

SPECIAL THEME

Set Up

변화에 대한 선제적 대응

롯데

롯데

FORWARD

2026 SPRING VOL. 565

2026 SPRING

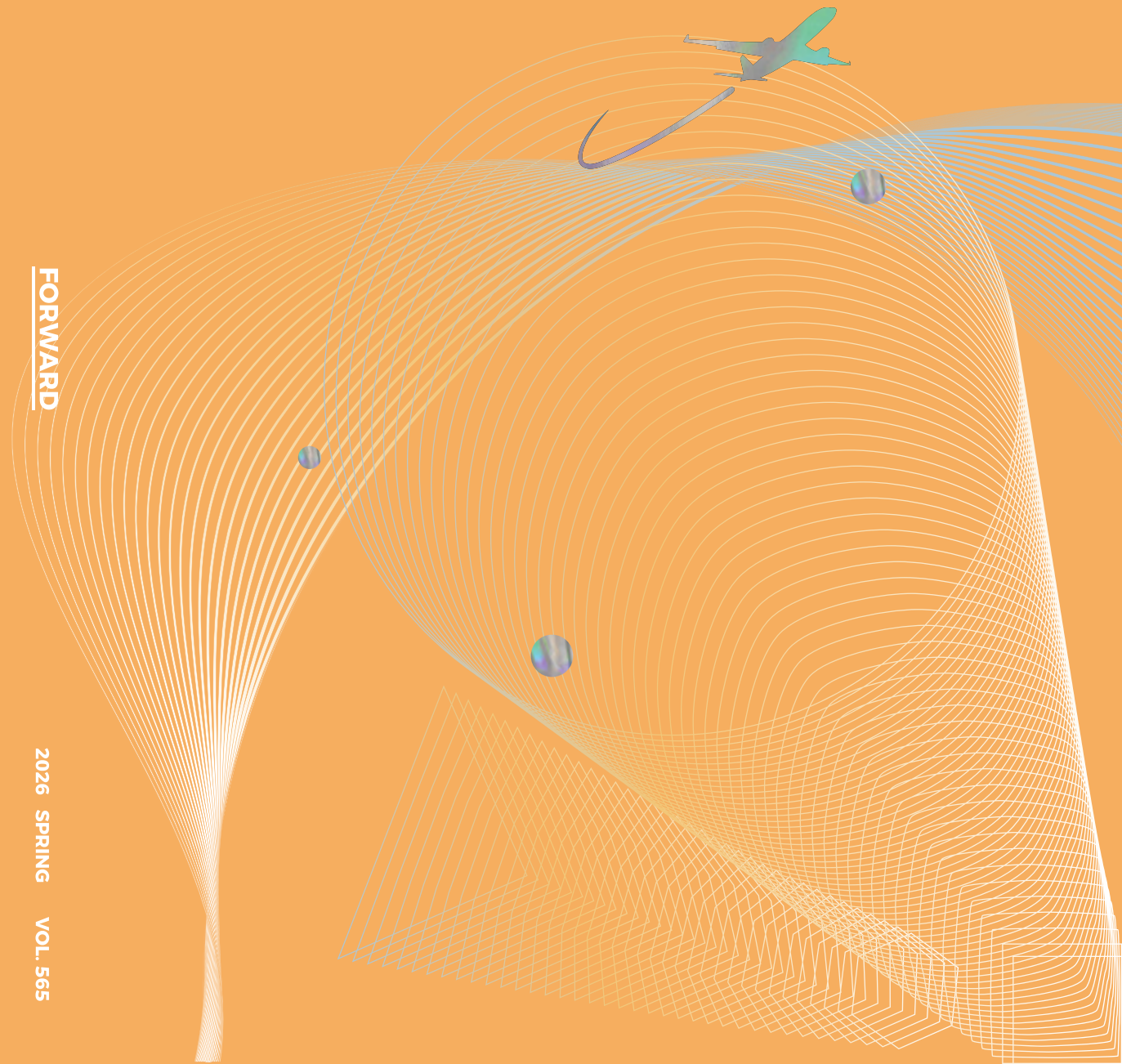
VOL. 565



오늘을 새롭게, 내일을 이롭게. 롯데



웹진으로 접속하세요.



CONTENTS

SPECIAL THEME

Set Up

2026 SPRING
VOL. 565

社報「롯데」季刊 565호

발행일

2026년 4월 3일

기획 및 디자인

(주)대통기획

Tel 02.2269.3613

인쇄

영은문화

발행 및 편집

롯데지주(주)

커뮤니케이션실 홍보팀

서울시 송파구 올림픽로 300

롯데월드타워 18층

Tel 02.750.7039

Fax 02.750.7147

COVER STORY



변화는 기다리는 것이 아니라, 미리 준비하는 것에서 시작됩니다.
2026년 롯데는 다가올 흐름을 읽고 방향과 기준을
선제적으로 준비합니다. 2026년 봄호 커버 메시지는
'Forward'를 위한 첫 단계, 'Set Up'입니다.

SPECIAL STORY



- 04 글로벌 L**
공항에 착륙한 K-버거!
롯데리아 싱가포르 1호점 오픈
- 08 L 인사이트**
소망, 빛으로 물들다
2026 롯데 루미나리에
- 12 컴퍼니 스틸러**
위대한 혁신 시너지
바이트댄스 · 넷플릭스 · 월마트

LOTTE STORY



- 16 ISSUE 01**
도전과 혁신의 DNA로 잇는 질적 성장
2026 상반기 VCM 진행
- 18 ISSUE 02**
차가운 설원 위 뜨거운 도전!
금빛 지원, 영광의 기록으로
- 22 INSIDE LOTTE 01**
최대 · 최신 · 최적의 가전 유통피어!
롯데하이마트 잠실점 리뉴얼 오픈
- 26 INSIDE LOTTE 02**
가족이란 이름의 따뜻한 '상'차림
'롯데 맘(MOM)편한 가족상' 제정
- 28 INSIDE LOTTE 03**
'순하리 진'
진가 더하는 진짜 품미
- 30 INSIDE LOTTE 04**
공감에서 신뢰로!
2026년 롯데 유튜브의 새로운 도약
- 32 CSR**
같이 잇는 가치의 여정
2025 롯데지주 대학생 봉사단 '별유 for ESG 4기'
- 36 뮤지컬 돋보기**
<풍유도원>

CULTURE STORY



- 38 타임머신 롯데**
'첫 마음'은 그렇게
롯데의 역사가 된다
- 42 L 프레임**
찰나의 찰칵
- 44 지금 만나러 갑니다**
'우리의 '아름다움을 '함'께
롯데백화점 노원점 뷰티관 산책
- 48 리뷰왕**
봄 담은 인사 '딸기' 베리 머치~
롯데월푸드 한정판 딸기맛 시리즈
- 52 티켓 딜리버리**
추억은 방울방울
<롯데월드 아쿠아리움> 관람기
- 56 독자퀴즈**

공항에 착륙한 K-버거!

롯데리아 싱가포르 1호점 오픈

SINGAPORE

‘K-푸드’는 더 이상 낯선 명칭이 아니다. 각 나라의 식문화 속으로 자연스럽게 스며들어 새로운 미식 흐름을 만들어가고 있다. 일찍이 한국 식재료를 창의적으로 풀어내며 ‘K-버거’ 영역을 구축해 온 롯데리아가 새로운 시장으로 보폭을 넓혔다. 다양한 문화가 공존하는 미식의 나라, 싱가포르다.

Text. 성민지 대리_롯데GRS 홍보팀



롯데리아 싱가포르 1호점 오픈 커튼식

공항, 미식의 새로운 무대

롯데GRS의 버거 프랜차이즈 브랜드 롯데리아가 싱가포르에 첫발을 내디뎠다. 선택한 곳은 도심이 아닌 세계적인 복합 공간, '주얼 창이공항(Jewel Changi Airport, 이하 창이공항)'이다.

말레이시아에 이은 동남아 진출의 연장선이자, 글로벌 시장을 향한 또 하나의 거점으로 롯데리아의 새로운 전략이 이곳에서 펼쳐진다. 수많은 여행객과 현지인이 교차하는 공항이라는 공간을 통해 단순한 매장이 아닌 '경험의 공간'으로 브랜드를 선보인다. 단순한 매장 확장이 아닌, 브랜드를 보여주는 방식 자체를 새롭게 설계한 결과다.

약 43평, 66석 규모로 조성된 싱가포르 1호점은 창이공항과 연결된 복합 상업 공간 내에 자리하고 있다. 특히 개방감 있는 공간이 눈길을 사로잡는다. 세계에서 가장 높은 실내 폭포 '레인 보텍스(Rain Vortex)'를 조망할 수 있도록 설계해, 식사 이상의 경험을 제공하는 공간으로 완성했다.



여기에 현지 특성을 고려한 준비도 더했다. 말레이시아를 기반으로 구축한 할랄 식재료 공급망을 통해 말레이시아 제조사로부터 해당 식재료를 공급받아 다양한 문화권 고객이 부담 없이 즐길 수 있도록 했다.

마케팅 역시 중국계 인구가 높은 싱가포르의 문화적 특수성을 우선적으로 반영했다. 오픈 초기 춘절 기간에 맞춰 사자춤 퍼포먼스를 진행하고, 행운을 상징하는 빨간 봉투(홍바오)에 브랜드 캐릭터를 접목하여 증정품을 제공하는 등 다양한 이벤트를 선보였다. 오픈 전부터는 현지 언론과 인플루언서를 초청해 브랜드 경험을 공유하며 자연스러운 확산을 이끌어냈다. 맛과 문화, 두 가지 접점을 동시에 설계한 전략이다.

익숙함을 새로움으로!

오픈 이후 현지 반응은 매우 긍정적이다. 전체 판매의 약 70%가 버거류인 가운데 불고기버거와 새우버거가 약 35%를 차지하며

K-버거의 존재감을 확실히 드러내고 있다. 특히 불고기버거는 K-브랜드에 관심이 높은 젊은 고객층과 가족 단위 방문객에게서 좋은 반응을 얻고 있다. 달콤짭짤한 소스와 부드러운 식감으로 현지에서도 '익숙하지만 새로운 맛'으로 받아들여지고 있다.

한편, 싱가포르 도심의 경쟁 환경은 추후 롯데리아의 시장 확장에 있어 중요한 고려 요소다. 싱가포르는 '호커센터'를 중심으로 한 외식 문화와 그랩푸드, 푸드판다 등의 음식 배달 플랫폼이 활성화된 시장이다. 롯데리아는 1호점을 교두보로 메뉴 경쟁력과 공간 경험을 강화하는 동시에, 현지 문화의 데이터를 축적해 차별화된 전략을 이어갈 계획이다.

창이공항에서 시작된 이 한 걸음은, 단순한 매장 오픈을 넘어, 글로벌 브랜드로 확장되는 중요한 전환점이 되고 있다.

싱가포르 한눈에 보기

인구
약 **590** 만 명

언어
영어(공용), 중국어, 말레이어, 타밀어

통화
싱가포르 달러(SGD)

문화
중국계 · 말레이계 · 인도계 공존

특징
동남아 대표 글로벌 금융 · 물류 허브관광 · 쇼핑 · 비즈니스가 결합된 도시 국가

머무는 곳에서 각인되는 브랜드 전략

싱가포르는 다양한 문화가 공존하는 글로벌 도시이자, 미식 트렌드가 빠르게 순환하는 시장이다. 그중에서도 창이공항은 항공 이용객은 물론, 현지 주민과 관광객까지 연간 수천만 명이 자연스럽게 유입되는 복합 공간이다. 쇼핑과 관광, 엔터테인먼트가 결합된 '다이닝 데스티네이션'으로 미식 이상의 경험을 만들어낸다.

기존의 '도심 중심 출점' 공식을 벗어나 공항을 택한 이유 또한 분명하다. 다양한 국적과 라이프스타일이 교차하는 지점에서 브랜드를 짧은 시간 안에 효과적으로 각인시킬 수 있는 최적의 장소이기 때문이다.

K-감각으로 읽어낸 현지 문화

싱가포르 1호점은 'K-버거'라는 정체성을 선명하게 드러낸다. 불고기버거와 새우버거, 강정치킨 등 시그니처 메뉴 외에도, 김치를 활용한 '김치불고기버거', 국내 유명 셰프와 협업으로 큰 인기를 얻은 '모짜렐라 토마토 바질 버거'까지 한국적 감각을 담은 메뉴를 전면에 배치했다.

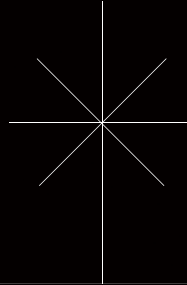


롯데리아 싱가포르 홈페이지 화면 캡처

소망, 빛으로 물들다 2026 롯데 루미나리에

겨울에서 봄으로 향하는 길, 서울 잠실의 밤하늘이 빛으로 물들었다. 27만 개의 조명이 만들어낸 환상적인 빛의 공간 '2026 롯데 루미나리에'가 지난해보다 더욱 확장된 규모와 콘텐츠로 도시의 밤을 수놓았다. 빛을 매개로 사람과 공간을 하나로 연결한 이번 축제를 통해 사람들의 웃음과 소망이 빛 사이로 스며들었다.

Text. 편집실



숫자로 보는 2026 LOTTE LUMINARIE 2026. 3. 8. 기준

돔 높이
17m

전년 대비 규모
약 **3** 배 확대

조명 수
27 만 개

롯데월드타워 · 올 누적 방문객
약 **534** 만 명



십자형 빛 터널 길이
63m



소망 비추는 27만여 개의 별

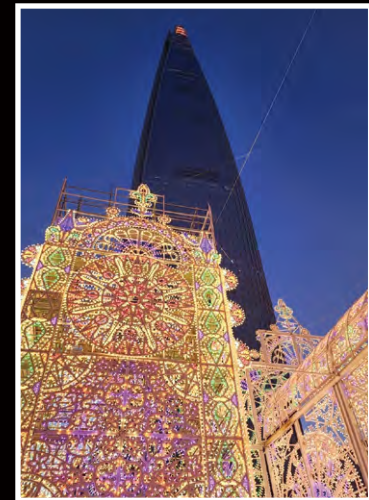
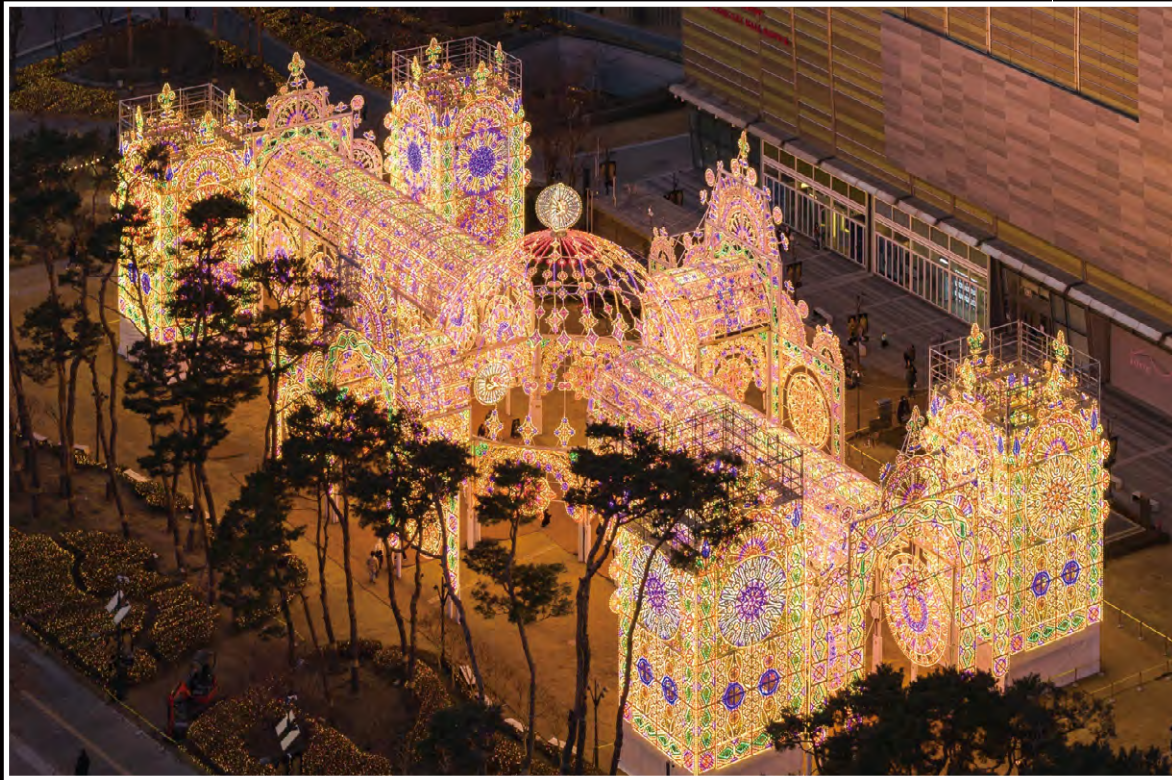
수많은 빛이 만든 도시의 황홀경. '2026 롯데 루미나리에 (2026 LOTTE LUMINARIE)'가 지난해 성공적으로 첫선을 보인 데 이어 더욱 확장된 규모로 찾아왔다. 올해 행사는 'Wish Shines On(소망, 빛으로 물들다)'라는 주제로 진행됐다. 새봄을 기다리는 계절에 맞춰 모두의 소망이 빛처럼 이어지길 바라는 메시지를 담았다. 2월 7일부터 3월 8일까지 30일간 롯데월드타워 야외 잔디광장 월드파크 일대는 27만여 개의 조명으로 장식되며 거대한 빛의 공간으로 변신했다.

행사장을 찾은 방문객들은 화려한 빛의 터널 속을 거닐며 사진을 찍고, 가족과 연인, 친구와 함께 특별한 추억을 남겼다. 빛의 구조를 아래에서 서로의 소망을 나누는 순간들은 '롯데 루미나리에'가 단순한 전시를 넘어 '도심 속 감성 축제'로 자리 잡았음을 보여준다.

세 배 커진 규모, 압도적인 빛의 경험

2회째를 맞은 올해 행사는 지난해보다 약 3배 확대된 규모로 펼쳐졌다. 행사 장소도 기존 아레나 광장에서 더 넓은 롯데월드타워 월드파크로 옮기며 공간감을 크게 확장했다.

행사의 중심에는 높이 17m의 대형 돔 구조물이 자리한다. 이 돔을 중심으로 가로 63m, 세로 25m 길이의 십자형 빛의 터널이 설치되어 관람객들이 거대한 빛의 건축물 속을 직접 걸으며 경험할 수 있도록 했다. 또한 광장의 모든 모서리에는 16m 높이의 타워를 세우고, 터널 입구는 화려한 아치형으로 꾸며 루미나리에 공간에 입장하는 순간 성스럽고 웅장한 빛의 경험을 선사했다. 돔 최상단에는 롯데 루미나리에의 로고를 새롭게 선보였다. 롯데의 헤리티지를 상징하는 '햇님' 마크를 현대적으로 재해석한 디자인으로, 희망을 비추는 축제의 의미를 더했다.



2026 LOTTE LUMINARIE

빛으로 시작된 축제는 이제 사람들의 발걸음을 모으는 도심 문화 콘텐츠로 자리 잡았다.



시즌 이벤트 연계한 축제의 확장

매일 오후 5시 30분이면 27만여 개의 조명이 동시에 점등되며 공간 전체가 빛으로 연결됐다. 발길 닿는 모든 곳이 자연스럽게 포토존이 되는 것이 올해 루미나리에의 가장 큰 특징. 백화점, 호텔, 마트, 엔터테인먼트 시설 등 다양한 계열사도 함께 참여해 행사 공간 일대 체류 시간과 야간 유동 인구가 크게 늘었다.

롯데백화점은 밸런타인데이, 신학기, 웨딩 시즌을 겨냥한 다채로운 팝업과 프로모션을 진행하고, 참여형 이벤트로 고객 경험을 강화했다. 특히 루미나리에 입구 키오스크에서 100% 당첨 랜덤 혜택 뽑기를 진행해 롯데 계열사에서 사용 가능한 다양한 바우처를 제공하는 'SNS 인증샷' 참여 이벤트가 큰 호응을 얻었다.

그밖에도 두바이 디저트들을 한 자리에서 선보이는 '두바이 디저트 페스티벌'과 '르봉마리아주 발렌타인데이 팝업', 주얼리, 패션, 뷰티 상품군을 모은 '뷰티 기프트 페어', '내셔널지오그래픽 신학기 가방 페스티벌' 등 팝업스토어마다 문전성시를 이뤘다.

감동과 여운으로 완성되는 추억

롯데호텔앤리조트 또한 '2026 롯데 루미나리에'를 더욱 특별하게 즐길 수 있도록 시그니엘 서울과 롯데호텔 월드의 객실 패키지 및 식음 프로모션을 진행했다.

서울 도심의 스카이라인을 한눈에 감상할 수 있는 시그니엘 서울은 객실 2단계 사전 확정 업그레이드 혜택을 통해 보다 여유롭고 품격 있는 경험을 선사했다. 롯데호텔 월드에서는 객실과 클럽 라운지 2인 이용 혜택을 포함한 패키지를 준비했다. 또한, 루미나리에 쿠폰북으로 '라세느' 평일 뷔페 이용 시 20% 할인과 델리카한스의 케이크 및 베이커리 제품과 호텔 김치류 20% 할인 혜택도 함께 제공했다.

롯데호텔앤리조트는 이번 패키지 이벤트를 통해 롯데타운 잠실을 찾는 고객들이 쇼핑과 관람을 넘어 머무는 즐거움까지 경험할 수 있도록 해 루미나리에의 환상적인 경관과 함께 호텔에서 완성되는 특별한 추억을 선사했다.



빛 따라 이어진 역대 최대 발걸음

'2026 롯데 루미나리에'의 효과는 방문객 증가와 매출 성장으로 이어졌다. 행사 기간 동안 롯데월드타워·몰 방문객 수는 크게 증가하며 도심 야경 명소로서의 입지를 더욱 강화했다. 총 방문객 수는 534만 명으로 역대 최대 기록을 세웠으며, 일 평균 방문객 수 역시 18만 명으로 전년 대비 22.8% 증가했다(2026. 3. 8. 기준). 롯데백화점 잠실점의 2030 세대 방문객 수와 외국인 매출도 크게 증가하는 등 루미나리에에는 단순한 조명 이벤트를 넘어 지역 상권과 관광 활성화에도 긍정적인 영향을 미쳤다.

빛으로 시작된 축제는 이제 사람들의 발걸음을 모으는 도심 문화 콘텐츠로 자리 잡았다. 도시의 밤을 다시 디자인한 '롯데 루미나리에'는 롯데가 만들어갈 새로운 도시 경험의 상징으로 그 가치를 확장해 나가고 있다.

위대한 혁신 시너지

AI는 이제 업무 속도를 높이는 기술을 넘어, 일하는 방식과 조직 운영 구조 자체를 바꾸는 핵심 도구로 자리 잡고 있다. 콘텐츠 추천 알고리즘부터 조직의 의사결정을 지원하는 데이터 분석, 서비스 운영을 최적화하는 보이지 않는 시스템까지. 다양한 산업에서 AI를 활용해 기업 운영의 변화를 이끌고 있는 글로벌 혁신 사례를 살펴본다.

Text. 편집실



CASE 01

몰입을 만드는 알고리즘 ByteDance



콘텐츠×데이터×AI 숏폼 혁명의 공식

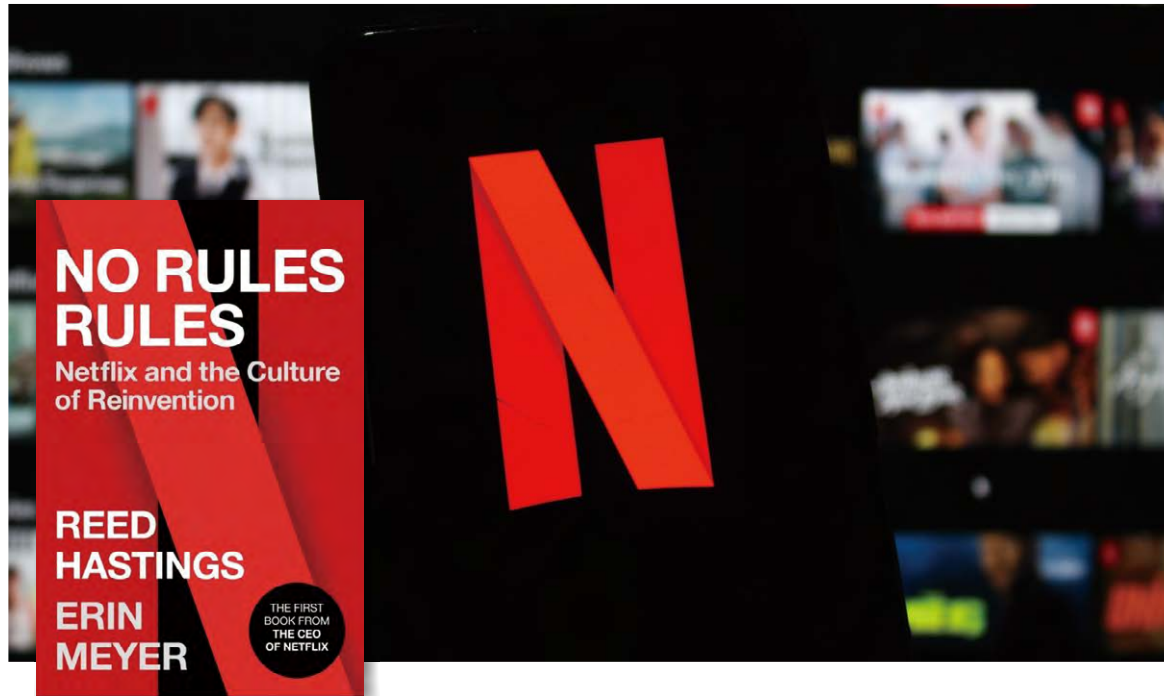
바이트댄스는 틱톡(TikTok)을 필두로 중국의 대표 뉴스 앱 톈우티아오(Toutiao) 등을 빠르게 성장시키며 콘텐츠 산업의 판도를 바꾼 유니콘 기업이다. 짧은 기간에 방대한 글로벌 사용자를 확보하며 중국 기업 가운데 드물게 전 세계 시장에서 통하는 플랫폼 모델을 구축한 사례로 평가받는다. 그 성장의 중심에는 '콘텐츠×데이터×AI' 전략이 있다. 콘텐츠 제작이 아닌, 콘텐츠 추천 기술이 바이트댄스만의 차별화된 경쟁력이다. AI 추천 알고리즘으로 이용자의 시청 시간, 좋아요, 댓글, 스크롤 속도 등 다양한 행동 데이터를 분석해 취향을 빠르게 학습한 뒤, 가장 몰입도 높은 콘텐츠를 지속적으로 제안하는 방식이다.

AI 기업에 맞춘 민첩한 조직 구조

조직 구조 역시 AI 기업에 맞춰 설계돼 있다. 플랫폼에서 발생하는 방대한 사용자 행동 데이터를 분석해 콘텐츠 추천뿐 아니라 제품 전략, 광고 모델, 콘텐츠 제작 방향까지 데이터 기반으로 의사결정을 내린다. 새로운 기능이나 서비스 아이디어가 제안되면 대규모 A/B 테스트를 통해 효과를 검증하고, 수많은 실험 결과를 바탕으로 빠르게 방향을 수정한다. 이러한 방식은 변화가 빠른 디지털 환경에서 조직이 민첩하게 대응할 수 있도록 하는 기반이 된다. 한편, 바이트댄스가 강조하는 조직 문화 키워드는 'Always Day 1'이다. 스타트업의 첫날처럼 끊임없이 실험하고 혁신하겠다는 의미다. 빠르게 시도하고 실패를 학습의 과정으로 받아들이며 지속적으로 개선하는 문화 속에서 아이디어 역시 자유롭게 시도되고 검증된다.

CASE 02

규칙 없는 규칙 **NETFLIX**



새로운 조직 문화의 실험

넷플릭스는 '규칙 없음(No Rules Rules)'으로 대표되는 독특한 조직 문화로 잘 알려져 있다. 핵심은 자유와 책임(Freedom & Responsibility) 원칙이다. 최고의 인재를 확보해 조직의 인재 밀도를 높이고, 구성원들이 솔직하게 의견과 피드백을 주고받는 문화를 장려한다. 또한 휴가 일수나 출장비 규정 같은 전통적인 통제를 최소화하고, 구성원 스스로 '회사에 가장 이득이 되는가'를 기준으로 판단하도록 한다. 이러한 문화는 공동 창업자이자 CEO인 리드 헤이스팅스(Reed Hastings)가 공개한 조직 문화 가이드를 통해 널리 알려지며 혁신적 기업문화의 대표 사례로 자리 잡았다.

자유와 책임 뒷받침하는 AI 협업 모델

자유성이 큰 조직일수록 의사결정 과정에서 객관적인 기준과 신속한 피드백이 중요해진다. 이에 넷플릭스는 프로젝트 일정, 협업 흐름, 의사결정 속도 등의 데이터를 SI가 분석, 반복되는 문제 패턴을 조기에 감지하고 피드백을 제안하도록 하고 있다. 즉, SI가 객관적인 관찰자 역할을 수행하며 의사결정을 지원하는 셈이다. 데이터 기반 접근은 넷플릭스 서비스에도 적용된다. 이용자의 시청 패턴과 행동 데이터를 분석해 맞춤 콘텐츠를 제안하는 AI 추천 시스템은 연간 약 10억 달러의 고객 이탈 방지 효과를 내는 것으로 알려져 있다. 이처럼 넷플릭스는 조직과 서비스 전반에 데이터·AI 기반 의사결정을 접목하며, 자유와 책임의 문화를 더욱 고도화하고 있다.

CASE 03

시에 진심인 **Walmart**



출처: 월마트 홈페이지

물류와 현장 연결하는 AI 운영 시스템

전통적인 유통 기업도 AI를 통해 새로운 경쟁력을 만들고 있다. 세계 최대 유통기업 월마트는 매장 운영부터 물류 관리까지 AI를 도입하며 오프라인 유통의 혁신 모델을 만들어가고 있다. 특히 매장에서는 AI 재고 관리 시스템을 활용해 상품 판매 속도와 재고 데이터를 분석하고 변화를 예측한다. 이를 통해 직원들은 반복적인 재고 확인이나 진열 점검 등 교대 근무 계획을 세우는 데 소요되는 시간이 90분에서 30분으로 단축됐다. 또한 매장에는 선반을 스캔하며 가격표 오류나 품질 상품을 감지하는 스캔 로봇도 도입돼 운영 효율을 높이고 있다.

반복 업무 줄이고 고객 응대에 집중!

월마트의 AI 활용은 물류와 현장 업무 전반으로 확장되고 있다.

물류센터에서는 주문 데이터를 분석해 상품 이동 경로와 배송 일정을 최적화하고, 수요 예측을 기반으로 공급망 흐름을 효율적으로 관리한다. 현장 직원용 앱에도 AI 기능을 적용해 상품 정보 검색이나 문서 요약 등 업무 지원 기능을 제공하며 매장 운영 환경을 대폭 개선했다. 이를 통해 매장 운영과 물류 시스템, 현장 업무 방식을 연결하며 유통 기업의 새로운 혁신 모델을 구축하고 있다. 한편, AI를 활용한 인재 관리에도 적극 나서고 있다. 예비 지원자에게 AI 인터뷰 코치 시스템을 도입해 즉각적인 피드백을 제공하며 면접 준비를 돕는다. 최근에는 오픈AI 인증 프로그램을 출시해 직원들에게 맞춤형 자격증 과정 무료 수강 기회를 제공하는 등 잠재 인재 발굴과 역량 강화에도 AI 역할을 확대하고 있다.

도전과 혁신의 DNA로 잇는 질적 성장 2026 상반기 VCM 진행



신격호 롯데 창업주 흉상에 헌화 중인 신동빈 롯데 회장

롯데가 1월 15일 롯데월드타워에서 신동빈 회장을 비롯해 롯데지주 대표이사 및 실장, 계열사 대표 등 80여 명이 참석한 가운데 '2026 상반기 롯데 VCM(Value Creation Meeting)'을 개최했다. 올해는 특히 신격호 롯데 창업주 서거 6주기를 맞아 창업주의 경영 철학을 되새기며 그룹의 위기 극복과 재도약의 의지를 다졌다.

Text. 편집실

엄중한 대내외 경영 환경을 반영하듯 차분하고 진중한 분위기로 진행된 상반기 VCM에서 신동빈 회장은 '질적 성장 중심으로의 경영방침 대전환'을 천명했다. 신 회장은 '업의 본질에 집중한 끊임없는 혁신 실행'을 선언하며 그룹의 지속 성장을 위한 도약 의지를 밝히며, "그룹이 한 단계 더 도약하기 위해서는 사업 경쟁력 강화가 반드시 선행되어야 한다"고 강조했다.

신 회장은 이날 회의에서 논의된 사업 경쟁력 강화를 위한 사업군별 선결 과제 해결을 위해 반드시 실행해야 할 경영 방침으로 ▲수익성 기반 경영 전환 ▲신속하고 능동적인 의사결정 ▲오만함에 대한 경계와 업의 본질 집중을 제시했다.

먼저 질적 성장을 위해 기존 매출 중심의 외형 성장이 아닌, 수익성 강화와 효율적 투자에 기반한 ROIC를 원칙으로 삼아 내실을 단단히 다질 것을 강조했다. 투자 역시 명확한 원칙과 기준 아래 집행하고, 진행 중인 사업도 지속적으로 타당성을 점검해 세부사항을 조정해 나가야 한다고 덧붙였다.

최근 거버넌스 조정에 따른 능동적인 의사결정도 당부했다. CEO들에게 중장기 비전과 현안 해결을 동시에 고민하고 임직원이 자율적으로 혁신하고 성장할 수 있는 조직문화를 조성해줄 것을 요청했다.

또한 과거의 성공 경험에 갇혀 우리는 다르다는 오만함을 경계해야 한다고 꼬집으며, "고객 니즈에 부합하도록 제품과 서비스를 끊임없이 개선하는 것이 곧 혁신"이라고 정의했다.

신 회장은 위기 속에서도 기회를 만들어낸 창업주의 도전 정신을 기리며 그룹의 중장기 운영 전략을 재정립함으로써, 현재 처한 어려움을 반드시 극복하겠다는 각오를 다졌다. 아울러 "과거의 성공방식에서 벗어나 본원적 경쟁력을 강화하기 위한 혁신을 신속하게 추진해야 한다"고 거듭 주문하며 상반기 VCM을 마무리했다.

차가운 설원 위 뜨거운 도전! 금빛 지원, 영광의 기록으로



한국 설상 스포츠가 새로운 도약의 전환점을 맞았다. 2026 밀라노·코르티나담페초 동계올림픽 설상 종목에서 값진 승전보를 전한 대한민국 선수들. 이들의 땀과 노력으로 물든 설원에는 10년 이상 지원을 이어온 롯데의 뚝심도 함께 새겨져 있다.

Text: 신지원 ©M_대흥기획 전략기획팀



꿈나무에서 정상까지 성장 있는 후원

2026 밀라노·코르티나담페초 동계올림픽은 대한민국 설상 종목의 가능성을 세계에 각인시킨 무대였다. 스노보드 국가대표 선수들은 금·은·동 메달을 거머쥐며 큰 감동을 안겼고, 특히 10대 선수들의 활약은 설원을 뜨겁게 달궜다. 이러한 성과 뒤에는 체계적인 지원이 있었다. 롯데는 2014년 대한스키·스노보드협회 회장사를 맡은 이후 설상 종목 육성을 위해 300억 원 이상을 투자하며 저변 확대에 힘써왔다. 국제대회 성적에 따른 포상금 제도와 4~6위 선수까지 포함한 보상 체계, 해외 협회와의 협력을 통한 기술 교류도 이어왔다.

스키 애호가로도 유명한 신동빈 회장은 협회장 재임 시기부터 꿈나무 발굴과 육성에 집중하며 국가대표부터 청소년까지 단계별 지원 체계를 구축했다. 2022년에는 롯데 스키앤스노보드팀을 창단해 훈련비, 장비, 교육 프로그램 등 맞춤형 지원을 강화하고, 선수들이 경기력 향상에 집중할 수 있는 환경을 마련하고 있다.

든든한 지원 속 금빛 질주

롯데의 든든한 지원 속에서 역경을 딛고 세계무대에 우뚝 선 선수도 있다. 바로 2026 동계올림픽 스노보드 여자 하프파이프에서 금메달을 획득한 최가온이다. 신 회장은 2024년 초 스위스 월드컵 도중 허리 부상으로 현지에서 수술을 받아야 했던 최가온 선수의 상황을 듣고 수술 및 치료비 7,000만 원을 지원한 바 있다. 최가온 선수는 2026 동계올림픽 출전을 위한 기량 회복에 나섰고, 그 노력은 한국 스키 사상 최초의 금메달이라는 값진 성과로 이어졌다.



빙상의 그늘 넘어 주역으로 우뚝!

이번 2026 동계올림픽에서 롯데와 대한스키·스노보드협회는 이탈리아 리비노에 베이스캠프를 구축해 선수 지원에 나섰다. 2023년 인스브루크를 시작으로 주요 국제대회마다 운영해 온 베이스캠프는 선수들이 안정적으로 훈련하고 경기에 집중할 수 있도록 돕기 위한 것이다. 현장에는 장비 전문가, 의무·체력 지원 인력, 코치, 행정 인력 등 전문 스태프가 투입됐으며, 한국스포츠과학원과 협업한 연구진도 함께했다. 약 2년간 준비해 온 이번 밀라노·코르티나담페초 동계올림픽 베이스캠프는 대회 기간 동안 선수들의 든든한 지원 거점 역할을 수행했다.

한편 신동빈 회장은 동계올림픽에서 활약한 최가은, 김상겸, 유승은 선수에게 포상금과 축하 서신을 전했다. 특히 최가은 선수에게 “포기하지 않고 다시 일어나 비상하는 모습에 깊은 울림을 받았다”며, “긴 재활 기간을 이겨내며 스스로의 가치를 증명하고, 대한민국 설상 종목의 새로운 역사를 쓴 최 선수가 정말 자랑스럽다”고 덧붙였다. 앞서, 각각 은메달과 동메달을 획득한 김상겸, 유승은 선수에게도 “오랜 기간 설상 종목의 발전을 꿈꿔온 한 사람으로서 앞날을 더욱 응원한다”고 전하며 선수들의 도전과 행보에 대한 기대를 밝혔다.



뜨거운 격려, 변함없는 동행의 약속

이어 지난 3월 19일에는 잠실 롯데시그니엘 그랜드볼룸에서 ‘스키·스노보드 국가대표단 격려 행사’가 열렸다. 이번 행사에는 신동빈 롯데그룹 회장과 최취영 문화체육관광부 장관, 김교흥 국회 문화체육관광위원회 위원장, 여당 간사 임오경 더불어민주당 의원, 야당 간사 박정하 국민의힘 의원, 유승민 대한체육회장, 최홍훈 대한스키·스노보드협회장 등이 참석했다. 또한 최가은, 김상겸, 유승은 선수 등 메달리스트를 포함한 국가대표 선수단과 지도자, 협회 관계자 등 총 130여 명이 함께 자리했다. 행사에서는 이번 동계올림픽을 빛낸 대한민국 선수들에 대한 포상금 시상과 함께, 지난 12년간 롯데와 대한스키·스노보드협회, 국가대표 선수단이 함께해 온 과정을 담은 기념 영상 상영, 메달리스트들의 명장면 비하인드를 직접 들어보는 ‘메달리스트 토크쇼’ 등이 이어지며 동계올림픽의 감동을 다시 한번 되새기는 뜻깊은 시간이 됐다. 뿐만 아니라 금메달리스트 최가은 선수 1억 원 등 신 화장이 사재로 마련한 특별 포상금이 추가로 전달되며, 메달리스트들에게 한층 더 큰 격려와 응원을 전했다.

한편, 대한민국을 불모지에서 설상강국으로 이끌어 온 스키·스노보드 국가대표 선수들의 노력과 성과, 미래 꿈나무들의 도전과 이를 뒷받침해 온 롯데그룹의 꾸준한 지원 이야기는 지난 3월 28일 JTBC 특집 다큐 〈스노우 드림〉을 통해서도 소개되어 다시 한번 주목을 받았다.



최대 · 최신 · 최적의 가전 유토피아 롯데하이마트 잠실점 리뉴얼 오픈

보는 공간에서 문화를 경험하는 공간으로 오프라인 매장이 진화하고 있다. 온라인 정보 탐색과 가격 비교가 일상이 된 시대, 롯데하이마트는 오프라인 매장만의 차별화된 경험성에 주목해 지난해부터 중 · 대형점을 중심으로 체험형 리뉴얼을 추진 중이다.

Text. 편집실



경험을 문화로, 고객 경험 중심 플래그십 스토어

롯데하이마트 잠실점이 지난 2월 10일, 고객 라이프 스타일의 새로운 장을 제시하는 플래그십 매장으로 새로운 출발을 알렸다. 총 면적 3,760㎡(약 1,138평)에 달하는 압도적인 규모는 기본, 롯데월드몰, 롯데월드타워부터 호텔, 백화점, 테마파크, 대형마트로 이어지는 탄탄한 상권 인프라 강점을 살려 최신 트렌드를 가장 먼저 경험할 수 있는 매장으로 탈바꿈했다. 국내 최대 규모의 상품 라인업과 함께 다양한 몰입형 체험요소를 제공하는 1등 가전 매장에서 활약이 기대되는 이유다.

롯데하이마트 잠실점 입구 전경

2030 테크 덕후 도파민 풀충전!

#모바일전문관.MOTOPIA

최신 기기에 관심이 높은 20~30대 고객을 위해 모바일, IT, 취미 카테고리를 중심으로 체험형 공간을 특화했다. 대표적인 공간은 모바일 전문관 'MOTOPIA(모토피아)'다. 국내의 스마트폰과 태블릿, 웨어러블 기기 등 다양한 모바일 제품을 직접 체험할 수 있을 뿐 아니라 고객 맞춤형 컨설팅도 함께 제공한다. 삼성과 애플 브랜드관을 비롯해 국내에서 운영 중인 제품의 색상과 용량별 라인업을 폭넓게 갖춰 고객 선택의 폭을 넓혔으며, 미국 모토로라, 영국 낫싱 등 글로벌 브랜드의 모바일 제품도 경험할 수 있다. 또한 벨킨, 뉴닉스 등 다양한 모바일 액세서리 브랜드와 러너들에게 인기가 높은 스마트워치 브랜드 가민(GARMIN) 브랜드관도 마련했다.



MOTOPIA(모토피아)



타건샷

#키보드PC 커스텀 #게이밍.VR.체험

영상가전과 오디오 체험 공간도 눈길을 끈다. 특히 '2026 CES'에서 주목받은 115형 '삼성 Micro RGB TV'를 실제로 경험할 수 있다. 이와 함께 바워스&윌킨스(B&W), 보스, 마샬 등 프리미엄 오디오 브랜드 체험 공간과 드론·액션캠 브랜드 DJI 브랜드관도 마련되어 질 높은 가전 경험을 제공한다. IT 마니아들을 위한 공간도 흥미롭다. 국내 최대 브랜드의 키보드와 커스텀 키보드를 체험할 수 있는 국내 최대 규모의 '타건샷', AMD, MSI, ASUS, GIGABYTE 등 인기 브랜드 부품으로 나만의 PC를 구성하고 1시간 내 즉석 조립까지 가능한 '커스텀 PC 전문관'이 대표적이다. 여기에 인기 콘솔 게임과 VR 기기를 체험할 수 있는 '게이밍·VR 체험존'도 마련해 오프라인 매장에서만 가능한 몰입형 경험을 제공한다.



커스텀 PC 전문관



게이밍·VR 체험존

3040 취향 맞춤 라이프스타일 UP 솔루션

#욕실주방편집숍# 인테리어 내구재

가족과 함께하는 삶의 공간을 업그레이드할 수 있도록 다양한 라이프스타일 콘텐츠를 마련했다. 특히 아파트 거주 고객을 위해 실제 구조에 맞춘 가전·인테리어 내구재 설비 상담을 제공해 보다 실질적인 라이프 스타일 변화를 제안한다. '욕실 및 주방 설비 전문 편집숍'에서는 국내 브랜드 백조, 리젠스를 비롯해 독일 블랑코(Blanco), 이탈리아 엘레시(elleci) 등 해외 프리미엄 브랜드까지 품격 있는 주방 설비를 만나볼 수 있다. 이밖에도 국내외 명품 브랜드의 조명, 실링팬, 중문, 도어 핸들 등 인테리어 요소를 가전과 함께 한 공간에서 상담과 구매가 가능하도록 구성했다.



욕실 및 주방 설비 전문 편집숍



'드비알레(Devialet)' 플래그십 스토어



카메라 전문관



주방가전 전문관

#주방가전 전문관 #로봇청소기 전문관

청소 가전과 주방 가전 카테고리도 한층 강화했다. 주방가전 카테고리관은 '전문가가 제안하는 요리와 디저트의 시작과 끝'을 콘셉트로 다양한 키친 라이프 스타일을 반영했다. 드로기, 유라, 발뮤다 등 프리미엄 브랜드의 블렌더와 커피머신, 토스터 등으로 상품 구성을 확장했다. 여기에 처음 선보이는 해외 브랜드 커피 메이커까지 직접 비교하며 선택할 수 있도록 했다. 최다 브랜드를 갖춘 로봇청소기 전문관에서는 로보락, 드리미, 에코백스, 다이스 등 국내외 최신 제품을 한자리에서 비교해볼 수 있다.

5060 품격 담은 프리미엄 홈 라이프의 완성

#초프리미엄 라이프스타일 #빌트인 플래너


생활 속에서 여유와 취향을 즐기는 50~60대 고객을 위한 초프리미엄 라이프스타일 콘텐츠도 롯데하이마트 잠실점의 핵심 요소다. 브랜드 별 키친 소품 형태로 구성된 '프리미엄 키친 빌트인 가전' 브랜드관에서는 글로벌 프리미엄 브랜드를 한자리에서 살펴볼 수 있다. 대표적으로 삼성의 데이코, 독일 리퍼러(Liebherr), 주방 레인지후드 글로벌 1위 브랜드인 이탈리아 엘리카(Elica)와 함께, 세계적인 셰프들이 사용하는 이탈리아 전문가용 프리미엄 오븐 브랜드 우녹스 까사(UNOX CASA)의 빌트인 오븐도 선보인다. 또한 프랑스 와인셀러 브랜드 유로까브(EuroCave)의 빌트인 와인셀러 '인스퍼레이션' 라인도 국내 최초로 소개한다. 이밖에 고객의 주방 공간에 맞는 가전 배치와 인테리어 구성을 3D로 확인할 수 있는 '빌트인 플래너' 서비스도 제공한다.

#하이엔드 취미가전

한편, 취미와 문화생활 영역에서도 하이엔드 라이프스타일을 경험을 강화했다. 인류 최초의 달 착륙 촬영과 비틀즈의 'Abbey Road' 앨범 재킷 촬영으로 잘 알려진 스웨덴 하이엔드 카메라 브랜드 핫셀블라드(Hasselblad) 브랜드관이 잠실점에 들어섰다. 독창적인 디자인과 기술력으로 오디오 애호가들에게 사랑받는 프랑스 하이엔드 오디오 브랜드 드비알레(Devialet)의 플래그십 스토어도 함께 운영되어 롯데하이마트 잠실점을 찾는 고객들에게 풍부한 감각적 경험을 선사한다.

TIP

롯데하이마트 잠실점 이용 꿀팁!

체험부터 구매 후 관리까지! 렌탈 서비스 가전 라이프 평생케어 

카메라와 모바일 등 일상 밀착형 상품을 직접 사용해 볼 수 있는 '렌탈 서비스'로 고객 경험을 지원해, 고객이 생활 방식에 맞는 제품을 충분히 경험한 뒤 구매를 결정할 수 있도록 한다.

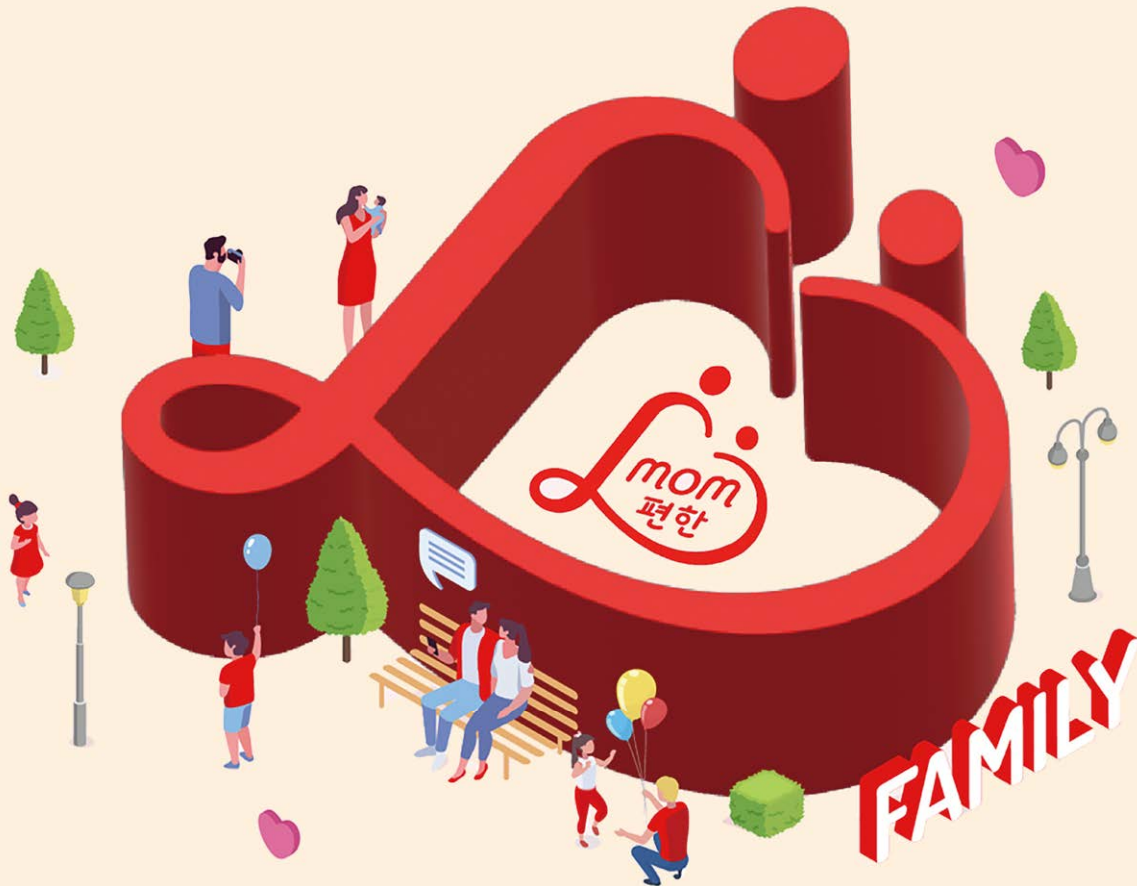
주방과 거실에서 침실까지~ 구독 서비스 OK!

기존에 가전 중심으로 운영되던 '하이마트 구독' 영역을 매트리스까지 확대했다. 또한 사용하던 가전을 보상받고 새 가전을 구매할 수 있는 '보상 프로그램'도 운영해 자원 순환과 환경까지 고려하는 쇼핑 경험을 제공한다.

가족이란 이름의 따뜻한 ‘상’차림 ‘롯데 맘(mom)편한 가족상’ 제정

롯데가 가족의 소중한 가치를 알리고 건강한 가족 문화를 확산하기 위해 ‘롯데 맘편한 가족상’을 새롭게 제정했다. 다양한 형태의 가족이 서로를 돌보고 사회에 긍정적인 변화를 만들어가는 사례를 발굴하고 응원하기 위한 시상이다. 올해 ‘제1회 롯데 맘편한 가족상’은 그 첫걸음이다.

Text. 편집실



세상을 바꾸는 힘, 가족

롯데가 보건복지부, 초록우산과 함께 ‘롯데 맘편한 가족상’을 신설하고 우리 사회에 따뜻한 변화를 만들어가는 개인과 단체를 찾는다. 일상 속에서 출산과 양육, 나눔, 가족 다양성의 가치를 실천하는 사례를 발굴해 격려하기 위함이다.

이번 시상은 출산·양육, 가족나눔, 가족다양성 등 세 개 부문으로 진행되며, 부문별 개인과 단체 총 6개 팀을 선정한다. ‘출산·양육 부문’은 모범적인 육아 실천이나 출산 장려 확대에 기여한 사례를, ‘가족나눔 부문’은 가족 구성원이 함께 나눔을 실천하며 유대감을 강화한 사례를 대상으로 한다. ‘가족다양성 부문’에서는 한부모 가정, 다문화 가정 등 다양한 가족 형태에 대한 인식을 개선하거나 지원한 사례를 모집한다. 지난 3월까지 신청자 접수를 마친 가운데 수상자는 최종 심사를 거쳐 4월에 발표된다. 시상식은 가정의 달인 5월에 개최될 예정으로, 수상자에게는 총 2천만 원의 상금과 부상이 수여된다.

롯데는 2017년부터 ‘엄마가 편안한 세상을 만들겠다’는 뜻으로 ‘맘편한’ 사회공헌 사업을 시작했다. 이후 지역아동센터 환경 개선 및 정서교육프로그램을 지원하는 ‘맘편한 꿈다락’은 100호점까지 늘어났으며, 공공형 실내외 놀이터 조성 사업인 ‘맘편한 놀이터’는 최근 32호점을 오픈했다. 이번 ‘맘편한 가족상’ 제정 역시 ‘맘편한’의 일환이다.

사회 잇는 지속가능한 행보

롯데는 그룹 비전인 ‘라이프타임 밸류 크리에이터(Lifetime Value Creator)’에 맞춰 전 생애주기를 아우르는 사회공헌 활동에 적극 앞장서고 있다. 특히 다양성 가치를 강조한 신동빈 회장의 방향성에 따라 2013년 다양성 존중과 차별 철폐를 명문화한 ‘롯데그룹 다양성 헌장’을 제정하는 등 사회적 문제를 해결하기 위해 많은 관심을 기울이고 있다. 청년과 함께 사회 문제 해결을 모색하는 ‘밸류 for ESG’, 조부모와 아동이 함께 사는 가정을 지원하는 ‘조손 가꿈’ 등 다양한 프로그램을 통해 세대와 계층을 넘어선 지원을 이어가는 중이다.

동시에 가족친화적인 기업 문화를 바탕으로 저출산 극복과 육아 지원을 위한 다양한 노력을 기울이고 있다. 2012년 별도의 신청 절차나 상부 결재 없이 출산휴가 후 바로 육아휴직을 사용할 수 있는 ‘여성 자동 육아휴직제’를 도입한 데 이어, 2017년에는 ‘남성 의무 육아휴직제’를 시행하는 등 일과 육아의 균형을 돕는 제도를 운영하고 있다. 이러한 노력에 힘입어 롯데그룹의 출산율은 2022년 기준 2.05명을 기록한 바 있다. 이처럼 롯데는 우리 사회가 당연한 저출산과 가족해체 위기 속에서 가족의 가치를 재조명하고 건강한 가족문화를 확산하며, 사회 곳곳에 의미 있는 변화를 만들어 나가고 있다.

‘순하리 진’ 진가 더하는 진짜 풍미

롯데칠성음료가 2021년 5월 출시 후 연평균 34%의 성장세를 보이며 대표적인 RTD 주류 제품으로 자리잡은 <순하리 레몬진>을 리뉴얼하고, 다양한 플레이버의 제품 출시를 통해 포트폴리오 확대에 적극적으로 나선다. 이와 함께 순하리 브랜드를 ‘순하리 진’으로 재정립하고 차별화된 제조공법을 기반으로 한 다양한 제품을 선보일 예정이다.

Text. 이태열 대리_롯데칠성음료 홍보팀



더 진하고 더 맛있게 ‘레몬진’ 인기 배턴 잇는 ‘자몽진’
<순하리 레몬진>의 리뉴얼은 ‘과일 본연의 맛과 향을 살린 RTD 주류’에 대한 소비자들의 선호에 따라 동결침출 공법과 제로 슈거라는 두 가지 방향으로 진행했다. <순하리 레몬진>은 기존 ‘통레몬 침출’에서 초저온으로 동결한 통레몬을 얼어 있는 그대로 침출한 동결침출 공법으로 업그레이드를 통해 레몬의 맛과 향을 두 배 가까이 높였다. 또한, 헬시플래저 트렌드에 맞춰 전 제품 제로 슈거로 변경했다. 패키지는 핵심 특징인 통레몬을 전면 배치하고 제로 슈거 표시를 강조하는 등 밝고 생동감 있게 다듬어 젊고 트렌디한 이미지로 거듭났다.

레몬진의 성공에 이어, 2025년 11월에는 <순하리 자몽진>이 출시됐다. 자몽진은 레몬진의 핵심 특징을 이어받아 통자몽을 동결침출해 자몽의 진한 풍미를 살려 브랜드의 연속성과 더불어 새로운 맛과 향을 소비자에게 선보이며 큰 호평을 받고 있다.

2026 새 라인업 ‘유자진’, ‘상그리아진’ 출격
올해는 자몽 플레이버의 인기에 이어 두 가지 플레이버 신제품 출시를 준비하고 있다. 여러 차례 소비자를 통해 선호도가 가

장 높았던 유자 플레이버 <순하리 유자진>과 젊은 층의 와인 경험이 확대된 것에서 착안해 와인을 베이스로 하여 두 가지 통과일을 믹스한 <순하리 상그리아진>을 출시할 계획이다. 유자진은 전남 고흥의 통유자를 사용해 저도주를 선호하는 소비자에게 일상 속 리프레시를 제공하고, 상그리아진은 와인 풍미에 오렌지와 사과를 담아 젊은 층에게 신선함과 더불어 색다른 즐거움을 제공한다.

순하게 스며드는 ‘순하리 진’ 브랜드 강화
다양한 도수와 플레이버로 소비자들의 선택의 폭을 넓혀가는 ‘순하리 진’은 통과일 동결침출 탄산주라는 정체성을 바탕으로, 추후에도 다양한 과일 플레이버를 부담 없는 제로슈거 제품으로 선보일 계획이다.

2026년 ‘순하리 진’의 차별화된 포인트를 2023년부터 함께 해 온 모델 안유진을 통해 다양한 음용 상황에서 재치 있게 녹여낸 광고 콘셉트로 풀어나갈 예정이다. 또한, 디지털 바이럴, 팝업스토어, 스포츠 스폰서십 등 다양한 마케팅 활동을 진행해 ‘순하리 진’ 브랜드의 소비자 인식 제고와 판매 성장에 적극적으로 나선다.

공감에서 신뢰로! 2026년 롯데 유튜브의 새로운 도약

지난해 롯데 유튜브를 관통한 핵심 키워드는 '사회적 가치'다. 대표 콘텐츠 <서러서러>을 통해 그룹의 사회공헌 활동을 진정성 있는 스토리텔링으로 담아내며 '대한민국 디지털 광고 대상' SNS 마케팅 부문 우수상이라는 쾌거로 그 가치를 인정받았다. 2026년에는 이러한 사회공헌 활동을 지속하는 동시에, 그룹의 주요 비즈니스와 조직 문화 영역으로 콘텐츠 스펙트럼을 확장한다. 기업의 본원적 경쟁력과 미래 비전을 보다 구체적으로 전달하는 데 방점을 두고 새롭게 채널을 개편해, 콘텐츠의 깊이와 공감력을 더한다.

Text. 편집실



4가지 신규 콘텐츠로 메시지 다각화

올해 롯데 공식 유튜브 채널의 콘텐츠 라인업이 한층 강화된다. 기업의 독보적 전문성, 헤리티지, 미래 인재 그리고 사회적 가치라는 네 가지 축을 중심으로 기획한 신규 콘텐츠들을 통해 그룹의 다층적인 면모를 보다 입체적으로 전달하고자 한다.



NEW CONTENT

▶ 팩트나우 NEW

정보의 신뢰도 제고에 초점을 둔 콘텐츠다. 경제·산업 분야의 외부 전문가 시각을 통해 각 사업이 시장에 미치는 긍정적 영향력과 미래 성장 가치를 분석함으로써, 주요 이슈를 객관적으로 조망하고 기업 메시지의 신뢰성과 설득력을 높이고자 한다.

▶ 비하인드 롯데스토리 NEW

스테디셀러 브랜드에 담긴 기업의 헤리티지를 재조명하는 콘텐츠다. 오랜 시간 시장을 선도해온 계열 사별 성공 DNA와 제품 개발 비하인드 스토리를 발굴해, 흥미로운 성공 스토리를 콘텐츠로 풀어낼 계획이다.

▶ 내일의 현장수업 NEW

미래 세대와의 접점을 확대하기 위한 기획이다. 기업에 관심 있는 Z세대 대학생이 현직자의 일상을 하루 동안 동행하며 조직 문화와 직무 등 비즈니스 현장을 체험한다. 그 첫 여정으로 올해 2회째를 맞이한 '롯데 루미나리에' 현장을 찾아 축제 준비 과정을 생생하게 담아냈다.

▶ L.ARCHIV NEW

2026년에도 롯데의 진정성 있는 사회공헌 활동은 계속 이어진다. 각 계열사에서 진행 중인 다양한 사회공헌 활동을 그룹 차원의 소셜 임팩트 관점으로 통합 아카이빙한다. 이를 바탕으로 롯데가 만들어 가는 사회적 가치를 보다 체계적으로 전달한다.

멀티 플랫폼 확장으로 접점 강화

디지털 환경의 변화에 대응한 플랫폼 전략도 병행한다. 최근 아마존 통계 자료(Amazon Ads <2026 마케팅 트렌드 보고서>)에 따르면 소비자의 약 60%가 디지털 멀티태스킹을 즐기며 여러 플랫폼을 동시에 소비하는 경향을 보인다. 이러한 환경에 맞춰 2026년에는 기존 유튜브 채널을 중심으로 멀티 플랫폼 확장을 본격화한다. 먼저 긍정적인 콘텐츠 확장을 위해 공식 인스타그램 채널을 신규 개설해 유튜브의 깊이 있는 콘텐츠와 인스타그램의 빠른 확산력을 상호 보완할 계획이다.

또한 마이크로 인플루언서와의 협업을 확대, 동계올림픽 후원활동을 비롯한 그룹의 주요 활동을 소비자의 언어로 재해석해 공감 접점을 넓혀나가고자 한다.

이와 함께 최신 AI 기술을 활용한 스포츠 콘텐츠 제작을 동시에 강화해 시각적 몰입도를 높이고 제작 효율성을 개선한다. 이를 통해 변화하는 콘텐츠 소비 패턴에 대응하고, 동시에 브랜드 인지도 제고에 기여할 것으로 기대한다.

2025년이 따뜻한 공감을 통해 롯데의 진심을 전한 시간이었다면, 2026년은 혁신의 현장을 통해 신뢰를 축적하는 해다. 롯데 유튜브는 그룹의 현재와 미래를 연결하는 공식 플랫폼으로서 기업과 고객을 잇는 소통의 가교 역할을 지속해 나갈 것이다.

같이 잇는 가치의 여정 2025 롯데지주 대학생 봉사단 '밸유 for ESG 4기'

롯데지주는 지난 2025년 11월 21일부터 22일까지 1박 2일간 롯데 인재개발원 오산캠퍼스에서 '밸유 for ESG 4기' 발대식을 개최했다. 이번 발대식은 사회적 가치를 창출하는 대학생 봉사단 '밸유어'의 첫 공식 일정으로, 단원 간 유대를 강화하고 향후 5개월간 진행될 프로젝트의 방향을 설계하는 자리로 마련됐다.

Text. 편집실

ESG를 향한 첫걸음, 발대식 현장

발대식 첫날은 프로젝트 실행 역량을 강화하기 위한 전문가 강연으로 시작했다. 과학 크리에이터 '궤도'님의 강연에서는 '자유意志'를 주제로 과학과 철학을 넘나드는 통찰을 공유하며, 단원들이 스스로 문제를 정의하고 해결하는 주체로서의 역할을 고민하는 계기를 마련했다. 이어 김윤미 강사님의 강연에서는 실제 프로젝트 기획을 위한 실무 역량을 다루며, 기획의 구조(Why, What, How, It)를 기반으로 아이디어를 구체화하는 방법을 배웠다. 이를 통해 단원들은 향후 프로젝트를 실행하기 위한 체계적인 사고의 틀을 갖추게 됐다.

또한 팀빌딩 프로그램과 레크리에이션을 통해 단원 간의 어색함을 해소하고 자연스럽게 협업 기반을 다졌다. 이후 각 팀은 ESG 분야별 멘토와 함께 봉사활동 주제와 실행계획을 구체화하고, 발표를 통해 서로의 아이디어를 공유하는 시간을 가졌다.



다양한 사회적 가치를 담은 프로젝트

이번 '밸유 for ESG 4기'는 기존과 달리 팀 단위가 아닌 ESG 각 분야에 관심을 가진 개인 단원 중심으로 선발됐으며, 총 80명이 10개 팀으로 구성됐다. 환경(E) 3개 팀, 사회(S) 4개 팀, 지배구조(G) 3개 팀으로 나누어 각 영역별 프로젝트를 수행한다.

산불 진화 소방관을 위한 응원 메시지 전달, 보육원 아동의 꿈을 담은 오디오북 제작, 소아 환아를 위한 그림책 제작 등 사회적 공감을 기반으로 한 프로젝트가 진행되고 있다. 이와 함께 발달장애 아동 부모 지원, 폐자원 업사이클링 교육, 이주민을 위한 한국어 가이드북 제작, 공정무역 활성화 방안 등 환경과 사회, 그리고 지속가능한 구조를 고민하는 다양한 활동이 펼쳐지고 있다.

실행을 점검하고, 한 걸음 더!

2026년 1월 7일부터 9일까지는 인천 송도에서 2박 3일간 '밸유 for ESG 4기' 중간보고회가 진행됐다. 이번 중간보고회에서는

단원들이 1회차 봉사활동에 대한 피드백을 공유하고, 이를 바탕으로 2회차 봉사활동을 기획·발표하는 시간을 가졌다. 특히 전문가 멘토들의 실질적인 조언을 통해 프로젝트의 완성도를 높이고 실행력을 더욱 강화했다.

2일차에는 롯데바이오로직스 임직원 봉사자들과 밸유어 단원들이 함께하는 특별한 프로그램이 마련됐다. 롯데바이오로직스 소개와 임직원 멘토링, 공장 견학을 통해 산업에 대한 이해를 넓히는 한편, 지역아동센터 아동들을 위한 기부 물품 제작 봉사활동도 진행됐다. 모루인형과 방한용품을 직접 제작하며 따뜻한 나눔을 실천하는 의미 있는 시간이었다.

마지막 날에는 롯데월드타워를 방문해 서울스카이 전망대와 롯데뮤지엄 전시를 관람하며 팀원들과 함께하는 시간을 가졌다. 활동의 의미를 되새기고 팀워크를 다지는 특별한 마무리였다.





함께 만들어가는 ESG의 미래

'벨유 for ESG 4기'는 2026년 4월 해단식을 앞두고 있다. 5개월간의 활동 결과를 공유하고, 우수 팀과 단원을 시상하며 의미 있는 여정을 마무리할 예정이다.

롯데는 앞으로도 청년과 함께 사회적 가치를 만들어가는 다양한 활동을 지속해 나갈 계획이다. '벨유 for ESG'는 단순한 봉사를 넘어, 문제를 발견하고 해결하는 경험을 통해 ESG를 실천하는 인재를 양성하는 플랫폼으로 자리 잡고 있다.

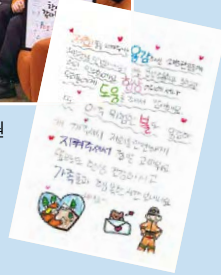
'벨유 for ESG 4기' 현장 스케치

1조 따숨



산불 진화 소방관에게 시민의 감사와 응원 메시지가 담긴 굿즈를 전달하는 프로젝트

#초등학교소방관인식개선교육#편지작성
#목소리녹음 # 대구강북소방서_서울주소방서
#응원메시지달력_액자선물



3조 은빛



소아 환자의 자아 탐색 수업, 아이가 주인공이 되는 그림책 제작 프로젝트

2조 온기나래



보육원 아동들이 꿈을 탐색하고 꿈을 이야기로 만든 오디오북을 제작하고 그 성장과정을 기록하는 프로젝트

4조 포레스트



발달장애 아동 부모의 돌봄 씬 보장을 위한 인식 제고 교육 프로젝트

5조 사락



페도서 업사이클링 창작 및 체험형 교육 프로그램 진행 프로젝트



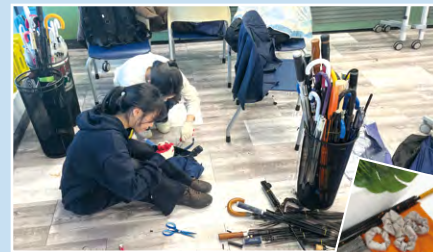
6조 다시아름



폐화장품 분리배출 인식 교육 및 폐화장품을 교구로 활용한 미술활동 진행 프로젝트



7조 순환대로



페우산 업사이클링 키트 제작 및 인식 개선 교육 프로젝트



8조 운동네



이주민의 적응을 돕는 한국어 가이드북 제작 프로젝트



9조 구조



공정무역 활성화를 위한 소상공인-소비자 연계 방안 프로젝트

10조 브릿지



쉼터 청소년 인식 개선 및 지원 정책 제안 프로젝트



〈몽유도원〉

#한국적명품판타지 #무대위수묵화

천 년의 시간을 넘어, 꿈속에서 펼쳐지는 신비로운 이야기에 빠져본다. 뮤지컬 〈몽유도원〉은 최인호 작가의 소설 〈몽유도원도〉를 원작으로, 삼국사기 속 도미부인 설화에 기반한 작품이다. 도미와 아랑의 순수하고 아름다운 사랑과 여경의 헛된 욕망을 통해 우리의 인생이 한갓 꿈속에서 본 도원경을 현실에서 찾기 위한 몽유병의 꿈놀이임을 말한다.

Text. 이수정 책임, 롯데컬처웍스 커뮤니케이션팀



'살아 움직이는 산수화'

무대 자체가 하나의 예술 작품

최인호 작가의 소설 〈몽유도원도〉를 원작으로 한 뮤지컬 〈몽유도원〉은 수묵 애니메이션을 통해 회화적 미와 여백의미를 생생하게 구현한다. 마치 무대 위에 산수화가 펼쳐지는 듯한 장관을 선사하며 전통 동양미와 현대 기술이 결합한 미디어 아트로 무대를 채운다. 몽환적인 도원의 풍경은 관객들을 순식간에 몰입하게 만들며 익숙한 무대 공간 속에서도 살아 움직이는 듯한 동양화를 감상하는 경험을 가능하게 한다.

'새로운 한국의 소리'

동양 리듬과 서양 멜로디의 만남

서사와 감정을 연결하고 극의 몰입도를 높이는 뮤지컬 〈몽유도원〉의 음악은 귀를 사로잡는 파격적 음악 변주를 선보인다. 서양 오케스트라 위에 대금, 피리 등 국악 선율과 일렉 사운드를 얹어 독창적인 사운드를 완성해 익숙하면서도 신선한 음악적 경험을 선사한다. 특히 비극적이면서도 아름다운 서사를 담은 작품 속에서 새롭게 편곡된 '아리랑'을 들으며, 관객들은 수천 년 동안 이어져 온 한국의 전통과 특별함을 동시에 체험하게 된다.

'믿고 보는 배우'

몰입도 높은 열연

배우들의 밀도 높은 열연이 관객들을 압도한다. 왕 '여경' 역의 민우혁, 김주택은 고독한 권력자의 내면을 차질하고 입체적으로 그렸으며, '아랑' 역의 하윤주, 유리아는 신비로운 음색과 섬세한 감정선으로 송고한 신념을 소화해 깊은 울림을 전한다. '도미' 역의 이충주, 김성식도 폭발적인 가창력과 진정성 있는 연기로 무게감을 더하며 작품의 완성도를 정점으로 끌어올렸다. 무대의 에너지를 완성하는 앙상블은 대극장 무대를 빈틈없이 채우며 관객들에게 잊지 못할 전율을 선사한다.

장소 샤롯데씨어터
일정 2026. 4. 11. ~ 5. 10.
관람연령 8세 이상 관람가
러닝타임 150 분(인터미션 20분)
출연 민우혁, 김주택, 하윤주, 유리아,
이충주, 김성식 등
주최 ㈜에이콤

VIEW POINT

한 폭의 아름다운 수묵화처럼 펼쳐지는 한국 무대 미학의 결정체. 감각적인 연출과 함께, 오케스트라와 한국 전통 선율이 어우러진 넘버의 향연이 관객을 사로잡는다.



예고편 보러 가기

‘첫 마음’은 그렇게 롯데의 역사가 된다

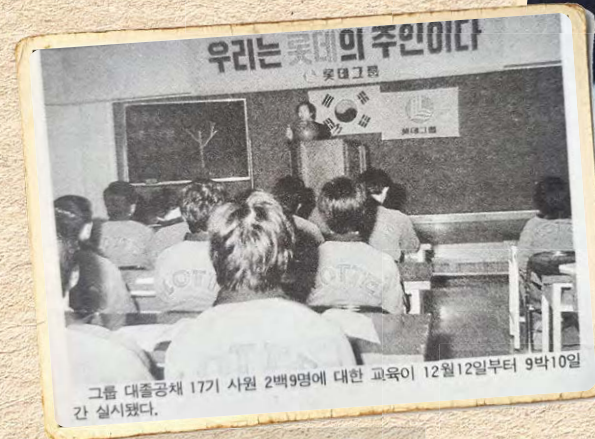


셀러리맨보다는
비즈니스맨으로 뛰겠습니다

다소 큰 정장, 서툰 인사, 마음 가득했던 다짐들. 신입사원은 어떤 하루를 시작했을까. 1980년대 그룹 신입사원들의 설레는 첫걸음이 사보에 고스란히 담겼다. 설렘과 떨림이 담긴 첫 페이지를 다시 펼쳐본다.

Text. 편집실

신입사원의 하루 ‘처음’을 배우는 시간들



그룹 대졸공채 17기 사원 2백9명에 대한 교육이 12월12일부터 9박10일간 실시됐다.



사보 1995년 1월호 중

그룹 대졸공채사원 교육

그룹 대졸공채 17기 사원에 대한 그룹교육이 12월12일부터 21일까지 9박10일간 주리아연수원에서 실시됐다.

지난 11월10일 실시된 필기시험과 최종 면접시험을 거쳐 그룹의 새 식구가 된 2백9명의 신입사원들은 이번 교육을 통해 그룹에 대한 전반적인 이해와 롯데인으로서의 교양을 증진한다.

한편 辛俊浩 부회장은 개강사를 통해 30대 1의 높은 경쟁율을 뚫고 그룹의 새 식구가 된 신입사원들을 치하 격려하고, 『커다란 포부와 이상을 가지고, 그룹의 참신한 새 일군이 되어 투철한 주인정신으로써 자기향상은 물론 기업발전을 위한 모든 노력을 경주해 달라』고 당부했다.

사보 1985년 2월호 중

입문 교육부터 직무 이해, 조직 적응까지. 신입사원의 하루는 배움으로 촘촘히 채워져 있었다. 당시 사보에 실린 설문조사에는 이런 답변들이 눈에 띈다. ‘회사 생활에서 가장 기대되는 것’에는 성장과 배움, ‘가장 걱정되는 것’에는 낯선 환경과 인간관계가 꼽혔다. 시대는 달라졌지만, 새로운 시작 앞에서의 기대와 고민은 지금도 크게 다르지 않다. 결국 신입사원의 하루는 언제나 ‘처음’을 배우는 시간이다.

찰나의 찰칵

숨 고를 틈 없는 일과 속 소소한 여유 한 컷! 출퇴근길 스치는 풍경, 미술관에서의 고요한 사색, 노을 빛 번지는 퇴근길 하늘 등 롯데인의 하루를 반짝이게 한 짧은 힐링 순간이 프레임에 담겼다.

Text. 편집실

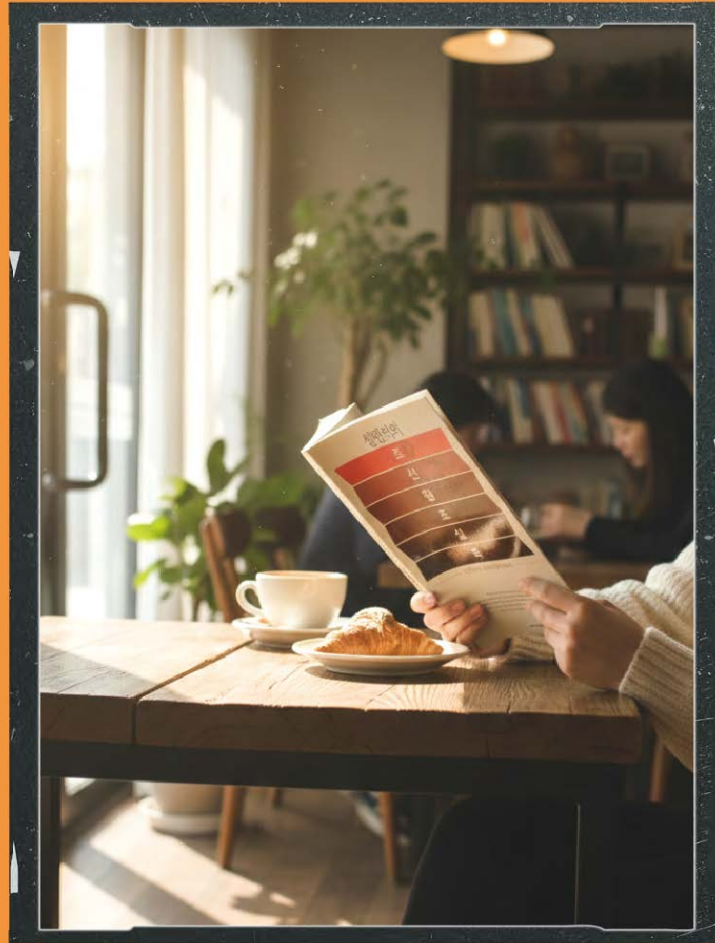


photo 1

“봄 햇살 띄운 차 한 잔,
고요한 충전 시간”

최지수 롯데호텔앤리조트

휴일 오전, 햇살이 부드럽게 스며드는 카페에 앉아 따뜻한 커피와 갓 구운 크루아상을 앞에 두고 책을 읽는 이 때가 일주일 중 가장 기다려지는 순간입니다. 조용한 공기 속, 잠시 모든 생각을 내려놓고 오롯이 글과 제 자신에게만 집중하는 행위가 주는 여유를 마음껏 누리됩니다. 일상 속 작은 심이지만, 내일을 움직이게 하는 저만의 활력 충전법입니다.

얼마 전 후지필름스튜디오 압구정 파티클점에서 열린 손정기 개인전을 다녀왔습니다. 바쁜 일상과 반복되는 하루하루의 경계선에서 무심코 방문한 전시회였지만, 저에게 정말 소중한 시간이었습니다. “고독은 누군가와 떨어져 있는 상태가 아닌, 마음이 고요해지는 순간”이라는 작가님의 글귀가 특히 가슴에 와 닿았어요. 우리는 누구나 나만의 고요 속에서 스스로를 들여다보는 심의 시간이 필요하다는 것을 새삼 느낀 하루였습니다.

photo 2

“그림 한 점에 심 하나,
잔잔한 마음 산책”

이강훈 롯데웰푸드

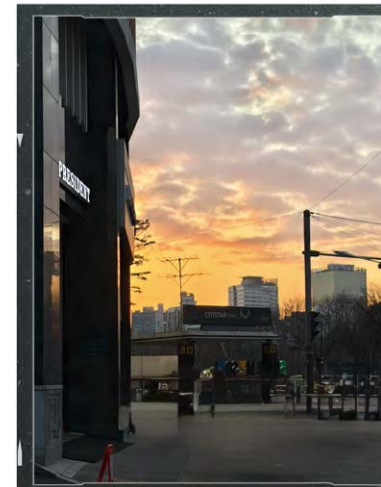
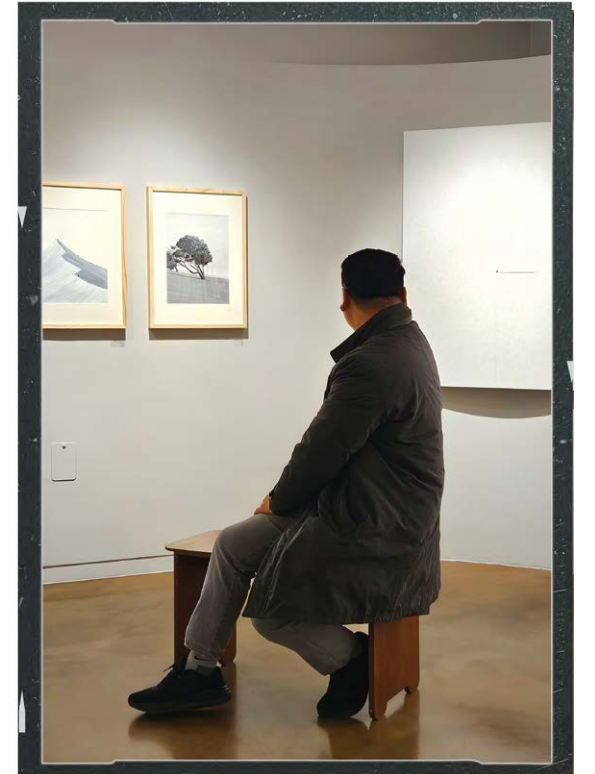
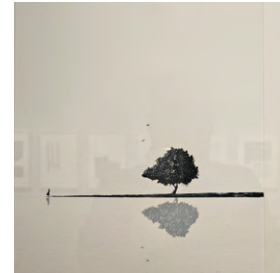


photo 3

“봄이 마중하는 출근길,
노을이 배웅하는 퇴근길”

전혜령 롯데호텔앤리조트

따스한 아침 햇살과 맑은 하늘, 상쾌한 공기를 만끽할 수 있는 출근길 덕분에 매일 힘차게 하루를 시작해요. 반대로, 노을 빛으로 저녁 하늘 아래 집으로 걸어가는 퇴근길은 하루의 고단함까지 잊게 해줍니다. 하늘을 올려다볼 여유가 있는 출퇴근길이 저에게는 소소한 행복과 힐링을 선사합니다.

'우리'의 '아름다움'을 '함께' 롯데백화점 노원점 뷰티관 산책

전 세계적으로 체험과 취향을 중심에 둔 리테일 트렌드가 확산되면서, 감각을 깨우는 체험형 매장이 주목받고 있습니다. 프리미엄 뷰티 콘텐츠를 집약한 '이곳' 역시 입소문을 타며 '코덕(코스메틱 덕후)'의 발길을 이끌고 있는데요. 올해 2월, 리뉴얼을 마치고 '초대형 뷰티 전문관'으로 거듭난 롯데백화점 노원점 뷰티관! 향기롭게 반짝이는 공간을 직접 둘러봤습니다.

Text. 김도유 잡화팀장_롯데백화점 노원점



Beauty Hall

롯데백화점 노원점 뷰티관

☞ 서울 노원구 동일로 1414, 1층

Ⓢ 10:30-20:00(월-목) 10:30-20:30(금-일)

우아함으로 무장한 뷰티 성지 새 좌표

롯데백화점 노원점 뷰티관이 새로운 뷰티 명소로 떠오르고 있습니다. 약 1년간의 리뉴얼을 마치고 지난 2월 5일 베일을 벗은 이곳은 약 400평 규모의 공간에 국내외의 25개 프리미엄 뷰티 브랜드를 총망라한 서울 동북 상권 최대 규모의 뷰티 전문관입니다. 이름 그대로 '초대형'이라는 표현이 어색하지 않을 만큼, 입구에 들어서서는 순간부터 공간의 규모와 콘텐츠가 만들어내는 존재감이 단번에 느껴집니다.

백화점 리뉴얼의 꽃, 뷰티 전문관

롯데백화점 노원점의 변화는 이번이 처음이 아닌데요. 지난해 3월부터 공간 전체의 약 80%에 달하는 대규모 리뉴얼이 진행되며 매장 전반이 새롭게 바뀌었습니다. 2층에는 상권 최대 규모의 'K패션 전문관'이, 8층에는 프리미엄 '스포츠 메가숍'이 조성되는 등 카테고리 별로 혁신이 이어지고 있습니다. 그중 뷰티 전문관 오픈은 단연 백화점 리뉴얼의 꽃이라고 할 수 있습니다.





이런 서비스도 있어요!

Sulwhasoo

1:1 맞춤형 뷰티 케어로
상담부터 관리까지~

ESTÉE LAUDER

매장 리클라이너로
휴식하며 뷰티 체험



‘연꽃 연못’ 따라 흐르는 쇼핑 동선

롯데백화점 노원점 뷰티관은 단순한 브랜드 집합이 아닌, ‘연꽃이 피어나는 연못’에서 영감을 받은 ‘연꽃 연못(L.pond)’ 콘셉트로 조성된 공간입니다. 연못이 여러 물길에 모여 자연스럽게 흐르는 공간이듯, 메이크업·향수·스킨케어·주얼리 등 다양한 뷰티 브랜드와 콘텐츠가 조화를 이루는 것이 특징입니다. 걷다 보면 시선이 머무르고 발걸음이 자연스럽게 이어지는 구조가 특히 인상적입니다.

럭셔리 뷰티의 정수, 샤넬 & 디올

리뉴얼에서 가장 눈에 띄는 변화는 럭셔리 뷰티 매장의 위상입니다. 샤넬과 디올 뷰티 매장은 기존보다 면적을 확장하고, 메이크업·향수·스킨케어 전 라인업을 갖춘 ‘뷰티 플래그십 스토어’로 업그레이드되었습니다. 특히 샤넬 뷰티 매장에는 VIP 고객을 위한 컨설팅 존을 신설해 우수고객을 대상으로 보다 전문적인 상담 서비스를 제공하고 있습니다. 에스티로더 매장 역시 브랜드를 입체적으로 경험할 수 있는 공간으로 변화했습니다.



공기를 바꾸는 한 방울, 향수 매장

백화점 매장에 들어서면 코끝에서부터 존재감을 알리는 향수. 이번 리뉴얼에서는 향수 매장도 눈에 띄게 달라졌습니다. 최근 ‘젠더리스 퍼퓸’ 트렌드를 반영해, 성별 구분 없이 즐길 수 있는 프리미엄 니치 향수 브랜드를 대폭 강화했습니다. 메종마르지엘라 퍼퓸과 로에베 퍼퓸 매장을 서울 동북 상권 최초로 선보였으며, 디프티크, 바이레도, 불리 등 다양한 럭셔리 향수 브랜드도 한 자리에서 만나볼 수 있습니다.

미의 연결고리, 주얼리 전문관

한편, 뷰티관 리뉴얼 오픈에 이어 지난 2월 26일에는 ‘주얼리 전문관’도 새롭게 선보였습니다. 뷰티와 주얼리 구매 고객의 높은 연관성을 고려해 두 공간을 연결한 것이 특징입니다. 디디에두보, 비체, 론드, 엠디루사 등 총 12개 K-프리미엄 주얼리 브랜드를 이곳에서 만나볼 수 있습니다.



롯데백화점 노원점
김도유 집화팀장

“롯데백화점 노원점은 뷰티관과 주얼리관을 연결해 ‘토탈 뷰티’ 경험을 제공하는 것이 강점입니다. 연꽃이 고요한 연못 위에서 아름답게 피어나듯, 고객이 일상 속에서 자연스럽게 아름다움을 발견할 수 있는 공간으로 자리 매김하고자 합니다. 우아한 아름다움으로 빛나는 일상을 경험해 보세요..”

봄 담은 인사 '딸기' 베리 머치~

롯데웰푸드 한정판 딸기맛 시리즈



SNS 인증샷 릴레이를 부르는 롯데웰푸드 딸기 시리즈가 올해도 어김없이 돌아왔다. 달콤하면서도 상큼한 맛으로 '맛잘리'들의 장바구니 필수 아이템으로 자리 잡은 딸기 시리즈! 바삭한 식감, 촉촉한 감촉, 쫄쫄한 재미까지 다채로운 즐거움을 선사하는 딸기 시리즈의 리얼 후기를 모았다.

Text. 편집실

제주 넘은 봄, 둘레길 위 K-디저트

장아름 롯데호텔앤리조트



신청 사연

평소 딸기 디저트를 정말 좋아하는데 딸기와 다른 맛을 조합한 콘셉트라 어떤 조합일지 궁금했어요! 평소 즐겨 먹는 간식 브랜드라 새로운 시즌 한정 제품을 직접 맛보고 솔직한 후기를 남기고 싶어서 신청하게 되었습니다.

멀리 제주 섬나라까지 찾아와준 딸기 시리즈를 한가득 챙겨고 주말에 둘레길에서 만난 사람들과 함께 즐기게 됐어요. 찹떡파이 좋아하는데 새로 나온 맛이냐며 궁금해 한 사람, 딸기맛 말랑카우에 눈이 번쩍 뜨인 아기까지 반응이 뜨거웠습니다. 계단 오르기 싫어하는 형제들에게는 크런키 더블크런치바로 응원을, 외국인 관광객에게는 찹떡파이로 한국 과자의 풍미를 전할 수 있어 뿌듯했습니다. 이런 재미있는 맛 조합의 신상 간식이 계속 나오면 좋겠어요~



4살 아기의 쌍따봉 원픽!

나경윤 롯데호텔앤리조트



신청 사연

딸기와 과자를 너무 좋아하는 4살 딸이와 평소 마트에서 잘 보기 힘들었던 봄맞이 한정판 딸기과자를 맛보고 싶어 신청했어요~

아이의 조그마한 입에 쏙 들어가도록 종류 별로 조금씩 잘라 골라먹을 수 있게 주었더니 '쌍따봉'을 날려가며 정말 행복하게 먹었습니다. 다 먹고 나서 최고로 맛있었던 과자를 하나 골라 달라고 했더니, ABC초코쿠키를 1등으로 뽑더군요! 저의 1등은 빼빼로와 말랑카우였습니다. 피스타치오 맛이 강하게 난 뒤 은은하게 따라오는 딸기향이 너무 좋았고, 빼빼로는 바삭, 상큼, 달콤해서 그 자리에서 한 봉지를 '순삭' 했습니다. 딸기 시리즈를 다 먹고 나면 아이와 마트에 가서 직접 구매할 의사 100%입니다. 딸과의 사랑스러운 추억 만들어주셔서 감사합니다.



딸과 함께 딸기 파티!

김지현 롯데칠성음료



신청 사연

첫째 딸을 임신했을 때 딸기를 즐겨 먹어서 그런지 '과일러버'로 자란 첫째는 과자도 특히 딸기맛을 정말 좋아해요. 엄마, 아빠 회사에서 만드는 딸기 시리즈의 매력을 알게 해주고 싶어 신청했습니다.



주말 아침, 가족과 식탁에 도란도란 모여앉아 디저트 타임을 가졌습니다. 종류별로 다양한 딸기 풍미를 경험할 수 있었어요. 특히 초코쿠키를 먹을 때 아이가 다 먹겠다며 엄마, 아빠에게 절대 나눠주지 않겠다는 엄포를 놓기도 했습니다. 딸기 바나나 크런치는 바삭바삭, 찰떡파이는 말랑쫄득, 뽀빠로는 입 안에서 툭툭 튀는 느낌을 받았습니니다. 특히 말랑카우는 피스타치오의 고소한 맛과 딸기의 상큼한 맛이 잘 어우러져 앉은 자리에서 한 봉지를 다 먹을 정도였어요. 덕분에 엄마, 아빠가 다니는 회사에 대한 자긍심도 느끼게 해주어 뿌듯했습니다!

달달구리 가족의 딸기 사냥

장민경 롯데캐피탈



신청 사연

저녁마다 온 가족이 산책하며 편의점 '롯데웰푸드 신상 과자 투어'를 다니는 짠팬 집안입니다. 말차맛, 이번 한정판 딸기 시리즈는 인기가 많아 구하기가 쉽지 않았네요. 매일 밤 동네를 헤매는 저희 '달달구리 러버' 가족에게 달콤한 행운을 선물하고 싶어 신청했습니다.

보통 딸기맛 과자는 너무 달아서 금방 물리기 마련인데, 롯데웰푸드의 딸기 시리즈는 과하게 달지 않으면서도 과자마다 크림치즈, 요거트, 초코를 적절히 활용해 다채롭고 풍부한 맛을 즐길 수 있어 만족스러웠습니다. 특히 '찰떡파이 스트로베리 크림치즈'는 아버지가 앉은 자리에서 10개 중 7개를 연달아 드실 정도로 입맛을 제대로 저격했습니다. 'ABC 초코쿠키 딸기맛'은 복분자딸기로 맛을 내서인지 뒷맛이 텁텁하지 않고 산뜻했습니다. 덕분에 가족들과 맛있는 간식 파티를 즐길 수 있었어요!



딸기와 바나나의 우정 소환

원재은 한국후지필름



신청 사연

딸기 러버로서 이번 신제품 맛이 기대되어 리뷰왕을 신청하게 되었는데요, 제품을 다양하게 보내주셔서 깜짝 놀랐습니다. 친구들과 나눠먹으며 제철 딸기만큼이나 달콤한 시간을 보냈습니다!

친구들 사이에서 특히 인기가 많았던 제품은 크런키 더블크림 치버였어요. 상큼한 딸기코팅과 부드러운 바나나 크림 그리고 바삭한 식감이 정말 조화롭게 어우러졌어요. 이쯤대로 딸기가 바나나 친구와 손을 꼭 잡고 있는 느낌이랄까요? 저는 ABC초코쿠키가 마음에 쏙 들었는데, 딸기맛 화이트초코와 씹새름한 초코쿠키가 어우러져 계속 손이 가는 맛이었습니다. 찰떡파이는 인증샷을 남기기도 전에 순식간에 사라져 '브이' 대신 '찰떡파~이!' 포즈로 제품을 합성해봤어요~

봄날의 달콤 상큼한 핑크빛 데이트

안국영 롯데정밀화학



신청 사연

여자 친구가 딸기를 정말 좋아해서 이번 기회에 딸기 시리즈 제품들을 함께 맛보고 싶어 신청했습니다. 평소 새로운 간식이나 디저트를 즐기는 편이라, 롯데웰푸드의 다양한 딸기맛 제품을 함께 맛보며 달콤한 시간을 보내고 싶었습니다.

이번 롯데웰푸드 딸기 시리즈는 모두 기대 이상이었습니다. 크런키 특유의 바삭한 식감에 딸기와 바나나의 달콤함까지 더해진 '크런키 스트로베리&바나나', 쫄깃한 찰떡과 부드러운 크림의 식감 그리고 달콤한 딸기맛이 어우러진 '찰떡파이 스트로베리&크림치즈'는 한 번 먹으면 멈출 수 없는 마성의 디저트였어요. 부드러운 빵 안에 상큼한 딸기와 요거트 크림이 가득 들어있는 '카스타드 스트로베리&요거트'는 아침대용이나 간식으로 제격입니다! 제품마다 딸기 고유의 상큼함이 잘 살아있어, 봄날의 간식으로 강력 추천합니다.

추억은 방울방울

〈롯데월드 아쿠아리움〉 관람기

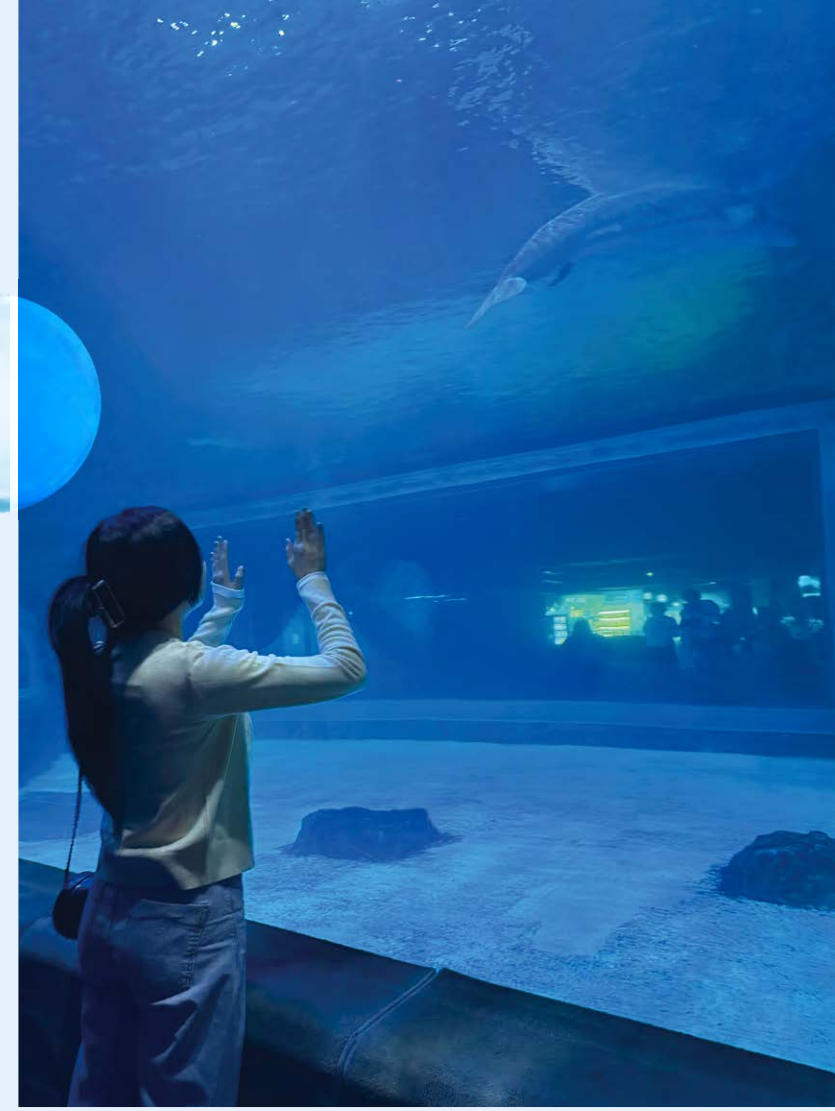


잔잔히 흐르는 물빛과 유유히 헤엄치는 해양 동물을 따라 시선을 옮기다보면, 익숙한 하루는 어느새 새로운 감각과 설렘으로 채워진다. 소중한 사람과 함께 〈롯데월드 아쿠아리움〉을 찾은 롯데인들이 저마다의 방식으로 특별한 하루를 즐겼다.

Text. 편집실

웃음이 넘실넘실, 할머니와의 데이트

최정민 롯데면세점



신청 계기

우연히 게시글을 보다가, 평소 가보고 싶었던 아쿠아리움 이벤트 소식에 신청하게 됐습니다. 할머니께서 오래전부터 물고기를 좋아하시고 키우셨지만, 연세가 있으셔서 이제 직접 키우지 못하시기에 깜짝 선물로 신청했습니다.

기억에 남는 순간

넓은 공간을 이동하느라 할머니가 불편하실까 걱정했지만, 그건 기우였습니다. 통행 제약 없는 구조와 동선 덕분에 휠체어나 유모차를 이용하는 관람객도 편안하게 이동할 수 있었고, 시설 곳곳이 노약자 친화적으로 잘 설계되어 마음 놓고 관람할 수 있었습니다. 덕분에 다양한 연령대의 관람객들과 함께 여유로운 시간을 즐길 수 있었어요. 이날의 하이라이트는 단연 수조 속을 유유히 헤엄치는 벨루가였습니다. 장난스럽게 수조를 돌아다니며 애교를 부리는 모습에 할머니와 저 모두 아이처럼 웃으며 한참을 머물렀습니다. 바닷속 풍경을 가까이에서 마주하며 보낸 순간순간이 소중한 추억으로 오래 남을 것 같아요.

벨루가와 함께 동심으로 풍덩!

송경자 롯데월드푸드



신청 계기

〈롯데월드 아쿠아리움〉은 저에게 특별한 의미가 있습니다. 결혼 전 연애 시절, 롯데월드타워 건설 현장에서 근무하던 남편과의 추억이 깃든 곳이기도요. 이번에 초등학교에 입학한 아들에게도 '아빠가 이곳을 만드는 수많은 사람 중 한 명이었다'고 자랑스럽게 얘기해주고 싶어 신청했습니다.

기억에 남는 순간

일요일 이른 시간 방문해서인지 〈롯데월드 아쿠아리움〉은 한결 한산했습니다. 어른과 아이 모두 동심으로 돌아간 듯, 즐거움과 설렘이 가득한 표정이 눈에 띄었습니다. 가장 인상 깊었던 곳은 수중 터널과 메인 수족관이었습니다. 가오리와 상어의 배 부분까지 가까이 볼 수 있는 수중 터널, 수많은 물고기들이 어우러진 메인 수족관은 마치 바닷속을 걷는 듯한 신비로운 경험을 선사했습니다. 그중에서도 벨루가의 인기가 대단했습니다. 큰 몸집에 귀여운 얼굴, 근육질처럼 탄탄한 몸통까지, 아이들이 눈을 떼지 못하며 즐거워했습니다. 좋은 기회를 마련해주신 덕분에, 이번 방문은 아이들에게도 저에게도 오래도록 기억에 남을 소중한 추억이 되었습니다. 하루 종일 바닷속 풍경과 벨루가의 귀여운 모습 속에서 마음껏 행복을 느낄 수 있던 시간이었습니다.



상어와 함께 뚜루루뚜루~

류다운 롯데케미칼

신청 계기

평소 바다 생물에 관심이 많은 9살 아들이 최근 OTT에서 〈찾아라! 세상의 모든 상어〉를 시청한 뒤로 상어에 대한 호기심이 부쩍 늘었습니다. 때마침 롯데 사보의 아쿠아리움 이벤트 게시물을 접하게 되어 좋은 기회라 생각해 신청했습니다.

기억에 남는 순간

토요일 오후, 예상대로 주차 경쟁은 치열했지만 〈롯데월드 아쿠아리움〉에 들어서자마자 펼쳐진 바다 생물의 신비로운 모습과 시각적 즐거움이 힘듦을 단번에 잊게 해주었습니다. 상어에 푹 빠진 아들은 곧장 상어부터 보고 싶어 했지만, 처음부터 천천히 순차적으로 둘러보기로 했습니다. 곳곳에 포토존과 먹이주기 체험, 기념품 매장 등 다양한 즐길 거리가 잘 배치되어 있어 지루할 틈이 없었고, 무엇보다 다채로운 해양생물들을 관찰하는 재미가 쏠쏠했어요. 지하 2층 메인 수조에서 마주한 상어는 날카로운 이빨과 몸집에서 뿜어 나오는 위용이 감탄을 자아냈습니다. TV에서만 보던 상어를 실제로 보자 신기함을 감추지 못하던 아들은 곧 상어에 대한 설명을 줄줄이 읊어 저를 깜짝 놀라게 했습니다. 상어와 가오리의 먹이 배틀은 시간을 맞추지 못해 볼 수 없었지만, 새로 입장한 카피바라와 펭귄이 그 아쉬움을 달래주었네요. 가족 모두 〈롯데월드 아쿠아리움〉의 매력에 흠뻑 빠진 흥미로운 하루였습니다.



2026년도 사보 <롯데> 관심도 평가 고사 봄호 탐구 영역

정답 제출 기간 4월 6일(월)~4월 24일(금)

당첨자 발표 개별 연락

만점자에게는 추첨을 통해 소정의 기프티콘이 제공됩니다.

1. 다음 중 봄호 표지의 테마를 고르시오.



- ① Shape Up; 주력사업에 대한 혁신
- ② Grow Up; 안주하지 않는 성장
- ③ Set Up; 변화에 대한 선제적 대응
- ④ Step Up; 과감한 도전 정신

2. 27만여 개의 빛으로 도심을 물들이며, 'Wish Shines On'이라는 주제로 펼쳐진 이 행사의 이름은?



- ① 2026 롯데 루미나리에
- ② 2026 잠실 빛 축제
- ③ 2026 롯데 미디어 파사드
- ④ 2026 롯데 루미나리에

3. 롯데리아 싱가포르 1호점이 입점한 장소로, 롯데리아만의 '다이닝 데스티네이션'을 경험할 수 있는 이곳은?

- ① 싱가포르 국립박물관
- ② 주얼 창이공항
- ③ 싱가포르 머라이언 공원
- ④ 싱가포르 마리나 베이 샌즈



4. 최인호 작가의 소설 <몽유도원도>를 원작으로, 전통 동양미와 현대 기술을 결합한 미디어 아트를 통해 완성도 높은 무대를 선보이는 이 뮤지컬은?

- ① 무릉도원
- ② 몽중도원
- ③ 몽유도원
- ④ 몽셀도원



정답 제출 방법



QR코드를 인식해 네이버 폼에 접속한 뒤 정답을 보내주세요!
(기프티콘 전달을 위해 이름 및 전화번호 등의 개인정보 입력이 필요합니다)

REPORTER

사보기자

식품

FOOD

롯데웰푸드
김채윤(홍보팀)

롯데칠성음료
이태열(홍보팀)

롯데GRS
성민지(홍보팀)

롯데중앙연구소
차지은(연구지원팀)

롯데피플네트웍스
이수지(경영기획팀)

롯데상사
이동인(ESG팀)

유통

RETAIL

롯데백화점
김서현(홍보1팀)

롯데마트
이상욱(사업지원팀)

롯데슈퍼
최고은(사업지원팀)

롯데온
구단비(L.Town팀)

롯데홈쇼핑
이보은(커뮤니케이션팀)

코리아세븐
유다솔(홍보팀)

롯데하이마트
정유진(대외협력팀)

금융

FINANCE

롯데캐피탈
이하정(커뮤니케이션팀)

호텔

HOTEL

롯데호텔앤리조트
김민영(커뮤니케이션팀)

부산롯데호텔
노민정(부산판촉팀)

롯데면세점
박주안(커뮤니케이션팀)

롯데월드
이소정(커뮤니케이션&CSR)

롯데제이티비
손유진(IT/기획팀)

화학

CHEMICAL

롯데케미칼
김수지(커뮤니케이션팀)

롯데알미늄
황휘경(ESG기획팀)

롯데에너지머티리얼즈
홍다희(HR팀)

건설·렌탈·인프라

CONSTRUCTION·RENTAL-INFRA

롯데건설
이수연(홍보부문)

롯데물산
이종화(홍보팀)

롯데CM사업본부
조종현(경영기획팀)

롯데글로벌로지스
이관용(커뮤니케이션팀)

롯데이노베이트
박상혁(커뮤니케이션팀)

롯데컬처웍스
이수정(커뮤니케이션팀)

대흥기획
신지원(PR셀)

캐논코리아
김려경(MarCom2팀)

한국후지필름
김지현(커뮤니케이션팀)

롯데자이언츠
김민지(홍보팀)

롯데재단
이채윤(홍보팀)

롯데문화재단
김규림(마케팅팀)

롯데의료재단
김경문(커뮤니케이션팀)

롯데미래전략연구소
서준(경영기획팀)

롯데바이오로직스
이상호(홍보팀)

롯데멤버스
김다혜(홍보셀)

편집후기

사보 불호 제작에 참여해 주신 모든 분께 감사드립니다. 계속해서 사보에 많은 관심 부탁드립니다!

사보 '롯데'에 관한 다양한 의견을 듣고자 합니다. 콘텐츠에 대한 자유로운 의견을 아래 메일로 보내주세요!
강성은: kang@lotte.net / sabolotte@naver.com

세계 속 롯데라는 랜드마크

가장 가까운 곳에서
가장 먼 곳까지

세계인의 일상 속에
롯데가 늘 함께하겠습니다

오늘을 새롭게
내일을 이롭게
롯데

