

# GS리테일, ESG경영 속도 낸다 농림 축산 벤처펀드에 30억 투자

현대기술투자 운용... 총 210억 규모  
지속가능 경영 실천 기업 발굴  
국내외 시장 판로 확대 기반 마련

대기업이 우수 농림 축산 벤처 기업을 발굴하고 지원하는 상생 펀드 투자에 참여한다. GS리테일은 현대기술투자가 운용하는 '현대-GS리테일 애그로-바이오(Agro-Bio)3호 펀드'(이하 펀드)에 투자자로 참여한다고 4일 밝혔다.

주요 참여자별 투자금액은 GS리테일이 30억원, 농업정책보험금융원과 펀드의 운용사인 현대기술투자가 각각 90억원으로 총 210억원 규모다.

펀드는 장래가 유망한 농림, 축산 벤

처기업 중 친환경, 친바이오(BIO) 등 ESG강화 활동을 통한 지속 가능 경영을 실천하는 20여 곳을 발굴하고 투자를 집행하는 목적으로 8년간 운용된다.

GS리테일은 펀드 참여와 별도로 이를 통해 발굴된 우수 기업의 상품을 약 1만6000개의 오프라인 점포와 온라인몰 등에서 취급하거나 수출 지원을 통해 국내외 시장으로의 판로 확대 기반을 마련해 동반성장을 꾀한다는 계획이다.

또, GS리테일은 주로 수도권 외 지역에서 성장 기반을 마련하는 농림, 축산 벤처기업의 특성 상 이번 펀드 참여가 지역 고용 창출을 통한 지역 불균형 해소에도 도움을 줄 것으로 내다보고

있다.

GS리테일은 펀드를 운용하는 현대기술투자가 다수의 정부 주도 기금 펀드의 업무 집행 조율원으로 선정된 바 있고, 농식품 펀드 운용 경험이 풍부한 투자 전문회사로 판단해 이번 펀드 결정에 참여했다.

GS리테일의 이성과 신사업부부장(상무)은 "GS리테일이 유망한 농림, 축산 벤처기업에 투자하고 함께 성장할 수 있는 계기를 만들게 돼 보람과 자부심을 느낀다"며 "앞으로도 지역의 우수한 기업을 발굴하고 다양한 투자 지원과 판로 개척을 확대함으로써 ESG 경영 강화에 매진 할 것"이라고 했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 신세계백화점, 하나카드와 대전 고객유치 '맞손'

하나카드, 대전 지역 1위 카드사  
대전신세계 엑스포점 내달 오픈  
'모두의 신세계 하나카드' 출시

신세계백화점이 대전 신규 출점을 앞두고 대전 지역 1위 카드사인 하나카드와 손잡았다.

신세계는 지난 2일 하나카드와 업무 제휴 협약(MOU)을 맺고 '모두의 신세계 하나카드'를 새롭게 출시했다고 4일 밝혔다. 대전·충청 지역 내 최대 점유율을 차지하는 하나카드와의 제휴를 통해 중부권 신규 고객 확보를 가속화한다는 계획이다.

신세계는 오는 8월 말 대전 출점을 앞두고 새로운 고객 모시기에 박차를 가하고 있다. 신세계의 13번째 점포가 될 예정인 대전신세계 엑스포점에는 백화점과 함께 호텔, 과학 등 다양한 시설이 들어설 예정이다. 과학 콘텐츠 체험 및 문화 생활, 여가 활동 등이 가능한 중부권 랜드마크로 지하 5층, 지상 43층 규모(건물 면적 약 28만㎡)로 선보인다.

앞서 신세계는 지난해 12월과 올해 3월, 대전 시민만을 위한 맞춤형 카드인 '엑스포 삼성카드'와 '대전신세계 신한카드'를 선보인 바 있다. 대전 유명 빵집인 성심당을 포함 영화관 청구 할인 등 실속 있는 혜택을 앞세워 2만여 고객을 확보하는 등 지역민들에게 많은 관심을 받았다.

이번에 새로 선보이는 모두의 신세



신세계백화점은 지난 2일 하나카드와 업무 제휴 협약(MOU)을 맺었다. /신세계백화점

계 하나카드는 백화점의 잠재적 큰손인 2030 젊은 고객들을 겨냥해 맞춤형 혜택을 제공하는 것이 특징이다.

먼저 '성심당', '오월드' 등 대전 지역을 대표하는 카페·제과점과 테마파크 이용 시 각각 20%와 30% 할인 혜택을 담았다. 또 프로야구와 축구 관람, 택시 이용 시 20% 할인 혜택을 제공한다.

프로야구의 경우 야구장 관람객 60% 이상이 2030세대일 정도로 젊은 층에게 인기가 많은 스포츠인 만큼, 이번 제휴카드 혜택이 대전 지역은 물론 다양한 MZ고객들의 관심을 끌 것으로 기대하고 있다.

또 SSG PAY·하나원큐페이 등 간편결제 이용 시 5% 할인 혜택도 제공해 백화점 외 간편결제 플랫폼 가맹 업체

까지 할인을 받을 수 있다.

최근 디지털 트렌드에 맞춰 실물카드 없이도 사용 가능하다. SSGPAY 앱을 통해 카드 발급을 신청할 수 있으며, 실물카드 수령 전 SSGPAY 사용 등록 절차만으로 신세계백화점과 가맹 매장에서 결제할 수 있다.

신세계는 이번 카드에 제휴카드 중 가장 넓은 범주의 혜택을 담아, 백화점 전체 매출의 약 40%를 차지하는 2030 고객 마음을 사로잡는다는 계획이다.

실제 신세계백화점 매출을 살펴보면, 지난해 2030 고객은 코로나19 속에서도 6.1%의 신장률을 기록했으며 올 상반기 33.6%라는 높은 실적을 기록하며 핵심 고객층임을 증명하고 있다.

/신원선 기자

## 브랜드엑스코퍼레이션, 임시주총 개최

신규 사업목적 추가

브랜드엑스코퍼레이션은 정관 일부 개정을 위한 임시주주총회를 개최한다.

4일 업계에 따르면 이번 임시주총에서는 오는 8월 13일 오전 9시 30분 서울 시 성동구 브랜드엑스코퍼레이션 본사

지하 1층에서 진행되며, 헬스케어플랫폼 '국민피티' 론칭등을 앞두고 신규 사업목적 중 정관에 추가하는 '사업 목적 일부 변경안' 등을 결의할 예정이다.

브랜드엑스코퍼레이션 관계자는 "이번 정관 일부 개정은 국민피티 론칭과 함께 월 방문자 500만명이 넘는 직

시믹스 브랜드의 커머스 플랫폼화를 위해 필요한 부분"이라며 "관련 비즈니스를 3분기부터 순차적으로 선보일 계획"이라고 말했다.

이어 "브랜드엑스코퍼레이션은 기존 D2C(Direct to Consumer)사업 모델을 바탕으로 이커머스 시장의 수요를 모두 충족시킬 수 있는 전방위적 통합 커머스 플랫폼 기업으로 거듭나도록 노력하겠다"고 말했다.

/원은미 기자 silverbeauty@



모델들이 현대백화점면세점에서 '마이그린듀티' 캠페인을 소개하고 있다. /현대백화점면세점

## 현대백화점면세점-서울산업진흥원-GIU

# 친환경브랜드 판로지원 협약

'마이 그린 듀티' 캠페인 진행  
중소 친환경 브랜드 발굴·지원  
라이브커머스 등서 상품 홍보

현대백화점면세점이 국내 중소기업이 만든 친환경 브랜드 육성에 나선다.

현대백화점면세점은 서울산업진흥원, 글로벌 인플루언서 유닛(이하 GIU)와 3자 업무협약(MOU)을 체결하고 친환경 K-브랜드 판로 지원을 위한 '마이 그린 듀티(My Green Duty)' 캠페인을 진행한다고 4일 밝혔다.

이번 협약에 따라 서울산업진흥원은 상품력은 우수하나 판로를 찾지 못해 어려움을 겪고 있는 중소기업 브랜드 발굴에 나서고, 현대백화점면세점은 홍보와 판로 지원을 담당하며 GIU는 인플루언서를 통한 마케팅을 진행하게 된다.

우선, 현대백화점면세점은 오는 5일부터 9월 30일까지 동대문점 13층에서 '마이 그린 듀티' 팝업스토어를 운영한다. 팝업스토어에는 비건 스킨케어 브랜드 '물들임', 한국 비건 인증 획득 뷰티 브랜드 '소소한', 친환경 삼베

마스크 브랜드 '베마' 등 서울산업진흥원이 선별한 30여 개 브랜드가 참여한다.

현대백화점면세점은 오는 5일부터 9일까지 5일간, 네이버 쇼핑 라이브에서 친환경 브랜드를 판매하는 라이브 커머스로 진행한다. 행사에는 GIU 소속 인플루언서가 참여해 상품 홍보에 나설 예정이다. 오는 18일부터 22일까지는 중국 한류 플랫폼 '한국TV' 앱에서도 라이브 커머스를 진행해 중국 소비자를 대상으로 국내 친환경 브랜드의 우수성을 알린다.

현대백화점면세점 관계자는 "이번 캠페인에 참여한 브랜드 중 고객 반응이 좋은 브랜드는 현대백화점면세점에 정식 입점을 할 수 있는 기회가 부여된다"며 "향후에도 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 최선을 다할 것"이라고 말했다.

한편, 현대백화점면세점은 국내 중소기업, 중견기업들의 판로 개척 지원을 위해 지난 4월부터 인터넷면세점에서 면세점 업계 최초 중소기업 전용관 'H 하모니(H,armony)'를 운영하고 있다.

/신원선 기자

## 작년 감사보고서 정정 상장사 증가

전년 대비 18개사 늘어

지난해 감사보고서를 고친 상장사들이 증가한 것으로 나타났다. 특히 재무제표에서 잘못된 부분이 있어 정정에 나선 곳들이 많았다.

4일 금융감독원에 따르면 감사보고서(연결 포함)를 정정한 상장회사는 총 125개사로 전년 대비 18개사(16.8%) 늘었다.

시장별로는 유가증권시장 44개사, 코스닥 75개사, 코넥스 6개사다.

정정 상장회사수가 전체 외감대상 정정회사수(972개사)에서 차지하는 비중은 12.9%로 전년 대비 2.7%포인트 높아졌다. 4대 회계법인이 감사인인 회사는 29개사로 23.2% 상장회사 외부감사 점유율 38.2%를 밀었다.

상장회사의 감사보고서(연결 포함) 정정횟수는 305회로 전년 대비 63회(26%) 증가했다.

유가증권시장 상장사 정정횟수는 115회로 전년(49회) 대비 2배 이상 크게

증가했고, 코스닥 상장사 정정횟수는 171회로 전년(186회) 소폭 감소했다.

감사보고서 정정사항은 재무제표의 본문이 257회로 84.3%를 차지했다. 주석과 감사보고서 본문이 각각 33회(10.6%), 14회(4.6%) 등이다. 특히 재무제표의 본문 정정은 전년 대비 78회 증가한 반면 주석 정정은 전년 대비 21회 감소했다.

지난해 중개별(별도) 감사보고서 정정 건 중 20개(감사보고서 27건 관련) 상장회사의 감사의견이 변경됐다. 전년 대비 12개사(19건) 늘었다.

대부분 2018~2019회계연도 재무제표에 대한 감사의견을 변경했다.

대부분 의견거절 또는 한정의견에서 적정의견으로 감사의견이 변경됐고, 적정의견에서 한정의견으로 변경된 경우도 있었다.

적정의견으로 변경된 18개사는 회사가 감사인에게 제출한 정정 재무제표에 대해 재감사를 통해 감사의견을 변경했다.

/안상미 기자 smahn1@