

“시도 않는 것 실패와 같아… CEO, 경영환경 변화 예측해야”

롯데지주, 2025 하반기 VCM

신동빈 롯데그룹 회장

“문제가 있는 것 알면서도 외면
기업 경영에 치명적인 잘못”
그룹사별 본원 경쟁력 회복 주문

신동빈 롯데그룹 회장이 ‘2025 하반기 사장단 회의(VCM)’에서 그룹사별 본원 경쟁력을 회복할 것을 주문했다.

17일 롯데지주에 따르면, 신 회장은 1박 2일로 진행된 ‘2025 하반기 VCM’에서 각 그룹사에게 ▲브랜드 가치 제고 ▲사업군별 전략 추진 가속화 ▲생산성 향상 등을 제시하며, 핵심 사업 중심으로 본원 경쟁력을 회복할 것을 강조했다.

이번 VCM은 시종일관 엄중하고 무거운 분위기에서 진행된 것으로 알려졌다. 롯데지주는 신 회장은 상반기 그룹



지난 16일부터 17일 롯데인재개발원 오산캠퍼스에서 진행된 VCM에서 신동빈 롯데그룹 회장이 연설을 진행하고 있는 모습. /롯데지주

실적을 냉정하게 평가한 후, 주요 경영 지표 개선을 위한 선결 과제로 본원 경쟁력을 언급했다고 설명했다.

신 회장은 본원 경쟁력 확보를 위해 미래 예측에 기반한 전략 수립과 신속

한 실행 역량을 갖춰 줄 것을 당부했다.

그는 “기업 경영에 있어서 치명적인 잘못은 문제가 있는 것을 알면서도 외면하거나, 문제를 문제라고 인지 하지 못하는 것”이라며 “최고경영책임자(C

EO)는 5년, 10년 뒤의 경영환경 변화를 예측하고 현재와 3년 뒤에 해야 할 일을 계획해야 한다”고 말했다. 이어 “전략을 실행할 수 있는 인재와 기술을 함께 준비해야 한다”고 덧붙였다.

특히, 사업군 별로 현재 추진 중인 전략부터 속도감 있게 실행해 달라고 촉구했다. 대표적으로 화학군은 신속한 사업 체질개선을, 식품군은 핵심 제품의 브랜드 강화를 강조했다. 유통군은 다양한 고객 니즈를 충족 시킬 수 있는 방안에 대해 고민해 줄 것을 요청했다.

마지막으로 생산성 향상을 위해 성과 중심의 인사체계가 정착돼야 한다고도 강조했다. 이 외에도 업무 효율성을 높이기 위해 인공지능(AI) 기술을 적극적으로 활용해 달라고 말했다.

신 회장은 “경영환경은 끊임없이 변화하고, 우리에게 리스크와 기회를 동

시에 제공한다”며 “시도조차 하지 않는 것은 실패와 같다. 그룹의 미래를 위해 모두 저와 함께 앞장서 주기를 바란다”고 당부했다.

한편, 이번 하반기 VCM에서는 롯데 미래전략연구소는 지속성장을 위한 혁신 방안을, 롯데벤처스는 스타트업과 협업을 통한 혁신 전략을 발표했다. 각 계열사 별 CEO들은 ‘그룹의 중장기 성장 방안’을 주제로 회의를 진행했다.

실제 롯데그룹은 현재 도전적인 과제에 직면해 있다. 최근 롯데케미칼은 지속적인 실적 부진으로 신원사들에 의해 신용등급이 하락했으며, 롯데지주 역시 관련 여파로 신용등급이 동시 하락했다. 이 외에도 온라인 시장의 성장으로 인해 오프라인 유통의 경쟁력이 약화되는 외부 요인이 작용하고 있다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

쇄빙선 북극 탐사… 신세계百貨, 여행업 진출

내달 5일 ‘비아 신세계’ 오픈

마스터피스·오리진 2개 등급
네 가지 테마 구성 상품 선보여

신세계백화점이 업계 최초 여행업에 진출하면서, 사업 확장을 위한 드라이브를 걸었다. 오프라인 사업 경쟁력이 점차 약화되자, 비유통 분야로 사업 영역을 넓혀 신성장 동력을 확보하려는 움직임으로 풀이된다.

17일 신세계백화점에 따르면, 내달 5일 여행 플랫폼 ‘비아 신세계’를 공식 오픈한다. ‘배움과 철학을 얻는 차별화된 경험의 여정’을 콘셉트로, ‘마스터피스’와 ‘오리진’ 두 가지 등급과 네 가지 테마로 구성된 상품을 선보인다는 방침이다.

마스터피스 등급은 고객에게 특별한 경험을 제공하는 데 중점을 뒀다는 게 회사 측 설명이다. 대표적으로 아랍에미리트 아부다비에서 2025년 모터스포츠 마지막 경기를 관람할 수 있는 여행 상품을 구성했다. 또 탐험가 제임스 후퍼와 함께 쇄빙선을 타고 북극을 탐사



신세계백화점이 새롭게 선보이는 여행 플랫폼 ‘비아 신세계’ 관련 포스터 이미지. /신세계百貨

할 수 있는 여행 상품을 비롯해 정원 디자인인 황지해 작가와 영국 정원을 함께 여행하는 콘텐츠 등을 준비했다.

오리진 등급은 테마가 있는 여행 상품으로 마련됐다. 정회원 전 서울아산병원 노년내과 교수와 함께 뉴질랜드 및 그리스로 떠나는 여행이 대표적이다. ‘노년 건강’을 주제로 뉴질랜드와 그리스의 웰빙 문화를 체험할 수 있도록 기획된 것이 특징이다. 국가유산청과 함께 자연유산 및 명승을 포함한 다양한 국가유산을 만나보는 국내 여행 상품도 준비됐다.

비아 신세계의 특이점은 여행 전후를

모두 아우르는 서비스를 제공한다는 점이다. 여행 전에는 ‘프리뷰 아카데미’를 통해 사전 강의를 운영하고, 자택에서 공항까지 고급 세단으로 이동할 수 있는 픽업 서비스를 제공한다. 여행 후에는 레스토랑 미식 체험, 전시회 관람 등 문화 활동까지 지원하면서, 여행 전후를 포괄하는 종합 서비스를 선보인다는 계획이다.

한편, 하나카드는 이달 17일 신세계백화점의 여행업 진출 시기에 맞춰 ‘신세계 트레블 GO 하나카드’ 신용카드를 출시한다. 하나카드에서 처음 트래블 서비스를 탑재한 신용카드로, 해외 이용 시 하나머니를 적립할 수 있다.

신세계백화점이 유통을 넘어 비유통 분야까지 사업을 확장하는 배경으로, 유통업계 오프라인 경쟁력이 성장 한계에 직면한 현 상황이 거론된다.

업계 관계자는 “장기적으로 봤을 때, 오프라인 유통 사업만으로는 기업이 경쟁력을 갖기가 힘든 게 사실”이라며 “지속 가능한 수입 창출원을 마련하기 위해서 사업 다각화를 추진하는 것으로 보인다”고 말했다.

/안재선 기자

LF몰, 70여개 주요 수입브랜드 한눈에

‘공식수입’ 탭 오픈

생활문화기업 LF가 운영하는 전문몰 ‘LF몰’이 공식 수입 브랜드를 한데 모은 ‘공식수입’ 탭을 새롭게 오픈했다고 17일 밝혔다.

LF는 이번에 신설한 공식수입 탭을 통해, 자사가 직접 수입하거나 국내 유통 라이선스를 보유한 70여 개의 주요 브랜드를 한 번에 선보인다. 특히, 패션·뷰티

·리빙 등의 수입 브랜드가 포함됐다. 대표브랜드로는 ▲바버 ▲이자벨마랑 ▲포르테포르테 ▲바네사브루노 ▲티몬브로스 등이 있다. 계절별 유행 및 신규 상품 소개, 스타일링 제안 등 LF몰 상품기획자(MD)가 기획한 콘텐츠도 마련했다. 이 외에도 LF몰은 공식수입 탭 신설을 기념해 응모 이벤트도 진행한다. 이달 28일까지 추첨을 통해 수입 브랜드의 여름 제품을 증정할 예정이다.

/안재선 기자

이마트, 농식품부와 3주간 ‘농할’ 행사

이마트가 약 3주간 농식품부와 협력해 농축산물 할인 지원 행사인 ‘농할’ 할인 행사를 진행한다고 17일 밝혔다.

이마트는 이번 농할 행사를 통해 여름 제철 농산물과 최근 시세가 오른 농산물을 할인가에 선보인다. 특히, 농산물 구매 시 신세계포인트를 적립하면 이마트 자체 20% 할인에 농림축산식품부 지원 20%가 추가로 적용돼, 최대 36% 할인 혜택을 받을 수 있다는 게 회사 측 설명이다.

가장 먼저, 1주 차 행사로 이달 24일까지 복숭아·거봉포도·토마토·무·배추·오이·양파·부추 8품목을 제공한다. 대



이마트 매장 내 농수산물품 매대 모습. /이마트

표 품목으로는 여름 제철 과일인 ‘부드러운 복숭아’, ‘달콤한 황도복숭아’, ‘아삭한 복숭아’ 등 복숭아 3종을 비롯해 ‘거봉 포도’, ‘대추방울토마토’ 등이 마련됐다.

/안재선 기자

대상, 美서 ‘고기능성 식품소재 기술’ 주목

식품기술 전시회 ‘IFT 2025’ 참가

대상㈜은 14일부터 16일까지 미국 시카고에서 열린 세계 최대 식품기술 전시회 ‘IFT 2025’에 참가해 고기능성 식품소재 기술력을 선보이며 글로벌 바이어들로부터 주목받았다고 17일 밝혔다.

‘IFT 전시회’는 전 세계 90여 개국, 1200여 개 기업이 참여하는 국제 식품기술 행사다. 대상㈜은 지난해에 이어 올해도 참가해 감칠맛, 저염 솔루션 등 차별화된 제품을 샘플 시연과 함께 선보였다.

이번 전시회에서 대상은 대체당 브랜드 ‘스위베로’의 알룰로스를 소개했다. 알룰로스는 설탕과 유사한 단맛을 내지만 칼로리가 거의 없어 건강한 생활을

지향하는 소비자에게 주목받고 있으며, 대상은 군산에 생산시설을 갖추고 미국, 유럽, 일본 등으로 수출을 확대 중이다.

천연 조미 소재 브랜드 ‘나미노’는 감칠맛을 강조하면서도 나트륨을 최대 30% 줄일 수 있는 클린라벨 제품으로, 비건 트렌드에 적합하다. 또 다른 소개 제품인 ‘에멜에이드’는 식물성 기반 유화안정제로, 비건·알러젠 프리 제품 개발에 적합하고 다양한 식품에 적용 가능하다.

대상㈜ 관계자는 “현지에서 높은 호응을 얻었다”며 “앞으로도 글로벌 시장에 대응할 수 있는 혁신적인 소재 개발에 힘쓸 것”이라고 밝혔다. /신원선 기자 tree6834@

풀무원식품 국산콩물 50만병 판매

풀무원식품은 특등급 국산콩만을 사용해 콩 본연의 깊은 맛을 극대화한 여름 시즌 신제품 ‘특등급 국산콩물’이 출시한 달여 만에 누적 판매량 50만 병을 돌파하는 등 여름철 흥행에 성공했다고 17일 밝혔다.

‘특등급 국산콩물’은 풀무원의 바른 먹거리 원칙에 따라 콩의 크기, 이물질 유무, 균일감 등 엄격한 기준을 적용해 선별한 특등급 국산콩으로 만든 제품이다.

콩즙과 천일염만으로 콩 본연의 고소하고 담백한 풍미를 극대화하면서 감칠맛을 살렸다.

100g당 40kcal로 가볍게 양질의 식물성 단백질을 섭취할 수 있다. /신원선 기자

동서식품 ‘카누 공식 스토어’ 오픈

동서식품이 커피 브랜드 카누(KANU) 전용 플랫폼인 ‘카누 공식 스토어’를 오픈했다.

카누 공식 스토어는 기존 카누 웹사이트와 이벤트용 애플리케이션(앱)인 카누 패들 앱을 통합해 재탄생했다. 스틱 커피, 커피 머신, 캡슐커피, 원두 등 카누 전 제품군을 한곳에서 구매할 수 있는 원스톱 쇼핑 기능과 멤버십 프로그램 등을 갖춘 것이 특징이다.

카누 공식 스토어에서는 구매 실적에

따라 멤버십 등급별 혜택을 제공하며 ‘카누 포인트’를 적립하고 사용할 수 있다. 카누 포인트는 카누 공식 스토어에서 제품 구매 시 자동 적립되며 포인트로는 카누 공식 스토어 제품 할인, 카누 스페셜 굿즈 교환, 네이버페이 포인트 교환 등이 가능하다. 이외에도 카누 공식 스토어에서만 진행되는 카누 바리스타 머신 페이백 프로그램, 캡슐 정기 구독 등 차별화된 구매 혜택과 캡슐 재활용 신청과 같은 편리한 기능을 갖췄다. /신원선 기자