

<별지 제2호>

# 조합 브랜드 개발과 PB 상품 출시를 통한 선도형 협동조합 육성 컨설팅 사업개요서

## 1. 추진 배경

협동조합과 관련한 유통시장에 대형마트를 비롯하여 편의점 및 SSM의 골목상권 진입으로 경쟁이 심화되고 있음. 특히 조합원의 영세성으로 인하여 고객에게 상품의 배열이나 시설 등의 편의제공이 미흡하고 저가격 고품질의 가성비 상품의 판매가 부진한 상황임.

그러나 정부의 유통법 규제나 최저 임금 인상 정책과 같은 우호적인 정책시행으로 판매기회가 증대되고 있으며 인구 변화 추세에 따라 1인 가구 및 고령자 증대 등으로 근거리 식품채널 선호에 따른 성장 가능성 또한 예측되고 있음.

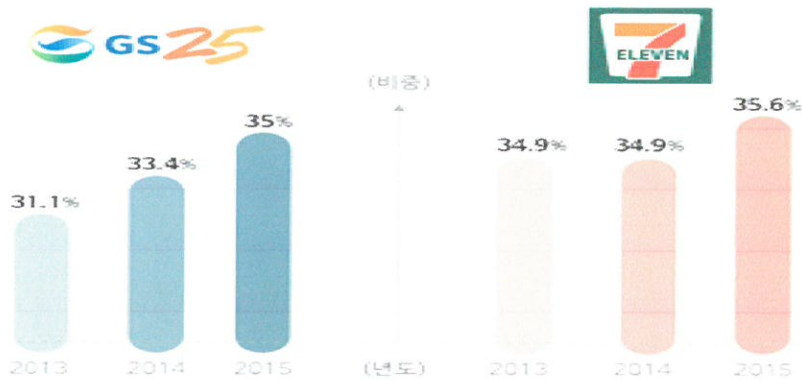
본 협동조합의 생존을 위해서는 우량한 PB 상품 개발하여 중간 유통단계의 배제를 통해 가격경쟁력 확보가 필요하며 이는 조합원의 판매이익 증대와 조합의 판매수수료 증가로 조합원 및 조합의 수익 증대를 가져올 수 있음. 특히 개발한 PB 상품의 서울지역, 전국지역 협동조합으로 확대를 통한 규모의 경제 실현으로 조합의 지속적인 성장성과 수익성을 도모할 수 있음.

## 2. 업계현황

한국체인스토아협회는 2016년 유통업계 10대 뉴스 1위로 가성비 트렌드와 유통업계 PB 강화를 꼽음. 그러나 미국과 유럽의 대형마트의

PB 비중은 50%에 달하지만 국내 대형마트 업체들은 20~30%에 불과함.

CU, GS25, 세븐일레븐 등 편의점에서 잘 팔리는 상품이 10개 중 3~4개가 PB 상품이 차지하고 PB 상품의 매출이 35% 정도를 차지하고 있음. 업계는 전체 PB 매출 신장률이 전년 대비 30%를 넘는 것으로 예상함. 유럽과 일본에선 유통업체들이 다양한 카테고리로 세분화된 PB 상품을 기획해 소비자들의 다양한 요구를 충족하고 있음. 독일 슈퍼마켓 체인 알디(ALDI)는 전체 판매 상품의 95%가 PB 상품임. 700~1000개 품목으로 매년 50조의 매출을 올림. 일본 최대 유통업체 이온(AEON)은 통합브랜드 톱 밸류(Top Value)를 통해 PB 상품도 최고의 품질이라는 이미지를 앞세움. 브랜드를 크게 따질 필요가 없는 생수, 커피, 비누, 치약 등 식품과 생활용품은 PB 상품의 대세임. 국내 편의점 PB 상품 매출은 아래와 같이 성장 추세에 있음.



과거 협동조합에서는 작은 브랜드 사업화 시도는 있었으나 본 사업을 통해 사업차원의 브랜드 개발의 적극적 시도와 조합에서 PB 상품의 개발 및 유통으로 시장점유율 향상이 요구됨.

### 3. 사업목표

협동조합의 PB 상품을 위한 브랜드 개발 후 대표적인 가성비 PB 상품의 소싱을 통해 조합원 매출 증대와 조합의 수익증대를 도모함. 중

장기적으로 지속적인 PB 상품 발굴과 서울, 전국 슈퍼마켓 조합으로 확대를 통해 시장의 확대 가능성을 실현하고자 함.

현재 서울시 중랑구 지역의 31개 조합원을 중심으로 거래함. 각 조합원이 일정하게 구매 후 상품 배치와 구전 판매를 통해 단골고객에 대한 틈새시장을 공략함. 잠재적으로 서울지역 슈퍼마켓 협동조합으로 연합으로 확대하고 향후 전국지역 슈퍼마켓 협동조합으로 확대를 도모함. 또한 국내에서 인정받은 PB 상품을 동남아 지역 등에 수출하여 국가 수익원 증대에 일조할 수 있도록 함.

구분	연도		
	2019년	2020년	2021년
매출액	10억원	30억원	50억원
매출근거	서울지역 슈퍼마켓 협동조합	전국지역 슈퍼마켓 협동조합	동남아 지역 진출
비고	선도적 조합 육성	서울지역 슈퍼마켓 협동조합 매출 포함	국내지역 슈퍼마켓 협동조합 매출 포함

#### 4. 컨설팅 추진내용

조합의 특성에 맞게 PB 상품 개발을 위한 네이밍과 로고를 제작하고 이를 통하여 상표권을 확보할 수 있도록 함. PB 상품에 맞게 디자인 하기 위해서 디자인 업체와 주기적으로 시안 분석과 협의를 하도록 함. 제작된 브랜드를 통하여 시험적 PB 상품 선정과 이를 가성비있게 제작할 제조사를 선정하여 조합 브랜드를 제공함. 제조사의 상품에 조합 브랜드를 인쇄한 PB 상품을 조합 물류센터에 입고함. 조합원에게 조합 브랜드화 된 PB 상품을 비치하고 판매할 수 있도록 함.

구분	일정		
	2018년 7월	2018년 8월	2018년 9월
추진일정	2018년 7월	2018년 8월	2018년 9월
추진내용	PB 브랜드 제작	PB 상품 제작	PB 상품 오픈
비고	조합의 특성을 반영	시험용 제작	조합원 슈퍼마켓 비치후 판매

## 5. 컨설팅 완료 후 기대효과

컨설팅 후 사업추진으로 예상되는 정성적 효과로 현장 중심의 단골 고객에 대한 구전 마케팅과 선반 배치 등으로 PB 상품의 영업이 활성화 될 수 있음. 특히 가성비 제품을 생산할 수 있는 경쟁력 있는 제조업체 탐색 및 선정으로 PB 상품의 개발의 고유 목적을 달성함. PB 상품을 통해 지속적인 판매 경로 확보 및 활성화를 통해 조합의 수익 증대와 해당 조합이 중심이 되어 타조합을 선도하는 협동조합으로 육성할 수 있도록 함.

또한 조합장의 경험을 활용하여 조합원의 의견 수렴과 사업 목적의 타당성을 이해하여 본 조합이 적극적으로 PB 상품 개발 사업을 이끌어 나가도록 함. 아울러 초기 계획 자금 이외에 필요한 추가 자금 지원이 있을시 이에 대한 지원으로 보다 다양하고 사업성 있는 PB 상품을 개발할 수 있으리라 보여짐.

이와 같이 PB 상품의 성공으로 서울지역, 전국, 글로벌하게 성장 및 진출을 통한 매출 증대 및 국가 경쟁력을 높일 수 있음.

## 6. 기타사항

편의점의 골목상권 진출이 확대되고 있으며 대형마트의 적극적 저가격 정책 및 상품 출시로 골목상권 붕괴와 가격 경쟁에 따른 조합원 슈퍼마켓의 성장 저해와 폐업이 증가하고 있어 본 조합은 조합원 감소로 조합의 활성화가 저해되고 있음.

아래 표와 같이 대형 유통업체들의 공격적 SSM 출점 및 소비심리 개선으로 전체 매출액은 성장세를 보였으나, 슈퍼마켓의 성장세는 가장 부진한 상황임.

구분	CAGR
백화점	6.8%
대형마트	7.3%
<i>슈퍼마켓</i>	<i>5.0%</i>
편의점	13.1%
사이버쇼핑	22.9%
전체	6.3%

이에 따라 조합 유지에 따른 비용 증가에도 불구하고 상품 판매 수수료 인상이 어려워 조합의 수익성이 저해되고 있음에 따라 조합원 회비와 판매 수수료를 가지고 조합 운영에 어려움이 있어서 공동사업을 통한 수익성 발굴이 시급한 형편임. 따라서 조합의 브랜드와 PB 상품 개발을 시도하여 조합원 매출 증대와 조합의 수익 증대를 도모하고자 함.

특히, 컨설팅의 대부분을 실질적인 조합 브랜드 개발과 시험적인 PB 상품의 출시에 초점을 맞추어서 조합에게 유형의 결과물을 제공하고자 함. 이를 통해 PB 상품에 대한 공동사업을 지속적이고 다양하게 수행하여 조합의 활성화와 타 조합에 대한 선도적인 사업을 진행하고자 함.