

GS25, 증권사와 만났다... 오프라인 금융플랫폼 거듭

GS리테일-삼성증권, MOU 체결
ATM 현금인출시 수수료 면제 등
생활 밀착형 상품 공동개발키로

편의점이 주요 은행에 이어 증권사까지 제휴 범위를 넓히며 오프라인 금융 플랫폼의 중심으로 거듭나고 있다.

GS리테일은 25일 역삼동에 위치한 GS타워 본사(20층)에서 삼성증권과 전략적 업무 협약(이하 MOU)을 체결했다.

이날 MOU에는 GS리테일 MD본부장 김종수 전무와 삼성증권 Retail 부문장 사재훈 부사장을 비롯한 양사 관계자가 참석한 가운데 진행됐다.

이번 MOU의 주요 내용은 ▲편의점 ATM(CD)을 활용한 생활밀착형 금융 서비스 제공에 따른 고객 편의성 증대, ▲양사 온-오프라인 플랫폼 융합을 통한 금융 상품 및 서비스 공동 개발에 대



고객이 GS25의 ATM(CD) 통해 현금 인출 서비스를 이용하고 있다.

/GS리테일

한 상호 협력이다.

이에 편의점 GS25는 4월 3일부터 삼성증권 고객이 전국 GS25 매장에서 운영하는 1만2000여대의 ATM으로 현금

인출 거래를 할 시 출금 수수료를 면제하는 서비스를 시작한다.

종합자산관리계좌(CMA)를 개설하고 체크카드를 발급받은 삼성증권 고객

이, GS25 내 ATM을 통해 삼성증권과 동일한 조건으로 현금 인출 서비스를 이용할 수 있게 된 것.

GS리테일과 삼성증권 양사는 현금 인출 시 수수료를 면제하는 서비스에 이어 유통·금융을 융복합한 다양한 생활밀착형 상품 및 서비스를 공동으로 개발해 고객 편의를 지속 높여 갈 계획이다.

이번 삼성증권과의 MOU로 GS25에서 출금 수수료 없이 이용 가능한 금융사는 신한은행, KB국민은행, 우리은행 등 주요 은행 8곳을 포함해 총 9곳으로 늘었다. 이는 GS25가 2017년말부터 주요 금융사와의 제휴 범위를 지속 확대한 결과다.

제휴 범위 확대로 GS25 내 ATM을 통한 이용 실적도 폭발적으로 증가하고 있는데, GS25가 확인한 결과 최근 2년간 GS25의 ATM 이용 실적은 2018년 5170만건, 2019년 6580만건으로 집계됐

다. 현재 대한민국 인구 수(약 5178만명, 통계청 기준)를 고려하면 대한민국 국민 모두가 GS25를 방문해 최소 1회 이상 ATM(CD) 서비스를 이용한 셈이다.

GS25는 전국 권역의 매장에서 운영하는 ATM을 중심으로 다양한 금융사와의 제휴를 지속 확대해 오프라인 금융 플랫폼의 역할을 수행하는데 주력할 계획이다.

GS리테일 관계자는 “주요 금융사 고객들이 GS25 ATM을 각각의 금융사와 동일한 조건으로 이용할 수 있는 것에 대한 인지도가 확산됨에 따라 이용 고객이 매년 폭발적으로 늘어나고 있다”며 “제휴 범위를 지속 확대해 GS리테일이 금융 플랫폼 리더로서 고객 편의를 증대하는 동시에 GS25를 방문하는 신규 고객을 지속 창출해 가맹점 수익 상승에 도움이 될 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

위메프 “스마트폰으로 간편입점 하세요”

‘파트너2.0’ 모바일 가입페이지 개설
신규파트너사 불편해소 일환 서비스

위메프가 신규 파트너사들의 편의성 및 접근성을 폭넓게 지원한다.

위메프는 ‘위메프 파트너2.0’ 모바일 회원가입 페이지를 개설, 스마트폰으로 간편하게 위메프에 입점할 수 있는 시스템을 구축했다고 25일 밝혔다.

이번 모바일 입점 시스템은 파트너사 지원 강화의 일환으로, 위메프 회원가입 경로를 확대하고 신규 입점 절차를 간소화한 것이 핵심이다.

기존에는 PC 웹 버전에서 ▲사업자



위메프 모바일 간편 입점 시스템 /위메프

정보 입력 ▲인증증명서 제출 ▲관리자 승인 단계를 거쳐야 해서 최초 신청부터 입점까지 1~2일이 소요됐다. 위메프는 지난 2월 신규 입점사의 불편을 줄이

기 위해 인증증명서 제출을 휴대폰 인증으로 대체하는 항목 간소화를 PC 웹 버전에서 시행했다.

이제는 모바일에서도 사업자 정보 입력 후 휴대폰 본인 인증만 하면 자동 입점 심사를 거쳐 위메프에 바로 입점할 수 있다. 이를 위해 모바일 환경에 최적화된 UI·UX 환경을 지원한다.

위메프 관계자는 “신규 파트너사들을 다방면으로 지원하는 과정에서 빠르게 변화하는 디지털 환경을 반영해 모바일 입점 시스템을 구축했다”라며 “신규 파트너사들이 겪는 불편함을 해소해 주기 위한 다양한 서비스를 지속해서 선보이겠다”고 전했다. /신원선 기자

롯데백, 4일간 ‘4대 패션그룹 페어’

한섬·삼성물산·바바패션·대현 참여

롯데백화점이 26일부터 29일까지 4일간 전국 백화점 매장에서 국내 패션 회사인 ‘한섬·삼성물산·바바패션·대현’과 함께 봄맞이 행사인 ‘4대 패션그룹 페어’를 진행한다.

이번에 진행되는 행사는 타임·마인·랑방컬렉션·시스템 등을 보유한 ‘한섬’, 구호·르베이지·준지·빈폴의 ‘삼성물산’, 지고트·더아이잔컬렉션·아이잔 바바 등의 브랜드를 가진 ‘바바패션’, 모조에스핀·듀엘·주크 등의 ‘대현’까지 4대 대형패션사의 총 33개 브랜드가 참석하는 것이 특징으로, 해당 브랜드들의 20년 S·S 봄 신상품에 대한 특별 혜택을 제공한다.

이처럼 대형 패션브랜드들이 본격 봄 시즌에 대대적인 행사를 진행하는 것은 최근 코로나 19로 인해 침체돼 있는 국내 패션시장에 활력을 불어넣기 위함이다. /신원선 기자



봄 옷을 살펴보는 고객 모습. /롯데백화점

다. 실제로, 롯데백화점의 3월 매출(1~22일)은 전년 동기 대비 37.8% 감소한 것으로 나타나 특단의 조치가 필요한 상황이다.

롯데백화점은 이번 4대 패션그룹 할인 행사를 시작으로 오는 4월 3일부터 봄 정기세일을 진행하는 등 다양한 행사들을 준비해 가라앉은 고객들의 소비 심리를 회복시켜 현재 유통업체들이 마주한 어려운 상황을 극복해 나갈 계획이다. /신원선 기자

갤러리아百 ‘고메이494 한남’ 오픈

총 3개층에 프리미엄 식품관

갤러리아백화점이 오는 27일 서울 한남동에 새로운 프리미엄 라이프스타일 플랫폼 ‘고메이494 한남’(서울 용산구 한남대로 91)을 오픈한다.

‘고메이 494’는 갤러리아가 지난 2012년 압구정동 명품관에 선보인 프리미엄 식품관으로 국내 최초로 셀렉트다 이닝과 그로서리넷(Grocery+Restaurant)를 동시에 선보인 푸드 부티크다.

기존 ‘고메이 494’의 미시에 ▲화제성 있는 F&B 브랜드 및 파인 다이닝 레스토랑 ▲한남동의 지역적 특성과 고급 주거 환경에 맞는 프리미엄 라이프스타일 브랜드 ▲VIP시설인 ‘매종 갤러리아 등 고품격 라이프스타일 콘셉츠가 결합된 파인 리빙’ 콘셉트의 플랫폼이다.

총 3개층 규모로 면적은 1만8690㎡(5654평)이며, 지하1층과 2층은 상업시설, 지하3층은 고객 주차장으로 구성된다. ‘고메이494 한남’은 2개 층에 총 4개의 존으로 선보인다.

지하 1층은 국내외 화제성 있는 브랜



고메이 494 한남 실내 모습 /갤러리아백화점

드로 구성된 어트랙션존과 라이프스타일 존으로 꾸몄다. 이다. 지하 2층은 식품관 고메이494를 선보이는 ‘마켓존’과 파인 다이닝 레스토랑과 VIP 라운지로 구성된 프리미엄존으로 구성되어 있다.

각 조닝마다 F&B 브랜드를 선보인다. F&B 빅 브랜드로는 지하 1층 어트랙션 존에 ▲미국 스페셜티 커피 전문점인 ‘블루보틀’ ▲청담동 브런치 전문 카페로 유명한 ‘앤더슨씨’ 등을 입점시켰다. 그리고 파인 다이닝 레스토랑으로는 ▲스시 오마카세 전문점 ‘스시노야야’ 등을 선보이고 있다. /신원선 기자

이마트 3주간 생필품 할인

이마트가 3월 26일부터 4월 15일까지 3주간 대대적인 생필품 할인 행사를 펼친다.

이마트가 4월에 대대적인 생필품 행사를 진행하는 이유는 코로나19로 인해 가정에서식사를 하는 ‘집콕족’ 등이 크게 증가하면서 생필품 수요가 크게 늘고 있어 소비자가 가게 안정에 도움을 주기 위해서다.

먼저 4월 행사의 메인 테마격인 ‘4월 국민가격’ 품목들이 눈길을 끈다. ‘국민가격’ 상품은 KB국민카드를 구매시 10% 추가할인을 받을 수 있는 것이 특징이다.

‘국민가격’ 행사 기간은 신선식품의 경우 오는 26일부터 4월 1일까지 1주일간 진행되며, 비신선 상품은 26일부터 4월 29일까지 1달 내내 이어진다.

집밥 수요가 증가한 가운데 이마트는 ‘10년 전 전당가격에 도전’한다는 타이틀로 ‘밥도둑’ 국산 참굴비를 1마리당 590원(55g 내외)에 판매한다. /신원선 기자

“끊임없는 혁신 통해 포트폴리오 확장”

전창원 빙그레 대표, 정기주 총

빙그레가 올해 주력 브랜드를 강화하고 혁신을 통해 사업 포트폴리오의 변화를 추진한다는 방침이다.

전창원 빙그레 대표(사진)는 25일 오전 경기도 남양주 경기동부상공회의소에서 열린 제53기 정기주주총회에서 “올해 코로나 바이러스라는 예기치 않은 변수로 국내외 경제의 불확실성이 더욱 커질 것으로 예상된다”며 “성장과 정체성의 분기점에서 현재에 머물지 않고 끊임없는 혁신을 통해 사업 포트폴리오의 변신과 확장을 추진할 것”이라고 말했다.

전 대표는 “지난해 주력 브랜드뿐 아니라 새로운 사업의 매출을 확대했고 베트남 현지법인 설립을 통한 해외사업 성장 가시화, 미래 먹거리를 위한 신사업 추진의 성과가 있었다”며 그간의 성



과를 설명했다.

이번 주주총회에서는 김호연 회장과 전창원 대표의 사내이사 재선임, 지난해 사업연

도 재무제표 승인과 연결재무제표, 정관 일부 변경, 이사 보수 한도 승인, 감사 보수 한도 승인, 배당금 등의안이 원안대로 의결됐다.

한편, 지난해 빙그레는 연결기준 매출액 8783억 3400만 원, 영업이익은 457억 8200만 원을 기록했다. 이는 전년 동기 대비 각각 2.7%, 16.4% 증가한 수치다. 당기순이익은 419억 5700만 원을 기록했다. /김민지 기자 kmj@