

# “가방사러 갔다 그림보고 와요”... 백화점 ‘아트테크 열풍’

**롯데 ‘라이즈 아트’서 미술품 경매 앤디워홀 작품 등 290여점 입찰**

**신세계 강남점에 ‘아트스페이스’ 명품매장 2층에 판매작품 전시**

**현대 ‘판교아트뮤지엄’ 진행 겨울학기 아트테크 강좌 2배로**



롯데백화점은 10월 27일부터 2일까지 광복점에서 국내외 유명작가의 미술품 150여점을 선보였다. 이번 전시는 온라인 경매 전 프리뷰 전시회로 이우환, 박서보, 이강용 등 국내 유명작가부터 앤디워홀, 데이비드 호크니, 아야코 룩카쿠 등 세계적 작가의 작품까지 망라했다. /롯데백화점

백화점이 ‘아트테크’ 열풍을 타고 미술품 판매에 여념없다. ‘미술품 전시·판매·중개·임대업 및 관련 컨설팅업’을 사업 목적에 추가하고 세계적 거장들의 작품을 선보이고 있다.

4일 업계에 따르면 롯데백화점은 2일과 3일 ‘라이즈 아트’ 공식 홈페이지를 통해 290여 점의 미술품 온라인 경매를 열었다. 조부수의 작품 ‘ORCHESTRATION’은 45명이 응찰에 나서기도 했다. 이번 미술품 경매에는 이우환, 앤디워홀, 데이비드 호크니와 같은 현대 미술 작품부터 위창 오세창과 같은 근대 화가의 작품까지 망라했다. 롯데백화점 측은 경매에 앞서 부산 광복점에서 경매에 출품되는 작품 150여 점을 10월

27일부터 2일까지 전시하고 전문 큐레이터가 진행하는 토크쇼도 열었다.

백화점이 미술품 판매에 뛰어든 건 지난해 코로나 사태 이후다. 현대백화점과 신세계백화점, 갤러리아가 판매를 시작한 후 롯데백화점까지 미술품 판매에 나섰다. 코로나 사태로 온라인 쇼핑이 일상화되면서 백화점은 오프라인 공간이기에 할 수 있는 차별화 전략으로 미술품 전시와 판매를 선택하게 됐다. 저명한 작가의 희소성 있는 작품을 갤

러리에 전시하면 작품을 보기 위해 방문하는 사람이 늘어 객객에도 유리하지만 백화점의 고급스러운 이미지에도 큰 도움이 된다.

백화점 업계의 미술품 판매 의지는 코로나 사태가 마무리된 후에도 계속될 예정이다. 미술품 판매에 호응하는 소비자들의 움직임이 심상찮은 덕분이다. 지난달 신세계인터내셔널이 자사 온라인 쇼핑몰 에스아이빌리지에서 판매한 김창열의 ‘회귀 2016’은 공개 한

시간 만에 5500만원에 판매되는 등 열기는 계속해서 뜨거워지고 있다. 신세계백화점은 지난 3월 주춤에서 사업목적에 미술품 전시 및 판매업을 추가했다. 또 가장 큰 매장인 강남점을 리뉴얼하며 3층에 미술품을 전시·판매하는 ‘아트스페이스’를 열었다. 명품 매장이 밀집한 2층 곳곳에도 판매 작품을 걸어 인테리어로, 홍보로 활용 중이다.

현대백화점은 작년부터 판교아트뮤지엄을 진행하며 국내외 작가의 작품을 판매 중이다. 지난해 10월에는 데이비드 호크니, 요시모토 나라 등의 작품 150여 점, 추정 가치 약 200억원에 달하는 전시를 열기도 했다. 미술품 투자를 시작하고자 하는 이들을 위한 강좌도 열었다. 현대백화점은 위드코로나를 맞으며 이번 겨울학기 아트테크(예술+테크) 강좌를 기존의 2배로 대폭 늘였다.

미술시장은 최근 급성장 중이다. 주로 40대 이상이 주로 구입하던 미술품도 MZ세대의 수혜를 보고 있다. 신세계백화점에 따르면 지난해 8월 강남점 아트스페이스를 이용해 미술품을 구입

한 이들은 대부분 40대~60대 중년층이었지만 최근에는 30대가 크게 증가했다. 주식과 코인 투자 열풍에 이어 음원, 미술품 등을 구입하는 아트테크가 MZ세대 사이에서 크게 떠오르면서 상대적으로 심리적 벽이 느껴지는 갤러리보다는 편하게 볼 수 있는 백화점이 입문처로 떠올랐다는 게 관계자들의 평가다. 아울러 최근 NFT(대체불가토큰) 미술의 저변이 확대되면서 MZ세대의 아트테크에 대한 관심은 더 커질 거라는 전망이다.

현재 백화점 업계의 미술품 판매 시장에는 절대 강자가 없는 상태다. 판매 작품도 데이비드 호크니 등 MZ세대에게 친숙한 작가들 중심으로 선택 된다.

유통업계 관계자는 “현재 백화점 업계가 미술품 시장에서 차지하는 비중은 아주 작고, 각 백화점간 특색이 뚜렷하지 않은 게 사실”이라며 “향후 신진 작가에게는 등용문으로, 고객에게는 쉽고 편하게 구입할 수 있는 상품으로 자리 잡기 위해서는 관련 전문가를 얼마나 확보하느냐에 달렸을 것”이라고 말했다. /김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 롯데, 故 신격호 창업주 기리는 음악회 개최

**조은화 작곡가, 추모곡 초연으로 시작 정치용 지휘자, 경기필하모닉 등 참여**



3일 신동빈 롯데 회장이 송용덕 롯데지주 대표이사 부회장으로 부터 창업주 회고록을 헌정 받고 있다. /롯데지주

신격호 롯데 창업주의 꿈과 도전, 열정을 기리는 기념음악회가 가족과 임직원들이 참석한 가운데 지난 3일 롯데콘서트홀에서 열렸다.

이날 음악회 시작에 앞서 기념 영상 상영이 있었다. 헌정 영상 음악은 창업주 생전 애청곡으로 알려진 가곡 ‘사월의 노래(박목월 작시)’를 가수 김현철 씨가 편곡했다. 창업주와 인연이 있는 인사들의 인터뷰 영상에는 홍수환 전 WBA 챔피언, 조상연 7단, 권성원 차의과학대학교 석좌교수, 박영길 롯데사이언스 초대감독 등이 생전 창업주와의 일화를 회고하는 내용이 담겼다. 경남 울주군 산골 마을의 한 소년이 성장해 자산 100조 대기업을 일구어내는 과정을 서정적인 영상미로 표현했다.

음악회는 독일 한스아이슬러 음대교수로 재직중인 조은화 작곡가가 신격호 창업주를 주제로 작곡한 추모곡 초연으로 시작했다. 신격호 창업주의 영문 이니셜(Shin Kyuk-Ho)을 조합해 6개의 음으로 구성된 멜로디를 만들어 추모곡

에 의미를 더했다.

음악회는 국내 최정상 예술가들의 무대로 꾸며졌다. 정치용 지휘자가 지휘봉을 잡았으며 경기필하모닉오케스트라가 추모곡을 비롯한 괴테의 동명의 2개의 시를 음악화한 ‘고요한 바다와 행복한 항해’ 서곡 등을 연주했다. 이밖에 선우예권 피아니스트가 세계 3대 피아노 협주곡으로 꼽히는 차이콥스키의 ‘피아노 협주곡 제1번’을 협연했으며 신영옥 소프라노의 목소리로 듣는 창업주의 애청곡인 ‘사월의 노래’, ‘오 사랑하는 나의 아버지’ 등 공연이 이어졌다.

같은 날 오전 롯데벤처스는 롯데월드타워에서 ‘청년창업 기념식’을 열고 ‘글로벌 액셀러레이터’ 프로그램 참가 스타트업 13곳을 선정해 시상했다. ‘글로벌 액셀러레이터’는 ‘1세대 글로벌 청년창업가’라고 할 수 있는 창업주의 도전 정신을 계승해 잠재력있는 스타트업들의 해외 진출을 지원하는 프로그램으로, 실리콘밸리 한인 창업가 생태계의 주요한 역할을 하고 있는 ‘82스타트업’과 함께 진행하고 있다. 해당 프로그램에는 총 308개의 스타트업이 지원해 약 24대 1의 경쟁률을 기록했다.

/신원선 기자 tree6834@

## 롯데면세점, 14일까지 신입사원 채용

**내달 중순 최종합격자 발표**

롯데면세점이 4일부터 14일까지 신입사원을 채용한다. 전략기획·신규사업, 재무·회계 직무 부문에서 채용을 실시한다.

이번 채용은 신종코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태가 장기화 국면으

로 접어들기 전인 지난해 3월 이후 처음이다. 최근 해외여행 수요가 늘어나면서 면세 산업 회복에 대한 기대감이 높아지고 있는 만큼 인재 확보를 통해 단계적 일상 회복(위드 코로나)을 대비하는 차원이다.

롯데그룹 채용홈페이지를 통해 서류접수를 받으며 서류전형, 인적성검사, 면

접 등 채용 절차를 거쳐 선발한다. 모집 분야는 전략기획과 신규사업 및 재무·회계 직무이며 지원 자격은 다음달 입사가 가능한 학사 이상 학위 취득자 및 취득 예정자를 대상으로 한다. 최종 합격자는 다음달 중순 이후 채용홈페이지를 통해 발표한다. 전략기획·신규사업 직무에선 상경계열 전공자를, 재무·회계 직무에는 회계사·AICPA(미국회계사)·세무사·CFA(국제공인재무분석사) 자격증 보유자를 우대한다. /김서현 기자

## 미래형 베이커리 ‘유니버스 바이 제이랄라’

**신세계푸드, 6성급 베이커리 오픈 청담 SSG푸드마켓에 콘셉트 스토어**

신세계푸드가 범우주적 미래형 베이커리 ‘유니버스 바이 제이랄라(UNIVERSE BY JRILLA)’를 론칭한다.

오는 11일 서울 강남구 청담동 SSG푸드마켓 1층에 콘셉트 스토어로 문을 여는 ‘유니버스 바이 제이랄라’는 신세계푸드의 프리미엄 베이커리 연구개발 역량에 화성에서 태어나 지구로 온 고릴라 캐릭터 ‘제이랄라’의 세계관을 접목해 선보이는 식스 스타(6성급) 베이커리다.

지난 4월 제이랄라 공식 인스타그램을 통해 등장한 이후 화제를 일으키며 인플루언서가 된 캐릭터 ‘제이랄라’가 우주의 레시피를 바탕으로 화성에서 만들어 즐기던 이색 빵을 지구에 선보인다는 스토리를 바탕으로 론칭된다.

‘유니버스 바이 제이랄라’ 매장 인테리어는 고객이 거대한 우주선 안에 있는 듯한 느낌을 경험할 수 있도록 미래지향적 콘셉트가 적용된다. 블랙과 화이트 컬러를 사용해 고급스러우면서도 간결한 콘셉트가 강조됐으며 14개의 대형 디스플레이, 홀로그램 패턴의 패키지, ‘제이랄라’의 세계관을 보여주는 다양한 굿즈들로 꾸며질 예정이다.

메뉴 또한 우주와 태양계 행성들을 모티브로 개발한 약 60종의 이색적인 빵을 만나볼 수 있다. /신원선 기자

블랙과 화이트 컬러를 사용해 고급스러우면서도 간결한 콘셉트가 강조됐으며 14개의 대형 디스플레이, 홀로그램 패턴의 패키지, ‘제이랄라’의 세계관을 보여주는 다양한 굿즈들로 꾸며질 예정이다.

메뉴 또한 우주와 태양계 행성들을 모티브로 개발한 약 60종의 이색적인 빵을 만나볼 수 있다. /신원선 기자

## 롯데GRS, 100% 재활용 가능 페트컵 도입

**롯데리아 음료 컵에 양각로고 새겨**



100% 재활용 가능한 양각 PET컵(오른쪽)과 기존 로고 인쇄 Pet컵(왼쪽) /롯데GRS

롯데GRS는 전국 롯데리아매장에서 사용되는 아이스 드링크 컵 표면의 브랜드 로고를 지우고 100% 재활용 가능하도록 양각으로 로고를 새긴 PET컵을 도입한다고 4일 밝혔다.

기존 PET컵은 재활용을 위한 분리수거 후 분쇄 되는 과정 중 로고 인쇄가 된 컵의 재활용이 불가능한 문제 개선을 통한 재활용 용이성 확대와 화학물질 사용 저감을 위해 PET컵 생산에 필요한 금형 제작에 공동 투자 했다.

롯데GRS는 100% 재활용 가능한 양각 PET컵을 아이스드링크 컵 2종 140Z, 200Z 용량의 컵으로 대체 적용하며 향후엔제리너스, 크리스피크림도넛 등 브랜드에도 추가 확대할 예정이다. /신원선 기자

롯데GRS는 ESG 경영의 친환경 정책으로 매장 내 일회용 플라스틱 사용 감소 위한 롯데리아 직영점과 엔제리너스 전국매장에서의 ‘드링크 리드’ 도입에 이어 이번 재활용 가능한 양각 PET컵 도입 등 25년까지 일회용품 리사이클링 50%, 친환경 패키징 50% 이상 도입을 목표를 추진할 계획이다. /신원선 기자