

## 기업 분석 : BGF 리테일

### 1.1 BGF 리테일은 무엇을 하는 회사인가?

- 꾸준한 신규 출점을 통해 외형 성장을 이어오고 있으며, BGF 로지스, BGF 푸드 등 편의점에 최 적화된 사업구조를 바탕으로 국내 편의점 시장 의 성장을 주도하고 있음
- BGF 리테일 기업 전체 매출의 98%를 편의점이 차지하는 편의점 Pure player 이다. 이외 골프장, 물류, 식품제조를 하고있기는 함

### 1.2 BGF 리테일의 역사

1990 년 일본훼미리마트 브랜드로 국내 편의점사업을 시작(훼미리마트 1 호점)  
2012 년 일본 훼미리마트와의 계약 종료 후 독자 브랜드 'CU'로 교체 & 사명을  
BGF 리테일로 변경

2014 년 코스피 시장 상장

2021 년 점포 15814 개 보유 점포수 기준 시장점유율 1 위

### 1.3 BGF 리테일의 실적, 전망

표 1. BGF리테일 분기 실적 전망 (K-IFRS 연결)

(단위: 십억원)

	1Q20	2Q20	3Q20	4Q20	2020년	1Q21	2Q21	3Q21P	4Q21F	2021년
매출	1,393	1,549	1,683	1,556	6,181	1,501	1,700	1,837	1,682	6,720
편의점	1,392	1,547	1,678	1,552	6,168	1,498	1,696	1,832	1,674	6,700
기타	1	3	5	5	13	4	5	4	7	20
영업이익	18	45	64	36	162	22	59	70	45	195
편의점	23	45	61	35	164	25	57	66	44	191
기타	-5	0	3	1	-1	-3	2	4	1	4
세전이익	18	44	67	34	163	21	61	64	48	194
순이익	12	33	51	26	123	16	47	49	33	145
영업이익률(%)	1.3	2.9	3.8	2.3	2.6	1.4	3.4	3.8	2.7	2.9
세전이익률(%)	1.3	2.9	4.0	2.2	2.6	1.4	3.6	3.5	2.8	2.9
순이익률(%)	0.9	2.1	3.1	1.7	2.0	1.1	2.8	2.7	2.0	2.2
매출(YoY,%)	3.2	2.2	6.3	4.0	4.0	7.8	9.8	9.1	8.1	8.7
영업이익(YoY,%)	-29.8	-26.9	-1.9	-20.1	-17.5	17.1	31.6	9.3	27.4	20.3
세전이익(YoY,%)	-37.1	-28.9	3.0	-25.5	-18.9	21.1	37.0	-4.8	40.8	18.7
순이익(YoY,%)	-42.7	-28.1	2.6	-23.7	-18.9	32.2	41.6	-4.3	27.2	18.4

자료: BGF리테일, 하나금융투자

연간 매출액도 증가 하고 있으며 연간 영업이익도 증가하고 있음, 앞으로도 증가할 것으로 예상됨 위의 자료들을 통해 알 수 있는 것은 다음과 같다

BGF 리테일은 높은 영업이익과 성장을 보여주고 있다, 또한 앞으로도 위드코로나로 인한 성장성이 증가할 것으로 예상됨

- 2021 년 4 분기 영업이익 450 억원으로 전년 동기 대비 30% 증가하였다 - 편의점 영업이익은 20% 증가하였다.

- 편의점 매출은 전년동기대비 16.4% 증가

- 신규점포수(한 분기에 348 점)도 증가

- 점포당 매출액(1.1%)증가

#### 2) 높은 성장의 배경에는 무엇이 있는가?

꾸준한 출점 수요에 기반한 매출액 증가

- 꾸준한 출점 수요의 배경은 도시락을 대표로 식품을 판매하는 채널로써 이미지를 확보하여 편의점을 찾는 고객들이 다양해졌고, 이를 기반으로 원두커피 등 다양한 신제품 출시하여 매출이 지속적으로 성장하고 있는 것이 편의점을 운영하고자 하는 수요도 확대시키고 있는 것

## < 강점 >

- 1) 편의점에 집중된 구조 BGF 리테일은 100% 편의점에 집중할 수 있는 사업구조이다.
- 2) 포켓 CU, 경쟁사 대비 편의점 앱 이용률이 높으며, 배달, 편픽, 추가로 여러 할인 혜택이 주어진다.
- CU 에 따르면 포켓 CU 리뉴얼 후 하루 평균 신규 가입자 수는 직전 일주일 대비 26.4% 신장했으며 DAU(하루 이용자수)는 무려 65.2%나 꺾여 뛴었다. 포켓 CU 의 핵심 기능 중 하나인 예약구매 서비스 이용건수 역시 리뉴얼 전 대비 85.9% 신장했다.

BGF 리테일 김석환 DX 실장은 “새롭게 출발하는 포켓 CU 를 고객들에게 소개하고 보다 즐거운 이용 경험을 제공하기 위해 역대급 이벤트를 준비했다”며, “앞으로도 CU 는 포켓 CU 를 기반으로 온·오프라인의 경계를 허무는 서비스를 제공하고 즐거운 쇼핑 환경과 풍성한 혜택을 제공하기 위한 다양한 시도를 지속해 갈 것”이라고 말했다.

### 3) 업계 점유율 1위에서 나오는 막강한 유통 지배력

어떤 상품을 다루느냐에 따라 다르지만, 일반적으로 오프라인 유통 업체에게 중요한 건 매장의 개수와 위치다. 매장이 적절한 장소에 많이 자리잡고 있으면, 그만큼 소비자와의 접점이 늘어나게 되고 판매 확률이 더욱 높아지게 된다. 특히 편의재, 일용품 등의 저가 상품을 다루는 편의점은 더욱 그렇다.

그런 면에서 CU 는 국내 편의점 업계에서 가장 앞서 있다고 할 수 있다. 지난 3 월 금융감독원 전자공시시스템과 편의점 업계의 발표에 따르면, 작년 기준 CU 의 점포 수는 1만 4 천 923 개로 2 위인 GS25 보다 235 개 많았다.

### 4) 'K-편의점'! CU, 해외 진출 성과

CU 의 활약은 국내에만 국한된 것이 아니다. 한국뿐 아니라 타 아시아 국가에서도 좋은 성적을 내고 있다. 대표적인 국가로는 말레이시아와 몽골이 있다.

말레이시아에서 CU 는 지난 4 월 한국 편의점 최초 말레이시아 1 호점을 개장했다. 코로나 19 가 확산된 후라 주변의 우려가 컸지만, 이내 정상 궤도를 타며 20 호점을 돌파했다. 특히 한식과 즉석 간편식 등의 CU 자체 브랜드(Private Brand) 상품들이 매출의 70%를 넘게 차지하고 있어 수익성 또한 높은 것으로 평가받고 있다.

또한 몽골에선 팬데믹 속에서도 올해에만 65 개의 지점을 개점하는 쾌거를 이뤘다. 이에 힘입어 몽골 지점은 현재 140 개를 넘게 되었고, 매출은 전년 대비 85% 성장했다. 이와 같은 호성적에 몽골 CU 를 운영하는 파트너사 '센트럴 익스프레스'(Central Express)는 현지 편의점 1 위 기업이 되며 최근 상장됐다. BGF 리테일은 "이번 상장은 대한민국 편의점 브랜드를 운영하는 해외 프랜차이즈 법인이 상장하는 첫 번째 사례"라며 "현지 소비자뿐 아니라 투자자들에게도 CU 의 브랜드 가치를 인정받은

것"이라고 말했다.

## < 약점 >

### 1) '납품업체 판촉비 부담' 관련 시정명령 취소 소송 패소

지난 2월에 공정거래위원회는 BGF 리테일이 납품업체에 과도한 판촉 비용을 떠넘겼다는 이유로 시정명령과 함께 16억 7,400만 원의 과징금을 부과했다. 지난 2014년부터 2년여간 진행한 일부 판촉 행사(N+1, 판촉행사 등)에서 79개의 납품업체에게 과도한 판촉 비용을 부담하도록 한 것이 그 이유라고 밝혔다.

이를 인지한 BGF 리테일은 지난 8월 공정위의 시정명령을 취소해 달라며 행정소송을 제기했지만 결국 패소했다. 이의를 제기했지만 결국 명예 회복에 실패하며 씁쓸한 뒷맛만 남긴 것이다.

한편, 이러한 결과는 CU에게 있어 추후 관리해야 할 리스크로 보인다. 평소 점주를 비롯해 여러 이해관계자들과 상생한다는 이미지가 있던 터라 자칫 많은 이들의 실망을 불러일으킬 수 있다.

### 2) ◆ '요기요'를 인수한 경쟁사 GS25

요기요는 주요 배달 플랫폼으로서 국내의 여러 편의점 상품들을 배달 해왔다. 그리고 그 과정에서 품목, 상품 개수, 지출 금액 등의 주문 정보를 갖게 되었다. 해당 데이터들은 PB 상품 개발과 같은 추후 사업 전략 수립에 많은 도움이 될 수 있다.

이를 눈여겨봤던 경쟁사 GS25는 결국 지난 10월 요기요를 인수했다. 얼핏 보면 경쟁사의 흔한 몸집 불리기로 볼 수 있지만, 이 인수는 CU에 또 다른 위협이 될 수 있다. 요기요는 CU의 배달도 수행해서, CU와 관련된 데이터도 상당 부분 GS25로 넘어갔다고 전망되기 때문이다.

## 1.5 기업 비전

### 경영이념

언제 어디서나 최상의 상품과 서비스를 제공하여 고객가치를 실현하고  
사회발전에 공헌하는 기업으로 성장하는 것 입니다.

### 비전

좋은 친구 BGF

### 핵심가치

긍정에너지  
**열정**

우리는 에너지 넘치고  
긍정적이다

시작은 패기있게,  
끝까지 끈기있게

넘어지면  
일어나면 된다

편리한 세상을 위한  
**도전**

우리는 편리한 세상을  
만드는 사람이다

고객이 원하는 걸  
되게 하자

오늘 우리가 안하면  
내일 남이 한다

꾸밈없이 당당한  
**정직**

투명하고  
소신있게

한걸음이라도  
세상에 이로운 쪽으로

솔직함이  
가장 빠른 해결책이다

서로에게 든든한  
**팀워크**

우리부터 서로  
좋은친구

의견은 다양하게  
실행은 한 방향으로

공감하고 믿어주고  
응원하고

다른 내일을 위한  
**학습**

호기심이  
배움의 시작이다

많이 본 사람이  
본 적 없던 걸 만든다

배우려 하지 않으면  
경험도 편견이 된다

## 1.6 편의점 경쟁사 실적 비교

편의점 업계 2021년 1~3분기 실적				
기업	구분	2020년 1~3분기	2021년 1~3분기	증감률
BGF리테일 CU편의점	매출	4조6162억	5조254억	8.9%
	영업이익	1291억	1469억	13.8%
GS리테일 GS편의점	매출	5조2443억	5조3892억	2.8%
	영업이익	1918억	1824억	-4.9%

※ 전년도 1~3분기 누적 대비 증감률

자료 : 금융감독원 전자공시시스템 / 단위 : 원

BGF 리테일이 운영하는 CU 편의점은 올해 1~3분기 매출액, 영업이익이 모두 증가하며 큰 성장을 보였다. 또 편의점 점포 수를 늘려 GS 리테일의 GS25를 앞섰다.

GS 리테일 GS25는 매출을 더 늘려 규모면에서 1위자리를 유지했고, 영업이익은 주춤했으나 여전히 BGF 리테일을 앞섰다. 8일 데이터뉴스가 BGF 리테일, GS 리테일의 분기보고서를 분석한 결과, BGF 리테일과 GS 리테일이 각각 운영하는 편의점 CU와 GS25의 1~3분기 매출은 지난해 같은기간 대비 8.9%, 2.8% 늘어났다.

CU 편의점의 1~3분기 매출은 4조 6162억 원에서 2조 5223억 원으로 8.9%, 영업이익은 1291억 원에서 1469억 원으로 13.8% 늘었다.

반면, GS 편의점은 매출이 5조 2443억 원에서 2.8% 증가한 5조 3892억 원, 영업이익은 1918억 원에서 4.9% 떨어진 1824억 원으로 나타났다.

편의점 점포수 현황					
구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
CU편의점	1만746	1만2372	1만3040	1만3731	1만5814
GS편의점	1만604	1만2293	1만2973	1만3818	1만5168

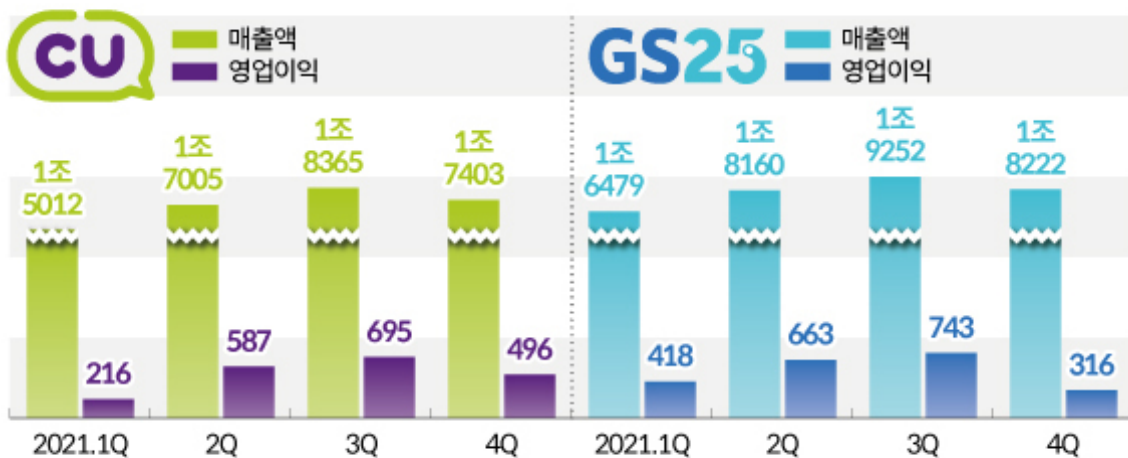
자료 : 공정거래위원회, 각 회사 사이트

2021년 11월 기준 편의점 점포 수는 CU가 가장 많고, GS 편의점, 세븐일레븐, 이마트 24, 미니스톱이 뒤를 이었다.

GS 편의점의 2017년 점포 수는 1만 604개로 CU 편의점 점포 수(1만 746개)와 142개 차이가 났다. GS 편의점은 2018년에 79개 지점, 2019년에는 67개 지점으로 꾸준히 CU 편의점과의 점포 수 격차를 좁힌 결과 지난해 CU 편의점 점포 수를 앞지르는 데 성공했다. 하지만 올해 다시 CU 편의점에 점포 수 1위를 내어줬다.

## 편의점 빅2분기 실적 추이

단위: 억원



[자료=금융감독원] [그래픽=홍종현 미술기자]

NEWSPIM

## 1.7 BGF 리테일 편의점 산업 분석 기사자료

<https://www.sedaily.com/NewsView/263904D3AQ> - 위글위글 디자인 협업

<http://news.imaeil.com/page/view/2022020310222721901> - 1인가구 특화

<https://mirakle.mk.co.kr/view.php?year=2022&no=364996> - mz 세대 공략

<https://www.ajunews.com/view/20220415120147533> - 물가 상승