

롯데

www.lotte.co.kr



09

September
2020



언제나 고객 곁에, 롯데마트

기획_롯데그룹 창업주 신격호 명예회장 ⑦	02
롯데 임원인사	06
세계 속의 롯데 ⑦ 롯데케미칼	08
정보마당 롯데중앙연구소 대체육 연구	12
현장 스케치 롯데월드타워 · 물「써머레스트(SUMMEREST) 2020」	14
꼭 가보세요 롯데월드 어드벤처 「MAGIC CASTLE Lights up」	16
롯데 VS 롯데 첨단 DT 기술	18
매너 좋은 롯데인 ⑤ 화법 및 전화예절	20
사보 이벤트 사우 「여름 나기」 사진 공모	24
롯데 광고 이야기 롯데렌탈 「롯데렌터카」	28
롯데 건강 이야기 ⑩ 자궁경부암 선별조사	30
롯데 감성 여행 「고성」	32
시네마 프리뷰 롯데컬처웍스 추천 가을 대표 영화	34

뉴스 업데이트	36
나눔 경영 뉴스 + 동반 성장 뉴스	44
서대리의 유기능 카툰	46
퀴즈 팡팡! 경품 팡팡!	47
편집후기 및 주재기자	48

社報 「롯데」 月刊 533호(사내보)
2020년 9월호
제51권 9호
2020년 9월 7일 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)

신격호 명예회장 어록



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.

자신의 눈과 발로 현장을 확인하라

『거기 가봤나?』 신격호 명예회장이 현업에 있을 때 가장 많이 했던 말이자, 현장의 중요성과 부지런함을 강조했던 이 말은 그의 묘에도 새겨져 있다. 신격호 명예회장은 대부분 본인이 직접 현장에 들러 현황을 확인한 후 직원들에게 이 질문을 던졌다. 실제 한국과 일본을 오가는 바쁜 일정 속에서도 그는 롯데백화점, 롯데마트, 롯데리아, 롯데월드 등 다양한 현장을 불시에 찾아가 매대의 진열 상태, 고객의 이용 모습은 물론 잘 보지 않는 바닥의 구석구석까지 직접 살폈다. 그는 직원들에게 막상 현장에 가보면 생각했던 것과는 다른 일들이 많으니 직접 눈으로 보고 확인하는 습관을 기를 것을 강조했다.



겉으로 드러나는 화려함을 배제하고 내실을 지향하라



신격호 명예회장의 집무실에는 「거화취실(去華就實)」이라는 액자가 걸려 있었다. 화려함을 멀리하고 실속을 추구하는 그의 정신을 잘 보여주는 대목이다. 신격호 명예회장은 한국과 일본을 오갈 때도 혼자서 직접 서류가방을 들고 비행기를 탔다. 뿐만 아니라 다른 대기업 회장들과 달리 사무실이 아주 소박해서 크기나 장식이 중소기업 사장 집무실 정도였다. 대기업 회장으로서의 색다른 모습인데, 이는 워낙 화려한 것을 싫어하는 그의 스타일 때문이었다. 새로운 사업에 투자할 때는 누구보다 과감했지만, 허례허식을 경계하고 낭비가 없던 신격호 명예회장의 정신은 소박한 그의 묘소에도 잘 드러난다.

명확한 목표를 설정하고 도전하라

『지금 주어진 업무에 열심히 임하고 있나?』 신격호 명예회장은 종종 같이 일하는 직원들에게 이와 같은 질문을 던졌다. 이 질문을 받았을 때 대부분의 직원들은 열심히 하고 있다고 답변했을 것이다. 물론 열정을 가지고 열심히 일하는 것은 중요하며 기본 중의 기본이다. 하지만 신격호 명예회장은 직원들에게 열심히 일만 할 것이 아니라 이를 넘어서 구체적인 목표를 설정하고 일하기를 바라는 마음에서 이 같은 질문을 던졌다. 신격호 명예회장은 다양한 사업을 펼쳐나가는 과정에서 구체적인 목표를 설정하고 끊임없이 도전했다. 목표가 명확해야 매너리즘과 무기력증에서 벗어날 수 있고, 이것이야말로 도전하는 힘의 원천이기 때문이다.



브랜드의 세계화에 관심을 가져라



롯데는 글로벌 기업으로 도약하기 위해 미국, 베트남, 인도네시아, 러시아, 인도 등 글로벌 사업 영역을 꾸준히 확대해 나가고 있다. 신격호 명예회장은 롯데의 글로벌 사업이 제대로 자리 잡기 위해서는 무엇보다 롯데라는 브랜드를 널리 알려야 한다고 강조했다. 롯데가 진출한 어느 국가, 어느 도시에서도 참신하다는 이미지로 각인되어야 하므로, 이를 위해 롯데 브랜드가 믿음을 주는 동시에 창조적이고 즐거움을 주는 이미지를 구축해 나갈 수 있도록 브랜드 경영에 힘써 달라고 늘 당부했다. 이와 함께 내수에서만 통하는 제품이 아니라 전 세계에 통할 수 있는 제품을 추구하고 개발해야 한다고 강조했다. ①

편집실



롯데, 미래 대비 위한 임원인사 단행

롯데는 8월 13일 롯데지주를 포함한 일부 계열사의 임원인사를 단행했다. 이번 임원인사는 코로나 팬데믹이 장기화 조짐을 보이는 등 어려운 경영환경이 지속될 것으로 전망됨에 따라, 이러한 위기 상황에서 그룹의 생존과 미래성장을 모색하기 위해서는 혁신과 변화가 시급하다고 판단한 데 따른 것이다. 롯데는 매년 연말에 정기 임원인사를 단행해 왔으나, 지난달 미래 대비를 위해 새로운 인물을 발탁하고 그룹의 미래성장 동력 발굴에 집중하는 차원에서 임원인사 및 롯데지주 조직 개편을 전격 단행했다.

그간 롯데그룹의 성장을 이끌어왔던 롯데지주 대표이사 황각규 부회장은 그룹에 변화가 필요한 시점이라고 판단해 경영 일선에서 용퇴했다. 황각규 부회장은 빠르게 변화하고 있는 비즈니스 환경에 신속하게 대응하기 위해서는 젊고 새로운 리더와 함께 그룹의 총 역량을 집중해야 한다면 물러나겠다는 뜻을 밝혔다. 황각규 부회장은 이후로도 롯데지주 이사회 의장 역할은 계속 수행할 예정이다.

롯데지주 신임 대표이사는 전 롯데하이마트 대표이사 이동우 사장이 맡는다. 이동우 사장은 롯데백화점에 처음 입사해 경영지원, 영업, MD 등을 두루 거쳤으며 롯데월드 대표이사를 역임했다. 2015년부터는 롯데하이마트 대표이사를 맡아 롯데하이마트와 롯데 계열사 간 시너지 창출 및 성장을 안정적으로 이끌었다. 그간 쌓아 온 다양한 경험을 바탕으로 롯데의 혁신과 위기 극복을 이끌어 낼 것으로 기대된다. ①

대표이사 및 단위조직장 이동 · 보임

- 롯데지주 대표이사 사장 **이동우**
- 롯데렌탈 대표이사 사장 **김현수**
- 롯데인재개발원장 사장 **윤종민**
- 롯데물산 대표이사 전무 **류제돈**
- 롯데지주 경영혁신실장 전무 **이훈기**
- 롯데엑셀러레이터 대표이사 전무 **전영민**
- 롯데하이마트 대표이사 전무 **황영근**

대표이사 및 단위조직장 이동 · 보임



이동우
롯데지주
대표이사 사장



김현수
롯데렌탈
대표이사 사장



윤종민
롯데인재개발원장
사장



류제돈
롯데물산
대표이사 전무



이훈기
롯데지주
경영혁신실장 전무



전영민
롯데엑셀러레이터
대표이사 전무



황영근
롯데하이마트
대표이사 전무

글로벌 종합 화학회사로 나아가는

롯데케미칼

롯데케미칼은 국내 3대 석유화학단지인 여수, 대산, 울산지역을 비롯해 미국, 우즈베키스탄, 말레이시아, 인도네시아, 중국 등 해외 주요지역을 거점으로 생산기지를 운영하고 있다. 지속적인 공장 증설과 사업 확장을 통해 원료에서 제품에 이르는 수직계열화를 이뤘으며, 2020년 롯데첨단소재와의 통합을 거쳐 전 세계 23개 생산기지를 기반으로 120여 개국에 제품을 수출하고 있다. 롯데케미칼은 우리나라를 대표하는 화학회사를 넘어 글로벌 종합 화학회사로서 탄탄한 성장기반을 구축해 미래를 향해 나아가고 있다.



미국 롯데케미칼 USA 공장 전경

대한민국 최초로 새로운 자원 개척에 도전하다

— LOTTE Chemical USA

롯데케미칼 USA는 셰일가스에 기반한 에탄을 원료로 하는 화학공장으로, 미국 액시올(Axiall)사와 합작을 통해 미국 루이지애나주에 에탄크래커(ECC) 공장을 건설했으며, 여기에서 나오는 에틸렌을 이용한 다운스트림 사업의 일환으로 롯데케미칼 단독으로 에틸렌글리콜(EG) 공장을 완공해 운영하고 있다. 이는 우즈베키스탄 천연가스 기반 화학단지의 건설에 이어 가스원료를 기반으로 하는 프로젝트로서 한국 화학회사 중 최초로 미국에 진출한 사례다. 롯데케미칼은 미국 셰일가스의 부상에 따라 이번 사업을 그룹의 신성장동력으로 결정하고 선제적으로 투자를 추진했다. 그 결과 미국공장의 준공을 통해 저가의 가스원료 사용 비용을 높이고 납사(Naphtha)에 대한 의존도를 줄이는 한편, 원료/생산기지/판매처의 다변화를 통한 글로벌 경쟁력 강화에 한걸음 더 다가가고 있다.

동남아시아 진출의 교두보를 마련하다

— LOTTE Chemical Titan

롯데케미칼 타이탄은 동남아시아 최대의 석유화학기업 중 하나로 말레이시아와 인도네시아에 주요 생산기지를 보유하고 있다. 롯데케미칼은 높은 잠재력을 보유한 동남아시아 진출의 교두보를 선제적으로 확보하고 중국시장의 성장 둔화에 대비하기 위해 2010년 말레이시아의 타이탄케미칼(Titan Chemical Corp.)로부터 지분 100%를 1.5조 원에 인수했다. 이후 선진 경영관리 시스템 구축과 혁신을 통해 공장 운영을 안정화했으며, 2017년에는 말레이시아 증권거래소에 성공적으로 상장해 기업 가치를 2.5배 이상 높이는 성과를 거두었다. 말레이시아에서 거둔 성공에 힘입어 롯데케미칼은 인도네시아 반텐주에 대규모 석유화학단지를 건설하는 프로젝트를 추진 중으로, 상업 생산이 이뤄질 경우 연간 100만 톤의 에틸렌을 생산할 예정이다. 이를 위해 지난 2018년 12월 기공식 개최 후 현재 부지조성 공사를 진행 중이며, 2023년에 기계적으로 완공할 예정이다.

말레이시아 롯데케미칼 타이탄 전경





우즈베키스탄 롯데케미칼 수르길 프로젝트

국내 화학기술 최초로 해외 수출 성과를 이뤄내다

– UZ-KOR(Uz-Kor Gas Chemical LLC)

롯데케미칼은 2012년 한국가스공사, GS E&R과 컨소시엄을 구성해 우즈베키스탄 국영 석유가스공사(Uzbekneftegaz)와 지분 50:50으로 합작투자회사(Uz-Kor Gas Chemical LLC)를 설립하고 가스전 개발과 가스 화학단지 건설을 추진했다. 순수 기술력으로 현지에 화학공장을 건설하고, 수르길(Surgil) 천연가스전에서 생산한 메탄가스와 콘덴세이트를 활용해 2016년부터 에틸렌을 비롯한 화학제품을 생산 중이다.

UZ-KOR는 석유화학 기술의 해외 수출이라는 국내 최초 성과를 이뤄 냈다. 기존의 석유화학원료인 납사에 대한 의존도를 줄이고 미국 셰일가스 기반의 에탄크래커(ECC)와 우즈베키스탄의 천연가스전 등 저가의 대체 원료를 기반으로 한 생산기지를 운영함으로써 높은 글로벌 경쟁력을 갖추게 되었다. 롯데케미칼은 본 사업을 통해 원료 다변화와 원가 경쟁력을 확보함은 물론 유럽과 중앙아시아, 러시아, 북아프리카까지 시장을 확대하는 계기를 마련했다.

롯데케미칼 해외 진출 국가 현황

구분	세부 국가	진출시기	생산제품
중국	LC 가흥 EP	2006	TPO
	LC 천진 EP	2010	PC, ABS
	LC 합비 EP	2011	TPO
	LC 동관 EP	2014	PC, ABS
	LC 심양 EP	2015	TPO
	LC 삼강	2012	EO
	LC 가흥	2012	ETA, EOA, DEIPA
아시아	LCPL 파키스탄	2009	PTA
	LC TITAN 말레이시아	2010	Ethylene, PE, PP, BD
	LC TITAN 인도네시아	2010	PE
	LUSSR 말레이시아	2015	BR
	UZ-KOR 우즈베키스탄	2016	Ethylene, PE, PP
	LCVN 베트남(호치민)	2018	PC, ABS
	Vina Polytech 베트남(하노이)	2020	PC, ABS
	LC 인도네시아	2021 예정	TPO, PC, ABS
미주	LC 인도	2021 예정	PC, ABS
	LCMX 멕시코	2007	PC, ABS
유럽	LC 엘라배마	2011	TPO, PC, ABS
	LACC, LCLA 루이지애나	2019	Ethylene, EG
유럽	LCHU 헝가리	2011	PC, ABS
	Belenco 터키	2019	Engineered Stone



베트남 컴파운딩 공장 전경



중국 동관 컴파운딩 공장 전경



멕시코 컴파운딩 공장 전경



헝가리 컴파운딩 공장 전경

첨단소재 사업의 균형 있는 Glocalization(Global + Localization)을 구축하다

글로벌 소재 시장에서 신뢰와 인정을 받고 있는 첨단소재 사업은 해외 매출 비중 약 80%로 중국(천진/동관/가흥/합비/심양), 멕시코(티후아나), 미국(앨라배마), 헝가리(타타바냐), 베트남(하노이/호치민)에 공장을 보유하는 등 10개 공장을 비롯해 15개국에 31개 생산/판매거점을 보유하고 있다.

첨단소재 사업은 해외의 다양한 분야에서 설비 투자 및 M&A를 적극적으로 추진하고, 생산능력 확대를 통해 고객에 대한 신속한 제품 공급과 유연한 대응 능력을 확보해 왔다. 최근 고성장하는 동남아 지역의 사업 확장을 위해 베트남 하노이에 생산 기지를 두고 있는 비나폴리텍 인수와 인도네시아에 자동차용 소재 관련 컴파운딩 제품 공장 운영을 위한 현지 법인을 설립했다.

기초소재 위주로 사업을 전개해 온 동남아 시장에서 첨단소재까지 사업범위를 확장함으로써 보다 유연하게 시장의 수요에 대응하고, 더불어 올 하반기에 고성장 예상 지역인 인도시장 선점 및 신규시장 진출을 목표로 인도 텔리지역 바알 산업단지 내에 PC, ABS 3개 라인, 2만 7,000톤 규모의 공장 설립을 진행 중이다.

또한, 2019년에는 터키의 엔지니어드 스톤 시장점유율 1위 업체인 벨렌코(Belenco)사를 인수해 미국 등 급성장하고 있는 선진국 고급 인테리어 소재 시장 진출의 교두보를 마련했다. 기존에 2개 라인, 23만 매 규모의 생산설비를 갖춘 벨렌코사는 올해 하반기 12만 매 규모의 1개 라인 증설 투자를 통해 35만 매까지 규모를 늘려 다양한 제품을 구비함으로써 고객 니즈에 대응한다는 방침이다. 여기에 롯데건설, 롯데호텔 등에 최고급 실내외 건축자재를 제공하는 등 계열사 간 시너지도 활발히 창출해 낼 계획이다.

글로벌 Top7 화학회사의 비전을 향해 나아가다

지속적인 글로벌 규모 확장과 탁월한 로컬 오퍼레이션으로 현재와 미래의 성장 기반을 구축한 롯데케미칼은 기초소재 사업에 대한 투자를 확대하고 경쟁력을 강화하며, 첨단소재 사업의 성장을 도모함으로써 2030년까지 매출 50조 원, 글로벌 7위 화학사로 도약한다는 목표를 세웠다. 롯데케미칼은 무역 분쟁과 환율 변동, 코로나19 등 급변하는 세계 경제 산업 환경의 각 부문에서 빠르고 효율적인 의사결정 및 투명성 강화를 통해 고객 니즈를 반영하고 시장 변화에 능동적으로 대처함으로써 글로벌 화학회사로서의 입지를 더욱 공고히 할 계획이다. ❶

정수지_롯데케미칼 커뮤니케이션팀 책임

롯데중앙연구소, 고기가 아닌 고기에 주목하다



「비거니즘(Veganism)」 트렌드가 점차 확산되고 있다. 고기나 생선을 먹지 않는 채식주의 반해 비건(Vegan)은 우유, 달걀 등 「동물성 식품을 완전히 배제한 엄격한 채식주의」를 의미한다. 2020년 한국채식연합 조사 결과에 따르면 국내 채식주의 인구는 지난해 150만 명으로 급증했고, 이 중 비건 인구는 약 50만 명이다. 윤리적, 환경적 소비문화의 확산으로 비건 식품에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, 롯데중앙연구소는 앞으로 더욱 크게 자리 잡을 대체육 시장에 주목하고 있다.

행복한 미래 먹거리의 주인공, 대체육

대체육은 진짜 고기처럼 만든 인공 고기로, 크게 동물세포를 배양해 만든 고기와 식물 성분을 사용한 고기로 나뉜다. 동물세포 배양 방식은 소나 돼지, 닭 등 동물의 근육 줄기세포를 배양해 사람이 먹을 수 있는 고기로 키운 것을 의미하며, 식물 성분 대체육은 식물성 단백질을 사용한 것으로 체내 아미노산 조성을 통한 건강 개선에 효과가 있다.

무한한 성장이 기대되는 대체육 시장

세계적으로 식물성 대체육 개발에 심혈을 기울이는 데는 여러 가지 이유가 있다. 첫째, 미래의 식량부족 문제를 대체육으로 해결할 수 있다. 2050년 육류 소비량은 현재의 두 배인 연간 5억 톤에 달할 것으로 전망된다. 지금의 비효율적인 축산업 시스템으로는 미래의 육류 소비를 감당하기 어려울 것이라는 전문가들의 분석이 지배적이다. 둘째, 대체육을 통해 성인병, 비만, 심장병 등의 질환을 예방할 수 있다. 대체육에는 식물성 단백질의 우수성으로 꼽히는 아미노산 조성 및 소화율 증대 효과 외에도 장내 미생물군 다양성 확보, 혈액 지질 수준 개선, 복부비만 감소를 통한 체중 관리, 간 지방 개선 등의 효과가 있는 것으로 알려졌다. 셋째, 지구 환경 문제를 대폭 줄일 수 있다. 대체육으로 인해 현재의 축산업이 없어진다면 물은 96%, 에너지는 55%, 온실가스는 96%, 토지는 99%까지 사용량을 절감할 수 있다.



국내 최초로 대체육 원천기술을 확보하다

롯데중앙연구소는 새로운 식품 트렌드에 선제적으로 대응하기 위해 대체육 원천 기술 개발과 상용화에 힘쓰고 있다. 고기와 같은 질감을 내기 위해 메틸셀룰로스 저온 믹싱 공법을 개발해 식물성단백의 결합력을 강화했고, 약 2년간의 연구 개발 끝에 지난해 식물성 대체육류 브랜드 「제로미트」를 선보였다. 콩 단백질 기반 돼지고기 식감의 함박스테이크 2종, 밀 단백질 기반 닭고기 식감의 너겟/까스를 각각 1종씩 출시했으며 육류와 식감이 흡사한 것이 특징이다. 롯데중앙연구소는 대체육에 대한 세계적인 관심을 식문화 트렌드의 변화로 인지하고, 최고의 맛과 영양소가 가득한 대체육 제품을 개발하기 위한 연구활동에 나날이 매진하고 있다. 

엄종수_롯데중앙연구소 육가공팀 책임





롯데월드타워 · 몰에서 즐기는 한여름 밤의 힐링 캠핑

올여름 롯데월드타워 · 몰이 코로나19와 무더위에 지친 시민들을 위해 타워 루프 비박, 차박, 공연, 영화를 한 번에 즐길 수 있는 도심 속 힐링 캠핑장으로 변신했다. 지난달 첫째 주와 둘째 주 금요일부터 일요일까지 롯데월드타워에서는 안전한 거리두기 캠핑장 콘셉트로 「써머레스트(SUMMEREST) 2020」를 개최했다.

롯데몰산은 이번 행사를 통해 오후 4시부터 10시까지 롯데월드타워 야외 최상층부와 월드파크 잔디광장에 서「루프존」, 「차박존」 두 곳의 캠핑장을 조성해 야외 쉼터를 제공하고, 공연 및 영화 상영 등을 진행했다.

국내 최고 높이에서 즐기는 특별한 비박

534m 높이에 위치한「롯데월드타워 루프존」은 지상과 평균 5도 이상 기온 차이가 있어 열대야에 지친 시민들에게 아름다운 서울 야경과 함께 시원함을 제공했다. 이번 비박 행사에서는 다용도 그물망, 캠핑 매트, 침낭만을 활용해 하늘에서 비박하는 듯한 이색 체험을 선사했다. 참가자의 모든 물품은 안전을 위해 케이블 타이와 로프로 고정됐으며, 비박 취침 시에도 등반용 벨트로 몸을 고정해 안전하게 참여할 수 있도록 만반의 준비를 갖췄다.



L O T T E W O R L D T O W E R
S u m m e r
h e a l i n g c a m p



감성 가득한 곳에서 연출하는 분위기 있는 차박

시원하고 청량한 감성 피크닉 분위기를 연출하는 월드파크 잔디광장 「월드파크 차박존」에는 최신형 BMW X시리즈 SUV 10대와 차박용 텐트가 설치됐다. 각 텐트 동에는 캠핑 탁자, 폴딩 의자, 랜턴, 알전구 등을 조성해 실제 차박 캠핑 분위기를 물씬 느낄 수 있도록 연출했다.

다양한 힐링 콘텐츠 제공

야외 잔디광장에서는 열대야를 피해 나온 시민들이 힐링 시간을 가질 수 있도록 버스킹 공연과 영화 상영회도 진행됐다. 먼저 인디밴드 공연과 캠핑 참가자 응모 사연을 소개하

는 토크쇼를 오후 7시부터 8시 30분까지 진행하고, 이후 10시까지는 야외 스크린을 통해 애니메이션 영화「레드슈즈」를 상영했다.

철저한 방역 속에 행사 진행

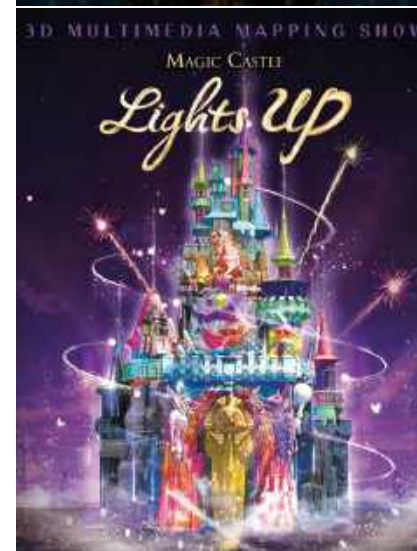
한편, 두 곳의 캠핑장에는 코로나19 생활 속 거리두기를 지키기 위해 2m 거리 안내 스티커를 바닥에 부착하고, 방역 클린 게이트를 설치해 개인별 발열 체크와 문진표 작성을 마친 뒤 입장시키는 등 안전하게 행사를 즐길 수 있도록 철저히 방역을 실시했다. 0

최경근_롯데몰산 홍보팀

롯데월드 어드벤처, 화려한 조명으로 매직캐슬을 감싸다

롯데월드 어드벤처는 지난달 1일 매직아일랜드의 상징 「매직캐슬」에 신규 3D 미디어 맵핑쇼 「MAGIC CASTLE Lights up」을 오픈했다. 이번 「MAGIC CASTLE Lights up」은 지난해 롯데월드 개원 30주년을 기념해 오픈한 국내 최대 규모의 맵핑쇼 「미라클 나이트」에 이어 롯데월드가 미디어를 활용해 선보이는 두 번째 상설 미디어 콘텐츠다.

「미라클 나이트」가 길이 약 180m, 최대 높이 18m에 달하는 국내 최대 규모의 프로젝션 맵핑쇼로 눈길을 끌었다면, 「MAGIC CASTLE Lights up」은 세계 테마파크 중 최초로 크리스티(CHRISTIE)사의 Mystique™ 기술을 적용해 4만 안시루멘(ANSI-Lumens, 밝기 단위) 밝기로 어두운 밤에도 또렷한 영상을 구현한 것이 특징이다. 또한, 색을 더욱 풍부하게 표현하는 RGB(리얼) 레이저로 야외공간에서도 더욱 입체감 있는 미디어 맵핑쇼를 선보인다. Mystique™은 외벽의 입체감 그대로 초점을 실시간으로 조정하고 정확한 3D 맵핑 기술을 지원하는 기술이다.



「MAGIC CASTLE Lights up」은 마법사 로티와 함께 롯데월드 어드벤처의 과거에서 미래로 떠나는 시간여행 콘셉트로, 시대에 따라 변하는 매직캐슬의 변화무쌍한 모습을 보여준다. 먼저 프리쇼 개념의 사전 영상 두 편으로 맵핑쇼의 기대감을 높인다. 최고 높이 41.3m의 매직캐슬에 입혀지는 3D 입체 프로젝션 영상은 실제 매직캐슬이 움직이는 것 같은 착각을 일으킨다. 여기에 오케스트라를 기반으로 대중성 있는 팝과 트렌디한 일렉트로닉 장르 등 다채로운 음악이 더해져 매직아일랜드의 밤을 낭만으로 물들인다. 본 영상 외에도 각 시즌 축제 영상을 함께 선보이며 지속적으로 고객에게 다채로운 볼거리를 제공할 계획이다.

맵핑쇼의 관람 구역은 야외 매직아일랜드 내 「메인브릿지」, 「오버브릿지 전망대」, 「오버브릿지」의 세 곳이다. 그중에서도 메인 관람 공간인 「메인브릿지」에서 관람할 것을 추천한다. 「메인브릿지」에는 웅장하고 섬세한 음향 표현이 가능한 최고급 사양 스피커 10대가 설치돼 더욱 감동적인 맵핑쇼를 만날 수 있다. 뿐만 아니라 스피커들이 「메인브릿지」에 음향을 집중시키는 입체 사운드 터널을 형성해 더욱 몰입감 있는 맵핑쇼 관람이 가능하다.

한편, 롯데월드 어드벤처는 코로나19 상황 속에서도 고객이 안심하고 시설을 이용할 수 있도록 방역, 소독활동에 만전을 기하고 있다. ①

박지웅_롯데월드 커뮤니케이션팀 대리

연택트를 가능하게 하는 첨단 DT 기술



AI 기반 STT(Speech to Text)/ TA(Text Analysis) 기술



「STT(음성인식)/TA(텍스트 분석)」기술은 AI를 기반으로 음성을 인식해 텍스트로 변환하고, 그 텍스트 데이터에서 의미를 추출해 분석한다. 이는 향후 AI, IoT(사물인터넷), 클라우드 등 첨단 기술이 결합된 미래형 고객센터인 「AI 컨택센터」를 구축하는 바탕이 된다.

STT/TA를 적용한 콜센터에서는 국가 공인 콜센터 품질지수인 KS-CQI에 따라 언어 표현이 적절했는지, 상황에 맞춘 필수 멘트를 전달했는지 등 모든 상담 건을 분석하고 피드백할 수 있다. 따라서 품질 관리 측면에서 편의성이 크게 향상된다.

또한, 전체 콜에 대한 세부 분석 기능을 제공해 연령대별, 성별, 일자별로 고객 성향 및 트렌드를 파악하는 것도 가능하다. 따라서 고객사에게 신규 비즈니스

기회를 창출할 수 있는 인사이트를 제공할 수 있다. 고객의 구매 이력, 시간대 등 쌓인 빅데이터를 분석해 고객 경험 관리가 가능해지기 때문이다.

리스크 관리도 가능하다. 언어폭력, 성희롱 등 단어가 탐지되면 실시간으로 체크해 대시보드로 관리자에게 즉시 알람이 가도록 했으며, 전화 자동 단선 등 다양한 대응 프로세스를 구축할 계획이다. 이를 바탕으로 상담원들은 감정 노동의 고충을 한층 덜 수 있을 전망이다.

롯데정보통신은 축적된 데이터를 기반으로 향후 AI 자동 응대, 챗봇 등 미래형 고객센터를 구현해 고객들의 불편사항을 24시간 365일 신속히 해결하고, 상담사들의 고충을 더욱 획기적으로 개선해 나갈 계획이다.

V

S



블록체인을 활용한 DID(Decentralized ID) 신원 인증 서비스

DID란 탈중앙화된(분산) 신원 식별로서, 중앙기관 없이 자신의 신원을 증명하는 것이다. 최초 등록기관을 통해 신원 정보를 스마트폰에 저장하면, 그에 대한 확인 정보가 다수 기관에 분산된 형태로 저장되고 인증 시 보유한 확인 정보를 각각의 기관이 이용할 수 있다.

블록체인 DID 기술을 활용하면 정보를 훨씬 안전하게 관리할 수 있다. 개인 정보를 개개인이 보관하고, 확인 정보도 중앙 서버가 아닌 각각의 블록에 보관되어 위/변조가 불가능하기 때문이다. 또한, 기존에 소수 서비스 제공자가 운영하는 중앙 시스템에 방대한 양의 정보가 몰렸다면, DID에서는 필요한 데이터만 개인이 직접 제시하기 때문에 개인정보 노출에 대한 우려가 적다.

예를 들어, 마트나 편의점에서 주류를 구매할 때 직원에게 보여주는 신분증에는 나이뿐만 아니라 주소, 이름, 주민번호 등 모든 개인 정보가 노출된다. 하지만 DID를 사용하면 「20세 이상 성인 여부」처럼 필요한 사실만 확인함으로써 개인정보를 보호할 수 있다.

신분증명도 편리해진다. 공인인증서처럼 별도로 등록하는 번거로움도 없다. 자신을 인증할 정보는 오직 본인 기기에만 저장되며, 정보의 사용권 또한 자신에게만 있기 때문이다.

모바일 신분증은 물론 회원권 등 DID 기술의 활용 범위는 무궁무진하다. 롯데정보통신에서는 DID 기술을 기반으로 신원 인증 솔루션을 개발했으며, 내년 초 모바일 사원증을 도입하는 것이 목표로 하고 있다. 나아가 그룹사에도 모바일 사원증 발급과 방문자 신원 관리 서비스를 확대 적용해 나감과 동시에, 이를 출입보안, 문서 전자화, 전자서약 등에도 활용할 계획이다. ①

이채원_롯데정보통신 홍보팀 대리



말 한마디가 가진 힘과 영향력



상대방에게 좋은 인상을 주는 방법에는 여러 가지가 있지만, 그중에서도 매너는 직장인에게 가장 기본이라고 할 수 있다. 이에 사보 「롯데」에서는 롯데호텔 서비스아카데미와 함께 사우들을 위한 맞춤형 비즈니스 매너 꿀팁들을 소개한다. 이번 달은 화법 및 전화예절에 대해 알아보자.

「오프라 윈프리」나 「버락 오바마」 같은 이들은 과연 어떤 능력을 가졌기에 수많은 사람들에게 사랑 받을까? 그 능력은 높은 학력과 멋진 외모에서 나오는 것이 아니다. 이들은 소통과 공감 을 통해 사람들에게 일체감과 동질감을 느끼게 했다는 공통점을 지녔다. 이들은 본인의 잘난 점을 강조하는 것이 아니라, 본인도 평범한 사람들과 다를 것 없이 노력한다는 것을 강조하며 많은 사람들의 마음을 헤아리고 공감해 주었다.

요즘 자주 언급되는 단어 중 하나가 바로 「소통」이다. 그중에서도 어찌면 우리 시대를 대변하 는 키워드 중 하나가 바로 「진정한 소통」이라고 해도 과언이 아닐것 이다. 진정한 소통은 누군 가의 마음을 위로하고, 따뜻하게 해 주며, 때로는 기쁨을 주기도 한다.



말에도 공부가 필요하다

「소통」을 위한 대화의 첫걸음은 편견을 버리는 것에서부터 시작된다. 우리는 생활하면서 편견을 가지고 상대방을 대하는 경우가 상당히 많은데 상대방에게서 겉으로 보이는 부분, 즉 행색이나 생김새를 보고 사람을 판단하는 경우가 흔하다. 편견은 타인의 단점을 확대해서 보는 가장 큰 원인이며, 편견을 버리면 상대의 장점을 찾아낼 수 있다. 자신 이 먼저 편견과 선입견을 버리고 상대방에 다가가간다면 대화를 기분 좋게 이끌어 갈 수 있다. 편견을 버리기 위해서 는 올바른 대화방법을 통해 자신의 생각을 타인과 공유하고, 상대방의 입장에서 생각하려고 노력해야 한다.

화법은 나를 나타낸다

화법이란 말하기에 쓰이는 일반적이고 특수한 모든 방법을 칭하는 단 어로 사람과 사람 사이의 대화라고 할 수 있다. 사람의 인상은 대화를 함 으으로써 상대방에게 각인되는데, 음성과 어투에 따라 상대의 기분이나 감 정 등이 인지되고 이러한 인상이 각인되면 상대에 대한 평가로 이어진다. 말이라는 것은 그 사람 자체를 나타내는 아주 중요한 요소다. 우리는 대 화로써 관계를 형성하고 상대의 취향, 기질, 성격, 성향, 인성 등을 유추 할 수 있다. 대화를 통해 유대감을 형성할 수 있으며 이는 사회결속으로 도 이어진다. 우리는 화법의 기본 기술을 익혀 상대가 나에게 말하고 싶 어지도록 하는 태도를 바탕으로 서로 기분 좋게 대화할 수 있어야 한다.





말하고 싶게 만드는 마술, 감성화법

상대방과 소통할 때 가장 중요한 요소는 무엇일까? 「어떤」 내용을 말하느냐보다 「어떻게」 말하는가가 대화에서 훨씬 더 중요한 역할을 한다. 「아」 다르고 「어」 다르다는 말이 있듯이, 일상생활에서 무심코 던지는 말이 미묘한 차이로 감정이 상하게도 하고 마음이 편해지게도 한다. 말이 가지고 있는 힘은 대화의 주체가 되는 사람이나 상황에 대한 인상을 결정 짓는 아주 핵심적인 역할을 하기 때문에 말하는 방식은 매우 중요하다고 볼 수 있다.



말의 주어는 「너」가 아닌 「나」

수평적인, 인격적으로 동등한 관계에서 「너」를 탓하지 않고 「나」에게 문제가 생겼음을 알리고 호소하는 방법으로써 나의 감정과 나에게 생긴 어려움을 말하는 화법이다. 우리는 직장생활에서 동료들과 크고 작은 마찰을 겪게 되는데 보통은 상대방을 주어로 사용해 말하게 된다. 하지만 이 경우 상대방의 기분을 상하게 할 때가 많다. 가령 직장 동료에게 「야, 너는 일을 그 모양으로 처리하냐?」라고 말할 경우 긍정적인 답변이 돌아오기는 어려울 것이다. 이때 「나」를 주어로 「저번에 네가 일을 그렇게 처리하니까, 내가 그 뒤에 이어서 하기 어렵더라.」라고 부드럽게 말한다면, 같이 화를 내기보다는 본인의 잘못을 다시 한번 생각해 보는 분위기가 만들어질 수 있다.



「Yes, but」 화법

상대방과 의견이 달라도 직선적으로 막아서지 않고, 우선 상대의 의견을 존중하고 그다음에 자신의 의견을 말하는 화법이다. 상대방의 의견이 맞지 않는 경우라도 「그건 내가 잘못 생각한 것 같아..」가 아닌 「아, 그렇게 생각할 수도 있겠다. 하지만 그 내용은 이런 방향으로 진행되고 있어..」라고 상대방의 의견에 공감한 후에 자신의 의견을 설명한다면, 상대방은 본인의 의견을 존중해 준다는 느낌을 받을 것이다. 그러므로 더 쉽고 부드럽게 서로 합의점을 도출할 수 있을 것이다.

말이 가진 힘은 형언할 수 없을 정도로 깊고도 넓다. 때때로 말은 나를 바꾸는 힘이 되기도 하고, 나를 위로하는 안식처가 돼주기도 한다. 「말 한마디로 천냥 빚을 갚는다」라는 말도 있듯이, 말이 가진 영향력을 마음에 새기고 소통하는 품격 있는 롯데인이 돼보자. ❶

장여은_롯데호텔 서비스아카데미

C h e c k P o i n t

비즈니스의 시작, 전화응대



전화응대는 직장생활의 첫걸음이라고 할 수 있다. 특히, 외부에서 걸려오는 전화의 경우 자신이 소속 기업과 상대방의 제 1접점이 되기 때문에 음성으로 모든 것을 전달하기 위해선 목소리에 진심을 담아 정중함을 표현해야 한다. 전화응대는 우리가 직접 상대방을 대면하지 않기 때문에 단어 하나, 음성/어조 하나에도 주의를 기울여야 한다. 실제로 전화통화 시 상대는 내용을 기억하기보다 목소리, 말투, 억양 등으로 상대방에 대한 느낌을 갖게 된다. 이 말은 곧 우리가 기업의 첫인상과 이미지를 결정하는 중요한 요인이 될 수 있다는 것을 의미한다.

수화기를 통해 엿보이는 나의 모습



우리는 직접 대면하지 않아도 수화기를 통해 상대방의 상황이나 태도를 어느 정도 유추할 수 있다. 전화응대에서 가장 필요한 자세는 상대의 말을 경청하는 자세다. 상대의 말을 끝까지 들은 후 중요사항은 한 번 더 되물어보며 확인하고, 적절한 추임새를 통해 잘 듣고 있다는 표시를 해야 한다. 상대의 말을 중간에 끊고 본인의 말을 하는 경우 상대방은 자신의 말에 집중하고 있지 않다는 느낌을 받는다. 또한, 정확한 정보전달을 위해서는 적절한 목소리 톤으로 응대하고, 정확한 발음과 친절한 화법을 사용해 상대의 이해를 도우며 오해를 방지해야 한다.

롯데 사우 2020 여름 나기 사진 공모전

한 해 동안 손꼽아 기다렸던 여름휴가 시즌이 돌아왔음에도 여전히 코로나19의 위협과 길어진 장마에 롯데 사우들의 올해 여름은 유독 힘들었을 듯하다. 이에 사보 「롯데」에서는 사우들의 「여름 나기」 사진 공모를 통해 사우들의 여름을 공유하고 위로와 위안을 건네고자 한다. ①



여름 음식 편

에어컨 밑에서 영화 보며 즐기는 홈강스가 단연 최고 아니겠습니까? 시원한 맥주에 직접 만든 안주와 함께라면 더 바랄 게 없답니다!
박민현_롯데정보통신 클라우드운영팀



와인 통삼겹구이와 함께하는 홈강스



신혼 세대의 보물국수~

코로나19로 집밥 만들기 취미가 생겼어요. 여름 음식인 메밀국수를 예쁜 그릇에 플레이팅하면 입도 눈도 즐거워 일석이조예요. 맛있는 음식으로 스트레스와 더위 타파하세요!
정다희_롯데정보통신 DT컨설팅팀 대리



넷가에서 먹는 통물수수 맛있

지난달 가족들과 함께 귀농하신 부모님댁 바로 앞 넷가 주변 잡초들을 정리했습니다. 일을 마친 후 조카들이 넷가에 들어가 옥수수를 먹는 모습, 어때요. 맛있어 보이죠?
유선영_롯데백화점 재무2팀 책임



이 여름 카누와 함께라면~

코로나19와 끈끈한 날씨로 유난히 힘든 올해지만 여름휴가를 최대한 즐기 위해 캠핑을 다녀왔습니다. 캠핑 덕분에 소소하지만 확실하게 행복해졌습니다.
유 경_롯데정보통신 보안정책팀 책임



캠핑으로 소확행!

여름 나기엔 울타임 베스트, 바다가 빠질 수 없죠! 코로나 19때문에 사람 없는 곳을 골라 방문했는데 사우 여러분도 함께 보시고 힐링하세요~
최유현_롯데케미칼 우즈베크영업팀



제주 바다에서 스노쿨링을~



강릉 하평해변에서 힐링~

코로나19로 해외 여행을 못 가서 서운하시다고요? 대한민국에도 이렇게나 아름다운 바다가 있습니다. 푸른빛 제주 김녕해수욕장의 투명한 바닷속 어떤가요?
하미봉_롯데케미칼 신규사업2팀 책임

가족은 나의 힘! 편



롯데시네마 영화관람권
욕조보다 큰 세상을 선물해 줄게!

올해 3월에 태어난 아들에게 욕조 수영을 시켜줬습니다.
욕조보다 큰 세상을 보여주고 싶지만,
아직은 작은 욕조 속 수영밖에 못 시켜줬네요!
아들아, 아빠만 믿어! 더 크고 많은 세상을 보여줄게!
박상혁_롯데알미늄 기기개발팀 대리



한국후지필름 인스타그램 미니
이가 없음 잇몸으로 놀아보자~

코로나19로 인해 밖에 나갈 수 없어
아이들과 집에서 거실 바닥매트로 텐트를 치고,
베개를 불판 삼아 고기를 지글지글 구워 먹습니다
어서 빨리 밖에서 시원한 캠핑이 하고 싶네요.
조정훈_롯데몰산 자산운용팀 책임



롯데시네마 영화관람권
옥상 워터파크 개장!

에너지 넘치는 아들 쌍둥이의 여름 나기를 위해
옥상에 워터파크를 개장했습니다.
작지만 수영장에서 수영도 하고, 물총놀이도 하고,
내년엔 코로나19 걱정 없이 안전한 곳에서 마음껏
뛰어놀 수 있는 여름이 됐으면 좋겠네요.
백경록_롯데GRS 햄버거사업팀 부산지점 대리



한국후지필름 인스타그램 미니
온 가족과 함께 이겨내자!

가족끼리 조용한 거제도 바닷가에 다녀왔습니다.
물놀이, 바비큐파티와 함께 한 결의대회,
코로나야! 물러가라!
김태희_롯데건설 부암동APT 관리팀

롯데 사랑 편

거제도 바람의 언덕 정상에서 더위를 식히는 비법을 소개합니다.
롯데칠성음료 콘트라베이스를 땅땅 얼려서 얼굴에 대면~
온몸을 감도는 짜릿한 시원함, 얼려 먹어도 맛있더라고요!
홍미애_롯데알미늄 안산2공장 판지지원담당 대리



롯데시네마 영화관람권
땅땅 얼린 콘트라베이스!



한국후지필름 인스타그램 미니
베란다에서 홈픽~

롯데리아 인기 메뉴인 「인 혼닭」과
롯데주류 신상 맥주 「클라우드 생 드래프트」와 함께하는 홈픽!
모두 다 어려운 요즘, 롯데 사우 여러분 함께 힘내세요!
윤소연_롯데건설 홍보팀

와이프와 10개월 된 딸과 함께
제주 롯데아트빌라스를 다녀왔습니다.
하니문 여행을 생각나게 하는 넓은 개인 수영장과
깨끗한 숙소가 정말 좋더라고요~
어려울 때일수록 임직원 여러분 힘내세요!
정상훈_롯데알미늄 구매팀 대리



롯데시네마 영화관람권
하니문 부럽지 않은 롯데아트빌라스

롯데렌터카, 「쉽고 빠른 카라이프」 캠페인

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 롯데렌탈 「롯데렌터카」 편을 소개한다.

1. 아저씨_사고 접수권



요즘 내 차를 타는 방법

요즘 도로 위 차량들의 번호판을 살펴보면 하, 허, 호 번호판이 많아진 걸 느낀다. 과거 법인 차량들의 전유물로만 여겼던 장기렌터카에 이제는 개개인 누구나 차량이 필요할 때 쉽게 접근할 수 있는 세상이 됐다. 실제 장기렌터카 이용고객은 꾸준히 증가하고 있으며, 롯데렌터카의 신차장기렌터카 개인 계약 고객비율만 해도 2014년도엔 21%대에 불과했지만, 2020년도엔 47%로 증가할 만큼 신차장기렌터카는 이제 내 차를 타는 또 다른 방법으로 자리매김했다.

특히, 롯데렌터카「신차장」은 카테고리 리더로서 혁신적인 서비스를 제공하며 다양한 변화와 성장을 선도해 왔다. 국내 최초 비대면 온라인 차량 계약 서비스「신차장 다이렉트」, 신개념 차량 관리 서비스「신차장 IoT」까지 소비자가 원하는 서비스를 통해 지속적으로 시장 내 리더십을 구축해 왔다. 롯데렌터카는 이를 바탕으로 높아지는 소비자들의 소비 기준과 편의성 중심의「편리미엄」트렌드에 맞춰「쉽고 빠른 카라이프」캠페인을 준비하게 됐다.

2. 아저씨_방문정비권



광고를 보지 않으려고 돈을 지불하는 시대

유튜브 프리미엄, 넷플릭스, 게임 내 광고 제거 상품 등 광고를 보지 않기 위해 돈을 지불할 만큼 소비자의 광고 회피 성향은 점차 강해지고 있다. 이에 더불어 스킵 버튼으로 먼저 손이 향하는 대중을 상대로, 어떻게 하면 사람들이 광고를 피하지 않고 몰입할 수 있게 할지에 대한 롯데렌터카의 고민도 커져갔다. 타깃들이 주로 접촉하는 디지털 환경에 최적화된 크리에이티브와 콘텐츠처럼 광고에도 즐길 수 있는 무언가가 필요한 시점이었다.

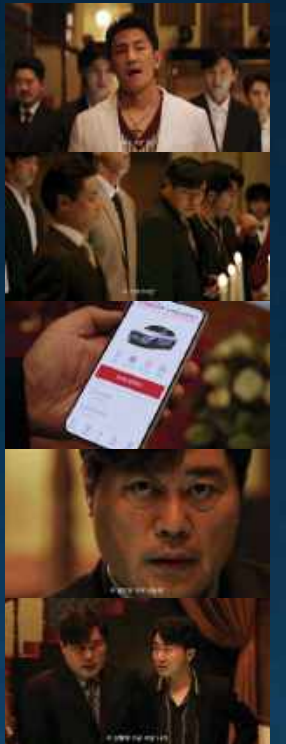
영화는 수십여 년 동안 꾸준히 사랑 받고 있는 콘텐츠다. 특히, 온라인에선 영화의 명장면을 재가공한 것이 새로운 콘텐츠가 되기도 하고, 당시엔 주목 받지 못했던 장면과 신스틸러들이 재조명 받기도 한다. 여기에 착안해 롯데렌터카 신차장기렌터카 이용자라면 누구나 누릴 수 있는 케어 서비스를 영화「아저씨」,「해바라기」를 패러디해 자연스럽게 표현한 쉽고 빠른 카라이프 캠페인「관심 받지 못한 영화 속 조연들, 신스틸러들도 케어해 주는 신차장」이 탄생했다.

디지털에 집중, 결과는 대성공

기존의 전통적인 TV 매체를 넘어 디지털에 집중하는 것, 잘 정돈된 15초 또는 30초의 광고물을 넘어 다소 정제되지 않아 보일 수 있는 1분 이상의 장초수 소재를 광고로 보여주는 것은 긴장의 연속이었다. 하지만 광고 캠페인을 노출하고 난 뒤 이 걱정은 기우에 불과했다. 광고에 출연한 모델들의 훌륭한 연기력과 호흡은 온라인상에서 순식간에 입소문을 타고 퍼져나갔다. 참신한 스토리 덕분에 광고를 억지로 시청하는 것이 아니라 스스로 광고를 찾아서 보는 영상이 탄생한 것이다.

아직 이 광고를 보지 못한 분이 있다면? 지금 당장 유튜브에서 검색해 보길 바란다. 

3. 해바라기_다이렉트권



자궁경부암, 조기 진단 통해 발병률을 낮출 수 있다

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 건강증진센터 산부인과 전의원 전문의가 자궁경부암 선별조사에 관해 전한다.

근래 우리는 방송이나 인터넷상에서 건강지식과 정보를 쉽게 접할 수 있고, 수명 연장과 함께 건강한 노후를 영위하고자 적극적으로 대비한다. 하지만 이에 반해 꽤 많은 여성들이 자궁경부암 선별검사의 방법, 목적, 필요성 등에 관해 정확히 알지 못한다. 2017년 국가 암등록 통계에 따르면 자궁경부암은 국내 여성 암 발병 순위 7위에 달하는 만큼 조기진단이 중요하다. 자궁경부암은 대부분 수년에 걸쳐 서서히 진행되기 때문에 정기검사를 통한 조기 진단이 이루어진다면 선제적 치료가 충분히 가능하다. 이번 달은 자궁경부암 선별검사에 관해 알아보자.

자궁경부암 선별검사의 종류

자궁암에는 자궁경부암(자궁 하부 1/3)과 자궁체부암(자궁 상부 2/3)이 있고, 자궁암의 90% 이상은 자궁경부암이 차지한다. 흔히 산부인과 또는 검진센터에서 자궁암 검사라고 칭하는 검사는 자궁경부암에 대한 선별검사라고 보면 된다. 일반적으로 가장 많이 행하는 검사법은 자궁경부 세포진 검사(Pap Smear test)다. 진단율을 높이기 위해 최근에는 인유두종 바이러스(HPV DNA) 검사를 병행하기도 한다.

자궁경부 세포진 검사는 질 내에 질경이라는 기구를 삽입해 자궁경부를 노출시킨 후, 자궁경부 및 질 내 세포를 채취용 브러시로 간단하게 채취해 병리검사하는 방법이다. 인유두종 바이러스 검사도 자궁경부 세포진 검사와 같은 방법으로 채취해 진행한다. 질의 구조나 긴장도, 연령에 따라 다소 통증을 유발하는 경우도 있으나 대부분은 짧은 시간 내에 무리 없이 진행할 수 있다.

자궁경부암 검사의 필요성

현재 우리나라 국가 암 검진에서는 20세 이상 여성의 경우 자궁경부암 검사를 의무화하고 있다. 그러나 개인의 상황에 따라 검사를 진행할 수 없는 경우도 있으니 검사 전 반드시 문진을 실시해야 한다.

여성들에게 자궁경부암 검사가 꼭 필요한 이유는 자궁경부의 전암 단계인 자궁경부 상피세포 이형성증과 상피내암 단계에서 조기 발견이 가능하기 때문이다. 이 경우에는 레이저치료나 원추절제술 등의 간단한 방법으로도 치료가 가능하기 때문에 자궁암의 발병률을 낮출 수 있다.

자궁경부암 검사 전 주의할 점

자궁경부암 검사는 본인의 월경주기에 따른 정상적인 월경 기간 내에는 시행하지 않는 것이 원칙이다. 월경 마지막 날 기준으로 5~7일 이후에, 시작한 날 기준으로는 10~20일 사이에 하는 것이 바람직하다. 더불어 검사 전 48~72시간 동안에는 성관계, 탐폰, 질 내 약물 삽입, 질세척 등을 금지해야 한다.

자궁경부암 검사를 받아야 하는 경우

자궁경부암 검사 진행 전 문진 시에 가장 많이 받는 첫 번째 질문은 「자궁적출술을 받았는데 꼭 검사를 해야 하느냐」다. 자궁경부암 검사는 자궁경부뿐만 아니라 질 내 자궁적출술을 받은 여성의 경우에도 3년에 한 번씩은 받는 것이 좋다고 보며, 특히 자궁경부암이나 전암병변으로 수술받은 경우에는 반드시 주기적으로 검사 받기를 권고한다.

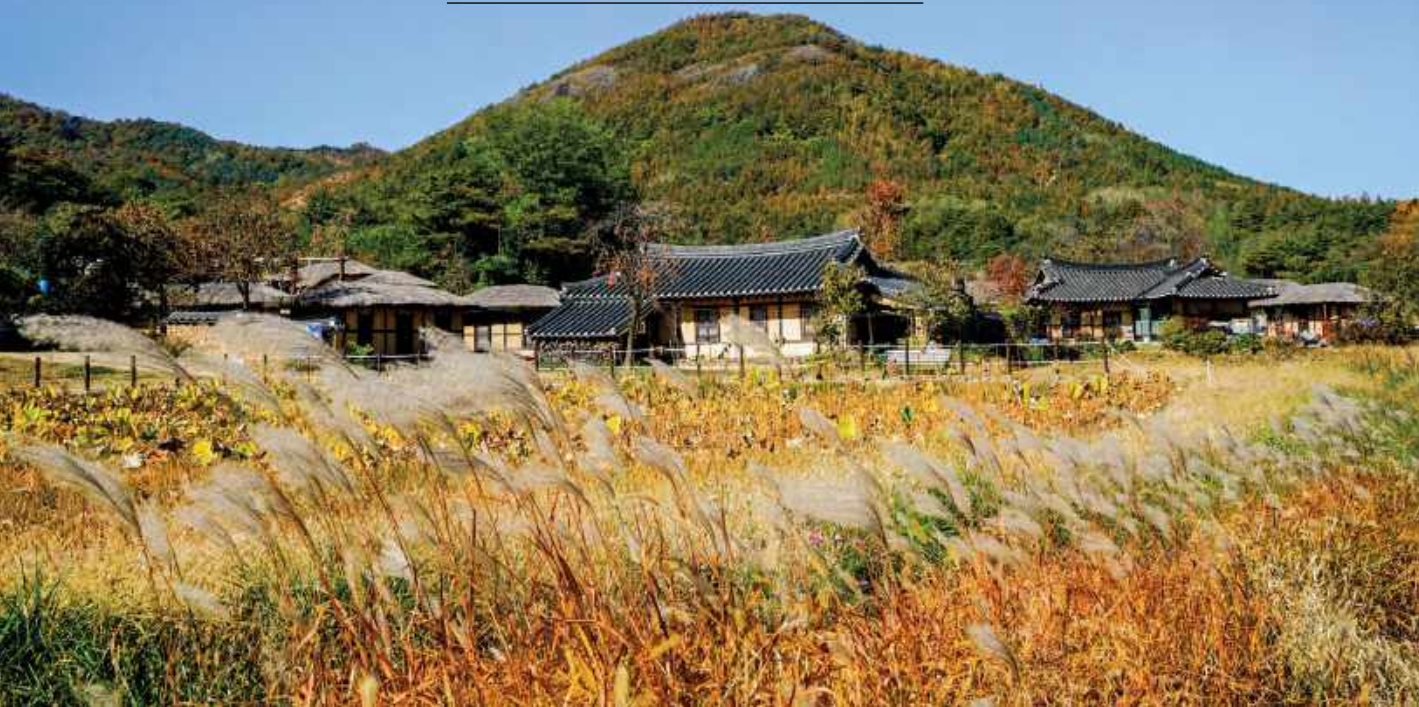
두 번째로 많은 질문은 「자궁경부암 예방 백신(가다실 또는 서바릭스) 접종을 완료했는데도 검사해야 하느냐」다. 자궁경부암 예방 백신은 자궁경부암 원인의 90% 이상을 차지하는 인유두종 바이러스에 대한 백신이다. 연령과 백신 종류에 따라 6개월간 3회 또는 2회 접종을 완료해야 하며, 전체 자궁경부암의 70%에 대한 방어 효과가 있다. 대부분의 질병 예방 백신이 그러하듯이 자궁경부암 예방 백신 또한 100% 예방 효과가 있는 것은 아니므로, 접종 완료 후에도 주기적인 검사가 필요하다.

세 번째 질문은 「아랫배가 아픈데 자궁경부암 검사로 알 수 있느냐」 또는 「예전에 자궁에 혹이 있다고 들었는데 검사로 알 수 있느냐」 등이다. 자궁경부암 검사는 앞서 설명한 것과 같이 자궁 하부 1/3인 자궁경부 세포 변화에 대한 검사이므로, 자궁체부 또는 난소 병변에 대해서는 알 수 없다. 하복부 통증이나 이유 없는 출혈 등의 특이 증상이 있는 경우, 과거 자궁 또는 난소에 병변이 있어 변화 관찰을 요하는 경우에는 전문의와 상담 및 진찰 후 부인과 초음파 등의 검사를 받아야 한다.

위에서 설명한 자궁경부암뿐만 아니라 다른 질환들에 대해서도 조기진단이 가능할 수 있게끔 적절한 시기를 놓치지 않고 정기검진을 잘 받아야 한다. 또한, 건강한 삶을 영위하기 위해 무엇보다 중요한 균형 잡힌 식습관과 규칙적인 운동 습관을 유지하고, 신체적·정신적인 스트레스를 피하며 해소할 수 있는 나만의 방법들을 찾아보기 바란다. ①

전의원_보바스기념병원 건강증진센터 산부인과 전문의

희망을 이루는 평화중심지 강원도 고성



이 땅에 살면서 당연한 사실이지만 자주 망각하는 것 중 하나는 대한민국이 휴전 상태의 분단국가라는 사실이다. 하지만 가끔씩 흘러 나오는 북한 뉴스를 제외하면 딱히 그런 분위기를 느끼기는 쉽지 않다. 고성은 도시의 일부가 북한 지역에 포함돼 있다 보니, 다른 지역과는 약간 색다른 느낌을 준다. 이번 달에는 우리나라가 분단 국가라는 사실을 새삼스럽게 상기시키는 고성을 소개한다.

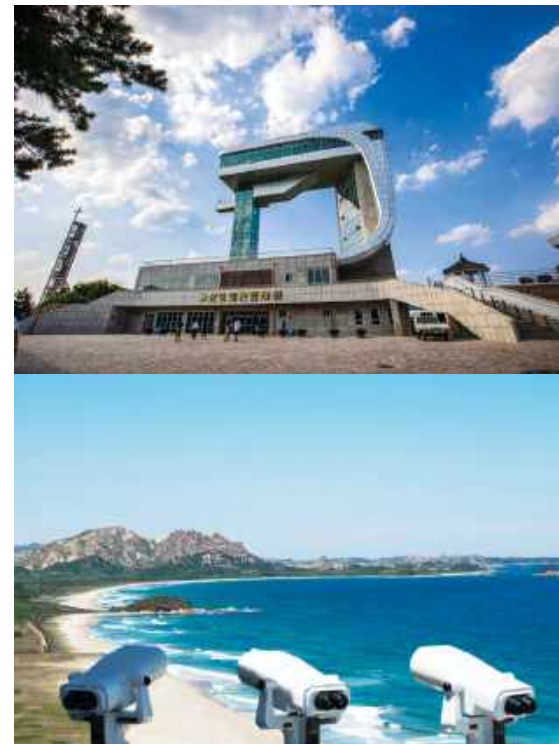


왕곡마을

• 문의: 1577-6511

왕곡마을

고려시대부터 형성된 것으로 알려진 왕곡마을은 국가민속문화재 제235호로 지정된 곳으로, 우리나라에서 흔히 찾아보기 힘든 북방식 전통한옥과 초가집이 잘 보존돼 있다. 북방식 전통한옥은 관북지방에서 흔히 볼 수 있는 구조로 「ㄱ」자 모양을 하고 있다. 안방, 사랑방, 부엌이 한 건물 안에 있고 부엌과 마구간이 연결된 구조다. 사랑방 쪽에 난방을 위해 별도로 아궁이가 하나 더 있는 것이 특징이다. 특히 하계도 대부분 대문이 없으며, 그에 따라 담장도 거의 찾아보기 힘들다. 왕곡마을은 외곽이 다섯 개의 산봉우리와 송지호로 둘러싸여 외부와 차단된 분지 형태를 이룬다. 풍수지리적으로도 명당으로 불리며, 그 덕분인지 한국전쟁 당시에도 인근 지역에서 전투가 벌어졌으나 폭격을 대부분 피할 수 있었고, 결과적으로 전통 가옥들을 많이 보존할 수 있었다.



통일전망대

통일전망대

고성은 군사분계선이 존재해 분단으로 인한 긴장감이 상시 느껴지는 지역이며, 그중에서도 통일전망대는 그러한 기분을 더 강하게 느낄 수 있는 장소다. 연간 약 100만 명 이상이 찾는 명소로서, 통일전망대를 이용하려면 신고서를 작성하고 통일안보공원에서 약간의 안보교육을 받아야 한다. 전망대의 북쪽 면은 모두 유리창으로 돼 있어 비무장지대(DMZ)와 휴전선 건너편으로 여러 금강산과 함께, 우리가 어릴 때부터 익히 들어 잘 알고 있는 「선녀와 나무꾼」 이야기의 배경이 되는 해금강도 조망할 수 있다. 전망대에서 북한을 바라보고 있으면, 세상 그 어떤 나라보다 가까우면서도 먼 나라라는 것을 새삼 깨달으면서 오묘한 감정을 느끼게 된다. 또한, 고지대에 위치한 전망대의 특성상 송지호 및 해수욕장, 화진포 등 고성 일대를 조망할 수 있는 것도 장점이다.

울산바위 전망

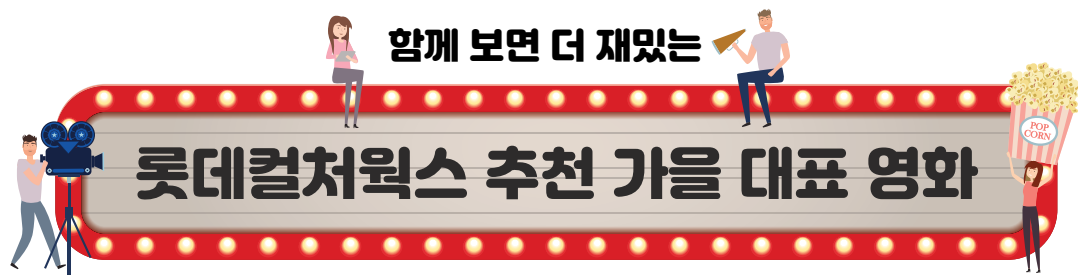
미시령 터널을 지나면 우리나라에서 가장 유명한 바위 중 하나인 설악산 울산바위를 조망할 수 있는 전망대가 있다. 울산바위에는 재미있는 전설이 전해지는데, 어느 날 신이 온 산의 봉우리들을 금강산에 불러모아 천하의 절경을 만들고자 했다. 이때 울산바위도 경상도 울산에서 먼 길을 올라왔지만 지각하는 바람에 돌아가다 하루 쉬어가려던 설악산이 마음에 들어 그대로 눌러앉았다는, 역시 사람도 바위도 근태가 중요하다는 「웃픈」 전설이 전해진다. 실제 설악산은 속초에 있고 울산바위를 오르는 등산 코스도 속초에 있지만, 발아래에 있다 보니 전체적인 모습을 조망하기엔 적절하지 않다. 오히려 고성의 전망대에서 관측하는, 4km에 이르도록 이어지는 울산바위가 더욱 장엄한 느낌을 선사한다.

코로나19로 선뜻 외출하기 쉽지 않은 요즘이지만, 사회적 거리두기가 하향 조정된다면 조금은 이색적인 도시 강원도 고성을 방문해 볼 것을 추천한다. 

백승윤_롯데제이티비 영업전략팀 대리



울산바위



유난히 덥고 습한 이번 여름이 빨리 지나가기를 바라는 마음을 담아, 이번 달에는 가을 및 추석 시즌에 개봉해 가족이나 친구, 연인과 함께 보면 훨씬 더 재미있는 롯데컬처웍스의 대표작 두 편을 소개한다.

「82년생 김지영」



「82년생 김지영」은 2016년 출간된 조남주 작가의 동명 소설에 드라마와 이야기를 더해 새롭게 완성된 영화다. 1982년에 태어나 누군가의 딸이자 아내, 엄마 그리고 직장 동료로 살아가는 「김지영(정유미)」의 평범하면서도 특별한 이야기를 그린 작품이다. 「82년생 김지영」은 현실과 맞닿은 캐릭터와 에피소드를 통해 우리 주변에 있을 법한 평범한 이들의 보편적인 일상을 디테일하게 담아내며 많은 사람들의 공감을 이끌어냈다.

현재를 살아가는 「우리들의 이야기」를 담아낸 「82년생 김지영」은 파스한 공감과 위로를 전하는 영화라는 평을 들으며 극장가를 사로잡았다. 특히, 이러한 입소문에 힘입어 같은 영화를 두 번 이상 관람하는 이른바 「N차 관람」 신드롬을 불러일으키기도 하며 많은 화제를 모았다. 해외 30개 이상의 국가에 판매돼, 전 세계 사람들에게 파스한 위로와 공감을 전달했다.

정유미는 일상을 살아가는 답답한 모습부터 스스로도 몰랐던 자신을 알아가며 점차 뜨거워지는 감정까지 「지영」에 완벽하게 녹아든 연기로 극의 중심을 이끈다. 또한, 공유는 「지영」의 곁에서 그녀를 걱정하고 지켜보는 남편 「대현」으로 분해 깊이 있고 디테일한 연기를 선보인다. 여기에 「지영」의 엄마 「미숙」 역을 맡은 김미경이 딸의 아픔을 보듬으며 진심을 전하는 장면은 단연 영화의 하이라이트로 꼽히며 많은 관객들의 눈시울을 붉힌다. 이 작품을 통해 정유미는 대중상 여우주연상을, 김미경은 춘사영화제 여우조연상을 수상하기도 했다.



「타짜: 신의 손」 & 「타짜: 원 아이드 잭」



허영만 화백의 대표작 「타짜」를 원작으로 한 영화 「타짜」 시리즈는 도박판에서 펼쳐지는 타짜들의 냉혹한 승부의 세계를 짜릿하게 담아내며 많은 관객들에게 큰 사랑을 받아왔다. 2006년 개봉한 「타짜」를 시작으로, 2014년 「타짜: 신의 손」, 2019년 「타짜: 원 아이드 잭」까지 모두 합쳐 1,300여만 관객을 극장가로 불러모으며, 명실상부 추석 시즌의 흥행 강자로 자리매김했다. 대한민국 대표 프랜차이즈 영화로 자리잡기까지 술한 패러디와 명대사를 남긴 「타짜」 외에도, 다양한 소재와 짜임새 있는 스토리, 개성 넘치는 등장인물을 토대로 세계관을 확장한 두 작품이 더 있다.

「타짜: 신의 손」은 삼촌 「고니」를 닮아 어린 시절부터 남다른 손재주와 승부욕을 보이던 「대길(최승현)」이 그 누구도 믿을 수 없는 타짜 세계에 겁 없이 뛰어들면서 목숨줄이 오가는 한판 승부를 벌이는 이야기다. 전편과의 연관성을 가져옴과 동시에 전편보다 더 화려하고 감각적인 연출로 호평을 받았다. 「타짜: 원 아이드 잭」은 인생을 바꿀 기회인 카드 「원 아이드 잭」을 받고 모인 타짜들이 목숨을 건 한판에 올인하는 이야기를 그린 영화다. 화투판이 아닌 포커판을 무대로, 「원 아이드 잭」 팀의 화려한 팀플레이를 통해 등장인물들의 개성을 극대화하고 다채로운 볼거리를 선사한다. 

우승원 롯데컬처웍스 홍보/CSV담당



이 영화는 어때?

「완벽한 타인」

「완벽한 타인」은 겉으로는 완벽해 보이는 커플 모임에서 한정된 시간 동안 휴대폰으로 오는 전화, 문자, 카톡을 강제로 공개하는 게임으로 인해 벌어지는 예측불허 이야기를 그린 작품이다. 「나의 휴대폰이 옆 사람에게 공개된다면?」이라는 제안으로 시작해, 완벽해 보였던 친구들이 휴대폰 잠금해제 게임을 통해 점차 「완벽한 타인」으로 변해가는 과정을 여러 차례의 반전과 함께 몰입감 있게 그려낸다. 특히, 현대인의 필수품이자 모든 비밀을 담고 있는 「휴대폰」이라는 소재를 활용해 위험하면서도 보편적인 공감대를 형성한다.

「완벽한 타인」의 무대인 저녁식사에는 40년 지기 고향 친구들과 그들의 배우자로 구성된 7인의 인물들이 함께한다. 서로 다른 삶을 살며, 각자 말할 수 없는 비밀을 안은 7인의 친구들을 완성하기 위해 대한민국 최고의 배우들이 뭉쳤다. 유재호, 조진웅, 이서진, 염정아, 김지수, 송하윤, 윤경호 등 최고의 연기 신뢰도를 자랑하는 일곱 명의 배우들은 이번 영화로 처음 만난 조합이라는 것이 믿기지 않을 정도로 놀라운 연기력과 케미스트리를 선보이며 관객들에게 강렬한 웃음과 동시에 짙은 씁쓸함을 안겨준다.



롯데제과
롱크래커 「아채스틱」, 「빠다스틱」



롯데칠성음료
「오가닉」, 어린이 유기농 주스 3종



롯데칠성음료
「처음처럼 플렉스」 디지털 광고영상



롯데푸드
「키스틱 프로틴바」 2종



롯데유통사업본부
언택트 현장소통



롯데백화점
「100LIVE」 방송

식품

롯데제과

자일리톨껌 출시 20주년 이벤트 진행

롯데제과는 8월 12일 자일리톨껌 출시 20주년을 맞아 「자일리톨 씹고 자작나무숲으로 캠핑 가요!」 이벤트를 10월 31일까지 전개한다고 밝혔다. 롯데제과는 자작나무에서 추출한 핀란드산 자일리톨을 원료로 하는 롯데 자일리톨껌의 특징이 연상되도록, 이번 이벤트 콘셉트를 「자작나무숲으로 떠나는 캠핑」으로 정하고 캠핑과 관련된 다양한 경품을 증정한다. 이번 이벤트의 1등(1명) 경품은 2,500만 원 상당의 경차 캠핑카 「레이 로디프리미엄」이다. 이벤트 참여는 자일리톨껌을 구입하고 QR 코드를 스캔해서 이벤트 페이지에 접속해 제품 패키지 안쪽에 있는 8자리의 행운번호를 입력하면 된다.

롱크래커 2종 출시

롯데제과는 8월 13일 막대 형태의 롱크래커 2종 「빠다스틱」과 「아채스틱」을 선보였다. 두 제품은 각각 「빠다코코넛」과 「아채크래커」의 모양을 길쭉한 막대 형태로 바꾼 제품이다. 「빠다스틱」은 「빠다코코

넛」의 달콤하고 고소한 버터 풍미를 살리는 한편, 담백한 맛을 강조해 커피나 차와 함께 먹기에 좋다. 과자 표면의 당 코팅을 없애 손으로 집었을 때 끈적임이 없다. 「아채스틱」은 「아채크래커」 특유의 맛은 그대로 살리면서 파슬리, 구운 양파 등을 사용해 감칠맛을 더했다.

롯데칠성음료

「오가닉」, 누적 판매량 2,600만 개 돌파

롯데칠성음료는 8월 18일 프리미엄 어린이 유기농 주스 브랜드 「오가닉」이 출시 2년 만에 누적 판매량 2,600만 개를 돌파했다고 밝혔다. 「오가닉」은 건강하고 안전한 먹거리에 대한 관심이 증가하는 점에 주목해 지난 2018년 7월에 출시된 어린이 유기농 주스 브랜드로, 론칭과 동시에 아이를 둔 부모들의 입소문을 타며 인기를 끌고 있다. 올해 롯데칠성음료 주스 브랜드 중 현재 가장 높은 성장률을 보이고 있으며, 1~7월에는 지난해 전체 판매량의 107%에 달하는 1,200만여 개의 판매량을 기록했다.

「처음처럼 플렉스」 디지털 광고영상 공개

롯데칠성음료는 8월 14일 래퍼 염따와 컬

래버레이션해 화제가 되고 있는 「처음처럼 플렉스」의 디지털 광고영상을 공개했다. 이번 광고영상은 「처음처럼 플렉스」와 모델 염따의 이색적인 특징과 비주얼을 담아, 소주 광고로는 드물게 화려하고 강렬한 색감과 트렌디한 영상미로 제작된 것이 특징이다. 한편, 이 광고영상은 온에어된 후 3일 만에 조회수 약 112만 회를 기록했다.

롯데푸드

파스퇴르, 「떠먹는 캐번」 2종 출시

롯데푸드 파스퇴르는 8월 3일 「떠먹는 캐번」을 선보였다. 2005년 출시된 「캐번」 요구르트가 떠먹는 제품으로 처음 출시된 것이다. 한 컵당 85억 마리 이상의 유산균과 락투로스 1,000mg, 식이섬유 350mg이 들어 있다. 프로바이오틱 유산균과 유익균의 생장을 돕는 프리바이오틱스가 결합돼 장 건강을 위한 캐번 신바이오틱 시스템을 이룬다. 상큼하고 달콤한 맛의 「토마토 맛」과 열대 과일의 풍부한 맛을 느낄 수 있는 「망고 맛」 2종으로 출시됐다.

고단백 닭가슴살 소시지 2종 출시

롯데푸드는 8월 1일 별도의 조리과정 없

이 바로 먹을 수 있는 고단백 닭가슴살 소시지 「키스틱 프로틴바」를 출시했다. 이 제품은 100% 국내산 닭가슴살을 통째로 갈아 넣어 간편하게 양질의 단백질을 섭취할 수 있는 소시지로 「키스틱 프로틴바 (트리플)」과 「키스틱 프로틴바(매콤한 할라피노)」의 2종으로 구성됐다. 실온보관이 가능하고 한 손으로 간편히 먹을 수 있는 크기라 가방에 쏙 넣어두고 사무실, 헬스장 등 어디서든 간편히 즐길 수 있다. 제품 한 팩(100g)을 먹을 경우 단백질 1일 영양성분 기준치의 약 1/3인 18g을 손쉽게 섭취할 수 있다.

롯데유통사업본부

언택트 현장소통 활성화 추진

롯데유통사업본부는 8월 4일 코로나19로 자칫 소홀해질 수 있는 현장소통 활성화를 위해 언택트 커뮤니케이션을 적극 추진 중이라고 밝혔다. 기존에는 월 1회 전국 현장관리자가 모여 경영방침 및 주요 추진 업무를 공유하고, 현장관리자가 패밀리사원이 근무하는 유통점포에 방문하거나 조석회를 통해 대면하며 이를 직접 교육했다. 그러나 최근에는 화상회의 시스템으로 월례조회를 대체하고, 진행 내

용을 영상으로 별도 제작해 유튜브 채널에 공유함으로써 전 직원이 시간과 장소의 구애 없이 모바일로 시청할 수 있도록 하고 있다.

「패밀리 힐링 이벤트」 시행

롯데유통사업본부는 8월 10일 직원들이 가족과 함께 소중한 추억을 만들 수 있도록 「패밀리 힐링 이벤트」를 시행했다. 기존에는 연 1회 우수직원을 선발해 가족과 롯데월드타워 관람 등 단체여행을 진행했으나, 올해는 진행이 어려워짐에 따라 롯데호텔 부산 숙박권을 지급하는 이벤트로 변경했다. 이번 이벤트는 가족사연 응모로 진행됐으며, 총 160명이 응모한 가운데 소정의 심사를 통해 최종 30명이 선발됐다. 선발된 직원들은 올해 8월부터 1년간 희망하는 날짜에 롯데호텔 부산에 숙박하며 가족과 소중한 추억을 쌓을 예정이다.

유통

롯데백화점

「라이브 방송」에서 명품 판매

롯데백화점은 8월 21일 롯데백화점몰의 라이브 방송 채널 「100LIVE」를 통해 스위

스 명품 시계 브랜드 「태그호이어」 한정판 및 신상품을 선보였다. 백화점 웨딩 프로모션 기간에 맞춰 기획된 이번 라이브 방송에서는 「태그호이어」의 인기 예물 시계 라인과 신상품이 소개돼 고객들에게 뜨거운 호응을 받았다. 또한, 롯데백화점은 8월부터 월 2회 우수고객을 대상으로 특별히 시크릿 라이브 방송을 진행하며 고객과의 소통을 강화하고 있다. 명품 매거진 편집장과 모델이 신상품을 직접 착용해 패션 트렌드를 한눈에 보여주며, 실시간 채팅으로 고객과 소통하는 등 다양한 디지털 쇼핑 경험을 제공한다.

초대형 나이키 매장 오픈

롯데백화점은 8월 7일 서울 소공동 본점 에비뉴엘 6층에 약 1,124㎡(340평) 규모의 초대형 나이키 매장을 선보였다. 롯데백화점은 지난 3년간 약 331㎡(100평) 이상의 나이키 메가숍들을 성공적으로 입점시켰으며, 이번에는 본점 7층에 위치하던 나이키 매장의 면적을 7.5배 늘려 파격적으로 확장 오픈했다. 이 매장은 국내 최초로 선보이는 「퓨처 스포츠」 콘셉트의 미래형 매장으로, 디지털화된 인테리어와 고객서비스를 한자리에 모아 고객이 매장에서



롯데마트
와인업 '비비노'와 브랜드 사용 계약 체결식



롯데커머스
롯데ON 캐릭터



롭스
「온 라이브」롭스 방송 배너



세븐일레븐
세븐히어로 선정 포상식



롯데홈쇼핑
「언택트 패션쇼」



롯데하이마트
온·오프라인 동시세일 포스터

체험할 수 있는 요소들을 극대화한 것이 특징이다. 국내 나이키 매장의 각종 서비스를 한곳에서 제공한다.

롯데마트

와인업 '비비노'와 브랜드 사용 계약 체결

롯데마트는 8월 5일 전 세계 1등 와인업인 「비비노(VINO)」와 브랜드 사용에 대한 계약을 체결했다. 「비비노」는 전 세계 4,200만 명이 사용 중인 와인업으로, 소비자가 직접 평가한 1억 5,000만 개의 리뷰를 보유하고 있다. 롯데마트는 「비비노」 부스를 별도로 마련해 와인에 대한 정보를 제공할 계획이며, 「비비노 존」도 구성할 예정이다.

롯데슈퍼

가맹점 모바일 애플리케이션 오픈

롯데슈퍼는 8월 20일 가맹점주들의 편의를 높이기 위한 모바일 애플리케이션을 오픈했다. 롯데슈퍼는 이 애플리케이션이 가맹점주의 편의 제공은 물론 매출 볼륨 및 상품 공급률 개선에 긍정적인 영향을 끼칠 것을 기대하고 있으며, 가맹점주의 의견을 지속적으로 반영해 애플리케이션 안정화 작업을 진행해 나갈 계획이다.

롯데커머스

롯데ON, 추석 선물 트렌드 조사 진행

롯데커머스는 8월 3일부터 5일까지 3일간 롯데ON이 고객 3,000명을 대상으로 진행한 「추석 선물 트렌드 조사」에서 응답자의 50.1%가 이번 추석에 받고 싶은 선물로 「e쿠폰」을 선택했다고 밝혔다. 이는 소비 패턴이 오프라인에서 온라인으로 옮겨 가는 것과 더불어, 코로나19의 영향으로 언택트가 하나의 문화로 자리 잡으면서 생겨난 현상이다. 직접 만나지 않고도 감사의 마음을 전할 수 있는 「e쿠폰」이 주는 사람과 받는 사람 모두 만족하는 선물로 자리 잡고 있음을 시사한다.

롯데자산개발

SNS 서포터즈 「물입」 활동 성료

롯데자산개발은 8월 31일 롯데월드몰·롯데몰의 SNS 홍보 서포터즈 「물입」 운영을 성황리에 마무리했다. 지난 6월에 선발된 서포터즈 35명은 약 3개월에 걸쳐 유튜브와 인스타그램 등 SNS에 다채로운 테마의 콘텐츠를 제작하고 포스팅해 쇼핑물을 알렸다. 코로나19에 대비한 안전한 물링 노하우, 여름철 쇼핑물에서 즐기는 물캉스 방법 등 서포터즈들이 직접 체험하고

올린 콘텐츠들이 특히 인기를 끌었다. 롯데자산개발은 서포터즈들을 대상으로 매월 활동비를 지급하고, 수료 인원에게는 캠핑 의자 등 기념품을 제공했다.

쇼핑몰 안전사고 예방활동 강화

롯데자산개발은 8월 20일 장마철 대비 쇼핑몰 안전사고 예방을 위해 다양한 점검 활동에 나섰다. 먼저 집중 호우와 풍수해를 대비해 쇼핑몰 야외공원의 조경을 점검하는 등 선제적으로 시설관리를 실시했다. 또한, MD 변경에 따른 공사 현장 관리와 함께 고객 동선 및 휴게공간에 대한 관리를 강화했다. 이와 함께 식음 매장을 대상으로 고위험 상품군의 위생 점검 등 여름철 식품 안전사고 예방활동도 진행했다.

롭스

「온 라이브」롭스 방송 진행

롭스는 8월 12일 롯데ON 「온 라이브(ON LIVE)」를 통해 롭스 인기 상품들을 실시간으로 소개, 판매하는 첫 라이브 방송을 진행했다. 롭스는 이날 「라방」에서 인기 색조 메이크업 브랜드인 「스틸라」, 「림멜」 등의 제품을 풍성한 혜택과 함께 소개했

며, 당일 동시 시청자 수 2만 뷰를 기록하며 큰 인기를 끌었다. 앞으로도 월 1회 정기적으로 라이브 방송을 진행할 예정이다. 한편, 롭스는 비대면 소비 트렌드에 맞춰 주 고객층인 MZ세대 소비자들과의 소통을 강화하기 위해 판매 채널 다각화에 힘쓰고 있다.

건강기능식품 특화 매장, 롭스 화정점 오픈

롭스는 8월 28일 「우리 동네 건강 지킴이」를 콘셉트로 한 화정점을 리뉴얼 오픈했다. 이는 최근 코로나19 장기화로 인해 건강 관리에 관심이 높아진 소비자들을 위해 헬스케어의 비중을 늘린 데 따른 것이다. 롭스 화정점은 매장의 50% 이상을 건강기능식품으로 구성하고, 헬스 관련 교육을 이수한 직원들을 배치해 다른 매장과 차별화했다. 또한, 이곳에서는 신규로 입점한 「GC녹십자」, 「바이탈뷰티」 등 다양한 브랜드의 건강기능식품을 구매할 수 있다.

코리아세븐

숨은 미담 주인공 「세븐히어로」 포상

세븐일레븐은 8월 13일 아름다운 선행을 펼치고 있는 숨은 영웅 「세븐히어로」 4명

을 선정해 포상을 진행했다. 「세븐히어로」는 다양한 선행을 실천한 경영주, 메이트 등 세븐일레븐 가족들의 사연을 응모 받아 블라인드 심사와 투표를 통해 선정됐다. 대상에는 18년 넘게 지역 장애인 복지 시설에서 꾸준히 봉사활동을 펼친 한영자 안양한일점 경영주가, 최우수상에는 100차례 헌혈한 주정완 화순고점 경영주가 선정됐다.

롯데홈쇼핑

F/W 신상품 「언택트 패션쇼」 진행

롯데홈쇼핑은 8월 14일 코로나19의 영향으로 비대면 소비 방식이 확산됨에 따라 「LBL(Life Better Life)」, 「폴앤조」 등 단독 패션 브랜드의 가을, 겨울(F/W) 신상품을 온라인에서 공개하는 「언택트 패션쇼」를 진행했다. 이날 패션쇼에서는 롯데홈쇼핑이 단독 론칭 예정인 프랑스 패션 브랜드 「폴앤조」의 신상품이 공식 SNS 채널을 통해 소개됐다. 전문 모델이 총 17종의 의상을 갈아입으며 디지털 런웨이에 출연해 스타일링 팁, 차별화 포인트 등 상품별 특징을 소개했으며, 이후 「LBL」의 프리미엄 소재 니트 등 22종의 시즌 신상품을 자연스럽게 노출해 좋은 반응을 얻었다.

롯데하이마트

온·오프라인 동시세일 진행

롯데하이마트는 8월 1일부터 31일까지 한 달간 온·오프라인 동시세일을 진행했다. 온라인과 오프라인 공통 행사인 「릴레이 특가 기획전」을 통해 주차별 특가 상품을 선보였는데, 무더위를 대비해 1주차와 2주차에 에어컨 인기 상위 세 모델을 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰에서 특별 할인가에 판매했다. 오프라인에서는 단독 행사인 「동시구매 기획전」을 열었고, 온라인에서는 「하트비트 특가」를 진행해 8월 9일까지 매일 한정수량의 인기상품을 특가로 선보였다.

「메가스토어 울산점」 오픈

롯데하이마트는 8월 28일 영남지역 최초로 울산 남구 달동에 「메가스토어 울산점」을 오픈했다. 「메가스토어 울산점」은 가전 제품뿐만 아니라 애플 서비스센터, LG 지인인테리어, 런드리 카페, 펫 스파 등 다양한 편의시설을 완비했으며, 오픈 당일 진행한 오픈 세일에서 브랜드별, 품목별 가전 패키지, 구매 금액대별 캐시백 등 할인 혜택을 고객들에게 제공했다. 「메가스토어 울산점」은 프리미엄 가전제품 매장



롯데호텔
「맘(mom)편한」 패키지 홍보사진



롯데리조트
백제문화단지 「위례성 물총전투」



롯데면세점
창립 40주년 기념 헤리티지북



롯데월드 어드벤처
「로티로리송」 사내 콘텐츠 경진대회 시상식



롯데호텔 부산
더라운지, 애프터눈 티 세트



롯데정보통신
빅데이터 분석 사업 MOU 체결식

을 넘어 문화생활 복합공간으로 거듭날 계획이다.

롯데멤버스

「L.pay 신한카드」 추가 적립 이벤트 진행

롯데멤버스는 8월 18일부터 10월 31일까지 「L.pay 신한카드」 추가 적립 이벤트를 실시한다. 롯데ON을 비롯해 백화점, 마트, 슈퍼, 홈쇼핑, 시네마, 면세점, 룩스, 세븐 일레븐, 호텔/리조트 등 롯데그룹 10개 계열사 매장(더드림 가맹점)에서 「L.pay 신한카드」로 결제 시 결제금액의 최대 10%까지 L.POINT로 적립해 주는 이벤트다. 롯데오너스 4개월 무료체험 혜택(월 14회 무료배송 등)도 함께 제공한다.

관광·서비스

롯데호텔

「맘(mom)편한」 패키지 출시

롯데호텔은 9월 1일부터 30일까지 한 달간 「맘(mom)편한」 패키지를 출시한다. 「맘(mom)편한」 패키지는 롯데호텔 5개 지점(서울, 월드, 제주, 울산, 부산)에서 판매된다. 「해피 맘(HAPPY MOM)」 형은 객실 1박, 조식 2인과 임산부들의 필수템

「클라라스 아이템 세트(바디파트너 175ml, 토닉 바디 오일 100ml, 마터니티 파우치, 디렉스 대용량 샘플 3종)」가 제공된다. 특히, 바디파트너는 임산부의 연약해진 피부에 충분한 영양을 공급해 많은 사랑을 받고 있는 아이템이다.

「스페셜 썸머 액티비티」 이벤트 진행

롯데시티호텔 제주는 9월 1일부터 30일까지 한 달간 「스페셜 썸머 액티비티(Special Summer Activity)」 프로그램을 선보인다. 매주 토, 일요일마다 선보이는 「스페셜 썸머 액티비티」는 롯데시티호텔제주 6층 야외 테라스에서 진행된다. 오전 7시부터 8시까지는 어른들을 위한 힐링 요가가, 오전 8시 20분부터 50분까지는 키즈 요가가 진행된다. 프로그램별 최대 20인 한정으로 참가비는 1팀당 2만 원이며, 롯데호텔 공식 홈페이지를 통한 투숙 시 무료로 제공된다.

롯데리조트

「위례성 물총전투」 대접 진행

롯데리조트는 8월 15일과 16일 백제문화단지에서 「위례성 물총전투」를 비롯한 각종 여름 행사를 개최했다. 「물총전투」는

오전 10시부터 오후 6시까지 단지 내 백제 한성시기의 도읍을 재현한 「위례성」 일대에서 펼쳐졌으며, 제한 시간 20분 내에 상대팀의 등에 붙은 이름표를 물총으로 쏘아 이름표가 젖은 인원이 적은 팀이 승리하는 방식으로 진행됐다. 이외에도 각종 비대면 프로그램이 여름맞이 행사로 다채롭게 펼쳐졌으며, 저녁 7시부터는 사비궁 광장에서 「달빛 버스킹」 공연으로 한여름 밤 백제의 풍류를 장식했다.

롯데면세점

「레드닷 디자인 어워드」 2관왕 수상

롯데면세점은 8월 3일 디자인 분야의 세계 최고 권위를 지닌 「레드닷 디자인 어워드」에서, 올해 창립 40주년을 기념해 진행한 헤리티지북과 엠블럼으로 브랜드 & 커뮤니케이션 부문의 본상인 「위너」를 각각 수상했다고 밝혔다. 헤리티지북은 롯데면세점의 브랜드 가치에 중점을 둔 「헤리티지 파트」와 면세점의 40년 역사와 현황을 담은 「히스토리 파트」로 구성됐다. 또한, 40주년 기념 엠블럼은 영국의 유명 팝 아티스트인 「스티븐 월슨」과 콜라보레이션한 것으로 캘린더와 쇼핑백 등 다양한 아이템을 통해 선보이고 있다.

롯데월드

「로티로리송」 사내 콘텐츠 경진대회 시상

롯데월드는 8월 5일 임직원들을 대상으로 지난 5월 발매한 시그니처송 「로티로리송」의 사내 콘텐츠 경진대회 시상식을 진행했다. 이번 경진대회는 신나는 로큰롤 리듬에 맞춰 로티, 로리와 함께 즐겁게 놀아보자는 내용을 담은 「로티로리송」의 밝은 에너지를 임직원들에게 전달하기 위해 진행됐다. 공모 주제는 「로티로리송」에 맞춰 신나게 춤추는 영상이었으며 언택트 트렌드에 따라 온라인으로 접수 받았다. 7월 19일까지 전문가 평가와 직원 투표를 거친 끝에, 어트랙션 탑승을 도우며 손님들에게 긍정적인 에너지를 전달하는 어트랙션 서비시팀 캐스트들의 작품이 선정됐다.

부산롯데호텔

더라운지, 애프터눈 티 세트 리뉴얼

롯데호텔 부산은 8월 1일 1층 더라운지에서 리뉴얼한 애프터눈 티 세트 2종을 선보였다. 2종 중 「오후의 낭만」은 스콘 2종을 비롯해 페이스트리 9종과 미니 샌드위치 3종으로 구성됐다. 해당 티 세트의 음료는 커피와 티 중 선택할 수 있으며,

가격은 5만 원(이하 세금 및 봉사료 포함)이다. 스페셜 세트인 「달콤한 속삭임」은 앞선 메뉴에 별도의 계절 디저트를 추가로 제공하며, 가격은 5만 5,000원이다. 더라운지의 애프터눈 티 세트는 매일 오후 12시부터 오후 5시까지 이용할 수 있으며, 사전 예약이 필수다.

롯데정보통신

파인트리 파트너스와 MOU 체결

롯데정보통신은 8월 7일 서울 금천구 소재 사옥에서 파인트리 파트너스와 빅데이터 분석 사업을 위한 MOU를 체결했다고 밝혔다. 이를 통해 롯데정보통신은 빅데이터, 머신러닝 등 핵심 역량을 한층 더 강화하고, 생산부터 물류 및 판매에 이르는 전 소비단계의 정보를 유기적으로 수집, 분석 활용해 그룹 차원의 디지털 전환에 박차를 가할 계획이다. 파인트리 파트너스는 데이터 컨설팅, 분석 모형 개발 등 관련 사업분야에서 두각을 나타내고 있는 데이터 분석 전문 기업이다. 최근 디지털 뉴딜 추진에 따른 데이터 활용의 중요성이 강조됨에 따라 이번 MOU 체결이 양사 간에 더 큰 시너지를 불러일으킬 것으로 기대된다.

「2020년 화재안전 우수건물」 선정

롯데정보통신은 8월 12일 서울 가산동 본사 사옥이 한국화재보험협회 주관 「2020년 화재안전 우수건물」로 선정됐다고 밝혔다. 이는 2017년에 이어 재지정된 것으로, 인정기간은 지정일로부터 2년이다. 「화재안전 우수건물」은 건물방화시설, 화재폭발위험, 소방시설 등 안전관리 분야에 대해 인정심의위원회의 전문 심사를 거쳐 선정된다. 롯데정보통신은 그간 대기오염 방지시설 설치, 불꽃 감지 지능형 CCTV 설치, 고강도 공기흡입형 연기감지설비 구축, 소방관 진입창 표시 설치 등을 통해 건물의 안전성을 꾸준히 높여왔다.

대홍기획

「2020 레드닷 디자인 어워드」 석권

대홍기획은 8월 3일 세계 최대 규모의 디자인 시상식 「2020 레드닷 디자인 어워드」에서 롯데면세점 40주년 기념 프로젝트로 2개 부문에서 본상인 「위너」를 수상하며, 디자인 분야에서 역량을 인정 받았다. 대홍기획과 롯데면세점은 브랜드·커뮤니케이션 디자인 부문의 퍼블리싱·프린트 미디어 분야와 브랜드 디자인·아이덴티티 분야에서 각각 「위너」를 수상했



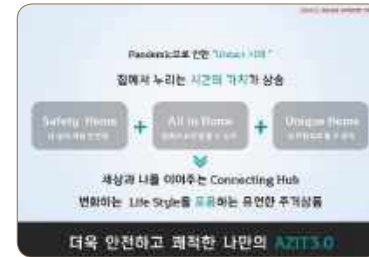
로테렌탈
「요미」3주년 맞이 프로모션 배너



로테글로벌로지스
대한민국 일자리 으뜸기업 인증식



롯데케미칼
화학공학 전공 대학생 초청 행사



롯데건설
「AZIT3.0」개념도



캐논코리아 비즈니스 솔루션
비대면 온도 측정 키오스크



한국후지필름
「소소일작」캠페인

다. 올해 어워드에는 전 세계 50여 개국에서 7,000여 건 이상의 작품이 출품돼 각축을 벌였다.

로테렌탈

「요미」3주년 기념 프로모션 진행

로테렌탈은 8월 1일부터 31일까지 라이프스타일 렌탈 플랫폼 「요미」 론칭 3주년을 맞이해 풍성한 혜택을 제공하는 기념 프로모션을 진행했다. 이번 프로모션은 총 3가지 혜택으로 구성됐다. 애플 아이패드 7세대, 삼성전자 비스포크 식기세척기와 같은 인기 제품 12종에 대해 3만 원 할인쿠폰을 지급했으며, 전 상품에 대해서는 「현대카드M Edition3」로 결제 시 최대 12만 원 청구할인을 제공했다. 또한, LPOINT 적립율도 결제수단에 상관 없이 기존 대비 10배 높은 2%를 지원했다.

로테글로벌로지스

「대한민국 일자리 으뜸기업」 선정

로테글로벌로지스는 8월 29일 고용노동부가 주관하는 「대한민국 일자리 으뜸기업」 인증식에서 대통령 명의의 인증패를 수상했다. 「대한민국 일자리 으뜸기업」 인증식은 일자리 양과 질을 개선한 기업

에 대해 그 노력을 인정하고 격려하는 정부 포상으로, 매년 선정된 기업들은 정기 근로감독 유예, 정책자금 지원, 세액 공제 등 각종 행정 및 재정적 특전을 제공 받는다. 로테글로벌로지스는 PC 및 Mobile OFF 제도 시행, 샌드위치 연차 사용 의무화, 유연근무제, 여성 육아휴직 자동 전환 등 일자리 질 개선 분야에서 높은 평가를 받았다.

로테컬처웍스

로테시네마 공식 인스타그램 채널 론칭

로테시네마는 8월 4일 공식 인스타그램 채널(@lottecinema_official)을 론칭했다. 로테시네마 공식 인스타그램 채널은 페이스북, 유튜브에 이은 세 번째 공식 SNS 채널이다. 로테시네마는 인스타그램 채널을 통해 상영작 및 관련 굿즈 정보, 다양한 이벤트와 관련된 정보를 톡톡 튀는 감성으로 전달할 예정이다.

석유화학·건설

PETROCHEMICAL · CONSTRUCTION

롯데케미칼

DT 내재화 통해 경쟁력 업그레이드

롯데케미칼은 8월 7일 전사 임직원들을

대상으로 DT(Digital Transformation), 디지털 전환문화 내재화 및 실질적인 사례 발굴을 위한 제안 제도를 실시했다고 밝혔다. 임직원이 고객만족, 업무 방식 혁신, 생산성 및 수익성 향상, 비용절감 등을 통해 기업 가치를 향상시킬 수 있는 내용을 자유롭게 취합해 제안하면, 본부 및 부문별 DT 담당자가 관련 팀과 협의를 진행해 최종 제안을 선정, 업무에 적용하는 제도다. 롯데케미칼은 지난 2018년 이미 DT 전략을 선제적으로 수립했으며, 2019년부터는 선정된 실행과제를 우선순위에 따라 개발해 오고 있다.

미래의 화학자들 초청 행사 진행

롯데케미칼은 8월 11일 화학공학 전공 대학생들을 잠실 롯데월드타워로 초청해 롯데홍보관 투어 및 롯데케미칼 CEO와의 대화를 진행했다. 미래 화학연구원, 엔지니어를 꿈꾸는 대학생들을 대상으로 마련된 이날 행사는 국내 소재 대학 화학공학 전공 대학생 9명을 대상으로 국내외 사업을 소개하고 산업 현장에 대한 이해도를 높이는 프로그램으로 구성됐다. 이후 이어진 CEO와의 대화 시간에는 기초소재사업 임병연 대표가 참석했다.

롯데정밀화학

유룩스 & 자이언츠 응원시리즈 진행

롯데정밀화학은 8월 11일부터 16일까지 유룩스가 롯데지이언츠와 함께 홈 6연전을 유룩스 응원시리즈로 진행했다고 밝혔다. 이번 응원시리즈는 코로나19 극복을 위해 애쓰는 급급대원 및 의료진들을 응원하고, 해당 기간 관중에게 응원 용품을 제공함으로써 새로운 응원문화를 정착하기 하기 위해 기획됐다. 11일부터 15일까지는 일별 선착순 2,500명에게 응원타월을 제공했으며, 16일 스페셜매치데이에는 4,000명 관중에게 팬사랑 유니폼을 선물하고, 각종 이벤트를 진행해 즐거움을 선사했다.

롯데건설

포스트 코로나를 위한 주거공간 개발

롯데건설은 8월 19일 코로나로 인해 변화된 라이프 스타일과 소비문화를 반영한 롯데캐슬만의 새로운 주거공간 「AZIT3.0」을 선보였다. 「AZIT」는 실내안전, 알찬수납, 맞춤상품, 인테리어 스타일의 4가지 측면에서 단위세대 콘셉트를 정의한 인테리어 타이틀이다. 안락하고 안전하며 거주자의 취향에 꼭 맞는 집, 그 이상의 가치를 지닌 나만의 아지트를 뜻한다. 지난 2017년 첫

선을 보인 이후 더욱 진화해 이번에는 변화된 라이프 스타일을 5가지 상품으로 소개한다.

신동탄에 사이버 견본주택 개관

롯데건설은 8월 19일 경기도 화성시 반월3지구에 선보이는 신동탄 롯데캐슬 나노시티의 사이버 견본주택을 개관하고 본격적인 분양에 나섰다. 지상 최고 25층, 12개동, 총 999가구로 구성됐다. 전용면적별 가구수는 59㎡A 90가구, 59㎡B 42가구, 59㎡C 45가구, 84㎡A 528가구, 84㎡B 179가구, 84㎡C 73가구, 111㎡ 42가구로 전용면적 85㎡ 이하 중소형이 전체의 96%를 차지한다. 사이버 견본주택은 롯데캐슬 홈페이지에서 확인할 수 있다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

비대면 온도 측정 키오스크 서비스 제공

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 8월 20일 코로나19 등의 감염병 확산을 예방하고 조기에 대응할 수 있도록 돕기 위해, 모바일 솔루션을 활용한 비대면 온도 측정 키오스크 서비스를 출시했다고 밝혔다. 이번에 새롭게 선보이는 비대면 온도 측정 키오스크는 QR 코드 스캔 후 기기 앞에 서면

바로 안면 온도가 자동으로 측정되는 헬스케어 솔루션으로, 코로나19 등의 감염병 예방을 위한 체계적인 관리 시스템을 제공한다. 특히, 모바일을 활용한 전자문진 및 개인정보 입력은 사전 방문 내용을 기록하는 과정이 길어지면서 발생할 수 있는 n차 감염 위험을 예방할 뿐 아니라, 병원 직원 및 관계자의 신속한 업무 대응을 지원한다.

한국후지필름

「일상을 Green 캠페인」 진행

한국후지필름은 8월 20일부터 9월 16일까지 「소소일작」을 통해 굿즈를 제작하는 「일상을 Green 캠페인」을 진행한다. 업사이클링 전문 패션 브랜드 「큐클리프」와 협업해 선보이는 이번 캠페인은 「일상을 Green 챌린지」 이벤트와 「일상을 Green 인증」 이벤트로 나눠 진행된다. 해시태그와 함께 나만의 업사이클링 아이템 또는 친환경 생활습관을 인스타그램에 업로드하면 참여가 완료된다. 추첨으로 선정한 도전자 20명에게는 일회용 카메라 쿼스냅이 포함된 8월 「소소일작」 제작 키트를 증정하며, 이를 통해 도전자들은 자기만의 개성이 담긴 롤필름 키링을 만들 수 있다.



롯데중앙연구소
친환경 프로젝트 과제 수행 기업 모집 포스터

연구 지원 WELFARE&D

롯데중앙연구소

친환경 소재 분야 스타트업 발굴 공모전

롯데중앙연구소는 8월 3일부터 20일까지 중소벤처기업부, 서울창조경제혁신센터와 함께 친환경 소재 분야 공모전의 접수를 진행했다. 이번 공모전은 디지털 전환(Digital Transformation)을 가속화하고, 분업적 협업을 통한 혁신을 촉진하기 위해 개최됐으며, 롯데중앙연구소는 「친환경 맥주 페트 소재 및 가식성 음료 캡슐 개발」이라는 과제를 제시했다. 최종 선정된 스타트업에 대해 중소벤처기업부는 사업화 지원금, 기술개발지원금, 기술특례보증금을 지원한다.

롯데의료재단

보바스기념병원, 비접촉 면회 서비스 개시

롯데의료재단은 8월 10일 보바스기념병원이 「비접촉 면회 서비스」를 제공해 호응을 얻고 있다고 밝혔다. 이 서비스는 1층 광장에 마련된 비접촉 안심 면회소를 통해 안전하게 진행 중이며, 오랜 기간 면회를 하지 못해 불안감을 호소하는 환자 및 보호자의 정서적 안정에 효과를 내고 있다.

나눔경영 SOCIAL CONTRIBUTION

롯데지주

수재민 위해 10억 원 지원

롯데는 8월 10일 집중호우로 피해를 입은 수재민들을 위해 10억 원을 지원한다고 밝혔다. 이번 지원은 최근 전국적으로 지속된 폭우로 큰 피해를 입은 지역사회 복구 및 수재민 지원을 돕기 위한 차원에서 추진됐다. 롯데는 사회복지공동모금회에 수해 복구를 위한 성금을 기탁하고, 이와 함께 각 계열사들도 각 사 특성에 맞춰 추가 지원을 실시하기로 했다. 롯데케미칼 등 롯데 화학사들은 사회복지공동모금회에 기부금을 전달하고, 세븐일레븐 등 롯데 유통사들은 전국 유통망을 활용해 각종 구호 물품을 피해 지역에 전달한다. 롯데제과는 대한적십자사를 통해 과자 제품을 구호물품으로 기부하기로 했다.

코리아세븐

「사랑의 헌혈 캠페인」 진행



세븐일레븐은 8월 13일 대한적십자사와 함께 세븐일레븐 본사 앞에서 임직원 헌혈 캠페인을 진행했다. 세븐일레븐은 코로나19 장기화로 혈액 수급이 더욱 어려워진 만큼 헌혈의 중요성을 알리고, 혈액 부족 사태 개선에 실질적인 도움이 되기 위해 이번 행사를 마련했다. 이날 모은 임직원들의 헌혈증은 대한적십자사에 기부

돼 백혈병, 소아암 등 혈액이 급하게 필요한 환우들의 치료에 사용될 예정이다.

블록체인 기부 플랫폼 「체리」 연동



롯데멤버스는 8월 12일 L.POINT와 블록체인 기반 기부 플랫폼 「체리(CHERRY)」의 모바일 애플리케이션 상호 연동을 완료했다. 지난해 12월 출시된 기부 애플리케이션 「체리」는 블록체인의 비가역성(데이터를 변경·삭제할 수 없고 이전 거래내역을 누적 저장하는 성질)을 활용해 기부 프로세스의 투명성을 높인 플랫폼이다. 양사 플랫폼 연동으로 「체리」 앱 이용자들은 L.pay와 L.POINT로 손쉽게 기부금을 납부할 수 있게 됐고, L.pay와 L.POINT 회원들은 「체리」의 다양한 기부 프로젝트에 참여할 수 있게 됐다.

롯데월드

신생아 수면 조끼 만들기 진행

롯데월드는 8월 25일부터 28일까지 4일간 한부모 가정을 지원하기 위해 신생아 수면조끼 만들기 사회공헌활동을 진행했다. 롯데월드 임직원 90명은 이 기간에 한 땀 한 땀 정성스러운 바느질로 수면조끼를 만들었다. 특히, 이번 봉사활동은 외부 활동이 제한되는 코로나19 상황을 고려해 봉사자가 기부물품을 만들어 전달하는 핸즈온 방식으로 안전하게 진행됐다. 완성된 수면조끼는 이번 사회공헌활동을 함께

진행한 「더불어함께새희망」을 통해 송파구 한부모 공동생활가정 「도담하우스」에 롯데월드 임직원들이 직접 작성한 손 카드와 함께 전달될 예정이다.

롯데자이언츠

동래로덴치과병원과 사회공헌활동 협약



롯데자이언츠는 8월 15일 구단 협력병원 동래로덴치과병원과 지역소외계층을 위한 사회공헌활동 협약식을 진행했다. 이번 협약식을 통해 동래로덴치과병원은 안치홍 선수와 안타 하나당 30만 원의 기부금을 적립한다. 시즌 종료까지 모인 기부금은 지역 소외계층의 임플란트 수술 지원에 쓰일 예정이다. 더불어 안치홍 선수와 동래로덴치과병원은 초록우산어린이재단과 함께 「1안타 1타점 후원협약」도 맺었다. 해당 기부금은 지역 유소년 야구선수들의 지원에 쓰이게 된다.

롯데정밀화학

건강한 여름 나기 기원 비타민 전달



롯데정밀화학은 8월 11일 장애인들의 건강한 여름 나기를 기원하는 비타민 지원 활동을 펼쳤다. 이날 롯데정밀화학이 울

산시 제2장애인체육관에 전달한 비타민은 300여 세트로, 코로나19로 인해 매년 진행해 온 삼계탕 나눔활동이 불가능해짐에 따라 신규로 기획된 나눔활동이다. 롯데정밀화학이 기부한 비타민 세트는 장애인체육관 소속 장애인들의 각 가정에 비대면으로 전달될 예정이다.

롯데장학재단

온라인 한마음소통캠프 진행

롯데장학재단은 8월 19일 가정형편이 어렵고 성적이 우수한 장학생 위주의 선발에서 벗어나 사회에 봉사하는 인재육성과 교육 소외계층 아동 지원을 목표로 선발한 「희망멘토링장학생」을 대상으로 온라인 캠프를 진행했다. 이번 캠프는 롯데장학생들이 저소득 아동들의 학습지도에 도움을 주는 재능기부를 하는 봉사활동 「멘토링 교육」 프로그램으로 진행됐다. 롯데장학재단은 이 장학 제도를 통해 1983년부터 현재까지 4만 9,000여 명에게 약 780억 원을 장학금으로 지원했다.

롯데복지재단

다문화가족 지원사업 시행

롯데복지재단은 8월 25일 올해 총 1억 원의 지원금으로 다문화가족 지원사업을 실시했다고 밝혔다. 롯데복지재단은 다문화가족의 안정적인 한국사회 정착과 경제적 향상을 도모하기 위해 다문화가족 지원센터 6곳에 다양한 교육 프로그램을 지원해 배움의 기회를 제공했다. 또한, 창원시와 세종시에 신규 다문화엄마학교 설립비용 및 운영비를 지원해 다문화가정 자녀의 성공적인 사회진출을 도왔다.

롯데삼동복지재단

대학생 멘토링사업 개최



롯데삼동복지재단은 8월 18일 울산대학교에서 울주군 아동, 청소년을 위한 「찾아가는 대학생 멘토링사업 발대식」을 개최했다. 「대학생 멘토링사업」은 3억 2,900만 원의 교육 재능나눔 사회공헌사업이다. 해당 사업에 참여한 대학생은 울주군 관내 지역아동센터에 찾아가서 초등학교 5, 6학년을 대상으로 1:1 또는 1:2 대학생 멘토 매칭을 통해 4개 과목(국어, 영어, 수학, 과학) 학습지도와 진로상담 등 다양한 활동을 진행할 예정이다.

롯데의료재단

성남시와 노인복지 위한 협약 실시



롯데의료재단은 8월 18일 보바스기념병원이 수정중앙노인종합복지관과 성남시 노인 복지 및 건강증진을 위한 업무협약을 체결했다. 이 협약을 통해 양 기관은 성남시에 거주하는 저소득 홀몸 어르신 및 일반 어르신을 대상으로 의료, 건강검진 등의 보건 복지 서비스 제공은 물론, 의료 사각지대에 놓인 어르신을 위해 다양한 사회공헌활동을 함께 실시할 예정이다.



서대리의 유기농 카툰



직딩만화가 서형윤

퀴즈 팡팡! 경품 평평!



- Q1** 롯데중앙연구소가 약 2년간의 연구 개발 끝에 지난해 선보인 식물성 대체육류 브랜드는?
- Q2** 롯데월드 어드벤처가 선보인 신규 3D 미디어 맵핑쇼는?
- Q3** 탈중앙화된(분산) 신원 식별로, 중앙기관 없이 자신의 신원을 증명하는 기술은?

8월호 정답

① 스카이브릿지 ② 드로잉 서비스 ③ 클라우드생드래프트



8월호 정답 및 당첨자

〈폴더버거〉
롯데월드 서울스카이운영 유정희
롯데자산개발 해외사업팀 박성우

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 8월호
당·첨·자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)
롯데케미칼 여수공장 박하나
롯데백화점 분당점 김해숙

롯데렌터카 1일 이용권
롯데정보통신 글로벌로지스S 정영민

롯데푸드 로스팜 선물세트
보바스기념병원 고객지원부 서애란
롯데하이마트 동두천점 신승용

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)
롯데알마농 성형기술담당 강희선
시그니엘부산 마케팅담당 김라원
롯데건설 CS부문 김경환

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)
롯데글로벌로지스 제조물류2팀 김근환
롯데칠성음료 주류KA팀 노갑수

엔제리너스 상품권(1인 4매)
롯데푸드 청주공장 신주미
롯데상사 농산팀 변윤정

※당첨 경품은 등기 발송되며, 반송시 재발송되지 않습니다.



• 이번 달 엽서 추첨은 롯데하이마트 김채린 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 : 오택용(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.lottehome.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 : 김채린(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(커뮤니케이션TF팀)

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)

편집 후기

範 모두가 조금만 참고 힘내서 하루빨리 일상으로 돌아가면 좋겠습니다.

珍 사보 이벤트에 응모해 주신 사우 여러분, 감사합니다. 9월의 마지막 날부터 시작되는 민족 대명절 추석에는 코로나 걱정 없이 모두 가족과 함께 따뜻하게 웃을 수 있으면 좋겠습니다.

김원범 : wonbum.kim@lotte.net

김민진 : minjinkim@lotte.net

지랑하고 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.