

롯데

www.lotte.co.kr



08

August
2020



02

04

14

16



20

22

26

32



언제 어디서나, 롯데칠성음료

社報「롯데」月刊 532호(사내보)
2020년 8월호
제51권 8호
2020년 8월 5일 발행
디자인
designpage 02,324,9422
표지 일러스트
이태욱
인쇄
상현원색
재판
스토리19
발행 및 편집
롯데지주(주) 커뮤니케이션실 홍보팀
서울시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 17층
(Tel: 750,7037 Fax: 779,1081)

Focus

클로즈업	02
포커스 「스카이브릿지 투어」 오픈	04
기획_롯데그룹 창업주 신격호 명예회장 ⑥	08
세계 속의 롯데 ⑥ 롯데글로벌로지스	10
정보마당 ① 롯데중앙연구소「스마트글라스」	14
정보마당 ② 롯데호텔 서울 이그제큐티브 타워의 특별한 서비스	16
현장 스케치 롯데월드타워 유리창 청소	18
롯데 VS 롯데 포토존	20
샤롯데씨어터 뮤지컬「브로드웨이 42번가」	22
롯데 광고 이야기 롯데칠성음료「클라우드생드래프트」	26
롯데 건강 이야기 ⑨ 영상검사의 종류와 차이	28
롯데 감성 여행 「거제」	30
시네마 프리뷰 롯데컬처웍스 여름 추천 영화	32

Life

뉴스 업데이트	34
나눔 경영 뉴스 + 동반 성장 뉴스	43
롯데추천도서	45
서대리의 유기능 카툰	46
퀴즈 팡팡! 경품 평평!	47
편집후기 및 주재기자	48

롯데, 2020 하반기 VCM 진행



롯데는 7월 14일 신동빈 회장을 비롯해 롯데지주 대표이사 및 임원, 4개 BU장 및 임원, 계열사 대표 이사 등 90여 명이 참석한 가운데 「2020 하반기 LOTTE Value Creation Meeting(이하 VCM)」을 진행했다. 이번 하반기 VCM은 코로나19의 여파로 생활 속 거리두기 지침을 준수하고 언택트 업무 문화를 실현하고자 웨비나(Webinar, 웹 세미나) 형태로 진행됐다. 참석자들은 서울 잠실(5개), 소공(2개), 양평(1개) 등 3개 거점에 마련된 8개 회의실에 소그룹으로 모여 VCM에 참여했다. 한편, 롯데는 이번 하반기 VCM에서 올해 상반기 실적 및 하반기 경영계획을 공유하고, 「뉴 노멀(New Normal) 시대가 요구하는 혁신」이라는 주제 아래 코로나19로 어려운 상황 속에서도 지속적인 미래 성장을 이루기 위한 그룹의 혁신 전략 및 실행 방안에 대해 논의했다.

롯데, 「mom편한 놀이터」 13호점 오픈

롯데는 7월 2일 서울시 동대문구 회경동 새싹마을마당에 「mom편한 놀이터」 13호점을 오픈했다. 이번에 오픈한 13호점은 기존 놀이터들과는 다르게 미로 형태의 동선을 적용하는 등 흥미를 유발하는 요소를 담은 폐쇄형 놀이터로 디자인됐다. 또한, 「mom편한 놀이터」가 조성된 새싹마을마당이 기존에 지역주민의 휴게 공간으로 이용됐던 것을 감안해 다목적 「mom편한 테라스」를 설치하고, 아이들이 다양한 놀이활동을 즐길 수 있도록 놀이터 동선 바닥에도 놀이 포장길을 적용했다.



롯데엑셀러레이터, 「엘캠프 온라인 데모데이」 개최



롯데엑셀러레이터는 7월 28일 스타트업들의 후속 투자 유치 및 비즈니스 연계를 돕기 위한 「엘캠프(L-Camp) 온라인 데모데이」를 개최했다. 「데모데이」는 엑셀러레이팅 프로그램이 끝난 뒤 스타트업들이 한자리에 모여 벤처 캐피탈 등 유관기관 관계자들에게 사업을 소개하고 성과를 공유하는 행사다. 6회째를 맞이한 이번 「데모데이」는 코로나19로 대규모 인원이 모이기 어려운 점을 고려해 온라인으로 실시간 중계됐으며, 유수의 투자 기관 관계자들과 롯데 신사업 관련 임직원 등 600여 명이 온·오프라인으로 참석했다.

하늘을 관람하는 전망대에서 체험하는 전망대로

세계 최고 높이 「스카이브릿지 투어」 오픈

3년 전 「천상의 하늘」이라는 타이틀로 한국의 아름다움과 자부심을 전달하겠다는 포부를 갖고 오픈한 롯데월드타워 전망대 서울스카이가 지난달 24일 세계 최고(最高)의 콘텐츠를 공개했다. 타워 최상단부에서 즐기는 세계 최고 높이의 짜릿한 액티비티 「스카이브릿지 투어」가 바로 그것. 이미 문재인 대통령, 나렌드라 모디 인도 총리, 프레데릭 크리스티안 덴마크 왕세자 등 세계적 유명인사가 다녀가고, 세계거탑연맹(WFGT: World Federation of Great Towers)에 가입하며 글로벌 랜드마크로서 입지를 굳건히 다지고 있는 서울스카이는 이번 「스카이브릿지 투어」 오픈으로 그 방점을 찍을 계획이다.



체험형 전망대로 변신하다

「스카이브릿지 투어」는 그간 일반 관람객에게 오픈하지 않았던 롯데월드타워 루프에서 진행되는 것으로, 세계 4위이자 대한민국 최고 높이 건축물을 완전한 야외 공간에서 온몸으로 직접 느낄 수 있는 첫 콘텐츠라는 점에서 아주 특별하다. 「스카이브릿지」는 롯데월드타워 최상단 루프의 두 개로 갈라진 구조물 사이를 연결한 높이 541m, 길이 11m의 고공 어트랙션이다. 서울스카이는 이번 투어 오픈으로 「관람형 전망대」에서 그간 꾸준히 지향해온 「체험형 전망대」로 본격적인 변신을 시도할 예정이다.

LOTTE WORLD TOWER



117층 스카이스테이션

안전 교육

투어는 최대 12명이 1개 조로 구성되며 인솔 직원 동행하에 1시간 동안 진행된다. 먼저 117층 「스카이스테이션」에서 투어에 관한 안전 교육을 듣고 장비를 착용한다. 할리우드 영화에서나 나올 것 같은 멋진 붉은색 점프슈트를 입고 헬멧과 등반용 하네스를 착용하면 하늘 위를 걷기 위한 준비가 끝난다. 하네스는 차후 루프에 오르면 동선상 안전줄에 연결해 더 안심하고 스카이브릿지를 즐길 수 있도록 돕는 역할을 한다. 이어서 참가자들은 118층 투명 유리 바닥 「스카이데크」, 120층 야외 테라스 「스카이테라스」 등 전망대 주요 관람 시설에 대한 소개를 들으며, 서울스카이가 전망대를 지나 최상단 야외 루프로 이동한다. 루프로 향하는 계단에는 투어의 도전 의지를 북돋워주는 문구가 적혀있어 참가자들을 응원한다.

SKY STATION



안전 고리

계단 문구



롯데월드타워 최상단 스카이브릿지

TOWER BRIDGE

지상 500m에 위치한 계단을 오르면 비로소 세계에서 가장 높은 타워브릿지에 도착한다. 11m 길이의 다리 위에서 참가자들은 하늘 보고 뒤로 걷기, 팔 벌려 뛰기 등 하늘 위 스릴을 만끽할 미션을 수행하고 서울의 탁 트인 전경과 함께 아찔한 포토타입도 가진다. 투어를 마치면 수여되는 기념 사진과 인증서는 다른 곳에서는 경험할 수 없는 또 하나의 색다른 추억이니 놓치지 않길 바란다.



미션 수행



SKYBRIDGE TOUR

안전을 위해 엄격한 기준 아래 운영

「스카이브릿지 투어」는 기상악화 및 동절기를 제외한 매주 수요일에서 일요일, 오후 1시부터 7시까지 운영된다(마지막 조 6시 출발). 세계 최고 높이에서 진행되는 콘텐츠이니 만큼 안전한 운영을 위해 엄격한 기준을 적용한다. 시간당 2.5mm 이상의 강우(설)나 낙뢰주의보가 내릴 경우, 날씨가 흐려 시야가 확보가 안 될 경우에는 운영을 중지한다. 또한, 만 12세 미만, 체중 120kg 초과, 신장 140cm 미만이나 혈압 및 심장, 근골격 및 근육계통 등의 질환 보유자, 계단 이동이 어려운 사람 등은 이용이 불가하다. 이용 중 참가자들의 안전도 철저히 보장한다. 정해진 동선에서 안전하게 움직일 수 있도록 하네스 및 안전고리를 장착하며, 부딪힘 사고를 방지하기 위해 헬멧 착용은 필수다. 이 밖에도 낙상 사고를 예방하기 위해 안전장비를 갖춘 휴대폰, 안경을 제외한 소지품은 117층 「스카이스테이션」에 보관해야 한다.

글로벌 복합 문화 공간으로 나아가다

서울스카이는 앞으로도 다양한 액티비티를 도입하는 한편, 해당 국가의 문화를 선보이고 소개하는 「서울스카이 글로벌 문화 페스티벌」, 공간 리뉴얼, 유명 작가와 연계한 예술품 전시 등을 진행할 계획이다. 이러한 활동을 통해 단순히 전망만 관람하는 곳이 아니라 공연, 전시, 액티비티 등 다양한 콘텐츠가 함께하는 글로벌 복합 문화 공간으로 한발 더 나아가갈 것으로 기대된다. 

박지웅_롯데월드 커뮤니케이션팀 대리



신격호 명예회장의 진실과 거짓

창업주 신격호(辛格浩) 명예회장은 식민지 시대에 일본에서 유학하던 중 소규모 식품업으로 출발해 韓·日 양국에 걸쳐 식품·유통·관광·석유화학 분야에서 대기업을 일궈냈다. 일본에서 기업가로 성공한 신격호 명예회장은 韓·日 수교 이후 한국에 투자할 수 있는 길이 열리자, 1967년 롯데제과를 시작으로 호텔롯데, 롯데쇼핑, 호남석유화학(現 롯데케미칼) 등을 잇달아 창업하거나 인수하면서 롯데그룹을 재계 5위의 대기업으로 만들었다. 그 과정에는 그간 우리가 알지 못했던 다양한 비하인드 스토리와 오해 그리고 진실이 숨어있다. 사보 「롯데」에서는 올 한 해 동안 창업주 신격호 명예회장의 다양한 이야기를 공개한다.

신격호 명예회장은
호텔이 아닌 제철소를 짓고 싶었다?

TRUE

신격호 명예회장은 원래 한국에서 식품업이 아니라 중화학공업을 하고 싶어 했다. 그래서 석유화학 시장으로의 진출을 검토하고 있었는데, 한국 정부가 지금의 LG를 사업자로 지정하자 단념할 수 밖에 없었다. 이때 정부에서 제철 사업을 해보라며 제안해왔고, 신격호 명예회장은 2년여간 일본의 모든 제철 공장을 돌아보고, 미국까지 다녀오며 사업 추진에 매진했다.

그 결과 연간 생산 100만 톤 규모의 설비라면 충분히 경쟁해볼 만하다는 판단하에 제철 사업 관련 55명의 전담반을 운영하며, 당시로서는 거금인 3,000만 엔 이상을 투입했다. 뿐만 아니라 설계 도면부터 시작해 방대한 자료 정리를 완료하고, 은행에서 융자 받을 조치까지 해두었다.

그런데 정부가 갑자기 제철 사업은 국가적 사업이라며 국가에서 하기로 했다고 전해오자, 어쩔 수 없이 제철 사업 역시 단념해야 했다. 신격호 명예회장은 그동안 수집한 정보와 자료들을 당시 대 한중석광업 박태준 사장에게 건네주고 수시로 만나 조언하며 아낌없이 지원한 것으로 알려졌다.



신격호 명예회장은
일본 외무상을 지낸 A급 전범 시게미쓰 마모루의 사위다?

FALSE

신격호 명예회장에 대해 가장 잘못 알려진 것 중 하나는 일본 외무상을 지낸 A급 전범 시게미쓰 마모루의 사위라는 오해다. 전 언론인이 지난 1998년 출간한 책에서 신격호 명예회장의 일본인 아내 시게미쓰 하츠코의 외삼촌이 시게미쓰 마모루고, 유력 가문인 처가의 도움으로 일본에서 롯데를 키울 수 있었으며, 신격호 명예회장이 「시게미쓰」란 성을 쓴 것도 이 때문이라고 저술한 것이다.

하지만 시게미쓰 하츠코의 결혼 전 성은 「다케모리」로, 일본 관습상 결혼 후 남편인 신격호 명예회장의 일본 성을 따랐을 뿐, 일본 외상 시게미쓰 마모루 집안과는 무관한 것으로 밝혀졌다. 롯데는 이를 일본 현지 시게미쓰 가문 관련 단체에도 확인한 바 있다. 신격호 명예회장은 일본에서 사업을 하면서도 일본 국적을 취득한 적도 없었고, 「시게미쓰」란 성을 쓴 것도 일제 시대 창씨개명 당시 본관인 「영산 신(辛)」 씨가 「시게미쓰」로 바뀐 데 따른 것이었다.

결국 2015년 처음에 오해를 불러일으켰던 책은 재판본 머리말에서 「초판에 실린 다음 대목은 오보였으므로 정정한다.」라고 서술하고, 관련 구절을 삭제했다. ㉔

편집실

원스톱 글로벌 물류 최강자를 꿈꾸는

롯데글로벌로지스

2019년 통합법인 설립 이후
기존에 축적해온 물류 노하우와
물류연구소의 고도화된
서비스를 통해 원스톱 글로벌 물류
최강자를 꿈꾸고 있는 롯데글로벌로지스는
2003년 중국 진출을 시작으로 독일, 인도,
베트남, 인도네시아, 홍콩, 미국 등 전 세계
13개국에서 14개 법인, 12개 지점을
운영하고 있으며, 2021년 동유럽
신규 네트워크 확충을 준비 중이다.



미국 인터모달 서비스



베트남 창고법인 전경

USA

롯데글로벌로지스는 댈러스, LA, 뉴욕, 시카고를 거점으로 미국 시장에 진출해 해상, 항공, 국제특송, 3PL, 인터모달 서비스를 아우르는 토털 물류 서비스를 제공하고 있다. 해상운송 컨테이너의 내륙 운송 서비스를 제공하기 위해 미국 주요 철도사와 철도 계약 체결 및 프로세스를 관리하고, 시카고, 멤피스 등 북미 전역의 철도 램프와 연결되는 트럭운송 환적 서비스를 제공한다. 이와 더불어 미국 롯데 케미칼의 미국 내 철도운송, 탱크 보관, 해상 선박 수출운송 업무도 수행 중이다. 현재 롯데글로벌로지스는 미국 시장 확대를 위해 자산형 물류사로 도약을 준비하고 있으며, 트럭킹 직영화 및 창고 사업 등을 활발히 추진 중이다. 더불어 2021년에는 현지 우수기업 M&A도 병행하는 등 외형적 확장을 이루기 위해 노력하고 있다.



미국 댈러스 사무실



베트남 창고 내부

Vietnam

베트남은 롯데글로벌로지스의 BIG3 전략 중 한 곳으로서 포워딩을 주력으로 하는 운송법인과 3PL을 주력으로 하는 창고법인이 진출해 베트남 전역에 항공/해상 수출입 운송, 내륙운송, 수출입 통관, 창고 관리, 3PL 등 통합 물류 서비스를 제공한다. 베트남의 두 법인은 그룹 계열사를 포함한 다양한 고객을 대상으로 최적의 물류 서비스를 제공하며, 각 기업들이 글로벌 시장으로 영역을 확장하는데 기여하고 있다. 특히, 롯데GRS 및 롯데푸드와의 협업을 통해 가공장 건설 프로젝트를 추진하며 주목받고 있다. 롯데글로벌로지스는 베트남 시장을 집중 육성지역 중 하나로 선택해 자산 기반의 물류사로 거듭나기 위해 창고 및 트럭 등 과감한 투자를 진행 및 계획하고 있으며, 향후에도 다양한 신규 서비스를 개발해 시너지를 창출하는 것은 물론 계열사 물류 효율화에 이바지할 예정이다.

Indonesia

롯데글로벌로지스는 롯데마트와 함께 인도네시아에 진출해 전국적 물류 네트워크를 구축했다. 인도네시아의 경제적 중심지인 자바 섬에 구축한 창고 인프라를 기반으로 수마트라, 칼리만탄, 술라웨시 등 총 7개섬을 대상으로 인도네시아 전역에 서비스가 가능한 물류 네트워크를 촘촘하게 구축해 안정적인 서비스를 제공한다. 물류 운



인도네시아 창고 전경

영 노하우를 기반으로 현지 업체 물류 컨설팅을 통한 3PL 영업을 공격적으로 시행하고 있으며, 현지 친화 전략 구사해 인도네시아 구호물품 운송 사업(Sembako 프로젝트)과 다수의 현지 고객을 확보했다. 점차 증가하고 있는 인도네시아 정부의 대단위 기간산업 투자에 초점을 맞추고, 포워딩 및 EPC 물류사로서의 변화를 꾀하고 있으며, 현지 우수기업 M&A 또한 병행하고 있다.

Germany

독일에서는 2006년 함부르크에 법인을 설립한 이래 프랑크푸르트에 지점을 설립하며 거점을 확대했다. 이를 통해 보세창고 확충 등 발전과 확장을 거듭하며 꾸준히 성장하고 있다. 유럽의 관문인 함부르크에서 전 유럽 컨테이너 내륙운송을 책임지고 있으며, 프랑크푸르트에서는 반도체 등 對유럽 Distribution Center를 위탁 운영하고 있다. 단순히 독일을 타깃으로 법인을 운영하는 것이 아니라 영국, 네덜란드 등 유럽대륙 전체에 걸쳐 토털 물류 서비스를 제공하고 있으며, 그룹사의(롯데케미칼, 롯데알미늄) 헝가리 진출과 발맞춰 2021년 헝가리에도 진출할 예정이다. 그리고 이를 토대로 그룹 유회사 및 차량용 배터리 생산업체들의 동유럽 확장 전략에 발맞춰 더욱 성장해 나갈 계획이다.



독일 프랑크푸르트 지점



롯데글로벌로지스 해외법인 사업 현황 (2020년 기준)

구 분	진출시기	포워딩	창 고	내륙운송	S/Agent	협력 사업
중국	중 국	'96. 1月	○	○	○	○
	홍 콩	'12.10月	○	○		○
아주	인도	'07.07月				○
	싱가포르	'13.08月				○
	말레이시아	'15.09月	Paper Company			
	인도네시아	'17.08月	○	○		
	베트남(운송)	'08.08月	○	○		○
	베트남(창고)	'08.01月	○	○		
	필리핀	'17.08月	○	○		
	캄보디아	'12.10月			○	
구주	카자흐스탄	'16.06月	○	○		
	영 국	'07.10月	○	○		○
미주	독 일	'06.08月	○	○	○	○
	미국달라스	'12.10月	○	○	○	○

Hong Kong

롯데글로벌로지스 해외 진출 1호인 중국법인인 2003년 중국 최대 물류사인 코스코로지스틱스와 합자법인으로 중국시장에 진출한 이후 꾸준한 성장을 이어오고 있다. 심천/우시/청도 등 주요 항구 및 내륙기지로 네트워크를 확대하는 한편, 포워딩 및 창고/내륙운송/콜드체인 등 토털 물류 서비스를 제공한다. 국내 주요 고객사 외에도 중국계 거래처/물류사와 업무 협력을 확대해 나가고 있으며, 굴지의 선사/항공사와 중개 계약을 체결해 가격경쟁력을 높이고 고품질 서비스를 제공한다. 홍콩에서는 남중국 인터모달 복합운송을 기반으로 성장했으며, 물류사 등 영업대상을 확대하며 업무 영역을 지속적으로 확장하고 있다. 또한, 홍콩의 자유무역에 기반한 물류 허브 특성에 따라 2014년부터 직구/역직구 사업을 개시했으며 상품 입고부터, 검수, 재고관리, 포장 및 항공운송을 통해 상품을 최종 소비자에게 배송하는 업무까지 일괄수행하고 있다.

해외 물류 네트워크를 통해 글로벌 사업 확대를 위한 교두보 마련에 성공한 롯데글로벌로지스는 「선택과 집중」 전략을 바탕으로 전 세계 네트워크를 연결해 롯데그룹 물류 시너지 창출을 위해 꾸준히 노력할 것이다. ❶

김지현_롯데글로벌로지스 커뮤니케이션TF팀



홍콩 물류창고

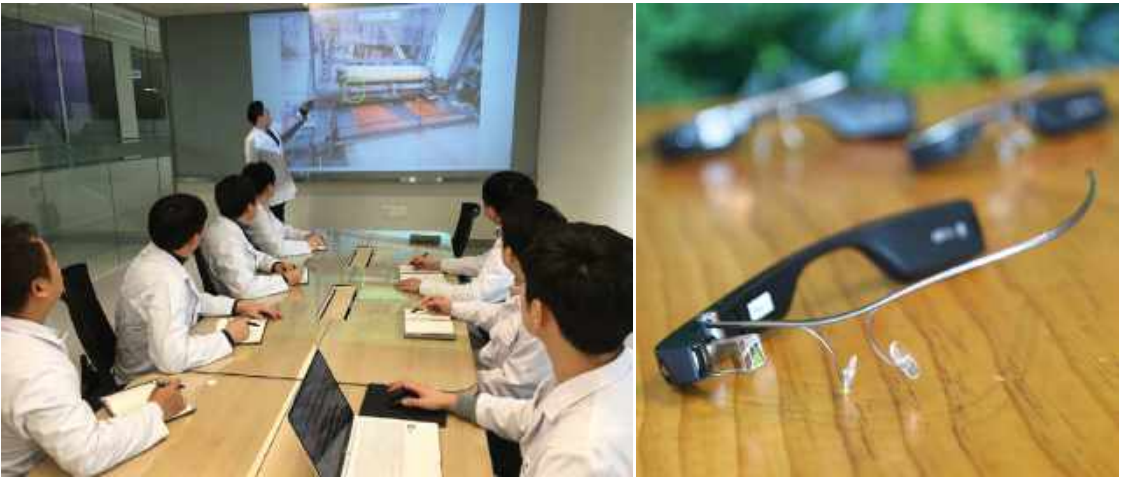
롯데중앙연구소, 「스마트글라스」 도입으로 업무 혁신을 이뤄내다



식품 업계에서는 늘 위생 및 안전 이슈에 촉각을 곤두세운다. 소비자의 욕구를 충족시키는 신제품 개발 못지 않게 제품의 안전성과 건강한 먹거리 제공을 위한 업무 혁신이 기업의 존망에까지 영향을 끼칠 만큼 중대한 사명이 된 것이다.

「스마트글라스」 적용한 원격 위생 관리 시스템 도입

롯데중앙연구소는 업계 최초로 제조 공장에 사물 인터넷(IoT) 기반의 「스마트글라스」를 적용한 원격 위생 관리 시스템을 도입했다. 「스마트글라스」를 착용하면 생산 라인의 위생 점검은 물론, 현장에서 바로 원격 화상 회의까지 할 수 있다. 지난해 12월 롯데제과 영등포 공장을 시작으로 올하는 롯데칠성음료, 롯데푸드 및 파트너사에 「스마트글라스」를 활용한 실시간 원격 위생 관리 시스템을 적용했으며, 향후 해외 현지 법인 점검에도 원격 위생 관리 시스템을 적극 도입해 DT(Digital Transformation)를 통한 업무 혁신을 도모할 계획이다.



롯데의 위생 관리 기준을 적용한 솔루션 제공

롯데중앙연구소가 도입한 실시간 원격 식품 안전 관리 시스템은 기존 「스마트글라스」의 기능에 식품 안전 관리에 필요한 소프트웨어를 적용해 개발한 솔루션이다. 이를 위해 롯데중앙연구소는 글로벌 전문 위생 관리 기관인 「NSF(National Sanitation Foundation)」와 협업해 「스마트글라스」에 롯데 위생 관리 기준인 「LOTTE Global Standard」를 소프트웨어 형태로 융합했다. 「스마트글라스」를 착용하면 점검 항목 체크리스트를 확인하면서 식품 제조 현장을 손쉽게 관리할 수 있다. 덕분에 이제는 종이나 펜을 가지고 현장에 들어가지 않고도 음성이나 몇 가지 손동작만으로 각 항목들을 확인하고 사진을 촬영할 수 있게 됐다.

미래에 최적화된 위생 관리 시스템

「온택트(On tact)」의 시대가 도래했다. 이는 올해 코로나19 감염이 장기화되면서 등장한 새로운 흐름인 비대면을 일컫는 「언택트(Un tact)」에 온라인을 통한 외부와의 「연결(On)」을 더한 개념으로, 온라인을 통해 서로 대면하는 방식을 가리킨다. 비대면이 일상화될 수도 있는 미래 사회에서 「스마트글라스」는 지방 및 해외에서도 실시간 원격 커뮤니케이션을 통한 원거리 소통이 가능하다는 점에서 큰 이점이 있을 것으로 보인다. 롯데중앙연구소는 이러한 「스마트글라스」의 기능을 십분 활용해 정확하고 신속하게 생산 현장의 문제점을 파악하고 개선할 예정이며, 이를 통해 안전한 먹거리를 제공하기 위해 보다 진일보한 식품 안전 솔루션을 제공할 계획이다. 

윤환식_롯데중앙연구소 제조안전팀 책임

롯데호텔 서울 이그제큐티브 타워(Executive Tower)만의 특별한 서비스를 소개합니다



지난 2018년 9월 1일 리뉴얼 오픈한 롯데호텔 서울 이그제큐티브 타워(Executive Tower)는 고객 만족을 최우선으로 생각하며 특별한 서비스들을 제공하고 있다. 실제 세계적인 여행정보업체 트립어드바이저의 호텔 평점에서 올해 상반기 1위를 차지하기도 했다. 현재도 서울의 수많은 호텔 중에서 1위는 물론 모든 부문에서 거의 만점에 가까운 점수를 기록하며, 코로나19 확산 이후 급변하는 시장 상황 속에서 진짜 실력을 검증 받고 있다.

체크인하는 순간부터 시작되는 맞춤형 서비스

이그제큐티브 타워만의 일대일 맞춤형 고객 만족 서비스는 체크인하는 순간부터 시작된다. 한국의 전통 문양을 모티브로 설계해 고풍스러우면서도 편안한 분위기를 자아내는 리셉션 데스크 더 로비(THE LOBBY, 15층)의 소파에 앉아있으면 일대일로 투숙과 관련된 안내를 해주는 「퍼스널 체크인」이 진행된다. 안내를 받는 동안에는 전통 문양의 다기에 담긴 웰컴 티와 다과가 제공되며, 안내 후에는 직원이 직접 객실까지 에스코트한다.



전용 라운지에서 최고의 맛과 서비스 제공

이그제큐티브 타워의 투숙객 전용 라운지인 「르 살롱(LE SALON, 16층)」에서는 1일 최대 4식(조식, 가벼운 스낵, 애프터눈 티, 칵테일 서비스)을 즐길 수 있다. 특히, 「르 살롱」의 조식 뷔페에서는 셰프가 고객의 요청에 따라 만든 부드러운 오믈렛 요리를 테이블까지 서빙해주는 「테이블 서비스」, 오믈렛 그릇에 케첩으로 「Good Morning」이나 양중맞은 그림을 그려주는 「레터링 서비스」가 함께 제공돼 고객에게 감동을 선사한다.



정성 가득한 서비스로 감동을 선물하다

최근에는 기념일에 방문하는 고객들에게 서프라이즈로 제공하는 「드로잉 서비스(Drawing Service)」도 큰 호응을 얻고 있다. 이 서비스는 고객의 예약 요청 사항을 확인한 후 체크인 전, 직원들이 손수 약 1시간 가량 객실 내 창문에 환영 메시지와 그림을 남기는 정성 가득한 서비스다. 이 서비스를 경험한 한 고객은 「세심한 배려가 깃든 서비스에 감동했다. 잊지 못할 하루를 완벽하게 완성해 주었다」라는 의견을 남기기도 했다.



럭셔리 호텔의 새로운 역사를 써 나가다

이 외에도 스위트 객실 투숙객들은 「패킹 & 언패킹(Packing & Unpacking) 서비스」와 세탁물을 넣어두는 것만으로 간편하게 세탁 서비스를 요청할 수 있는 「발렛 박스(Valet Box)」도 이용할 수 있다.

롯데호텔 서울 이그제큐티브 타워는 앞으로도 국내를 대표하는 호텔 브랜드라는 자부심을 가지고, 럭셔리 호텔의 새로운 역사를 써 나갈 계획이다. ①

원정아_롯데호텔 커뮤니케이션팀 홍보담당



롯데월드타워의 하늘 위 유리창 청소는 진행 중



롯데물산은 지난 5월 26일부터 롯데월드타워 123개 층의 외벽 유리창 청소를 시작했다. 롯데월드타워 외벽 유리창 약 4만 2,000장을 모두 닦는 데에는 전문 작업자가 1분에 1장씩 청소한다고 가정할 때 약 700시간이 소요된다. 이를 작업일로 환산하면(하루 8시간 기준) 약 3개월(90일)이 걸리는 대규모 청소작업이다.

LOTTE WORLD TOWER Windshield cleaning



롯데물산은 이번 작업을 위해 롯데월드타워 123층 최상부와 73층에 각각 3대, 4대씩 BMU(Building Maintenance Unit) 총 7대를 투입했다. 일평균 4대의 BMU와 10여 명의 전문 작업자들이 기상이 악화되거나 초속 10m 이상의 강풍이 부는 날을 제외하고 외벽 유리창을 청소하고 있으며, 지금도 한창 작업 중이다.

이번 외벽 유리창 청소가 끝나면 서울스카이 전망대를 방문하는 고객들은 이전보다 더 선명한 서울의 파노라마 뷰를 즐길 수 있고, 롯데월드타워에 입주한 입주사 및 레지던스 주민들도 더욱 깨끗한 서울의 뷰를 감상할 수 있을 것으로 기대된다. 📍

최경근_롯데물산 홍보팀



휴가 시즌 추억 가득~ 인생사진을 위한 포토존

롯데월드 어드벤처 「그릴싸진관」, 「세젤예교」



「그릴싸진관」

친구들과 SNS에 자랑할 인생 사진을 찍길 원한다면 롯데월드 어드벤처 4층에 들어선 「그릴싸진관」과 「세젤예교」 포토존을 추천한다. 이 두 곳은 기존 대표 포토존인 회전목마, 매직캐슬에 못지않은 사진 맛집으로 MZ세대에게 큰 인기를 끌고 있다. 여름을 맞아 열대 야자수, 바닷속 인어공주의 방 테마가 추가된 「그릴싸진관」에는 20여 개 테마 포토존이 있으며, 「세젤예교」에는 아기자기한 소품으로 꾸민 교실부터 미술실, 파우더룸 등 8가지 학교 테마가 준비돼 있어 어떠한 콘셉트 사진 촬영도 문제없다. 「그릴싸진관」과 「세젤예교」는 전문 스튜디오 못지않은 화사한 색감과 짙은 조명이 뒷받침돼 전문 카메라가 없어도 찍기만 하면 손쉽게 예쁜 사진을 얻을 수 있다. 롯데월드 입장 시 모두 이용 가능하며, 생활 속 거리두기의 일환으로 두 시설 모두 체험 인원을 기존 대비 70% 줄여 운영 중이며, 일 2회 정기 소독을 진행하고 있다. ①



「세젤예교」

S

롯데월드 아쿠아리움 「바다 친구 포토존」

본격적인 휴가 시즌이지만 코로나19가 계속 이어지는 탓에 나들이 장소를 결정하기가 쉽지 않다. 안심하고 방문해 뜻깊은 추억을 남길 수 있는 곳은 어디일까? 사보 「롯데」에서는 인생 사진 성지로 인기를 끌고 있는 롯데월드 어드벤처의 「그릴싸진관」, 「세젤예교」와 더불어 바다 친구와 함께 사진을 찍을 수 있도록 새롭게 조성한 롯데월드 아쿠아리움 포토존을 소개한다. 두 곳 모두 열화상 카메라를 이용한 사전 체온 측정, 전자출입명부 작성, 마스크 필수 착용 등 입장 절차를 강화하고 방역 소독활동을 철저히 실천하고 있어 안심하고 방문할 수 있다.

아이 동반 가족이라면 최근 「Play with Nature」를 테마로 새롭게 단장한 롯데월드 아쿠아리움을 방문해보자. 주요 전시 공간을 대자연 모습 그대로 재현하고, 체험과 놀이 공간을 다양하게 마련해 아이들에게 즐거운 추억을 선물한다. 특히, 거대 펭귄 가족과 그들의 서식환경을 재현한 놀이터가 있는 극지방존의 「거대 펭귄 포토존」이 아이의 시선을 사로잡을 것이다. 포토존에는 가족 관람객이 잠시 휴식을 취할 수 있는 휴게 공간도 마련돼 있다. 바다사자와 점박이 물범을 실제 크기 그대로 재현해놓은 「바다사자 포토존」에서는 바다 친구와 사진을 남길 수 있는 것은 물론, 아이의 키를 재 볼 수 있어 아이의 성장 상태를 확인할 수 있다. 이 밖에도 실루엣 사진을 남길 수 있는 메인 수조, 잠수함 모형과 함께 마치 해저를 탐험하는 듯한 사진을 남길 수 있는 산호초가든 등 다양한 포토존이 준비돼 있다. 롯데월드 아쿠아리움은 매일 3회씩 아쿠아리움 내 정기 방역을 실시하고, 방문 고객들이 쉽게 이용할 수 있도록 동선 내 25m 간격으로 손 소독기를 설치해 운영 중이다. ②

박지웅_롯데월드 커뮤니케이션팀 대리



「펭귄 포토존」



「바다사자 포토존」

KINSEY
BLENDES
WHISKEY

JAMES
CAGNEY
HERE
COMES
THE
NAVY
THEATRE

LENOX LOUNGE

Music
Box

HOTEL ASTOIR

ORPHEUM

24년간 사랑받은 _____ 스테디셀러 _____ 뮤지컬

「브로드웨이 42번가」

1980년 뉴욕 원터가든 극장 초연 이후 5,000회 이상 공연, 1980년 토니상 최우수 작품상과 안무상 수상, 1996년 국내 초연 이후 한국 뮤지컬 1세대부터 3세대에 이르기까지 많은 스타들을 배출한 흥행성과 작품성, 기술력까지 모두 인정 받은 스테디셀러 뮤지컬. 월드클래스 쇼뮤지컬의 교과서로 꼽히는 「브로드웨이 42번가」가 2020년 8월 23일까지 사롯데씨어터에서 공연된다.

「브로드웨이 42번가」는 재즈풍의 경쾌한 스윙 음악과 그루브가 살아 숨 쉬는 탭댄스의 중독성 높은 리듬감, 리바이벌 형태의 뉴버전으로 업그레이드한 계단 신, 거울 신, 피아노 신 등 새로운 무대 퍼포먼스를 추가해 1980년대에 만들어진 것이라고는 믿을 수 없을 만큼 압도적이고 화려한 단체 군무를 선보인다. 이 뮤지컬은 한 편의 공연이 무대에 오르기까지 전 과정을 보여주는 「백스테이지 뮤지컬」이라는 점에서 관객들이 원하는 뮤지컬의 집합체이기도 하다.





Musical Broadway 42nd Street

역대 뮤지컬 「브로드웨이 42번가」를 거쳐간 스타들로는 황정민, 류정환, 남경주, 옥주현, 바다, 윤석화, 양희경, 최정원, 전수경, 홍지민, 박해미, 김영호, 김법래, 박상원, 김석훈, 박동하, 에녹, 최우리, 방진의, 임혜영, 오소연, 전재홍, 강동호, 전예지 등이 있으며, 1996년 한국 초연 이래 수많은 「폐기 소녀」가 무대 위에서 탄생했다.

이번 「브로드웨이 42번가」는 24년의 역사를 함께 써내려 온 레전드 캐스트 송일국, 이종혁, 최정원, 배해선, 전수경, 홍지민, 오소연, 정민, 김호, 임기홍을 비롯해 새롭게 합류한 실력과 뮤지컬 배우 양준모, 정영주부터 김환희, 서경수, 임하룡, 오세준까지 품격 있는 캐스트를 갖추고 다가오는 올여름 그 명성을 이어갈 예정이다.

또한, 2016년도 뉴버전을 처음으로 선보인 이후 네 번째로 총괄 연출을 맡은 박인선 연출가, 권오환 안무가, 최재광 음악감독, 김미혜 크리에이티브 프로듀서부터 서숙진 무대디자이너, 김영빈 조명디자이너, 양석호 음향디자이너, 송승규 영상디자이너, 김유선 분장디자이너, 김미정 의상디자이너, 조운형 소품디자이너, 이유원 기술감독, 김상훈 무대감독에 이르기까지 전 제작진이 브로드웨이를 능가하는 패밀리십과 기술력을 바탕으로 더욱 업그레이드된 공연을 선사할 것으로 기대를 모은다.



★ Cast ★

★ 송일국

★ 이종혁

★ 전수경

★ 최정원

★ 김환희

★ 서경수

공연 정보

공연일자
2020년 6월 20일(토) ~ 2020년 8월 23일(일)

공연시간
화, 수, 목 20시 | 금 15시, 20시
토 14시, 18시 30분 | 일 14시 | 월 공연 없음

러닝타임
160분(인터미션 20분 포함)

관람연령
8세 이상 관람가 / 미취학 아동 입장 불가

제작
롯데컬처웍스, CJ ENM, (주)샘컴퍼니

공연문의
오픈리뷰 (주) 1588-5212

★ 홍지민



신선함 + 시원함 + 청량함 롯데칠성음료 「클라우드生드래프트」

우리는 평소 수많은 광고를 접하며 지낸다. 그러나 그 광고가 어떠한 콘셉트로 탄생하게 됐는지 또 촬영 뒤에 어떠한 재미있는 이야기가 숨어 있는지 알지 못한다. 이에 사보 「롯데」에서는 다양한 롯데 계열사들의 광고 이야기를 소개하고자 한다. 이번 달은 롯데칠성음료 「클라우드生드래프트」 편을 소개한다.

대한민국 No.1 프리미엄 맥주 「클라우드」

지난 2014년, 오랜 양강 구도로 평화롭기만 하던 대한민국 맥주 시장에 「클라우드」가 혜성처럼 등장했다. 무서운 성장세를 보이던 수입 맥주에 비해 턱없이 부족했던 국산 맥주의 선택지 그리고 「한국 맥주는 맛없다」는 소비자들의 외면이 이어지던 당시, 「클라우드」의 등장은 모두에게 단비처럼 느껴졌다.

국산 라거 최초로 도입한 독일 정통의 「오리지널 그라비티 (Original Gravity)」 공법은 물을 타서 희석하는 기존 맥주들과는 달리 맥주 발효 원액에 물을 전혀 타지 않는다. 이는 「물 타지 않아 진하고 풍부한 맥주」라는 맛을 상상하게 하는 직관적이고도 매력적인 카피가 탄생한 배경이기도 하다. 론칭 이래로 꾸준히 맥주 본연의 진하고 풍부한 맛을 어필해온 「클라우드」는 현재 대한민국 대표 프리미엄 맥주로 자리 잡았다. 그리고 올해 여름, 레귤러 맥주로 라인업을 확장했다.

클라우드가 제대로 만든 「초신선 생라거」

소비자들은 「생맥주」 하면 보통 어떤 이미지를 떠올릴까? 대부분의 사람들은 막 따라낸 신선함과 머리가 멍할 정도의 시원함 그리고 탄산의 청량함까지 기대한다. 「클라우드生드래프트」 또한 생맥주를 그대로 담아낸 것처럼 신선하고 톡 쏘는 청량한 맛이 특징이다. 프리미엄 맥주로 꾸준히 사랑받아온 「클라우드」의 「오리지널 그라비티 공법」과 「올 몰트(All malt)」로 정통성은 유지하면서, 그와는 또 다른 맛과 매력을 가진 신제품이 탄생한 것이다.

좋은 맥주를 완성하고 나서 다음 차례는 신제품을 세상에 알릴 첫 인사인 캠페인의 대대적인 론칭이었다. 대홍기획과 롯데칠성음료는 고민 끝에 「클라우드生드래프트」의 특징을 「초신선 생라거」로 정의하기로 했다. 이 여섯 글자를 통해 소비자로 하여금 「신선함을 넘어선 신선함」, 「막 따라낸 생맥주 만큼의 청량한 맛」을 상상하게 하려는 의도에서였다.

그리고 「클라우드生드래프트」의 매력을 가장 잘 담아낼 수 있는 뮤즈로 배우 박서준을 발탁했다. 박서준의 뛰어난 연기

력과 비주얼에 평소 「클라우드」에 대한 애정까지 더해져 역대급 영상 광고와 포스터가 탄생했다. 잘생긴 배우 박서준과 잘 「生」긴 「클라우드生드래프트」가 만나 최고의 시너지를 만들어낸 것이다.

올여름, 초신선함을 만끽하자

「클라우드生드래프트」는 이제 막 베일을 벗고 소비자와 만났지만, 제품과 론칭 광고에 대한 시장 반응은 긍정적이다. 광고는 2종의 포스터와 TVC 버전 외에 짧지만 강렬한 6초 소재로도 만나볼 수 있는데, 화면 속에서 마치 3D처럼 생생하게 다가오는 광고의 임팩트를 경험할 수 있다. 청량감과 신선함을 시각적으로 표현한 이미지뿐만 아니라 파도가 몰려오는 듯한 사운드 이펙트는 어떤 매체에서든 이목을 끌고, 더 나아가 제품 음용 욕구까지 자극한다.

코로나19로 이제 습관이 된 마스크에 한여름 무더위까지 모두가 답답한 지금, 한 캔의 「클라우드生드래프트」로 마음까지 시원해지는 초신선함을 만끽해보자. 0

김지현_대홍기획 어카운트슬루션6팀

최선의 방법을 선택하고 조합해야 하는 영상의학

그 어느 때보다 건강에 대한 관심이 높은 요즘, TV와 신문, 인터넷을 비롯한 다양한 매체에서 연일 건강과 관련한 지식이 쏟아지고 있다. 이에 사보 「롯데」에서는 사우들에게 제대로 된 건강 정보를 전달하고자 「롯데 건강 이야기」 코너를 연간 기획으로 진행한다. 이번 달에는 보바스기념병원 영상학과 문성원 전문의가 영상의학의 종류와 차이에 관해 전한다.

영상의학의 역할

영상의학은 빠르게 발전하는 과학기술을 바탕으로 질병의 정확한 진단과 치료방법을 발전시키는 데 큰 역할을 하고 있다. 적절한 치료방법을 정하고 치료의 성공률을 높이기 위해서는 정확한 진단이 선행되어야 한다. 한 가지 영상검사로 정확하게 진단할 수 있다면 좋겠지만, 각각의 영상검사들마다 나름대로 장단점이 있어서 의사는 상황에 따라 최선의 검사 방법을 선택 또는 조합해야 한다. 이번 달에는 여러 영상검사 중 환자가 내원해서 흔히 접하는 단순방사선촬영(X-선), 전산화단층촬영(CT), 자기공명영상(MRI) 검사의 차이점에 대해 알아보자.

단순방사선촬영(X-선)이란

단순방사선촬영은 100년이 넘도록 질병을 진단하는 데 가장 기본적인 검사로 사용됐다. 단순방사선촬영은 말 그대로 X-선을 인체에 투과시켜 그 결과를 영상화하는 것으로, 생체 내의 변화나 그 정도를 추정하고 해부학적 구조를 이해하는 데 중요한 정보를 제공한다. 자세를 바꾸고 여러 장을 찍어야 하는 경우도 있으며 흔히 알고 있는 가슴 사진, 뼈 사진 등이 이에 속한다. 예를 들어 폐결핵은 단순흉부촬영, 신장결석은 단순복부촬영, 골절은 골격단층촬영으로 진단이 가능하다. 암 조기발견에서 가장 유용하게 적용되는 경우는 단연 폐암이다. 1년에 한 번씩 흉부사진을 찍어보면 폐암을 조기에 발견할 수 있다.

전산화단층촬영(CT)과 자기공명영상(MRI)

CT와 MRI는 단순방사선촬영과는 달리 신체의 원하는 특정 부위를 단면으로 볼 수 있어서 병변의 위치와 모양 등 훨씬 많은 정보를 얻을 수 있다. 단면으로 보는 2차원 영상뿐 아니라, 입체적인 3차원 영상을 얻을 수 있어 진단과 치료에 도움이 된다.

CT와 MRI의 가장 큰 차이점은 CT는 X-선을, MRI는 전자기력을 이용한다는 것이다. CT 검사 방법은 원통의 구멍이 있는 큰 기계에 사람이 누워서 들어가면 원통 바깥에서 X-선 발생 장치가 사람을 중심으로 원형으로 돌아가며 촬영하는 형태로 이뤄진다. MRI는 자석으로 구성된 장치 내에 사람을 눕히고, 자기장을 이용한 고주파를 쏘여 인체 내에 존재하는 수소 원자핵에서 발생하는 신호를 분석, 각 조직과 구조물들의 공명 현상 차이를 계산해 영상을 구성한다. 간단히 말하면 자석을 이용한 촬영방법이다. 따라서 X-선에 노출되지 않는다.

CT는 MRI에 비해 검사시간이 짧고(약 5~10분), 장비의 폐쇄성이 덜해 폐쇄공포증 환자들도 큰 무리 없이 검사를 받

을 수 있는 장점이 있다. 조영제라는 약물을 혈관에 주입하면 조직과 병변을 잘 대비시켜 병소 발견이 용이하므로, 임상적 필요에 따라 사용 여부를 정하게 된다. 이 경우 가끔 구토증을 유발하는 경우가 있기 때문에 검사 전 일정 시간 금식을 해야 한다.

CT는 대중화돼 쉽게 진단에 이용할 수 있으며, 검사 대상은 신체의 거의 모든 질병이라고 할 수 있을 정도다. 특히 뇌질환, 두경부 종양, 폐암, 식도암, 위장관 종양, 간암, 골종양 진단 외에도 머리 부상이나 골절 등 신체 각 부위의 손상 파악에 편리하다. 연조직 표현력이 뛰어나 추간판 탈출증 등 척추질환의 진단에도 도움이 된다.

MRI는 30~50분 정도로 검사시간이 길고, 조금만 움직여도 영상의 질에 영향을 많이 미치기 때문에 위급하거나 환자의 협조를 구하기 어려운 상황에서는 사용이 어렵다. 검사 대상은 매우 다양한데, 대표적인 예를 몇 가지 들면 뇌출혈, 뇌경색, 뇌종양 등의 뇌질환이나 디스크 탈출 또는 척추질환의 진단에 필수적인 검사 방법이다. 무릎, 어깨, 손목 등 관절 이상, 스포츠 관련 외상, 골수염, 무혈성 괴사 등 근골격계 질환 외에도 선천성 심장질환, 심근경색증, 다양한 장기 종양 진단에도 필요하다. MRI를 이용한 혈관 조영술은 기존의 침습적인 방법을 쓰지 않고도 영상을 얻을 수 있어 유용하다.

MRI는 자석의 영향이 크므로 인공 심장 박동기, 인공 와우 이식수술, 신경 자극기 부착 등 금속성 물질을 체내에 이식한 사람은 이용할 수 없고 비싸다는 단점이 있다. 또한, MRI는 첨단 장비와 기술이 필요한 고가의 진료용 검사이기 때문에 검사를 받을 때 고려해야 할 사항을 충분히 검토하고, 전문가의 의견에 따라 적절한 방법으로 시행해야 정확한 진단을 받을 수 있다. ❶

문성원_보바스기념병원 영상학과 전문의

한려수도의 해양관광도시, 경남 거제



「바람의 언덕」

완연한 여름이 도래했다. 여름 휴가 시즌이지만 끝나지 않는 코로나19의 위협에 마땅한 여름 휴가지를 찾기 어려운 롯데 사우들을 위해 섬 전체가 식물원인 「외도」, 시원한 바람이 부는 「바람의 언덕」, 맑은 모래가 아름다운 「명사해수욕장」이 있는 경남 거제를 소개한다.



「외도」

• 문의: 1577-6511

사계절 내내 초록빛 「외도 보타니아」

외도는 섬 전체가 갖가지 식물로 꾸며진 식물원으로, 사계절 내내 초록빛을 볼 수 있는 물 위의 작은 정원이다. 거제시에서 약 4km밖에 떨어져 있지 않아 유람선에서 해금강의 경관을 구경하다 보면 금방 도착한다. 외도는 특이하게 섬 전체가 개인 소유로, 고 이창호 선생과 부인 최호숙 선생이 1969년 외도에 정착한 후 점차 부지를 매입하여 1973년 섬 전체를 사들였다. 이후 수차례 시행착오를 거친 뒤 세계의 여러 식물을 심어 식물원을 가꾸면서 30년에 걸쳐 현재의 외도에 이르게 되었다. 여러 희귀식물들이 있지만, 편백나무 숲으로 이루어진 천국의 계단과 각양각색의 비너스 상으로 꾸민 비너스 가든이 유명하다. 전망대에서는 해금강의 절경을 감상할 수 있는데, 특히 날씨가 좋을 때면 대마도도 관측할 수 있다. 겨울이 되기 전까지 200여 종의 꽃을 관람할 수 있으며, 겨울부터 초봄까지는 동백꽃

을 볼 수 있다. 참고로 외도라는 이름 옆에 붙은 보타니아라는 단어는 식물을 뜻하는 보타닉과 낙원을 뜻하는 유토피아의 합성어로 식물의 낙원을 뜻한다고 하니, 외도와 잘 어울리는 단어라고 할 수 있겠다.

모자 주의! 「바람의 언덕」

도장포 유람선 선착장 옆에 위치한 「바람의 언덕」은 이름 그대로 바람이 많이 부는 언덕이다. 잔디로 이루어진 이 언덕은 탁 트인 지형에서 보이는 시원한 바다의 경관이 일품인 곳으로, SBS 드라마 「이브의 화원」과 MBC 드라마 「회전목마」 등 여러 드라마와 방송의 촬영지로 소개되며 많은 관광객이 찾는 명소가 됐다. 산책로를 따라 올라가다 보면 정말 바람이 많이 부는데, 주의하지 않는다면 다른 관광객들에게 내 모자가 바람에 날아다니는 볼거리를 제공할지도 모른다. 「바람의 언덕」 정상에서는 흑진주 몽돌해변과 수산마을 등 다도해의 풍경을 조망할 수 있다. 네덜란드 풍차도 자리잡고 있는데 푸른 바다, 초록빛 언덕과 함께 뱅글뱅글 돌아가는 풍차 날개는 마치 동화나라에 온 듯한 기분을 느끼게 해준다. 특히, 밤에 가면 날개에 조명이 점등되기 때

문에 연인과 함께 오면 더욱 로맨틱한 분위기를 느낄 수 있다. 연인이 없어도 야경사진을 찍기에 좋으니 낮에는 물론 밤에도 한 번 더 방문해보자.

아름다운 풍광 「명사해수욕장」

거제시는 한려해상국립공원에 속하는 만큼 경관 구석구석 섬들도 많지만, 남해안과 접경하는 만큼 아름다운 풍광을 자랑하는 해변 또한 많다. 「명사해수욕장」 또한 그중 하나로, 명사(明沙)라는 지명에서 알 수 있듯 고운 모래가 아름다운 해변이다. 다른 해수욕장과 달리 다목적해상데크가 설치돼 있어, 해변에서 바닷가를 바라보는 것뿐만이 아니라 바다 위에서 해변을 바라볼 수도 있다. 이 다목적해상데크에는 투명 유리로 된 바닥이 있어 바닷속을 관찰하는 색다른 재미를 선사한다. 해수욕장으로 향하는 오솔길이 운치 있기로도 유명하고, 바다의 수심이 낮아 안전하게 해수욕을 즐길 수 있는 데다 캠핑까지 가능한 해수욕장이니 어느 누구와 함께하더라도 즐거운 추억을 만들 수 있을 것이다. ①

백승윤_롯데제이티비 영업전략팀 대리



「명사해수욕장」

올여름을 더욱 시원하고 짜릿하게 할

롯데컬처웍스 추천 영화!

여름방학은 가족과 연인, 친구들과 함께 무더운 더위를 피해 시원한 영화관에서 휴가를 즐기는 관객들이 몰리는 시기인 만큼, 전통적으로 영화시장의 대표적인 성수기로 자리 잡아왔다. 이번 달에는 여름에 보면 더 시원하고 즐거운 영화 두 편을 추천한다.

「신과 함께-인과 연」



「신과 함께-인과 연」은 환생이 약속된 마지막 49번째 재판을 앞둔 저승 삼차사가 그들의 1000년 전 과거를 기억하는 성주신을 만나 이승과 저승, 과거와 현재를 넘나들며 잃어버린 인연을 찾아가는 이야기다. 「신과 함께-인과 연」은 2017년 12월에 개봉해 무려 1,440만 관객을 불러모으며 역대 흥행 2위(2018년 8월 기준, 현재 3위)라는 신화를 달성한 영화 「신과 함께-죄와 벌」의 후속작이다. 역시 1,220만 명이 넘는 관객들을 동원하며 한국영화 사상 최초로 「쌍천만 관객」 영화라는 타이틀을 차지했다.

「신과 함께」 시리즈는 1부에서 기본 바탕이 되는 세계관의 초석을 다지고, 이를 바탕으로 2부에서 더욱 완성도 높은 서사와 밀도 있는 감정선을 구현했다. 각 편마다 이야기를 관통하는 상징적인 단어들을 부제로 삼아, 작품이 말하고자 하는 바를 강조하는 것도 주목할 만하다. 「신과 함께-죄와 벌」은 저승에 온 망자가 그를 안내하는 저승 차사와 함께 지옥에서 재판을 받으며 벌어지는 이야기를 그렸으며, 후속작 「신과 함께-인과 연」은 저승 삼차사가 그들의 과거를 기억하는 성주신을 만나 이승과 저승 그리고 과거와 현재를 넘나들며 잃어버린 비밀의 「인과 연」을 찾아가는 이야기를 그렸다. 시각적으로 화려한 볼거리 뿐만 아니라, 시리즈 간의 짜임새 있는 구성과 탄탄한 스토리라인을 기반으로 「한국형 프랜차이즈 판타지 영화」의 새 지평을 연 작품으로 평가받는 「신과 함께-인과 연」을 추천한다.



「해적: 바다로 간 산적」



「해적: 바다로 간 산적」은 조선 건국 보름 전 고래의 습격을 받아 국새가 사라진 전대미문의 사건을 둘러싸고, 이를 찾는 해적과 산적 그리고 개국세력이 벌이는 바다 위 통쾌한 대격전을 그린 액션 어드벤처다. 유쾌하고 세련된 유머로 무장한 오락 영화라는 강점을 살려 전 세대 관객들에게 웃음을 선사하며, 개봉 당시 총 관객 수 866만여 명을 동원해 흥행에 성공했다.

영화 「해적: 바다로 간 산적」의 백미는 단연 개성 넘치는 캐릭터들과 이를 연기한 대한민국 명품 배우들의 열전이다. 김남길, 손예진, 유해진, 이정영, 오달수, 김태우, 박철민, 신정근, 김원해, 조달환, 설리 그리고 이이경까지, 대한민국 최고의 명품 배우들이 총출동해 화려한 연기 앙상블을 선보인다. 이들은 「해적단」, 「산적단」 그리고 「개국세력」이라는 세 집단 속에서 다채로운 케미스트리를 발산한다. 바다의 주인이라 자부하는 「해적단」은 고래잡이나 하기 위해 해적이 된 것은 아니지만, 국새를 찾아 실추된 명예를 회복하기 위해 바다를 지킨다. 그리고 땅의 주인 「산적단」은 바다라곤 생전 본 적도 들은 적도 없지만 국새를 찾으면 하루아침에 엄청난 금은보화를 손에 쥘 수 있다는 야망을 품고 바다로 향한다. 또한, 「개국세력」은 어이없게 잃어버린 국새를 찾고 조선 건국을 자신의 손으로 완성하려 바다로 향한다. 이처럼 조선의 국새를 찾아야 한다는 하나의 목적 아래, 다양한 캐릭터 그룹이 각기 다른 개성을 뽐내는 이 작품만의 독특한 매력에 빠져보자. ①

우승환 롯데컬처웍스 홍보/CSV담당

이 영화는 어때?



미션 임파서블: 로그네이션 &
미션 임파서블: 폴아웃

「미션 임파서블」 시리즈는 현재까지 대한민국에서만 2,800만 명에 이르는 관객들을 극장에 불러모으며, 국내 최고 액션 블록버스터 장르 최고 흥행 기록을 보유하고 있다. 몸을 사리지 않는 리얼 액션 연기를 선보이는 톰 크루즈는 「미션임파서블: 로그네이션」에서는 날아가는 비행기 문에 매달리고, 아무런 장비 없이 깊은 물속에 잠수하는 액션을 선보인다. 뿐만 아니라 「미션 임파서블: 폴아웃」에서는 헬기 조정, 스카이다이빙 등 위험천만한 액션 장면들을 대역을 쓰지 않고 직접 해내며, 여름철에 걸맞은 시원하고 짜릿한 볼거리를 선사한다.

「미션 임파서블: 로그네이션」은 「미션 임파서블」 시리즈의 다섯 번째 작품으로, 최고의 스파이 요원 「에단 헛트(톰 크루즈)」와 IMF 팀원들이 고도의 훈련을 받은 국제적인 테러 조직 「로그네이션」에 맞서 역대 가장 불가능한 미션을 수행하는 과정을 그린 작품이다. 그리고 시리즈의 여섯 번째 작품인 영화 「미션 임파서블: 폴아웃」은 「에단 헛트」와 IMF 팀원들이 행한 선의의 선택이 최악의 결과로 돌아온 뒤, 피할 수 없는 미션을 끝내야만 하는 상황을 스펙터클하게 그린 영화다. 두 영화 모두 개봉 당시 600만 명이 넘는 관객들을 영화관으로 불러모으며 흥행몰이를 했다.



롯데지주
롯데 대학생 서포터즈 U-프렌즈 10기 수료식



롯데지주
2020 롯데그룹 사외이사 초청행사



롯데푸드
제로미트 라인업



롯데리아
「폴더버거」



롯데유통사업본부
3분기 경영방침 공유 웨비나



롯데백화점
「바로배송」 서비스

롯데지주 LOTTE CORPORATION

「롯데 U-프렌즈」 수료식 진행

롯데지주는 7월 2일 서울 잠실 롯데호텔 월드에서 「롯데 U-프렌즈」 수료식을 진행했다. 「롯데 U-프렌즈」는 롯데를 체험하고 널리 알리는 대학생 서포터즈로서 지난 4개월 동안 다양한 활동을 수행했다. 이날 수료식에서는 지금까지 수행한 활동을 돌아본 뒤 우수활동자 6명에 대한 시상이 진행됐다. 한편, 우수활동자로 선정된 6인은 7월 15일과 16일 1박 2일 일정으로 부산 지역 롯데사업장 탐방을 다녀왔다.

신임 사외이사 초청행사 진행

롯데지주는 7월 17일 서울 잠실 롯데월드타워에서 롯데 16개사 신임 사외이사 28명을 초청해 롯데에 대해 소개하는 시간을 가졌다. 이날 행사에서 참석자들은 롯데월드타워 19층 EBEC를 방문해 롯데그룹의 역사, 현재, 미래에 대한 영상을 시청하고, 자리를 옮겨 경영전략실의 「롯데그룹 경영비전과 전략」, HR혁신실의 「롯데 인재육성과 기업문화」, 커뮤니케이션실의 「롯데그룹 CSV활동」의 경영 브리핑 등을 차례로 참관했다.

식품 FOODS

롯데제과

에어 베이커드, 한 달 만에 25억 원 매출

롯데제과는 7월 13일 지난 6월에 선보인 에어 베이커드가 출시 한 달 만에 25억 원의 매출을 돌파했다고 밝혔다. 보통 식품업계에서 신제품이 월 10억 원 이상 판매되면 히트 상품이라고 하는데, 이런 점을 감안하면 에어 베이커드의 첫 달 판매 실적은 기대를 뛰어 넘는 성적이다. 이는 건강을 고려하면서도 스낵 본연의 맛을 살린 점과 빅모델 전략이 주효했기 때문이다.

나뭇루, 월간 나뭇루 론칭

롯데제과는 7월 15일 프리미엄 아이스크림 구독 서비스 월간 나뭇루를 선보였다. 22일까지 공식 인스타그램으로 신청을 받은 월간 나뭇루는 한 달에 한 번 다양한 나뭇루 제품을 받아 볼 수 있는 서비스로, 매월 다른 테마를 적용해 그에 맞는 제품들을 나뭇루 브랜드 매니저가 엄선해 제품 구성을 달리한다. 이용자의 호기심을 위해 구성 내용은 제품을 받을 때까지 비공개로 진행된다.

롯데칠성음료

신제품 「마스터 토닉워터」 2종 출시

롯데칠성음료는 7월 7일 드링크 믹서 신제품 「마스터 토닉워터」와 「마스터 토닉워터 제로」 2종을 새롭게 선보였다. 「마스터 토닉워터」는 토닉 특유의 씩씩한 맛과 단맛, 과일향을 정교하게 배합한 제품으로, 소주와 섞어 마시면 최고의 조합을 즐길 수 있다. 「마스터 토닉워터 제로」는 당분은 빠고 풍부한 레몬향을 더해, 위스키와 섞으면 달지 않고 깔끔한 맛과 고유의 풍미를 함께 느낄 수 있는 제품이다.

롯데푸드

「제로미트 베이지 함박스테이크」 출시

롯데푸드는 7월 20일 식물성 대체육류 브랜드 「제로미트」의 신제품 「제로미트 베이지 함박스테이크」 2종을 출시했다. 「베이지 함박 오리지널」은 대두 추출 단백질로 다지고 구워 포슬포슬한 고기의 식감을 살렸으며, 「베이지 함박 매쉬드 포테이토」는 함박스테이크 안에 옥수수가 콕콕 박힌 고소한 식물성 감자샐러드가 들어 있어 한층 부드러운 맛을 즐길 수 있다. 한편, 롯데푸드는 기존에 출시한 「베이지 너겟」과 「베이지 까스」도 리뉴얼을 마쳤다.

파스타르, 「캐변」 리뉴얼 및 신제품 출시

롯데푸드 파스타르는 7월 8일 장 건강 대표 발효유 「캐변」을 리뉴얼하고 「캐변 콜라겐」을 새로 선보였다. 한층 업그레이드된 「캐변」은 신바이오틱 캐변 시스템을 강화해 복합유산균과 식이섬유, 올리고당, 락투로스 등 프리바이오틱스 성분을 대폭 늘렸다. 「캐변 콜라겐」도 새로 선보였는데, 흡수가 빠른 저분자 피시콜라겐과 히비스커스를 함유한 것이 특징이다. 「캐변」은 사과, 포도, 골드키위, 저지방 플레인 이어 이번에 콜라겐을 추가하며 총 5종의 라인업을 갖췄다.

롯데GRS

롯데리아, 접어서 먹는 「폴더버거」 출시

롯데리아는 7월 1일 새로운 형태의 접어서 먹는 「폴더버거」를 출시했다. 지난 6월 온·오프라인에서 많은 추측과 화제를 불러일으켰던 「7월 1일부터 롯데리아, 버거 접습니다」라는 내용이 담긴 포스터 문의의 정체가 드러난 것이다. 「폴더버거」는 기존 버거와는 달리 접어서 먹는 「형태의 차별화」를 구현해 깔끔하게 한 손으로 들고 먹을 수 있는 것이 특징이며, 「폴더버거 비프(5,700원)」, 「폴더버거 핫치킨

(5,700원)」의 2종으로 구성됐다.

엔제리너스, 상큼한 「체리」 5종 출시

엔제리너스는 7월 1일 여름을 맞아 8월 31일까지 「체리」를 활용한 상큼한 신제품 5종을 판매한다고 밝혔다. 이번에 선보인 신제품 음료 4종은 젤리 속에 신선한 체리를 담아 쫄쫄함을 즐길 수 있는 「체리 풍당 스노우(6,500원)」, 상큼한 「체리」와 파인애플로 풍미를 높인 「아임파인 체리 스노우(6,500원)」, 「체리」 과즙에 우유의 부드러움을 더한 「체리 듬뿍 라떼(6,500원)」, 시원한 청량감을 느낄 수 있는 「체리 봉봉 에이드(5,900원)」로 구성됐다.

롯데유통사업본부

「3분기 경영방침 공유회의」 웨비나 시행

롯데유통사업본부는 7월 1일 「3분기 경영방침 공유회의」를 생활 속 거리두기 준수 및 언택트 업무 문화 확산을 위해 웨비나(Webinar) 형태로 진행했다. 이날 참석자들은 본사 회의실 및 전국 현장사무실에서 화상회의 플랫폼을 통해 PC나 모바일로 회의에 참여했으며, 급변하는 경영환경에 대비해 선제적으로 추진 중인 주요 사업별 상반기 중간 진단과 개선방안 및

소비자 진열 리서치 결과 공유 등 여러 사안들을 심도 있게 논의했다.

구매요인별 판매영향도 조사 진행

롯데유통사업본부는 7월 1일 제품의 진열전문성 강화를 위해 과자 및 음료 제품 구매요인별 판매영향도 조사를 진행했다. 이번 조사는 오프라인 매장 내 소비자의 과자 및 음료제품 구매에 가장 큰 영향을 주는 환경요인을 도출하고, 소비자 중심의 현장활동 방향성을 재정립하고자 제품의 가격 및 진열량, 위치 등 총 33개 항목으로 구매환경요인을 분류해 진행됐다. 이번 조사에서는 소비자의 과자 및 음료 구매행태 변화와 더불어, 무분별한 진열 확대가 아닌 골든존·주동선을 중심으로 한 효율적인 진열확보의 중요성 등 기존 진열에 대한 여러 시사점이 도출됐다.

유통 RETAIL

롯데백화점

「바로배송」 서비스 시작

롯데백화점은 7월 1일 온라인에서 주문한 상품을 3시간 내에 바로 받을 수 있는 「바로배송」 서비스를 시작했다고 밝혔다. 「바



롯데마트
「밀 시그니처 스토어」



롯데ON
「한시간배송 잠실」 서비스



롯데월드몰
「세상의 모든 아침 forME」 매장



롭스
롭스x키르시블렌딩 콜라보 행사



세븐일레븐
글로벌 세븐일레븐 71,100호점
오픈 기념 세리머니



롯데홈쇼핑
가상체험 서비스 「리얼피팅」

로배송」은 소비자가 온라인 롯데백화점물과 엘롯데, 롯데ON 등을 통해 당일 오후 4시 30분 이전에 상품을 주문하면, 롯데백화점 본점 또는 잠실점에서 1시간 내로 즉시 상품을 준비해 총 3시간 이내에 받아볼 수 있는 서비스다. 400여 개 브랜드의 9만 가지 상품을 방금 백화점에서 쇼핑한 듯 그대로 받을 수 있어 선물이 급하게 필요한 경우에 특히 유용하다.

「프리미엄 배송 서비스」 시행

롯데백화점은 7월 16일 롯데백화점물의 명품 시계 브랜드 「태그호이어」 입점과 함께 「프리미엄 배송 서비스」를 본격적으로 선보였다. 롯데백화점물에 국내 최초로 공식 온라인 브랜드관을 오픈한 「태그호이어」 상품의 평균 판매 가격대는 200만 원을 훌쩍 넘는다. 이에 롯데백화점물은 상품 훼손 및 분실 등 불안 요소를 최소화하기 위해 대면 배송을 진행, 소비자가 직접 상품을 수령할 수 있는 차별화된 「프리미엄 배송 서비스」를 제공한다.

롯데마트

「밀 시그니처 스토어」 오픈

롯데마트는 7월 8일 잠실점의 델리 매장을

「밀(Meal) 시그니처 스토어」라는 새로운 콘셉트로 리뉴얼 오픈했다. 기존에 판매하던 치킨과 초밥 위주의 델리 식품에서 벗어나 롯데마트 푸드 이노베이션 센터(FC)의 셰프들이 4개월간 개발한 한식과 양식, 중식, 디저트 등으로 메뉴를 다양화해 선보인다. 「밀 시그니처 스토어」를 운영하는 잠실점은 인근 2km 내 「바로 배송」 도입 점포여서 20여 종의 인기 메뉴를 온라인 주문으로도 편리하게 받아볼 수 있다. 롯데마트는 잠실점을 시작으로 「밀 시그니처 스토어」를 중계점과 광고점에도 오픈할 계획이다.

롯데슈퍼

축산 담당, 증평센터 견학

롯데슈퍼는 7월 1일부터 31일까지 한 달 동안 각 점의 축산 담당자들이 충북 증평군에 위치한 신선가공센터를 방문해 센터 취급 상품에 대한 이해와 목적을 공유하는 시간을 가졌다. 이번 견학을 통해 점포 축산 담당자들은 신선가공센터에서 상품의 생산 과정을 직접 확인하며 신규 상품에 대한 신뢰를 키웠다. 롯데슈퍼는 추후에도 점포 담당자들이 생산 현장을 지속적으로 확인할 수 있도록 할 계획이다.

롯데e커머스

롯데ON, GRS와 손잡고 옴니 서비스 시작

롯데e커머스는 7월 7일부터 잠실지역에서 「한시간배송 잠실」 서비스를 선보였다. 「한시간배송 잠실」 서비스는 롯데리아의 배달 시스템을 활용해 상품을 배송하는 서비스다. 먼저 잠실역 주변 2km 반경 범위에서 롯데GRS의 상품을 대상으로 시범 운영한 뒤 롯데백화점, 롯데마트, 롭스의 상품까지 이를 확대할 예정이다. 「한시간배송 잠실」 서비스는 롯데 유통사와 식품사가 협업해 처음으로 선보이는 통합 배송 서비스로서, 롯데ON에서 단순히 식품사의 상품을 판매하는 단계를 넘어 배송 서비스를 공유한다는 데 의미가 있다.

롯데자산개발

뷰 맛집 「세상의 모든 아침 forME」 오픈

롯데자산개발은 7월 17일 롯데월드몰 6층에 브런치 레스토랑 「세상의 모든 아침 forME」를 오픈했다. 150여 석 규모로 문을 연 이번 매장은 2030 여성 고객들에게 먹는 즐거움뿐만 아니라 특색 있는 인테리어로 인생샷을 건지는 재미까지 제공한다. 「세상의 모든 아침 forME」는 인스타그램 게시물에 8만 9,000건에 달하는 SNS

인증샷 명소 「세상의 모든 아침」의 새로운 콘셉트 공간이다. 기존 매장과 달리 그린 등 다양한 색채를 이용해 생동감을 더하고, 플라워 등 식물을 매장에 비치해 아늑한 분위기를 조성했다.

롭스

「키르시블렌딩」과 컬래버 행사 진행

롭스는 7월 31일부터 8월 9일까지 「키르시블렌딩」과 컬래버 행사를 진행한다. 이번 행사에서는 LPOINT 회원이 롭스에서 3만 5,000원 이상 구매하면 한정수량으로 제작한 파우치를 증정한다. 「키르시블렌딩」과 컬래버를 통해 제작된 파우치는 파스텔톤(연핑크, 연노랑)으로, 두 브랜드의 발랄한 생기를 느낄 수 있다. 이 외에도 행사 기간 동안 1만 원 이상 구매 시 10% 추가로 할인해 주는 「여름맛이 식품 대전」도 함께 진행한다. 한편, 「키르시블렌딩」은 체리 심볼로 유명한 의류 브랜드 「키르시」에서 새롭게 론칭한 코스메틱 브랜드로, 최근 Z세대의 관심을 크게 받고 있다.

코리아세븐

세븐일레븐, 「시그니처 DDR점」 오픈

세븐일레븐은 7월 1일 세계 최초로 고객

동선인식(ETS) 기반 스마트편의점 「시그니처 DDR점」을 오픈했다. 이 매장은 일반 로드 상권에서도 안전하게 무인 운영이 가능하도록 기존 시그니처 매장에 새로운 보안, 안전 관리 기술을 접목한 형태다. 이중 게이트를 통과하며 2단계 인증 절차를 거치도록 출입 절차를 강화해 보안을 강화했다. 매장 내부 바닥에는 다목적 전자인식 셀을 설치해 고객과 상품정보, 구역이동, 체류시간 등을 데이터로 생성 및 저장한다. 세븐일레븐은 「시그니처 DDR점」에서 주말과 야간시간대에 자동 운영 시스템을 시범 시행한 후 운영 시간대를 점차 확대할 예정이다.

글로벌 세븐일레븐 71,100호점 오픈

세븐일레븐은 7월 9일 글로벌 세븐일레븐 71,100호점인 「푸드드림 방배점」의 오픈 기념식을 진행했다. 이번 글로벌 71,100호점은 세븐일레븐 브랜드를 상징하는 숫자로서 의미를 지닌다. 세븐일레븐은 명실상부한 세계 최고의 프랜차이즈 편의점으로서, 1927년 미국 델러스에서 세계 최초 편의점으로 출발했다. 현재 18개국에서 운영되고 있으며, 하루 평균 6,000만 명의 고객이 방문하고 3.5시간마다 1개 매장을

을 오픈하는 대표적인 글로벌 편의점 브랜드다. 국내에서는 코리아세븐이 1988년 미국 세븐일레븐과 기술제휴 계약을 맺고 1989년 국내 1호 편의점 「세븐일레븐 올림픽점」을 오픈했다.

롯데홈쇼핑

가상체험 서비스 「리얼피팅」 론칭

롯데홈쇼핑은 7월 13일 증강현실(AR) 기술을 활용해 패션 소품을 가상으로 착용해 보고 구매할 수 있는 체험 서비스 「리얼 피팅」을 론칭하며 스마트 언택트 쇼핑 서비스를 강화했다. 고객이 모바일앱에서 구매하고자 하는 상품을 선택하고 「리얼 피팅」 메뉴를 클릭한 후 스마트폰 화면에 얼굴을 비추면, 실제 상품을 착용한 것처럼 상하좌우 자연스럽게 움직이며 자기 모습을 비춰볼 수 있다. 현재 해외 유명 브랜드의 선글라스와 안경 상품에 적용 중이고, 내달 중 모자를 비롯해 목걸이, 시계, 반지 등 주얼리 상품으로 서비스 범위를 확대할 예정이다.

롯데하이마트

비디오커머스 전용관 「하트ON TV」 오픈

롯데하이마트는 7월 7일 다양한 정보를



롯데하이마트
「하이메이드」 주방가전 6종



롯데멤버스
「L.pay 신한카드」 이미지



롯데아라리조트
리조트 및 스키장 전경



롯데면세점
신입사원 공채 언택트 면접



롯데호텔 부산
4인용 디럭스더블더블 룸



롯데월드타워
크리스마스 VM 이벤트

제공하는 온라인 동영상 콘텐츠 플랫폼인 「하트ON TV」를 오픈했다. 「하트ON TV」는 「하이마트 ONLINE TV」의 약자로 상품 리뷰, 제품 사용 팁 등 정보 제공 동영상부터 상품 판매 생방송까지 다양한 콘텐츠를 제공한다. 롯데하이마트는 또 지난 4월 론칭한 모바일 생방송 프로그램 「하트 라이브」도 확대 편성하고, 방송 알림 예약, 생방송 중 구매하기, 좋아요/공유하기 등을 통해 고객 중심의 UX/UI를 더욱 강화했다. 「하트ON TV」는 롯데하이마트 모바일 앱에서 만나볼 수 있다.

PB 「하이메이드」 주방가전 6종 출시

롯데하이마트는 7월 4일 자체 브랜드 「하이메이드」를 통해 미니멀라이프 주방가전 6종 시리즈를 론칭했다. 이번에 론칭한 주방가전은 멀티 그릴, 미니 밥솥, 라면 포트, 멀티 쿠키, 하이라이트 포트, 미니 에어프라이어 등 인기 제품으로 구성됐다. 이들 제품은 필수 기능은 모두 갖추면서도 합리적인 가격에 선보여, 1~2인 가구나 자취생 등 나홀로족이 사용하기에 좋다. 「하이메이드」 주방가전 6종 시리즈는 전국 460여 개 롯데하이마트 매장과 온라인쇼핑몰에서 만나볼 수 있다.

롯데멤버스

적립률 최대 7% 「L.pay 신한카드」 론칭

롯데멤버스는 7월 13일 신한카드와 손잡고 「L.pay 신한카드」를 출시했다. 롯데ON을 비롯해 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데홈쇼핑, 롯데시네마, 롯데면세점, 롬스, 세븐일레븐, 롯데호텔과 롯데리조트 등 롯데 10개 계열사(더드림 가맹점)에서 온·오프라인 쇼핑 시 결제금액의 최대 7%를 L-POINT로 자동 적립 받을 수 있는 카드다. L-pay, L-POINT 및 신한카드 모바일 앱과 홈페이지에서 신청 가능하다.

관광·서비스

롯데호텔

「2020 스키 아시아 어워즈」 4관왕 달성

롯데아라리조트는 7월 1일 「2020 스키 아시아 어워즈」에서 4관왕에 올랐다. 「스키 아시아」 주최로 진행되는 「스키 아시아 어워즈」는 매년 전 세계 스키어와 스노보더의 온라인 투표로 선정된다. 일본 최대 적설량을 자랑하는 롯데아라리조트는 「2020 스키 아시아 어워즈」에서 일본 최고의 「스키 리조트」, 「파우더 스노」, 「스노 스쿨」 총 3개 부문에서 2년 연속

수상하는 영예를 안았으며, 「일본 최고의 가족형 스키 리조트」에도 새롭게 이름을 올렸다.

「원스 어게인 서머」 패키지 출시

롯데호텔 서울은 8월 1일부터 31일까지 한 달간 이그제큐티브 타워 오픈 2주년을 기념해 「원스 어게인 서머」 패키지를 선보인다. 이 패키지는 그랜드 디럭스 룸 1박과 투숙객 전용 라운지인 「르살롱」 2인 무료 이용 혜택으로 구성됐으며, 2주년 기념 특전으로 롯데호텔 서울의 메인 타워 무료 숙박권을 제공하는 것이 특징이다. 특전 숙박권(주중 이용 한정)으로는 메인타워의 디럭스 룸 1박과 클럽 라운지 2인 조식 이용이 가능하다. 가격은 42만 원부터(세금 및 봉사료 제외 가격)다.

롯데리조트

L-POINT 회원 대상 「럭키 세븐」 진행

롯데리조트는 7월 7일부터 20일까지 통합멤버십 오픈 기념 100% 당첨 「럭키 세븐」 이벤트를 L-POINT 회원들을 대상으로 선보였다. 지난 6월 2일 오픈한 롯데리조트 통합 멤버십은 하나의 아이디로 롯데리조트와 롯데스카이힐CC 두 사이

트를 모두 이용할 수 있는 통합 서비스다. 앱, 모바일 등 각종 L-POINT 채널을 통해 진행된 이번 이벤트에서 참여자 전원은 L-POINT 700포인트를 획득했다. 또한, 「럭키 세븐 행운경품」으로 7명에 한해 제주 프리미엄 리조트 롯데리조트 제주 아트빌라의 7일 살기 패키지와 제주 인기 카페 100여 곳을 무제한으로 이용할 수 있는 7일 이용권이 제공됐다.

롯데면세점

상반기 정기 공채에 언택트 면접 도입

롯데면세점은 7월 8일과 9일 간 진행된 신입사원 공채 면접에 온라인 화상 시스템을 통한 언택트 면접 방식을 도입했다. 이는 코로나19 확산 방지 및 지원자들의 감염 리스크를 최소화하기 위한 조치로, 지난 6월 말 진행한 DT·IT 전문가 수시 채용 면접에 이어 확대 도입된 것이다. 롯데면세점은 향후 경력직과 계약직 채용도 언택트 면접 방식으로 진행해 사회적 거리두기에 적극 동참할 계획이다. 이번 상반기 정기 공채는 역량 면접, PT 면접, 임원 면접 등이 모두 화상으로 진행됐으며, 합격자는 이번 달 신입사원으로 입사하게 된다.

롯데월드

호러 어트랙션 「좀비프리즈」 오픈

롯데월드 어드벤처는 7월 17일 워크스루형 호러 어트랙션 「좀비프리즈」를 오픈했다. 「좀비프리즈」는 흉악한 좀비들이 감옥에서 탈출한다는 스토리로 전문 업체, 인플루언서 등과 협업을 통해 몰입도와 현실감을 높인 것이 특징이다. 감옥 시설 내부 인테리어는 국내 유명 영화 세트 제작사 「도담터」와 협업했으며, 체험 도입부 프리퀄 영상은 16만 명의 호러 마니아들을 구독자로 보유한 인기 인플루언서 「왓섭」과 제작해 리얼함을 극대화했다. 유튜브 채널 「왓섭! 공포라디오」에서 전체 프리퀄 영상을 볼 수 있다. 6분 남짓한 시간 동안 12개 구간으로 구성된 감옥 내부를 통과해야 하며, 어디서도 경험할 수 없었던 다양한 특수효과와 예상치 못한 순간에 등장하는 좀비들을 피해 정신없이 탈출하다 보면 어느새 더위는 잊어버리고 서늘한 기운을 느낄 수 있다.

부산롯데호텔

「패밀리 스테이케이션」 패키지 출시

롯데호텔 부산은 7월 7일부터 8월 31일까지 가족 단위 고객들이 호캉스를 즐기

에 적합한 특전으로 구성된 「패밀리 스테이케이션」 2종을 선보인다. 이번 프로모션의 3인형에는 디럭스트리플 룸(3인용 객실) 2박, 조식 3인(1회), 호텔 1층 더라운지 피자 & 맥주 세트(고르곤졸라 피자, 클라우드 생맥주 2잔), 피트니스클럽 3인 이용권이 제공된다. 가격은 42만 원(이하 세금 및 봉사료 미포함)부터다. 4인형에는 디럭스더블더블 룸 2박, 조식 4인(1회), 더라운지 피자 & 맥주 세트(고르곤졸라 피자, 클라우드 생맥주 2잔), 피트니스클럽 4인 이용권이 제공된다. 가격은 46만 원부터다.

롯데물산

「아시아-태평양 스티비상」 금상 수상

롯데물산은 7월 13일 롯데월드타워 크리스마스 VM 이벤트가 「아시아-태평양 스티비상」에서 소비자 이벤트 혁신상 부문 금상을 수상했다고 밝혔다. 「스티비」는 「왕관을 쓴」이라는 그리스어로, 아시아 태평양 지역의 개인이나 단체에서 이룬 혁신적인 업적에 대해 시상하는 비즈니스 대상 프로그램이다. 올해는 29개국에서 1,000여 편 이상이 출품된 가운데 전문가들이 심사를 거쳐 수상작을 결정했



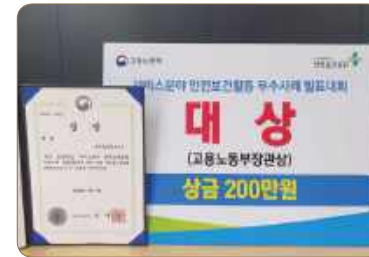
롯데정보통신
전 임직원 대상 기술 웨비나



롯데디자인츠
위닝 스피릿상 시상식



롯데렌터카
쉽고 빠른 카라이프 광고 캠페인



롯데글로벌로지스
2020년 서비스분야 안전보건활동 대상



롯데케미칼
온실가스전환 기술협력 MOU



롯데건설
2020 한국서비스대상 시상식

으며, 코로나19로 인해 시상식은 오는 9월 22일 온라인으로 진행될 예정이다.

롯데정보통신

다차로 하이패스 구축 사업 수주

롯데정보통신은 7월 16일 아이트로닉스와 컨소시엄을 구성해 총 사업규모 92억 원의 한국도로공사 다차로 하이패스 구축 사업을 수주했다고 밝혔다. 롯데정보통신은 주관 사업자로서 동서울, 구리남양주, 성남, 청계, 김포, 시흥 등 수도권 6개소 및 남원주 영업소의 설치 총괄을 통해 전문 역량이 필요한 3, 4차선용 하이패스 시스템을 구현함으로써 향후 대외 스마트 교통 분야 사업 경쟁력을 더욱 강화해 나갈 예정이다.

전 임직원 대상, 기술 웨비나 개최

롯데정보통신은 7월 1일 전 임직원 대상으로 올해 첫 번째 기술 세미나 「2020 가치하차」를 개최했다고 밝혔다. 이번 세미나는 6월 30일과 7월 1일 양일간 언택트 흐름에 맞춰 웨비나로 진행됐으며, 이번 행사를 주관한 정보기술연구소에서는 기획부터 발표, 운영 지원까지 행사의 모든 과정을 자체 진행하고, 직접 자사 솔루션

과 서비스 성과를 알리는 한편으로 최신 IT 트렌드와 개발 경험 등을 공유했다.

대흥기획

「제37회 DCA 대학생광고대상」 개최

대흥기획은 7월 2일 예비 광고인들의 광고·마케팅 크리에이티브를 겨루는 「제37회 DCA 대학생광고대상」을 개최한다고 밝히고, 8월 10부터 24일까지 출품작을 모집한다. 올해는 클라우드생(生)드래프트, 칠성사이다, 웨이커, 롯데 잇츠, 그린카 등 11개 과제가 제시됐다. 기획 부문(기획서)과 작품 부문(인쇄, 필름, 아웃도어, 오픈크리에이티브)으로 나뉘어 모집하며, 국내외 대학(원)생 누구나 개인 또는 4명 이하의 팀으로 지원할 수 있다. 대상(2편), 금상(2편), 은상(4편), 동상(4편) 등 총 12편의 수상작을 선정해 총 2,000만 원의 상금을 수여할 예정이다.

롯데디자인츠

전준우, 「위닝 스피릿상」 수상

롯데디자인츠는 7월 3일 SK와의 홈경기에 앞서 투지 넘치는 플레이로 선수단에 모범이 된 선수를 선정해 시상했다. 롯데호텔과 함께하는 「위닝 스피릿상」은 야수

전준우가 수상했다. 올시즌 팀 내 홈런 1위(13홈런, 7/20 기준)로 맹활약 중인 전준우는 6월 6일 사직 KT전에서 몸을 아끼지 않는 홈 채도로 득점에 성공, 팀 승리를 이끌었다. 전준우에게는 부상으로 롯데호텔 숙박권이 주어졌다.

롯데렌탈

신규 광고 캠페인 론칭

롯데렌터카는 7월 17일 언택트 기반의 차별화된 서비스를 주제로 한 「쉽고 빠른 카라이프」 광고 캠페인을 론칭했다. 이번 광고 캠페인은 기존 「신차장기렌터카」의 장점에, 견적부터 계약까지 온라인에서 한 번에 가능한 「신차장다이렉트」와 찾아가는 「1:1 방문정비」를 더한 롯데렌터카의 특징점을 담아냈다. 영화 「아저씨」, 「해바라기」의 인기 장면을 활용해 4가지 에피소드로 제작됐으며, 롯데렌터카 공식 유튜브와 홈페이지 등의 채널을 통해 확인할 수 있다. 이번 론칭을 기념해 롯데렌터카는 9월 30일까지 공식 홈페이지에서 「신차장기렌터카」 상담을 신청하는 고객을 대상으로 추첨을 통해 LG 시네빔 & 사운드바 세트, 닌텐도 스위치 등 다채로운 경품을 제공한다.

롯데글로벌로지스

「서비스분야 안전보건활동」 대상 수상

롯데글로벌로지스는 7월 7일 고용노동부 주관, 안전보건공단 주최 「2020년 서비스분야 안전보건활동 우수사례 발표대회」에서 고용노동부 장관상(대상)을 수상했다. 이 대회는 전국 서비스분야 사업장 중 노동자 사고사망재해 예방 및 안전보건 우수활동사례 전파를 위한 대회다. 롯데글로벌로지스는 부서별 안전보건활동을 내부평가지표로 도입 후 제도화해 꾸준히 개선하고, QR 코드를 활용한 코로나-19 대응 시스템을 선도적으로 도입해 전 그룹사에 확대한 점을 높이 평가 받아 이날 대상 수상의 영광을 안았다.

롯데컬처웍스

영화관 전자출입명부 도입

롯데컬처웍스는 7월 9일 안전한 영화관람 환경 조성을 위해 롯데시네마 전국 101개 직영관에 전자출입명부를 도입했다. 이번에 도입된 전자출입명부 시스템은 영화관에서 현금으로 티켓을 구매하는 비회원 고객을 대상으로 한다. 현금 발권 시 고객은 현장에 비치된 QR 코드를 스캔해 방문 일시와 이름, 연락처, 상

영관, 좌석 정보를 입력하면 본인인증 절차를 진행할 수 있다. 이를 통해 수집된 개인정보는 작성일로부터 4주간 전산에 보관되며, 이후 자동으로 폐기된다. 롯데컬처웍스는 안전한 영화관람 환경 조성을 위해 더욱 노력할 계획이다.

석유화학·건설

석유화학·건설

롯데케미칼

「2020 레드닷 디자인 어워드」 수상

롯데케미칼은 7월 15일 「2020 레드닷 디자인 어워드」에서 「Best of the Best」를 포함해 총 3개 상을 수상했다고 밝혔다. 「Best of the Best」를 수상한 「Multi layered 3D Lighting Effect」는 투명 소재와 레이저 웰딩이라는 융합 공법을 접목해 빛의 굴절 및 패턴 효과를 표현했고, 「Winner」를 수상한 「Kiriko Effect」와 「Moire Effect」는 투명 소재 표면의 패턴과 빛의 조합을 통해 독특한 외관 및 라이팅 효과를 구현했다. 이번에 수상한 3개 소재는 광학 특성이 우수한 투명 소재에 다양한 공법으로 새로운 라이팅 효과를 구현한 디자인 솔루션으로, 자율주행 모빌리티 및 시 탑재 ICT, 가전제품 등에 적용할 수 있다.

온실가스 전환기술 사업화 MOU 체결

롯데케미칼은 7월 3일 대전 전력연구원에서 한국전력공사 전력연구원과 CO₂ 전환(CCU) 기술의 사업화를 위한 기술협력 양해각서(MOU)를 체결했다. 롯데케미칼은 이번 기술협력 MOU를 통해 온실가스 전환기술을 화학공정 배기가스에 적용함으로써 CO₂를 유용한 케미칼(중탄산소다)로 전환하는 실증기술을 확보하고, 이를 통해 온실가스 전환기술의 국내 최초 사업화를 추진할 예정이다. 또한, 확보한 기술의 연구 개발을 통해 연간 10만 톤 규모의 중탄산나트륨 생산 플랜트를 국내 생산설비에 설치할 계획이다. 이를 통해 향후 20년간 운영 시 약 52만 톤 이상의 온실가스 저감이 예상된다.

롯데건설

「한국서비스대상」 19년 연속 수상

롯데건설은 7월 3일 롯데호텔서울 크리스탈볼룸에서 열린 「2020 한국서비스대상」에서 19년 연속 아파트 부문 종합대상을 차지했다. 「한국서비스대상」은 한국표준협회(KSA)에서 주관하는 상으로, 국내 서비스 산업 품질 향상을 목표로 고객중심의 서비스 품질경영 시스템을 구축하고,



한국후지필름
「써머 스테이」 이벤트

경영 전반에 서비스 성과와 수준이 탁월한 기업에 주어진다.

건설 관리자용 초급 베트남어 교재 발간

롯데건설은 7월 20일 베트남 현지에서 효율적으로 의사를 소통하고자 건설 관리자용 베트남어 교재를 발간했다고 밝혔다. 교재는 건설 현장에서 주로 쓰이는 단어와 문장으로 구성됐으며, 현지에서 실질적인 도움이 되는 기초 회화와 관용적 표현을 반영했다. 특히, 베트남어는 6성조로 인해 시각 교재만으로는 학습이 어렵기 때문에 QR 코드를 이용해 원어민 발음을 청취할 수 있도록 제작했다.

한국후지필름

「써머 스테이」 이벤트 진행

한국후지필름은 7월 10일부터 7월 31일까지 도심 속 호캅스 힐링 여행 「L7호텔 x 인스타그램 써머 스테이」 이벤트를 진행했다. 이번 이벤트는 언택트 호캅스 여행으로 롯데호텔 L7 홍대와 한국후지필름 인스타그램이 함께하는 써머 스테이 이벤트로, 인스타그램 카메라의 감성 콘셉트와 L7 호텔의 감성이 잘 어울리는 데 착안해 진행됐다. 이번 이벤트에서는 한국후지필름 인스타



롯데중앙연구소
「GUM GYM」 1기 시상식

그램에서 진행된 L7 홍대 베스트 스포트 표 이벤트 및 L7 호텔 인증 사진 공유 이벤트를 통해 각각 L7 호텔 숙박권(2명), 인스타그램 미니11(2명)을 증정했다. 이번 이벤트는 휴가 시즌을 맞아 호캅스 힐링 여행과 호캅스 인생샷을 즐기는 많은 2030 소비자들에게서 좋은 반응을 얻었다.

연구 지원 WELFARE-R&D

롯데중앙연구소

「GUM GYM」 1기 시상식 개최

롯데중앙연구소는 7월 6일 「GUM GYM」 1기 시상식을 개최했다. 지난 4월부터 실시된 「GUM GYM」 캠페인은 출퇴근시 틈새 시간을 활용해 「껌 씹기 운동」을 함으로써 에너지 소모 증대 및 신체 활성을 돕고자 기획된 캠페인으로, 임직원들에게 저작 활동의 긍정적 효과를 전파하며 마무리됐다. 이번 캠페인에는 약 100여 명의 임직원이 참가했으며, 참가자들은 매일 껌을 씹으며 출퇴근하면서 어떤 변화를 느끼는지 스스로 체험하는 시간을 가졌다. 이날 시상식에서는 우수 인증 사진과 우수 참여 후기를 남긴 임직원이 각 한 명씩 선정됐다.



롯데의료재단
음악치료 지원사업 업무협약식

롯데의료재단

음악치료 지원사업 업무협약 체결

롯데의료재단은 7월 8일 보바스기념병원 웰니스센터에서 숙명여자대학교 음악치료대학원과 환우 및 가족 음악치료 프로그램 운영을 위한 업무 협약식을 진행했다. 이날 협약식에는 보바스기념병원 박진노 원장, 보바스어린이의원 윤연중 원장, 숙명여자대학교 임상음악치료학과 김영신 주임교수, 음악치료학과 문지영 주임교수 등이 참석했다. 양측은 이번 협약을 통해 전공 실습학생 및 인턴 파견, 환우 및 가족을 위한 음악 프로그램(콘서트 등) 운영 등 다양한 사회공헌 사업을 함께 진행할 예정이다.

보호자 스트레스 관리 프로그램 운영

롯데의료재단은 7월 6일부터 보바스기념병원에서 재활환자 보호자를 위한 새로운 「스트레스 관리 프로그램」을 운영한다고 밝혔다. 이를 위해 본원과 국제병원 등에서 진행 중인 체조, 음악교실, 퍼즐 등의 기존 요법프로그램과 함께 힐링체조, 아로마 용품 만들기 등을 새롭게 편성했다. 현재 보바스 기념병원의 사회복지팀원들이 직접 강사로 나서서 운영 중이다.

나눔경영 SOCIAL CONTRIBUTION

롯데칠성음료

언택트 업사이클링 봉사활동 진행



롯데칠성음료는 7월 23일 폐현수막을 재활용해 에코백을 제작하는 업사이클링 봉사활동을 진행했다. 「Re:Sync(리싱크)」 캠페인(다시 태어난 에코백 컬러링)으로 추진된 이번 친환경 봉사활동은 폐현수막을 재활용해 가볍고 튼튼하게 제작된 에코백에 임직원이 각자 개성을 담아 색칠하는 활동으로 진행됐다. 에코백은 희망을 상징하는 고래와 칠성을 의미하는 7개의 별로 디자인됐다. 이번 활동은 코로나19의 확산과 사회적 거리두기를 고려해 각자 가정에서 언택트(비대면) 방식으로 이뤄졌으며, 완성된 에코백 150여 개는 서울 종로구 송의지역에 위치한 3개 도서관에 기부될 예정이다.

롯데GRS

「위생교육북 만들기」 봉사활동 진행



롯데GRS는 7월 17일 코로나19 장기화에

따라 위생 및 청결을 더욱 강조하는 추세에 발맞춰, 프랜차이즈 사업 특성과 현재 시대 상황에 적합한 위생 및 청결을 주제로 한 「반짝반짝 깨끗하게 위생교육북 만들기」 봉사활동을 언택트로 진행했다고 밝혔다. 「위생교육북 만들기」 봉사활동은 참여자가 제작 키트를 수령해서 원하는 시간과 장소에서 제작한 후 국제 NGO 단체기구인 월드쉐어에 제출하면, 개발도상국의 아이들에게 전달되는 형식으로 이뤄졌다.

롯데면세점

「마음방역박스」 기부



롯데면세점은 7월 7일 「함께하는 한숲」 재단을 통해 인천 다문화 청소년 가정에 3,000만 원 상당의 「마음방역박스」를 기부했다. 이번 후원은 코로나19로 인해 계속 이어지는 생활 속 거리두기로 인해 야외활동이 위축된 상황에서 다문화 청소년들을 응원하기 위한 취지로 진행됐다. 「마음방역박스」는 감염병 예방을 위한 덴탈 마스크, 손 세정제 등의 위생용품 세트와 청소년 정서 안정에 도움을 주는 다육식물 재배 키트 그리고 간편식 푸드 꾸러미 등 총 3,000만 원 상당의 물품으로 구성됐으며, 인천지역 다문화 가정 260가구에 전달됐다.

롯데월드

「서울스카이 도시 숲 조성 캠페인」에 기부



서울스카이는 7월 24일 「서울스카이 도시 숲 조성 캠페인」을 위한 기부금 1,000만 원을 환경재단에 전달하고, 이번 캠페인을 기념하기 위해 당일 서울스카이를 방문한 고객들에게 스투키 화분을 전달하는 이벤트도 함께 진행했다. 이번 캠페인은 도시 숲을 조성해 미세먼지로 인한 피해를 줄이고 대기환경 개선 및 탄소 저감에 기여하기 위해 롯데월드 서울스카이가 마련한 것이다. 서울스카이는 이번 캠페인을 통해 9월 서울 마포구 상암동 노을시민공원에 나무 500여 그루를 심어 롯데월드 서울스카이 숲을 조성할 예정이다.

롯데컬처웍스

「해피앤딩 영화제작교실」 1학기 수업 성료



롯데컬처웍스는 7월 28일과 30일 양일에 걸쳐, 온라인 상영회를 끝으로 사회공헌 프로그램인 「해피앤딩 영화제작교실 온라인 자유학기제」의 1학기 수업을 성황리에 마무리했다. 「해피앤딩 영화제작교실」은

미래의 영화인을 꿈꾸는 학생들에게 관련 교육과 실습 기회를 제공하기 위한 사회공헌 프로그램이다. 인천 미추홀구 인주중학교와 서울 중랑구 영란여자중학교 학생들을 대상으로 실시된 이번 1학기 자유학기제 수업은 코로나19 확산으로 인한 등교 중지 등을 고려해 실시간 비대면 온라인 강의 형식으로 진행됐다.

롯데정밀화학

「안녕! 노쿡백」 나눔활동 진행



롯데정밀화학은 7월 8일 서울사업장에서 강남구 소재 취약계층 지원을 위한 「안녕! 노쿡백(No-Cook Bag)」 나눔활동을 진행했다. 「노쿡백」 나눔활동은 코로나19가 장기화되면서 복지시설 무료급식 이용이 어려워진 노인, 아동·청소년들에게 손쉽게 조리해 취식할 수 있는 식료품 꾸러미를 제작, 전달하는 활동이다. 이날 임직원들이 제작한 「노쿡백」 100개 세트는 강남구 종합사회복지관을 통해 수서동지역 어르신들 가정에 전달됐다.

「어린이 피터팬 팝업북」 제작 후원

롯데정밀화학은 7월 1일 「어린이 피터팬 팝업북」 350권을 후원했다. 임직원과 가족들이 지난 한 달 동안 참여해 만든 팝업북 350권은 (사)울산시자원봉사센터를 통

해 지역 다문화 가정과 저소득 가정 유아동들에게 전달될 예정이다.

롯데중앙연구소

현혈 봉사활동 진행



롯데중앙연구소는 7월 14일 코로나19 위기극복을 위해 임직원 약 30여 명이 현혈 봉사활동에 참여했다고 밝혔다. 이번 현혈 봉사활동은 최근 코로나19 감염증으로 인한 현혈 수급난 해결에 보탬이 되고자 임직원들의 자발적인 참여로 진행됐다. 참여자들은 이날 코로나19 감염 예방을 위해 현혈 버스 탑승 인원을 시간별로 나눠 대기 시간 및 밀접 접촉을 최소화하는 등 사회적 거리두기를 적극 실천했다.

롯데장학재단

「유통 드림메이커스」 발대식 개최



롯데장학재단은 7월 17일 유통분야 관련 취업준비생 105명을 대상으로 「유통 드림메이커스」 발대식을 가졌다. 롯데장학재단은 앞으로 이 교육 프로그램을 통해 유통 전문가들의 실무교육, 물류센터 및 점

포견학, 희망직무체험, 취업컨설팅을 총 6개월 과정으로 지원할 예정이다. 롯데쇼핑과 사회복지협의회가 함께하는 이 교육 프로그램은 작년 1기 대상자 중 50%가 취업에 성공하는 등 성공적으로 안착했다. 이에 올해는 지원 금액을 늘려 총 4억 원 규모로 지원할 예정이다.

동반성장 GROWING TOGETHER

롯데리조트

「호스트 부스팅」 프로젝트 진행



롯데리조트는 7월 15일 갑작스러운 코로나19 팬데믹 속 운영에 어려움을 겪는 개인숙박업자들과의 상생을 위해 「호스트 부스팅」 프로젝트의 모집 공고를 진행했다. 롯데리조트와 함께할 개인숙박업자를 선발하는 「호스트 부스팅」 모집 공고는 지난 6월 24일에 시작됐다. 해당 프로젝트의 주목적은 롯데리조트의 차별화된 숙박업 운영 노하우를 바탕으로 개인숙박업자들을 위한 예약, 구매, 홍보 등 무료 컨설팅 제공 및 파트너십 제후를 통해 상호 수익구조를 마련하는 데 있다. 롯데리조트는 제시한 조건에 맞는 형태의 숙박업을 운영 중인 개인사업자들을 대상으로 총 2차례 심사를 거쳐 8월 27일 최종 파트너를 선정할 예정이다.

한 문장으로 말하라

: 핵심만 전달하고 단순히 사로잡는 선택과 집중의 기술

직장인들이 상사에게 보고를 하거나 프레젠테이션을 하면서 가장 많이 저지르는 실수 중 하나가 최대한 많은 정보를 전달하려고 장황하게 이 말 저 말 늘어놓는 것이다. 하지만 많이 전달하려 하면 할수록 상대의 머릿속에는 아무런 메시지도 남지 않는다. 세계적인 스피킹 전문가(Professional Speaker)이자 TEDx 명강연자인 나쓰요 립슈츠는 「비즈니스 커뮤니케이션에서 가장 중요한 것은 핵심을 파악해 군더더기 없이 깔끔하게 하나의 메시지(One Big Message)로 정리하는 기술」이라고 말한다. 「한 문장으로 말하라」는 발표·회의·영업·면접 등 여러 비즈니스 상황에서 자신이 말하고자 하는 바를 명확하게 전달하고 상대의 마음을 움직여 원하는 결과를 얻어내는 방법을 담은 책이다. 저자는 아무리 설명해도 메시지가 제대로 전달되지 않는 일곱 가지 이유를 실패한 캐치프레이즈와 프레젠테이션의 사례를 들어 알려준다.



나쓰요 립슈츠 지음 | 황미숙 옮김 | 비즈니스북스 | 14,000원

김미경의 리부트

: 코로나로 멈춘 나를 다시 일으켜 세우는 법

다섯 개 파트로 구성된 이 책은 나를 일으켜 세우는 리부트 공식 네 가지를 알려준다. 코로나 재앙이 실업, 폐업, 파산 위기를 예고하는 지금, 우리는 어떤 미래를 준비하고 있는가. 언제까지 우왕좌왕하며 요동치는 주식시장을 관전만 하고 있을 것인가. 미래 학자와 투자 전문가들의 거시적인 전망과 예측이 난무하는 지금, 우리 개인들에게 절실한 것은 「나」의 생존 방법이다! 앞당겨진 미래, 달라진 세상에서 「나는 어떻게 일하고, 어떻게 살 것인가」에 대해 답해야 하는 지금, 110만 구독 유튜브 채널 「김미경TV」의 크리에이터이자 대한민국 최고의 자기계발 강사 김미경이 코로나 위기를 넘어서는 일지라와 비즈니스의 현실적인 해법을 제시한다. 직장을 잃을지 몰라 불안한 사람들, 가게 문을 닫을지 고민 중인 자영업자들, 매출 하락과 성장 부진으로 코너에 몰린 CEO들에 이르기까지 위기 극복이 절실한 독자들의 갈증을 풀어준다.



김미경 지음 | 웅진지식하우스 | 16,000원

컬러를 알면 사람이 보인다

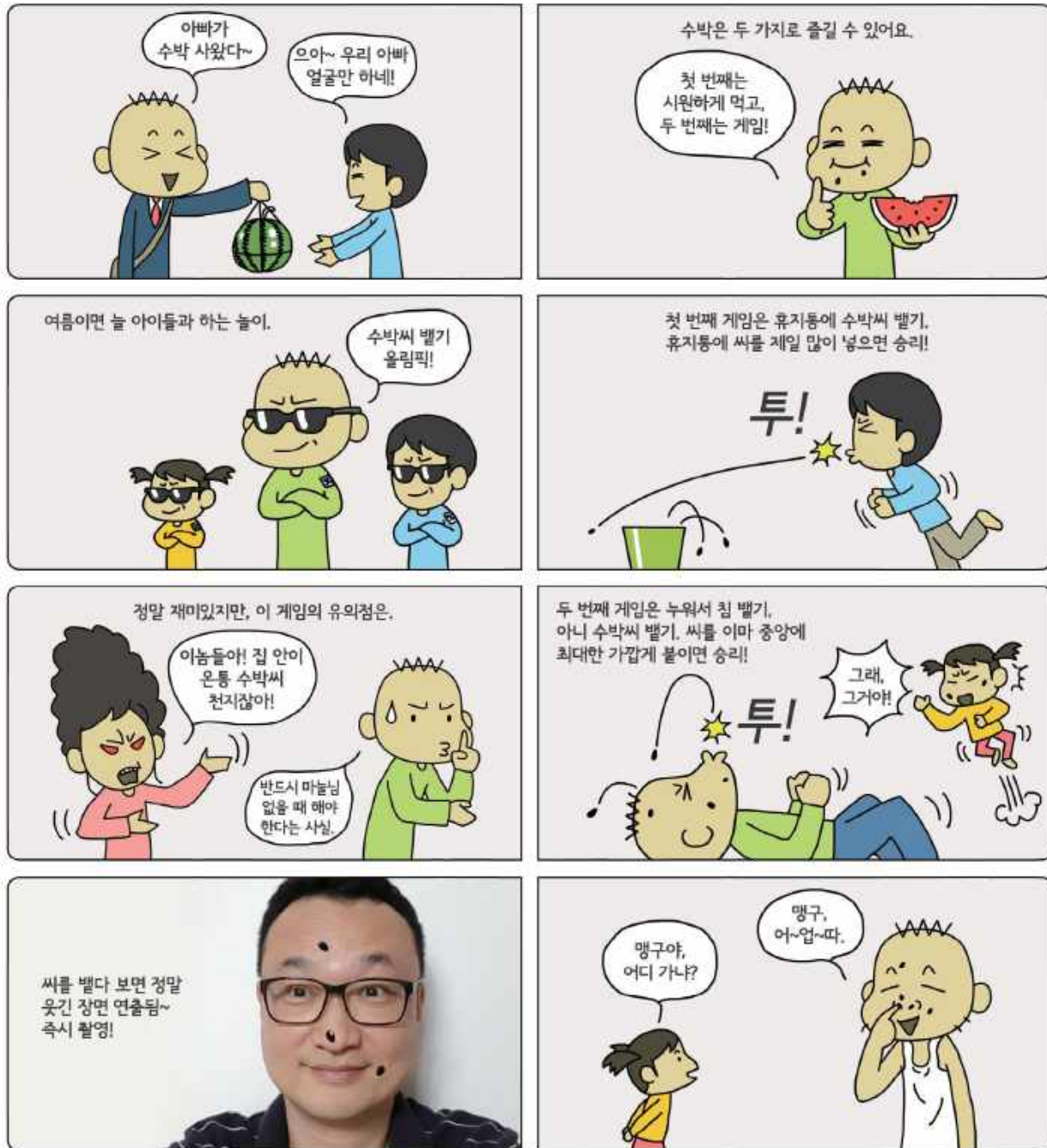
이 책은 레드, 오렌지, 옐로, 그린, 블루, 퍼플, 핑크, 블랙, 화이트 9가지 색을 심리학적으로 분석해 체계화한 책으로, 컬러에 대한 백과사전이라 할 수 있다. 컬러별 캐릭터, 테라피, 사랑, 건강, 설문조사 결과 보기의 카테고리로 구성돼 흥미롭다. 「OO 컬러를 좋아하는 당신,이라는 제목으로 특정 컬러의 특징과 그 컬러를 좋아하는 사람의 특징을 설명하며, 이때 주의해야 할 점과 단점도 알려준다. 테라피에서는 컬러 처방, 컬러 명상, 컬러 코디 등을 알 수 있다. 또한, 에피소드, 퍼스널 컬러 진단, 색채 심리, 컬러 카드, 참고 설문지 등이 부록으로 수록돼 있다. 지피지기면 백전백승! 컬러를 알면 애정백승! 이 책은 컬러 진단이 상대를 더 깊이 이해하고 관계할 수 있는 소통의 도구가 될 수 있음을 깨우쳐준다. 이 책을 통해 컬러가 가져다 주는 위로와 희망을 누리길 바란다. 글을 읽는 내내 주변의 다양한 사람을 머릿속에 떠올리게 될 것이다.



이선재 지음 | 키네마인 | 15,000원



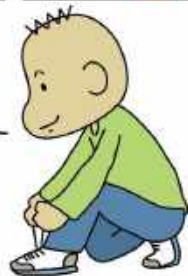
서대리의 유기농 카툰



코로나 때문에
이래저래 더 덥고
더 힘든 여름이죠?

이것도 다 지나갑니다!
영원한 고통은 절대
없으니까요.

우리 파이팅
하자고요!



직딩만화가 서형윤

퀴즈 팡팡! 경품 평평!

QUIZ! time!

- Q1** 롯데월드타워 최상단 루프의 두 개로 갈라진 구조물 사이 지상 541m를 연결한 11m 길이의 고공 어트랙션은?
- Q2** 롯데호텔서울 이그제큐티브 타워만의 특별한 서비스로, 객실 내 창문에 환영 메시지와 그림을 남기는 서비스는?
- Q3** 배우 박서준이 모델을 맡고 있는 롯데칠성음료의 신제품 맥주는?

7월호 정답

- ① 새로운 세상을 위한 회복탄력성
② 시그니엘 부산 ③ 푸드워드



7월호 정답 및 당첨자

〈하루일과〉

롯데백화점 수도권3지역MD팀 민혜경
롯데제과 노사협력팀 조윤근

사보 속 숨은 문제를 찾아라! 「롯데 QR 퀴즈」

스마트폰을 이용해 왼쪽에 있는 「QR 코드」를 스캔하시면 「롯데 QR 퀴즈」를 만나볼 수 있습니다. 정답을 아시는 분은 모바일 홈페이지 내 「퀴즈 풀기」를 통해 응모해 주세요. 추첨을 통해 롯데면세점 선불카드(3만 원 충전)를 드립니다.

• 롯데 QR 퀴즈 구축 및 운영은 롯데정보통신에서 지원해 주셨습니다.



2020년 7월호
당·첨·자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)
롯데시네마 신림관 유해인
세븐일레븐 삼성8호점 권하준

롯데렌터카 1일 이용권
롯데칠성음료 경산공장 정완재

롯데푸드 로스팜 선물세트
롯데건설 중앙지사 김현진
롯데하이마트 명곡로터리지점 김유정

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)
롯데알미늄 평택공장 김경옥
롯데칠성음료 부산지사 김민경
롯데마트 익산점 권미정

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)
롯데글로벌로지스 군포지점 박성현
롯데건설 논현동2차현장 박세중

엔제리너스 상품권(1인 4매)
롯데알미늄 기획관리팀 권희정
롯데정보통신 업무지원팀 조은영

※당첨 경품은 등기 발송되며, 반송시 재발송되지 않습니다.



• 이번 달 엽서 추첨은 립스 김소민 사보기자가 수고해 주셨습니다.

FOODS(식품)

롯데제과

- (www.lotteconf.co.kr)
· 본사 : 서울 영등포구 양평로 21길 10
· TEL : 2670-6396
· 사보기자 : 박종민(홍보팀)

롯데칠성음료

- (www.lottechilsung.co.kr)
· 본사 : 서울시 송파구 올림픽로 269
· TEL : 2017-5799
· 사보기자 : 윤민우(음료커뮤니케이션팀)
김홍수(주류커뮤니케이션팀)

롯데푸드

- (www.lottefoods.co.kr)
· 본사 : 서울 영등포구 양평로 19길 19
· TEL : 3469-3323
· 사보기자 : 신지훈(홍보팀)

롯데GRS

- (www.lottegrs.com)
· 본사 : 서울 용산구 한강대로7길 47
· TEL : 709-2118
· 사보기자 : 오택웅(커뮤니케이션담당)

롯데네슬레코리아

- (www.lotte-nestle.co.kr)
· 본사 : 서울 서대문구 충정로 70
· TEL : 590-0037
· 사보기자 : 오윤주(인사부)

롯데유통사업본부

- (www.lottelmsc.com)
· 본사 : 서울 영등포구 양평동 4가 23
· TEL : 2168-3400
· 사보기자 : 정세원(전략기획담당)

RETAIL(유통)

롯데백화점

- (www.lotteshopping.com)
· 본사 : 서울 중구 남대문로 81
· TEL : 2118-5054
· 사보기자 : 최지수(홍보실)

롯데마트

- (www.lottemart.com)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 269
· TEL : 2118-5054
· 사보기자 : 박은지(홍보실)

롯데슈퍼

- (www.lottesuper.co.kr)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 269
· TEL : 2118-5054
· 사보기자 : 박은지(홍보실)

롯데e커머스

- (www.lotte.com)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 300
· TEL : 2118-5033
· 사보기자 : 정유정(홍보실)

롭스

- (www.lohbs.co.kr)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 269
· TEL : 6070-6559
· 사보기자 : 김소민(마케팅팀)

롯데자산개발

- (www.lottedevelop.com)
· 본사 : 서울 중구 청계천로 100
· TEL : 2086-3084
· 사보기자 : 김현동(홍보팀)

코리아세븐

- (www.7-eleven.co.kr)
· 본사 : 서울 중구 청계천로 100
· TEL : 1577-0711
· 사보기자 : 이나라(홍보팀)

롯데홈쇼핑

- (www.lotteimall.com)
· 본사 : 서울 영등포구 양평동 5가 21
· TEL : 6313-1722
· 사보기자 : 서진아(홍보팀)

롯데하이마트

- (www.himart.co.kr)
· 본사 : 서울 강남구 삼성로 156
· TEL : 2050-5186
· 사보기자 : 김지현(동반성장팀)

롯데멤버스

- (www.lottemembers.com)
· 본사 : 서울 중구 통일로2길 16
· TEL : 2030-9612
· 사보기자 : 정은영(전략기획팀)

TOURISM-SERVICE(관광·서비스)

호텔롯데

- (www.lottehotel.com)
· 본사 : 서울 중구 삼일대로 363
· TEL : 771-1000
· 사보기자 : 원정아(커뮤니케이션팀)

롯데리조트

- 본사 : 서울 중구 소공로 70
· TEL : 739-7918
· 사보기자 : 유다솔(전략기획팀)

롯데면세점

- (http://kr.lottedfs.com)
· 본사 : 서울 중구 남대문로 81
· TEL : 759-6396
· 사보기자 : 이재경 (홍보팀)

롯데월드

- (www.lotteworld.com)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 240
· TEL : 1661-2000
· 사보기자 : 박지웅(커뮤니케이션팀)

부산롯데호텔

- (http://busan.lottehotel.co.kr)
· 본사 : 부산 부산진구 가야대로 772
· TEL : (051)810-5520
· 사보기자 : 강지수(마케팅담당)

롯데물산

- (www.lottepnd.com)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 300
· TEL : 3213-5813
· 사보기자 : 최경근(홍보팀)

롯데제이티비

- (www.lottejtb.com)
· 본사 : 서울 종로구 율곡로 88
· TEL : 1577-6511
· 사보기자 : 백승윤(영업전략팀)

롯데상사

- (www.lotteintl.co.kr)
· 본사 : 서울 강남구 영동대로 302
· TEL : 3459-9605
· 사보기자 : 장다감(경영지원팀)

롯데정보통신

- (www.ldcc.co.kr)
· 본사 : 서울 금천구 가산디지털2로 179
· TEL : 2626-4047
· 사보기자 : 이채원(홍보팀)

대홍기획

- (www.daehong.co.kr)
· 본사 : 서울 중구 통일로 10
· TEL : 3671-6114
· 사보기자 : 이희연(PR셀)

롯데자이언츠

- (www.giantsclub.com)
· 본사 : 부산 동래구 사직동
930-1(종합운동장내)
· TEL : (051)590-9000
· 사보기자 : 이재현(홍보팀)

롯데렌탈

- (www.lotterentacar.net)
· 본사 : 서울 강남구 대치동 890-20
· TEL : 3404-9732
· 사보기자 : 박찬웅(MC팀)

롯데글로벌로지스

- (www.lotteglobalis.com)
· 본사 : 서울 중구 통일로 10
· TEL : 2170-3382
· 사보기자 : 김지현(업무지원팀)

롯데컬처웍스

- (www.lottecinema.co.kr)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 300
· TEL : 6277-5976
· 사보기자 : 우승원(커뮤니케이션팀)

PETROCHEMICAL-CONSTRUCTION(석유화학·건설)

롯데케미칼

- (www.lottechem.com)
· 본사 : 서울 송파구 올림픽로 300
· TEL : 829-4264
· 사보기자 : 정수지(커뮤니케이션팀)

롯데정밀화학

- (www.lottefinechem.com)
· 본사 : 서울 강남구 테헤란로 534
· TEL : 6974-4556
· 사보기자 : 김경민(일반지원팀)

롯데건설

- (www.lottecon.co.kr)
· 본사 : 서울 서초구 잠원로14길 29
· TEL : 3480-9114
· 사보기자 : 이수연(홍보팀)

롯데CM사업본부

- 본사 : 서울 영등포구 영등포로6길 5
· TEL : 2169-0213
· 사보기자 : 한승윤(기획관리팀)

롯데알미늄

- (www.lotteal.co.kr)
· 본사 : 서울 동작구 보라매길5길 51
· TEL : 801-8000
· 사보기자 : 박혜진(기획팀)

캐논코리아 비즈니스 솔루션

- (www.canon-bs.co.kr)
· 본사 : 서울 강남구 테헤란로 607
· TEL : 3450-0717
· 사보기자 : 손형호(경영기획팀)

한국후지필름

- (www.fujifilm.co.kr)
· 본사 : 서울 금천구 가산디지털2로 30
· TEL : 3282-7164
· 사보기자 : 정수웅(광고판촉팀)

FINANCE(금융)

롯데캐피탈

- (www.lotecap.com)
· 본사 : 서울 강남구 테헤란로 142
· TEL : 3451-0027
· 사보기자 : 이진우(전략기획팀)

WELFARE-R&D(복지·연구)

롯데중앙연구소

- (www.lotternd.com)
· 본사 : 서울 강서구 마곡중앙로 201
· TEL : 2169-3704
· 사보기자 : 정재윤(연구지원팀)

롯데인재개발원

- (www.lotteacademy.co.kr)
· 본사 : 서울 중구 남대문로 81
· TEL : 772-7413
· 사보기자 : 송지훈(전략기획팀)

롯데재단

- (www.lottefoundation.or.kr)
· 본사 : 서울 중구 남대문로 81
· TEL : 726-4411
· 사보기자 : 권민정/김충훈(삼동)

롯데의료재단

- (www.lottebobath.net)
· 본사 : 경기 성남 분당구
대왕판교로 155-7
· TEL : 031-786-3377
· 사보기자 : 김경문(커뮤니케이션팀)

편집후기



스카이버리지 투어 꼭 한번씩 경험해보세요.
색다른? 경험을 하실 수 있습니다...
그리고
이번 달 사보 이벤트에도 많은 참여 부탁드립니다.



본격적인 여름이 시작됐네요.
예년과 다른 여름에
즐거움보다는 망설임이 많아지는 요즘이지만,
롯데사우 여러분 모두 건강하시고
행복하시길 힘차게 응원하겠습니다!

김원범 : wonbum.kim@lotte.net

김민진 : minjinkim@lotte.net

지량하고 싶은 우리 부서나 직장 동료, 올리고 싶은 글 등 어떠한 주제나 형식에 상관없이 사보 '롯데'에 하고 싶은 말들을 lottesabo@naver.com 보내주세요.
의견이 채택되신 분께는 소정의 선물을 드립니다. 사보 '롯데'는 항상 열려 놓고 여러분들을 기다리겠습니다.