

SPECIAL THEME
Shape Up
주력사업에 대한 혁신

롯데

FORWARD

2026 SUMMER VOL. 566

2026 SUMMER

VOL. 566



오늘을 새롭게, 내일을 이롭게. 롯데



웹진으로 접속하세요.

SPECIAL THEME

Shape Up

2026 SUMMER
VOL. 566

社報 「롯데」 季刊 566호

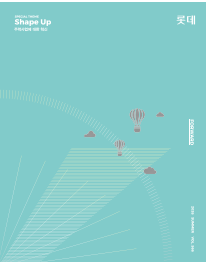
발행일
2026년 7월 1일

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



높이 오르는 궤적은 작은 변화가 차곡차곡 쌓일 때 완성됩니다.
2026년 롯데는 현장의 변화를 혁신으로 연결하며 주력사업의 새로운 경쟁력을 만들어가고 있습니다. 2026년 여름호 커버 메시지는 'Forward'를 위한 두 번째 단계, 'Shape Up'입니다.

SPECIAL STORY



04 글로벌 L
베트남에서 꽃핀 K리테일
신동빈 회장, 베트남 사업 현장경영

06 L 인사이트
도전이 만든 빛나는 순간
2026 롯데 어워즈

LOTTE STORY



08 ISSUE 01
차오르는 숨, 벅차오른 감동! 2026 롯데월드타워 스카이런

12 ISSUE 02
오래된 미래로 타임워프! 스타워즈 데이 2026 IN 잠실

16 ISSUE 03
가족, 그 따뜻한 힘 '롯데 MOM편한 페스티벌 & 가족상 시상식'

20 ISSUE 04
K-열풍 타고 글로벌 순항
롯데 대한민국 브랜드 엑스포 in 남유럽

22 INSIDE LOTTE 01
결이 다른 한 끼, 오늘좋은 숨결통식빵

24 INSIDE LOTTE 02
3년 만의 귀환, 롯데면세점 다시 인천공항으로

26 INSIDE LOTTE 03
가장 먼저, 가장 새롭게! 롯데백화점 인천점 프리미엄 리뉴얼

28 INSIDE LOTTE 04
베트남 물류 영토 확장의 새 길, 동나이 콜드체인 센터 본격 가동

30 INSIDE LOTTE 05
추억은 레벨 업, 설렘은 만렙! 메이플스토리 인 롯데월드

32 CSR
함께 완성한 성장의 심포니 '2026 롯데 행복나눔 동행콘서트'

34 시네마 돌보기
<다윗>

CULTURE STORY



36 타임머신 롯데
배움에 칼되는 없었다

40 한 입 인사이트
추천은 시가, 선택은 내개!
AI로 진화한 롯데의 쇼핑 경험

42 L 프레임
일상 리셋!
인생 휴양지 한 컷

44 지금 만나러 갑니다
덕질도 쇼핑도 홈런~
잠실 롯데월드몰 '롯데자이언츠 공식 굿즈샵' 방문기

48 리뷰왕
뽕뽕한 품미 짝~ 찬 즐거움 한입!
롯데리아 번트비프버거

52 티켓 딜리버리
키치한 상상력의 무한 확장
<VERDY : I Believe in Me> 관람기

56 독자퀴즈

베트남에서 꽃핀 K리테일

신동빈 회장, 베트남 사업 현장경영



‘K리테일’의 열기로 뜨거운 베트남 하노이. 그 중심에 선 롯데몰 웨스트레이크 하노이가 누적 방문객 3,000만 명을 돌파하며 글로벌 롯데의 경쟁력을 입증하고 있다. 올해 첫 해외 현장 경영에 나선 신동빈 회장의 행보는 베트남 일상 속에 깊이 스며든 롯데의 성장 가능성을 확인하는 여정이었다.

Text. 편집실



지난 4월 23일 베트남 하노이에 위치한 롯데몰 웨스트레이크 하노이를 찾아 올해 첫 해외 현장경영을 펼친 신동빈 회장



롯데몰 웨스트레이크 하노이의 롯데몰과 롯데마트 매장 사찰 현장

30년 신뢰 위에 쌓은 3,000만 발걸음

신동빈 롯데그룹 회장이 지난 4월 21일부터 24일까지 베트남 하노이를 방문해 올해 첫 해외 현장 경영을 펼쳤다. 지난 2023년 9월 정식 오픈한 롯데몰 웨스트레이크는 롯데백화점, 롯데마트, 롯데호텔, 롯데월드 아쿠아리움 등 그룹 계열사의 핵심 역할을 집약한 대형 복합몰이다. 신 회장은 4월 23일 이곳을 방문해 베트남 진출 주요 계열사의 사업 현황을 보고 받고 각 사업 현장을 꼼꼼히 챙기며 직접 점검에 나섰다.

현지에서 ‘K리테일’의 성공 모델로 자리매김한 롯데몰 웨스트레이크는 올해 3월까지 누적 방문객 수 3,000만 명을 돌파했으며, 지난해 말 누적 매출은 6,000억 원에 달한다. 연내 매출 1조 원 달성도 머지않았다.

현지인 삶 속 깊숙이, ‘민간 외교’의 저력

신 회장은 롯데몰 웨스트레이크 내에 마련된 유소년 축구 예능 TV프로그램 ‘까우투니(Cau Thu Nhi)’ 홍보관도 찾았다. 2011년부터 베트남 국영방송 VTV와 공동 기획·제작한 일명, 베트남 판 ‘축구왕 슛돌이’로 현지에서 인기몰이 중이다. 신 회장은 김상식 베트남 축구 국가대표팀 감독과 만나 선전을 기원하며, 유망주 육성에 대한 지원 의지를 전했다. 그밖에도 부 다이 탕 하노이시 인민위원장, 또 안 쏘 당서기장 및 국가주석 보좌관 등 베트남 주요 인사들과 만나 지난 30여 년간 투자를 이어온 롯데그룹의 성과를 언급하며 도시 개발 및 투자 협력 방안을 논의했다. 한편, 인도네시아 경제사절단장, 필리핀 경제사절단 일원으로도 활약한 신 회장은 이번 베트남 방문을 통해 롯데가 아시아와 한국을 잇는 민간 외교의 축임을 다시 한번 보여줬다.

롯데 성장로드 in 베트남

1998 ○	2008 ○	2013 ○	2014 ○	2023 ○	2025 ○
롯데GRS	롯데마트	롯데컬처웍스	롯데호텔	롯데백화점	롯데글로벌로지스
점포 수 260개	점포 수 15개	점포 수 44개	점포 수 3개	점포 수 3개	점포 수 1개
주요 사업 롯데리아, 엔젤리너스	주요 사업 남사이공점, 하노이센터점, 다낭점 등 대형마트	주요 사업 영화관 (롯데시네마)	주요 사업 롯데호텔 사이공, 롯데호텔 하노이, L7 웨스트레이크 하노이 바이 롯데	주요 사업 백화점 2개점 (롯데센터 하노이점, 호치민점) 쇼핑몰 1개점 (롯데몰 웨스트레이크 하노이점)	주요 사업 다낭공항, 나트랑김관공항점, 하노이공항점
				주요 사업 아쿠아리움	주요 사업 동나이 골드 체인 센터

도전이 만든 빛나는 순간

2026 롯데 어워즈

고객가치를 높이고 그룹의 경쟁력을 키우기 위한 도전은 오늘도 계속된다. 롯데는 지난 6월 8일 롯데호텔 월드에서 '2026 롯데 어워즈'를 개최하고 지난 한 해 동안 혁신과 도전으로 의미 있는 성과를 창출한 임직원들을 격려했다. 올해는 글로벌 무대에서 브랜드 경쟁력을 높인 롯데호텔앤리조트가 대상을 수상하며 가장 큰 주목을 받았다.

Text. 편집실



롯데의 의전 · 케이터링 역량이 담긴 APEC 정상회의 오찬 메뉴 (우측 하단 이미지)

국격을 높인 롯데의 품격

올해 롯데 어워즈 대상은 롯데호텔앤리조트에 돌아갔다. 롯데호텔앤리조트는 2025 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의 만찬을 비롯한 주요 공식 행사의 의전과 케이터링을 성공적으로 수행하며 글로벌 브랜드 경쟁력을 한 단계 끌어올렸다는 평가를 받았다.

행사 기간 동안 조리과 서비스 담당 직원 400여 명을 현장에 투입하고, 사전 의전 서비스 교육을 진행하는 등 전사적 역량을 집중해 성공적인 행사 운영을 이끌었다. 이를 통해 전 세계에서 모인 각국 정상과 기업인들에게 롯데의 서비스 품질과 브랜드 가치를 알린 성과를 인정받아 대상 수상의 영예를 안았다.

도전을 혁신으로, 한계를 기회로!

올해 롯데 어워즈에서는 브랜드와 디자인의 전략적 가치를 확대하기 위해 브랜드·CX디자인 부문이 새롭게 신설됐다. 첫 수상의 주인공은 하이엔드 주거 브랜드 '르엘'을 구축한 롯데건설과 브랜드·공간 리뉴얼을 통해 고객 경험을 강화한 롯데GRS였다.

영업·마케팅 부문에서는 '흑백요리사' 나폴리맛피아 협업 상품을 선보인 롯데GRS와 '칸초'의 지속 성장을 이끈 롯데웰푸드,

친환경 플라스틱 TV 하우징 적용으로 시장 경쟁력을 높인 롯데케미칼 첨단소재가 최우수상을 수상했다. R&D 부문에서는 배터리 분리막용 PP 제품을 개발한 롯데케미칼 기초소재가 선정됐으며, 도전 정신을 기리는 챌린지 부문은 롯데정밀화학이 차지했다. 롯데정밀화학은 친환경 고효율수성 수지 개발 과정에서 토양 보습제라는 새로운 시장을 발굴하며 사업 전환에 성공했다. 기존의 한계를 새로운 기회로 전환해 성과로 이어낸 과정은 롯데의 도전 DNA와 저력을 다시 한번 입증했다.



2026 롯데 어워즈 세리머니에 함께한 롯데이노베이트 휴머노이드 로봇 '로이(ROI)'

차오르는 숨, 벅차오른 감동! 2026 롯데월드타워 스카이런

국내 최고층 건물 롯데월드타워가 수직 마라톤 무대로 변신했다. 지난 4월 19일 열린 '2026 롯데월드타워 스카이런'(이하 스카이런)은 롯데월드타워 1층부터 123층까지 높이 555m, 총 2,917개 계단을 걸어 오르는 국내 최고 높이 수직 마라톤 대회다. 방화복을 입은 소방관, 구명조끼를 착용한 해양경찰, 뇌성마비 환자, 83세 최고령 참가자까지. 스카이런은 올해도 도전과 나눔, 연대의 가치를 함께 완성했다.

Text. 이종화 매니저_ 롯데물산 홍보팀



국민 히어로들의 도전

스카이런은 누구나 도전할 수 있는 대회답게 참가자 구성도 다채로웠다. 도전자 중에는 실전 장비를 착용한 소방관과 구명조끼를 두른 해양경찰도 포함됐다. 초고층 빌딩의 비상훈련이 아닌, 심기일전을 위한 영웅들의 도전이었다. 화재 현장에서 착용하는 방화복과 산소통 등 장비를 완전히 갖춘 채 완주한 소방관들은 시민의 안전을 지키는 사명감을 보여줬다. 해양경찰 역시 구명조끼를 두르고 계단 레이스에 나섰다. 해양경찰청 소속 박시명 경장은 “바다의 안전벨트인 구명조끼 착용 문화 확산 등 생명을 지키는 실천에 해양경찰이 늘 함께 하겠다”고 참가 소감을 전했다. 이날 국민 히어로들의 도전은 현장에 깊은 울림을 남겼다.

모두에게 열린 123층

올해 스카이런을 더욱 빛낸 것은 한계를 뛰어넘은 저마다의 도전이었다. 부모의 손을 꼭 잡고 참가한 4살 어린이부터 83세 최고령 참가자까지 세대를 아우르는 열정이 현장을 채웠다. 성인 보호자와 어린이가 한 팀이 되어 함께 계단을 오르는 '키즈 스카이런'은 올해 총 50개 팀이 참가해 특별한 추억을 만들었다. 83세의 최고령 참가자는 롯데월드타워에 오르며, 도전에는 한계가 없음을 증명했다. 미국·멕시코·프랑스·필리핀·말레이시아 등 20개국의 외국인 참가자들도 대한민국 대표 랜드마크를 오르는 이색 경험에 함께했다. 특히 올해로 2년 연속 참여한 뇌성마비 환자의 도전은 많은 이들에게 깊은 울림을 전했다. 한 계단씩 천천히 123층을 향해 나아가는 모습은 그 자체로 '불가능은 없다'는 메시지였다. 이 밖에도 은퇴한 체육인, 보바스어린이병원 초청 참가자들이 함께하며 '모두를 위한 축제'라는 행사 가치를 실현했다.





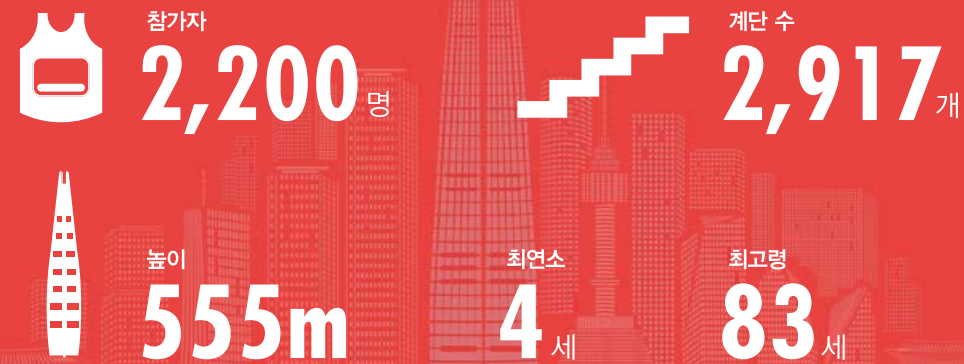
인간과 로봇, 함께 정상으로

올해 스카이런에서는 인간과 로봇이 함께하는 이색 풍경도 펼쳐졌다. 롯데이노베이트 휴머노이드 로봇 '로이(RO)'는 대회 전날 공식 유니폼을 입고 스카이런 코스인 롯데월드타워 위 계단을 직접 올라 피지컬 AI 기술의 가능성을 선보였다. 대회 당일에는 참가자들의 스트레칭을 이끌고 출발 지점부터 행사 피날레까지 함께하며 도전의 여정을 응원했다. 롯데온 임직원들은 AI웨어러블 로봇 '하이퍼셀'을 착용한 채 123층 완주에 나섰다. 하이퍼셀은 계단 이동과 같은 고강도 환경에서도 안정적인 보조 기능을 제공하는 제품으로, 이번 스카이런을 통해 웨어러블 로봇 기술의 실질적 활용성을 보여줬다.

한 걸음의 도전이 나눔이 되는 순간

대회 결과, 최근 37년 경쟁부문 수상자들이 참여하는 엘리트 부문에서는 로지 와타나베(일본)가 16분 08초 기록으로 남자 우승을, 유코 타테이시(일본)가 21분 19초로 여자 우승을 차지했다. 두 사람에게서는 롯데월드타워 높이인 555m의 의미를 담아 금 5.55g 기념 주화가 수여됐다. 완주자 전원에게는 완주 기념 메달과 디지털 완주기록증, 음료·간식 등으로 구성된 완주 키트가 제공됐다. 대회 참가비 전액 약 1억 원은 보바스어린이재활센터 어린이 재할 기금으로 전달돼 참가자들의 한 걸음, 한 걸음이 나눔의 가치로 이어졌다.

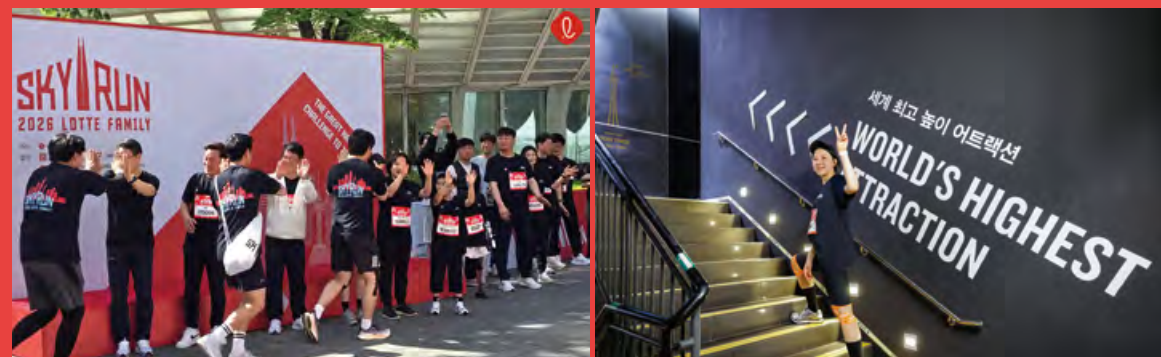
SKYRUN 2026 LOTTE WORLD TOWER 2026 롯데월드타워 스카이런의 기록



열정도 결속력도 수직상승! '2026 패밀리 스카이런'



스카이런 본선 하루 전인 4월 18일에는 롯데 임직원과 가족들이 참여한 '2026 롯데 패밀리 스카이런'이 열렸다. 올해는 '롯데 노사와 가족이 함께하는 아름다운 도전'을 테마로 화합과 응원의 시간이 마련됐다. 2018년부터 시작된 패밀리 스카이런은 롯데월드타워 정상이라는 공동의 목표를 향해 노사가 함께 도전하며 유연한 조직문화를 다지는 롯데의 대표적인 참여형 행사다. 대표이사부터 신입사원까지 한 팀이 되어 계단을 오르는 릴레이 경주를 포함해 서로를 응원하고 함께 완주하는 과정 속에서 뜨거운 동료애를 나눴다.



오래된 미래로 타임워프! 스타워즈 데이 2026 in 잠실

지구인지 머나먼 은하계인지 잠시 경계가 흐려지는 순간, 익숙한 스타워즈의 오프닝 테마가 귓가에 울렸다. 월드컵부터 서울스카이까지 공간 전체를 하나의 체험형 은하로 연결하며, 팬들과 가족 관람객을 동시에 사로잡은 '스타워즈 데이 2026 in 잠실' 현장이다.

Text. 편집실



우주 최강 귀요미, 그로구 잠실 착륙

올해 스타워즈 데이는 달랐다. '포스로 하나된 우리(One with the Force)'를 테마로 5월 1일부터 17일까지 롯데월드타워·몰 월드컵에서 역대 최대 규모의 체험형 콘텐츠가 펼쳐졌다. 이번 행사의 심장부는 단연 '스타워즈 아레나'였다. 중심에는 높이 10m에 달하는 '자이언트 그로구' 조형물이 우뚝 서 있었고, 사랑스러운 그로구의 눈망을 앞에서 어린이부터 성인 팬까지 발걸음을 멈췄다. 5월 27일 개봉한 <만달로리안과 그로구> 세계관으로 꾸며진 이곳은 이번 축제 최고의 포토 스폿으로 자리매김했다. 스타워즈 아레나 한편에서는 어린이 축제 '롯데·키즈 아트 스테이션'도 함께 열렸다. 미로 탐험부터 드로잉, 컬러링, DIY 사진 꾸미기 등 창작 활동과 함께, 디저트 맛집 '치즈케이크팩토리'와 협업한 '갤럭시 베이킹' 프로그램도 운영됐다. 미션을 완수한 아이들에게는 스타워즈 테마 굿즈가 선물로 주어졌다.



서울 도심에 집결한 스타워즈 군단

5월 4일과 5일, 잠실의 분위기는 절정으로 치달았다. 스타워즈 공식 팬클럽 '501군단 대한민국지부'가 등장하면서다. 다스베이더와 스톱트루퍼 코스튬을 완벽하게 재현한 팬들은 마칭밴드의 스타워즈 OST 연주에 맞춰 롯데월드타워 일대를 행진했다. 퍼레이드의 열기는 서울스카이까지 이어졌다. 전망대 메인층에서는 '501군단 대한민국지부'의 특별 포토타임이 진행됐다. 서울 도심을 배경으로 다스베이더와 스톱트루퍼가 등장하자 관람객들은 긴 줄을 서서 사진 촬영에 나섰다. 121층 전망대 유리창 너머로 서울 도심의 풍경이 광활하게 펼쳐진 가운데 스타워즈 캐릭터들이 한 프레임 안에 담기며 SNS 인증샷도 쏟아졌다.



서울스카이, 은하계로 광속이동

'STAR WARS : ABOVE THE GALAXY'는 이번 행사의 또 다른 하이라이트. 지하 2층부터 121층 전망대까지, 서울스카이 전체가 하나의 거대한 우주선으로 변모한 이번 전시는 단순한 포토존을 넘어 완전한 몰입형 테마 공간으로 설계됐다. 여정은 지하 1층 스타워즈 웰컴존에서 시작됐다. 입구에 들어서는 순간, 다스베이더와 스톱트루퍼 설치물이 관람객을 맞이했다. 입장 공간인 미디어 터널은 바닥부터 천장까지 이어지는 조명 연출과 스타워즈 캐릭터를 표현한 별자리가 어우러져, 마치 은하 속을 지나가는 듯한 기분을 자아냈다. 지하 2층의 '만달로리안과 그로구' 테마존은 일찌감치 팬들의 필수 코스로 자리 잡았다. 잠시 멈춰 포즈를 취하는 것만으로도 스타워즈 세계관의 일원이 된 듯한 기분을 선사했다. 하이라이트는 '스카이셔틀'이다. 내부에 설치된 LED 화면을 통해 구현된 워프 연출로 빛처럼 빠르게 지하 기지에서 우주로 이동하는 체험을 즐길 수 있다.



굿즈부터 인증샷까지 팬심 완성한 디테일

팬심은 결국 굼으로 완성된다. 서울스카이 지하 1층 '스타워즈 스페셜 스토어'에는 피규어, LED 키캡 키링, 마우스 장패드 등 취향을 저격하는 다양한 협업 굼즈가 가득 늘어섰다. 행사 한정 굼즈도 더해져 보는 즐거움을 더했다. 매표소 입구 원형 미디어 기둥에서는 스타워즈 시리즈 포스터가 순차적으로 흘러갔다. 관람객들은 자신이 가장 좋아하는 시리즈 포스터가 등장할 때마다 사진을 찍으며 '최애 영화 찾기'에 나섰다. 이번 '스타워즈 데이 2026 in 잠실'은 단순 IP 행사를 넘어, 잠실이라는 도시 공간 자체를 하나의 콘텐츠로 만들었다. 월드컵에서 시작된 은하 여행이 서울스카이까지 이어졌고, 축제 기간의 잠실은 분명 조금 다른 은하에 있었다.



가족, 그 따뜻한 힘 롯데 mom편한 페스티벌 & 가족상 시상식

돌봄은 아이의 하루를 채우고, 아이의 하루가 모여 미래를 완성한다. 롯데는 대표 사회공헌 브랜드 'mom편한' 10주년을 맞아 '롯데 mom편한 페스티벌'과 '제1회 롯데 mom편한 가족상' 시상식을 개최했다. 아이들과 가족이 함께한 축제와 건강한 가족 문화를 응원하는 시상식을 통해 돌봄과 가족의 가치를 되새기는 뜻깊은 시간을 마련했다.

Text. 편집실



롯데 사회공헌 브랜드 'mom편한'

'mom편한'은 롯데가 2017년부터 운영해 온 대표 사회공헌 프로그램이다. 가족과 아이의 마음이 편안한 사회를 만들기 위해 지역아동센터 환경 개선 사업인 'mom편한 꿈다락' 100호점, 공공형 실내의 놀이터 'mom편한 놀이터' 32곳 등을 조성하며 다양한 돌봄 활동을 펼치고 있다.

함께하는 돌봄의 가치 '롯데 mom편한 페스티벌'

지난 5월 19일부터 21일까지 서울시청 잔디광장에서 열린 '롯데 mom편한 페스티벌'은 단순한 축제를 넘어, 지난 10년간 롯데가 이어온 돌봄의 가치를 되새기는 자리였다. 롯데는 개회식을 통해 초록우산 어린이재단과 사회복지공동모금회에 아동 돌봄 환경 개선을 위한 총 5억 원 규모의 기부금을 전달하며 아이들이 더 나은 환경에서 성장할 수 있도록 힘을 보탰다.

페스티벌 행사장은 광장 중앙의 시간표 구조물을 중심으로 아침부터 저녁까지 아이들의 하루를 따라가는 동선으로 꾸며졌다. 총 4개 구역에서는 놀이와 체험, 휴식과 배움이 어우러진 다양한 프로그램이 운영됐다. 아이들에게는 즐거운 추억을, 부모들에게는 잠시의 여유와 공감을 선물하며 돌봄의 의미를 함께 나누는 시간으로 채워졌다.

아침부터 저녁까지 mom편한 하루!

이날 서울광장은 아이들의 하루를 그대로 옮겨놓은 듯했다. 지루할 틈 없이 뛰어 놀고, 배우고, 웃었다. 오전 테마존 '등갯길 미로탐험'에서는 미로를 통과하며 교통안전과 생활 속 안전 수칙을 자연스럽게 익혔고, '내 하루, 나의 권리 설계소'와 그림 전시 '아이의 하루, 그려진 마음'에서는 아동 권리와 돌봄의 의미를 되새기는 시간을 가졌다. 오후 테마존 아이들은 종이 소재로 꾸며진 'mom편한 놀이터'와 다양한 창의 체험 부스에서 자유롭게 낙서하며 상상력을 펼쳤다.

저녁 테마존 해가 질 무렵에는 잔디광장에 마련된 'mom편한 쉼' 공간에서 가족들이 빈백에 기대어 여유를 즐기며 하루를 마무리했다. 놀이와 배움, 휴식이 자연스럽게 어우러진 공간 곳곳에는 아이들의 웃음소리가 끊이지 않았다.



건강한 가족 문화를 향한 응원 '제1회 mom편한 가족상'

건강한 가족 문화를 실천하며 우리 사회에 따뜻한 변화를 만들어가는 이들을 응원하는 특별한 시상식이 열렸다. 롯데는 지난 5월 26일 시그니엘 서울에서 보건복지부, 초록우산 어린이재단과 함께 '제1회 롯데 mom편한 가족상' 시상식을 개최했다. 올해 처음 제정된 '롯데 mom편한 가족상'은 저출생과 가족 구조 변화 속에서 가족의 의미를 되새기고 건강한 가족 문화를 확산하기 위해 마련됐다.

시상은 출산·양육, 가족나눔, 가족다양성 등 3개 부문으로 나눠 진행됐으며, 각 부문별 개인과 단체 수상자에게 상금 2,000만 원이 수여됐다. 다양한 삶의 모습 속에서 가족의 의미를 되새긴 이번 시상식은 우리 사회가 지향해야 할 따뜻한 공동체의 모습을 다시 한번 생각하게 했다.

돌봄과 나눔으로 만든 특별한 이야기

개인 부문에서는 친자녀와 위탁 아동을 함께 양육하며 돌봄의 가치를 실천한 김숙 씨, 혈액암 투병 중에도 가족과 함께 꾸준히 봉사활동을 이어온 강혜령 씨, 이주민 공동체를 설립해 지역사회 정착을 지원한 이경숙 씨가 수상의 영예를 안았다. 단체 부문에서는 임산부의 출산과 자립을 지원하는 마리아모성원, 다문화 가족 봉사단을 운영하는 대구중구가족센터, 아프가니스탄 특별기여자의 안정적인 정착을 돕고 있는 울산 동구가족센터가 선정됐다.

수상자들의 이야기는 가족의 형태를 넘어 서로를 돌보고 지지하는 따뜻한 관계의 가치를 보여주며 깊은 울림을 전했다.

K-열풍 타고 글로벌 순항 롯데 대한민국 브랜드 엑스포 in 남유럽

롯데가 국내 우수 중소기업들과 함께 남유럽 시장 공략에 나섰다. 지난 5월 27일~29일 스페인 마드리드에서 열린 '롯데 대한민국 브랜드 엑스포 in 남유럽'은 현지 바이어와 소비자들의 뜨거운 관심 속에 성황리에 마무리되며 K브랜드의 글로벌 경쟁력을 다시 한번 확인하는 계기가 됐다.

Text. 편집실



3,356만 달러 수출상담 성과를 올린, 스페인 마드리드 '롯데 브랜드 엑스포' 현장

유럽이 반한 K-브랜드

K뷰티와 K푸드, K라이프스타일에 대한 관심이 유럽 곳곳으로 확산되면서 한국 문화가 새로운 트렌드로 자리 잡고 있다. 롯데는 이러한 흐름에 발맞춰 스페인 마드리드에서 '롯데 대한민국 브랜드 엑스포 in 남유럽'을 개최했다. 국내 우수 중소기업 50개사와 프랑스·영국·독일 등 유럽 7개 국 바이어 약 70개 사가 참여한 이번 행사는 한국 브랜드의 경쟁력을 알리고 새로운 비즈니스 기회를 모색하는 장이 됐다. 사흘간 총 522건의 수출 상담이 진행됐으며 3,356만 달러 규모의 상담 성과를 기록했다.

유럽
7개 국 70개 사
수출상담
522건



현지 바이어들과 일반 소비자들의 관심을 사로잡은 K-뷰티 팝업스토어

마드리드로 간 서울 미용실

이번 행사에서는 최근 남유럽 시장에서 인기를 얻고 있는 K-뷰티의 경쟁력이 돋보였다. 참가 기업의 상당수가 뷰티 분야 기업으로 구성된 가운데 현지 바이어들의 관심이 집중됐다. 일반 소비자를 대상으로 한 체험형 행사도 함께 운영됐다. '서울 미용실'을 콘셉트로 꾸민 K-뷰티 팝업스토어에서는 한국 뷰티 문화를 직접 경험할 수 있는 다양한 프로그램이 진행됐다. 에스테틱 존, 스타일링 존, 테라피 존 등으로 공간을 구성해 제품 체험 기회를 제공했으며, 한국식 세안법 시연과 퍼스널 컬러 진단 프로그램은 현지 방문객들의 큰 호응을 얻었다.

세계 시장을 잇는 롯데의 상생 플랫폼

'롯데 브랜드 엑스포'는 2016년 국내 중소기업의 해외 진출을 지원하기 위해 시작된 프로그램이다. 현재까지 총 22회 개최되며 1,600여 개 중소기업이 참여했고, 누적 상담건수 1만 1천여 건, 수출 상담금액 12억 달러 이상의 성과를 거뒀다. 2022년부터는 롯데그룹 차원의 동반성장 프로그램으로 확대 운영되며 더 많은 기업의 해외 진출을 지원하고 있다. 국내 중소기업의 우수한 제품과 세계 시장을 잇는 연결고리, 롯데 브랜드 엑스포가 K브랜드의 가능성을 세계로 확장하고 있다.

#서울미용실

#팝업스토어

#체험형행사



#상생플랫폼

#중소기업해외진출

결이 다른 한 끼 오늘 좋은 숨결통식빵

손으로 결 따라 찢으면 탄력 있게 뜯기고, 한입 베어 물면 촉촉함과 고소한 풍미가 퍼진다.
16만여 명 회원의 빵 커뮤니티 블라인드 테스트에서 응답자 60%가 1위로 선정한 '오늘 좋은 숨결통식빵'.

출시 한 달여 만에 롯데마트 · 슈퍼와 세븐일레븐에서 누적 28만 개 판매를 기록하며,
프리미엄 생식빵 시장의 판도를 바꾸고 있다.

Text. 김영호 대리_롯데마트 · 슈퍼



갓 만든 갓식빵 시대

외식 물가가 오르면서 간편하게 한 끼를 해결할 수 있는 '식사빵' 수요도 함께 늘고 있다. 하지만 8,000원대 프리미엄 제품과 3,000원 이하 저가형 제품 사이에서 소비자들이 느끼는 가격 부담과 품질 고민은 여전했다.

롯데마트 · 슈퍼와 세븐일레븐이 선보인 '오늘 좋은 숨결통식빵'은 이 틈새를 공략한 제품이다. 롯데중앙연구소의 특허 유산균 발효 공법을 적용하고 롯데웰푸드에서 생산해 전문 베이커리 수준의 품질을 구현하면서도 2,000원 대의 합리적인 가격을 갖췄다. 출시 직후부터 반응은 뜨거웠다. 롯데마트 온라인 그로서리 플랫폼 제타(ZETTA)와 오프라인 매장에서 품절 행진을 이어갔으며, 출시 한 달여 만에 롯데마트 15만 개, 세븐일레븐 13만 개 등 총 28만 개가 판매됐다. 세븐일레븐에서는 식빵 카테고리 판매 1위에 오르며 대표 히트상품으로 자리 잡았다.

특허 공법으로 완성한 치밀한 맛의 설계

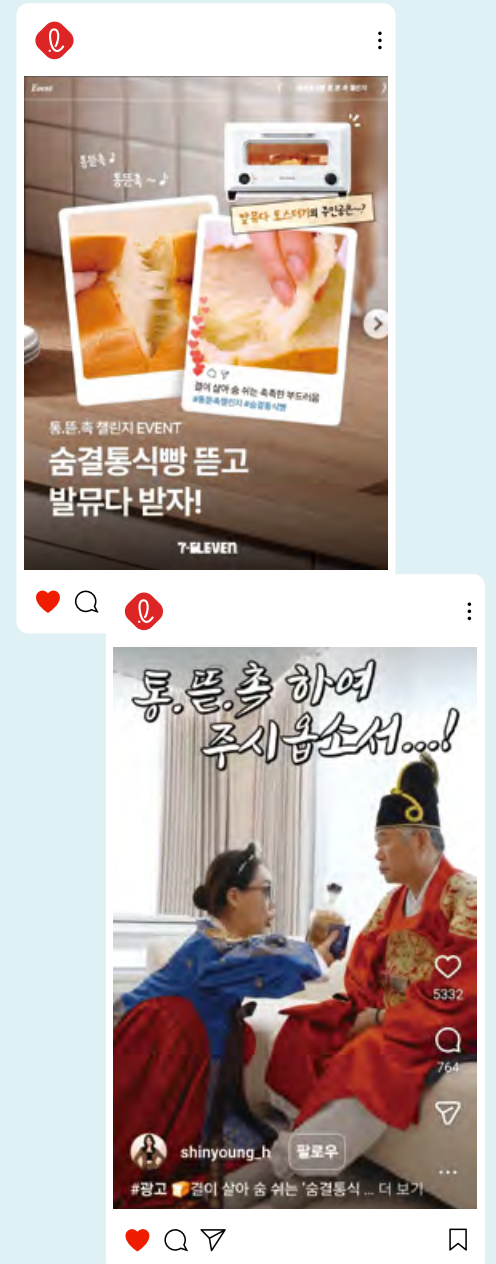
이름처럼 '숨 쉬듯 부드러운 결'을 의미하는 숨결통식빵은 '통뜯촉'이라는 별칭처럼 통째로 뜯어 먹을 때 가장 매력적인 식감을 느낄 수 있다.

부드러움의 비결은 롯데중앙연구소의 특허 유산균 발효 공법이다. 유산균 발효종(2.85%)이 글루텐 구조를 유연하게 만들어 결대로 매끄럽게 찢어 지는 식감을 구현했다. 여기에 벌꿀과 연유를 더해 은은한 단맛과 깊은 풍미까지 살렸다. 슬라이스 대신 400g 통식빵 형태로 선보인 것도 차별점이다. 원하는 두께로 잘라 샌드위치나 토스트로 즐기거나, 손으로 그대로 뜯어 먹어도 촉촉함을 오래 유지한다. 전자레인지에 약 20초만 데우면 갓 구운 생식빵 같은 풍미를 더욱 생생하게 느낄 수 있다.

프리미엄을 더 가까이

숨결통식빵의 인기는 소비자의 새로운 식문화와도 맞닿아 있다. SNS에는 프렌치토스트, 허니브레드, 빠네 파스타 등 다양한 활용 레시피가 잇달아 공유되며 입소문을 탔고, 직접 변형해 즐기는 '모디슈머' 트렌드와 만나 활용 범위도 한층 넓어졌다. 세븐일레븐이 선보인 출시 기념 할인 프로모션과 '통뜯촉 챌린지' 역시 소비자들의 자발적인 참여를 이끌어 열기를 더했다.

가격은 낮추고 품질은 높인 '오늘 좋은 숨결통식빵'. 프리미엄 생식빵의 문턱을 낮추고 '통뜯촉'이라는 새로운 즐거움까지 더하며, 롯데 대표 PB 상품으로 확고히 자리 잡았다.



3년 만의 귀환 롯데면세점, 다시 인천공항으로

대한민국 여행의 시작과 끝이 만나는 곳, 인천국제공항. 롯데면세점이 약 3년 만에 다시 글로벌 쇼핑의 관문을 열었다. 화장품·향수부터 주류·담배까지 전 구역 영업을 본격 시작하며 다시 한번 'K-면세 쇼핑'의 경쟁력 강화에 나선다.

Text. 박주안 대리_롯데면세점 홍보팀



다시 열린 롯데면세점의 하늘길

롯데면세점은 지난 4월 17일 인천국제공항 DF1 구역(화장품·향수/주류·담배) 영업을 시작하며 본격 운영에 돌입했다. 사업 기간은 영업 개시일로부터 최장 10년. 연간 6,000억 원 이상의 매출 확대 효과도 기대되고 있다. 이번 복귀는 단순한 재입점 이상의 의미를 가진다. 롯데면세점은 40여 년간 국내 면세 시장을 이끌어온 업력과 함께 김포·김해·제주공항은 물론 싱가포르 창이공항, 베트남 등 해외 거점 공항 운영 역량을 인정받아 지난 2월 인천국제공항 DF1 구역 사업자로 최종 선정됐다. 여기에 지난해 국내 면세사업자 가운데 유일하게 4개 분기 연속 흑자를 기록하며 안정적인 재무 경쟁력까지 입증했다.

현재 인천공항점에서는 샤넬·디올·라메르 등 향수·화장품 브랜드를 비롯해 발렌타인·조니워커·KT&G·정관장 등 주류·담배·식품까지 약 240개 브랜드를 운영 중이다. 전체 운영 면적은 터미널 1·2와 탑승동을 아울러 약 4,094㎡(1,240평) 규모로, 공항 이용객들의 편의를 높였다.

경험을 더한 면세 쇼핑의 진화

롯데면세점은 향후 순차적인 리뉴얼을 통해 인천공항점을 더욱 트렌디한 쇼핑 공간으로 강화할 계획이다. 내외국인 출국객의 소비 트렌드에 맞춘 브랜드와 상품 존을 확대하고, 디지털 체험형 콘텐츠도 매장 전면에 도입해 공항 쇼핑 경험의 차별화를 꾀한다.

인천공항점 오픈 100일을 기념한 특별한 행사도 선보일 예정이다. 인천공항점은 오픈 초기 대규모 프로모션인 '오픈ing 페스타'를 진행해 내·외국인 관광객의 큰 호응을 얻은 바 있다. 이번 100일 기념 행사는 성공적인 매장 안착을 축하하고 글로벌 브랜드 인지도를 한층 강화하는 것을 목적으로, 다채로운 프로모션을 선보일 예정이다. 이를 통해 인천공항점은 글로벌 관문에 위치한 핵심 매장으로서의 입지를 더욱 공고히 하고, 브랜드 경쟁력 제고에 기여할 것으로 기대된다.

글로벌 허브 공항, 인천국제공항에 다시 문을 연 롯데면세점은 더욱 트렌디한 브랜드와 차별화된 고객 경험을 앞세워 공항 쇼핑의 새로운 기준을 만들어갈 계획이다.

인천공항점 브랜드

약 **240**개

운영 면적

4,094m²

가장 먼저, 가장 새롭게! 롯데백화점 인천점 프리미엄 리뉴얼

롯데백화점 인천점이 3년에 걸친 대규모 리뉴얼을 마치고 ‘그랜드 오픈’에 나섰다.
식품관부터 럭셔리관, 체험형 콘텐츠까지 전면 새단장을 마친 인천점은
‘수도권 서부 첫 1조원 백화점’을 목표로, 인천의 새로운 라이프스타일 중심으로 도약하고 있다.

Text. 김태현 치프리더_롯데백화점 홍보1팀



프리미엄은 더하고 경험은 넓히고!

롯데백화점 인천점이 지난 5월 1일 그랜드 오픈과 함께 3년에 걸친 대규모 리뉴얼을 마무리했다. 2023년 미래형 식품관 ‘푸드 에비뉴’를 시작으로 프리미엄 뷰티관, 경기 서부권 최대 규모 키즈관, 여성·럭셔리 패션관까지 순차적으로 새단장을 하며 인천 대표 프리미엄 백화점으로 탈바꿈했다. 이번 리뉴얼의 핵심은 프리미엄 수요를 겨냥한 ‘핀셋 개편’이다. 쇼핑을 넘어 미식·문화·체험을 아우르는 공간으로 진화하며 경쟁력을 강화했다. 성과도 뚜렷하다. 지난해 연매출 8,300억 원을 기록하며 처음으로 8,000억 원을 돌파했고, 리뉴얼 공사 기간에도 매출은 2022년 대비 10% 이상 증가했다. VIP 고객과 럭셔리 매출 비중 역시 꾸준히 확대되고 있다.

맛집부터 럭셔리까지 인천의 럭셔리 랜드마크

가장 큰 화제를 모은 공간은 단연 식품관 ‘푸드 에비뉴’다. 미래형 식료품점 ‘레피세리’를 비롯해 전국 유명 맛집과 글로벌 F&B, 인기 디저트 브랜드를 모아 젊은 고객들의 발길을 끌고 있다. 리뉴얼 이후 2030 신규 고객 수와 매출은 약 30% 증가했고, 식품

관 누적 방문객 수는 1,500만 명을 넘어섰다. 맛집부터 럭셔리까지, 인천점은 지금 가장 뜨거운 ‘핫플 성지’다. 럭셔리 경쟁력도 강화했다. 피아제·불가리·티파니·부쉐론·그라프 등 하이엔드 워치·주얼리 브랜드를 잇달아 선보였고, 몽클레르 매장은 국내 최대 규모로 확대했다. 현재 50개 이상의 럭셔리 브랜드가 입점해 인천을 대표하는 럭셔리 랜드마크로 존재감을 키우고 있다.

도시의 일상을 바꾸는 ‘롯데타운 인천’으로!

롯데백화점은 인천점을 중심으로 ‘롯데타운 인천’ 구축에도 속도를 내고 있다. 명동과 잠실에 이어 인천을 쇼핑과 문화, 엔터테인먼트가 결합된 복합 라이프스타일 공간으로 발전시키겠다는 전략이다. 올 하반기부터는 백화점과 연결된 인천종합버스터미널 최신회 작업도 시작된다. 하루 평균 7,000명이 이용하는 교통 허브를 새롭게 정비해 고객 편의와 공간 경쟁력을 동시에 끌어올릴 계획이다. 롯데백화점 인천점은 앞으로도 쇼핑을 넘어, 머물고 경험하고 즐기는 공간으로서 수도권 서부를 대표하는 프리미엄 백화점으로서의 진화를 이어나갈 예정이다.

LOTTE STORY
INSIDE LOTTE 04

롯데글로벌로지스

One-Stop

COLD CHAIN CENTER

5만 5,553m²
1만 6,804평

베트남 물류 영토 확장의 새 길 동나이 콜드체인 센터 본격 가동

베트남 시장 공략에 나선 롯데글로벌로지스가 동나이 콜드체인 센터를 통해 새로운 성장 동력을 확보했다.

지난해 3월 착공한 이 센터는 베트남 남부지역을 연결하는 핵심 시설로,
현지 사업 경쟁력 강화는 물론 국내 기업의 해외 진출을 지원하는 든든한 기반이 될 전망이다.

Text. 이관용 대리_롯데글로벌로지스 커뮤니케이션팀



물류 요충지 동나이에서 시작된 새로운 도약

지난해 3월 첫 삽을 뜬 동나이 콜드체인 센터는 총 5만 5,553㎡(1만 6,804평) 부지에 조성된 대규모 복합 물류센터다. 베트남 경제 중심지 호치민과 주요 항만, 신공항을 잇는 물류 거점에 자리 잡아 향후 베트남 남부 지역 물류를 책임질 '핵심 허브'로 기대를 모으고 있다. 롯데글로벌로지스는 센터를 기반으로 베트남 전역을 연결하는 물류 네트워크 확대에 속도를 낼 계획이다.

신선식품부터 수출입 물류까지 원스톱 서비스

콜드체인동과 일반 물류동으로 구성된 동나이 콜드체인 센터는 2026년 5월 본격 운영에 들어가 수출입, 보관, 수배송을 아우르는 원스톱(One-Stop) 토털 물류 서비스를 제공한다. 특히 신선식품과 냉장·냉동 상품은 물론 고부가가치 상품까지 다양한 품목을 안정적으로 보관·유통할 수 있는 물류 역량을 갖추고 있다. 이를 통해 현지 기업뿐 아니라 베트남에 진출한 글로벌 기업들의 물류 수요에도 적극 대응하며, 베트남 물류 시장 내 경쟁력을 한층 강화할 것으로 기대를 모으고 있다.

국내 기업과 함께 성장하는 글로벌 물류 허브

이번 센터는 단순한 해외 물류 거점을 넘어 국내 기업의 해외 진출을 지원하는 역할도 맡는다. 롯데글로벌로지스는 한국해양진흥공사, 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 등과 협력해 베트남에 진출한 국내 중견·중소기업의 물류 애로 해소를 지원할 계획이다. 이러한 '공동물류센터' 역할과 현지 특화 물류 컨설팅을 통해 국내 수출기업의 글로벌 경쟁력 강화에도 힘을 보탠다. 롯데글로벌로지스는 이번 동나이 콜드체인 센터를 기반으로 베트남 전역을 아우르는 물류 네트워크를 확대하며, 현지 유통·물류 시장을 선도하는 핵심 허브로 성장해 나갈 계획이다.



추억은 레벨 업, 설렘은 만렙! 메이플스토리 인 롯데월드

20년 넘게 사랑받아온 온라인 게임 메이플스토리가 롯데월드 어드벤처를 만났다. 컴퓨터 화면 속 헤네시스와 주황버섯, 핑크빈이 현실로 뛰쳐나오자 추억은 소환되고 설렘은 한층 레벨 업됐다. 지난 6월 14일까지 2달여 간 거대한 '메이플스토리 월드'로 변신한 롯데월드 어드벤처에서 어른은 추억을, 아이는 새로운 모험을 만났다.

Text. 이소정 담당_롯데월드 커뮤니케이션팀



용사여, 메이플 월드로!

'메이플스토리 인 롯데월드'는 축제 분위기를 넘어서 거대한 현실 속 게임이다. 메이플스토리 보스 몬스터인 '핑크빈'이 수상한 포털 속으로 사라지며 이야기가 시작된다. 방문객들은 용사가 되어 롯데월드 어드벤처 곳곳에서 핑크빈을 찾기 위한 모험을 떠난다.



핑크빈 찾아 모험 시작~

모험의 출발점은 1층 만남의 광장. QR 코드를 통해 나만의 메이플스토리 캐릭터를 만들고, 완성한 캐릭터를 대형 미디어 트리에 띄울 수 있다. 직접 만든 캐릭터가 거대한 화면 위를 누비는 모습은 게임 속 세계에 입장한 듯한 설렘을 안겨준다.



메이플 친구들의 우당탕 퍼레이드

메이플 친구들이 총출동하는 퍼레이드는 놓칠 수 없는 볼거리다. 메이플스토리의 대표 캐릭터인 주황버섯과 슬라임이 귀여운 매력으로 관객들의 시선을 사로잡으며 퍼레이드의 시작을 알린다. 하이라이트는 루디브리엄 콘셉트의 퍼레이드 차량이다. 알록달록한 장난감 블록 성에 움직이는 태엽과 프로펠러 등 특수 효과를 더해 게임 속 세계가 눈앞에 펼쳐지는 듯하다. 특히 차량 위에서 손을 흔드는 핑크빈은 등장만으로도 관람객들의 카메라 세례를 받는다.

메이플 마을로 순간 이동

메이플스토리의 세계관을 가장 생생하게 만날 수 있는 곳은 매직아일랜드에 600평 규모로 조성된 '메이플아일랜드존'이다. 게임 속 맵을 그대로 옮겨놓은 듯한 공간이 몰입감을 높인다. 특히 메이플스토리의 대표 마을인 '헤네시스'와 신비로운 숲 '아르카나' 콘셉트로 꾸며져 몽환적인 분위기를 자아낸다.



낮에는 탐험, 밤에는 판타지~ 매직캐슬

매직캐슬 역시 탐험 공간으로 변신했다. 핑크빈 포털룸과 몬스터 상황실, 레트로 감성의 미니게임을 즐길 수 있는 '핑크빈 비밀아지트'가 마련돼 게임 팬들의 발길을 붙잡는다. 해가 진 뒤에는 매직캐슬 외벽에 펼쳐지는 시즌 맵핑쇼가 헤네시스와 아르카나의 풍경을 생생하게 구현하며 동화 같은 분위기를 더한다.



새로운 모험, 탑승 완료! 신규 어트랙션 3종

새롭게 선보인 어트랙션 3종도 빼놓을 수 없다. 신비로운 숲 아르카나를 배경으로 질주하는 롤러코스터 '스톤익스프레스', 정령의 나무를 중심으로 회전하는 어트랙션 '아르카나라이드', 장난감 왕국 루디브리엄을 테마로 한 '에오스타워'까지 각기 다른 매력으로 즐거움을 선사한다.

함께 완성한 성장의 심포니 2026 롯데 행복나눔 동행콘서트

롯데가 파트너사 임직원들과 함께 동반성장의 가치를 나누는 특별한 시간을 마련했다. 지난 5월 27일 롯데콘서트홀에서 개최된 '2026 롯데 행복나눔 동행콘서트'는 음악을 매개로 감사의 마음을 전하고, 상생과 협력의 의미를 되새기는 뜻깊은 자리로 꾸며졌다.

Text. 편집실



신뢰로 빛어낸 하모니

'롯데 행복나눔 동행콘서트'는 롯데와 파트너사가 함께 성장해 온 여정을 돌아보고 상생의 가치를 나누는 자리다. 올해로 4회째를 맞은 이번 행사에는 340여 개 파트너사 임직원 1,300여 명과 롯데지주, 롯데백화점, 롯데GRS, 롯데건설 등 12개 롯데 계열사 임직원들이 함께했다.

올해 콘서트의 주제는 '심포니 오브 롯데(Symphony of LOTTE)'. 롯데와 파트너사가 조화롭게 어우러져 하나의 동반성장 교향곡을 만들어간다는 의미를 담았다. 무대는 클래식과 대중음악, 팜페라를 아우르는 다채로운 공연으로 꾸며졌다. 김광현 지휘자와 디토 오케스트라가 품격 있는 클래식 공연을 선보였으며, 바이올리니스트 대니 구와 가수 박기영은 영화 OST 등 친숙한 곡으로 관객들과 호흡했다. 이어 가수 유채훈이 웅장한 크로스오버 무대를 선보이며 공연의 감동을 더했다.



더 큰 울림을 향해

본 공연에 앞서 롯데와 파트너사는 동반성장 의지를 다지는 세리머니를 진행했다. 노준형 롯데지주 대표이사, 정운찬 동반성장연구소 이사장, 이달곤 동반성장위원장, 김주영 국회 기후에너지환경노동위원회 간사를 비롯해 이영석 태진자산관리 대표, 송승혁 ㈜바라 대표 등 주요 참석자들이 무대에 올라 상생과 협력의 메시지를 나누며 지속적인 상생 협력을 다짐했다.

행사에 참석한 파트너사 관계자들은 롯데와 함께 성장하고 있다는 자부심을 드러내며 앞으로도 이러한 소통과 교류의 기회가 이어지길 바란다고 입을 모았다. 함께 성장하는 미래를 향한 롯데의 동행은 앞으로도 계속된다.





<다윗>

#영웅의탄생 #뮤지컬애니메이션

평범한 목동이 역사를 바꾼 위대한 왕이 되기까지. 뮤지컬 애니메이션 <다윗>은 소년 다윗의 성장과 선택, 그리고 두려움을 이겨낸 용기를 웅장한 영상과 음악으로 그려낸 작품이다. 북미 개봉과 동시에 역대 종교 애니메이션 최고 오프닝 스코어를 기록하며 화제를 모은 <다윗>이 감동적인 스토리와 풍성한 볼거리로 울림을 관객들을 찾아온다.

Text. 이수정 책임_롯데컬처웍스 커뮤니케이션팀

‘평범함을 넘어 위대함으로’

작은 영웅의 담대한 서사

<다윗>은 왕이 될 운명을 듣게 된 평범한 목동 소년 이 거인 골리앗과 맞서고, 수많은 시련을 이겨내며 진정한 리더로 성장하는 과정을 담아낸다. 익숙한 이야기를 현대적인 감각으로 재해석해 세대를 아우르는 공감과 감동을 선사한다. 특히 단 하나의 돌로 거인 골리앗에 맞서는 명장면과 치열한 전투 장면은 웅장한 스케일로 구현돼 극적인 몰입감을 높인다. 삶의 무게 앞에서 흔들리는 모든 이들에게 두려움을 넘어 스스로를 믿는 용기와 끝까지 나아가는 희망의 메시지를 전하며 깊은 여운을 남긴다.

‘귀와 눈을 사로잡는 감동’

뮤지컬과 영상미의 완벽한 조화

섬세한 그림체와 웅장한 음악은 <다윗>만의 또 다른 매력이다. 시대를 초월한 이야기에 감각적인 연출과 아름다운 비주얼이 더해져 한 편의 뮤지컬 무대를 보는 듯한 몰입감을 선사한다. 여기에 ‘Follow The Light’, ‘Tapestry’ 등 완성도 높은 뮤지컬 넘버가 극의 감정을 더욱 풍성하게 채운다. 인물들의 내면과 서사를 자연스럽게 녹여낸 음악은 이야기의 여운을 깊게 만들며, 눈과 귀를 모두 만족시키는 뮤지컬 애니메이션의 진가를 보여준다.

‘믿고 듣는 목소리’

초호화 더빙 캐스트의 만남

주인공 다윗 역에는 배우 박보검이 참여해 생애 첫 애니메이션 더빙에 도전한다. 맑고 단단한 목소리로 소년의 순수함과 결단의 순간을 섬세하게 표현하며, 영화 속 뮤지컬 넘버까지 직접 소화해 작품의 몰입도를 높였다. 다윗을 왕의 길로 이끄는 선지자 사무엘 역은 장광, 어머니 니체베트 역은 차지연이 맡아 깊이 있는 연기를 선보인다. 여기에 사울 왕 역의 송준석과 골리앗 역의 시영준 등 국내 정상급 성우진이 합류해 각 캐릭터의 개성을 생생하게 완성하며 작품의 완성도를 한층 끌어올렸다.



출처: DAVID 공식 홈페이지(Angel)

개봉 2026년 7월 10일
감독 필 커닝햄, 브렌트 도스
출연(더빙) 박보검, 장광, 차지연, 송준석, 시영준 등
출연(자막) 브랜든 앵그먼, 필 위크함, 브라이언 스티베일,
애덤 마이클 골드, 미리 메시가 등
수입/배급 롯데엔터테인먼트



예고편 보러 가기

VIEW POINT

희망과 용기를 주는 스토리, 가슴을 울리는 풍성한 넘버, 화려하고 웅장한 영상미 그 무엇보다 모자라지 않은 정교한 영화다. 다윗의 담대함과 ‘해보는 용기’와 ‘해내는 끈기’가 전해진다.

배움에 칼퇴는 없었다

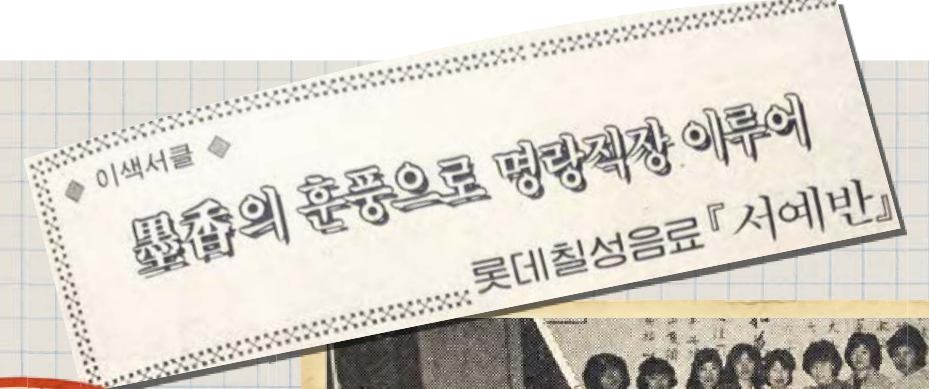
사내 서클부터 컴퓨터 교실, 자격증 준비까지.
1980년대 사보 속에서 발견한 롯데인의 성장법
'자기계발'이라는 단어보다 '성장하고 싶었던 마음'이 눈에 들어온다.
시대는 달라도 더 나은 내일을 준비하는 롯데인의 열정은
지금과 크게 다르지 않다.

Text. 편집실

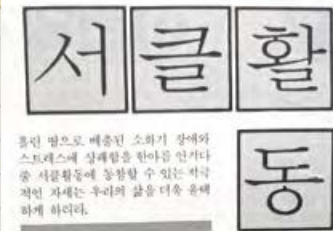


서클에서 배우고 함께 성장해요

붓도 잡고, 카메라도 들고, 산도 올랐다.
취미가 곧 자기계발!
사내 서클은 단순한 친목 모임이
아니었다. 그림을 그리고, 사진을 찍고,
함께 산을 오르며 실력을 키우고
부서를 넘어 인연을 넓혔다.



사보 1982년 3월호 중



열성회원들에게
천사를...



정성으로
카우는 보람

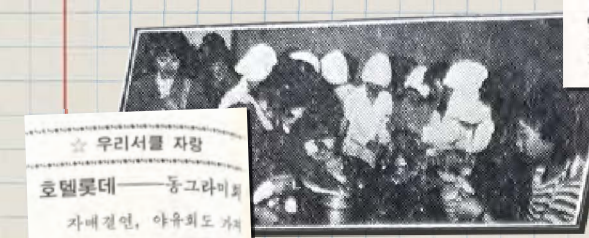


직 장에 있어서 서클이란 하나의
활력소라고 얘기하고 싶다. 일
을 하지 않고 산다는 것도 따분한
일이고 못할 일이겠지만, 여유가 없
는 직장생활 또한 인간에게 삶의 권
태를 야기시키는 요소가 될 것은 뻔
하기 때문이다.



지 장에 있어서 서클이란 하나의
활력소라고 얘기하고 싶다. 일
을 하지 않고 산다는 것도 따분한
일이고 못할 일이겠지만, 여유가 없
는 직장생활 또한 인간에게 삶의 권
태를 야기시키는 요소가 될 것은 뻔
하기 때문이다.

사보 1985년 3월호 중



☆ 우리서를 자랑
호텔롯데——동그라미회
자매결연, 야유회도 거



롯데알미늄——L.A.L.M.
여직원 자질향상,
불우이웃돕기에도 앞장서

사보 1983년 5월호 중

동아리도, 열정도, 자랑도 한가득!
'우리 서클 자랑' 코너에는 테니스,
바둑, 봉사활동 등 저마다의 취미와
관심사를 즐기던 롯데인들의 모습이
빼곡히 담겼다.

컴퓨터, 그 시절의 AI

AI가 화두인 요즘처럼,
1980년대에는 컴퓨터가 곧 미래였다.
컴퓨터를 배우지 않으면 안 되는 시대.
사보 속 이 한 문장이 보여주듯,
그 시절 컴퓨터는 롯데인들에게
새로운 자기계발의 화두이자 미래를
준비하는 가장 확실한 경쟁력이었다.

집중처리형에서 분산처리형으로

VLSI와 함께 현재 컴퓨터의 특징이 되는 것으로 분산
처리장치가 있다. 이제까지의 컴퓨터 설계방식과 이용 형태는
가능한 한 기능을 집중시켜서 중앙의 대형컴퓨터가 모든
것을 제공하는 집중처리형이 그 중심을 이뤘다.
초기의 온라인 시스템 등이 그 전형이다. 그러나 시스템이
거대화함에 따라 소프트웨어도 거대화되지 않을 수 없어서
효율과 유지에 문제가 생겨났다. 이에 주목한 것이
분산처리시스템이다.

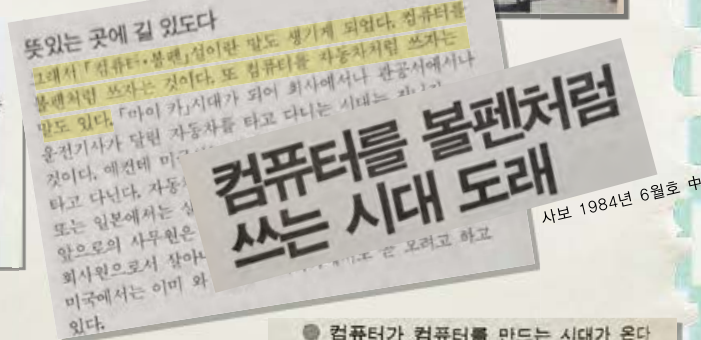
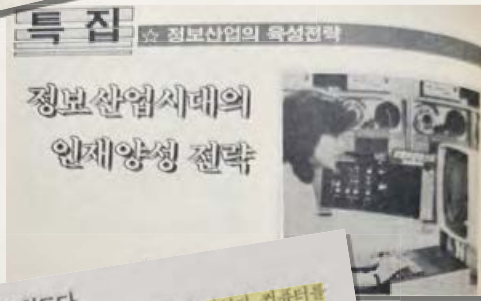


사보 1984년 2월호~5월호
‘컴퓨터교실’ 연재

40여 년 전 사보는 이미 AI 시대를
한발 먼저 내다봤다. ‘사고하고, 인
간과 대화하며, 컴퓨터가 컴퓨터를
만드는 시대’가 올 것이라고 예견
한 내용이 실려있다.



사보 1983년 12월호 中



사보 1984년 6월호 中

● 컴퓨터가 컴퓨터를 만드는 시대가 온다
최근 30여년동안 트랜지스터 (Transistor)로 형성된
집적회로(IC)를 중심으로 한 반도체기술의 혁신과 주
변장치의 발달 그리고 시스템 소프트웨어 기술의 개
발로 컴퓨터의 소형화, 고성능화, 저가격화를 가능하
게 하여 가정과 개인에게까지 그 보급 영역을 크게 확
대시켜 가고 있다. 컴퓨터의 발전과정을 하드웨어에
사용되는 회로의 기본소자에 따라 전공관, 트랜지스
터, 대형집적회로(LSI), 초대형집적회로(VLSI)를 사
용한 고성능의 컴퓨터가 개발되어 왔다. 차세대 컴퓨
터는 기능면은 중시하는 생산능률도 비할바 미치지
않아도 가려져 컴퓨터가 인간과 직접 대화를 하며
컴퓨터가 컴퓨터를 만드는 시대가 올 것으로 믿어지
다. 반도체기술의 혁신에 따라 고성능의 마이크로프로
세서와 메모리집이 컴퓨터에 도입되면서 컴퓨터 구조
에 많은 변화가 일어났고 대형컴퓨터는 초대형으로 소
형컴퓨터는 부피는 더 소형화하면서 성능은 더욱 향상

자격증 시대

내일을 준비하는 한 장

1984년 사보를 펼치면 금지막한 제목 하나가 눈에 들어온다.
‘자격증 시대.’ 지금 봐도 낯설지 않은 이 말은 당시 롯데인들에게도
유효했다. 더 나은 내일을 위해 퇴근 후에도 책을 놓지 않았던
사람들. 그들에게 자격증은 단순한 종이 한 장이 아니라 미래를
준비하는 든든한 경쟁력이었다.

* 방화관리자

1. 소개

소방법의 규정에 의해 대형건물 등
특수장소에 임용되어 방화관리에 대
한 업무를 수행하고, 소방시설의 점
검·정비와 화기의 사용취급 등 방
화안전관리에 대한 감독을 하며 소
방계획에 의한 소화·통보 및 피난
등의 훈련을 통해 월 1회 이상 정
기적으로 실시함을 직무로 한다.

현재 국내 대형빌딩 등에서는 규
정상의 방화시설을 구비하거나, 신
축빌딩 등에서는 최신의 컴퓨터시스
템 등을 도입 방화대책에 만전을 기
하려 하고 있으나 화재의 위험은 생
존해 있어 자격을 갖춘 방화관리자
의 전망은 무한한 것으로 평가되고
있다.

사보 1984년 8월호 中

1984년 사보에는 막 첫
발을 댄 ‘방화관리자’ 자
격시험 소식이 실렸다.
현재는 ‘소방안전관리자’
로 통칭된다.

‘자가운전시대’라는 표현이 새
삼 정겹다. 당시 운전면허 소
지자는 300만여 명. 그들은
남들보다 먼저 ‘마이카’의 꿈
에 시동을 건 사람들이었다.

요즘 ‘자격증’이라고 하면 가장
먼저 떠오르는 것은 아마도 운
전면허증일 것 같다. 흔히들 마이카
시대니 자가운전시대니 해서 한창
붐이 일고 있는 탓인지는 몰라도 최
근 통계를 보면, 국내 면허소지자만
도 3백만여명에 이른다는 것이다. 그
러나 나의 경우는 운전면허를 취득
한 지 벌써 14년이나 되었지만 이

사보 1984년 11월호 中

“나의 업무와 관한 자격
시험이라면 한시라도 다
시 도전해 보련다.”

추천은 AI가, 선택은 내가!

AI로 진화한 롯데의 쇼핑 경험

“신혼집에 어울리는 냉장고 추천해줘.” “잠실에서 엘포인트 쓸 수 있는 곳 알려줘.” 이제는 검색창에 키워드를 입력하는 대신 AI와 대화하며 원하는 정보를 찾는 시대다. 상품 추천부터 혜택 안내, 구매 탐색까지. 고객의 취향과 상황을 이해하는 롯데 계열사의 AI 기반 서비스를 한눈에 살펴본다.

Text. 편집실



롯데하이마트



가전 쇼핑 AI 에이전트 '하비(HAVI)'

오픈 베타로 먼저 선보인 롯데하이마트 AI 쇼핑 에이전트 '하비(HAVI)'는 AI와의 대화를 통해 맞춤형 가전을 추천하는 서비스다. “1인 가구에 적합한 세탁기 찾아줘” 등 상황별 질문을 하면 가격과 성능, 사용 환경 등을 종합 분석해 맞춤형 제품을 추천한다. 향후 구매 이력과 서비스 데이터를 기반으로 배송·설치·관리까지 아우르는 초개인화 AI 플랫폼으로 진화할 예정이다.

롯데하이마트 앱·홈페이지 하단의 '내비게이션 바' 메뉴에서 **[하비(HAVI)]** 선택 → AI와 대화하며 원하는 가전 추천받기!

롯데ON

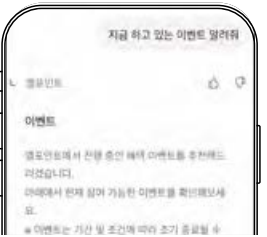


내 손안의 스타일리스트 '패션 AI'

패션 쇼핑도 이제 검색보다 대화가 먼저다. 롯데ON은 고객의 취향과 상황을 이해해 맞춤형 상품을 추천하는 '패션 AI' 기능을 앱에 탑재했다. “휴양지 원피스”, “출근용 블라우스” 등 자유롭게 입력하면 스타일과 TPO는 물론 감성적인 표현까지 반영해 어울리는 상품을 추천한다. 소재별 세탁법과 관리 요령까지 함께 안내해 실용적인 편의성을 높였다.

롯데ON 앱에서 검색창 클릭 후 **[패션 AI]** 실행 → 원하는 스타일이나 상황을 대화로 입력하면 맞춤 상품 추천!

롯데멤버스



숨은 '엘포인트' 혜택까지 AI가 콕!

챗GPT와 엘포인트가 만나 멤버십 이용도 한층 편리해졌다. 롯데멤버스는 챗GPT에 엘포인트 서비스를 연동해 별도 앱 설치 없이 혜택과 사용자, 이벤트 정보를 확인할 수 있도록 했다. “잠실에서 엘포인트를 쓸 수 있는 곳 알려줘”, “엘페이 사용법 알려줘”처럼 자연스럽게 질문하면 궁금한 정보를 실시간으로 확인하고 멤버십 혜택도 더욱 똑똑하게 활용할 수 있다.

챗GPT 메뉴 탭에서 '앱' 선택 → 검색창에 **[엘포인트]** 입력 후 [채팅 시작] 클릭!

롯데홈쇼핑



AI와 도란도란, 쇼핑 한 바퀴

업계 최초로 챗GPT 기반 AI 쇼핑 서비스를 도입한 롯데홈쇼핑은 상품 검색부터 혜택 확인, 구매까지 가능한 대화형 쇼핑 환경을 구현했다. “오늘 특가 상품 알려줘”, “최유라쇼 방송 상품 보여줘”처럼 질문하면 맞춤형 정보를 제공하고 구매 링크로 바로 연결된다. 앞으로는 고객 취향을 기억하는 맞춤 추천과 AI 리뷰 요약 등을 통해 쇼핑 편의성을 높여 나갈 계획이다.

챗GPT 메뉴 탭에서 '앱' 선택 → 검색창에 **[롯데홈쇼핑]** 입력 후 [채팅 시작] 클릭!

롯데웰푸드



취향 저격 간식 큐레이터

롯데웰푸드는 국내 종합식품기업 최초로 챗GPT 전용 앱을 출시해 자사몰과 AI를 연결했다. “요즘 인기 있는 과자 추천해줘”, “6개월 아이가 마실 수 있는 음료를 알려줘”처럼 질문만 하면 맞춤형 제품을 추천하고, 이벤트 정보와 구매 링크까지 한 번에 제공한다. AI가 취향과 상황을 반영해 맞춤 제품을 큐레이션하며 새로운 식품 쇼핑 경험을 제공한다.

챗GPT 메뉴 탭에서 '앱' 선택 → 검색창에 **[롯데웰푸드]** 입력 후 [채팅 시작] 클릭!

롯데칠성음료



속 시원하게! AI 음료 추천

롯데칠성음료는 공식 온라인몰 '칠성몰'을 챗GPT와 연동해 대화만으로 상품 정보와 할인 혜택, 진행 중인 행사 등을 확인할 수 있는 서비스를 선보였다. “인기 음료 추천해 줘”, “정기구독 가능한 상품 알려줘”처럼 질문하면 맞춤 상품과 행사 정보를 실시간으로 안내하고 구매 페이지까지 바로 연결해준다. AI를 기반으로 상품 탐색부터 구매까지 편리하게 이용할 수 있다.

챗GPT 메뉴 탭에서 '앱' 선택 → 검색창에 **[칠성몰]** 입력 후 [채팅 시작] 클릭!

일상 리셋! 인생 휴양지 한 컷

햇살이 가장 선명해지는 계절, 낯선 곳에서 마주한 에메랄드빛 바다와 아이와 손을 맞잡고 걸던 해변의 노을, 거대한 바다 생물과 마주한 짜릿한 순간까지. 롯데인이 다시 떠나고 싶은 '인생 휴양지'의 특별한 기억을 사진 한 컷에 담았다.

Text. 편집실



“바다와 노을 사이,
눈부신 여름의 순간”

곽병선 롯데칠성음료

맑은 여름날, 홍콩 리펠스 베이의 눈부신 햇살 아래 에메랄드빛 바다를 감상하던 젊은 커플의 모습, 세르비아 베오그라드 칼레메그단 요새의 돌담 위에서 황금빛 노을과 도나우강을 배경으로 여유를 즐기던 이들의 풍경이 오래도록 기억에 남았습니다. 푸른 바다와 도시, 그리고 낭만적인 여름 풍경이 어우러진 순간이 너무 아름다워 사진에 담았습니다.



“깊고 푸른 바닷속,
완벽했던 리셋의 순간”

김완섭 롯데칠성음료

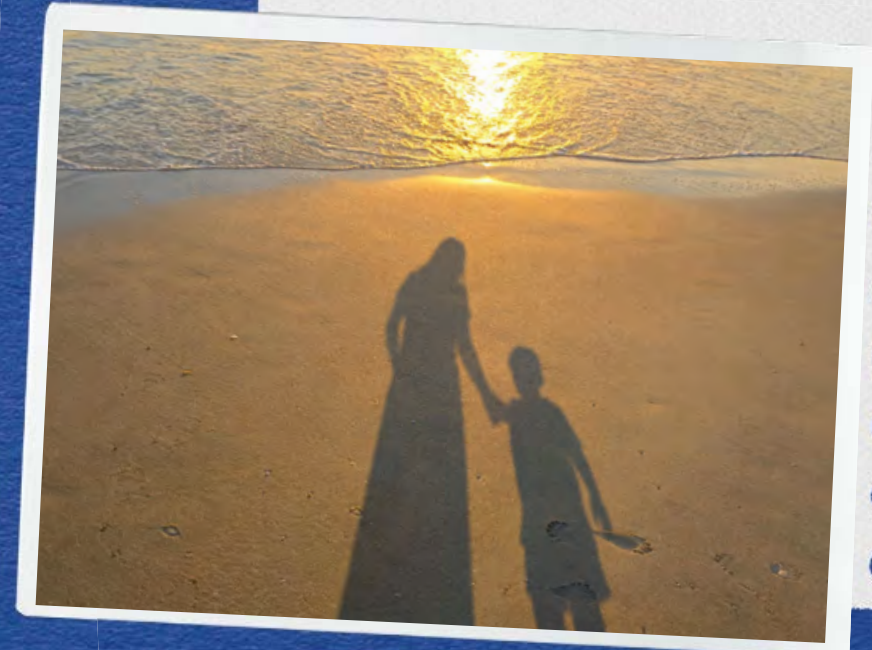
푸른 바다 아래, 거대한 고래 상어와 나란히 헤엄치던 그 순간을 잊을 수 없습니다. 압도적인 자연의 경이로움 앞에 일상의 고민은 작게만 느껴졌고, 오직 숨소리와 물결에만 집중하며 진정한 ‘리셋’을 경험했던 인생 최고의 휴양지였습니다.

VACATION

“노을빛 바다 위,
우리의 여름 한 걸음”

조황숙 롯데칠성음료

따뜻한 햇살 아래 아이의 작은 손을 잡고 바닷가를 걷던 순간은 오래도록 마음에 남아 있습니다. 반짝이는 윤슬과 잔잔한 파도 소리를 들으며 특별한 계획 없이 함께 웃고 걷는 것만으로도 충분히 행복했습니다. 바다 위로 번지던 노을과 모래사장에 길게 드리운 그림자까지, 그날의 평온한 여름 풍경이 가장 완벽한 휴식으로 기억됩니다.



덕질도 쇼핑도 홈런~

잠실 롯데월드몰 '롯데자이언츠 공식 굿즈샵' 방문기

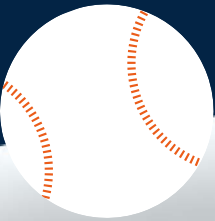
롯데자이언츠 공식 굿즈샵

잠실 롯데월드몰 3층 스포츠존

10:30~22:00

유니폼부터 응원도구, 캐릭터 굿즈까지. 롯데자이언츠를 좋아한다면 한 번쯤 꼭 둘러보고 싶은 공간이 있습니다. 바로 잠실 롯데월드몰 3층에 자리한 롯데자이언츠 공식 굿즈샵인데요, 야구팬들의 마음을 설레게 하는 다양한 굿즈는 물론, 마치 작은 야구장에 들어온 듯한 공간 연출까지 더해져 구경하는 재미가 쏠쏠합니다. 팬심 충전은 물론 쇼핑의 즐거움까지 가득한 이곳을 롯데건설 유재성 대리가 직접 다녀왔습니다. 생생한 탐방기를 함께 만나보세요!

Text: 유재성 대리, 롯데건설 엔지니어링부문 건축설계팀



LOTTE GIANTS NEXT SERIES IN JAMSIL STADIUM : JUNE. 12 VS LG TWINS



입장과 동시에 팬심 ON!

잠실 롯데월드몰 3층에 위치한 롯데자이언츠 공식 굿즈샵은 한 번 들어서면 생각보다 오래 머물게 되는 공간입니다. 평소 마트나 스포츠 매장에서 다른 구단 굿즈를 접할 기회는 종종 있었지만, 롯데자이언츠 굿즈만을 한곳에 모아놓은 공간은 흔치 않는데요, 그래서인지 매장에 들어서는 순간부터 팬들의 기대감이 자연스럽게 느껴졌습니다.

오늘의 응원룩, 여기서 완성

매장에 들어서면 가장 먼저 눈에 띄는 곳은 단연 유니폼 존입니다. 다양한 디자인의 저지가 한눈에 펼쳐지는데요, 특히 폴리에루와 협업한 컬래버레이션 제품이 가장 높은 인기를 얻고 있다고 합니다. 그다음으로는 클래식한 줄무늬 패턴의 유니폼이 많은 사랑을 받고 있었는데, 흥미로웠던 점은 유니폼만 구매하는 것이 아니라, 색상에 맞춰 응원도구를 함께 고르는 고객들이 많은 것이었습니다. 단순히 옷을 고르는 것을 넘어 자신만의 응원 스타일을 완성하는 과정처럼 느껴졌습니다.



야구 초보도 반하는 응원템

응원용품 코너에서는 역시 짹짹의 인기가 돋보였습니다. 다양한 디자인의 응원 굿즈를 구경하는 재미도 쏠쏠했는데요, 개인적으로 이번 취재에서 가장 인상 깊었던 것은 함께 방문한 지인의 반응이었습니다. 평소 야구에 큰 관심이 없던 지인이 짹짹이를 살펴으며 “이거 들고 야구장에 한번 가보고 싶다”고 말하더군요. 그 순간 굿즈가 단순한 팬 상품을 넘어 새로운 경험으로 이어지는 매개가 될 수 있다는 사실을 실감했습니다.

귀여움도 응원력도 만렙

캐릭터 굿즈 코너 역시 많은 사람들의 발길이 이어졌습니다. 롯데지언츠의 마스코트 '누리'를 활용한 다양한 상품들이 진열돼 있었는데요, 특히 키링 가채뽑기형 굿즈는 사직야구장에서 긴 대기 줄이 생길 정도로 인기가 높은 상품이라고 합니다. 방문 당시에도 인기 제품 상당수가 이미 판매된 상태였는데요, 한정 수량이라는 특성 때문인지 “지금 사지 않으면 놓칠 것 같다”는 분위기가 자연스럽게 형성되고 있었습니다. 팬이 아니더라도 디자인만으로 구매 욕구를 자극하는 완성도 높은 굿즈들이 많았습니다.



나만의 유니폼을 완성하는 재미

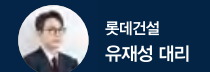
매장 한편에는 선수 이름과 번호를 직접 마킹할 수 있는 공간이 마련돼 있었습니다. 응원하는 선수를 선택해 유니폼을 완성하는 것은 물론, 원하는 이름을 새겨 세상에 하나뿐인 유니폼을 만들 수도 있는데요, 실제로 다양한 선수 마킹 패치가 진열돼 있어 고르는 재미도 쏠쏠합니다. 또 하나 눈길을 끈 공간은 폴리테루 컬래버레이션 존이었습니다. 롯데지언츠의 아이덴티티를 감각적인 라이프스타일 웨어로 풀어낸 제품들이 전시돼 있었는데요, 야구장 안팎에서 모두 활용할 수 있는 세련된 디자인 덕분에 기존 팬은 물론 일반 고객들도 자연스럽게 관심을 보이는 모습이었습니다. 응원복을 넘어 일상 속 패션 아이템으로도 손색없는 굿즈의 새로운 매력을 엿볼 수 있었습니다.

공간 자체가 하나의 작은 야구장

롯데지언츠 공식 굿즈샵의 또 다른 매력은 공간 연출에 있습니다. 매장 곳곳에는 야구장의 분위기를 떠올리게 하는 요소들이 숨어 있었는데요, 바닥에는 야구장 필드를 연상시키는 패턴이 적용돼 있었고, 일부 공간은 펜스를 모티프로 꾸며져 있었습니다. 유니폼 진열대 역시 선수들의 락커룸을 떠올리게 하는 형태로 구성되어 있어 실제 야구장에 온 듯한 느낌을 느낄 수 있었습니다. 또한 포토존, 마킹 서비스, 가차 등 다양한 체험 요소도 마련돼 있어 단순한 쇼핑 공간을 넘어 하나의 놀이 공간처럼 즐길 수 있었습니다. 공간이 여러 구역으로 나뉘어 있어 처음에는 다소 복잡하게 느껴질 수 있지만, 오히려 붐비지 않아 여유롭게 굿즈를 둘러보고 사진을 남기기에는 더욱 좋았습니다.



“이곳이 바로 롯데지언츠 성지”



“잠실 롯데월드몰의 롯데지언츠 공식 굿즈샵은 단순히 굿즈를 판매하는 매장이 아닙니다. 유니폼과 응원도구, 캐릭터 굿즈는 물론 야구장의 분위기까지 고스란히 담아낸 공간인데요, 롯데지언츠 팬이라면 팬심을 충전할 수 있고, 야구를 잘 모르는 사람이라도 자연스럽게 흥미를 느낄 수 있습니다. 잠실에 방문할 일이 있다면 잠시 둘러보는 건 어떨까요? 어느새 암손에 굿즈 하나쯤 들고 있는 자신을 발견하게 될지도 모릅니다.”



뽕뽕한 풍미 꼭~ 찬 즐거움 한입!

롯데리아 번트비프버거



흑백요리사 2의 '뼈딱한 천재' 이찬양 셰프의 감각을 담아낸 롯데리아 번트비프버거가 '맛잘러'들의 입맛을 공략하고 있다. 직화 향 가득한 스모키한 풍미와 두툽한 비프 패티의 조합이 인증샷과 후기를 부르는 가운데, 가족·친구·동료와 번트비프버거를 즐긴 롯데리아인들의 생생한 반응을 모아봤다.

Text. 편집실

막내 사원이 쏜대! 대리님들과 유쾌한 회식

전은미 롯데케미칼



신청 사연

평소 "선배가 후배에게 맛있는 걸 사주는 건 당연하다"는 멋진 철학으로 막내인 저에게 아낌없이 지갑을 열어주시던 우리 팀 대리님들! 마르고 달아가는 대리님들의 지갑을 구출해 드리고자 이벤트에 응모했습니다. 덕분에 회사 근처 롯데리아에서 유쾌한 점심 회식을 즐기며 팀 막내로서 제대로 한턱 쏠 수 있었습니다.

번트비프버거를 한입 베어 무는 순간 스모키한 풍미와 진한 육즙이 입안 가득 퍼졌습니다. 스모크 비프 패티에 바삭한 베이컨과 달콤한 양파, 고소한 브라운 버터 오일까지 더해져 먹는 내내 풍미가 꼭 찬 느낌이었습니다. 재료 조합이 조화로워 한입 먹을 때마다 색다른 매력이 느껴졌고, 함께한 대리님들도 "롯데리아 버거 퀄리티가 점점 좋아진다"며 감탄했습니다. 덕분에 맛있는 메뉴와 함께 즐거운 점심시간까지 선물 같은 추억으로 남았습니다.



품질도 막지 못한 번트비프버거 도전기

강호정 롯데바이오로직스



신청 사연

4월에 입사한 신입사원입니다. 회사 이벤트에 꼭 한 번 참여해보고 싶었는데, 마침 좋아하는 버거 이벤트가 진행돼 반가운 마음에 응모했습니다. 먹는 것도, 맛을 리뷰하는 것도 좋아하는 만큼 회사의 번트비프버거 후기를 직접 전하고 싶어 신청했습니다.

이번 이벤트에 친구와 함께 참여했어요. 한입 베어 무는 순간 가장 먼저 느껴진 것은 진한 패티의 풍미였는데요. 특히 함께 제공된 오일을 곁들이니 깊은 맛이 한층 살아나 만족스러웠습니다. 기존에 접했던 버거들과는 또 다른 매력이 느껴졌고, 번트비프버거만의 개성 있는 맛도 인상적이었습니다. 특히 처음 방문한 매장에서 품질 안내를 받아 다른 매장을 찾아가야 했는데요. 그만큼 많은 분들이 찾고 있다는 사실에 번트비프버거의 인기를 실감할 수 있었습니다.



번트비프버거로 다진 땅끝 현장 팀워크!

이상권 롯데건설



신청 사연

직원 수 딱 6명인 작은 현장에서 근무하고 있습니다. 롯데리아 한 번 가려면 차로 30분은 나가야 할 만큼 외진 곳이지만, 누구보다 열심히 현장을 지키고 있는 직원들과 좋은 추억을 만들고 싶어 이벤트에 응모했습니다. 고생하는 직원들에게 잠시나마 힘이 되는 시간이 되었으면 했습니다.

이곳은 현장 식당 말고는 마땅한 선택지가 없는 땅끝 건설현장입니다. 버거 이벤트 당첨 덕분에 현장 분위기가 한층 활기를 띠었습니다. 특히 현장 소장님의 찬조까지 더해져 더욱 푸짐하게 즐길 수 있었습니다. 검은 번과 녹아내린 치즈의 비주얼에 먼저 감탄하고, 브라운버터 오일이 더해진 풍미에 한 번 더 놀랐습니다. 맛도 분위기도 모두 챙긴, 기분 좋은 한 끼였어요!



단짠웃음 가득 가족 버거 회동

이우해 코리아세븐



신청 사연

아이 셋을 키우는 아빠입니다. 큰아들은 대학 기숙사 생활 중이고, 둘째와 막내도 학교와 학원으로 바빠 가족이 한자리에 모일 시간이 점점 줄어들고 있네요. 아내의 생일을 맞아 오랜만에 집 근처 롯데리아에서 단란한 가족 모임을 하고 싶어 이벤트에 응모했습니다.

당첨 소식과 함께 모바일 쿠폰이 도착하자마자 가족 단톡방은 작은 축제 분위기였습니다. 사전투표까지 마무리가 마친 뒤, 둘째 아들과 막내딸, 아내와 함께 의기양양하게 집 근처 롯데리아로 출발~! 번트비프버거는 부드러운 식감과 은은한 불맛이 매력적이었고, 번트비프오일까지 더하니 스모키한 풍미가 한층 살아났습니다. 맛있는 버거 하나에 가족들의 대화도 평소보다 두 배는 늘어난 듯했습니다.



동료와 함께 즐긴 별미 한입!

이승환 롯데월드



신청 사연

이번 번트비프버거 리뷰왕 이벤트에 당첨돼 정말 기뻐했습니다. 원래는 멘토링 첫 모임에서 멘티들과 함께 먹으려고 응모했지만 일정이 맞지 않아 직장 동료들과 맛보게 됐습니다. 덕분에 평소 함께 일하는 동료들과 모처럼 한자리에 모여 든든한 한 끼를 나눌 수 있었습니다.

평소 점심시간도 제대로 챙기기 어려울 만큼 바쁜데, 오랜만에 동료들과 새로운 메뉴를 먹으며 이야기를 나눌 수 있어 좋았습니다. 가장 인상적이었던 건 두툽한 패티와 브라운 버터 오일의 조합이었어요. 처음에는 묵직한 매력이 느껴졌지만, 오일을 더하니 풍미와 감칠맛이 한층 살아나 완전히 다른 버거처럼 느껴졌습니다. 특히 번트 치즈버스는 고소하고 짭짤한 맛에 바삭한 식감까지 더해져 기대 이상이었어요. 롯데리아에 갈 이유가 하나 더 생겼습니다.



광고 뚫고 나온 번트비프버거

김유리 대흥기획



신청 사연

번트비프버거 광고 제작에 참여한 AE입니다. 이번에는 소비자의 입장에서 제품의 맛과 매력을 직접 경험해 보고 싶어 이벤트에 응모했습니다. 광고를 만들며 느꼈던 기대감과 인상을 이번에는 리얼한 후기로 남겨보고 싶습니다.

롯데리아 번트비프버거는 제품 기획 단계부터 광고 촬영까지 함께해 개인적으로도 애정이 큰 신제품입니다. 이번에는 담당자가 아닌 소비자의 마음으로 가족들과 함께 매장을 찾았습니다. 처음에는 낯설어하시던 부모님도 버터 오일을 더해 한입 드셔보시더니 "이거 수제버거 맛이 나네"라며 만족스러워하셨어요. 광고 제작에 참여한 제품을 가족들이 맛있게 즐기는 모습을 보니 팬스레 더 뿌듯한 마음이 들었습니다.



키치한 상상력의 무한 확장

〈VERDY : I Believe in Me〉 관람기



명품 브랜드와의 협업부터 글로벌 셀러브리티들의 사랑까지, 지금 가장 주목받는 아티스트 베르디가 롯데뮤지엄을 찾았다. 패션과 음악, 아트와 스트리트 문화를 한 궤도에 올려놓은 베르디의 작품 세계 속에서 롯데인들은 저마다의 취향과 감각으로 전시를 즐겼다. 힙한 에너지와 다채로운 감성이 공존했던 전시 현장을 롯데인의 시선으로 따라가본다.

Text. 편집실

힙한 에너지로 가득 찬 베르디 월드

전혜령 롯데호텔



신청 계기

근무 중인 롯데호텔 서울에서 베르디 작가가 직접 디자인에 참여한 객실 키 카드홀더를 접하며 자연스럽게 작가에 관심을 갖게 됐습니다. 평소 전시와 사진전 관람을 좋아하던 터라 'I Believe in Me'라는 전시 주제에도 호기심이 생겨 직접 전시를 찾게 됐습니다.

기억에 남는 순간

전시장에 들어서자마자 유스컬처와 스트리트 감성이 어우러진 힙한 에너지가 공간 전체를 채우고 있었습니다. 전시된 작품들을 통해 패션, 음악, 아트, 스트리트 문화 등 서로 다른 영역을 넘나드는 베르디 작가의 작품 세계를 두루 경험할 수 있었어요. 특히 판다와 토끼 형상을 결합한 베르디 작가의 페르소나 캐릭터 'Vick'의 크레용 드로잉들로 벽면을 가득 채운 첫 번째 섹션이 가장 인상 깊었습니다. 귀여움과 쓸쓸함, 유머와 긴장이 교차하는 Vick의 다양한 표정을 감상하다 보니, 동시대 청춘의 복합적인 감정을 감각적으로 풀어내는 베르디 작가만의 시선에 자연스럽게 빠져들게 됐습니다.





베르디의 시선으로 마주한 청춘

조해민 롯데하이마트



신청 계기

패션 디자이너로 활동하는 친구가 있어 평소 트렌드에 관심이 많은 편인데요. 다가오는 친구의 생일에 조금 더 특별한 선물을 하고 싶어 전시를 알아보던 중, 요즘 가장 주목받는 아티스트인 베르디의 작품을 직접 볼 수 있는 좋은 기회라고 생각해 이벤트에 지원하게 되었습니다.

기억에 남는 순간

전시장에는 VERDY 특유의 트렌디하고 키치한 감성이 가득했습니다. 덕분에 일반적인 전시장의 조용하고 딱딱한 분위기보다는 밝고 자유로운 에너지가 느껴졌는데요. 특히 가장 인상 깊었던 작품은 'I Wasted My Youth'라는 문구가 적힌 페인팅이었습니다. 처음에는 오랜 무명 시절을 보낸 작가가 과거를 돌아보며 '내 젊음을 낭비했다'는 의미를 담은 것이라고 생각했는데, 진짜 메시지는 그 반대였습니다. 방향과 시행착오의 시간마저도 결국 지금의 자신을 만든 소중한 과정이었다는, 즉 '헛되이 보낸 시간은 없었다'는 의미를 담고 있었어요. 이 메시지는 저에게도 큰 울림으로 다가왔습니다. 앞으로 힘든 시기가 찾아오더라도 이 문구를 떠올리며 긍정적인 마음으로 한 걸음씩 나아가고 싶습니다.

초여름 물들인 컬러풀한 감성 한 스푼

김유빈 롯데백화점



신청 계기

그래픽 디자이너계에서 가장 주목받는 아티스트 중 한 명인 베르디의 개인전이라니! 놓칠 수 없는 기회였습니다. 명품 브랜드와의 협업으로도 잘 알려진 베르디의 작품을 직접 만날 수 있다는 생각에 업무를 마치자마자, 바로 이벤트 응모 메일을 작성했어요. 베르디만의 독창적인 감성을 직접 경험할 수 있는 이번 전시를 꼭 관람하고 싶었습니다.

기억에 남는 순간

도슨트 해설이 시작되기 전에 전시장을 먼저 천천히 둘러본 뒤 해설을 들으니 작품들이 더욱 입체적으로 다가왔습니다. 차분하면서도 베르디 작가 특유의 개성과 에너지가 전시장 곳곳에서 느껴졌는데요. 특히 입구의 어두운 통로가 가장 기억에 남았습니다. 은은하게 빛나던 'I Believe in Me' 문구와 알록달록한 빅(VICK) 캐릭터를 보며, 어둠 속에서도 스스로를 믿으면 희망을 발견할 수 있다는 메시지가 전해지는 것 같았습니다. 도슨트 해설을 통해 전시의 의미를 더욱 깊이 이해할 수 있었고, 타인의 시선보다 자신을 믿는 것이 더 중요하다는 점을 다시 한번 생각하게 됐습니다. 베르디 작가가 자신만의 캐릭터를 만들어낸 이야기는 작품에 담긴 진정성을 더욱 느끼게 해주었어요. 다채롭고 개성 있는 작품들 덕분에 눈과 마음이 모두 즐거운 전시회였습니다.

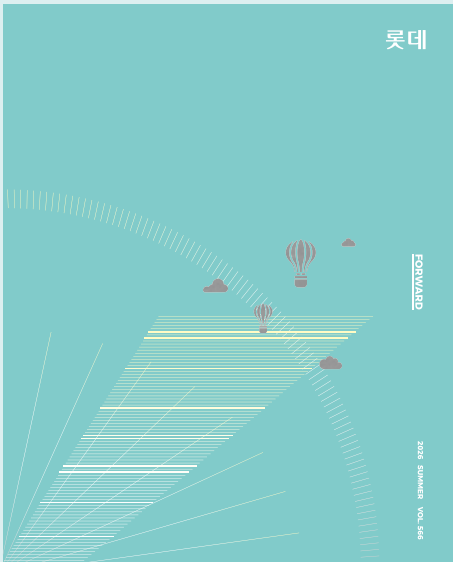


2026년도 사보 <롯데> 관심도 평가 고사
여름호 탐구 영역

정답 제출 기간	7월 6일(월)~7월 24일(금)	당첨자 발표	개별 연락
----------	--------------------	--------	-------

만점자에게는 추첨을 통해 소정의 기프티콘이 제공됩니다.

1. 다음 중 여름호 표지의 테마를 고르시오.



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

2. 출시 한 달여 만에 28만 개 판매를 기록하며 ‘통뜰촉’이라는 별칭으로 화제를 모은 롯데마트·슈퍼와 세븐일레븐의 PB 식빵은?



- ① 오늘좋은 꿀결식빵
- ② 오늘좋은 생생통식빵
- ③ 오늘좋은 숨결통식빵
- ④ 오늘좋은 숨쉬는식빵

3. ‘2026 롯데월드타워 스카이런’에서 계단을 오르며 피지컬 AI 기술을 선보인 데 이어, ‘2026 롯데 어워즈’ 세리머니에도 함께한 롯데이노베이트의 휴머노이드 로봇 이름은?

- ① 로이(ROI)
- ② 하비(HAVI)
- ③ 아리아(ARIA)
- ④ 루미(LUMI)



4. AI와 대화하며 가격과 성능, 사용 환경 등을 종합 분석해 맞춤형 가전을 추천하는 롯데하이마트의 AI 쇼핑 에이전트 이름은?

- ① 하우(HOW)
- ② 하이(HIGH)
- ③ 하트(HART)
- ④ 하비(HAVI)



정답 제출 방법

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

