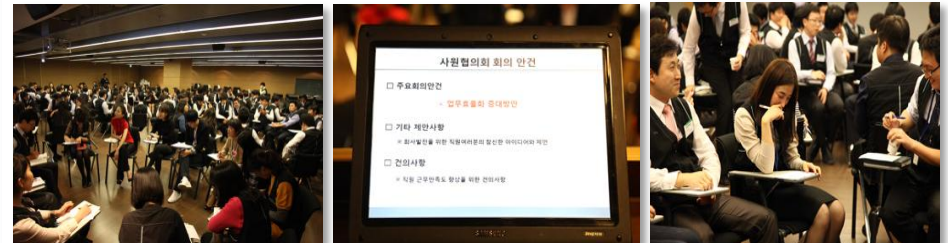
• 복리후생 개선

임직원의 재정지원을 위해 유치원부터 대학교까지 학자금을 전액 지원하고 있으며, 또한 임직원의 여가생활을 위해 콘도 및 동호회 운영비용을 지원하고 있습니다. 지방 이동자에게 현지 정착을 위한 사택지원금, 이사비용 등을 지원하고 있습니다.



• 상생의 조직문화

상생 노사문화 조성을 위해 기존 노사협의회를 우리회사 열린마당(우. 열. 마)으로 개편, 기존 1개의 협의회에서 각 지역별 13개 협의회를 신설하여 현장 가까이에서 직원들의 의견을 듣고 즉각적 의견수렴이 가능하도록 개선하였습니다.



직원만족도 향상과 내부이해자 커뮤니케이션 활동

구분	내용
한마음체육대회	2011년 관계사 포함 1,251명 참가
신입사원 1:1멘토링	최우수 멘토링 선발 해외배낭여행 지원
SC, SP 동행순회	이익부서의 현장 체험

구분	변경 전	변경 후
전사 협의회 실무진	10명	68명
협의회 구성	1개 협의회	1개 전사협의회 13개 부서별협의회
사원협의회	없음	있음

녹색 물류

■ 보광훼미리마트는 2008년 부터 에너지 효율화를 위한 녹색물류 프로그램을 시행하고 있으며 전국 6,700여 가맹점에 안전하고 체계적인 물류서비스를 제공하고 있습니다.

• 친환경 프로세스

보광훼미리마트는 선진적인 친환경 물류·운영 프로세스를 구축하여 CO₂ 및 에너지 절감에 적극 노력하고 있습니다.

특히 2011년 표준 연비제 도입을 통해 물류차량 연비개선 기준을 수립하고 실적에 따른 Eco-driving 인센티브(전체 차량 중 상온 60%, 저온 40%)를 지원하고 있다.

디지털 타코미터 도입

- 교통법규, 안전운전 관리 (정속운전 및 운전습관 개선)
- 차량관리를 통한 Cost 절감

표준연비 제도

- 상온 : 7.4 Km/L
- 저온 : 6.4 Km/L
- 월별 기준이상 차량에 인센티브 지원

물류차량 연비

단위 :Km/L

구분	2009	2010	2011
상온	6.78	6.85	7.09
저온	6.24	6.27	6.45

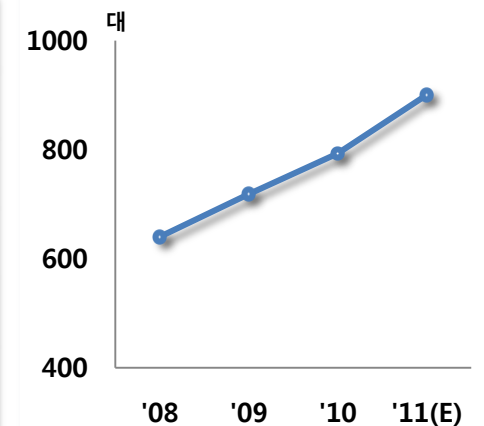
• 물류 네트워크 확대

2011년 안성물류센터와 제주도시락 공장 오픈에 따라 전국 15개 물류센터와 7개 도시락 공장을 운영 중에 있으며, 2012년 예정된 나주, 진주 물류센터에 이어 강릉지역 물류센터까지 전국 네트워크를 확대해 나가고 있습니다.

안성 물류센터

구분	내용
품목	상온, 저온
담당지역	경기남부, 충청
규모	2,573평
처리능력	800점 대응
태양광 시스템	CO ₂ 14.9TC/년 감소 4.92toe/년 석유 대체

친환경 운영 실시 차량수



상품품질 관리

■ 보광훼미리마트는 식품안전과 위생에 대한 리스크 관리 및 대응체계를 구축하여 사전에 위해 요소를 제거하는 등 안전한 상품을 제공하고자 노력하고 있습니다.

• 점포 위생관리 기준 수립

고객에게 보다 쾌적한 점포환경을 제공하고자 영업부와 통합교육을 통한 상호 커뮤니케이션을 활성화 하고 교육내용을 토대로 점포관리 기준을 수립하여 관리하고 있습니다.



• HACCP 인증

2011년 총 7개 공장 중 6개의 공장이 HACCP기준을 통과하였으며, 고객에게 안전안심 먹을거리 제공을 위해 2012년까지 전 공장 HACCP인증을 도입할 계획입니다.



HACCP 인증 도시락공장 수

구분	2010	2011	2012
총 7공장 중	2곳	4곳	1곳

• 공정관리 심사

2011년 도입한 제품생산공정 관리를 통해 기존의 위생관리 중심의 상품관리에서 한 단계 나아가 상품 품질과 균일성 향상을 위해 노력하고 있습니다.



• 쌀 품질관리 TFT 추진

편의점 도시락 판매 증가에 따라 주 재료인 쌀 현황조사를 통해 검사기준을 수립하여 전국적으로 우수한 품질의 쌀 공급을 위해 노력하고 있습니다.



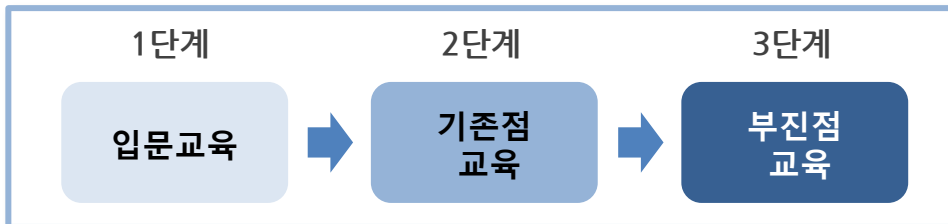
가맹점 교육지원

■ 보광훼미리마트는 전국 6,700여 가맹점의 경영지원 및 단계별 교육을 통해 점포의 서비스 역량을 강화하고 고객과의 커뮤니케이션 능력 배양에 힘쓰고 있습니다.

• 체계적 가맹점 교육 시행

보광훼미리마트는 효율적인 가맹점 운영을 위해 신규점주를 대상으로 2주간의 입문교육과 기존점의 고객 커뮤니케이션 및 서비스 향상을 위해 년 1회 운영력 향상 연수과정을 개최하고 있습니다. 또한 년 6회 운영력 평가를 통해 점포의 서비스, 상품, 청결을 가맹본부 차원에서 관리하고 있습니다.

단계별 점포 교육 프로세스



점포 운영 가이드북 발간

1년간 점포에서 일어날 수 있는 모든 상황 (발주, S&QC관리, 행사대응 등)을 기준으로 업무처리 방법 및 대응방안 기재



• FC교육팀 전국투어 서비스 교육 실시

전 점포 기준 운영력 서비스가 하위 10%인 점포를 대상으로 FC 교육팀과 강사들이 전국 각 지역을 직접 방문하여 진행되는 서비스투어에서는 일방적인 강의방식을 지양하고 조별토론, 롤플레이 등을 활용하여 교육 참가자가 직접 느끼고 생각할 수 있도록 강의를 진행하고 있습니다.

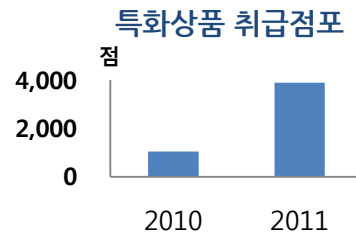


특화상품 개발 및 점포 서비스 확대

■ 보광훼미리마트는 고객 트렌드에 맞춘 상품MD와 편의 서비스 확대를 통해 고객중심의 점포가 되고자 노력하고 있습니다.

• 특화상품 개발 현황

고객니즈와 트렌드를 반영한 먹을 거리 상품(베이커리, 후라이어 등) 도입으로 점포 차별화를 강화하고 있습니다.



• 대학생 모니터링

2005년부터 현재까지 9기수에 약 250여명의 모니터 요원을 선발하여 신상품 품질조사, 시장조사, 도시락 공장견학 등을 주제로 정기 모니터링을 실시 하고 있습니다.

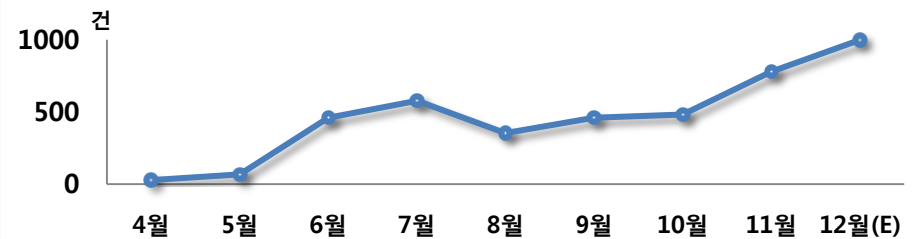
2010년부터는 SNS를 활용한 상품 블로깅과 UCC제작 활동을 추가, 홍보와 함께 보다 폭넓은 고객 의견을 수렴하기 위해 노력하고 있습니다.



• 점포 서비스 확대

보광훼미리마트는 고객의 편의서비스 향상을 위해서 선도적인 노력을 기울이고 있습니다. 2011년에는 편의점 최초 고객의 간편한 외부활동을 위해 통신요금과 연동한 모바일 결제서비스 (M-tic)를 시행하였습니다.

모바일 결제서비스(M-tic) 일 이용건수



시행중인 편의 서비스

구분	요금관련	엔터테인먼트	생활서비스
관련 서비스	모바일 결제 수납대행(11번가) 교통카드 충전 공공요금 납부 등	꽃배달 서비스 티켓판매 프리페이드 로또, 토토 등	택배 및 픽업 휴대폰 충전기 잉크충전 복합기 등

점주만족 경영

■ 보광훼미리마트는 ‘가맹점은 곧 가족’이라는 모토아래 가맹점 니즈를 반영한 지원 제도를 강화하여 보다 안정된 점포 운영을 위해 노력하고 있습니다.

• SMART-STAFF 제도

보광훼미리마트 스태프 有경력자가 자신의 정보를 홈페이지에 등록 후 점포에서 긴급하게 스태프 투입이 필요시, 사전 등록된 SMART STAFF 인력POOL을 검색, 채용하여 근무할 수 있도록 하는 제도입니다.



스태프 수급 불안정에 따른 점포의 근무여건 악화와 운영력 저하를 방지하고 가맹점주님들의 복지향상을 위해 SMART-STAFF 제도를 시행하고 있습니다.

SMART-STAFF 등록자 수

구분	서울지역	서울시외
근무대기자 수	436명	36명

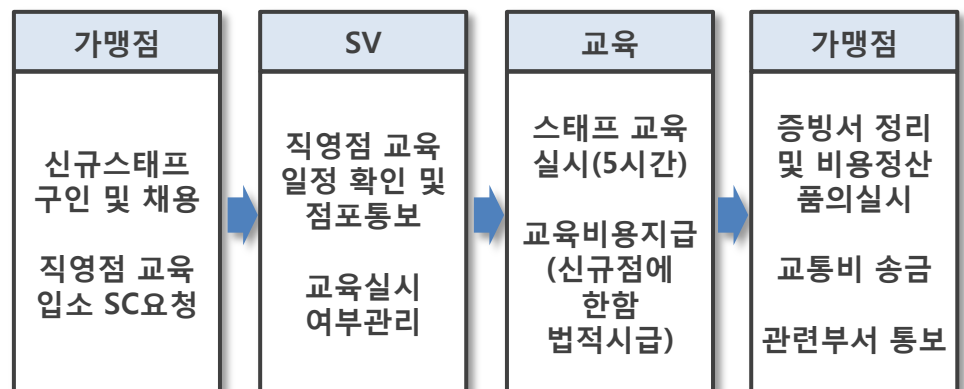
• Staff 교육 지원

직영점의 가맹점포 Staff교육 지원은 1차적으로 가맹점주의 스태프 교육부담을 경감하고, 가맹점의 체계적인 스태프 양성 및 역량 개발을 통해 점포 운영력을 강화하기 위해 시행하는 제도입니다.

SMART-STAFF 등록자 수

구분	2010	2011(E)
교육스태프 수	2,295명	3,200명

Staff교육 진행 Flow



점주가족 친화경영

■ 보광훼미리마트는 점포의 24시간 운영으로 소홀해 질 수 있는 가족간의 소통과 교류를 강화하기 위해 다양한 지원책을 마련하고 있습니다.

• 점주 자녀캠프 대상 확대 시행

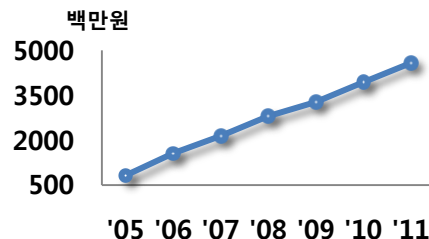
참석대상자를 기존 점주자녀에서 직계가족 자녀로 확대 시행하여 미혼점주에게도 혜택이 돌아가도록 배려하였습니다. 향후 가맹점주 부모님의 건강검진 지원 등을 통해 더 많은 나눔을 실천하고자 노력하고 있습니다.



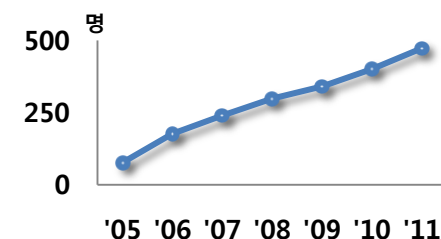
• 점주자녀 장학금 지원

2005년 이후 매년 점주자녀 장학생 선발을 통해 누적 학생수 473명, 누적금액 45억9천만 원을 지원하였습니다.

학자금 지원금 누적액



학자금 지원 누적 학생수



• 가정의 달 행사

가맹점 대상 '점포사랑·가족사랑 콘테스트', '점주자녀 뽀내기 대회'와 같은 행사 개최를 통해 가족간에 소통할 수 있는 장을 마련하고 있습니다. 선발된 그림과 수기에 대해서는 책자로 제작하여 가맹점 간의 공감대 형성을 위해서 활용하고 있습니다.

구분	2008	2009	2010	2011
참가점포(점)	719	651	673	780
수상인원(명)	64	90	117	118

• 가맹점주 자녀 사이버 교육 지원

점주님들의 자녀교육을 위해 대교 온라인 콘텐츠를 활용하여 초등(4~6학년), 중등(1~3학년) 내신 대비 강좌를 지원하고 있습니다.



고객만족 경영

- 보광훼미리마트는 CCM도입을 통해 고객대응에 명확한 행동기준과 절차를 제시하고, 고객 불만에 자발적이고 효율적으로 대처하는 조직문화를 정착시켜 나갈 것입니다.

• CCM(Customer Centered Management) 도입

CCM도입을 통해 CEO와 임직원의 소비자 관련 의식을 제고하고 상품과 서비스 수준을 소비자 관점에서 끊임없이 혁신하여 고객만족을 선도하는 기업이 되고자 노력합니다.



• CCM 인증제도

기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 (재)구성하고, 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지를 한국소비자원에서 평가하고 공정거래위원회가 인증하는 제도입니다.



소비자 기대효과

- 상품 및 서비스 선택정보 제공 효과
- 인증기업과의 소비자문제 발생 시 CCM 운영체계에 따라 신속하고 합리적인 해결 가능

06

책임경영

- 국가경제 기여
- 지역경제 활성화
- 어린이 희망 활동
- 국내외 CSR활동
- 환경책임 증진



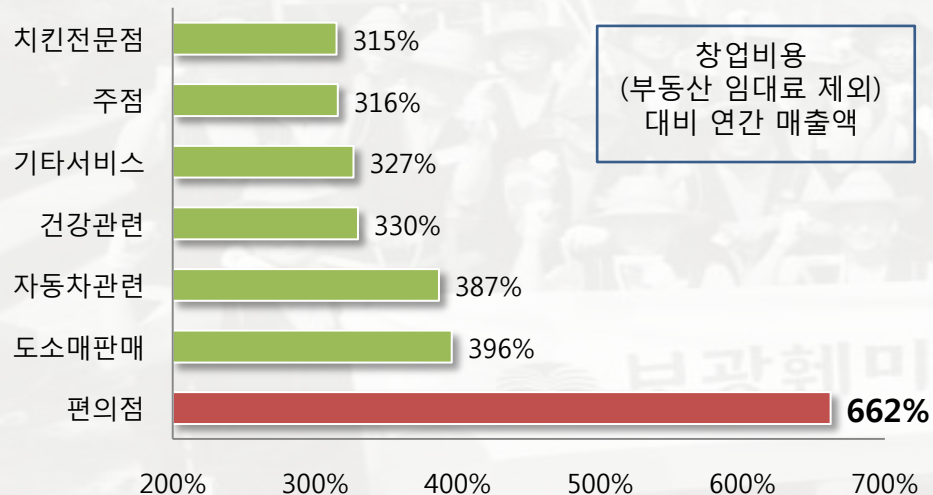
국가경제 기여

■ 보광훼미리마트는 소상공인을 위한 사업지원 확대와 고령자 고용창출을 위한 시니어 스태프 활성화로 국가 경제 발전에 기여하고자 노력하고 있습니다.

• 안정적 사업지원

보광훼미리마트는 인테리어비 본사 부담, 전기료 지원 등 가맹점주님에게 실질적인 사업지원을 통해 창업비용 대비 안정적인 수익 실현이 가능하도록 지원하고 있습니다. 이에 따라 여성, 고령자의 가맹비율이 꾸준히 증가하고 있습니다.

업종별 창업비용 대비 연간매출액 비율



※ 프랜차이즈 가이드 : 2009년 정보공개서 기준(2011년 9월 기사)

• 고용창출

서울시에 이어 부산시로 확대 시행 중인 시니어 스태프 제도는 어르신들에게 일자리와 삶의 활력을 제공하는 긍정적인 효과로 올해 채용규모 200명을 넘어서고 있으며 2012년까지 전국 1,000명 수준으로 확대해 나갈 예정입니다.

또한 6,700여 가맹점의 가맹점주님과 스태프 등 2만여명의 인력과 더불어 전국 네트워크를 기반으로 하는 사업확장을 통해 일자리 창출에 기여하고 있습니다.



보광훼미리마트는 소상공인의 경제적 안정이 곧 국가경제력의 기반이 된다는 생각으로 노란우산공제회 제도를 도입 장려하여 소상공인들의 경제적 안정망 확보에도 힘을 쏟고 있습니다.

지역경제 활성화

■ 지역사회 경제 발전을 위한 다양한 협력방안 연구 및 시행을 통해 지역사회 성장의 한 축으로서 역할을 다하고 있습니다.

• 지역물류센터 건립

지방권의 점포수 증가에 따라 지역자치단체와의 MOU체결을 통한 물류센터 건립을 지속적으로 추진하고 있습니다. 전국거점의 14개 물류센터와 7개의 도시락 공장에 이어 2011년 안성물류센터 건립 및 2012년 나주, 진주, 강릉물류센터가 건립예정에 있어, 지역경제발전의 한 축으로서 역할을 강화해 나갈 것입니다.

지방자치단체 제휴현황

구분	2008	2009	2010	2011
지역	서울특별시 강원도 제주특별시	인천광역시 부산광역시	충청남북도 전라남도 전라북도	경기도
내용	시정홍보 공익캠페인 상품개발 공동마케팅	시정홍보 사회복지사업 공동마케팅	시정홍보 경제활성화 지역상품판매 중소기업상생	사회공익사업 (소외계층) 일자리 창출

• 지역홍보활동 강화

전국 지역자치단체와의 MOU체결을 통해 지역홍보, 마케팅, 시민편의서비스 증진과 사회복지사업 참여, 지역특화상품 홍보 및 판로개척 등 여러 분야에서 상호협력을 해나가고 있습니다. 특히 제주특별자치도와 2008년 MOU체결 이후 '제주愛' 브랜드 개발과 출시, 도시락공장 및 물류센터 건립을 통한 고용창출에 이어 세계7대 자연경관 홍보대사로 보광훼미리마트 백정기 사장이 위촉되어, 전국 점포망을 활용한 제주도 홍보를 통해 선정이 되는데 큰 역할을 담당하였습니다.



어린이 희망 활동

■ 보광훼미리마트는 어린이 보호와 지원을 위해 지역단체와 임직원이 함께 참여하는 활동을 시행해 나가고 있습니다.

• 어린이 지원 활동

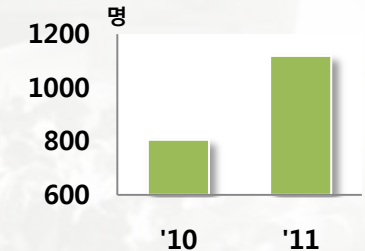
보광훼미리마트는 '어린이에게 희망을 가족에게 사랑을'이란 슬로건을 정하여 정기적인 어린이 봉사활동 참여를 장려하고 있으며, 전국자매결연 보육원을 방문하여 성금전달, 노력봉사, 상품 전달 등을 시행하며 지역사회와의 신뢰감 형성 및 선진기업으로의 자리매김을 위해 노력하고 있습니다.

또한 아동급식, 아동안전지킴이 등 다양한 부분에서 어린이 안전을 지원하고 있으며, 식품 신호등 표시제를 통해 비만이 우려되는 어린이의 영양불균형에 대한 관리도 지원하고 있습니다.

• 청각장애아동 수술비 지원

청각장애 어린이들을 위한 인공와우수술비 지원을 위해 매월 급여 중 일부를 기부하는 급여우수리운동, 기금마련을 위한 사랑에 마라톤 등 보광훼미리마트 전 임직원과 가족 및 관계사 직원들까지 생활속에서 기부를 활성화 할 수 있도록 노력하고 있습니다.

사랑에 마라톤 참가자 수



급여우수리 참가 임직원 수
1,114명



국내외 CSR 활동

- 보광훼미리마트는 고객과 점주 모두가 함께하는 활동을 중심으로 어린이후원, 사회봉사, 국제협력 등 3개의 분야를 CSR활동의 주요 범주로 선정하고 매년 활동범위를 확대하고 있습니다.

• CSR 추진 현황

보광훼미리마트는 획일적인 재정적 지원에서 벗어난 다양한 방식의 봉사활동을 임직원에게 권장하고 있습니다. 2011년 봉사활동 참여인원 982명, 전체 4,910시간을 봉사활동에 참여하였습니다. 또한 2010년 29.3억원을 사용하였으며, 2011년 41.9억원으로 증가하는 추세입니다.

• CSR 활동 내용

이웃과 사회에 나누는 기업, 선진참여복지사회를 추구하는 보광훼미리마트는 경제성과를 지역사회와 나누는 기업시민으로서의 역할을 수행하고자 합니다. 산간벽지의 문화소외지역 책기부, 보호가 필요한 아동들에게 맞춤형 학습지원 서비스 제공 등 사회 구성원의 일원으로서 해야 할 역할과 책임을 다하기 위해 항상 노력하고 있습니다.



'아이 ♥ Family'
unicef
유니세프한국위원회

임직원 봉사활동
(2010.9~)
구호기금모음
(2008~)

NIA 한국정보화진흥원

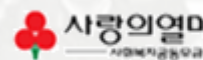
사랑의 그린 PC 기부
(2011.5 ~)

NAVER

북리펀드 도서기증
운동(2009.04 ~)



사랑의 식품 나눔
(2009~)



사랑의 열매
(2005.9~)

보광훼미리마트 후원 금액



환경책임 증진

- 보광훼미리마트는 친환경 점포 개발, 시설·집기 에너지 효율화 등 경영전반에 친환경적 요소를 적극 도입해 지구 환경 보전에 기여하고 있습니다.

• 친환경 시설·집기 개발

지구온난화와 에너지 문제의 심각성이 전 세계적으로 이슈화되고 있습니다. 또한 계속되는 전기료 인상에 대비하여 보광훼미리마트는 점포의 비용 절감을 위해 가맹본부 지원으로 통합실외기, 온도조절기, LED간판 설치를 시행하고 향후 점포 종합열 이용시스템 도입을 추진하고 있습니다. 이와 같이 절전경영의 확대를 통해 에너지 사용을 효율화하고 지속적인 에너지 절감이 가능한 시설·집기개발에 최선을 다하고 있습니다.

• 친환경 시스템 및 캠페인

보광훼미리마트는 고객에게 환경의 가치를 알리는 다양한 상품, 생활문화를 제공하고 친환경적인 소비생활을 권장합니다. 탄소 캐쉬백 적립, 폐품 수거 및 재활용 등 다양한 환경 활동을 통해 임직원과 고객 나아가 사람과 자연을 위해 필요한 환경가치를 창출하기 위해 끊임없는 노력을 하고 있습니다.



절전형 신규집기 친환경 효과

구분	내용
통합 실외기	<ul style="list-style-type: none"> • 기존대비 37%절전효과 • 설치 비용이 기존대비 3배
조도 조절기	<ul style="list-style-type: none"> • 18.7 ~ 24% 절감효과
절전형 신규집기 도입으로 점당 연간 310만원 절약	

Thank you

