



[라이프]
외식·회식 증가
식음료업계
소비자 점점 확대
니



Life

매일 아침 내 손안의 친구
메트로 창간 20년

노인일자리 만들기
정보나눔의 길을 계속 가겠습니다.



따로 또 같이... 中企 돕고 탄소저감 앞장서는 'ESG 시너지'

살맛나는 세상 이야기 ESG 경영시대

롯데쇼핑



롯데쇼핑이 전방위 사회공헌 활동에 나서고 있다. 롯데쇼핑은 지난해 11월 통합 ESG 캠페인 브랜드를 '리얼스(RE: EARTH)'로 선정하고 ESG 위원회를 본격 가동했다. 롯데쇼핑은 ESG 활동을 구체화하는 5대 프로젝트로 '리얼스(RE: EARTH)', '리너지(RE: NERGY)', '리유즈(RE: USE)', '리조이스(RE: JOICE)', '리바이브(RE: VIVE)' 등을 정했다.

소비자와 만나는 접점이 어느 대기업보다 넓은 초대형 유통기업답게 이 같은 5대 프로젝트는 사회 취약 계층을 위한 사업부터 탄소 절감을 위한 신상품 개발과 캠페인까지 고객의 삶에 닿아 있다. 롯데쇼핑의 진두지휘 아래 각 계열사가 자사 맞춤형으로 펼치는 사회 공헌 캠페인은 협력을 통해 시너지를 내며 순항 중이다.

◆세계가 인정한 사회공헌 캠페인 '리조이스'

롯데백화점의 사회공헌 캠페인 '리조이스'는 지난 7일 IGDS(대륙간백화점협회)가 주관하는 '세계 최고 지속가능성&CSR 캠페인' 어워즈에서 베스트 캠페인 10개 중 하나로 선정됐다. IGDS는 창립 75년에 이르는 세계 최대 백화점 협회로 38개국 43개 백화점 기업이 소속돼 있다.

리조이스는 롯데백화점이 2017년 출범한 사회공헌 캠페인으로 여성 우울증 인식 개선을 위한 활동을 펼쳤다. 전국에 4개의 심리상담 전문 시설을 운영하며 2000여 건 이상의 상담을 진행했고 상담 수익금은 사회공헌 기금으로 환원한다. 지난해 코로나19 기간 중에는 임직원 심리상담 프로그램인 '찾아가는 심리상담소, 조이스가 간다'를 운영하며 전국 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼 등 현장 직원에게 상담과 미술치료 등을 제공해 사내에서 호평을 얻었다.

리조이스가 여성 우울증 환자를 포착한 데에는 국내 여성 우울증 환자의 수가 남성 환자와 비교해 압도적으로 많고 매년 급증하는 추세기 때문이다. 건강보험공단이 2012년부터 2017년까지 빅데이터를 분석한 결과 여성환자는 45만5000명, 남성 환자는 22만6000명으로 나타났다. 롯데백화점은 올해부터 리조이스의 캠페인 대상을 여성에서 남녀노소, 가족, 반려동물로 확대하고 '모두의 자존감과 꿈, 도전을 응원하는 캠페인'으로 업그레이드해 운영한다.

◆고객의 손에서 시작하는 '친환경'

지난 9일 롯데마트는 웅진식품과 함께 '아침햇살' 페트병에 진짜 쌀을 담은 컬러

버레이션 상품을 2만개 한정으로 출시했다. 최근 유행 중인 평범한 '펀슈머(Fun+Consumer)' 상품 같지만 실제로는 'K-품종 프로젝트'의 일환이다. K-프로젝트는 지난해부터 롯데마트가 농가·종자연구사와 손잡고 국산 품종 농산물 활성화를 위해 진행 중인 ESG 활동이다. 국산 품종 농산물을 외국 품종과 달리 사용료가 없어 농가 소득에 도움이 된다. 농촌진흥청에 따르면 2019년 벼서 농가가 해외 로열티로 지불한 금액은 40억8000만원에 달한다.

태양광 발전소도 친환경 활동의 한 가지다. 롯데슈퍼가 지난해 12월 10개 매장과 신갈물류센터의 옥상에 총 5119㎡면적 규모의 태양광발전 설비를 설치한 것을 시작으로 롯데마트도 관련정부기관 및 사업주들과 손잡고 운영 중이다. 롯데마트는 사회점 등 총 17개소 주차장에 총 4MW의 태양광 발전소를 운영 중인데 이는 1200가구에 전기를 공급하고 연간 2092톤의 이산화탄소를 줄이는 효과를 갖는다.

롯데마트는 태양광 발전소 설치 이전에도 106개 지점에 전기차 충전 인프라를 갖춰 탄소 저감에 나선 바 있다. 또 PB상품 제작 시 '리무버블 스티커 사용', '에코 절취선 적용', '재사용 포장재 사용', '친환경 소재 대체' 등 7대 친환경 패키징 가이드라인을 준수 중이다.

롯데마트가 이어가는 ESG 활동도 지난 4월 한국경영인증원이 다양한 분야에서 친환경 여부를 조사해 부여하는 '그린스타'를 대형마트 최초로 받는 데 성공했다.

계열사 맞춤형 ESG 캠페인 펼쳐

롯데백 4곳서 심리상담 전문시설 운영
롯데마트 국산 품종 사용해 농가 도와
롯데슈퍼 옥상에 태양광 설비 설치
롯데홈쇼핑 중소기업 해외진출 도와
경력단절여성 대상 맞춤형 채용상담

◆中企·경력단절 등 지원 전방위 활약

롯데홈쇼핑은 지난 3월 아랍에미리트 두바이에서 '대한민국 브랜드 엑스포 in 두바이' 수출상담회를 열었다. 엑스포는 롯데홈쇼핑의 수익 활동이 아닌 중소기업에 위한 자리로, 5일간 상담건수 640건, 상담실적 약 7980만달러(약 1000억원)의 실적을 기록했다. 국내 중소기업 100개사에 아랍에미리트를 비롯해 쿠웨이트, 카타르 등 중동 인접국가 바이어 약 200명이 온·오프라인 상담회에 참여했다.

롯데홈쇼핑은 지난 2016년부터 중소기업이 진출을 희망하는 지역에서 수출 상담회를 열고 1:1 상담 및 제품 현지화 컨설팅 등을 진행하고 있다. 팬데믹 기간 오프라인



① 고객이 리조이스 심리상담소에서 상담을 받고 있다.
② 롯데슈퍼 매장 옥상에 설치된 태양광 발전을 위한 패널. 롯데슈퍼와 롯데마트는 매장 옥상과 야외 주차장에 태양광 패널을 설치함으로써 탄소절감 활동에 나섰다.
③ 지난 3월 롯데홈쇼핑이 연 '대한민국 브랜드 엑스포 in 두바이' 수출 상담회에서 (왼쪽에서 첫번째)유형주 롯데홈쇼핑 지원본부장, (세번째)마하라 알단하니 주한 UAE 대사관 일등서기관 등 관계자가 전시회장을 둘러보고 있다. 롯데홈쇼핑은 2016년부터 중소기업의 판로개척을 위해 해외 수출 상담회를 열고 있다. /롯데쇼핑

상담 진행이 어려워지고서는 온라인을 기반으로 여러 국가를 동시에 연결하는 비대면 방식을 병행 중이다. 올해까지 총 13회 개최했고 누적 상담건수는 7200건, 상담금액은 8억3419만 달러를 기록했다.

인재와 기업을 연결하는 활동도 했다. 롯데홈쇼핑은 2018년부터 대중소기업농어업협력재단과 공동으로 '상생일자리'를 운영 중이다. 상생일자리는 여성 구직자 및 경력단절여성을 대상으로 재취업을 위한

역량 강화 교육을 진행한 후 파트너사 취업을 지원하고 있다. 지난해 6기까지 선발, 운영했는데 취업률은 80%에 달한다. 패션, 리빙 등 다양한 분야의 파트너사 관계자들이 경력단절 여성들을 대상으로 1대1 맞춤형 채용 상담을 진행해 소호스트를 비롯해 뷰티 관련 파트너사와 렌탈업체, 건강식품회사 등 취업 성공사례가 이어지며 성공적으로 운영되고 있다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲새로운 게임이 시작된다... '오징어게임' 시즌2 제작 확정
▲오늘 오후 10시, 이집트와 4번째 평가전 손흥민 '연속 골 기대' /사진 뉴시스

▲'범죄도시2' 천만 관객...극장가 '일상회복'
▲SSG, 40승 선착 눈앞...2위 키움은 맹렬하게 추격 중



▲시즌 두번째 타이틀방어 성공 박민지... "이젠 LPGA"
▲메드베데프, 호주오픈 결승 패배에도 男 테니스 세계 1위 복귀 /사진 뉴시스