

Today.

vol.550

2022
summer

롯데

**Act, - act in the
living present!**

행동하라, 살아있는 지금
Longfellow의 詩 'A Psalm of Life' 中에서



오늘을 새롭게, 내일을 이롭게. 롯데

언제나
현재를 즐길 것
인생은 현재의
연속이다



- 괴테
캘리그래피. 소담



롯데의 신성장
DNA



THEME STORY

- 04 **ONE MIND**
롯데의 신성장 DNA
롯데바이오로직스 & 롯데헬스케어
- 08 **TREND**
시니어가 원하는 첨단 기술, 에이징테크
- 12 **GLOBAL CASE**
스마트 팜, 기후 위기의 위협을 벗어난
친환경 농업
- 16 **INTERVIEW**
건축가 승효상
좋은 삶은 좋은 공간에서 자란다
- 20 **COLUMN**
역사 속에서 리더십을 찾다
세종이 집현전을 설치한 까닭은?

LOTTE STORY

- 25 **FOCUS_1**
2022 LOTTE AWARDS
- 28 **FOCUS_2**
2022 LOTTE HR FORUM
<Deep Dive into People : 사람은 명품이다>
- 30 **기획_1**
2022 LOTTE CHAMPIONSHIP IN HAWAII
& LOTTE OPEN
- 34 **기획_2**
롯데케미칼, 미래성장 위한
수소-배터리 사업 강화
- 38 **INSIDE LOTTE_1**
롯데월드타워 그랜드 오픈 5주년
- 40 **INSIDE LOTTE_2**
부산에서 만나는 환상의 동화 속 왕국.
롯데월드 어드벤처 부산
- 44 **광고 이야기**
칠성사이다 제로 '제로라이프' 캠페인
- 46 **시네마 돋보기**
영화 <한산: 용의 출현>
- 48 **NEWS**
계열사 주요 단신

CULTURE STORY

- 54 **ESG CAMPAIGN**
나의 봉사 이야기
- 60 **HEALING**
시대에 따라 달라져 온 차(茶) 문화 이야기
- 64 **PERSONAL COLOR**
고기파 vs 해물파 vs 치즈파에게
추천하는 와인
- 68 **CARTOON**
스낵툰 by. 닥터베르
- 69 **사보기자**



롯데의 신성장 DNA

롯데지주는 최근 자회사 ‘롯데바이오로직스’와 ‘롯데헬스케어’를 신설했다.
이를 그룹의 신성장 동력으로 삼아 관련 사업을 확장할 계획이다.

글: 편집실

롯데바이오로직스 주요 가치



Inspired by Science



Embracing Diversity



Fostering Talent



Connecting Lives

롯데바이오로직스

‘2030 Bio CDMO Top 10 Company’ 비전

롯데가 신성장 동력으로 밝힌 바이오 의약품 사업에 향후 10년간 약 2조 5천억 원을 투자한다. 롯데지주 산하에 자회사 ‘롯데바이오로직스’를 6월 신설하고 2030년 글로벌 톱 10 바이오 CDMO(위탁개발생산) 기업을 목표로 한다.

롯데는 먼저 항체 의약품 시장에 진출한다. 이를 위해 롯데지주는 미국 뉴욕주 시러큐스시에 위치한 브리스틀 마이어스 스콧의 바이오 의약품 생산 공장을 인수한다. 인수 규모는 1억 6천만 달러(약 2천억 원)다. 최소 2억 2천만 달러(약 2천 8백억 원) 규모의 바이오 의약품 위탁 생산 계약도 포함돼 공장 인수가 완료된 후에도 BMS와 협력 관계를 이어간다.

신동빈 회장은 이사회에서 “BMS 시러큐스 공장의 우수한 시설과 풍부한 인적자원을 확보할 수 있게 되었다”며 “지속적인 투자를 바탕으로 롯데와 시너지를 만들어 바이오 CDMO 시장에서 빠르게 자리 잡기를 바란다”고 말했다. 신동빈 회장은 지난 4월 미국 출장 중 시러큐스 공장을 직접 둘러보기도 했다.

글로벌 제약사 BMS社の 미국 소재 바이오 의약품 생산 공장 인수

420명의 시러큐스 공장 인력들은 64개국 이상의 GMP(우수의약품 제조 및 품질관리기준, Good Manufacturing Practice) 승인을 통해 대량 생산 시스템에서도 의약품 품질과 안정성을 유지하는 기술 역량을 갖췄다. 이를 바탕으로 기술 이전, 시험 생산, 규제 기관 허가 등 많은 시간이 소요되는 항체 원제 사업도 빠르게 추진될 수 있을 것으로 예상된다.

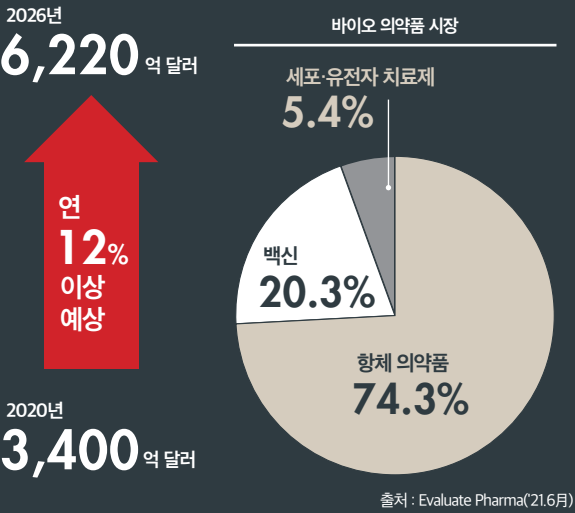
시러큐스 공장에서는 총 3만 5천 리터의 항체 의약품 원액(DS: Drug Substance) 생산이 가능하다. 신규 제품 수주 및 공정 개발 등 역량 강화를 위해 시러큐스 공장에 대한 추가 투자도 이어진다. 항체 의약품 CDMO 사업 확장은 물론 완제 의약품(DP : Drug Product)과 세포·유전자 치료제(Cell and Gene Therapy) 생산이 가능한 시설로 전환한다. 시러큐스 공장 운영과 바이오 제약사가 밀집된 북미 지역 판매 영업을 위한 미국 법인 설립과 10만 리터 이상 규모의 생산 공장 건설도 계획하고 있다.

이원직 롯데바이오로직스 대표이사는 “시러큐스 공장은 임상 및 상업 생산 경험이 풍부해 즉시 가동할 수 있는 공장으로, 진입장벽이 높은 바이오 산업에서 롯데가 빠르게 성과를 낼 수 있는 최적의 매물로 판단했다”며 “사업 초기 항체 의약품 CDMO 집종을 통해 바이오 사업자로서 역량을 입증하며 사업 규모와 범위를 확장할 계획이다”라고 말했다.

롯데바이오로직스

바이오 의약품 시장 전망

전 세계 바이오 의약품 시장은 매년 증가세에 있으며 2020년 3,400억 달러에서 2026년 6,220억 달러로 연 12% 이상의 지속적인 성장이 예상된다.(BioPlan Associates ‘바이오 의약품 제조능력 및 생산보고서’) 바이오 의약품 시장은 항체 의약품(74.3%), 백신(20.3%), 세포·유전자 치료제(5.4%)로 구분된다.



바이오 의약품

생물공학 방식(사람 혹은 생물체 단백질과 호르몬을 원료로 사용)을 이용하여 만든 의약품. 생체의약품이라고도 한다.



유전자 재조합 의약품 (단백질 의약품)



항체 의약품



백신



세포·유전자 치료제 (CGT)

항체 의약품

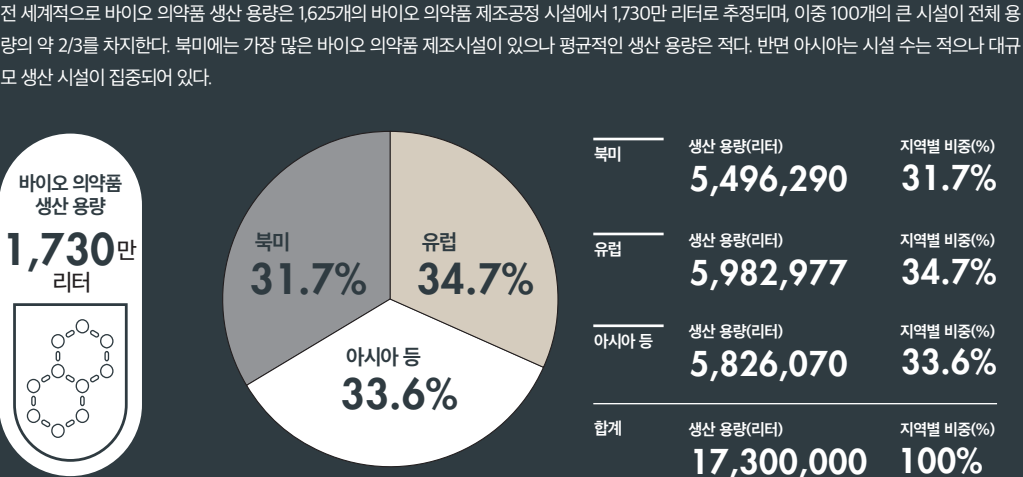
유전자공학 기술로 만든 항체를 활용해 질병의 원인 물질만을 표적으로 치료하는 의약품이다.

CDMO란

항체 바이오 의약품 위탁개발(CDO·Contract Development Organization)과 위탁생산(CMO·Contract Manufacturing Organization)을 함께 일컫는 말이다. CDO는 항체를 생산할 수 있는 DNA를 받아 세포주 개발부터 임상까지 제공하는 것이고, CMO는 다른 제약사의 세포주를 위탁받아서 의약품을 대량 생산해 주는 것이다.

바이오 의약품 생산 용량

2021년 기준





LOTTE HEALTHCARE



Daily Care를 위한
맞춤 건강식



건강한
맞춤 식단



나의 모든 활동의
자산화



나만을 위한
맞춤 의료 서비스

Every Moment of your Healthy life

언제, 어디서나 고객의 건강한 삶에 함께하는 생활밀착형 건강 관리 경험 제공

롯데헬스케어

유전자, 건강정보 등 데이터 분석해 건강 관리 플랫폼 구축

롯데는 4월 1일, 7백억 원을 출자해 개인 맞춤형 건강관리 솔루션을 제공하는 헬스케어 전문회사인 롯데헬스케어를 설립했다. 롯데헬스케어는 과학적 진단, 처방 등 건강 관리 전 영역에서 종합적인 솔루션을 제공한다. 고객의 헬스 데이터를 바탕으로 '내 몸을 정확히 이해하는 새로운 건강 생활' 서비스를 제공하는 것이 목표다. 일반적으로 건강기능식품 또는 운동을 선택할 때 전문가 판단보다는 주변인의 추천, 광고 등에 의존하는 경우가 많으며 헬스케어 플랫폼은 건강기능식품, 운동 등 특정 영역을 다루는 플랫폼이 대부분으로 헬스케어 버티컬 커머스 플랫폼은 미미한 상황이다. 롯데헬스케어는 유전자, 건강검진 결과 분석에 따라 필요한 영양소가 배합된 맞춤형 건강기능식품뿐만 아니라 섭취 방식, 맞춤형 식단, 운동 등 건강 관리를 위한 코칭 서비스까지 선보인다.

외부 역량 확보 및 그룹사 시너지 통해 국내 웰니스(Wellness) 시장 선도

롯데헬스케어는 헬스케어 플랫폼 사업 기반으로 국내 웰니스(Wellness) 시장 선점 후 글로벌 시장으로 진출할 계획이다. 유전자 진단, 개인 맞춤 처방 등 영역에서 경쟁력 있는 전문기관의 외부 역량을 확보하기 위한 투자, 협업도 적극 추진한다. 롯데헬스케어는 플랫폼 정착 후 개인 유전자 NFT, 웰니스 의료기기 등으로 사업 영역을 확대하고 플랫폼과 연계할 수 있는 오프라인 센터를 통한 글로벌 진출도 구상하고 있다. 또한, 시니어 타운 사업과의 협업을 통해 플랫폼상의 유전자, 건강 정보에 시니어 타운에서 제공한 정보를 더하면 입주민 대상 차별화된 건강 관리 서비스를 제공할 수 있을 것으로 예상된다.

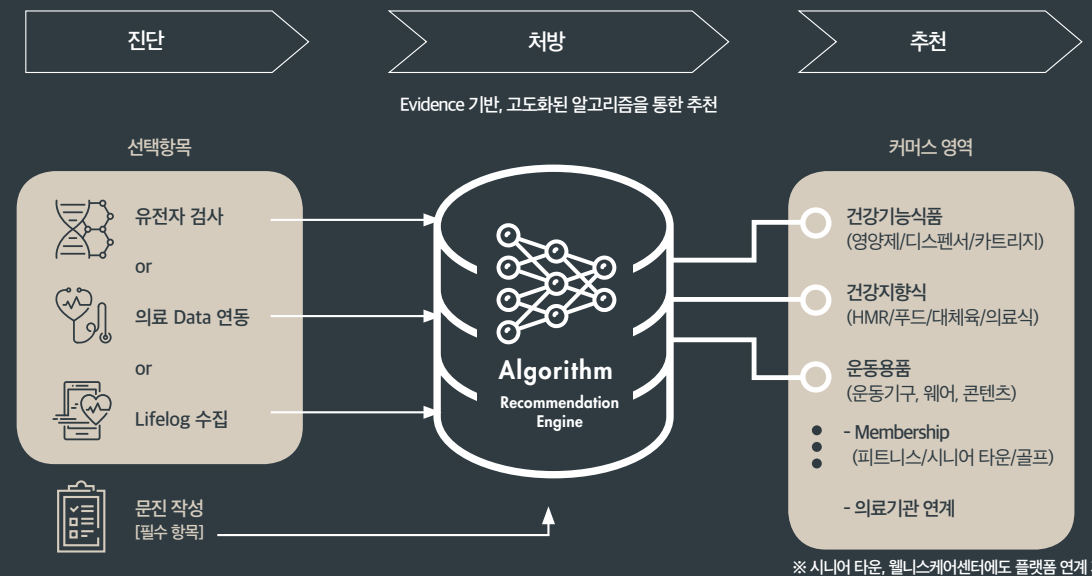
계열사별 업의 특성을 살린 헬스케어 사업 진행 중

롯데헬스케어는 그룹사 헬스케어 사업들과의 시너지도 강화해 나간다. 현재 롯데 계열사에서는 회사의 특성과 시장의 상황을 고려해 다양한 헬스케어 사업을 진행하고 있다. 향후 헬스케어 플랫폼에 기반한 'Carbon Saving Point' 제도로 오프라인 매장과의 협업도 늘려간다. 차량 이용 대신 고객의 건강한 활동으로 절감되는 탄소의 양과, 플랫폼에서 친환경 제품을 구매함으로써 절감되는 탄소의 양을 포인트화한다. 이에 더해 롯데의 오프라인 매장 방문 시 추가 포인트를 부여해 온오프라인의 일체화 경험을 제공한다. 이렇게 쌓인 리워드는 다시 헬스케어 플랫폼 내에서 소비할 수 있다.

HEALTHCARE 신사업 진행 현황

Phase I 헬스케어 플랫폼 구축

- 전문 지식이 없는 일반인에게 과학적 진단/처방(유전자/의료정보/문진)을 통한 전문 케어를 제공
- 현재 부재하는 헬스케어 영역의 '버티컬 커머스'로 구축



Phase II 사업 영역 확대 및 Global 진출

사업 영역 확대

• 추가 사업 영역 확대 모색 및 투자 병행

데이터

- 유전자 Data 활용 임상시험 수탁기관 사업
- 인체 내 미생물 생태계 기반 솔루션 사업
- 개인 유전자 NFT 거래 플랫폼

* NFT: Non-Fungible Token 대체 불가능한 토큰

의료

- Digital Therapeutics(정신, 재활)
- Wellness 의료기기(두피, 피부 등)
- IT Infra

Glocal 진출

• LHP 기반, 해외 Wellness Care Center 사업 추진

LHP (On-line)

맞춤형 건강 관리 솔루션



Wellness Care Center (Off-line)

프리미엄 웰니스케어 서비스

- 베트남, UAE, 인도네시아로 순차적 확산

베이비부머 세대가 노령층으로 진입하며 초고령 사회 진입을 앞두고 있는 가운데 인공지능 시대, 노인을 위한 과학 기술인 에이징테크 시장을 주목해야 한다. 나이가 드는 데 따르는 불편함을 이겨내고 편안히 지내고 싶어하는 시니어 소비자들의 바람은 관련 기술과 서비스의 발전으로 점차 충족되어갈 것으로 보인다.

글. 이동우_에이지랩코리아 대표, 전 고려대학교 고령사회연구센터 센터장

시니어가
원하는
첨단 기술,

에이징테크

AGING TECH

시니어를 위한 기술 개발 시 고려해야 할 네 가지 욕구

도쿄대학교 첨단과학기술연구센터는 가상현실, IoT 등 정보 미디어 기술을 적용하여 사이버 공간과 개인·사회를 융합함으로써 초고령사회의 문제점을 해결하고자 하고 있다. 사회가 받게 될 초고령화의 충격을 첨단 기술의 도움으로 완화하겠다는 의지다. 이들은 초고령사회의 문제가 비단 고령자의 신체적 기능 저하 때문만이 아님을 설파한다. 고령자들은 4가지 측면의 욕구를 호소한다. 사회(Social), 개인(Personal), 심리(Mental), 신체(Physical)적 필요에 의한 욕구로 각각 '사회참여의 욕구', '건강하고자 하는 욕구', '삶의 보람을 찾고자 하는 욕구', '행동 관련 기능 충족의 욕구'다. 즉 첨단기술의 개발 방향은 고령자들의 4가지 욕구 측면을 골고루 고려해 이루어져야 한다는 것이다. 노인이라고 해서 자기가 살던 집에서 자력으로 거동하며 사는 수동적인 삶을 원하는 것은 아니다. 좀 더 건강하고 활발하게 움직이고 활동하기를 원한다. 더 나아가 사회의 일원으로서 삶의 보람과 의미를 찾고 싶어 한다.

시니어들의 사회 참여를 돕는 텔레프레즌스 & 이동 수단

에이징테크는 몇 가지 분야로 구분해서 살펴볼 수 있다. 재활, 약물관리, 스마트홈, 웨어러블, 추락 방지 및 감지, 모빌리티 등이다. 그중 유형별로 대표적인 에이징테크 서비스를 소개하고자 한다. 시니어들의 다양한 사회참여를 돕는 방편 중 하나로 텔레프레즌스 로봇(Telepresence Robot)이 꼽힌다. 텔레프레즌스란 본인을 대신해 현장에 참여해 소통하고 공감하는 대리로봇이다. 현실공간에 존재하는 아바타인 셈이다. 비록 원격 강의라도 마치 강사가 내 앞에 있는 것처럼 실감나게 반응하고 소통할 수는 없을까? 텔레프레즌스 로봇은 강사의 표정이나 움직임과 동기화되어 반응한다. 이에 소통하는 양자의 심리적 거리감이 줄어들고 의사소통 빈도도 늘어나며 친근감을 느끼게 된다. 실제 텔레프레즌스 강의가 끝난 다음 로봇과 기념촬영을 하려는 이들이 많았다고 한다.



실내 이동 장치 '로댐'



텔레프레즌스 로봇



간호 로봇 '소완'은 집안에서 위급한 상황이 발생하면 언제든지 달려온다. 따라다니며 일일이 감시하는 것은 아니고, 평소에는 한 곳에 얌전히 서 있다가 고령자에게 무슨 일이 생길 때만 작동한다. 고령자는 손목에 맥박 등을 측정하는 장치만 착용하면 된다.

시니어를 위한 이동수단 역시 발전을 거듭하고 있다. 일본의 실용 로봇틱 솔루션 기업 테무스쿠 사는 2가지 모델의 시니어용 모빌리티를 생산한다. '로멤'은 실내 이동장치로 고령자 본인이나 보호자의 부담을 덜도록 설계됐다. 다리를 들거나 일어서서 올라타지 않아도 기기를 소파나 침대 등과 연결한 상태에서 손쉽게 탑승하고 이동할 수 있다. 반면 '무빙라이프'는 스마트한 고성능 모빌리티 스쿠터다. 콤팩트한 접이식 유닛이 2개로 분리되어 운반이 쉽고 수납이 용이하다. USB 포트, 데크 보관함, 조절 가능한 좌석 등으로 편의성을 높였다. 4~5시간 충전하면 2킬로미터까지 주행할 수 있다. 또 프랑스의 니노 로봇틱스 사는 모든 휠체어에 결합해 사용할 수 있는 전동 휠 '원'을 선보였다. 2개의 평행한 바퀴와 센서로 가슴을 앞뒤로 움직여 제동, 전진, 후진이 가능하다. 가벼운 무게와 작은 크기로 수납이 쉽고, 이동식 핸들을 사용하면 한 손으로도 작동 가능하다.

시니어의 건강과 안전을 지키는 간호 로봇과 첨단 의류

시니어들은 언제나 갑자기 건강에 이상이 생길 위험성을 안고 있다. 그런데 위급 상황에 주위에 아무도 없다면, 골든 타임을 놓칠 수밖에 없다. 간병인을 고용하기에는 비용이 많이 들고, 누군가와 온종일 같이 지내는 것이 부담스러울 수 있는 시니어들을 위해 위급 상황에 도움을 줄 수 있는 간호 로봇이 등장했다. 간호 로봇 '소완'은 카메라를 장착하고 있어 비상시에는 보호자에게 알리고 화면을 전송해주며 마이크를 통해 대화도 가능하다. 반대로 고령자가 요청사항을 전달하는 것도 가능하다. 소완은 현재 일본에서 월 임대 형식으로 보급되고 있는데 임대료는 월 6만 6천 엔(약 65만 원) 수준이다.

스마트 의류 기술 또한 시니어를 위한 의료 혁명에 크게 기여할 것으로 보인다. 스마트 잠옷을 착용하면 심박, 체온, 혈압을 측정하고 수면과 활동을 모니터링하여 신체 상태를 파악할 수 있다. 또한, EMS(Electrical Muscle Stimulation) 기술을 활용한 스마트 의류는 회로에 전류가 흐르게 하여 근육을 수축시킴으로써 근력 향상 효과를 만들어 낸다.

가상현실 기술을 활용한 에이징테크

가상현실 기술도 에이징테크와 접목되고 있다. 나이가 들면 이사를 위해 여러 집을 둘러보고 선택하는 것이 쉽지만은 않은데, 미국의 클로버우드 시니어 리빙은 시니어들이 주택을 쉽게 둘러볼 수 있도록 가상현실 기술을 적용한다. 희망자는 몰입감 넘치는 하우스 투어에 참여함으로써 새로운 집에서 사는 자신의 모습을 상상할 수 있다.

가상현실은 실제와 같은 실감나는 여행상품 혹은 추억으로의 시간 여행 상품으로도 활용될 수 있다. 특히 페이스북이 만든 개인용 보급형 VR기기 오쿨러스 퀘스트 등이 보급되면서 이런 붐은 더 확산됐다. VR을 이용해 추억의 공간이나 옛 기억을 소환함으로써 활성화시키는 '회상적 치료'는 효과가 뛰어난 것으로 알려져 있다. VR은 체험을 목표로 하기 때문에 몸을 함께 움직여 운동 효과도 기대할 수 있다.



롯데백화점 기업 제노마의 스마트 잠옷



부산에 들어설 예정인 롯데호텔의 프리미엄 시니어 레지던스 VL 오시리아 조감도

VR은 사회적 고립 문제를 해결하는 데에도 도움이 되는 것으로 나타났다. 연구에 따르면 고립감과 외로움은 50세 이상 장년층에게 비만이나 흡연보다 더 건강에 해롭다. 미국 은퇴자협회 혁신연구소는 가족이나 사회적 연결에 중점을 둔 VR 애플리케이션 '알코브'를 개발했다. 알코브는 물리적으로 멀리 떨어져 있는 가족 구성원들을 연결해 준다. 또한 비용이나 시간 혹은 이동상의 제약 등으로 경험할 수 없는 새로운 장소, 활동을 제공한다. 이를 위해 이들은 몰입형 생태계를 구축했는데 이곳에 입장하여 가족이나 친구와 어울릴 수 있다.

롯데호텔, 프리미엄 시니어 레지던스 브랜드 VL 론칭

2022년 4월, 롯데호텔은 프리미엄 시니어 레지던스 브랜드 'VL(Vitality & Liberty, 이하 브이엘)'을 론칭했다. 국내 최초로 호텔 기업에서 선보이는 시니어 레지던스 전문 브랜드로, '편안하고 자유로운 삶을 보장하고 나아가 생동감 넘치는 매일을 약속한다'는 가치를 브랜드 이름에 담았다. 여전히 활발하게 사회·경제 활동에 참여하는 '액티브 시니어'인 50~74세 인구는 '올드(Young Old)'라고 불릴만큼 미래지향적이고 트렌디하다. 브이엘은 변화하는 세대에 대응해 이들의 니즈에 맞춘 '에이지 프렌들리' 서비스를 지향한다. 고품격 호텔 서비스의 최고급 주거 시설 외에도 건강 관리 서비스, 맞춤형 헬스케어 서비스, 맞춤형 건강 식단으로 최적의 건강 상태를 유지할 수 있게 돕고, 롯데그룹 계열사와 연계한 수준 높은 체험 프로그램과 단지 내 다양한 문화·여가 시설을 즐길 수 있다. 서두에 언급한 시니어의 4가지 욕구인 사회, 개인, 심리, 신체적 욕구를 모두 충족할 수 있는 공간이 될 것으로 기대된다. 브이엘 브랜드의 첫 레지던스인 'VL 오시리아'는 부산 기장군 일대에 지하 4층 지상 18층 대지면적 61,031㎡, 연면적 198,670㎡로 조성되는 국내 최대 규모의 시니어 복합단지이다. 부산 기장에 이어 서울 마곡지구에도 브이엘이 입점할 예정이며, 향후 롯데호텔은 수도권 내 역세권 지역과 광역시 복합단지 중심의 프리미엄 시니어 레지던스 운영 컨설팅에 나설 계획이다.

시니어 인구 증가에 따라 에이징테크와 관련 산업은 앞으로도 지속적으로 발전하고 보급될 것으로 예상된다. 사람은 누구나 나이 들기 마련이다. 나와 우리 가족의 삶의 질을 한층 더 개선해줄 에이징테크의 발전 방향을 지켜볼 필요가 있다.

스마트 팜, 기후 위기의 위협을 벗어난 친환경 농업

4차 산업혁명 시대의 농업

코로나19 이후 집에 머무는 시간이 늘어나며 집에서 식물을 기르는 이른바 ‘식집사(반려식물 집사)’로 거듭난 이들이 많다. 플랜테리어에 관심이 높고 식물을 가꾸며 그린 하비(Green Hobby)를 즐기는 식집사들의 호기심을 끄는 새로운 가전이 등장했으니 바로 가정용 식물 재배기다. 이는 집안에서 IoT 기술을 활용해 기계가 알아서 온도와 습도 등을 통제하며 식물을 잘 기를 수 있게 하는 작은 스마트 팜이다. 가정용 식물 재배기가 보급되기 시작한 것은 얼마 되지 않았지만, 스마트 팜 관련 연구와 사업은 이미 국내외에서 활발하게 이루어지고 있다.

글. 편집실





에어로팜 방식은 특수 제작된 천 위로 내려온 작물의 뿌리에 물과 양분을 분무기로 뿌어 기르는 방식으로 '분무식 재배 시스템'으로도 불린다. 물과 영양제의 사용을 최소화하는 동시에 뿌리에 산소가 충분히 공급되어 영양분을 더욱 잘 빨아들일 수 있게 되면서, 다른 스마트 팜에 비해 작물의 생장이 빠르고 열매도 다량으로 생산할 수 있다.

날씨도 장소도 제약 없는 농업 기술, 스마트 팜

러시아와 우크라이나의 전쟁으로 각종 식자재 가격이 상승하며 식량 위기가 현실로 다가온 요즘이다. 지구온난화로 인해 기후가 불안정해지고, 벌들이 사라지고 있으며, 병충해가 심해지는 등 기존 농업 시스템이 크게 위협받고 있기도 하다. 이러한 가운데 건강하고 안전한 먹거리를 안정적으로 공급받을 수 있는 해답으로 스마트 팜이 다시 한 번 주목받고 있다.

본래 농사라 하면 외야별 아래서 긴 시간 동안 비지땀을 흘려가며 해야 하는 일이었지만, 스마트 팜을 도입하면 농장에 계속 붙어있을 필요도 없이 최소 인원으로 넓은 농장이 편리하게 관리 가능하다. IoT(사물 인터넷)와 AI(인공지능) 기술을 활용, 컴퓨터나 스마트폰을 통해 농장의 상황을 살펴볼 수 있으며 인터넷과 연결된 센서와 기자재를 통해 언제 어디서나 온도, 습도, 조도, 영양공급 등

을 자유롭게 조절·관리할 수 있다. 미리 세팅해 둔 최적의 수치를 유지하도록 하면 알아서 잘 자라기 마련인데다가 흙 없이 키우는 수경재배 방식이어서 병충해 걱정도 없고, 일반 대지 농업에 비해 물 사용량도 90% 이상 절약할 수 있어 환경 보호에도 일조한다.

스마트 팜은 생육 환경 통제가 가능한 공간이라면 장소에 구애받지 않고 어디에나 설치 가능하다는 것이 장점이다. 이미 곳곳에서 도심 한가운데의 빌딩이나, 지하철 역사의 유휴 공간 등을 스마트 팜으로 탈바꿈하여 신선한 채소들을 공급하고 있다. 많은 인구가 밀집해 있는 도시에 농장을 운영함으로써 채소가 유통되는 거리를 최소화하여 탄소발자국을 줄이는 효과도 있다.

국내 농업 환경상 노동자의 대부분이 고령층이고 농업 인구가 줄고 있는 가운데, 초기 시설 투자 비용이 들더라도 임금도 절약되고 관리도 편한 스마트 팜 시스템은 장기적으로 더 이득일 수밖에 없기에 이에 대한 수요와 공급은 계속해서 증가할 것으로 보인다.

가장 선진의 스마트 팜 기업 '에어로팜'

농업 분야의 애플이라는 별명이 붙은 '에어로팜(Aerofarms)'은 스마트 팜 분야의 최첨단에 서 있는 기업이다. 기업명을 따서 에어로팜으로 불리는 새로운 스마트 팜 시스템은 기존의 수경재배 방식 스마트 팜의 단점을 개선하여 최소 자원으로 최대 효과를 내고 있다. 기존 수경재배 방식 또한 대지 농업에 비하면 사용되는 물의 양을 크게 줄일 수 있었지만, 에어로팜 방식은 그보다도 40%가량 적은 양의 물을 사용하여 친환경적이고 경제적이다. 특수 제작된 천 위로 내려온 작물의 뿌리에 물과 양분을 분무기로 뿌어 기르는 방식으로 '분무식 재배 시스템'으로도 불린다. 물과 영양제의 사용을 최소화하는 동시에 뿌리에 산소가 충분히 공급되어 영양분을 더욱 잘 빨아들일 수 있게 되면서, 다른 스마트 팜에 비해 작물의 생장이 빠르고 열매도 다량으로 생산할 수 있다. 물론 아직 단점도 있다. 고압으로 물과 영양분을 분무할 수 있는 시설 설치에 비용이 많이 들고, 항상 공기에 노출되어 있는 뿌리 부분의 온도 조절이 쉽지만은 않다. 정전 시 분무 시스템이 멈추게 됐을 때의 위험도 크다. 그럼에도 장점이 크기에 에어로팜 시스템과 유사한 스마트 팜들이 곳곳에서 추진되고 있다.



롯데슈퍼의 새로운 스마트 팜 브랜드 '내일농장'

지난 4월, 롯데슈퍼는 국내 유통사 최초로 스마트 팜 브랜드인 '내일농장'을 출시했다. 내일농장의 첫 상품은 '내가 처음 집는 무항생제 계란'으로, 가농바이오와 협업하여 산란 이후 포장까지 모든 과정을 자동화한 폴콜드체인(완전 냉장 유통) 시스템으로 생산해 소비자가 상품을 선택할 때까지 사람의 손을 거치지 않는다. 내일농장은 '스마트 팜에서 생산하여 더 깨끗하고 싱싱합니다'라는 슬로건 아래 소비자에게 신선하고 안전한 먹거리를 제공한다. 롯데슈퍼는 내일농장을 통해 앞으로 버섯, 쌈 채소, 방울토마토 등 다양한 채소와 과일 상품들을 출시하며 상품의 종류와 품목 수를 확대해 나갈 계획이다.

'가농바이오'와 협업하여 출시한 '내일농장'의 계란은 최첨단 스마트 팜 시스템을 통해 빅데이터를 활용, 온도와 습도 등이 최적화된 사육환경을 조성해 닭이 우수한 상품을 산란할 수 있도록 한다.



건축가 승효상 좋은 삶은 좋은 공간에서 자란다

SPACE

글. 윤진아 사보 작가

1996년, 대한민국 건축계에서 중요한 선언 하나가 터져 나왔다. '빈자의 미학'은 건축가 승효상이 30여 년간 일관되게 실천해온 건축철학이자 삶의 선언이다. 건축이 삶을 바꾼다고 믿는 승효상은 고집스럽게 '바른 건축'을 이끌어왔다. 한국을 대표하는 건축가 승효상을 서울 동숭동에 위치한 그의 사무실 이로재(履露齋)에서 만났다. 마당에서 이웃과 삶을 공유하고, 창문 끝에 걸린 태양을 보며 사유하는 즐거움을 더 많은 이들과 나누고 싶다. '좋은 삶은 좋은 건축에서 자란다'는 믿음을 단단하게 지어 올리며, 노장 건축가가 꾸는 꿈은 이토록 환하다.



승효상의 대표철학 '빈자의 미학'은 성장과 팽창으로만 내달리던 우리 시대에 '비움'과 '절제'라는 화두를 던졌죠. 건축과 공간이 우리 삶에 어떤 영향을 미친다고 보시지요.

빈자의 미학은 '가난한 사람의 미학'이 아니라 '가난할 줄 아는 사람의 미학'입니다. 저는 가짐보다 쓰임이 더 중요하고, 더함보다는 나눔이 더 중요하며, 채움보다는 비움이 더욱 중요하다고 생각합니다. 호화로운 건축에서 허황되고 거짓스러운 삶이 만들어지기 십상이고, 초라한 건축에서 옹골은 심성이 길러지기가 더 쉽다고 믿는데요. 건축 설계는 삶의 형태를 조직하는 중요한 일이지만, 어디까지나 삶에 관한 이야기이기도 합니다. 탄생과 죽음 이 공존하고 사랑과 다툼이 이어지는 집은 단순한 주거공간을 넘어 삶의 희로애락이 켜켜이 쌓이는 터전입니다. 적당히 불편하고 적절히 떨어져 있어서 더 많이 견고 더 나눌 수밖에 없는 건축이 개인과 공동체를 더 좋은 방향으로 이끌 겁니다.

지난 3월 12일 막을 내린 건축스케치전 '솔스케이프(Soulscape)'는 '건축가 승효상의 정수를 엿볼 수 있는 전시'라는 평가를 받았는데요. '영성의 풍경'이란 무슨 의미이며, 왜 중요한가요.

영성은 우리 삶과 떨어져 생각할 수 없는 건데도 현대인은 마치 영혼이 없는 사람처럼 사는 것 같습니다. 우리 선조들은 일상에서 영성을 느끼며 살았어요. 집안에 사당이 있고 무덤도 가까이 있었죠. 죽음을 돌아보며 삶이 경건해질 수 있었는데, 이젠 그런 공간이 없어졌습니다. 한국인은 특별한 일이 아니면 묘역에 안 가지만, 서양엔 도시 안에 묘역도 많고 공원 같은 개념이라서 사람들이 자주 가서 조용히 사유하며 평화와 안식을 찾곤 합니다. 건축물은 자신을 직시하고 성찰할 수 있는 공간이어야 합니다. 살다 보면 누구나 고독해지고 싶을 때, 울고 싶을 때, 성찰하고 싶을 때가 있잖습니까. 그럴 때 갈만한 곳이 꼭 있어야 합니다.



건물을 설계할 때 사람의 영혼이 머물며 성찰할 수 있는 공간을 만드는 데 많은 시간을 할애한다고 들었습니다. 그런 공간은 어떻게 구상하고 설계하는지요.

말씀드렸듯 굳이 성소나 묘역에 가지 않더라도 일상에서 영성의 진작을 꾀할 수 있는 공간이 필요한데요. 건축가가 도울 방법은 여러 가지입니다. 가령, 최적의 배율로 창을 뚫고 빛의 양을 조절해 가장 아름다운 태양과 달빛을 보여줄 수도 있고, 방과 방 사이를 떨어뜨려 지으면 이동하면서 바깥 풍경을 감상하며 사유하는 시간이 늘겠죠. 업무공간 내에도 어느 한 구역의 천장을 갑자기 확 높여 마음의 환기를 돕는다거나, 빗방울 소리가 잘 들리도록 처마를 낼 수도 있습니다. 또 하나, 저는 설계를 구상할 때 땅의 이야기를 많이 들으려고 노력합니다. 건축은 다른 작업과 달리 땅을 점거해야만 존재할 수 있는 시설이잖아요. 땅에는 과거의 기억이 지문처럼 남아 있는데, 오래된 땅일수록 내게 말을 많이 걸어옵니다. 그 공간에 거주할 사람들의 말도 귀 기울여 듣습니다. 그게 땅의 이야기와 결합하면 과거로부터 현재, 미래까지 이어지는 설계가 되죠.

아시아인 최초로 오스트리아 학술예술 1급 십자훈장(2019)을 받은 등 국내외가 주목하는 한국 대표 건축가로서 왕성한 활동을 펼치고 계신데요. 바쁜 일정을 쪼개어 국가건축정책위원장, 서울시 총괄건축가, 파주출판도시 코디네이터 등의 공직을 수행하신 이유가 ‘도시의 건축물을 개인의 것에 머무르지 않게 하기 위해서’라고요.

인간은 먹고 소비하는 일차원적 삶 외에 공동체를 형성하고 창조적인 일을 하는 ‘사회적 공간’이 필요합니다. 갑작스레 비가 내리면 남의 집이라도 잠시 들어가 비를 피할 수 있고, 이웃집이 낮으면 내 집도 적당히 낮게 짓는 게 공공성 아니겠어요. 그동안 우리는 너도나도 졸부의 꿈을 이루려 염치도, 정서도, 문화도 버리고 오늘날의 국적도 정체성도 없는 도시를 만들었어요. 영역의 담장을 허물고 좁은 골목길, 작고 낮은 건물, 다원적 민주주의를 실현하는 공공영역에 주목해야 합니다. 개개인은 힘이 없으니 서로 연대해야 하는데, 이 연대가 가능한 사회는 공공성을 지닌 건축을 통해 만들 수 있습니다. 건축은 삶을 조직하고 도시를 구축하기 때문입니다.

오랜 세월 지치지 않고 일하는 원동력이 무엇인지 궁금합니다.

선 하나만 잘못 그어도 사는 방법이 달라지는 일이다 보니, 불안이 동력이 되어주는 것 같습니다. 이 일을 해온 지 수십 년이 지났지만, 내가 잘못 그은 선 하나가 누군가의 삶에 영향을 끼친다고 생각하면 여전히 두렵고 매 순간 긴장이 됩니다. 건축은 한 번 지으면 오랫동안 그 안에 사는 사람들뿐 아니라 이웃의 삶까지 깊게 영향을 주잖습니까. 그래서 끊임없이 공부하고, 고민하고, 실수 없는 건축을 하기 위해 노력합니다.

앞으로의 꿈은 무엇인가요

국가건축정책위원장직을 마감하면서 공공 직책을 완전히 끝낸다고 선언했어요. 요즘엔 개인 건축설계 작업에 집중하고 있습니다. 세상의 위대한 걸작을 만든 건축가 중에는 70대 이상이 많아요. 저도 올해 칠순이 됐으니 이제 시작이라고 생각합니다.(웃음) 건축은 남의 집을 설계하는 일이라서 타인의 삶에 대한 관심이 깊을 때 좋은 결과물이 나옵니다. 연륜으로 봐도 지금이 제일 잘할 때인 만큼, 앞으로 더 좋은 집을 지을 수 있을 거라 기대하고 있습니다.

긴 시간 진술한 이야기 들려주셔서 감사합니다. 끝으로, 롯데 임직원들에게 한 말씀 부탁드립니다.

개인적으로 롯데 임직원들을 꽤 많이 알고 있는데, 공통적으로 매우 소탈하고 일을 즐기는 모습이 인상적이었습니다. 어쨌든 조연 대신, 저는 건축을 하는 사람이니 공간과 관련해서만 말씀드리고 싶습니다. 롯데 임직원 한 분 한 분이 자신이 사는 공간을 좀 더 잘 가꾸고 살면 좋겠습니다. 공간은 삶을 바꾸는 중요한 도구입니다. 보다 좋은 삶을 위해 더 좋은 공간에서 지내도록 노력하는 게 마땅하죠. 내 공간에 관심과 애정을 가지고 가꿔나갈수록 일도 생활도 더 새롭고 흥미진진해질 겁니다.



건축 설계나 기업 경영이나 가장 중요한 건 최종적인 목표 설정이라고 생각해요. 기업이 이윤을 추구하는 곳이지만, 목표가 돈만 버는 것이라면 구성원을 부품화할 수밖에 없어요. 한 사람 한 사람의 가치를 최대한 발휘하게 하면서 존엄성을 높이는 것을 최종 목표로 삼아야 건축도 기업도 궁극적으로 성공한다고 믿습니다.

롯데리조트제주 아트빌라스 10주년 기념, 건축가 승효상 프로젝트

오픈 당시 총괄 기획자였던 건축가 승효상과 제주 아트빌라스가 10년 만에 새로운 프로젝트를 선보였다. 4월 22일 ‘승효상과 함께하는 프라이빗 건축투어’가 있었으며, 5월 1일부터는 매주 일요일 5시간의 원데이 프로그램으로 ‘승효상 기획 건축투어’가 진행 중이다. 이는 승효상 건축가가 직접 기획했고 제자인 양현준 건축가가 도슨트를 맡아 진행하고 있다. 아트빌라스를 시작으로 제주도 내 의미 있는 공간들을 방문하는 뜻깊은 프로그램으로, 건축물은 물론 맛까지 직접 선정하여 프로그램을 기획했다. 승효상 건축가는 “4.3 항쟁과 같은 비극적 역사가 곳곳에 묻힌 제주에서는 관광객의 시야도 달라져야 한다고 생각합니다. ‘관광’이라는 단어가 ‘볼 관(觀)’에 ‘빛 광(光)’자, 즉 새로운 진리를 보는 것이잖아요. 이번 건축투어 기획도, 아트빌라스 설계도, 몰랐던 제주의 속살을 발견하는 데 도움이 되고자 노력했습니다. 화산 폭발로 생긴 제주도는 평면이 아니라 입체로 봐야 합니다. 한라산 백록담 분화구에서부터 흘러 내려와 바다까지 이어지는 입체적인 선을 가리지 않게 집을 지어야 하죠. 아트빌라스는 건물과 건물 사이를 다 비워 그 장대한 풍광의 통로가 되어주고자 했습니다. 모쪼록 함께하신 분들이 새로운 빛을 보는 기회가 되길 바랍니다”라고 소감을 밝혔다.



QR코드로 승효상이 말하는 제주 아트빌라스 영상 보러 가기

history

세종이

집현전을 설치한 까닭은?



세종 때의 집현전 자리에 들어선 경복궁의 수정전 출처 : 서울역사편찬원

leadership

역사 속에서 리더십을 찾다

정부든 기업이든 그 성공과 실패를 가름하는 가장 중요한 요소로 꼽을 수 있는 것은 리더십과 인재 양성이다. 세종대왕이 우리 역사 속에서 최고의 리더로 평가받는 것은 본인도 뛰어난 리더십 소유자였지만 인재 양성에도 탁월한 역량을 발휘한 점 때문이다. 집현전을 통해 인재 양성 시스템을 정착시킨 세종의 소통과 포용의 리더십이 오늘날에 전하는 의미를 알아본다.

글. 신병주_건국대학교 사학과 교수, 조선시대사학회 회장, 한국문화재단 이사

집현전의 설치와 인재 양성

조선의 왕은 이전의 왕들과 비교하면 절대적인 권력을 누리지는 못했다. 제도가 정비되면서 왕을 견제하는 장치도 적절히 운영되었기 때문이다. 조선 시대 정치사에서 큰 축을 차지하는 왕권과 신권의 문제는 왕권을 어떤 방식으로 행사하느냐에 따라 갈등의 양상을 보이기도 하고 조화를 이루기도 했다. 세종이 절대 권력을 휘두르지 않으면서도 자신의 뜻에 맞게 강력한 정치력을 발휘할 수 있었던 배경에는 왕권과 신권의 조화를 이룬 측면이 크다. 요즈음으로 보면 조직의 리더와 직원 간에 상호 소통하는 시스템을 만들고 이를 국정 운영에 적극 활용한 것이다.

세종은 즉위와 함께 집현전을 완전한 국가 기관으로 승격시켜 학문 연구와 인재 양성의 중심 기관으로 삼았다. 집현전이라는 명칭은 고려 인종 때 처음 사용되었고, 조선 정종 때도 집현전이 있었다. 그러나 실제 학문 연구기관으로 기능을 하기 시작한 것은 세종 때였다. 1420년(세종 2) 3월 16일 집현전의 직제가 정비되었다. 세종은 집현전에 재행연소자(才行年少者)라 하여 재주와 행실이 뛰어난 젊은 인재들을 불러 모았다. 신숙주, 성삼문, 정인지, 최항 등 세종 시대를 대표하는 학자들이 속속 집현전으로 들어왔다. 『세종실록』은 '문관 가운데서 재주와 행실이 있고, 나이 젊은 사람을 택하여 집현전에 근무하게 하여, 오로지 경전과 역사의 강론을 일삼고 왕의 자문에 대비하였다'라고 기록하고 있다.



김홍도 작 '집현전 학사도' 출처 : 세종대왕기념사업회

집현전이 위치했던 곳은 현재의 경복궁 수정전(修政殿) 자리로 왕이 조회와 정사를 보는 근정전이나 사정전과 매우 가까운 곳에 위치해 있었다. 그만큼 왕이 집현전에 대해 깊은 관심을 표했음을 알 수가 있다. 세종이 집현전을 자주 방문하여 학자들을 격려한 모습은 신숙주와 관련된 일화에서도 찾을 수가 있다. 어느 밤 세종은 집현전에 여전히 불이 꺼지지 않은 것을 보았다. 연구를 하던 신숙주가 깜빡 잠이 들어 있는 모습을 보고, 왕이 입고 있던 용포(龍袍)를 덮어주었던 일화는 지금까지도 미담으로 전해온다.

신하들과 소통하면서 얻은 성과들

세종은 모든 면에서 뛰어난 역량을 갖추었지만, 최종 결정에는 소통하는 왕의 모습을 보여주었다. 특히 집현전에서 생산된 연구 성과를 최대한 반영해 나갔다. 집현전에서는 주로 고제(古制)에 대한 해석과 함께 현안의 정책 과제들을 연구했다. 주택에 관한 옛 제도를 조사한다거나 중국 사신이 왔을 때의 접대 방안, 염전법에 관한 연구, 외교문서의 작성, 조선의 약초 조사 등 다양한 연구와 편찬 활동이 이곳을 중심으로 전개되었다. 집현전에 소속된 학자들은 왕을 교육하는 경연관, 왕세자를 교육하는 서연관, 과거시험의 시관(試官), 역사를 기록하는 사관(史官)의 임무도 동시에 부여받았다. 이들에게 최대한의 역할을 부여하여 국가의 인재로 키운 것이다. 집현전에서는 사업이 활발하게 이루어졌다. 역사서, 유학과 관련된 경서(經書), 의례, 병서, 법률, 천문학 관련 서적들로서, 국가에 필요한 서적 편찬의 과제가 집현전에 부여되면 학자들은 과거의 법제를 검토하고 그 대안을 제시해 세종에게 올렸다.

어려운 상황을 해결해 주는 안목

집현전의 학자들에게도 불만은 있었다. 세종의 결정으로 오랜 기간 근무하는 장기 근속자들이 늘어났고, 연구기관의 특성상 승진이 늦어져 다른 부서로 옮기려는 움직임도 있었다. 정창손은 22년, 최만리가 18년, 박팽년이 15년을 근무하는 등 집현전 근무 기간은 다른 기관보다 길었다. 상황을 파악한 세종은 학자들을 제도적으로 배려하는 조치를 취했다. 세종은 사가독서(賜暇讀書), 즉 왕이 하사하는 유급 휴가를 처음 실시했다. 사가독서 제도는 학자들에게 재충전의 기회를 준 것으로, 오늘날 대학교나 기업, 공무원 등의 연구년 제도와 비슷하다. 세종의 사가독서제는 세조 대에 집현전이 폐지된 이후에도 그 전통이 유지되었다. 성종은 아예 현재의 공무원이나 기업 연수원과 같은 연수기관처럼 독서당(讀書堂)을 따로 설치했고, 중종은 현재의 금호동과 옥수동 한강 주변에 독서당을 확대하여 설치하였다. 독서당은 '호당(湖堂)'이라고도 불렀는데, 성종 때의 용산 독서당은 남호(南湖), 중종 때의 독서당은 동호(東湖)라고 불렀다. 동호대교의 명칭은 동호 독서당과 관계가 있다.

역사는 현재를 비추는 거울이라고 한다. 왕조 시대가 끝나고 국민이 주인이 되는 민주사회가 도래했지만, 적절한 정책 추진, 여론의 존중, 도덕성과 청렴성, 소통과 포용의 리더십 등 조선의 왕들에게 요구되었던 덕목들은 여전히 유효하다. 집현전을 설치하여 최고의 인재들을 양성하고, 이들이 창출한 성과물들을 국가 정책으로 활용한 것이나, 유급 휴가제도의 기원인 사가독서제를 처음 실시한 세종의 모습은 우리가 그를 역사 속 최고의 왕으로 평가하는 이유다. 시대는 달라졌지만 오늘날의 우리도 본받고 따를만한 리더십이자 경영 방식이다.

LOTTE STORY:

FOCUS 1

FOCUS 2

기획 1

기획 2

INSIDE LOTTE 1

INSIDE LOTTE 2

광고 이야기

시네마 돋보기

NEWS

2022 LOTTE AWARDS

2022 LOTTE HR FORUM <Deep Dive into People : 사람은 명품이다>

2022 LOTTE CHAMPIONSHIP IN HAWAII & LOTTE OPEN

롯데케미칼, 미래성장 위한 수소·배터리 사업 강화

롯데월드타워 그랜드 오픈 5주년

부산에서 만나는 환상의 동화 속 왕국, 롯데월드 어드벤처 부산

칠성사이다 제로 '제로라이프' 캠페인

영화 <한산: 용의 출현>

계열사 주요 단신

롯데, 도전 응원하는 기업문화 정착 나선다



글. 편집실



2022 롯데어워즈 대상 롯데호텔 양곤

2022 롯데어워즈, 대상과 최우수상에 총 8개 팀 선정

5월 26일 시그니엘 서울 그랜드볼룸에서 '2022 롯데어워즈'가 개최됐다. 롯데어워즈는 롯데 브랜드 가치를 높이는데 기여한 사례에 상을 수여하며 올해 총 8개 팀이 선정됐다. 시상식에는 신동빈 회장을 비롯해 롯데지주 대표이사, HQ총괄대표, 수상 그룹사 대표이사와 수상팀이 참석했다. 이날 대상 및 최우수상을 수상한 팀에는 각각 5천만 원, 3천만 원의 상금과 트로피가 전달됐다.

대상은 롯데호텔 양곤이 수상했다. 롯데호텔 양곤은 위기 극복과 변화 대응을 위해 다양한 활동을 펼쳤다. 특히 코로나19 팬데믹과 미얀마의 불안한 정세로 양곤 지역의 일부 호텔은 영업이 중단되고 직원들이 대량 해고됐지만, 롯데호텔 양곤은 호텔 중 유일하게 구조조정이나 해고를 하지 않고 직원들과 함께 최고 수준의 서비스를 유지했다. 어려운 시장 상황에서도 시장 선점을 위해 내부 공간을 임대업장으로 변경해 판매하고, 편의점, 드라이브 스루, 배달앱, 웨비나 장비 및 실내 스크린골프장을 설치하는 등 미래를 위한 과감한 투자로 기존에 없던 매출을 창출했다. 또한 모든 호텔들이 가격을 내려 고객 유치에 나설 때 가격 인상과 그에 맞는 퀄리티를 유지하는 고급화 전략으로 높은 성과를 기록하는 등 롯데호텔의 가치를 높였다는 점에서 우수한 평가를 받았다.



1. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데면세점 디지털전략팀
2. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데백화점 Casual 2팀
3. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데케미칼 기초소재사업 PO AD팀
4. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데제과 기술혁신팀
5. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데칠성음료 CM 1팀
6. 2022 롯데어워즈 최우수상 화학군HQ CSV팀
7. 2022 롯데어워즈 최우수상 롯데홈쇼핑 디지털휴먼팀

이 밖에도 롯데케미칼, 롯데칠성음료, 롯데홈쇼핑 등 총 7개 팀이 최우수상을 수상했다. 먼저 영업/마케팅 부문에서는 롯데호텔 양곤을 포함해 총 3개 팀이 수상했다. 롯데케미칼 기초소재 PO AD팀은 배터리 분리막 원료를 개발하고 세계 시장을 향해 뚝나아가며 롯데케미칼을 ESG 리딩 기업으로 진화시키는데 기여했다. 롯데칠성음료 CM 1팀은 식품의약품안전처의 '당류저감화 종합계획' 발표에 따라 '칠성사이다 제로'를 선보이며 신제품으로 매출 기여도를 높였고, 저칼로리 탄산음료 열풍을 주도했다.

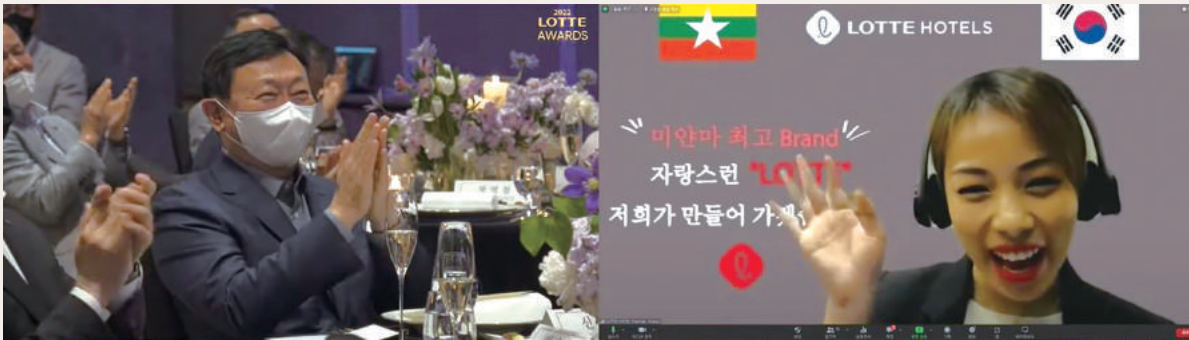
R&D 부문에서는 롯데백화점 Casual 2팀이 무재고 O4O(Online for Offline) 시스템 및 매장을 개발해 MZ세대 고객 유입을 이끌며 수상했다. 생산/구매 부문에서는 롯데제과 기술혁신팀이 국내 최초로 폐수처리장 폭기조(미생물을 통해 유기물 분해)의 폐열을 재활용하는 히트 펌프를 도입하며 수상했다. 경영관리/개선 부문에서는 롯데홈쇼핑 디지털휴먼팀이 메타버스 사업의 일환으로 세상에 없던 가상 인플루언서 '루시'를 개발해 디지털 콘텐츠 사업 영역을 확대했다. 상생/동반성장 부문에서는 화학군HQ CSV팀이 폐플라스틱 재활용 모델 'Project LOOP' 활동을 통해 자원 선순환 인식 개선에 앞장서며 상생과 동반성장의 신모델을 제시했다.

신동빈 회장은 상을 시상하며 “끊임없는 시도로 변화와 혁신을 이뤄낸 여러분들의 노력에 찬사를 보낸다”며 “뜨거운 열정으로 각자의 자리에서 최선을 다해 롯데의 가치를 드높인 임직원 모두가 롯데어워즈의 주인공”이라고 말했다. 지금 이 순간에도 다양한 영역에서 롯데의 지속가능한 성장을 위해 끊임없이 도전하고 있을 롯데인들에게 응원을 보내본다.

실패에서 교훈 찾는 챌린지 부문 신설, 초대 수상자는 여권 디지털화 도전한 롯데면세점

특히 올해는 도전 자체로 귀감이 되는 활동에 상을 수여하는 챌린지 부문을 신설했다. 성과로 이어지지 못했더라도 창의적 도전에 박수를 보내고 경험을 자산으로 축적하고자 만든 것이다. 신동빈 회장은 올 초 신년사에서 “실패에서 교훈을 찾아 계속 도전한다면 새로운 기회를 잡을 가능성이 커질 것”이라며 임직원들에게 적극적인 도전 정신을 주문했다.

챌린지 부문 초대 수상자는 모바일 디지털 여권 도입을 시도한 롯데면세점 디지털전략팀이 선정됐다. 롯데면세점은 지난해 실물 여권이 오프라인 면세점 쇼핑의 불편 요소로 작용하고 있는 점에 착안해 모바일 여권 도입을 추진했다. 난관에 부딪힌 첫 시도 이후 관광 생태계 측면 아이디어를 더해 접근했으나 여권 디지털화에 어려움을 겪었다. 그러나 포기하지 않고 디지털 변화 가능성을 발견해 보완하며 도전을 이어가고 있는 점을 인정받았다.



신동빈 회장은 화상 인터뷰를 통해 롯데호텔 양곤 현지 직원에게 직접 축하인사를 전했다.

2022 LOTTE HR FORUM <Deep Dive into People : 사람은 명품이다>



사람에서 미래 경쟁력 찾는다
열정 이끌어내는 HR 역할과 방안 모색



QR코드로 2022 LOTTE HR FORUM
하이라이트 영상 보러 가기

롯데는 4월 28일 인재개발원 오산캠퍼스에서 '2022 LOTTE HR FORUM'을 개최했다.
'LOTTE HR FORUM'은 매년 국내외 롯데 계열사의 인사·노무·교육 담당자들이 모여
그해 가장 중요한 인사 이슈를 공유하는 자리로, 2008년 처음 시작해 올해로 15회째를 맞았다.

글. 편집실

이번 포럼은 <Deep Dive into People : 사람은 명품이다>라는 주제로 사람에 대한 깊은 공감과 몰입에 대해 다뤘다. 직원이 바라는 HR 역할이 무엇인지 고민하고 코로나19 이후 변화된 환경 속에서 직원들에게 필요한 HR 제도를 찾자는 의미다. 기업의 성장 원동력인 '사람'을 관심 대상으로 바라보며 사람 중심의 건강한 조직운영에 대해 논의하고 구성원의 삶에 가치를 부여해 변화와 혁신을 이끄는 방안도 모색했다. 코로나19로 지난 2년간 비대면으로 진행됐으나, 올해는 오프라인 행사로 진행됐고 실시간 온라인 중계도 병행해 600여 명이 참가했다.

송용덕 롯데지주 부회장의 개회사로 시작된 이날 포럼에서는 강성춘 서울대 교수와 김기찬 가톨릭대 교수가 각각 사람 중심의 기업에 대해 강연했다. 안세진 호텔군HQ 총괄대표는 문제해결과 가치창출을 위한 인사 역할을 강조했다며, 롯데정밀화학, 롯데정보통신의 HR시스템과 케이스를 공유하는 시간도 가졌다.

이번 포럼에는 인사 담당자들이 모여 의견을 공유하고 토론하는 시간을 새롭게 추가했다. 오산 인재개발원에 모인 롯데 HR 임원과 인사팀장 등 120여 명은 롯데 임직원이 인식하는 HR의 문제점을 탐색하고 일하는 방식, 리더십 등 미래 방향성에 대해 토론하며 각 조직에 적용하기 위한 구체적인 실행안도 논의했다.

강의 목록

• 그룹 정책 / 방향	"위기의 HR - 그룹 HR 변화 방향 공유" (지주 HR혁신실장)
• 기조 강연	"사람이 만드는 롯데의 미래" (서울대 경영학과 강성춘 교수, 'Inside Out' 저자)
• 주제별 강연	
[주제 강연 I]	"사람중심 기업가정신: 도발인가? 대안인가?" (가톨릭대 경영학부 김기찬 교수)
[주제 강연 II]	"인사 역할의 확대: 문제 해결과 가치 창출의 가장 큰 동인" (호텔군HQ 안세진 총괄대표)
[CASE 강연 I]	"다시, HR, 구성원을 위해 새롭게 이름게" (딜로이트, HR 홍반디 팀장)
[CASE 강연 II]	"같이 더 멀리" (정밀화학 최용순 매니저)
[CASE 강연 III]	"New HR Strategy: 업의 본질과 HR역할" (정보통신 정인태 부문장)
• 주제별 토론	"다시, 롯데 인: 제도 파트 & 문화 파트" 토론/발표(그룹사 임원 및 팀장)

시청 방법

- 1) 인재개발원 홈페이지 <https://ez.lotteacademy.co.kr> 접속
- 2) 로그인 후 "Acropolis" 클릭
- 3) 상단 검색 (돋보기 이미지) "2022 HR FORUM" 입력 후 Enter [영상 위치 : 메뉴 - Insight]
- 4) 강의 영상 선택 후 시청





2022 LOTTE CHAMPIONSHIP IN HAWAII & LOTTE OPEN

올해로 10회째를 맞이한 롯데챔피언십이 미국 하와이주 오아후섬의 호아칼레이 컨트리 클럽에서 4월 10일부터 16일까지 일주일간 개최됐다. 참가 선수 144명, 프로암 참가자 2백여 명, 스태프 및 자원봉사자 약 7백여 명 등 총 1천여 명의 관계자 그리고 약 1만여 명의 현지 갤러리가 참석했다. 이어서 6월 5일에는 베어즈베스트 청라 골프장에서 롯데오픈 최종 라운드가 진행됐다. 두 대회의 이모저모를 살펴본다.

글. 주재광 C&M대홍기획 스포츠마케팅팀



롯데챔피언십의 새로운 보금자리 '호아칼레이 컨트리 클럽'

지난해에 이어 올해 역시 롯데챔피언십은 새로운 골프장에서 개최됐다. 첫 대회였던 2012년부터 2019년까지 8년 연속 코올리나 골프 클럽에서 개최되어 온 롯데챔피언십은, 지난 2021년에는 카폴레이 골프 클럽에서 개최된 바 있다. 하와이주에 위치한 여러 골프 클럽들의 끈질긴 구매를 받은 끝에 결국 대회장으로 낙점된 호아칼레이 컨트리 클럽은, PGA 레전드 어니 엘스가 디자인하고 2009년에 개장한 회원제 코스로, 2021년 하와이에서 가장 어려운 코스로 선정되는 등 하와이에서 가장 인정받는 코스로 유명하다. 지난 2020년, 클럽하우스 신축 공사를 마무리해 최신식 라커룸 시설과 최고급 레스토랑 '리플렉션스' 등을 보유한 하와이 최고의 럭셔리 회원제 클럽이다. 올해 대회에 참가한 선수들 역시, 호아칼레이의 뛰어난 시설과 변별력 있는 코스에 높은 만족감을 나타냈다. 또한 호아칼레이 컨트리 클럽은 대회 유치에 위해 약 100만 불 규모의 프리젠틱 스폰서십을 제안하여 대회 유치에 가장 적극적이었던 클럽이기도 하다.



스타 플레이어들이 가장 애정하는 ‘롯데챔피언십’

롯데챔피언십은 지난 10년간 LPGA 탑플레이어들의 참석률이 가장 높은 대회 중 하나로 자리 잡아왔다. 올해 대회 역시, 2021년 상금 랭킹 상위권 선수들과 2022년 상금 랭킹 상위권 선수들이 출전 명단을 수놓았다. 디펜딩 챔피언 리디아 고를 비롯해, 2018년, 2019년 우승자 브룩 헨더슨, 박인비, 아리아 주타누간, 하타오카 나사, 다니엘 강, 전인지, 사소 유카, 시부노 히나코를 비롯해 김효주, 최혜진, 이소영, 하민송 등 Team LOTTE가 총출동한 대회이기도 하다. 또한 2021년 롯데렌터카 여자오픈 우승자인 이소미 선수와 LPGA Q시리즈 수석 졸업에 빛나는 안나린 선수 등 한국 선수들이 유난히 많이 출전한 대회였다.

롯데챔피언십, 3년 만에 정상 궤도로 돌아오다.

전 세계를 강타한 코로나19의 영향으로 2020년에는 롯데챔피언십 개최 자체가 무산됐으며, 2021년은 무관중에 프로암 대회 없이 반쪽짜리로 진행됐다. 또한, 대회장에 코로나19 PCR 검사 센터를 운영하고, 참가자 전원 이 PCR 검사를 통과한 후 대회장 출입이 허용되는 등, 매우 엄격한 환경 속에 골프 경기만 진행됐다. 하지만 올해 대회는 2019년 이후 처음으로 유관중, 그리고 프로암 손님들을 초청해 정상적인 토너먼트 운영을 재개한 첫 해로서 큰 의미가 있었다.

2022 LPGA 신인왕 후보 0순위 최혜진!

지난해 LPGA Q시리즈를 손쉽게 통과한 최혜진 선수는 태국의 아타야 티티쿨, 일본의 시부노 히나코, 한국의 안나린 선수와 함께 그 여느 때보다 뜨거운 신인왕 경쟁을 벌이고 있다. 특히 최혜진 선수는 LPGA 투어 데뷔 후 다섯 번째 대회인 이번 롯데챔피언십에서 단독 3위를 기록하며, 한국 KLPGA 투어를 평정했던 모습을 되찾아가는 모양새다. 조만간 최혜진 선수의 승전보를 기대할 수 있을 것으로 보인다.

10년 만에 현실이 된 ‘롯데 시리즈’. 김효주 선수 우승

지난 2012년 롯데챔피언십에 첫 출전했던 김효주 선수는 지난 10년 간 한 번도 빠지지 않고 롯데챔피언십에 개근한 유일한 선수다. 그동안 유독 하와이 우승과는 인연이 없었던 김효주 선수는 1, 2라운드 동안 10언더파를 기록하는 기염을 토하며 최종 스코어 11언더파로 와이어투와이어 우승과 다름없는 압도적인 퍼포먼스로 롯데월드타워 트로피를 들어올렸다. 롯데가 후원하는 대회에서 롯데 소속 선수가 우승하는 ‘롯데 시리즈’를 완성하며 트로피를 홈으로 가져온 것이다. 호아칼레이의 112개의 벙커와 긴 전장, 강한 바람으로 144명 중 5명만이 5언더파 이상을 기록할 정도로 어려웠던 환경 속에 롯데의 김효주 선수는 1, 2라운드 동안 버디만 10개를 뽑아내며 사실상 승부를 결정지었다. 최종라운드 17번 홀에서 아쉬운 보기를 기록해 한때 2위와 한 타 차로 격차가 줄어들었으나, 마지막 18번 홀에서 멋진 어프로치샷으로 버디를 기록하며 승부사다운 면모를 보여주었다.

하와이에서 인천 청라로 ‘2022 롯데오픈’

이어 지난 6월 2일 인천 베어즈베스트 청라에서 KLPGA 투어 2022 롯데오픈이 열렸다. 총상금 8억이 걸린 이번 대회는 무관중으로 진행된 작년과 달리, 올해는 골프를 사랑하는 많은 갤러리들도 직접 경기를 즐길 수 있었다. 롯데칠성음료, 롯데건설, 롯데GRS 등 후원사들도 다양한 현장 이벤트를 진행했다. 7번 홀 그린에는 국내 최초로 갤러리가 마음껏 환호하고 응원할 수 있는 공간인 ‘롯데플레이어홀’을 마련해 음악과 함께 맥주를 즐기며 경기를 관람하도록 했다. 특히, 2030부산세계박람회 유치 열기 확산을 위해 롯데오픈 갤러리 플라자에 부산엑스포 포토월을 설치하고 전광판을 통해 홍보 영상을 상영하는 등 롯데오픈을 방문하는 갤러리들을 대상으로 2030부산세계박람회를 널리 알렸다. 신동빈 회장이 현장에 방문해 “2030부산세계박람회가 성공적으로 유치될 수 있도록 롯데도 힘을 보태겠다”라고 말하며 포토월 앞에서 롯데 골프단 황유민 선수와 함께 유치를 기원했다. 나흘간 열린 대회의 우승컵은 최종 합계 15 언더파 273타를 기록한 성유진 선수가 차지했다. 성유진 선수에게는 1억 4천 4백만 원의 우승 상금과 2023년 하와이에서 개최 예정인 LPGA 롯데챔피언십 출전권이 주어진다.



롯데케미칼, 미래성장 위한
수소·배터리 사업 강화

H₂ Batteries

최근 급변하는 산업 트렌드에 발맞춰 석유화학회사들의 변화가 예사롭지 않다. 기존의 화석연료 중심의 석유화학산업에 머물지 않고 지속가능한 성장동력을 구축하기 위해 다양한 미래성장 전략을 수립하고 있는 롯데케미칼의 변화를 주목해보자.

글. 노재홍_롯데케미칼 커뮤니케이션팀





지속가능한 성장을 위한 새로운 전략

롯데케미칼은 석유화학산업의 펀더멘탈 변화에 능동적으로 대처하기 위해 '수소에너지사업단'과 '전지소재사업단'을 신설했다. 수소에너지사업단은 황진구 기초소재사업대표가 전지소재사업단은 이영준 첨단소재사업대표가 단장을 겸임한다. 각 사업단은 일관된 전략 수립과 실행으로 수소 시장 선점을 통한 미래 성장 기반 구축, 배터리 소재 사업 역량 집중을 통한 산업 내 입지 강화 및 고부가 소재사업 추가 진출을 모색한다. 이러한 비전을 수행하기 위한 각 사업단의 구체적인 차세대 비즈니스 모델을 살펴보자.

새로운 에너지를 토대로 미래전략을 추진한다. '수소에너지사업단'

수소산업은 수소를 주요 에너지원으로 사용하는 경제산업 구조를 뜻한다. 현재의 화석연료 중심의 에너지 시스템에서 벗어나 수소를 활용하는 자동차, 선박, 열차, 기계 혹은 발전산업을 늘리고 수소를 안정적으로 생산-저장-운송하는데 필요한 모든 분야의 산업과 시장을 새롭게 만들어내는 비즈니스 모델이라고 볼 수 있다. 이러한 상황에 발맞춰, 롯데케미칼의 수소에너지사업단은 해외 암모니아 확보 및 인프라 구축을 통한 생산-운송/유통-활용의 수소

GREEN PROMISE 2030

Every Step for 

사업 전 과정의 주도권 확보를 추진한다. 이를 위해 해외 생산 블루, 그린 암모니아 국내 도입 또한 진행한다. 2030년까지 총 120만 톤의 청정수소를 국내에 공급하며, 합작사를 통한 충전소 사업과 발전 사업은 물론 그룹 내 계열사 모빌리티 활용 확대로 수소 사업 추진 로드맵을 실현한다는 계획이다.

이를 위해 작년 12월 21일, 롯데케미칼, 롯데정밀화학, 삼성엔지니어링 외 6개 컨소시엄을 구축하여 탄소 중립 실현을 위한 암모니아 분해 수소 상용화 기술 개발을 진행하고 있다. 또한 에어리퀴드 코리아(Air Liquide Korea)와 롯데케미칼은 부생 수소를 활용한 새로운 고압 수소 출하센터와 수소 충전소 구축에 공동 투자하고, SK 가스와는 양사가 보유한 자원과 역량을 통해 기체수소 충전소 건설 및 수소연료전지 발전소 건설, LNG 냉열을 활용해 생산된 액화수소 공급 등 수소 Value Chain 전반에 걸친 사업 모델의 구축을 추진할 예정이다.

차세대 핵심 기술력을 선도한다. '전지소재사업단'

전지소재사업단은 친환경 차 수요 증가 및 신재생에너지 확대에 대비하여 전기차-배터리 소재로 이어지는 Supply Chain의 핵심회사로 성장하겠다는 전략이다. 전기차 수요 성장에 따른 배터리 Value Chain은 지속적으로 고성장 될 전망이다. 이에 발맞춰 기존의 역량과 기술력을 토대로 배터리 소재 사업을 강화한다. 분리막 소재(PE)와 전해액 유기용매 사업 진출을 통해 선제적으로 시장을 구축해 나갈 예정이다. 그룹 내 화학군 계열사인 롯데정밀화학(음극재), 롯데알미늄(양극재)과 함께 배터리 4대 소재(양극재, 음극재, 전해액, 분리막)에 직간접적으로 투자-생산을 진행 중이다. 구체적으로 2023년 하반기 완공을 목표로 대산 공장 내 전기차 배터리용 전해액 유기 용매인 고순도 에틸렌카보네이트(EC)와 디메틸카보네이트(DMC) 생산 시설을 건설 중이다. 현재 4천 톤에서 2025년 연간 생산량 10만 톤 및 매출액 2,000억 원 규모로 확대할 방침이다.

롯데케미칼은 올해 1월 6일에 에너지저장장치(ESS)의 차세대 배터리로 주목받고 있는 바나듐 이온 배터리를 세계 최초로 개발한 '스탠다드에너지'에 650억 원을 투자해 2대 주주로 지분 15%를 확보하는 등 다각화된 배터리 소재사업 진출에 속도를 높이고 있다.

또한, 올해 4월 26일에는 차세대 배터리용 핵심 소재로 주목받는 리튬메탈 음극재 및 고체 전해질 개발 스타트업인 '소일렉트(SOELECT)'와 업무협약(MOU)을 체결했다. 양사는 합작사(JV) 설립 및 2025년까지 미국 현지에 기가와트급(GWh) 리튬메탈 음극재 생산 시설 구축을 검토하기로 합의했다.

끊임없는 혁신과 기술개발을 통해 지속가능한 화학회사로 거듭나기 위해 새로운 도전을 지속하고 있는 롯데케미칼의 희망찬 미래를 기대한다.

GREEN PROMISE 2030

Every Step for Batteries





롯데월드타워 그랜드 오픈 5주년 벨리곰부터 스카이라인까지 다양한 즐길 거리 선보여

롯데월드타워가 그랜드 오픈 5주년을 맞아 4월 1일부터 24일까지 '하이 파이브 페스티벌 (High Five Festival)'을 진행했다. 롯데홈쇼핑의 단독 IP 특대형 벨리곰부터, 수직 마라톤 대회 '2022 스카이라인(SKY RUN)' 까지 다양한 즐길거리로 가득했다.

글. 채호연 롯데몰산 홍보팀



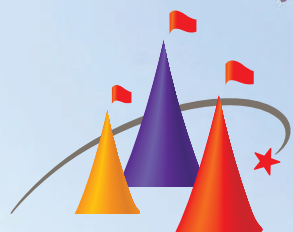
QR코드로 롯데월드타워
2022 스카이라인 영상 보기 가기

다양한 포토존과 버스킹 공연, 체험 부스까지

롯데월드타워 월드파크에는 롯데홈쇼핑의 단독 IP 특대형(15m) 벨리곰과 사진을 찍으려는 긴 줄이 이어졌다. 시민들은 돗자리, 빈백, 캠핑체어 등 월드파크에 마련된 피크닉 공간에서 버스킹 공연을 감상하며 따뜻한 봄을 만끽했다. 아레나 광장에 위치한 '블라썸 사위' 포토부스와 '블라썸 가든' 포토존도 '인생 사진'을 남기려는 사람들로 북적였다. 친환경 DIY 가죽공방, 친환경 세제 리필 스테이션 등을 체험할 수 있는 '아름다운 친구 공방' 부스도 인기를 끌었다.

3년 만에 개최된 '2022 스카이라인(SKY RUN)' 마라톤

4월 23일에는 수직 마라톤 대회 '2022 스카이라인(SKY RUN)'이 열렸다. 스카이라인은 롯데월드타워 1층부터 123층까지 국내 최대 계단 2,917개를 오르는 대회다. 코로나19로 인해 3년 만에 개최된 만큼, 롯데월드타워는 들뜬 표정의 참가자들과 수많은 취재진으로 가득했다. 800여 명의 참가자들은 마스크를 쓰고 가쁜 숨을 내쉬며 123층을 올랐다. 참가비 전액은 보행에 어려움을 겪는 보바스 어린이의원 환아들을 위해 사용된다. 롯데월드타워는 올해 '하이 파이브 페스티벌'을 시작으로 다채로운 행사를 선보일 계획이다.



부산에서 만나는 환상의 동화 속 왕국 롯데월드 어드벤처 부산



QR코드로 롯데월드
어드벤처 부산 영상 보러 가기



지난 3월 31일 드디어 롯데월드 어드벤처 부산(이하 '롯데월드 부산')이 오픈했다. 부산의 유일한 테마파크인 롯데월드 부산은 15만 8,000㎡(4만 8천여 평) 규모로 부산시 기장군 오시리아 관광단지 테마파크 존 내에 조성됐다. 야외 테마파크인 롯데월드 부산은 '동화 속 왕국'을 테마로 6개의 존과 다양한 탑승 및 관람 시설을 선보인다.

글. 노나리_롯데월드 어드벤처 부산점 기획



LOTTE WORLD ADVENTURE
BUSAN

전국 강심장들을 들뜨게 할 국내 최초 도입 어트랙션부터,
온 가족이 즐기는 패밀리 어트랙션까지!

짜릿한 스릴을 즐기는 강심장이라면, 자이언트 시리즈 어트랙션 3종을 강력 추천한다. 국내 최초로 도입되는 '자이언트 디게'는 출발부터 급발진하는 론치형 롤러코스터. 최고속도 105km/h로 약 1km의 트랙을 고속 주행하며 마주하는 3번의 360도 회전 구간에서는 짜릿한 속도감을 온몸으로 느낄 수 있다. '자이언트 스플래쉬' 또한 국내 첫 선을 보이는 워터코스터로 높이 44.6m에서 2,000톤의 물이 담긴 수로를 향하여 100km/h로 급하강하며 엄청난 물 보라를 선사한다. 탑승한 손님뿐만 아니라 이를 외부에서 지켜보는 손님들까지 시원한 물벼락을 예상해야 할 정도. 롯데월드 부산의 자이언트 시리즈의 마지막 주자는 롯데월드 서울의 '자이로 스윙'의 형제격인 '자이언트 스윙'. '자이로 스윙' 보다 중심축이 약 20% 더 길어 120m의 큰 회전 반경을 그린다. 최고 속도 110km/h의 진자운동으로 높이 44.8m에서 선사하는 무중력감이 스릴의 절정을 선사한다. 특히 '자이언트 스윙'과 '자이언트 디게'가 바로 옆에 근접해 위치해 있어 운행 중 서로 맞닿을 듯한 아찔함은 덤이다.

온 가족들이 함께 즐길 수 있는 패밀리형 어트랙션도 가득하다. 동물농장 테마의 조이풀 메도우 존에서는 가족이 함께 탈 수 있는 롤러코스터 '쿠키 열차'와 '아기돼지 범퍼카', '날아라 꼬꼬' 등 어린이 전용 어트랙션 6종을 만날 수 있다. 동화 속 '책과 콩나무'를 옮겨놓은 듯한 키즈토리아는 날씨와 관계없이 아이와 함께 안전하게 즐길 수 있는 실내 놀이 시설이다.

동화 속 왕국에서 만나는 '로티스 매직포레스트 퍼레이드'

테마파크의 꽃이라고 할 수 있는 퍼레이드도 빼놓을 수 없다. 하루 두 번 오후 2시와 8시, 30분간 520m의 퍼레이드 코스를 따라 '로티스 매직포레스트 퍼레이드'가 화려하게 펼쳐진다. '로티스 매직포레스트 퍼레이드'는 마녀의 저주로 오랜 기간 잠들어 있던 로리 여왕이 용감한 기사 로티의 도움으로 다시 깨어나, 매직포레스트의 평화와 미래를 기원하는 화려한 파티를 연다는 스토리를 담고 있다. 특히 야간 퍼레이드엔 화려한 조명이 의상과 퍼레이드 카를 수놓으며 환상적인 분위기를 연출하니 놓치지 말아야 할 것이다.



롯데월드 어드벤처 부산 임직원 방문 후기

임직원 리뷰어 이벤트에 당첨된 롯데인들의 생생한 방문 후기를 전합니다.



롯데렌탈 지중석

사람이 정말 많았지만 주차장이 깔끔하고 넓어서 좋았습니다. 입장하자마자 3대 놀이기구 중 하나인 '자이언트 스플래쉬'로 달려갔는데, 우비는 필수입니다! 이후 몇 가지 놀이기구를 더 타고 점심 식사 후 로리카슬로 이동해 전경을 즐긴 뒤, 퍼레이드도 구경했습니다. 또 다른 인기 놀이기구인 '자이언트 디저'도 탔는데 롤러코스터 매니아라면 꼭 한 번 타 보시기를 추천합니다. 넓지만 사용자 편의를 고려해 동선을 깔끔하게 잘 구성한 느낌을 받았습니다.



롯데정보통신 이은별

그림 연수에서 만난 롯데건설 권서연 사우와 함께 롯데월드 부산에 방문했습니다! 이곳 건축현장에서 신입 시절을 보낸 권 사원에게 듣기로, 건설 과정에서 다들 자부심을 가지고 지었다고 합니다. '자이언트 디저'는 스위스에서 모뎀채로 수입하여 현장에서 직접 조립했다고 하는데, 시작부터 스피드를 내어 짜릿함에 집중한 것이 국내 다른 어느 테마파크의 롤러코스터와도 달랐습니다. 공포감보다는 통쾌함을 담았달까요. '자이언트 스플래쉬' 등 다른 어트랙션들도 직접 타 보셔야 하는 짜릿함입니다. 꼭 방문하셔서 느껴보세요.



롯데건설 이신규

5월 초 연휴 기간에 어머니와 저희 남매 각자 가족까지 다 함께 방문했습니다. 아이들과 함께라 대부분을 '조이풀 메도우 존'에서 보냈는데, 즐거워하는 모습을 보니 '자이언트 스왕'이나 '자이언트 스플래쉬'를 타지 못한 아쉬움도 사라졌습니다. 그래도 아이들이 좀 더 크면 다시 방문해서 꼭 타 볼 생각입니다. 저녁에는 퍼레이드를 관람했는데 아이들이 마지막에 등장하는 로리카슬을 아주 좋아해서 로리카슬 가방도 하나씩 선물했습니다.



부산롯데호텔 엄윤지

출발 전부터 설레는 마음을 안고 동료들과 함께 꿈의 나라로 떠났습니다. 입구에서 귀여운 기념품도 사고, 토크트리 앞에서 사진도 찍고, 여러 가지 놀이기구도 탔습니다. 호텔 고객센터에서 앞으로 부산에 가 볼 만한 곳이 어디냐고 물어보시면 주저 없이 추천해 드리고 싶었습니다. 방문 전에 홈페이지에서 휴연 정보를 꼭 확인하고 가세요. 저는 퍼레이드를 못 봐서 조금 아쉬웠습니다. 매직패스를 이용하면 '자이언트 디저', '자이언트 스왕'을 기다리지 않고 바로 탈 수 있어서 좋았습니다. 스트레스도 날리고, 예쁜 사진도 많이 남긴 이번 나들이는 대성공이었습니다.



롯데백화점 엄혜정

따뜻하고 좋은 날, 롯데월드 어드벤처 부산에 다녀왔습니다. 어린이날이 낀 황금연휴 기간에 방문해 인파는 많았지만, 오랜만에 코로나19 이전의 일상으로 돌아온 것 같은 기분을 만끽한 최고의 날이었습니다. 마스크를 껴지만 마주치는 사람들 모두 행복하고 즐거워 보였습니다. 덕분에 아이들과 함께 멋진 성을 배경으로 사진도 찍고 신나게 놀아 왔습니다. 근처에 있는 롯데몰 동부산점도 처음으로 방문했는데 쇼핑하기에 만족스러웠습니다.^^



롯데지주 이화진

'자이언트 스왕'은 정말 '자이로 스왕'보다 더 높이 올라가 몸이 거꾸로 뒤집어질 정도였는데 그때 보이는 테마파크 뷰가 인상적이었습니다. '자이언트 디저'는 보기에는 느려 보이지만 정말 '아틀란티스'처럼 순간적으로 출발하기 때문에 짜릿했습니다. '자이언트 스플래쉬'는 우비 필수! 물 속으로 빨려 들어가는 느낌으로 순간적으로 앞이 펼쳐지지 않을 정도였습니다. 퍼레이드도 멋졌고, 박해나가 부른 메인 테마송도 훌륭했습니다. 멀리 바다가 펼쳐지는 전경을 볼 수 있는 로리카슬에도 올라가 보시기를 추천합니다.



롯데칠성음료 오준호

제가 살고 있는 경남 양산 부근에는 대형 놀이동산이 없어 아쉬웠는데, 롯데월드 부산 임직원 리뷰 이벤트에 당첨되어 가족들과 좋은 추억 만들고 왔습니다. '자이언트 디저'의 엄청난 스릴과 스피드, '자이언트 스플래쉬'의 시원함, 그리고 야간 퍼레이드는 확실히 부산의 명소로 자리 잡을 것 같습니다.



롯데글로벌로지스 구명배

어린이날 연휴를 살짝 지나 월요일인 9일에 갔음에도 불베는 모습을 보며 롯데월드 부산의 인기를 실감할 수 있었습니다. 퍼레이드와 공연에 매우 진심인 것 같았는데 특히 야간 퍼레이드는 아이들 눈이 휘둥그레져서 9개월짜리 둘째 메도우 존도 깜빡이지 않고 손뼉 치며 보았습니다. 공연의 스토리와 출연진의 연기가 어른이 보기에도 일품이라 재미있었고, 어머니께서도 매우 만족하셨습니다.



롯데백화점 김현주

학생 시절 롯데리아 알바를 하며 만난 7년 차 커플인 저희, 덕분에 부산의 핫플로 떠오른 롯데월드 부산에 다녀왔습니다. 엄청난 인파에 많은 기구를 타지는 못했지만, '자이언트 스왕' 하나로 압도했습니다. 다음에 또 타러 다녀오려고 합니다. 오랜만에 본 퍼레이드도 예뻐고, 학생 때처럼 걱정 없이 잘 놀다 와서 행복한 추억을 또 하나 쌓았습니다.



롯데중앙연구소 안혜림

놀이공원 매니아로서 새롭게 오픈한 롯데월드 어드벤처 부산에 다녀왔습니다. 어트랙션 수는 잠실에 비하면 적지만 자이언트 3종으로 설명이 끝날 정도였습니다. 동화 같은 건축물과 조정, 최고의 퍼레이드가 있어 즐길 거리는 충분했습니다. 지친 현실을 잊고 동심으로 돌아가 마법과 환상의 나라에서 행복한 시간 보냈습니다!



롯데컬처웍스 진성규

오픈 시간 전에 도착했음에도 상상 이상으로 많은 인파로 가득한 모습을 보고 롯데월드 부산의 인기를 실감했습니다. 반갑게 맞아주는 토크트리와 친절함 직원들의 폴라로이드 촬영 서비스, 아이들 눈높이에 맞춘 어트랙션들이 모여있는 '조이풀 메도우 존'에서 즐거워하는 아이들. 그림처럼 멋진 날씨에 진행된 퍼레이드는 로티성과 어우러져 아이들의 마음을 사로잡았음은 물론 성인들의 동심도 되살릴 만큼 멋졌습니다.



롯데푸드 박상은

동심의 세계로 함께 풍덩! 설레는 마음을 가득 안고 방문한 롯데월드 부산은 상상과 기대 이상이었습니다. 롯데월드의 명성답게, 오직 부산에서만 만나 볼 수 있는 자이언트 3종은 엄청난 스릴과 스피드로 스트레스를 한방에 해소해 주었고 화려한 볼거리와 다양한 즐길 거리로 동화 속에 온 듯한 기분을 만끽할 수 있었습니다.



롯데e커머스 김지현

바쁘게 일하다 보니 인생의 즐거움을 잊고 살아갔던 것 같은데, 덕분에 부산 여행의 명분이 생겼습니다. 그동안의 힘들음을 보상받는 듯한 느낌이었고, 앞으로 더 잘 나아갈 수 있는 힘을 얻은 것 같습니다. 여행으로 행복기운 가득 찬 몸과 마음으로 다시 열심히 살아보도록 하겠습니다.



롯데리조트 유다솔

사촌 언니들과 무려 20년 만에 놀이동산에 다녀왔습니다. 일요일에 갔지만 걱정했던 것보다는 길이 많이 막히지 않고 주차 공간도 넉넉한 편이었습니다. 로리카슬과 토크트리 등 다양한 장소에서 사진을 가득 남겼고, 퍼레이드 때에는 축제 분위기 속에서 언니들과 흥겹게 춤을 추기도 했습니다. 놀이기구를 좋아하지만 잘 타지는 못하는 저희 셋에게는 '쿠기 열차'가 가장 재미있는 놀이기구였습니다.



롯데알미늄 정영운

저희 가족의 첫 부산 여행지 롯데월드 부산은 동화 속 세상을 그대로 옮겨 놓은 것 같습니다. 입장하자마자 반기는 거대한 토크트리와 곳곳의 포토존에서 인증샷을 찍고, 놀이공원의 분위기를 더욱 업 시키는 퍼레이드도 즐거웠습니다. 저녁에는 또 다른 분위기가 연출되어 하루 종일 쉼 없이 즐기다 왔습니다. 폐장 시간이 되어도 집에 가기 싫어하는 아이들을 보며 오길 잘했다 생각이 들었습니다. 소중한 추억을 만들어 주셔서 감사합니다.

우리는 평소 수많은 광고를 접하며 지낸다. 그러나 그 광고가 어떠한 콘셉트로 탄생하게 됐는지, 또 광고 뒤에 어떠한 재미있는 이야기가 숨어 있는지 알지 못한다. 이에 사보 「롯데」에서는 롯데 계열사들의 다양한 광고 이야기를 소개하고자 한다.

글 윤혜림 C&M_대홍기획 어카운트슬루션7팀

칠성사이다 제로 ‘제로라이프’ 캠페인

롯데칠성음료



QR코드로 제로라이프 M/V
영상 보러 가기

“출시 9개월 만에 누적 판매량 1억 캔 돌파”

2021년 1월에 출시된 칠성사이다 제로. 코로나19 시대 소비자의 니즈와 맞아 떨어지며 저칼로리 사이다 시장을 이끄는 대표 브랜드로 자리 잡았습니다. 하지만 성공적인 런칭 이후, 다양한 제로 음료 제품들이 후발주자로 등장하며 제로 탄산 시장은 더욱 치열해졌습니다. 이런 상황 속에서 칠성사이다 제로의 2022년 캠페인은, 더욱 주목도 있는 광고를 통해 제로 탄산 시장을 선도해 나가고, 제로의 일상화를 만들어가는 메인 스트림으로 확장해 나가야 했습니다.



롯데칠성음료의 첫 버추얼 모델, 류이드(Ryu ID)

주목도 있는 캠페인을 위해 기존 광고에서 시도하지 못한 새로운 모델이 필요했습니다. 바로, 롯데칠성음료의 첫 버추얼 모델, ‘류이드(Ryu ID)’가 그 주인공입니다. 오른쪽 눈을 가로지르는 일자형 타투의 유니크한 외모, 디제잉과 프로듀싱을 즐기는 아티스트적인 면모까지. 다양한 매력을 가진 버추얼 휴먼 류이드를 활용한 캠페인을 기획했습니다.

더불어 대한민국 대표 아티스트 싸이(PSY)를 모델로 선정함으로써, 광고의 임팩트를 더했습니다. 칼로리 걱정 없이 어떤 음식이든 맛있게 먹을 수 있게 하는 제로의 속성과, 인간의 한계 없이 워너비적인 삶을 즐기며 하고 싶은 것들을 해 나가는 류이드, 그리고 한국을 넘어 세계를 무대로 자신이 하고 싶은 음악을 펼치는 싸이까지. 제로를 닮은 이들의 삶을, 하고 싶은 건 하고 사는 ‘제로라이프(ZERO LIFE)’라는 개념을 통해 전달했습니다.

걱정 빼고
고민 빼고
망설임 빼고
하고 싶은 건, 하는 ZERO LIFE!

또한, 아티스트 싸이가 제작한 제로라이프의 의미를 담은 Song을 통해, 지루한 광고 메시지로서의 전달이 아닌 즐겁고, 찾아보고 싶은 음악 콘텐츠로서 접근하고자 했습니다. 이 글을 쓰는 현재 온에어 위해 모든 팀이 치열하게 달리고 있는 가운데, 사보가 나가는 시점에는 칠성사이다 제로의 ‘제로라이프’ 캠페인이 많은 소비자들에게 주목받는 광고가 되어있을 것을 기대하며, 2022년은 칠성사이다 제로가 더욱 사랑받는 한 해가 되길 바랍니다.

미국에 캡틴 아메리카가 있다면 한국엔 이순신 장군이 있다. 둘의 차이는 이순신 장군은 실존인물이라는 점. 명나라의 장수 '진린'은 이순신 장군을 일컬어 '경천위지(經天緯地)'의 재주와 나라를 바로잡은 '보천육일(補天浴日)'의 공로를 갖추었다고 평가했다. 이순신 장군의 위대한 업적을 다루며 깨지지 않는 한국영화 최다 관객의 전설을 세운 영화 <명량>이 8년 만에 <한산: 용의 출현>으로 돌아온다.

글. 박기웅, 롯데컬처웍스 홍보팀

영화 <한산: 용의 출현>
조선
최고의 명장,

충무공
이순신이
돌아온다



QR코드로
<한산: 용의 출현>
예고 영상 보러 가기



VIEW POINT

한산 해전
완전 정복

이순신 장군의 수많은 업적 중 한산도 대첩은 전략적, 전술적 지략이 돋보이는 전투다. 한산도 대첩과 학익진 그리고 거북선은 국민들에게 익숙한 소재이지만, 당시 학익진 전술과 거북선이 어떻게 연결되어 있는지, 소수의 판옥선이 어떻게 적을 유인할 수 있었는지, 전략에 반대 한 장수는 없었는지 등 잘 알려지지 않은 부분도 많다. 영화 <한산: 용의 출현>은 당시의 다양한 상황들을 심도 깊게 다루고, 적장의 모습 까지 디테일하게 담았다. 영화 속 다채로운 볼거리와 더불어 우리가 잘 안다고 생각했던 한산 해전의 숨겨진 사실들에 관심을 기울인다면 더 흥미롭게 영화를 관람할 수 있을 것이다.

성웅 이순신의 시작

<한산: 용의 출현>은 명량 대첩 5년 전, 수세에 몰린 조선을 방어하기 위한 이순신 장군과 조선 수군들의 전략과 패기의 '한산 해전'을 그린 전쟁 액션 영화다. 한국은 물론 일본과 중국의 전문가들 사이에서도 역사상 가장 위대한 해상지휘관을 논할 때 항상 빠지지 않는 이순신 장군의 젊은 시절을 그렸다. 대한민국 국민들의 마음 속 최고의 리더로 손꼽히는 이순신 장군의 시작을 목격할 수 있는 유일무이한 작품이다.

<한산: 용의 출현>은 1,760만 명 이상의 관객을 동원하며 한국 역대 박스오피스 1위 자리를 지키고 있는 영화 <명량>의 후속작이다. 김한민 감독을 비롯한 베테랑 제작진들을 중심으로 성웅 이순신의 위대한 이야기를 밀도 있게 다뤘다. 이번 영화에는 박해일, 변요한, 안성기, 손현주, 김성규, 김성균, 김항기, 택연, 공명 등 충무로를 대표하는 배우들과 차세대 배우들이 총집합해 극의 완성도를 끌어올린다. 특히, 본인이 연기한 이순신 장군과 동년배인 박해일 배우가 캐릭터에 완벽 빙의해 기존에 볼 수 없었던 새로운 카리스마를 선보인다.

학익진과 거북선

이번 영화는 이순신 장군의 가장 잘 알려진 전투인 '한산도 대첩'을 다룬다. 진주성 대첩, 행주 대첩과 더불어 임진왜란 3대첩의 하나인 한산도 대첩은 일본 수군의 주력을 거의 격파해 그들의 수륙병진 계획을 좌절시키며, 육지에서의 잇단 패전으로 사기가 떨어진 조선군에게 승리를 안겨준 중요한 사건이다. 특히, 학이 날개를 펼친 듯한 형태의 진법 '학익진'을 통해 전략적 우위를 점하고 열세한 병력으로 대승을 이끌어낸 모습을 생생하게 표현해 관객들에게 잊지 못할 통쾌함을 선사할 예정이다.

뿐만 아니라, 완벽한 전투선이라 평가받는 거북선을 스크린에 그대로 구현했다. 생동감 넘치는 영상을 위해 거북선을 실물 크기로 복원 촬영해 현실감을 더했다. 이번 작품에서 거북선은 단순한 기동을 넘어 기존에 볼 수 없었던 드라마틱한 활약을 보여주며 극에 긴장감을 더할 것으로 기대된다. 2022년 여름, 스크린에서 승리의 쾌감을 전해줄 영화 <한산: 용의 출현>에 주목해보자.



NEWS



2022.SUMMER

롯데지주

롯데, 장애인 고용 우수사로 참석

롯데가 4월 21일 고용노동부 주최, 한국장애인고용공단 주관 '장애인고용증진 및 ESG 경영 실천 공동 협약·선언식' 행사에 장애인 고용 우수사로 참석했다. 현재 대기업 33곳 중 장애인 의무 고용률을 충족하고 있는 곳은 롯데를 비롯해 4곳으로, 롯데는 2019년부터 전사적으로 장애인 고용 확대 계획을 마련해 꾸준히 이행하고 있다. 롯데의 지난해 장애인 고용률은 3.16%로, 특히 캐논코리아는 장애인 고용률이 8.95%에 달하며 지난해 장애인 고용 우수사업주로 선정됐다.

식품



롯데칠성음료

제로 칼로리 탄산음료 '탐스 제로' 출시

롯데칠성음료가 4월 11일 제로 칼로리 탄산음료 '탐스 제로'를 출시했다. 건강을 중시하는 소비 트렌드에 맞춰 제로 칼로리에 오렌지 향, 레몬 향, 사과 키위 향 3가지 맛을 선보였다. 주요 타깃인 젊은 층의 입맛에 맞춰 탄산가스 볼륨을 높여 톡 쏘는 청량감을 강화한 점도 특징이다. 패키지는 355ml 캔, 600ml 페트병 총 2종으로, 맛 별 대표 과일 이미지를 넣어 제품의 특징을 한눈에 알아볼 수 있도록 했다.

롯데제과

비스킷 전 종 플라스틱 용기 제거

롯데제과는 4월 21일 미니 야채 크래커와 미니 초코칩 쿠키의 생산을 중단함으로써 80여 종에 달하는 비스킷 전 제품에서 포장재에 사용하는 플라스틱 용기를 모두 제거했다고 밝혔다. 약 30억 원의 설비 투자비용을 지불하고 반년여에 걸쳐 수백 번의 실험을 통해 각 제품에 적용할 수 있는 가장 이상적인 형태의 포장 방법을 개발했다. 이 같은 노력을 통해 롯데제과는 비스킷에서만 연간 약 576톤의 플라스틱을 줄일 수 있을 것으로 예상하고 있다.

롯데푸드

가정 간편식 사업 역량 강화

롯데푸드는 가정 간편식(HMR) 사업 역량 강화를 위해 관련 스타트업에 전략적 투자(SI)를 지속하고 있다. 4월에는 국내 2위 수준의 밀키트 생산능력을 보유하고 있는 스타트업 '푸드어셈블'에 65억 원 규모를, 5월에는 간편식 당일배송 스타트업 '프레시코드'에 10억 원의 전략적 투자를 집행했다.

롯데GRS

롯데리아, K-BPI 24년 연속 1위 수상

롯데리아가 한국능률협회(KMAC)에서 실시한 '2022 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' 조사 서비스재 패스트푸드산업부문에서 24년 연속 1위 브랜드로 선정됐다. 롯데리아는 조사가 시작된 1999년부터 올해까지 24년 연속 부동의 패스트푸드부문 1위를 수성하고 있으며, 2008년부터 10년 이상 연속 1위 브랜드에 주어지는 '골든 브랜드' 인증을 획득했다.

롯데피플네트웍스

현장관리자 오프라인 교육 리오프닝

롯데피플네트웍스는 3월부터 지난 2년간 온라인으로 진행되었던 현장관리자 교육을 오프라인 집체교육으로 전환했다. 전국 2천여 명의 패밀리사원을 관리하고 있는 핵심관리자인 사업소장, 판촉코치를 대상으로 진행된 이번 교육은 올해부터 사명 변경과 식품 4개

사 통합 판촉관리라는 내부적인 변화뿐만 아니라, 유통 및 식품사 경영환경 변화 등 대외적인 환경 변화도 많았던 만큼 현장관리자의 업무마인드를 제고하고 직책별 핵심역량을 강화할 수 있는 커리큘럼으로 구성됐다. 6월에는 전국의 패밀리사원을 대상으로 지역별 오프라인 교육을 시행할 예정이다.

유통



롯데백화점

'롯데아트페어 2022 부산' 개최

롯데백화점이 '롯데아트페어 2022 부산'을 개최하고 국내외 12개 갤러리 및 30여 개 라이프스타일 브랜드를 선보였다. 5월 10일 프리뷰를 시작으로 5월 14일까지 부산 시그니엘 4층에서 약 330평 규모로 진행된 이번 페어는 'ART & DESIGN & CRAFT'를 주제로 순수 미술부터 공예품, 디자인 제품까지 총망라했다. 전문 아트 컬렉터뿐 아니라 일반 고객들도 함께 즐길 수 있도록 다양한 프리미엄 라이프스타일 브랜드를 소개하며, 순수 미술 중심으로 진행되던 기존 아트페어들과 차별화했다.

롯데마트

신입사원 위한 리스타트(RESTART) 진행

롯데마트가 5월 4일 롯데 리테일 아카데미에

서 2022년 A Grade 총 72명의 신입사원들을 위한 리스타트(RESTART) 프로그램을 진행했다. 리스타트는 신입사원들의 입사 100일을 축하하는 자리로, 입사 이후 회사에 적응하기 위해 노력한 신입사원들을 격려하고 새롭게 리프레싱하는 시간을 만들기 위해 기획된 프로그램이다. 김진성 롯데마트 HR혁신부문장과의 토크콘서트를 진행해 임원과 실시간 소통의 시간을 가지고, 신입사원들을 위한 인문학 특강과 동기들과의 소통 및 협업 능력을 기를 수 있는 다양한 팀빌딩 활동을 진행했다.

롯데온

프리미엄 뷰티 전문관

'온앤더뷰티' 론칭

롯데온은 4월 12일 프리미엄 뷰티 전문관 '온앤더뷰티(ON AND THE BEAUTY)'를 론칭했다. '온앤더뷰티'는 80여 개 프리미엄 브랜드 전용관을 비롯해 3,000여 개 브랜드가 입점한 뷰티 전문 매장이다. 브랜드와 협업해 선출시, 단독 구성 등 차별화 상품을 꾸준히 선보일 계획이며, 각 브랜드 매니저가 직접 출연해 상품 설명과 메이크업 팁을 알려주는 영상 콘텐츠도 제작해 공개할 예정이다. 더불어 '선물하기'를 이용해 구매하는 상품에는 백화점 선물 포장 서비스를 제공하며, 전용 멤버십인 '온앤더뷰티 클럽'을 운영해 가입 고객을 대상으로 다양한 혜택도 제공한다.



롯데칠성음료-제로 칼로리 탄산음료 '탐스 제로' 출시



롯데제과-플라스틱 용기를 제거한 ECO 패키지 적용



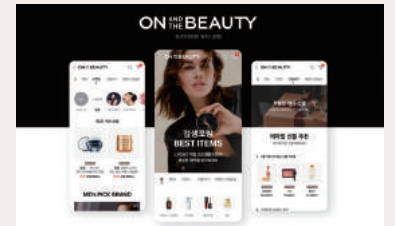
롯데GRS-롯데리아 한국 산업의 브랜드파워 24년 연속 1위



롯데피플네트웍스-현장관리자 대상 오프라인 집체교육 시행



롯데마트-신입사원을 위한 '리스타트' 현장 사진



롯데온-프리미엄 뷰티 전문관 '온앤더뷰티' 론칭

롯데컬처웍스

SLL과 IP 개발 협력에 관한 업무 협약 체결

롯데컬처웍스가 5월 3일 SLL과 콘텐츠 IP 개발 협력에 관한 업무 협약을 체결했다. 이번 협약에 따라 양사는 새로운 IP를 공동 기획하고, IP에 장르적 확장을 더하는 '트랜스미디어'를 통한 IP 라이프 사이클 생태계 조성을 위해 협업한다. 특히, 국내 최대 규모의 공모전인 롯데 크리에이티브 공모전 '영화 부문' 심사에 SLL이 참여해 롯데컬처웍스와 함께 창작자를 발굴하고 지원할 계획이다.

코리아세븐

썩방촌에 통합 기념 물품 전달

세븐일세븐은 5월 12일 미니스톱과의 통합을 기념해 양사 경영주 및 임직원과 함께 지역사회 소외계층을 위한 나눔 활동을 펼쳤다. 서울지역 썩방 상담소 2곳(남대문 돈의동)에 '한마음비빔밥'과 무라벨 생수 '얼썬얼수'를 총 2천 개 전달하고, 직접 가정 방문 배달도 나눴다. '한마음비빔밥'은 양사의 통합을 기념해 지난 4월 출시된 제품으로, 기존 상품 대비 중량을 30% 늘려 구성했다.

롯데홈쇼핑

초대형 '벨리곰' 전시 성료

롯데홈쇼핑이 4월 1일부터 24일간 롯데월드

타워 메인 광장에서 진행한 '어메이징 벨리곰' 공공 전시가 방문 인원 325만 명을 기록하며 성황을 이루었다. '벨리곰'은 롯데홈쇼핑의 자체 개발 캐릭터로, 석촌호수를 배경으로 설치된 아파트 4층 높이의 15m 초대형 벨리곰과 2m 크기의 벨리곰 조형물 6개는 인증샷 성지로 화제가 됐다. SNS상에서 #벨리곰 콘텐츠만 2만 건 이상을 기록했고, 인형, 의류, 액세서리 등을 판매하는 벨리곰 굿즈샵도 연일 품절 사태가 이어졌다. 같은 기간, 벨리곰TV 유튜브 채널 구독자는 50만 명을 돌파했으며, 온라인 스토어 '벨리곰 닷컴'(bellygom.com) 매출도 5배 이상 신장하는 등 높은 호응을 얻었다.

롯데하이마트

하이메이드 창문형 에어컨 출시

롯데하이마트는 4월 28일 에어컨 전문 브랜드 파세코와 협업하여 자체브랜드(PB) '하이메이드' 창문형 에어컨을 출시했다. 이번에 출시한 '하이메이드 by 파세코'는 우수한 에너지 효율(1등급), 냉방 자동 조절 인버터 기능, 낮은 소음, 파워 증발 시스템을 통한 누수 없는 사용이 특징이다. 냉방 면적은 17.2㎡(약 5~6평)이며 출시 가격은 64만 9천 원이다. 제품은 전국 420여 개 롯데하이마트 매장과 온라인 쇼핑몰에서 만나볼 수 있다.

관광·서비스



롯데멤버스

'엘포인트 비치 플로깅' 성료

롯데멤버스가 지난 4월 17일 롯데리조트와 함께하는 '엘포인트 비치 플로깅(L.POINT Beach Plogging)'을 성공적으로 마쳤다. 엘포인트 회원들과 함께 바닷가를 달리며 쓰레기를 줍는 행사로, 숙소에서 1주일간 위케이션(휴가지 원격근무)을 보내게 된 롯데멤버스 직원들이 롯데리조트 직원들과 마련한 환경보호 운동이다. 참가자 대상 엘포인트 1만 P, 엘피 캐릭터 에코백, 기념 티셔츠, 음료 등 증정품도 제공됐다. 참가자들은 숙소 롯데리조트에서 시작해 숙소해수욕장까지 왕복 약 2km 구간을 달리며 쓰레기를 주웠다.

롯데면세점

호주 시드니 시내점 오픈

롯데면세점이 5월 5일 호주 시드니 중심상업지구에 시내 면세점을 오픈했다. 2020년 6월 싱가포르 창이공항점 오픈 이후 683일 만의 출점으로, 총 3개 층에 전체 면적 약 3,000㎡(907평) 규모로, 화장품, 향수, 주류, 시계, 주얼리 카테고리 150여 개 브랜드가 입점했다. 호주 관광 시장 회복세에 맞춰 상품 카테고리별로 차별화된 운영 전략을 바탕으로 향후 10년간 1조 원의 매출을 거둘 것으로 예상하고 있다.

롯데월드

'나는 고래' 미디어아트 특별전 진행

롯데월드타워 전망대 서울스카이가 8월 21일 까지 미디어아트 특별전 '나는 고래'를 진행한다. 국내 수중 사진계의 1세대 '장남원' 작가와 함께한 이번 전시는 지하 1층 입구부터 메인 갤러리에 이르기까지 신비로운 바다 세상에서 유영하는 고래의 모습을 포착한 30여 점의 작품들을 미디어아트와 포토존, 갤러리 형식으로 재해석했다. 하이라이트인 미디어터널은 대형 디스플레이와 프로젝터로 상상 속 해저 세계 영상을 연출했으며, 마음이 편해지는 고래 ASMR을 더해 다채로운 감각 경험을 선사한다.

부산롯데호텔

'아름다운 기부' 캠페인 진행

부산롯데호텔이 4월, 생활 속 ESG 활동을 실천하고 사용하지 않는 물품 기부를 통한 친환경, 나눔 실천을 위해 임직원 모두가 참여하는 '아름다운 기부' 캠페인을 진행했다. 의류, 도서, 패션잡화, 디지털기기 등 총 1,400개의 물품이 자율적인 참여 속에 기부되었으며 5월 13일 비영리 공익단체 '아름다운 가게'를 통해 전달되어 재판매 후 수익금은 소외계층을 위해 사용될 예정이다.

롯데제이티비

광주관광재단과 MOU 체결

롯데제이티비가 4월 13일 광주의 문화·예술 관광 콘텐츠 확산과 관광객 유치 활성화를 위해 광주관광재단과 업무협약(MOU)을 체결했다. 이번 업무협약에 따라 '대한민국 예술여행 대표 도시, 광주'라는 콘셉트를 기반으로 다채로운 광주 여행상품을 선보일 예정이다. 예술과 스포츠까지 결합된 광주의 관광 인프라를 활용한 상품개발 및 홍보·마케팅을 통해 국내를 넘어 글로벌 인바운드 활성화에 더욱 기여할 예정이다.

롯데정보통신

전기차 충전기, '조달우수제품' 지정

롯데정보통신은 5월 9일 E-mobility 전문 기업인 자회사 중앙제어의 전기차 충전기가 조달청의 '조달우수제품'으로 지정됐다고 밝혔다. 우수제품으로 지정된 충전기는 역전류 다이오드의 고장검출 기술을 기반으로 충전기를 안전하게 동작하도록 하여 차량 배터리와 주변회로의 손상, 화재로 인한 재산피해를 사전에 방지할 수 있게 해준다. 조달우수제품으로 지정된 본 충전기는 관련 법령에 따라 수익계약이 가능하고, 공공조달시장 진입을 위한 우선구매제도 등 최대 6년간 정책적 지원을 받는다.

대흥기획

사내 헌혈 캠페인 <헌혈한 대흥인> 진행

대흥기획이 4월 마지막 주부터 2주간 혈액수급 위기 극복을 위해 대한적십자사와 함께 사내 헌혈 캠페인 <헌혈한 대흥인>을 진행했다. 코로나19 장기화로 인해 국내 혈액 수급은 더 큰 어려움을 겪고 있다. <헌혈한 대흥인> 캠페인은 단체 헌혈과 개별 헌혈 형식으로 진행됐으며, 대흥기획은 사내 이벤트를 통해 임직원의 헌혈 참여를 독려했다. 또한, 임직원의 헌혈증을 자발적으로 기부받아 한국소아암 재단에 전달할 예정이다.

롯데자이언츠

유니세프한국위원회 협약 체결

롯데자이언츠와 유니세프한국위원회가 4월 29일 전 세계 어린이 대상 기금 조성 및 아동 권리 증진을 위한 사회공헌협약을 체결했다. 협약에 따라 2022 시즌 시작야구장을 찾는 관중 한 명당 후원금 100원이 희망포인트로 적립돼 기금으로 조성된다. 구단은 지난 2011년부터 10년간 유니세프한국위원회와 사회공헌 협력사업을 진행해 약 9억 원의 캠페인 후원금을 지원했다. 향후에도 전 세계 어린이의 권리 증진에 도움이 되고자 유니세프와 함께 다양한 활동을 해나갈 계획이다.



롯데컬처웍스-SLL과 IP 개발 협력 업무 협약 체결



코리아세븐-썩방촌에 '한마음비빔밥'과 생수 전달



롯데멤버스-롯데리조트와 함께한 '엘포인트 비치 플로깅'



롯데제이티비-광주관광재단과 MOU 체결



롯데정보통신-전기차 충전기, 조달우수제품으로 선정



대흥기획-사내 헌혈 캠페인 <헌혈한 대흥인> 진행

롯데렌탈

1분기 영업이익 역대 최대 실적 기록

롯데렌탈은 5월 9일 2022년 1분기 연결 기준 매출액 6,480억 원, 영업이익 705억 원, 당기 순이익 351억 원의 결산 실적을 공개했다. 이는 전년 동기 대비 매출액 10.0%, 영업이익 43.3%, 당기순이익 88.7% 증가한 수치다. 실적 성장의 주요 요인은 장기렌터카 사업 수익성 확대와 중고차 판매단가의 상승세 유지로 풀이된다. 또한 건설 경기 회복에 따른 리프트 등 건설장비 수요 증가로 일반 렌탈의 매출도 크게 증가했다.

롯데글로벌로지스

택배 박스 분리배출 캠페인

‘박장떼소’ 전개

롯데글로벌로지스는 5월 9일 올바른 택배 박스 분리배출 실천을 통해 탄소배출을 감축하는 ‘박장떼소’ 캠페인을 실시한다고 밝혔다. ‘박장떼소’란 ‘박스에 운송장 떼어내소’의 준말로 올바른 분리배출 실천을 통해 지구를 ‘박장떼소’하게 하자는 의미다. 이번 캠페인은 소비자들의 올바른 재활용을 도와 자원낭비와 탄소배출을 줄이고자 공식 SNS를 통해 올바른 택배 박스 분리배출 방법을 안내하고 직접 실천을 유도한다. 참가를 희망하는 1천 명에게 페플라스틱 용기 뚜껑을 재활용해 제작한 롯데택배 차량 모양의 ‘친환경 운송장 제거도구’를 제공했다.

석유화학·건설

롯데케미칼

‘2022 CEO IR Day’ 실시

롯데케미칼이 3월 31일 국내 주요 투자기관 20곳을 대상으로 ‘2022 CEO IR Day’를 실시했다. 오후 4시부터 여의도 콘래드 호텔에서 약 90분간 진행된 행사에는 김교현 부회장을 비롯해 김연섭 ESG 경영본부장, 김민우 신사업부문장이 참석하여 롯데케미칼의 수소, 배터리, 리사이클 사업 전략 및 ESG 강화방안을 발표했다. 롯데케미칼은 석유화학 산업의 펀더멘탈 변화에 능동적 대처를 위해 ‘수소에너지사업단’과 ‘전지소재사업단’을 신설했다. 각 사업단은 일관된 전략 수립과 실행으로 수소 시장 선점을 통한 미래 성장 기반 구축, 배터리 소재 사업 역량 집중을 통한 산업 내 입지 강화 및 고부가 소재사업 추가 진출을 모색할 예정이다.

롯데정밀화학

메타버스 활용 보호종료아동 자립지원

롯데정밀화학은 5월 17일 대한사회복지회와 함께 메타버스 플랫폼을 활용한 보호종료아동 자립 지원 사업 「엘-아티(L-ARTTI)」 업무협약식을 진행했다. 롯데를 상징하는 영문자 ‘엘(L)’과 친한 친구를 뜻하는 단어 ‘아띠’의 합성어로 명명된 본 프로그램은 5월 가정의 달과 어린이날 100주년을 맞아 기획한 프로그

램으로 만 18세 도래에 따라 보호시설에서 퇴소하는 보호종료아동들이 보다 안정적으로 사회에 정착할 수 있도록 메타버스 공간을 활용해 가상 생활 체험, 심리 상담 및 직업 교육 기회를 제공하는 사업이다. 7월 1일 메타버스 맵 오픈 행사를 시작으로 1차 사업기간인 6개월간 총 120명의 아동들이 함께 학습할 예정이다.

롯데건설

선사현대아파트 리모델링 사업 수주

롯데건설-현대건설 컨소시엄이 4월 24일 ‘선사현대아파트 리모델링 사업’ 시공사로 선정됐다. 선사현대아파트는 서울시 강동구 상암로 11 일원 약 6만 8,996㎡ 부지에 지하 3층~지상 28층의 공동주택 16개동 2,938세대의 대단지로 국내 리모델링 사상 최대 규모다. 수평증축 리모델링 공사를 통해 지하 5층~지상 29층의 공동주택 16개동 3,328세대로 탈바꿈하게 된다. 공사비는 총 1조 900억 원 수준이며, 단지명은 ‘리버티지 강동’으로 제안했다.

롯데CM사업본부

아이디어 공모전 ‘혁신을 찾아라!’ 시행

롯데CM사업본부는 다양하고 창의적인 아이디어 공모를 통한 조직 경쟁력 확보와 유연한 조직문화 구축을 목적으로 2022년 CM 아이디어 공모전 ‘혁신을 찾아라!’를 시행했다. 4월 말간 자유 주제로 임직원들의 아이디어를

공모하였으며, 창의성, 실현가능성, 효과성, 지속가능성을 기준으로 팀장 및 임원 평가를 통해 총 6명(최우수상 1명, 우수상 2명, 장려상 3명)에게 포상을 진행했다. 채택된 아이디어들은 현업에 적용, 시행 예정이다.

롯데알미늄

국제어린이 마라톤 대회 동참

롯데알미늄 임직원 및 가족 170명은 지난 5월 5일부터 7일까지 세이브더칠드런에서 주관하는 국제어린이마라톤 대회에 동참했다. 국제어린이마라톤대회는 열악한 의료 환경으로 생명의 위협을 받고 있는 산모와 신생아를 살리기 위한 캠페인의 일환으로 4km 미니코스 구상된 마라톤과 각 1km 미션을 수행하는 프로그램이다. 대회 참가비 전액은 베트남 소수민족 신생아의 건강한 삶을 위해 쓰인다.

캐논코리아

‘2021 미래작가상’ 개최

캐논코리아가 박건희문화재단과 함께 6월 5일까지 캐논갤러리에서 ‘2021 미래작가상’을 개최했다. 이번 전시는 전국 대학생을 대상으로 공모한 ‘2021 미래작가상’ 지원자 145명 중 최종 수상자로 선정된 김민혁, 최원준, 장윤아 3인이 6개월간의 튜터링 과정을 통해 향상된 사진 작품을 선보이는 자리다. 수상자들은 지난 6개월 동안 노순택 사진가, 신보슬 큐레이터, 이민호 사진가의 1:1 튜터링과 오행

근 작가의 마스터 튜터링 과정을 진행했다. 이를 통해 사진 촬영에 필요한 테크닉부터 출력까지 사진가로서 갖춰야 할 기본 소양과 덕목 등을 전반적으로 배우는 기회를 가졌다. ‘2022 미래작가상’ 공모전은 오는 7월 중 진행할 예정이다.

한국후지필름

‘꽃길 응원 프로젝트’ 실시

한국후지필름이 4월 28일 아날로그 사진문화 캠페인 ‘소소일작’을 통해 소외계층 시니어를 지원하는 사회적 기업 아립엔워립의 소셜브랜드 ‘신이어마켓’과 협업해 청년들의 새로운 시작을 응원하는 ‘꽃길 응원 프로젝트’를 실시했다. 신이어마켓의 시니어들이 청년들에게 전하는 응원의 메시지를 담은 손글씨와 꽃그림으로 디자인된 소소일작 꽃길 응원 굿즈 3종(▲행운의 꽃편지 세트 ▲꽃길 마스크엔지니어 등)을 출시했다. 또한 5월 한 달 동안 사진과 꽃편지로 시니어와 청년간의 고민을 교환하는 소소일작X신이어상담소 사진 펜팔 이벤트를 운영했다.

롯데중앙연구소

메타버스 식품 안전 교육장 오픈

롯데중앙연구소 안전센터는 5월 1일 메타버스 식품 안전 교육장 ‘롯데메타에듀빌’을 오픈했다. 롯데메타에듀빌은 그간 그룹사 식품관리자를 대상으로 교육을 진행해 온 롯데

식품안전아카데미를 메타버스로 구현한 것이다. 이번 시도로 기존 교육 경험에 색다른 환경을 접목하여 다양한 커리큘럼을 제공할 계획이다. 웹 기반 오픈형 공간으로 설치 없이 누구나 URL(<https://lotternd-entrance.ovice.in/>)을 통해 접속 가능하다.

롯데문화재단

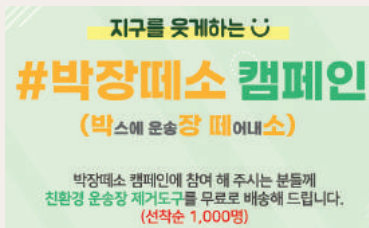
롯데콘서트홀 <2022 에투알 갈라>

아시아인 최초로 프랑스 파리오페라발레단의 수석 무용수 에투알이 된 발레리나 박세은이 7월 28-29일 롯데콘서트홀에서 특별한 금의 환향 무대를 갖는다. 박세은은 미하일 포킨 안무의 ‘빈사의 백조’를 포함, ‘인 더 나이트’의 제1커플 파드되, ‘로미오와 줄리엣’ 발코니 파드되를 에투알 폴 마르크와 함께 선보인다.

롯데의료재단

보바스기념병원 새로운 HI, 슬로건 선포

롯데의료재단 보바스기념병원이 5월 10일 개원 20주년을 맞아 새로운 HI(Hospital Identity)와 슬로건을 제정하여 선포하고 미래 청사진을 제시했다. 20주년 기념식에서는 장기근속자(20년 차 7명, 10년 차 10명, 5년 차 33명)와 모범직원의 포상과 전 임직원에 대한 별도 포상도 진행됐다. 새로운 슬로건은 ‘Bobath, The Better’로 더 나은 내일, 더 건강한 세상을 만들어가고자 하는 보바스기념병원의 미래 비전이 담겨 있다.



롯데글로벌로지스-탄소배출 감축 위한 ‘박장떼소’ 캠페인



롯데케미칼-‘2022 CEO IR DAY’ 실시



롯데정밀화학-메타버스 활용 보호종료아동 지원 사업 MOU



롯데알미늄-임직원 가족, 국제어린이 마라톤 대회 동참



롯데중앙연구소-메타버스 교육장 ‘롯데메타에듀빌’ 오픈



롯데문화재단-발레리나 박세은, 롯데콘서트홀에서 무대 예정

나의 봉사 이야기



나와 내 가족이 아닌 남을 위해 시간과 돈을 들여가며 봉사와 나눔을 실천한다는 것은 결코 쉬운 일이 아니다.
누가 시킨 일도 아닌데, 우리 사회에서 더불어 살아가고 있는 이들을 위해
사회공헌과 나눔의 가치를 실천하고 있는 롯데인들의 이야기를 들어 본다.

글. 편집실

Di- vide

진정한 나눔과 봉사란 무엇일까

‘봉사’의 사전적 의미를 살펴보면 ‘국가나 사회, 또는 남을 위해 자신을 돌보지 아니하고 힘을 바쳐 애쓰다’는 의미를 담고 있다. 자원봉사자를 뜻하는 영어 단어 볼런티어(Volunteer)는 자유 의지를 뜻하는 라틴어 볼런티스(Voluntas)에서 유래한 영어 단어 볼런터리즘(Voluntarism, 자발적인 행동)에서 파생된 단어이다. 자원봉사란 말 그대로 본인의 자유 의지로 남을 돌보는 행동인 것이다.

자원봉사나 기부라고 하면 뭔가 거창하고 대단한 일을 해야 한다고 생각할 수 있지만, 가끔이라도 시간을 내거나 적은 비용을 모아서라도 가능한 것이 나눔이다. 중요한 것은 결심을 실천으로 옮기는 행동력이다. 처음이 어렵지 한 번 봉사를 시작하게 되면 힘든 점보다도 그 과정에서 얻는 행복과 만족이 더 크기에 계속해서 나눔을 이어 나갈 에너지를 얻게 될 것이다. 우리 주변의 생각보다 많은 곳에서 지금도 도움의 손길을 필요로 하고 있다. 자원봉사를 통해 자신의 시간과 재능, 물질 등을 이웃과 나눔으로써 사회는 올바른 방향으로 발전해 나갈 것이다. 나눔과 봉사는 서로가 서로의 부족한 부분을 보태줌으로써 행복한 사회를 만들어 나가는 길이다.



01

롯데건설 신동호

저는 2015년부터 고양시 일산서구 소재의 유기견 보호소 '생명공감 보호소'에 살고 있는 80여 마리의 유기견들을 위해 약 200명 규모의 유기견 봉사팀 '같이 걸을까?'를 만들어 운영하고 있습니다.

유기견들의 사료기부를 위해 후원금을 모금하기도 하고, 주말마다 직접 방문하여 강아지들과 놀아주고 배설물을 치워주고 밥과 물을 주고 옵니다. 유기견 보호소에 이렇게 봉사자들이 많이, 또 자주 와서 놀아주면 강아지들의 사회성이 좋아져 입양 갈 때도 유리하다고 합니다. 안타깝게도 대형견들이 대다수라 대부분 미국이나 캐나다로 입양 가고 있으며, 보호소에는 비인기 견종인 진돗개들이 많아 거의 8년째 보호소에서 사는 아이들도 많습니다.

매번 물 호스 끌고 다니며 물 주기가 힘들어, 앞으로는 제 직업을 살려 견사마다 물구수 배관을 깔아 줄 계획입니다. 야생동물과 다르게 강아지들은 사람과 함께 살지 못하면 우울증이 생기고 밥도 잘 챙겨 먹지 어렵기 때문에 이렇게 봉사를 통해 조금이나마 도움을 주려 하고 있습니다. 제가 마당이 딸린 집에 살고 있다면 이 녀석들을 입양해오고 싶는데 아파트에 살아 대형견을 키울 여건이 안 되는 게 안타깝습니다. 여러분, 전국 각지 유기견 보호소에 보호 중인 강아지들이 많습니다. 사지 말고 입양합시다. ^^



02

코리아세븐 장이젠

아무 생각 없이 TV에 방영되는 후원 광고를 보다가 눈물을 펄펄 쏟으며 그 아이를 내가 돕겠다고 전화하면서 굿네이버스 후원을 시작했습니다. 광고에 나오던 아이는 이미 도움을 받았고 다른 아이들을 도와 달라는 말에 시작한 정기후원이 어느새 17년이 됐습니다. 15년이 되던 해에는 굿네이버스에서 작은 상장에 보내주었습니다. 처음 후원하기 시작했던 미안마 어린이는 어느새 성인이 됐고 두 번째 미안마 어린이도 곧 성인이 되어 후원 종료를 앞두고 있으며 세 번째 어린이와의 만남을 두근두근 기다리고 있습니다. 커피 몇 잔 안 마실 돈으로 누군가의 꿈을 응원할 수 있다는 건 참 가치 있고 기쁜 소비라고 생각합니다.

나의 봉사 이야기 Happiness Sharing



03

롯데월드 김영미

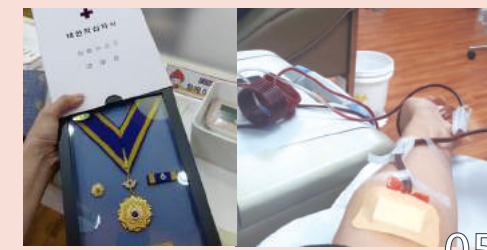
저는 99년 롯데월드에 입사하면서부터 지금까지 꾸준히 자원봉사 활동을 하고 있습니다. 현재 봉사단 '사람'에서 홍보부회장을 맡아 봉사 활동을 기획, 진행하고 있습니다. 어르신을 위한 짜장면 나눔, 김장나눔, 연탄 나눔 외에도 텃밭 가꾸기 봉사 활동의 일환으로 2021년에는 감자를 심고 수확해 100박스를 송파 지역 어르신들께 나눴고, 농사를 지어 수확한 무로 겨울 김장을 해 250여 가정에 전했습니다. 여름에는 삼계탕 나눔, 겨울에는 건강한 겨울 나시라고 유자청을 만들어 배달을 하고, 떡국 밀키트 봉사 활동, 반찬 만들기 봉사 활동, 일자산 쓰레기 줍기 활동을 진행했습니다. 앞으로도 나눔 활동을 꾸준히 계획하고 있습니다.



04

롯데건설 박형규

'케냐 오실리기'라는 지역에 사는 '나이구시 사마리안'이란 여자아이를 만난 것은 2018년 12월 월드비전 후원을 신청하면서부터였습니다. 현재는 초등학교 2학년이고, 수학과 숭바꼭질을 좋아한다고 합니다. 사마리안을 직접 볼 수는 없지만 가끔 보내오는 아이의 편지와 사진 속에서 잘 자라고 있는 모습을 보면서, 저의 조그마한 후원이 이 아이의 희망이 된다는 사실에 마음이 좋아집니다. 이 아이가 성인이 될 때까지 후원을 하는 것이 저의 조그마한 목표입니다.



05

롯데정밀화학 정설희

코로나19 팬데믹 속에 헌혈하는 이가 줄어 혈액이 부족하다는 이야기를 듣고 다시 시작하게 된 헌혈. 어릴 적 친구 어머니가 혈액암에 걸려 헌혈증이 필요하다는 이야기에 조금이라도 도움이 되면 좋을 것 같아 시작하게 된 것이 계기였습니다. 지금은 개인적으로 건강과 여력이 되는 날, 헌혈 은퇴 나이까지는 꾸준히 하고 싶다는 생각이 들어 버킷 리스트로 100회 헌혈하기를 목표로 했었습니다. 헌혈이 아무 때나 하고 싶을 때 할 수 있는 것이 아니어서 여가일 경우 수치 미달로 부적합 되는 일자가 많은데요. 여러 번 방문했는데 한 번도 헌혈을 못하게 된 적도 있어서 전일부터 컨디션을 조절하고 퇴근 후 가까운 헌혈의 집에 방문해 최대한 참여하려 노력했고, 작년 이맘때쯤 100회째 헌혈을 지정 헌혈로 진행하게 됐습니다. 기부나 봉사 활동 외에도 아픈 이를 꾸준히 도울 수 있고 사회에 봉사하는 가장 쉬운 방법 중 하나가 헌혈이라고 생각합니다. 기분 좋게 헌혈을 하기 위해 좀 더 건강을 챙기거나 운동을 하게 되는 등 저 자신에게도 좋은 습관이 만들어졌습니다. 바늘에 찔리는 잠깐의 따끔함이 지나면 헌혈은 금세 끝나 있습니다. 직접 생명을 살릴 수 있도록 돕는 유일한 방법이 라 앞으로도 지속적으로 꾸준히 헌혈 활동에 참여하고자 합니다.



06

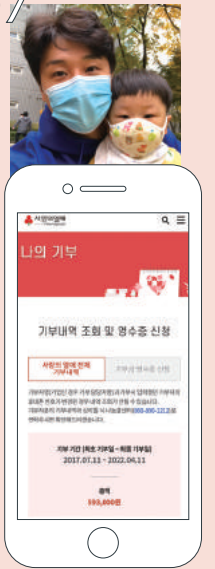
코리아세븐 이민환

롯데그룹에서 진행한 신입사원 롯데뉴커머스데이(신규 입사 환영) 당시 나의 다짐을 적는 카드에 '우리 가족 꽃길만 건자, 나는 롯데(LOTTE)길만 걸을게'를 적어서 냈던 기억이 있습니다. 2019년 7월 입사 후, 롯데의 길을 꾸준히 걷고 있습니다. 롯데는 나의 생계를 책임져 주는 곳이자, 나의 꿈을 실현해 주는 곳입니다. 롯데(LOTTE)의 길을 걷는다는 것은 '롯데'가 우리나라 경제발전에 기여하고, 수많은 사회공헌활동과 상생의 길을 걷는 것처럼 '나' 역시도 그 길을 걷는다는 의미입니다. 롯데인이라면 자신의 성장과 더불어 기업의 성장을 이뤄내고, 더 나아가 지역사회 발전, 소외계층을 배려하며 함께 성장할 줄 알아야 합니다. 소액으로 시작한 기부 금액이 590,000원이 모였습니다. 만 원이라는 금액이 저에게는 점심 식사비 정도의 가치지만, 그 돈이 소외계층에게는 정말 필요로 하는데 쓰여 도움을 줄 수 있다는 기대감으로 기부를 하고 있습니다. 이제 코로나19로 인한 규제가 풀렸으므로 봉사 활동도 진행해 볼 계획입니다. 롯데인으로서 또 수많은 사회공헌활동을 하고 있는 코리아세븐 일원으로서 따뜻함을 베풀며 살겠습니다. 감사합니다.

07

롯데제과 문대건

연일 미디어에서는 각종 사건사고가 보도되는데 그중에서도 단연 저의 맘을 아프게 하는 것은 아이와 관련된 사건사고입니다. 아이들을 대상으로 한 범죄는 정말로 있어서는 안 될 사안이며, 매우 강력한 처벌로 단절되어야 한다고 생각합니다. 저희 집 아파트에도 초등학교생 되는 아이들이 버티 살고 있는데, 우연히 엘리베이터를 같이 타게 되면 저에게 아무 말이나 먼저 걸면서 눈을 빛내곤 합니다. 이 모습을 보면 아이들에게 정말 따뜻한 세상을 만들어줘야 한다는 사명감이 생깁니다. 엄마, 아빠 곁에서 사랑스런 재물을 펼치는 아이들도 있지만, 주변에는 그렇지 않은 아이들도 많이 있습니다. 저는 2017년 7월부터 사랑의 열매에 정기적으로 후원을 하고 있습니다. 후원 분야는 저소득 가정의 빈곤 퇴치를 목적으로 생계비를 지원하는 프로그램입니다. 저는 너무나도 사랑스러운 두 아이의 아버지입니다. 제가 저희 아이를 사랑하는 만큼 사랑이 필요한 다른 아이들에게도 작지만 소소한 행복을 전하고 싶습니다. 이 세상 모든 아이들은 행복을 누릴 권리가 있다고 생각합니다.





08

롯데멤버스 노유정

10살 된 반려견을 키우다 보니 자연스레 유기견들에게도 관심이 생겼습니다. 유기견들이 지내는 보호소는 대부분 환경이 열악하여 추운 한겨울에는 많은 관심과 후원이 필요합니다. 때마침 제 취미가 뜨개질이라서 약 30개 정도의 목도리를 짜서 유기견 보호소에 보내주었습니다. 혹 관심 있으신 분들은 같이 목도리 뜨개질 해요~ 강아지들은 작아서 1개 만드는데 공수가 얼마 안 든답니다.

롯데리조트 박유빈

작년 여름휴가 때, 코로나19 때문에 장기 여행도 꺼려지고 '새로운 것을 하고 싶다'라는 마음에 유기견 봉사 활동을 하게 되었습니다. 네이버 카페 '부산동물보호센터 가유품사'를 통해 신청하고 방문한 센터 입구에는 '사지 말고 입양하시개'라는 팻말이 먼저 보였고, 마중 온 강아지도 만나며 설렘 반 떨림 반으로 들어갔습니다. 유기견 보호실에 들어서자마자 수많은 강아지들이 짖는 소리가 들렸습니다. 큰 소리에 놀랐지만 환영의 울음이라 생각하며 봉사를 시작했습니다. 먼저, 배설물을 치우고 바닥을 청소해 주었는데 견사를 열 때마다 사람을 좋아하는 강아지들의 마음에 힘을 얻었습니다. 귀여운 강아지들을 보느라 청소를 까먹을 뻔도 했지만, 사람의 손이 잘 닿지 않는 곳까지 청소를 해주었습니다. 청소 후, 강아지 그릇과 물통을 설거지하고 산책도 해주었습니다. 여름에는 아스팔트 바닥이 뜨거워 짧은 산책 시간이었지만 강아지들이 신나게 뛰어다니는 모습에 덩달아 신나게 뛰었습니다. 여름에 흘릴 땀을 이날 다 흘린 기분이었지만 마음만은 뿌듯했습니다. 이날 갈색 푸들이 구조되어 왔는데 낯선 곳이 무서웠는지 몸을 많이 떨었습니다. 주인이 이렇게 귀여운 강아지의 손을 놓은 모습을 실제로 보니 속상했지만, 더 이상 상처받지 않고 평생을 함께할 좋은 주인이 나타났으면 좋겠습니다. 여름에는 다른 때보다 봉사자의 수가 적어 일손이 많이 필요하다고 해서 자주는 아니더라도 한 번씩 가서 동물들을 돕고 있고, 도움을 주는 사람들이 많았으면 하는 바람입니다. 반려동물 1천만 시대, 반려동물이 길바닥이 아닌 보금자리에서 가족과 함께 편하게 지낼 수 있는 세상이 되었으면 합니다.



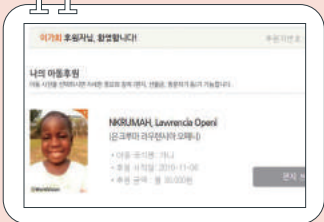
롯데컬처웍스 안성현

북권기금 마련에 일조하고자 잠실역 8번 출구 앞 로프 명단에 줄을 서는 게 전부였던 지난해 가을 어느 날, 코로나19 때문에 연탄 기부가 급격히 줄어들고 봉사 인력도 부족해져서 많은 분들이 추위에 떨게 될지도 모른다는 기사를 보고 바로 수소문해서 한 연탄 나눔 봉사에 참여하게 되었습니다. 연탄 나눔은 처음이기도 했고, 삼삼오오 모여 있는 사람들 사이에서 저만 혼자 온 것 같아 조금 어색하게 시작했습니다. 평생 제 돈으로는 살 일이 없을 것 같은 꽃무늬 장갑을 끼고 말입니다. 그런데 정신없이 연탄을 나르다 보니 어색할 틈도 없이 시간이 흘러가더군요. 경사진 곳에서 같은 방향으로 반복 동작을 해야 해서 허리는 굽어질 것 같고 어느 순간부터는 팔도 올라가지 않았는데, 평소에 운동을 하지 않은 과거의 저를 탓하려는 순간 저 멀리서 목표치 1,000장을 다 채웠다는 외침이 들려왔습니다. 부암동의 멋진 갤러리와 카페들을 뒤로 하고 한참을 걸어 들어가면 이렇게 연탄이 필요한 곳이 나오는데, 누군가 알려주지 않았다면 그저 예쁜 풍경으로만 이곳을 기억했을지도 모른다고 생각하니 뿌듯하면서도 한편으로는 마음이 조금 불편했습니다. 그래서 이 글을 씁니다. 멀리 않은 곳에 우리의 마음을 필요로 하는 곳이 있으니, 조금 더 많은 분들이 따뜻한 겨울을 맞이할 수 있게 올 가을에는 다 같이 연탄 나눔 어떡해요?



10

11



롯데정보통신 이가희

저는 가나와 에티오피아에 아들과 딸이 있습니다. 2010년부터 후원을 시작한 에티오피아에 있는 딸은 벌써 성인이 됐고 2019년 3살일 때부터 후원하기 시작한 가나에 있는 아들 '라우렌시오 오페니'는 이제 6살이 되었습니다. 매일 연락하며 얼굴을 직접 볼 수 있는 것은 아니지만 서로 편지를 주고 받기도 하고 크리스마스나 새해 선물을 보내곤 합니다. 고등학생 때 처음 시작한 후원이 벌써 12년차가 됐네요! 직접 방문해서 하는 봉사처럼 몸과 마음으로 느껴지는 부분은 부족할지라도 누군가의 인생에 영향을 주고 아이가 사는 마을 환경 개선과 위생, 교육 사업 등에도 힘을 보탬 수 있다는 것 자체로 행복이 가득합니다. 아이가 성인이 되어 떠나기 전에 마을에 방문해서 직접 이야기하고 즐거운 하루를 보내는 것이 제 버킷 리스트 중 하나인데 언젠가 이런 소망이 이루어지길 기도하고 있습니다! 추가로 아직 몇 개 완성하지는 못했지만 만들고 있는 신생아 모자도 빨리 전달하고 싶네요!

롯데컬처웍스 김한영

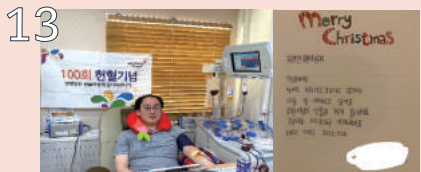
사내 봉사 동아리 소속으로 월 1회 장애 아동을 돌보는 봉사 활동을 하다가, 코로나19 속에서 봉사 활동이 어려워 약 2년 정도 봉사를 하지 못했습니다. 2022년을 시작하며 저의 작은 도움의 손길이라도 필요한 곳에 가서 봉사를 다시 시작해야겠다고 다짐했고, 저희 어머니께서 몇 년간 친구 분들과 함께 해오신 식사 봉사를 같이 하고자 마음을 먹었습니다. 제가 한 봉사는 매월 첫째 주 목요일에 종각 탑골공원에서 어르신들이 드실 음식을 준비하고, 나눠드리는 일입니다. 아침 일찍 탑골공원으로 이동하여 음식 준비를 하고 나눠드리는 일정까지 3~4시간 정도 봉사를 하게 됩니다. 주변에 사시는 몸이 불편하신 분이나 연세가 있으신 어르신들, 노숙자 분까지 많은 분들이 무료 급식소에서 식사를 받아 가시는데, 저희가 준비한 음식을 드시고 건강하시기를 바라며 행복한 나눔을 하고 있습니다. 어르신들도 음식을 받아 가시면서 꼭 감사의 말씀을 잊지 않고 해주시고, 진심으로 행복해하는 모습을 보며 오늘도 일찍 나와 봉사하길 참 좋겠다는 생각을 매번 하곤 합니다. 봉사자의 입장에서 어르신들과 잠시라도 눈을 마주치며 정을 교감할 수 있음에 세상의 따뜻함 또한 느낍니다. 4월에는 코로나19 감염으로 인하여 참석하지 못했지만 앞으로도 꾸준히 봉사할 계획입니다. 코로나19 상황이 더 좋아져서 사내 봉사 활동도 다시 재개되기를 진심으로 바랍니다.



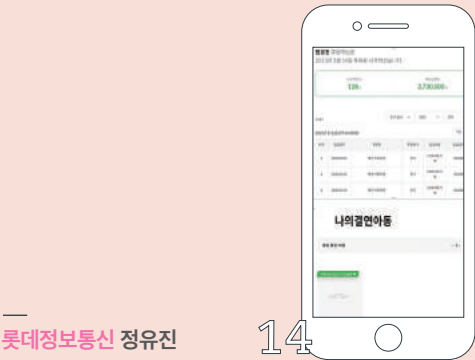
12

롯데면세점 김경민

코로나19 2년차로 접어들던 2021년은 개인적으로 많은 변화가 있었던 한 해였습니다. 첫째로 대학생 때부터 계속해 왔던 '헌혈'이 2021년 6월에 드디어 100회를 넘겼습니다. 대학 동창의 남동생이 백혈병에 걸려 도와주겠다는 마음으로 시작했는데, 지금은 115회를 넘어가고 있습니다. 일상생활에서 꾸준한 시간과 노력을 투자하면 주변의 많은 사람들에게 도움을 줄 수 있는 가치 있는 일이 바로 헌혈이라고 생각합니다. 전혈도 기회가 되면 하고 있지만 최근에는 좀 더 위급한 분들에게 도움이 되길 바라면서 혈소판 헌혈 위주로 하고 있습니다. 또한 코로나19로 줄어든 외부 식사와 술자리 등으로 인해 개인지출이 많이 줄어들어 두 번째 사회공헌인 '디딤씨앗통장' 후원을 시작하게 되었습니다. 보육원 시설에 있는 아동들에게 제가 5만 원을 매월 기부하면 정부에서 동일한 금액인 5만 원을 매칭하여 10만 원을 적립해주는 제도로, 성인이 되어 그 친구들이 세상에 나갈 때쯤에 큰 도움이 되면 좋겠다는 생각으로 후원을 결정했습니다. 초등학교 저학년 아동들 중 8명을 행정기관으로부터 추천받아 매월 40만 원씩 꾸준히 미래를 준비해 준다는 생각으로 도와주고 있으며, 어려움이 되는 한 그 친구들이 성인이 될 때까지 유지할 생각입니다. 작년 크리스마스에는 손수 쓴 편지도 받아서 제가 한 결정이 다시 한 번 누군가에게는 세상에서 가장 따뜻한 손길일 수 있겠다는 마음을 가슴에 품고 살고 있습니다.



13



14

롯데정보통신 정유진

취직하게 되면 봉사와 정기후원을 하겠노라 다짐했지만 입사 초기 낯선 환경과 여러 가지 상황에 적응하느라 정신없이 지내다 1년여 만에 정기후원을 시작했고 올해로 벌써 9년째 이어오고 있습니다. 처음에는 해외 아동과 북한 아동 결연 후원을 동시에 시작했는데, 현재는 북한 아동만 꾸준히 이어오고 있습니다. 해외 후원을 하던 시절 결연을 맺었던 아동이 크리스마스 감사 키트를 보내줬는데, 한겨울이 훨씬 지난 2월이 되어서야 받아볼 수 있었습니다. 그 시기 저는 어떤 사정으로 인해 힘들어하고 있었는데 고사리 같은 손으로 정성껏 만든 알록달록 카드에 귀여운 손 글씨가 머나먼 바다와 하늘을 가로질러 내 마음에 전해지며 잔잔한 울림과 감동을 주었던 기억이 납니다. 비록 적은 액수여도 매달 꾸준히 전해지는 마음들이 모아지면 지구촌 기아에 따스한 사랑과 든든함을 전해 희망을 심어 주리라 믿습니다. 북한 결연 아동은 보안상 이름과 정보는 알 수 없지만 결연을 맺은 지 3,326일째입니다. 언젠가 통일이 되면 어떤 아이였는지 알 수 있을까요? 가장 가까운 곳에 있는 북한의 아이들도 배고픔을 이겨내고 인간다운 삶을 누릴 수 있는 진정한 평화가 찾아오기를 바랍니다.

Happiness sharing



15

롯데정보통신 신경휴

17년 전 허리디스크로 고생하던 중 지인의 권유로 기공수련을 시작하게 되었습니다. 국학기공은 우리 전통의 건강 운동입니다. 흔히들 말하는 기체조이며, 인체의 경락을 열어 주고, 기혈이 잘 소통되도록 풀어 주고, 몸 안의 독소가 잘 배출되도록 해 주는 전통의 수련법입니다. 수련 후 몇 년이 지나니 건강한 허리가 되어 있었고 여러 기공대회에서 수상도 하게 되었습니다. 그러던 중 고양시에서 주관하는 야외생활체육교실의 지도자로 위촉돼, 7년째 아내와 함께 고양시민과 상례하고 건강한 아침을 열고 있습니다. 고양시민과 공원에서 교감하며, 이웃 분들과 건강을 전하고 사랑을 나누며 살고 있습니다.

공양의 의미에서 문화 체험의 공간으로 시대에 따라 달라져 온 차(茶) 문화 이야기

우리나라 사람들에게 '차를 마신다'는 행위는 굉장히 정적이고, 심신을 안정시키는 휴식의 의미를 가지고 있다. 반면 애프터눈 티 문화가 생겨난 영국에서 차는 따뜻한 스콘이나 달콤한 디저트를 먹으며 가까운 사람들과 대화를 나누는 소통의 매개체이고, 쫄쫄한 타피오카가 들어있는 대만의 버블티와 향신료가 가득한 인도의 짜이밀크티는 그들의 일상이자 누구나 마실 수 있는 평등한 음료다. 각 나라의 문화와 소비 패턴에 따라 차를 받아들이는 모습과 성격은 서로 다르고 시간이 갈수록 진화하고 있다. 한때 국내에서 차는 사찰에 가야 맛볼 수 있는 스님들의 전유물이었지만, 요즘은 어느 편의점을 가도 쉽게 구할 수 있는 음료가 되었다. '한잔의 여유'에서 '일상의 활력'으로 변모하고 있는 차의 다양한 매력을 살펴보자.

글: 김유경(안젤라)_푸드디렉터

tea culture story





1980년대 들어 국내 차 문화와 산업은 크게 발달하기 시작했다. 차 문화가 대중화되며 캔과 페트병으로도 즐길 수 있는 편의성 높은 상품들이 개발되었고, 녹차를 활용한 아이스크림, 빙수, 와플 등 다양한 디저트도 꾸준히 사랑받고 있다.



부처에게 존경과 숭배를 전하는 공양의 차

사실 차의 기원에 대한 정답은 여전히 밝혀지지 않았다. 육우(陸羽)가 저술한 「다경(茶經)」에 의하면 BC 2,700여 년경 중국의 신농씨가 일찍이 백 가지 풀을 먹고 하루에 일흔 가지의 독을 만났으나, 차를 마시고 독을 해독시켰다는 기록에서 중국 기원설을 찾을 수 있다. 인도 아쌈 지역에서 차나무의 기원인 카멜리아 시넨시스(Camellia Sinensis)라는 나무를 발견하면서 인도 기원설도 유력하게 보고 있다. 우리나라 사람들이 언제부터 차를 먹었는지에 대한 의견도 분분하다. 「삼국유사」에 따르면 가야국 김수로 왕의 왕비 허황옥 왕후가 인도에서 종자를 가져와서 김해의 백월산에 심었다는 기록이 있지만, 「삼국사기」에는 신라 흥덕왕 3년(서기 828년) 당나라에 사신으로 갔던 김대립이 당나라 강문종으로부터 차 종자를 얻어와 지리산에 심었다는 기록을 찾을 수 있다. 확실한 것은 차 문화는 신라말 도당 승려(渡唐 僧侶 : 당나라로 수련하러 간 승려) 수행승들이 주도했고, 부처님께 존경과 숭배를 표하는 공양으로 차를 올리는 것이 실질적인 수요이자 한국 차 문화 전파의 주축이 되었다는 것이다. 전라도 고창의 선운사에 가면 누구나 차 한잔을 마실 수 있도록 따뜻한 차가 담긴 보온통과 깨끗한 다기가 정갈하게 놓여 있어 차 한잔이 주는 온화함과 여유를 느낄 수 있다.

재력과 교양의 상징에서 디저트 속으로 들어온 차

1980년대 들어 경제가 눈부시게 성장하면서 변모하기 시작한 산업 중 하나가 한국의 차 산업이다. 백화점에 가면 명인이 도자기로 만든 찻주전자와 찻잔부터 영국 왕실에서 빅토리아 여왕이 즐겨 쓴다는 로얄 알버트의 티팟과 티 약세리, 미국 레녹스, 일본 노리다케 찻잔과 다과 접시 등을 만나볼 수 있게 되었다. 그러면서 집집마다 차를 즐길 수 있는 다구와 다기를 들이기 시작했고, 예비 신부나 여유가 있는 주부들은 백화점 문화센터에서 다도 관련 프로그램을 들었다. 당시 차는 곧 재력과 교양의 상징이었다.



그러다 오설록이 1979년 제주 돌송이 차밭 부지 개간을 착공하면서 차 문화가 대중화되기 시작했고, 캔과 페트병으로도 차를 즐길 수 있도록 편의성이 높은 상품들이 다양하게 개발되면서 차가 우리의 일상에 들어오기 시작했다. 그리고 2001년, 국내 최초의 차 박물관을 개관하며 제주도의 녹차를 활용한 아이스크림, 빙수, 와플 등 다양한 디저트 상품을 개발하며 디저트계에 녹차 열풍을 불러왔다. 특히 각종 차와 과일 본연의 맛을 아이스크림에 담아낸 롯데제과의 나뽀루는 프리미엄 디저트 브랜드로 꾸준한 사랑을 받기 시작했다. 나뽀루는 국내산 청정 제주 녹차 등 세계 각지의 고급 원료를 활용했고, 높은 유지방 함량과 100% 천연 색소로만 만들어 디저트계의 미식 수준을 향상시킨 주춧돌로서 큰 의미를 가진다. 그중에서 녹차 아이스크림은 스테디셀러로 오랜 인기를 누리고 있다. 인스타그램에서 무려 113,900여 개 이상의 포스트를 찾을 수 있어, 마시는 차가 아닌 디저트로 차를 즐기는 젊은 소비자들이 많음을 알 수 있다.

티 오마카세, 티 바, 티 바텐더... 경험의 콘텐츠로 확장 중인 차 문화
독일의 철학자이자 정신분석학자 에리히 프롬은 ‘사람은 두 가지 방식으로 존재한다’고 말했다. 하나는 소유의 방식(Having mode of existence), 또 하나는 존재의 방식(Being mode of existence)이다. 소유의 방식의 인간은 말 그대로 뭐든지 소유하려는 욕구가 강한 사람을 말하고, 존재의 방식의 인간은 무엇이든 경험을 해보려고 시도하는 사람이다. 요즘의 소비 트렌드를 이끌고 있는 MZ세대는 존재의 방식에 더 가까운 모습을 보여준다. 집이나 자동차, 명품을 가지고 싶어 하는 열망보다는 공간이 아름다운 펜션이나 호텔을 즐기고, 필요에 따라 자동차를 렌트하고, 명품을 중고 거래를 통해 사고 팔거나 구독 플랫폼을 통해서 중요한 날에 들 명품 백을 대여한다.

이러한 성향은 차 문화에도 지대한 영향을 미치고 있다. 2016년 이태원에서 3석의 작은 매장으로 시작한 알디프(altdif) 티 바는 스트레이트 티, 밀크티, 티 소다 등으로 구성된 티 코스를 기획해 스토리텔링과 함께 선보였는데, 당시에 없던 새로운 컨셉의 티 코스가 입소문을 타기 시작해 현재는 홍대에서 계절마다 달라지는 티 코스와 티 푸드를 오마카세 서비스로 선보이고 있다. 오마카세는 ‘말긴다’라는 뜻으로 본래 스시나 한우 오마카세 등 레스토랑에서 즐길 수 있는 고급 미식 서비스였지만 최근에는 차뿐만 아니라 커피, 에스프레소 등 음료를 다양하게 먹을 수 있는 엔터테인먼트로 자리 잡고 있다.

압구정에 있는 바 티센트(Bar Teascent)는 티 베이스 칵테일 바로 유명하다. 어두운 조명 속에 위스키, 보드카와 같은 하드 리큐어와 동양적인 인테리어 소품을 향한 포인트 조명이 나긋나긋한 분위기를 이루고, 녹차 베이스의 센차 소닉, 우롱티 베이스의 다이키리, 캐모마일 베이스의 캐모마일 사워 등 다양한 티 베이스 칵테일을 선택할 수 있다. 이용료에 해당하는 커버 차지는 1만 원이고, 칵테일 한 잔에 25,000원 수준으로 저렴한 편이지만 어디서도 경험할 수 없는 차와 칵테일을 맛보기 위해 이곳을 찾는 소비자들도 많고 있다. 카페에서 차 한잔에 1만 원이 넘으면 비싸다고 여기지만, 바에서 즐기는 차 한잔은 가치 있다고 여기는 것이다.

과거 스님들의 전유물이었던 차는 상업화를 거쳐 재력과 교양을 상징하고, 가치 소비를 지향하는 소비자를 만나 새로운 놀이이자 콘텐츠로 소비되고 있다. 이번 여름에는 티 오마카세에서 입맛을 매혹하는 나만의 차를 찾아보는 여정을 떠나보면 어떨까?



고기파 vs 해물파 vs 치즈파에게 추천하는 와인

글. 이지선 와인 소믈리에, 한국국제소믈리에협회·와인공간 이사

와인은 레드, 화이트, 스파클링, 스위트 와인까지 고를 수 있는 선택지가 너무 다양해 선택이 까다롭지만 덕분에 질리지 않고 시도해볼 수 있는 가장 흥미로운 술이 아닐까. 또한, 와인은 자신만의 확고한 취향을 찾는 데까지 많은 모험과 도전이 필요한 술이기도 하다. 당신이 선호하는 스타일을 찾았다면 그와 어울리는 음식을 찾는 것도 또 다른 즐거움이다. 와인만 마셔도 즐겁지만 잘 어울리는 음식과 와인의 한 쌍을 함께 즐길 때 비로소 와인의 진가를 알 수 있기 때문이다. 여름 밤을 특별하게 보내게 해줄 와인, 두 눈이 번쩍 떠질 만큼 기분 좋은 미식의 경험을 줄 와인이 궁금하다면 다음의 와인들을 만나보자.

wine meat

어떤 고기와도 불협화음 없이
어울릴 와인



치킨, 스테이크, 양갈비 등 다양한 고기 요리는 와인 초보자들도 편하게 레드 와인을 곁들일 수 있는 안주이다. 대부분의 레드 와인이 이들 음식에 감칠맛을 북돋아주는 마법을 부린다. 고기와 곁들일 와인의 적절한 산미와 타닌은 필수 조건이다. 와인의 산과 타닌 성분은 고기의 단백질과 긍정적으로 반응하는데 특히 소나 양 같이 붉은색의 육류는 와인의 타닌을 더 부드럽게 만들고 기분 좋은 풍미를 느끼게 한다. 또한 기름기로 인해 차질 느끼할 수 있는 입안을 정화시켜 주는 역할을 한다. 적당한 타닌, 산미와 바디감을 지닌 까베르네 소비뇽, 템프라니오, 산지오베제, 쉬라즈 등의 품종들 모두 제법 잘 어울리지만 너무 무겁고 향이 강한 와인은 삼겹살, 구운 닭 요리, 소 안심 부위와 같은 연한 맛의 고기의 풍미를 가릴 수 있어 피하는 것이 좋다.

BREAD & BUTTER PINOT NOIR

와인 초보에게 추천하는
가성비 와인

'산타리타 트리플C'는 까베르네 소비뇽, 까르메네르, 까베르네 프랑 품종이 혼합된 와인으로 각 품종의 앞 글자에서 그 이름을 가져왔다. 적당한 산미와 풍부하지만 잘 익은 타닌이 어떤 고기와도 자연스럽게 어우러져 호불호가 강하지 않고 와인 초보자들도 즐길 만한 와인이다. 피노 누아 역시 고기의 풍미를 잘 살려주는 의외의 북병으로 '브레드 앤 버터 피노 누아' 같이 가성비 좋은 피노 누아를 즐겨보는 것도 추천한다.



ORIN SWIFT, PALERMO

와인 애호가라면
시도해 볼만한 와인

눈길을 사로잡는 레이블로 한 번 놀라고 와인을 맛보고 또 한 번 놀란다고 하는 와인, 바로 '오린 스위프트, 팔레르모'이다. 유명 와인전문지에서도 '붉은 고기와 잘 어울리는 와인'으로 꼽힐 정도로 특히 잘 구워진 스테이크와 양고기에 매력을 더해준다. 캘리포니아 최고의 산지인 나파밸리에서 까베르네 소비뇽을 주품종으로 하여 만들어지며 블랙 체리, 라즈베리 등 잘 익은 과일 향과 감초, 은은한 바닐라, 코코아 향이 인상적이다. 강렬하면서도 부드럽게 혀를 감싸는 질감은 덩이다.



wine seafood

해물과 환상적인 조화를 보여주는
화이트 와인



TE HENGA MARLBOROUGH SAUVIGNON BLANC

와인 초보에게 추천하는
가성비 와인

‘테 헹가 말보로 소비뇽 블랑’은 1만 원대 와인으로는 드물게 ‘비비노’에서 평점 4점대를 유지하고 있는 최고의 가성비를 자랑하는 화이트 와인이다. 새콤한 산미와 은은한 당도의 밸런스가 좋고 라임, 자몽 등의 상큼한 과일 향이 느껴진다. 회, 조개 구이, 오징어 튀김 등과 함께 일상에서 편하게 즐기고 싶은 와인이다.

ROBERT DENOGE POUILLY-FUISSE LA CROIX

와인 애호가라면
시도해 볼만한 와인

‘로베르 드노장, 푸이 휘세 라 크로와’는 최고의 샤르도네 와인 산지인 부르고뉴에서 생산된다. 화이트 와인 애호가들이 가장 선망하는 이곳의 와인을 비교적 합리적인 가격에 맛볼 수 있는 지역이 바로 ‘푸이 휘세’이다. 감귤류, 은은한 나무와 오크 향과 더불어 선명한 산미와 미네랄, 입안에서 견고하게 느껴지는 구조감이 기분까지 좋게 만든다. 참고로 성게알(우나) 매니아라면 우나를 위한 와인이라 해도 과언이 아닌 ‘스틀프란 에스테이트, 우나’도 도전해보자.



대부분의 화이트 와인은 해물과 좋은 궁합을 보이지만 과속한 열대 과일 향, 바닐라, 나무 같은 오크 향이 강한 와인은 비린 맛을 극대화하고 해물의 맛을 압도하므로 피하는 것이 좋다. 붉은 살을 가진 참치나 연어 요리에는 가볍고 싱그러운 레드 와인도 제법 잘 어울린다. 대표적인 예로 미국 오리건 주에서 열리는 국제 피노 누아 와인 축제에서는 연어구이가 매년 빠지지 않는다는 사실. 대신, 피노 누아 가메 같은 타닌이 적은 품종을 고르자. 타닌이 강한 경우 생선과 함께 먹었을 때 금속성 맛이 불쾌하게 느껴지기 때문이다. 흰 살 생선 회, 조개 요리에는 파릇하고 신선한 소비뇽 블랑이 가장 무난하지만 드라이하고 미네랄 강한 리슬링, 오크 풍미가 과하지 않은 샤르도네와 피노 그리 품종도 환상적이다. 생각보다 기름진 스시는 산도가 높고 조금 무게가 있는 샴페인이 좋은 단짝이다.

wine cheese

치즈마다 어울리는 와인이
따로 있다!



LOUIS M.MARTINI SONOMA COUNTY CABERNET SAUVIGNON

와인 초보에게 추천하는
가성비 와인

‘루이스 엠 마티니 소노마 카운티’는 캘리포니아 소노마 카운티에서 까베르네 소비뇽 품종으로 만들어지는 와인으로 잘 익은 과일의 은은한 단맛과 적당한 산도, 타닌이 어우러진다. 숙성된 고다 치즈를 곁들이면 치즈도 와인도 보다 깊은 맛을 느낄 수 있는 마법이 일어난다.



모차렐라, 체다 등 익숙한 치즈들이 더러 있지만 치즈는 와인만큼이나 많은 종류를 자랑한다. 치즈는 보통 경도에 따라 크게 연질 치즈와 경질 치즈로 나뉜다. 우리가 일반적으로 자주 접하는 부드러운 치즈들, 브리, 카망베르, 모차렐라, 부라타 등은 연질치즈에 속하며 상큼한 화이트 와인이나 로제, 스파클링 와인과 매치한다. 특히 높은 산도의 와인은 이런 크림미한 치즈를 먹은 후 입안을 행귀주는 역할을 한다. 또한 꼬릿하게 숙성된 경질 치즈인 체다, 고다, 파마산은 지방 함량이 높은데 와인의 타닌을 상쇄해 주는 역할을 한다. 따라서, 치즈의 풍부하고 진한 맛과 높은 타닌이 조화로운 풀바디한 레드 와인을 곁들여보자.

CHAMPAGNE POMMERY BRUT ROYAL

와인 애호가라면
시도해 볼만한 와인

최근 와인 애호가들에게 가장 사랑받는 치즈 중 하나인 부라타는 크림 같은 질감과 짙은 우유의 향, 풀것한 식감이 매력적이다. 청포도가 올라진 샐러드로도 곁들 즐기는데 ‘쁘므리 브뤼 로얄’ 샴페인의 풍성하고 산뜻한 과일 풍미와 산미가 받쳐준다면 더 기분 좋은 시간이 될 것이다.



롯데칠성음료가 선보이는 와인 직영점 ‘오비노미오(OVINOMIO)’

이탈리아어로 ‘오 나의 와인’이라는 뜻인 ‘오비노미오(OVINOMIO)’는 ‘나의 와인을 쉽게 선택할 수 있는 공간’이라는 콘셉트에 맞게 기존에 텍스트 위주로 와인의 품종, 맛 등을 설명하고 추천하는 방식을 넘어, 와인의 맛을 시각적으로 확인할 수 있는 ‘그래픽 모티브’를 이용해 와인의 맛을 간접적으로 체험하고 쉽게 이해하고 추천받을 수 있게 했다. 지속적으로 증가하는 와인에 대한 니즈를 충족시키기 위해 와인 판매뿐 아니라 추천, 시음 등 다양한 경험을 할 수 있는 공간이 될 것이다.

오비노미오 상용산점

ADDRESS 서울특별시 용산구 한강대로 95 래미안용산 더 센트럴

BUSINESS HOURS 월-금 11~21시, 토-일 12~21시

ep.2
닥터베르 혁신 일기

글/그림, 닥터베르



혁신은 작은 것로부터 시작됩니다. 운동, 공부, 취미생활, 봉사 활동 등 무엇이든 간에 작은 실천 목표를 정하고 해내며 성공 경험을 쌓아가다 보면 어느새 우리 안에는 혁신의 DNA가 생겨나 더 큰 도전과 혁신도 두렵지 않아질 것입니다.

FOOD 식품	롯데제과 이수호(홍보팀)	롯데칠성음료 윤민우(홍보팀) 김흥수(홍보팀)	롯데푸드 최승훈(홍보팀)	롯데GRS 오택용(커뮤니케이션팀)	롯데네슬레코리아 최두아(인사부)
	롯데피플네트웍스 이수지(경영기획팀)				
RETAIL 유통	롯데백화점 임지은(홍보팀)	롯데마트 박세은(홍보팀)	롯데슈퍼 고병한(홍보팀)	롯데온 조아현(브랜딩팀)	롯데컬처웍스 박기웅(홍보팀)
	코리아세븐 이지윤(홍보팀)	롯데홈쇼핑 서진아(대외협력팀)	롯데하이마트 윤상훈(동반성장셀)	롯데멤버스 정은영(마케팅팀)	
TOURISM·SERVICE 관광·서비스	호텔롯데 이예임(커뮤니케이션팀)	롯데리조트 유다솔(마케팅팀)	롯데면세점 이재경(지원팀 홍보담당)	롯데월드 함동현 (커뮤니케이션&CSR)	부산롯데호텔 진수정(부산판촉팀)
	롯데물산 채호연(홍보팀)	롯데제이티비 김나영(영업전략팀)	롯데상사 장다감(경영지원팀)	롯데정보통신 김중호(커뮤니케이션팀)	대흥기획 신지원(PR셀)
	롯데자이언츠 김태원(커뮤니케이션팀)	롯데렌탈 김홍비(IR팀)	롯데글로벌로지스 이관용(커뮤니케이션팀)		
PETROCHEMICAL·CONSTRUCTION 석유화학·건설	롯데케미칼 노재홍(커뮤니케이션팀)	롯데엠시시 윤수민(HR팀)	롯데정밀화학 김경민(커뮤니케이션팀)	롯데건설 이수연(홍보부문)	CM사업본부 임형재(경영지원팀)
	롯데알마농 박혜진(기획팀)	캐논코리아 이경진(MarCom1담당)	한국후지필름 정수용(광고판촉담당)		
FINANCE 금융	롯데캐피탈 이하정(커뮤니케이션팀)	WELFARE·R&D 복지·연구	롯데중앙연구소 차지은(연구지원팀)	롯데미래전략연구소 성미홍(연구지원담당)	롯데재단 김창희(복지재단)
			롯데문화재단 김가해(사업기획파트)	롯데의료재단 김경문(커뮤니케이션팀)	

편집후기

뜨거워지는 날씨와 함께 일상 속 크고 작은 기대들로 마음이 들뜨는 6월입니다. 애타게 기다려온 만큼 충분히 오늘의 행복을 즐기며 “안 되면 되게 하자”보단 “안 되면 되는 것을 하자”는 마인드를 응원합니다.
정유진: yj.jung@lotte.net

자랑하고 싶은 우리 부서나 직장 동료, 올리고 싶은 글 등 사보 「롯데」에 하고 싶은 말이 있으시다면 형식에 상관없이 sabolotte@naver.com으로 보내주세요. 의견이 채택되신 분께는 소정의 선물을 보내 드립니다. ESG 캠페인 등 이벤트에도 많은 관심과 참여 부탁드립니다.
사보 「롯데」는 항상 문을 열어 놓고 여러분을 기다리겠습니다.

모바일로
사보 읽기



오베이 자이언트, 세상을 바꾸는 예술의 외침.

SHEPARD FAIRY



Eyes Open, 2021. © 2022 Courtesy of Shepard Fairey/Obey Giant Art.

EYES OPEN - MINDS OPEN

셰퍼드 페어리, 행동하라!

2022. 07. 29. FRI - 11. 06. SUN

LOTTE
MUSEUM OF ART

롯데뮤지엄 | 서울시 송파구 올림픽로 300, 롯데월드타워 7층 / 에비뉴엘 6층
예매처 | lottemuseum.com INTERPARK 고객센터 | 1544-7744

NAVER 셰퍼드 페어리 전시

Lifetime Value Creator

www.lotte.co.kr



오늘을 새롭게 내일을 이롭게

서로 다른 우리가 모여 함께 꿈꿀 수 있는 세상
롯데가 만들어 갑니다



오늘을 새롭게, 내일을 이롭게
롯데