

롯데

www.lotte.co.kr



11

November
2020

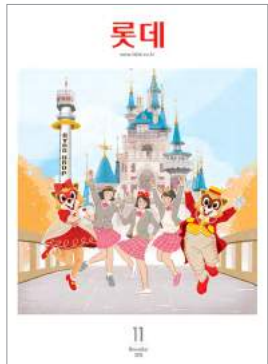
CONTENTS

롯데

November 2020

Focus

포커스 「2020 LOTTE Best Sales Awards」	02
기획 롯데그룹 창업주 신격호 명예회장 ⑩	06
특집 코로나 시대의 조직 인사관리	08
꼭 가보세요 롯데리조트속초 「R,9PUP」	12
정보마당 ① 폴리페놀 초콜릿	14
롯데 VS 롯데 「정기구독」	16
매너 좋은 롯데인 ⑥ 테이블 매너	18
정보마당 ② 롯데뮤지엄 아트 컬래버레이션	22
롯데 건강 이야기 ⑦치매 예방법	28
롯데 감성 여행 울산 「영남 알프스」	32
시네마 프리뷰 「자백」	34



모험과 신비의 나라, 롯데월드

社報 「롯데」 月刊 535호(사내보)
2020년 11월호
제52권 11호
2020년 11월 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)

Life

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

끊임없는 도전과 열정으로 역경을 이겨내다!

2020
LOTTE
Best
Sales
Awards

어려운 환경 속에서도 고객의 풍요로운 삶을 위해 매일 값진 땀을 흘리는 롯데의 영업사원들. 그들의 노고가 있었기에 롯데는 지난 시간 동안 끊임없이 성장하고 발전할 수 있었다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 자신이 맡은 위치에서 최선을 다한 롯데의 영업사원들을 격려하는 자리인 「2020 Best Sales Awards」 시상식을 소개한다.

2020 LOTTE Best Sales Awards



대상 롯데칠성음료 음료 제2지역부문 용인지점장 신기복	코리아세븐 강북5팀장 신준범 강원지역 지사장 장종봉 롯데홈쇼핑 리빙부문 생활주방팀 CMD 정준호 OneTV부문 OneTV 리빙팀 이기민 롯데e커머스 CM부문 의류셀 팀장 김영준 롯데컬처웍스 광명아울렛관장 김형정 롯데하이마트 센텀지점장 김진호 덕계지점장 송승호 롯데글로벌로지스 SCM영업팀 김효선 롯데케미칼 PE국내영업팀 문재석 BTX영업팀 김유선 EOA/GE영업팀장 이성진 첨단소재사업 PC사업본부 영업1팀장 김상휴 롯데정밀화학 그린영업1팀장 한일민 롯데알미늄 알미늄영업팀장 장현규 롯데건설 토목사업본부 예산건설부문 장철주 호텔롯데 CL부문 L7호텔 판촉팀장 인치화 롯데면세점 명동본점 부점장 홍성규	롯데면세점 C&P 1팀 이화영 롯데면세점 EC영업담당 유은석 롯데월드 파크영업팀 매니저 천세철 롯데렌탈 구로지점장 안재웅 제주지점장 우만식 캐논코리아 비즈니스 솔루션 PP영업담당 매니저 김치영 롯데캐피탈 Corporate영업3팀장 김승현 대전론센터장 박주연 롯데손해보험 퇴직연금팀장 임승택	우수상(해외) 롯데제과 LOTTE INDIA National Head(MT), Mr. Shamsher Khan 롯데칠성음료 LOTTE Akhtar Beverage Pakistan Regional Sales Manager, Mr. Khalid Hussain 롯데쇼핑 LOTTE Shopping Avenue Jakarta Leasing MD, Ms. Nadia Nanda Rizti LOTTE Vietnam Shopping Team Leader, Ms. Nguyen Thi Thanh Tuyen 롯데케미칼 LOTTE Chemical Trading(Shanghai) Team Member, Mr. Zi Tong Li LOTTE Chemical SMI Indonesia, LCTH Group Leader, Mr. Jarimin Sari 호텔롯데 LOTTE HOTEL GUAM Director, Ms. Elisha Lee LOTTE Duty Free Nha Trang Airport Store Manager, Ms. Thong Khanh Linh
우수상 롯데제과 건과영업부문 목포영업소장 김소민 건과영업부문 이천영업소장 장경호 빙과영업부문 안산영업소장 고준일 유통영업부문 동부KAM팀장 이지훈 롯데칠성음료 음료 특수유통부문 특판지점장 정연중 음료 제1지역부문 동부KA지점장 박용태 주류 유통부문 신유통2지점장 박철성 롯데푸드 소재영업부문 대리점2담당 매니저 김성호 E-commerce담당 매니저 김영희 롯데GRS 햄버거부문 역삼점장 서지수 커피부문 제주공항 T/O점장 김문관 대흥기획 EX-INNO본부 스페이스마케팅팀장 김태훈 롯데쇼핑 백화점사업부 부산본점 남성스포츠팀장 이재철 백화점사업부 아울렛 구리점장 임준환 백화점사업부 아울렛 남악점장 김병일 백화점사업부 수원점 식품가정팀장 김은희 마트사업부 남악점장 유일규 마트사업부 영종도점장 김병규 마트사업부 광복점장 강동훈 슈퍼사업부 장원점장 김덕철 H&B사업부 부산대점장 이승준	특별상 롯데쇼핑 백화점사업부 구리점 지원팀장 권준오 롯데홈쇼핑 패션부문 패션의류팀 강정윤		

롯데는 한 해 동안 값진 땀을 흘린 영업우수사원의 노고를 치하하고 사기 진작을 위해 1986년 5월부터 매년 「Best Sales Awards」를 개최해왔다. 올해는 코로나19의 여파로 한자리에 모이지 못하고 지난 달 12일부터 23일까지 각 사별로 「2020 Best Sales Awards」 시상식을 진행했다.

올해는 소매점 밀착 관리와 신규업소 채널 개척을 통해 좋은 성과를 낸 롯데칠성음료 용인지점 신기복 지점장이 기록 지점장이 대상을 받은 것을 비롯해, 각자 위치



에서 최선을 다한 49명의 국내 영업우수사원이 우수상 및 특별상을 수상했다. 특히, 이번 「2020 Best Sales Awards」에는 인도네시아, 베트남, 파키스탄 등에서 근무하는 해외 영업우수상 8명도 포함됐다.

국내 수상자들에게는 상패와 대상 2,000만 원, 국내 우수상 500만 원의 상금이 주어졌으며, 동반 1인 여행상품권도 부상으로 주어졌다. 또한, 해외 영업 우수사원에게는 상패와 2,000 달러의 상금이 수여됐다.

지금 이 순간에도 영업 일선에서 땀 흘리고 있을 롯데의 영업사원, 그들의 땀과 노력에 감사하며 다시 한번 수상을 축하한다. 0

편집실

2020 LOTTE Best Sales Awards



2020 LOTTE Best Sales Awards



롯데컬처웍스



롯데정밀화학



롯데백화점



대흥기획



롭스



롯데글로벌로지스



롯데면세점



롯데슈퍼



롯데알미늄



롯데호텔



롯데하이마트



롯데푸드



롯데홈쇼핑



롯데케미칼



롯데GRS



롯데제과



롯데칠성음료



코리아세븐

천재적인 마케팅 감각의 소유자

일본 껌 시장을 석권하다

1948년 6월, 신격호 명예회장은 껌을 주력으로 하는 회사를 설립하기로 하고 롯데를 창립했다. 그리고 이를 계기로 본격적인 기업경영체제를 갖추고 롯데껌의 판로를 일본 전역으로 확대했다. 사업 초기, 일본 성인들은 서구문명의 상징인 껌에 비난을 퍼부었지만 신격호 명예회장의 생각은 달랐다. 당시 일본에서 껌의 핵심 타깃은 바로 어린이라는 점을 정확하게 꿰뚫고 있었기 때문이다. 오히려 롯데는 풍선껌 사업을 강화해 아예 풍선껌을 작은 대나무 대롱 끝에 대고 볼 수 있도록 풍선껌과 대나무 대롱을 함께 포장했다. 당시만 해도 변변한 장난감이 없던 터라 롯데의 풍선껌은 그야말로 날개 돋친 듯 팔려 나갔다. 껌이라는 상품 자체가 식품이라기보다는 심심한 입을 즐겁게 해주는 장난감이라는 제품의 핵심가치를 간파한 데 따른 결과였다. 그렇게 신격호 명예회장은 5년 만에 풍선껌 시장을 석권하고, 연이어 판(板)껌 시장에도 진출해 회사를 크게 성장시켰다.



일본 도쿄 유라쿠초 니치게키 뮤지홀에서 열린 롯데껌 1,000만 엔 추첨 이벤트



일본 롯데껌 마케팅

일본에서 색다른 이벤트와 미디어로 소비자의 시선을 모은 점도 빼놓을 수 없다. 껌 포장 안에 추첨권을 넣고 당첨된 사람에게 1,000만 엔을 준다는 광고를 내놓기도 했다. 그 결과는 롯데 껌을 사기 위해 어른 아이 할 것 없이 상점 앞에 길게 줄을 서는 것으로 나타났다.

고국에서도 마케팅 솜씨를 뽐내다

1965년 한일기본조약의 타결은 신격호 명예회장의 숙원이었던 모국 투자를 실현할 수 있는 계기가 됐다. 일본에서 익힌 경영기법과 기술을 활용해 모국의 산업발전에 기여할 수 있는 기회를 비로소 갖게 된 것이다.

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.



롯데껌 구매고객 대상의 코로나자동차 경품 사은대란치 광고(위), 미스롯데선발대회 광고(아래)



롯데엔젤스 홍보차량



롯데자이언츠 창단

같은 해에는 실업야구팀인 롯데자이언츠를 창단하며 스포츠를 통한 마케팅도 시작했다. 롯데자이언츠는 출범 1년 만에 실업야구 종합성적 1위를 기록하는 등 뛰어난 경기력을 선보이며 롯데의 이미지 제고에 기여했다. 또한, 경기마다 롯데엔젤스가 응원활동을 펼치는 등 많은 사람들에게 즐거움을 선물하며 롯데를 한층 젊고 역동적인 기업으로 인식하는 데 도움을 주었다. ❶

위드 코로나 시대, 조직과 인사관리 영역의 대응방안

코로나19 바이러스로 인해 사람들의 생활방식과 직장인들의 일하는 방식이 많이 바뀔 것으로 보인다. 조직과 인사관리 영역에서 보면 코로나 바이러스 사태는 기회가 될 수도 있고 위협이 될 수도 있다. 위드 코로나 시대는 원격 경제로의 전환과, 비대면 사회로의 전환을 특징으로 한다. 이번 위기는 기존에 당연하다고 생각했던 비효율적인 업무 관행을 대폭 바꿀 수 있는 기회이기도 하다. 롯데는 기존의 일하던 방식을 대폭 수정해 워닝 컬처를 강화하는 방향으로 이번 사태를 활용할 필요가 있다. 이를 위해 조직과 인사관리 영역의 대응방안을 제시하고자 한다.



디지털 기술 활용의 가속화

무엇보다 비대면 혹은 원격 업무 수행을 지원하는 디지털 기술의 활용을 가속화해야 한다.

「Zoom」, 「Microsoft Teams」, 「Slack」 등을 도입해 회의와 보고를 효율화하고, 단순 반복업무를 자동화하는 로봇 프로세스 자동화를 적극 도입할 필요가 있다. 개인별 책임과 권한을 실시간으로 공유하는 「JIRA」, 「Kanban」 소프트웨어, 목표와 핵심 결과의 관리를 지원하는 「OKR」, 「Confluence」, 「G-Suite」 등의 활용도 검토하고, 회사 클라우드 시스템에 자료를 올려 놓고 일할 수 있는 시스템도 필요하다. 그리고 원격으로 업무를 수행할 때 동료 간,

부하와 상사 간 소통을 지원하는 협업 툴의 활용도도 높아질 테니 도입을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

애자일 조직 운영의 확대

직원들이 사무실에 나와서 일할 때는 리더들이 모든 프로젝트성 업무를 직접 관리할 수 있다. 보고를 받고 수정을 요청하고 수정한 내용을 바탕으로 결정할 수가 있지만, 비대면으로 업무를 수행하게 되면 이런 방식의 업무 처리는 효율성이 떨어진다. 따라서 프로젝트성 업무의 경우 팀원 중에서 최고의 전문가가 해당 프로젝트 리더를 맡고 다른 사람들은 구성원이 돼 일하는 것이 바람직하다. 한 사람이 어떤 프로젝트에서는 리더의 역할을, 다른

프로젝트에서는 구성원의 역할을 할 수 있도록 유연하게 일하는 문화가 정착되어야 한다.

최근에 나온 애자일 조직 혹은 홀라크라시와 관련된 글들을 참고해보면, 우리나라 조직에서 이런 방식을 채택할 때 가장 크게 저항하는 사람들은 임원들이다. 이들은 업무에 대한 막중한 책임감 때문에 모든 프로젝트의 진행 상황을 빠짐없이 알고 싶어 하고, 자신의 의견을 넣고 싶어 하며, 자신이 최종 결정을 하려고 한다. 하지만 그렇게 하면 임원의 관심이 다수 프로젝트에 분산되기 때문에 효율적인 방법이 아니다. 프로젝트별로 임원에게 자문을 받아야 할 것, 결과를 알려주어야 할 것, 승인을 받아야 할 것으로 구분해 매우 중요한 프로젝트에 대해서는 임원이 많은 시간과 노력을 투입하고, 그렇지 않은 것에 대해서는 팀장이나 프로젝트 팀 리더 수준에서 결정하는 것이 좋다.

근무시간의 유연화 확대

비대면으로 협업할 수 있는 인프라를 갖추면 구성원들의 근무시간을 더 유연화할 수 있다. 간단한 업무는 출퇴근 시간에 대중교통을 이용하며 수행할 수도 있다. 구성

원들에게 자신이 일해야 하는 시간에 대한 자율성을 더 많이 주면 생산성을 희생하지 않고도 구성원들의 삶의 질을 개선할 수 있다. 영업 사원의 경우 굳이 회사에 출근했다가 영업 현장으로 나가고, 영업이 끝난 뒤 회사에 다시 돌아와 영업 결과를 정리해 보고할 필요가 없다.

자율좌석제의 확대와 도심 외곽 공유오피스 구축

때에 따라 재택근무와 회사 출근을 병행하는 구성원의 비중이 높아지면 자율좌석제의 효과성이 높아진다. 모 그룹에서는 자율좌석제를 확대하면서 책상 수를 줄이고 남는 공간을 도서관, 카페, 주방 같은 것으로 채우고 있다. 전통적인 사무실이 아니라 마치 학교 혹은 카페에서 일하는 것 같다고 한다. 요즘 젊은 사람들은 카페에서 일하거나 공부하는 것에 익숙한데 그런 환경을 만들어 주자는 것이다. 뿐만 아니라 자율좌석제는 애자일 조직을 운영하는 데도 도움이 된다. 프로젝트에 따라 구성원들이 공간적으로 이합집산하는 것을 지원해 주기 때문이다.

비대면 원격 업무 시스템이 구축되면 도심 외곽에 그룹 차원의 공유 오피스를 만들고, 구성원들이 그곳으로 출근해서 일하는 방식도 고려할 만하다. 한 계열사 직원이 모





두 같은 건물에 와서 근무할 필요가 없으니, 자신이 사는 곳과 가까운 공유 오피스로 출근해서 일할 수 있다. 출퇴근 시간을 대폭 줄일 수 있고, 다른 계열사에서 일하는 사람들과 만날 수 있는 기회가 되므로 계열사 간 시너지를 내는 데도 도움이 된다.

재택근무의 확대

이번 위기에 많은 구성원들이 재택근무를 했다. 구성원에 따라 재택근무를 선호하는 사람도 있고 사무실에 출근해서 일하는 것을 선호하는 사람도 있을 것이다. 후자에 해당하는 사람들에게 선택의 기회를 줄 필요가 있다.

재택근무를 하는 직원들에게는 생산성 하락을 방지하기 위한 지침서를 만들어 지침을 준수하도록 요구해야 한다. 집에 업무 수행을 위한 공간을 별도로 만들거나, 몇시부터 몇 시까지는 일하겠다는 업무 시간 관련 루틴을 만들거나, 해당 업무 시간에는 사적 용무를 회피하도록 하고 가능한 모든 소통 수단을 활용해 협업하는 등 지침이 필요하다. 그리고 재택근무 시 하지 말아야 할 행동도 제시해야 한다. 업무 시간에는 집에서 이탈하지 말고, 연락 두절되는 일이 없도록 하며, 정보 유출을 하지 않는 것이 예가 될 수 있다.

업무 노하우 전수와 팀워크 빌딩을 위한 기회 제공

근무 시간을 유연화하거나 재택근무를 많이 할 때 발생할 수 있는 큰 부작용은 상사와 고참들의 업무 노하우를 팀원이나 신참들에게 전수하지 못하고, 아이디어를 잘 공유하지 못해 창의성 발현이 어렵다는 것이다. 함께 지내는 시간이 부족해 팀워크 형성이 힘들다는 점도 애로사항이다. 이런 문제는 재택근무를 적극 추진했던 IBM이 소통 단절과 아이디어 공유 미흡을 이유로 사무실 근무로 재 전환한 사례를 보면 알 수 있다. 재택근무의 폐해는 즉흥적인 회의와 무질서한 토론에서 새로운 아이디어가 나오고, 서로 토론하는 과정에서 좋은 아이디어가 선택되고 진화·발전된다는 이유로 재택근무를 허용하지 않았던 스티브 잡스의 사례에서도 짐작할 수 있다. 재택근무가 많아질수록 회사에서는 리더들에게 위와 같은 단점을 어떻게 극복할지에 대한 아이디어를 내게 하고 이를 실행해야 한다.

직무의 명확한 구분

우리나라에서는 기업들이 재택근무를 시행할 때 개별 구성원들의 직무가 명확하게 정의되지 않아 어려움을 겪기도 한다. 새로운 업무가 생기면 특정 팀에 배정하고, 팀장이 업무의 특성과 구성원의 사정을 고려해 해당 업무를

맡기는 팀 직무설계 방식을 활용하기 때문이다. 이는 조직의 유연성이 높아진다는 장점이 있지만 구성원들의 직무 전문성이 높아지지 않는다는 단점도 있는 방식이다. 재택근무를 확대하고자 한다면 개별 구성원이 맡아야 할 업무를 지금보다 더 명확하게 정의할 필요가 있다.

구성원 역량 강화와 의사결정 분권화

사무실에서 상사 및 동료들과 함께 일할 때는 잘 모르는 일이 있어도 도움을 받아 처리할 수 있다. 하지만 재택근무를 할 경우 그런 도움을 받기가 조금은 어려워진다. 얼굴을 맞대고 소통할 때보다 소통의 질이 떨어지고, 언제 누가 도와줄 수 있는지도 알기 어렵기 때문이다. 따라서 구성원이 스스로 업무를 처리할 수 있는 역량을 키워도록 지원해야 한다. 앞에서 제시한 쌍방향 학습 플랫폼 같은 것이 구성원 역량 강화에 도움을 줄 수 있다. 또한, 비대면 소통에 의존하게 되면 소통의 질이 떨어지기 때문에 상급자에게 사안을 다 설명하고 결재를 받는 것이 어려울 수 있다. 업무의 경중과 본말을 따져 가볍거나 말단에 해당하는 업무들에 대해서는 담당자 수준 혹은 팀장 수준에서 의사결정을 하도록 권한을 주는 것이 좋다.

평가 시스템의 정교화와 성과 관리의 강화

같은 사무실에서 일할 때는 누가 열심히 일했는지가 눈에 보이고 그것을 기반으로 고과에 반영할 수 있다. 하지만 재택근무 시에는 직원이 얼마나 열심히 일했는지를 알기가 쉽지 않다. 재택근무가 많아지면 일하는 과정에 기반해 평가하기가 어렵기 때문에 결과를 바탕으로 평가해야 한다. 그러려면 업무의 목표를 객관화하고, 핵심 결과 또한 객관화해 측정해야 한다. 목표는 처음부터 명확하게 설정해야 하고, 업무를 수행하는 과정에서 성과를 관리해야 한다. 관리자가 구성원의 목표 대비 실적이 어떤지, 장애 요인이 무엇인지를 정교하게 파악하고, 이를 바탕으로 구성원들이 성과를 달성할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

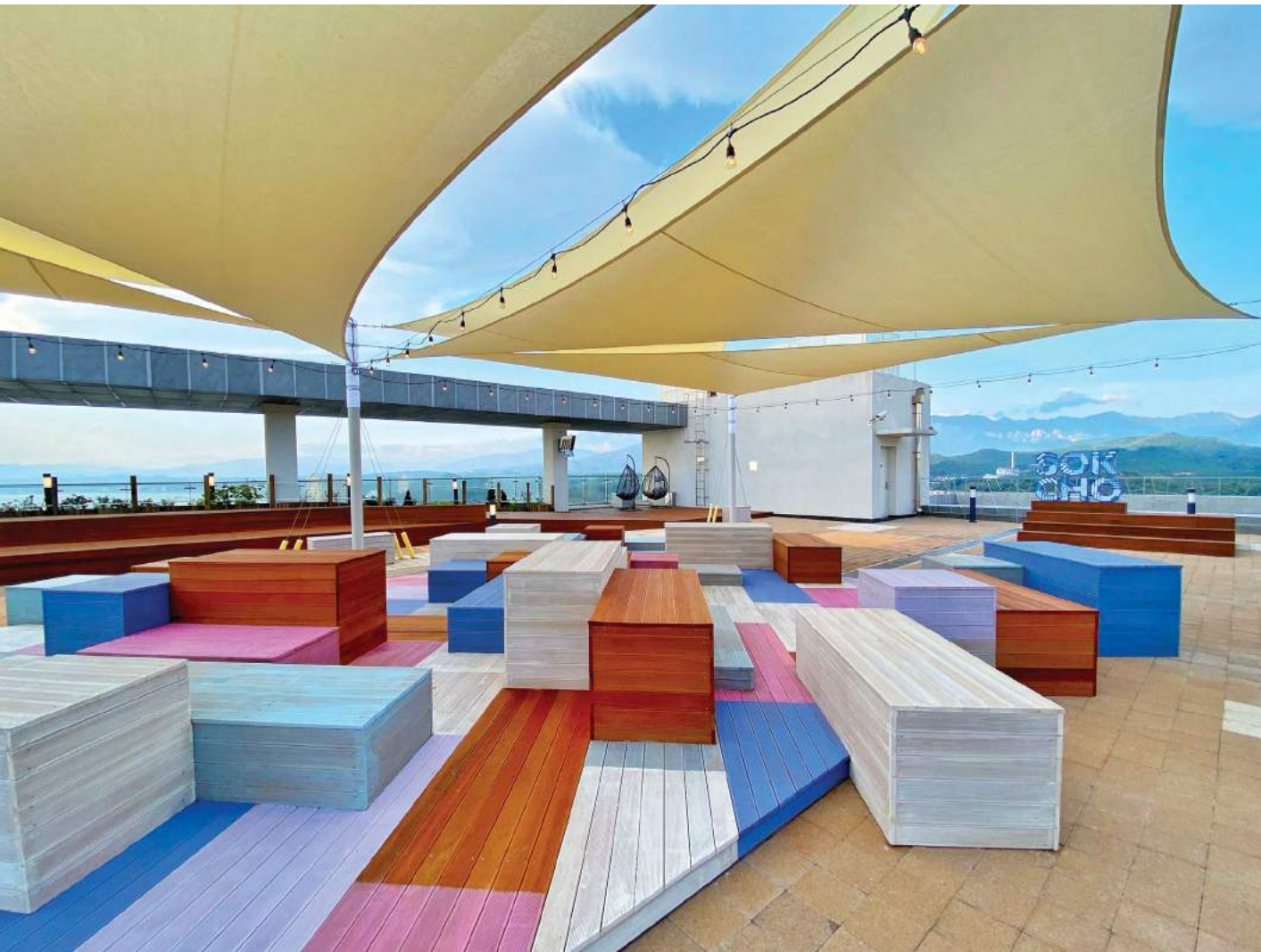
ERRC의 가속화

코로나 시대의 변화에 발맞춰 구성원들의 재택근무를 계기로 삼아 업무별로 고객 가치 창출에 기여하는 바를 재평가하고, 그동안 그룹 차원에서 추진해 온 ERRC를 계열사별로 가속화하는 것을 추천한다. ⑩

이경목_롯데 기업문화위원회 위원장(서울대 경영학 교수)



속초에 음식과 뷰 맛집 등장! 롯데리조트속초, 루프탑에 「R.9PUP」 오픈



앞쪽으로는 티없이 맑고 푸른 동해를, 뒤쪽으로는 영험한 기운과 함께 웅장하게 솟은 설악산을 향시 만나볼 수 있는 최적의 위치에 자리 잡은 롯데리조트속초. 이곳에서도 특히 뷰가 좋기로 손꼽히는 콘도동 9층에 속초의 새로운 핫플레이스로 떠오를 복합 다이닝 문화 공간 R.9PUP(구펍)이 지난 9월 28일 문을 열었다.



수제버거

루프탑에 음악을 더하다

「R.9PUP」은 9층 루프탑(Rooftop)을 뜻하는 「R」과 숫자 「9」에 「Pub up Pop(팝에 감성 음악을 더하다)」이라는 뜻이 합쳐진 이름이다. 내부 홀 약 453㎡(137평), 야외 545㎡(165평)으로 약 992㎡(300평)에 달하는 공간에 좌석 100여 개를 구비해 모든 좌석에서 청량한 동해 바다 뷰를 만끽할 수 있다.

1년이 넘는 리노베이션을 거쳐 새롭게 탄생

「R.9PUP」이 오픈한 위치는 기존 라운지바 「루프탑9」 자리다. 롯데리조트속초는 더욱 다채로운 콘텐츠를 늘리고자 지난 여름부터 이곳에 대대적인 리노베이션을 진행했고, 그 결과 「R.9PUP」이 새롭게 탄생했다.

바이닐 음악감상실에서는 탁 트인 동해 바다와 함께 큐레이션된 바이닐 앨범을 감상하면서 레트로 감성에 빠져볼 수 있다. 또한, 최근 속초의 필수 방문지로 떠오른 지역 서점 문우당서림이 준비한 특별 도서 기획전도 즐길 수 있다.

야외 테라스가 설치된 루프탑존에는 스윙체어, 그물해먹 등을 설치, 시원한 바닷바람과 함께 한층 편안한 자세로 수제맥주를 음미할 수 있다. 정면으로는 웅장한 설악산과 마주하고 양옆으로는 바다가 함께하는 루프탑존 곳곳에는 이색적인 포토존들 또한 설치돼 속초의 인생 사진 성지로 새롭게 등극할 준비를 마쳤다.

새로운 맛집이 될 준비 완료

「R.9PUP」에 방문해야 할 또 한 가지 이유는 바로 맛있는 음식이다. 두툽한 아보카도가 아낌없이 들어간 아보카도 버거와 속초 명물인 홍게 한마리가 통째로 올라간 홍게라면, 지역 식재료들을 활용한 파스타 등 이곳의 대표 메뉴들은 속초를 찾았다면 꼭 한번 맛봐야 할 음식들로 구성됐다.

이외에도 아트몬스터, 비어바나, 크래프트루트 등 최근 2030세대에게 큰 인기를 누리고 있는 전국 유명 브루어리의



네온 포토존



바이닐 음악감상실



내부 공간

맥주들도 구비했다. 특히, 탭 밴드로 맥주를 직접 골라 먹을 수 있는 재미요소를 추가해 고객들에게 큰 호평을 받고 있다.

속초의 새로운 핫플레이스로 도약

새롭게 도약을 시작한 「R.9PUP」은 오픈 약 1개월여 만에 성공적인 소프트랜딩을 보여주고 있다. 실제 지난해 루프탑9의 10월 매출액과 비교했을 때 2.5배 이상의 매출 신장을 달성했다. 또한, 리조트 투숙객 외에도 속초 방문객들의 발길이 이어지며 향후 더욱 큰 기대감을 자아내고 있다.

한편, 「R.9PUP」에서는 오픈 기념으로 다양한 이벤트를 상시 진행 중이며, 특히 롯데 사우들이라면 올해 말까지 20% 할인혜택을 받을 수 있다. 

유다솔_롯데리조트 마케팅담당

롯데중앙연구소, 건강한 폴리페놀 초콜릿을 만들다



탄수화물, 단백질, 지방, 식이섬유, 무기질, 비타민과 함께 제7의 영양소로 불리는 폴리페놀은 식물이 자외선으로부터 스스로를 보호하기 위해서 만들어내는 방어물질이다. 떫은맛과 쓴맛이 나는 이 물질은 우리 몸에 불필요한 활성산소인 유해산소를 무해하게 만들어 주는 아주 중요한 항산화 성분이다.

활성산소를 무찌르는 폴리페놀

인간의 몸에 치명적인 성분으로 알려진 활성산소는 화학반응이 뛰어난 산소 원자를 포함하는 분자다. 활성산소는 미생물을 포함한 모든 생물의 세포가 산소에 노출되면 끊임없이 만들어지며 세포 내 다양한 효소와 지질, DNA를 손상시킨다. 이러한 활성산소의 악영향으로부터 우리 몸을 보호하는 물질인 폴리페놀은 활성산소로 인해 DNA가 손상되는 것을 막고 단백질과 효소를 건강하게 보호해 다른 질병에 걸릴 위험도를 낮춘다. 거기에도 항암 작용과 심혈관 질환까지 예방하며 우울증과 치매 예방에도 효과가 있는 것으로 알려졌다.

새로운 웰빙 기호식품 카카오

롯데중앙연구소는 폴리페놀에 대한 연구를 지속하며 카카오에 주목했다. 카카오에 함유된 폴리페놀과 플라바놀, 카테킨 등은 다양한 효능이 있어 웰빙 기호 식품으로 자리 잡고 있다. 그 가운데서도 카카오의 폴리페놀은 생리적 기능이 우수하며, 항산화 작용과 항암, 노화 방지, 충치 억제, 동맥경화 예방 등에 효과가 있어 차세대 기능성 식품 및 의학 소재로까지 주목받고 있다. 또한, 미국 메인대 영양생리학과 메릴 엘리야스 교수팀이 초콜릿을 먹는 사람의 기억력과 추상적 사고능력이 좋다는 연구 논문을 발표하면서 카카오가 인지능력 향상에 도움을 준다는 사실이 알려졌다.



맛과 건강까지 챙기는 폴리페놀 초콜릿 시장 선점

초콜릿이 보유한 좋은 성분들이 인체에 유익하다는 보고가 이어지고 있다. 한국은 연간 1인당 약 1.2kg의 초콜릿을 섭취하는 것으로 알려져 있으며 매년 소비량이 늘고 있다. 이에 롯데중앙연구소는 높은 카카오 함량과 폴리페놀 성분에 집중한 제품을 개발해 초콜릿 시장을 선점하고 있다. 실제로 드림카카오 82%는 제품 한 통에 1,420mg의 폴리페놀이 함유돼 있는데, 블루베리 100g을 기준으로 비교할 때 드림카카오 82% 제품의 폴리페놀 함량이 9배 이상 많다. 롯데중앙연구소는 앞으로도 건강을 고려한 소비자들의 욕구를 충족시키기 위해 다양한 카카오 초콜릿 제품 연구개발에 몰두할 계획이다. ❶

정상화_롯데중앙연구소 초콜릿팀 선임연구원

좋은 제품을 합리적인 가격에 「정기구독」 해보세요~



롯데칠성음료 「칠성물 정기배송」

정기
배송



롯데칠성음료는 2011년 7월 정기배송 서비스를 론칭한 이후, 2017년 서비스 리뉴얼을 거쳐 지금의 칠성물 정기배송 서비스를 운영하고 있다. 칠성물 정기배송 상품은 생수 제품인 아이시스8.0뿐만 아니라 칠성사이다, 트레비, 칸타타, 레쓰비, 델몬트 등 총 102개에 달한다. 또한, 사이트에 결제 정보를 한 번만 등록하면 매 회차 자동으로 결제되며, 제품 파손의 위험을 최소화하기 위해 구매자가 선택한 날짜 및 장소에 서비스 매니저가 직접 상품을 배송한다.

칠성물 정기배송 제품은 일반 배송 제품보다 저렴하게 구매가 가능하며, 주문 횟수로 3회차마다 사은품 3종(아이시스8.0 300mL 20팩, 트레비 5,000원 할인 쿠폰, 칠성사이다 5,000원 할인 쿠폰) 중 구매자가 선택한 사은품을 제공하는 점도 특징이다.

칠성물 정기배송 서비스는 필(必)환경 시대에 맞춰 페트병 및 캔 회수 서비스를 진행하는 등 타 쇼핑몰과 차별화된 경쟁력으로 소비자에게 착한 소비의 기회를 제공하고 있다. ①

주현정_롯데칠성음료 커뮤니케이션팀 홍보담당



V

S



롯데푸드 「이.달.먹」

식품업계에 부는 「정기구독」 바람이 뜨겁다. 좋은 제품을 합리적인 가격에 원하는 곳으로 정기배송까지 해준다니 여간 편리하고 신선한 게 아니다. 이에 사보 「롯데」에서는 「월간구독」의 터줏대감 롯데칠성음료의 「칠성물 정기배송」과 롯데푸드의 「이.달.먹(이 달엔 뭐 먹지)」 서비스를 소개한다.



롯데푸드는 공식 온라인몰인 롯데푸드몰에서 「이.달.먹(이 달엔 뭐 먹지)」 구독 서비스를 진행하고 있다. 이번 구독 서비스는 매달 정상이 3만 원 상당의 롯데푸드 제품들을 월 9,900원 구독가로 즐길 수 있는 이벤트다. 달마다 그달의 신제품과 베스트 제품이 담긴 박스를 택배로 받을 수 있다. 매번 번거롭게 제품을 직접 구매할 필요 없이 매월 다르게 구성된 롯데푸드 제품을 집에서 편하게 받을 수 있는 것이 장점이다. 제품들을 각각 구매할 때보다 약 70% 할인된 가격으로 즐길 수 있다.

1차 구독 서비스는 9월부터 11월까지 총 세 달 프로그램으로 진행된다. 첫 번째 달인 9월에는 「추석맞이 건강선물」 콘셉트의 제품을, 10월에는 「신상 매운맛 제품」과 「이태리 대표음식」을, 11월에는 「뜨끈한 국물」과 「반찬 걱정 끝」을 힌트로 하는 제품을 배송한다.

롯데푸드 「이.달.먹」 구독 서비스는 공식 온라인몰인 롯데푸드몰을 통해 선착순 100명에 한해서 1차 진행이 완료됐다. 제품은 9월부터 11월까지 넷째 주 수요일마다 발송되며, 롯데푸드는 이후 소비자 반응에 따라 구독 프로그램을 추가로 확대할 계획이다. ②

신지훈_롯데푸드 홍보팀 책임

즐겁지만 간과하면 안 되는 순간, 테이블 매너

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 테이블 매너에 대해 알아보자.



비즈니스 매너에서 우리가 절대 간과해선 안 되는 순간이 있다면, 바로 즐거운 식사시간이다. 테이블 매너는 그 사람의 인위적이지 않은 품격과 매너를 보여주기 때문이다.

식사에질의 중요성을 알려주는 유명한 일화가 하나 있는데, 바로 영국의 엘리자베스 여왕과 핑거볼 이야기다. 엘리자베스 여왕과 각국의 고위 관리자들이 저녁 만찬을 가졌다. 모두 즐겁게 즐기고 있을 때, 중국의 고위관리자가 테이블 위의 작은 볼에 있는 물을 시원하게 들이켰다. 그 모습을 본 영국의 고위관리자들은 서로 수군거리며 당

황스러움을 감추지 못했다. 작은 볼의 물은 마시는 것이 아니라 식사 중 손가락을 살짝 담가 씻어내는 용도의 핑거볼에 담긴 것이었기 때문이다. 이때 엘리자베스 여왕은 다른 이들과 달리 태연하게 핑거볼을 들이켰고, 식사자리는 아무런 일도 없었던 듯 즐겁게 마무리됐다는 일화다.

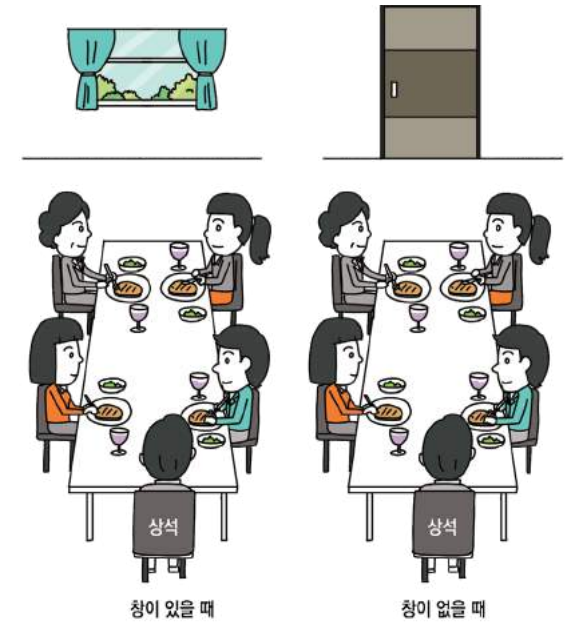
위의 일화가 말해 주는 것처럼 타인과 함께하는 식사는 단순히 배를 채우기보다는 서로 배려하는 마음을 기본으로 즐기 위한 목적이 크다. 테이블 매너가 중요한 이유도 인간에게 가장 기본적인 욕구를 채우는 식사자리를 더욱 즐겁고 품격 있게 하기 위함일 것이다.



테이블 매너의 시작, 바른 자세

보통 테이블에서 하는 식사 경우 짧게는 1시간에서 프랑스 정통 양식일 때는 3시간까지도 이어진다. 긴 시간 한 자리에서 움직이지 않고 식사하는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 중간 중간 자세를 고치거나 자리를 비우는 것은 비매너적인 행동으로 보일 수 있기 때문에 급한 상황이 아니라면 최대한 자리를 지키며 식사를 이어가는 것이 좋다.

긴 시간 상대방과 식사하기 위해서는 무엇보다 바른 자세가 중요하다. 테이블에서 바른 자세는 의자 깊숙히 앉아 상체를 꼿꼿이 세우고 시선은 상대를 자연스럽게 바라보는 자세다. 이때 테이블과 자신의 거리는 주먹 하나 정도 통과할 수 있는 거리로 대략 6~9cm 정도가 적당하다. 또한, 식사할 때는 음식에 집중해 고개를 숙이며 먹기보다는 상대방의 눈을 바라보며 대화를 이어가며 즐긴다. 우리나라에서는 식사 중 이야기를 많이 하면 예의에 어긋난다고 지적하지만, 서양에서는 식사시간을 사교의 장으로 생각하며 매너 있는 소통은 상대와 교감하는 창이자 도구로 여긴다.



식사 전 기본 매너, 의상 및 좌석 선정

식사자리를 주최한 호스트든, 초대 받은 게스트든 중요하게 생각해야 하는 부분은 모임 성격에 맞는 의상 선택이다. 의상은 모임의 분위기를 시각적으로 보여줄 수 있는 중요한 부분이므로, 과하지도 부족하지도 않도록 단정한 차림으로 참석하는 것이 서로 간에 지켜야 할 예의다. 또한, 식사를 방해할 수도 있는 과도한 향수는 지양하고 식사자리의 분위기를 해치지 않도록 나의 얼굴 톤에 맞춰 자연스럽게 화장하고 참석 한다.

호스트는 초대 받은 게스트가 왔을 때 자리 선정 때문에 혼란을 겪지 않도록 테이블 위치에 따라 상석을 사전에 정해둬야 한다. 상석 선정 시 고려해야 할 점은 창가와 입구의 위치다. 창이 있다면 창을 바라보는 중앙 좌석이 상석, 창이 없다면 입구를 바라보는 안쪽 중앙 좌석이 상석임을 기억하자.

식사 중 기본 매너, 식사도구 사용방법

양식 식사에는 굉장히 많은 식사도구가 필요하다. 보통 가벼운 에피타이저부터 마지막 디저트까지 한 코스로



진행되기 때문에 한 자리에 모든 식사도구를 세팅하는 것이 일반적이다. 서양 식사도구에 익숙하지 않은 사람이라면 복잡하게 나열되어 있는 식사도구를 어떻게 사용해야 할지 몰라 난감한 상황에 직면하기도 한다.

코스 메뉴의 구성에 따라 다르지만 식사도구는 내가 앉은 자리를 기준으로 왼쪽과 오른쪽에 나열되며, 나열된 식사도구의 가장 바깥쪽부터 차례대로 사용하면 된다. 떠먹는 국물 요리의 경우 스푼이 제공되고 그렇지 않은 경우 포크와 나이프가 함께 준비된다. 이런 경우 왼손에는 포크를, 오른손에는 나이프를 쥐고 두 손을 동시에 사용하며 먹기 좋은 크기로 음식을 썰어 먹고, 다 쓴 식사도구는 접시 수거 시 함께 수거되도록 접시 위에 올려둔다. 이때 포크와 나이프를 팔(八)자로 올려 놓으면 식사 중임을 의미하고, 4시 방향에 11자로 놓으면 식사를 마쳤음을 의미하니 기억해두자.

또한, 서양에서는 식사자리가 소통의 장인 만큼 음식을 작은 크기로 썰어 소통할 때 음식물이 타인에게 보이지 않도록 하고, 음식을 먹을 때는 소리를 내지 않고 조용히 먹는다.

코스별 식사 매너

식사가 시작되면 순서대로 나오는 음식을 맛있게 즐기면 된다. 맛있는 음식도 즐기는 방법을 잘 알지 못하면 맛을 온전하게 음미할 수 없으므로 식사별 식사 매너도 알아두면 좋다. 먼저 양식 메뉴는 에피타이저로 시작해 디저트로 마무리된다. 요즘에는 메뉴 구성이 단순해져서 에피타이저-수프-빵-스테이크-디저트-커피 & 티로 구성된다.

에피타이저는 식욕을 촉진하기 위한 음식으로 양이 많지 않고 보통 콜드 디쉬(Cold Dish)로 준비된다. 다음으로 제공되는 수프는 육류, 생선, 닭 등의 고기나 뼈를 야채와 향료를 섞어 장시간 동안 끓여 낸 국물 요리로 스푼을 이용한다. 이때 뜨거운 감을 식히느라 숨을 요란하게 불지 않도록 하고, 스푼의 수프를 먹을 때는 한입에 먹을 수 있는 정도의 양만 떠내고 후루룩 소리를 내며 마시지 않도록 한다. 손잡이가 있는 수프 컵은 들고 마셔도 무방하지만 컵을 든 상태에서 스푼으로 떠먹는 것은 매너가 아니다.

국물 요리를 먹고 나면 입안에 텁텁함이 남을 수 있는데, 이를 없애기 위해 빵이 준비된다. 빵은 배를 채우기 위한 용도가 아니라 식사 중간 중간 입안의 텁텁함을 없



애주는 역할을 하기 때문에 버터가 많이 가미되지 않은 담백한 것으로 제공된다. 손을 사용해 한 입 크기로 떼어내어 버터 정도만 살짝 발라 먹으면 된다.

다음으로 메인 코스 요리인 스테이크가 제공되는데, 스테이크는 소고기, 생선, 가금류 등 본인의 선택에 따라 달라진다. 메인 요리는 포크와 나이프를 동시에 사용해 조금씩 잘라서 먹고, 소스가 있을 때는 함께 먹는다. 요리는는 고객에게 최상의 상태로 음식을 제공한다. 입맛에 따라 간을 첨가해 먹을 수도 있지만 제공된 요리를 함께 즐기지 않으면 요리를 백 퍼센트 즐기지 못했다고 볼 수 있다.

마지막으로 코스의 꽃으로 불리는 디저트가 나온다. 디저트는 보통 커피 또는 차와 함께 서비스 된다. 디저트는 단맛이 가장 작은 것부터 먹고 준비된 차와 함께 즐기도록 한다.

식사 시 주의사항

즐겁게 식사하다 보면 실수하는 순간이 분명 있다. 실수가 없는 것이 매너가 아니라 남의 실수도 유연하고 자연스럽게 받아들이는 것이 매너다.

식사 중 바닥에 식사도구가 떨어졌다면, 의자를 빼내고 허리를 숙여 꺼내려고 노력하지 않아도 된다. 살짝 손을 들어 레스토랑의 종업원에게 새로운 식사도구를 요청하고 떨어진 것은 깨끗이 잊어라. 물이나 음료를 테이블에 쏟았다면, 허둥지둥 대며 얼굴이 빨개지지 않아도 된다. 종업원에게 도움을 요청해 자리를 정돈하고, 상황에 따라 좌석을 변경하면 된다. 이때 함께하는 상대방에게 사과하는 것도 잊지 말자.

이렇게 여러 돌발 상황에 유연하게 대처해준 종업원에게 감사를 표현한다면 나의 품격과 매너는 더욱 빛을 발할 것이다. 서비스 요청은 간단한 신호로 하고 레스토랑에서는 큰 소리로 이야기하거나 종업원을 부르지 않도록 한다.

2020년을 마무리하며 중요한 식사자리가 예정됐다면, 한번쯤 식사메뉴에 대해 알아보고 즐기는 방법을 머릿속에 그려보는 것도 좋다. 나의 상상 속에서 자연스러운 식사는 소중한 사람과 함께할 때 더욱 빛날 것이고, 그 자리에서 나는 품격 있는 롯데인으로 거듭나게 될 것이다. ❶

임서연_롯데호텔 서비스아카데미 대리

기업,
예술과 만나다

롯데뮤지엄
아트 컬래버레이션



롯데그룹의 첫 공식 미술관으로 출범한 롯데뮤지엄은 예술을 통해 국민의 풍요로운 삶에 기여하기 위해 탄생했다.
2018년 1월, 서울 잠실 롯데월드타워 7층에 개관한 롯데뮤지엄은 그간 세계 미술사에 큰 획을 그은 거장들의 전시를 개최해왔다.
이번 달 사보 「롯데」에서는 지난 2년 동안 롯데뮤지엄에서 세계적 수준의 전시와 함께 진행한 다양한 아트 컬래버레이션을 소개하고자 한다.



스누피X롯데칠성음료 「데일리 C-아트워터」

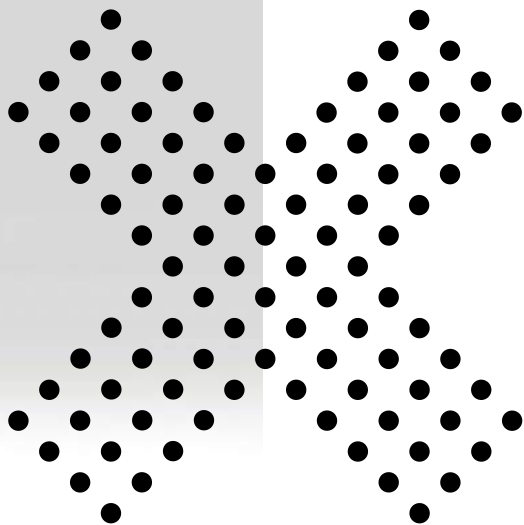
미니멀리즘의 거장 「덴 플래빈」, 현대 초상 회화의 새로운 스타일을 정립한 「알렉스 카츠」, 1950~60년대 팝아트를 새롭게 재해석한 「케니 샤프」, 세계적인 브랜드 프라다의 아트디렉터 활동으로 화제를 불러일으킨 「제임스 진」, 「스누피 달 착륙 50주년 기념 한국 특별전」 그리고 중첩된 상징과 은유를 통해 시대의 억압에 저항하는 독창적인 예술세계를 보여주는 천재 화가 「장 미셸 바스키아」 전시까지, 롯데뮤지엄은 그간 현대 미술의 다채로운 면모를 보여주며 관람객들에게 즐거움과 감동을 선사했다. 롯데월드타워, 송파구청과 함께 진행한 공공 미술프로젝트 「루나 프로젝트」는 한국 작가 최초로 「스티키 몬스터랩」과 진행해 그 의미를 더했다. 또한, 롯데 계열사와 함께 세계적인 문화 콘텐츠를 전시와 연계한 상품 제작 및 마케팅 홍보는 시너지 효과를 내며 그룹사와 롯데뮤지엄의 브랜드 이미지를 동반 상승시켰다.



장 미셸 바스키아X롯데제과 나뚜루 컬래버레이션



제임스 진X롯데칠성음료 「데일리 C-아트워터」



제임스 진X엔제리너스 MD 제품

첫 번째로 「케니 샤프」의 대표작 「코스믹카반」은 롯데첨단소재, 롯데케미칼, 롯데정밀화학, 롯데비피화학, 롯데엠시시의 후원을 받아 기업이 고민하는 환경이라는 문제를 브랜딩을 통해 적극 홍보했다. 또한, 롯데 그린카는 「케니 샤프」의 작품을 차량에 랩핑해 높은 차량 대여율을 기록하며 매출에도 기여했다. 롯데홈쇼핑은 자동차 외관에 직접 그래피티를 그리는 「카밤즈」 퍼포먼스를 통해 관람객들에게 아티스트의 작업을 가까이에서 볼 수 있는 특별한 기회를 선사했다. 그리고 롯데주류는 피츠 맥주와 「케니 샤프」 컬래버레이션 유리잔을 제작해 SNS상에서 큰 화제를 불러일으켰다.

젊은 층을 겨냥한 「제임스 진」 전시에서는 더욱 다양한 그룹사와 컬래버레이션을 진행했다. 롯데컬처웍스는 「제임스 진」 작가와 협업해 영화 「사자」 아트 포스터를 제작했으며, 아트 포스터 원화를 롯데뮤지엄에 전시해 관람에 한층 더 흥미를 더했다. 롯데칠성음료는 「제임스 진」 작가와 컬래버레이션을 통해 「데일리 C-아트워터」 음료를 출시했다. 이외에도 롯데GRS 엔제리너스 MD 제품, 립스 컬래버레이션 제품 등 다양한 그룹사 컬래버레이션 제품을 통해 미술관 밖에서도 아티스트들의 작품을 쉽게 접할 수 있는 기회를 제공했다.



스누피X엔제리너스 MD 제품

스누피 전시에서는 롯데첨단소재의 전폭적인 소재 지원을 통해 포토존 및 고객 휴게 의자, 전시작품 등을 제작했다. 작가들과 컬래버한 플라스틱 대체 소재 「에버모인 ABS」로 제작한 피규어 및 인조대리석 「스타론」으로 제작한 전시장 내부 달 조형물은 인생사진 촬영 공간으로 SNS에서 큰 화제를 모았다. 또한, 롯데월드타워, 송파구청과 함께한 공공미술 「루나 프로젝트」 벌룬은 국내 최초로 롯데케미칼과 한국섬유개발연구원의 공동 연구로 탄생한 재활용 플라스틱 섬유(Recycled PET)로 제작돼 환경보호에 적극적으로 동참하기도 했다. 뿐만 아니라 롯데GRS 엔제리너스 MD 제품, 롯데컬처웍스 MD 제품, 립스 컬래버레이션 제품은 출시되자마자 인기에 판매됐다.



장 미셸 바스키아X롯데제과 몽셀 컬래버레이션

현재 진행 중인 「장 미셸 바스키아」 전시에서는 롯데 GRS엔제리너스, 롯데제과 프리미엄 아이스크림 나뚜루 및 몽셀과 협업해 예술과 제품을 접목한 파격적인 아트마케팅을 선보이고 있다. 롯데GRS가 운영하는 카페 엔제리너스는 바스키아의 작품을 활용한 아트 컬래버레이션 MD 상품 4종을 제작했다. 출시된 제품은 SNS상에서 화제를 끌며 판매와 동시에 매진됐다. 롯데제과 프리미엄 아이스크림 나뚜루는 시그니처 제품인 「녹차」와 「스트로베리」 파인트 제품과 연계한 컬래버레이션을 위해 새롭게 선보인 「럼 진저 레이즌」 컵 3종 제품에 작품을 접목해 특별한 한정판 아이스크림을 제작했다. 또한 롯데제과 몽셀은 「몽셀 오리지널(크림)」, 「몽셀 카카오」 제품 케이스와 내포지에 작품과의 컬래버레이션 제품을 제작해 기존과 차별화된 특별한 디자인 패키지로 소장 욕구를 불러일으켰다.

그룹사별 아트 컬래버레이션은 고객의 네트워크 확장과 브랜드 이미지 상승, 희소가치 상승, 홍보 효과에 따른 매출까지 이어진다. 더 나아가 그룹사 브랜드 아이덴티티를 새롭게 형성해 발전시킬 수 있으며 다각화된 고객의 욕구를 충족시키고 있다. 롯데뮤지엄은 앞으로도 그룹사 협업을 적극적으로 추진해 미술을 더욱 다채롭게 즐길 수 있도록 다양한 컬래버레이션을 시도할 것이다. 그뿐만 아니라 누구나 예술성 높은 작품을 다양한 방식으로 감상하며 삶을 풍요롭게 가꿀 수 있도록 앞장서 나갈 것이다. ❶

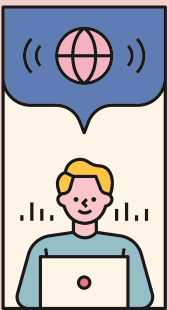
강현임_롯데뮤지엄 컬래버레이션담당 큐레이터



사보 이벤트

바스키아 4행시 짓기

사보 「롯데」에서는 「바스키아」 4행시 이벤트를 진행했다.
수십 대 일의 치열한 경쟁을 뚫고 당첨된 사우들의 4행시를 살펴보자.

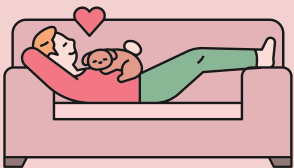


김진솔
롯데제과
유통영업부
CM2

- 바 람이 부는 차가운 계절에도 우리는 출근합니다.
- 스 처 지나가는 동료들의 웃짓도 점점 무거워지는 게 보이네요.
- 키 보드를 두들기는 소리와 프린터기 돌아가는 소리
- 아 우리 차가운 겨울에도 사무실은 뜨거운 열정으로 가득합니다.

김현호
롯데시네마
용인기흥관
필드매니저

- 바 지 샀다
- 스 물로 샀다
- 키 가 작아서 맛을 줄 알았는데...
- 아 라지 살걸!



유인택
롯데렌탈
오��렌탈운영팀

- 바 스락거리는 네 소리에 잠에서 깨어
- 스 을며시 너를 바라보다 네 이마에 살짝
- 키 스를 해
- 아 ! 테스트형 이게 다 꿈이잖소!

이지수
롯데칠성음료
충청지사

- 바 로 지금 당신은
- 스 스로에게 부끄럽지 않은 삶을 살고 계신가요?
- 키 만 컸다고 어른이 아닙니다.
- 아 이보다 배울 점이 많은 어른인지,
다시 한번 되돌아보는 시간을 가지는 건 어떨까요?



※ 당첨되신 분들에게는 롯데뮤지엄 「장 미셸 바스키아」 전시 관람권 4매를 선물로 드립니다.

건강한 100세를 위하여! 치매 피해 가기

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 신경과 나해리 전문의가 치매 예방법에 관해 전한다.



언제든지 찾아올 수 있는 질환, 치매

우리 사회가 고령화되면서, 요즘 65세는 청년이라는 말이 나올 정도로 65세 이후에도 일을 하거나 활동을 하는 경우가 많다. 현재 우리나라 60세 노인 인구는 1,132만 명으로 전체 인구의 20% 이상을 차지한다. 그리고 2020년 중앙치매센터 보고서에 따르면 60~64세 인구에서는 전체 2.7%만이 치매인 반면, 65~69세는 4.2%, 70~74세는 9.0%, 75~79세는 23.3%, 80세~84세는 27.2%, 85세 이상에서는 33.7%가 치매 증상을 보이는 것으로 나타났다. 따라서 치매는 70세 이상에서 현격하게 증상이 나타나기 시작해 그 이후로는 위험률이 가파르게 증가한다.

치매 전 단계인 경도인지장애 단계에 놓인 환자는 이보다 세 배가 많은 것으로 알려져 있는 만큼 가히 치매 및 인지장애는 노인이 피해 가기 어려운 질환이다. 또한, 의료기술이나 환자관리기술의 발달로 평균수명이 늘어남에 따라 치매를 진단받고도 장수하는 경우가 많아 치매 유병률은 점점 증가할 가능성이 높다. 즉, 치매로 진단받고도 오래 장수할 가능성이 많다.

치매는 걸리지 않도록 예방하거나 걸려도 증상을 늦추는 것이 최선이라고 할 수 있다. 정리하면 70세 이상에서 본격적으로 치매 위험이 높아지는 노년으로 접어든다고 볼 수 있고, 최근에는 100세까지 장수하는 노인이 증가해 70대부터 더욱더 치매를 예방하고 관리해야 100세까지 30년을 잘 보낼 수 있다.

치매 예방법

그렇다면 치매를 예방하는 방법에는 무엇이 있을까? 다음에 설명할 수칙들은 70대에게만 국한돼 적용되지는 않고, 전 연령대에서 치매 예방에 공통적이고 필수적인 요소를 정리한 것이다. 특히 고위험군인 70대 이상에서는 이 수칙을 더욱더 잘 지켜야 하고, 생활 속 치매 예방수칙 이행과 더불어 병의원, 지역 내 치매안심센터를 통한 치매조기검진도 필수적이다. 최근 연구들에 의하면 치매 예방은 한 가지 요소보다는 여러 가지 요소가 복합적으로 작용해야 한다. 이번 달 사보에서는 근거가 높은 연구 결과를 토대로 치매 예방 권장사항을 소개하고자 한다.

01 첫 번째로 중요한 것은 고뇌졸중과 관상동맥질환의 위험이 되는 「혈압」, 「당뇨」, 「고지혈증」, 「심장병」, 「흡연」과 같은 생활습관병의 예방과 적절한 치료다. 위에 해당하는 질병은 가급적 빨리 중년기부터 적극적으로 치료하고 예방해야 한다. 그래야 나이가 들어서, 특히 70대의 치매 발병을 낮출 수 있다.

02 두 번째로 중요한 것은 뇌인지강화활동을 통해 치매를 예방하는 것이다. 음악, 미술, 사회활동, 배우기, 독서, 신문 보기, 사람 만나기, 기억력 훈련, 언어 훈련 등의 다양한 활동들이 모두 여기에 속한다. 나이가 들수록 뇌세포가 죽어서 머리가 나빠진다고만 생각하는데 나이가 들수록 신경세포 수가 줄어드는 것은 사실이나 뇌의 기능을 좌우하는 것은 뇌세포의 수와 무게가 아닌 뇌세포 사이의 연결고리인 시냅스다. 시냅스의 수가 많을수록 뇌기능이 좋아지는데, 이러한 활동을 하면 근육이 만들어지듯 뇌에 새로운 회로가 생성돼 뇌를 젊게 유지할 수 있다.

03 세 번째로 중요한 것은 운동이다. 운동과 뇌인지강화활동은 가장 부작용이 없으면서 근거가 확실한 치매 예방법이다. 운동은 심폐기능을 개선해 혈압, 당뇨, 고지혈증, 비만과 같은 생활습관병 치료 및 예방에 도움을 준다. 근육, 골관절의 퇴행성 변화과정이 지연되는 효과를 볼 수도 있다. 뿐만 아니라 노령자의 일상생활 능력을 높여주고 낙상 방지도 도움이 되며 불면증, 우울증 예방에도 효과가 있다. 또한, 운동을 하면 인체 내에서 BDNF라는 물질이 합성돼 신경세포 생성을 돕고 뇌혈관 신생, 시냅스 가소성을 증가시키는 데도 도움이 된다고 알려져 있다. 특히, 이러한 운동이 노년기가 되기 전 중년기 때부터 필요하다고 알려진 만큼, 운동은 모든 연령대에서 치매를 예방하는 중요한 요소다.

04 네 번째로 중요한 요소는 뇌건강에 좋은 음식을 먹고, 좋지 않은 음식은 금하는 일이다. 치매 예방에 도움이 되는 식단과 관련된 다수의 연구에서 지중해 식단을 대표적으로 거론하고 있다. 지중해 식단은 장수 지역인 그리스 크레타



섬 주민들의 전통식사로, 2010년 11월 17일 유네스코세계문화유산에 등재됐다. 다양한 만성질환에 대한 지중해 식단의 보호 효과는 이미 입증된 바 있다. 최근에는 치매 위험을 감소시킬 뿐 아니라 인지기능이 약화하는 속도를 지연시키고, 나이와 관련된 인지 저하의 위험 요소인 호모시스테인 수치 감소에도 도움을 주는 식단으로 보고됐다.

05 마지막으로 중요한 것은 치매 예방의 중요성과 필요성에 대한 올바른 인식 및 예방활동에 대한 개개인의 동기 강화다. 서두에 설명했듯 우리나라는 초고령사회로 진입하고 있다. 2020년 현재 60세는 전체 인구의 20%를 넘었고, 2026년에는 65세가 전체 인구의 20%가 되는 초고령화사회에 진입한다고 한다. 인구의 구성도 문제지만 평균수명의 급격한 증가로 인해 2018년 통계청 발표 기준 평균기대수명이 여자 85.7세, 남자는 82.7세로 가파르게 증가하고 있다. 2018년 통계청 발표 기준으로도 90세 이상의 초고령 노인은 이미 16만 명 이상이다. 신경과, 노년내과 등의 진료실에는

90대가 넘는 이들 환자가 넘쳐나고, 그중 많은 환자가 치매를 앓고 있으며 동시에 20년 이상 걸거나 누워서 다양한 형태로 장수하고 있다.

예방 통해 유병률 감소 가능

치매를 앓으며 장수한다는 것은 장기간에 걸쳐 누군가에게 부양받으며 살아가야 함을 의미하며 환자 본인은 물론, 가족과 사회에도 적지 않은 어려움을 안겨준다. 지금 우리는 장수를 피하기 어려운 시대에 살고 있다. 만약, 노화된 뇌로 장수한다면 인지기능의 저하나 치매를 피할 수 없을 것이다. 뇌에 이상신호가 생겨도 좀 더 시냅스가 풍부한 튼튼한 뇌를 갖는다면 증상이 지연되거나 발병을 피할 수도 있다. 선진국에서는 치매 예방을 위한 많은 노력 덕분에 치매 유병률이 감소하는 추세다. 우리나라에서도 치매를 예방하기 위한 노력을 꾸준히 기울인다면 유병률이 현저히 감소할 것이다. 피할 수 없는 병 치매, 미리미리 준비하고 예방하자. ❶

나해리_보바스기념병원 신경과 전문의



울긋불긋 단풍과 희게 빛나는 억새가 등산객을 반기는 「영남 알프스」



가을의 산행은 매력적이다. 울긋불긋한 단풍과 은행, 희게 빛나는 억새들과 맑은 하늘, 시원한 공기까지. 이번 달에는 한강 이남에서 가장 아름답기로 손꼽히는 산들의 군집이며, 등산을 좋아한다면 꼭 가봐야 하는 울산 「영남 알프스」를 소개한다. 영남 알프스는 울산과 인근 지역에서 높이 1,000m를 넘는 9개 산의 산세가 수려해 유럽의 알프스와 같다고 해서 붙은 명칭으로, 사계절 내내 전국 곳곳에서 등산객들의 발길이 끊이지 않는 명소다.



• 문의: 1577-6511

대한민국 대표 억새 군락지 「간월재」

「영남 알프스」를 단 하루만 가야 한다면, 시간이 촉박해서 가장 유명한 곳만 가야 한다면, 「영남 알프스」의 핵심으로 꼽히는 간월산과 신불산의 능선을 연결하는 「간월재」에 가야 한다. 「간월재」로 향하는 길은 보통 세 가지로 나뉘는데 간월산 혹은 신불산에서 넘어오는 방법과 「등억온천단지」에서 출발하는 방법이 있다. 일행에게 어느 정도 등산 경험이 있다면 각 산에서 넘어오는 것을 추천하고, 등산을 조금 어려워하는 구성원이 있다면 「등억온천단지」에서 임도를 따라 올라오는 것을 추천한다.

「간월재」에 오르면 약 33만 579㎡(10만 평)에 이르는 억새가 양 산의 능선을 따라 펼쳐져 있는 광경을 볼 수 있는데, 마치 하얀 바다에 들어온 듯한 착각을 불러일으킬 정도

다. 억새는 햇빛에 따라 색이 하얗고 노랗게 변하는데 이른 아침이나 해질 무렵에 방문한다면 다양한 느낌의 억새평원을 감상할 수 있다. 시원한 바람과 아름다운 억새를 바라보며 「간월재」 휴게소에서 판매하는 컵라면과 달걀, 아이스크림 등의 간식거리를 일행들과 함께 먹는 것은 또 하나의 즐거움이다. 간월재에서 신불산 정상까지는 약 16.km이고 간월산 정상까지는 약 800m로 가까우니, 양쪽 산 정상을 모두 다녀오는 것을 추천한다. 억새밭 사이로 설치된 데크를 타고 각 산의 능선을 오르며 바라보는 풍광은 아래에서 바라보는 것과는 다른 아름다움을 선사한다. 연계 산행을 계획 중이라면 간월산을 통해 배내봉으로, 신불산을 통해 영축산으로 갈 수 있다. 신불산과 영축산 사이에도 약 198만 3,471㎡(60만 평)의 억새 군락지가 형성돼 있으니, 시간이 된다면 꼭 방문해 보자.

영남 알프스 최고봉, 가지산

가지산은 해발 1,241m의 높이를 자랑하는데, 「영남 알프스」를 이루는 9개 산 중 가장 높다. 산세가 약간 험한 편인데, 정상 부근으로 갈수록 바위로 이루어진 능선이 많아 등산 초보들이 가기엔 다소 위험할 수 있다. 정상으로 가다 보면 쌀바위라는 큰 바위가 나온다. 황금알을 낳는 거위 이야기처럼 쌀이 조금씩 나오는 바위를 쪼개 더 이상 쌀을 얻지 못하게 되었다는 인간의 욕심과 관련된 일화가 전해져 내려오는 바위다. 가지산 정상에 오르면 영남 알프스 최고봉인 만큼 정말 탁 트인 느낌을 받을 수 있다. 정상에는 가지산장이라는 가게가 하나 있다. 라면과 두부김치, 음료수 등 약간의 요깃거리와 간식거리를 판매하고 있으니 영남 알프스 최고봉에서 다른 산들을 바라보며 배를 든든히 채우는 것도 색다른 경험이 될 것이다. ①

백승윤_롯데제이티비 영업전략팀 대리

올가을 가장 강렬한 서스펜스 스릴러

자백

소지섭, 김윤진, 나나, 최광일까지 충무로 대표 연기파 배우들의 첫 만남으로 화제를 모은 영화가 있다. 무죄를 입증하기 위한 밀실 사건의 용의자와 유죄도 무죄로 만드는 승률 100% 변호사의 숨 막히는 사건 재구성! 예측 불가능한 전개와 긴장 넘치는 강렬한 서스펜스를 선사할 영화, 「자백」이다.

불륜 사실을 폭로하겠다는 협박을 받고 호텔로 간 유망한 사업가 「유민호」는 누군가의 습격을 받고 쓰러진다. 정신을 차려보니 함께 있던 「김세희」가 죽어있고, 범인은 흔적조차 찾을 수 없다. 성공한 사업가에서 순식간에 살인 용의자가 된 「유민호」는 무죄를 입증하기 위해 승률 100% 변호사 「양신애」를 찾는다. 눈 내리는 깊은 산속 별장에서 마주한 두 사람, 사건의 조각들이 하나씩 맞춰지는데...

사건의 조각이 들어맞는 순간, 진실이 뒤바뀐다!

영화 「자백」은 살인 사건의 결백을 주장하는 「유민호」와 그의 진술을 바탕으로 사건을 재구성해나가는 「양신애」 변호사의 대화를 중심으로 진행된다. 누명을 벗기 위해 속내를 꺼내놓는 「유민호」와 그의 진술 속 허점을 메워가며 사건의 조각을 다시 맞춰가는 「양신애」의 설전이 시종일관 날카로운 긴장감을 형성한다.

상대방을 쥐락펴락하며 대화를 주도하는 「유민호」와 그의 심리를 이용해 숨겨진 진실을 끄집어내는 「양신애」의 팽팽한 심리전 그리고 숨 막히는 대화의 줄다리기는 영화 「자백」의 결정적 관전 포인트다. 무

엇이 진실이고 거짓인지 쌓여가는 대화 속에 관객들은 혼란에 빠지고, 새로운 이야기와 단서가 계속 등장하며 끝까지 손에 땀을 쥐게 하는 스릴을 만들어낸다.

충무로 연기 베테랑들의 절묘한 연기와 이들이 모여 발휘하는 불꽃 튀는 시너지는 영화에 생동감을 더해준다. 「유민호」 역할을 맡은 배우 소지섭은 다양한 장르를 섭렵한 경험을 토대로 감정의 높낮이나 이야기의 템포에 맞춰 눈동자의 움직임까지 계산해 치밀한 연기를 선보일 예정이다. 「양신애」 역할을 맡은 원조 스릴러 퀸 김윤진은 「20여 년의 연기 인생 동안 촬영하면서 끊임없이 고민하며 연기한 것은 처음」이라고 밝힐 정도로 캐릭터에 몰입해 연기를 완성했다. 배우로서 탄탄한 내공을 쌓아가고 있는 나나는 궁지에 몰린 캐릭터 「김세희」의 다양한 모습을 한꺼번에 보여주며 난이도 높은 연기를 펼쳤고, 묵직한 존재감을 지닌 배우 최광일은 사건을 파헤치는 「한영석」 역할을 완벽히 흡수하며 스크린을 뚫고 관객들에게 강렬한 서스펜스를 전할 예정이다.

영화 「자백」은 「광해, 왕이 된 남자」, 「신과 함께」 시리즈까지 트리플 천만 영화를 탄생시킨 리얼라이즈 픽처스와 베테랑 제작진, 섬세하고 치밀한 스토리텔러 윤종석 감독이 만나 빚어낸 웰메이드 서스펜스 스릴러다. 윤종석 감독은 프리 프로덕션 단계에서부터 배우들과 함께 디테일을 쌓으며, 치밀한 연출과 예측할 수 없는 전개로 관객들의 마음을 사로잡을 예정이다.

한 편의 추리소설 같은 압도적인 몰입감! 웰메이드 스릴러의 진수 「자백」에 주목해보자.

박기웅 롯데컬처웍스 홍보/CSV담당

VIEW POINT

배우 소지섭의 파격 변신

멜로, 액션, 사극, 코미디 등 장르를 불문하고 독보적인 활약을 펼쳐온 배우 소지섭이 필모그래피 사상 첫 서스펜스 스릴러 장르에 도전한다. 그는 유민호 역할을 연기하며 불안, 분노, 억울함, 절실함 등 위기에 몰린 사람의 복잡한 심경을 밀도 있게 표현하고, 휘몰아치는 감정의 진폭을 담아 폭발적인 열연을 펼칠 예정이다.

「소지섭에게 저런 면이 있었나? 하는 새로운 모습을 볼 수 있을 것」이라며 자신의 변신에 자신감을 드러낸 소지섭의 새로운 모습과 충무로 연기 장인들의 팽팽한 연기 대결에 집중한다면, 영화를 더욱 흥미롭게 관람할 수 있을 것이다.

디테일이 만들어낸 완성도

영화 「자백」은 프리 프로덕션 단계에서부터 10여 차례 이상 단체 및 개별 리딩을 진행하며, 배우들의 움직임과 표정, 몸짓, 목소리 톤까지 세세하게 사나리오와 콘티에 반영했다. 「유민호」와 「양신애」의 숨 막히는 대치가 펼쳐지는 특정 씬에서는, 이례적으로 하루 전 전체 리하설을 진행해 실제 세트 안에서 동선, 조명, 설계, 카메라 워킹까지 합을 맞추며 디테일을 다졌다. 또한, 배우들은 매 씬, 매 컷마다 철두철미한 사전 연습과 대화를 이어가며 감정 밀도와 미묘한 움직임까지 꼼꼼하게 설계해 캐릭터를 완성했다.

베테랑 제작진과 배우들이 심혈을 기울여 완성한 웰메이드 스릴러 「자백」, 배우들의 아주 작은 몸짓과 표정까지, 디테일을 캐치하는 재미도 함께 느낄 수 있는 영화다.

11월의 영화
「자백」 예매는?

롯데시네마
APP으로



LOTTE
CINEMA

QR 코드로 앱을 다운로드하세요



롯데칠성음료
「클라우드 생 드래프트 생 라이브」



롯데푸드
「쉐푸드 구운 주먹밥」



엔제리너스
청도 홍시 한정 제품



롯데네슬레코리아
퓨리나 원 「트루 오리진」 런칭



롯데유통사업본부
빼빼로데이 사전 준비활동



롯데백화점
창립 41주년 레트로 감성 한정판 굿즈

식 품

FOODS

롯데제과

빼빼로, 광고 캠페인 전개

롯데제과는 10월 20일 빼빼로데이를 맞아 빼빼로 광고 캠페인을 전개한다고 밝혔다. 특히, 올해는 동일한 내용의 광고를 카자흐스탄, 러시아, 중국, 싱가포르 등 해외에도 동시 방영하는 글로벌 캠페인으로 전개했다. 이번 글로벌 광고 캠페인의 주요 콘셉트는 「Say Hello with pepero」, 즉 「빼빼로로 안부를 전해요」이며 인물 대신 캐릭터 「빼빼로프렌즈」가 등장한다.

롯데칠성음료

「클라우드 생 드래프트 생 라이브」 성료

롯데칠성음료는 10월 9일 「클라우드 생 드래프트 생 라이브」를 성황리에 종료했다. 사회적 거리 두기가 실행 중인 시점에 소비자 및 쌍방향 소통과 교감을 나누기 위해 개최된 「클라우드 생 드래프트 생 라이브」는 파주의 한 스튜디오에서 오후 9시부터 한 시간가량 진행됐으며, 클라우드 공식 유튜브 채널 「kloudbeer」를 통해 실시간 중계됐다. 이날 라이브는 최대 동시 접속자 수 3,200명, 총 재생수 1만

3,000회를 기록했으며, 고객 참여형 게임, 「클라우드 생 드래프트」 모델인 박서준과의 Q&A 등 다양한 콘텐츠로 진행됐다.

「레쓰비 그란데 헤이즐넛」 출시

롯데칠성음료는 10월 16일 「레쓰비 그란데 헤이즐넛」을 출시했다. 이번에 선보인 신제품은 커피 본연의 맛과 향을 깔끔하게 즐길 수 있는 블랙커피에 헤이즐넛 향을 더한 500mL 페트병 제품이다. 「레쓰비」 특유의 진하면서도 달콤한 커피에 천연 헤이즐넛 향을 더했다.

롯데푸드

「쉐푸드 구운 주먹밥」 2종 출시

롯데푸드는 10월 14일 전자레인지로 간편하게 완성할 수 있는 냉동 간편식 주먹밥 「쉐푸드 구운 주먹밥」 2종을 출시했다. 200℃ 이상 오븐에 구워서 겉은 쫄깃하고 속은 촉촉한 누룽지의 풍미를 느낄 수 있는 주먹밥이다. 밥, 고기, 야채를 골고루 균형 있게 넣어 풍성한 맛을 즐길 수 있다. 「구운 소불고기 주먹밥」과 「구운 전주 비빔 주먹밥」 2종으로 출시돼 바쁜 아침 가벼운 식사나 아이들 간식으로 활용하기에 적합하다.

「에그콘」 아이스바 출시

롯데푸드는 10월 20일 콘치즈 맛 아이스바인 「에그콘」을 선보였다. 「에그콘」은 단면이 삶은 달걀 모습인 아이스바 제품이다. 모양은 삶은 달걀이지만, 막상 맛을 보면 콘치즈 맛이 나서 색다른 재미를 느낄 수 있다. 다소 생소하지만 달콤하면서도 고소한 맛을 낸다. 특히, 매력적인 콘치즈 맛 아이스크림의 가운데의 노란 부분은 옥수수 맛이 나고, 겉의 흰 부분은 크림치즈 맛이 난다. 각각 볶음옥수수 분말과 크림치즈 분말이 들어갔다.

롯데GRS

엔제리너스, 가을 한정 메뉴 4종 출시

엔제리너스는 10월 12일부터 11월 18일까지 청도 홍시를 자연 그대로 담은 메뉴 4종(음료 3종, 디저트 1종)을 한정 판매한다. 모양이 쟁반처럼 납작해서 반시로 일컫는 청도 홍시는 당도가 높고 식감이 부드러운 것이 특징이며, 키로틴과 비타민 C 등이 풍부해 면역력 강화에 도움을 준다. 신제품 음료는 「청도홍시 듬뿍 스노우」, 「청도홍시 담은 코코노우」, 「청도홍시 듬뿍 라떼」 등이며 디저트 「청도아이스 홍시 와플」도 함께 출시됐다.

롯데네슬레코리아

퓨리나 원 「트루 오리진」 출시

롯데네슬레코리아는 11월 5일 퓨리나원 「트루 오리진(True Origin)」 고밀도 영양식 순살 연어와 참치를 출시한다고 밝혔다. 「트루 오리진」은 활동량이 많은 성견에 맞춰 고밀도 압축 영양을 사료 알갱이에 담아냈으며, 쫄깃한 키크이 식감을 더해 기호성을 더욱 높인 제품이다. 가까운 반려동물 전용 펫숍과 공식 자사몰 퓨리나 펫케어에서 구매할 수 있다.

롯데유통사업본부

빼빼로데이 사전 준비활동 진행

롯데유통사업본부는 10월 1일부터 31일까지 빼빼로데이를 앞두고 유통채널별 판매 특성을 고려해 사전 준비활동을 진행했다. 유통사업본부 현장 관리자들은 연출 지원 협의를 통해 대형마트와 시판 대형점에서 소비자의 주 동선상에 위치해 판매량이 가장 높은 메인 행사 매대 내 진열 공간을 사전에 확보했다. 또한, 판매량이 증가하는 CVS와 소형 시판 점에서는 수제 소포장 및 바구니 포장 제품을 판매량이 높은 포스 매대 앞 엔드 매대와 추가 매대에 집중 구성했다.

온장고 사전 진열 선점활동 진행

롯데유통사업본부는 10월 1일부터 31일까지 온음료의 판매량이 급격하게 증가하는 동절기에 대비해 온장고 사전 진열 선점활동을 진행했다. 이번 활동은 온장고에 주로 진열되는 RTD커피를 중심으로 롯데칠성음료의 매출 향상을 위해 「레쓰비」 6종과 「칸타타」 10종, 꿀물 등을 주요 관리 품목으로 선정해 온장고 내에 집중 진열하는 활동으로 이뤄졌다.

유통

RETAIL

롯데백화점

창립 41주년 행사 진행

롯데백화점은 10월 23일부터 11월 8일까지 창립 41주년을 맞아 「쇼핑의 모든 것」을 테마로 다양한 행사를 진행한다. 롯데백화점은 코로나19 상황을 고려해 많은 인원이 몰리는 집객성 이벤트 대신 올해 초부터 기획한 특별 상품 행사에 집중했다. 이번 창립 기념행사에서도 롯데백화점은 집콕 트렌드에 맞춘 「홈퍼니싱 워크」, 프리미엄 구스 침구류를 파격적인 가격에 선보이는 「구스페어」를 비롯해 프리미엄 패딩을 단독으로 선보였다.

창립기념 레트로 감성 한정판 굿즈 출시

롯데백화점은 10월 23일부터 11월 8일까지 창립 41주년 기념 한정판 굿즈를 금액 대별 한정 수량으로 선보인다. 41년 동안 한결같은 애정을 보내준 고객들에게 보답하고자 기획된 이번 한정판 굿즈는 레트로 문구세트 2종, 호텔 바스 어메니티 2종의 총 네 가지로 구성됐다. 그중 레트로 문구세트 굿즈는 롯데제과와 컬래버레이션을 통해 「주시후레쉬」, 「스피아민트」, 「후레쉬민트」 껌 3종의 옛 디자인을 문구류에 활용했다.

롯데슈퍼

고객 영수증 선택 발행 도입

롯데슈퍼는 10월 20일 자원 절약 및 환경 보호를 위해 오프라인 점포에서 제품을 구입하는 고객들을 대상으로 고객 영수증 선택 발행제를 도입했다고 밝혔다. 해당 시스템은 계산을 마친 직원이 고객에게 영수증 출력과 미출력에 대해 설명한 뒤, 고객의 의사를 확인하고 그에 따라 영수증을 발급하는 형태다. 롯데슈퍼는 해당 제도를 통해 자원을 절약할 수 있을 것으로 기대하며, 추후에도 지속적으로 환경보호에 앞장설 계획이다.



롯데e커머스
「롯데ON세상」



로스
비건 뷰티 제품 행사



롯데홈쇼핑
「2020 대한민국 지속가능성대회」 시상식



롯데하이마트
「AR 가상 배치 체험 서비스」 이벤트



롯데멤버스
「LPOINT 프리미엄」 체험단 이벤트



백제문화단지
「백제의 고향」 공포체험

롯데e커머스

롯데 7개 유통사와 「롯데ON세상」 진행

롯데e커머스는 10월 23일부터 11월 1일까지 열흘간 롯데쇼핑 창립 41주년을 기념해 주요 7개 롯데 유통계열사와 함께 「롯데ON세상」 행사를 진행했다. 역대 최대인 2조 원 규모의 「롯데ON세상」 행사에서는 50만 개의 상품이 최대 80% 할인 판매됐다. 행사상품 구매 시 사용 가능한 20% 추가 할인쿠폰이 지급됐으며 구매 금액의 최대 20%를 LPOINT로 돌려주는 구매 사은행사도 함께 진행됐다.

롯데ON, 명품 정기 행사 진행

롯데ON은 10월 20일 명품 정기 행사를 진행한다고 밝혔다. 실제 롯데ON 론칭 직후인 5월부터 9월까지 명품 매출을 살펴보면, 지난해 동기간 대비 21.3%의 신장률을 보였다. 롯데ON은 매주 일요일 진행하는 「명품데이」를 통해 온라인 명품 시장에서 입지를 다져나갈 계획이다.

로스

방콕족을 위한 젠가 증정 프로모션 진행

로스는 10월 8일부터 18일까지 「방콕 시그널! 러브 메시지 젠가」 행사를 진행했다.

로스는 코로나 장기화에 따른 방콕생활을 더 재미있게 보내길 바라는 마음에서 젠가 게임을 준비하고, 해당 기간에 LPOINT 회원이 로스 온·오프라인에서 4만 원 이상 구매하면 러브 메시지 젠가를 증정했다. 또한, 더욱 재미있게 게임을 즐길 수 있도록 썸을 부르는 메시지 스티커를 젠가에 부착할 수 있도록 동봉했다.

매월 다른 비건 뷰티 행사 개최

로스는 10월 20일 매월 다양한 카테고리의 비건 제품들을 소개하고 최대 50% 할인 판매하는 행사를 진행한다고 밝혔다. 최근 동물보호는 물론 필(必)환경, 착한 소비 등을 중요하게 생각하는 MZ 세대를 중심으로 동물 실험이나 동물성 원료 사용 여부를 꼼꼼히 확인하는 소비자들이 늘어남에 따라 로스는 다양한 비건 화장품 브랜드들을 입점시켜 왔다. 특히, 「베리썸」, 「캐트리스」 등 기초 화장품에 집중된 비건 뷰티 시장에서 보기 드문 색조 제품을 만날 수 있는 점이 특징이다.

코리아세븐

디저트 콘셉트 이색 호빵 시리즈 출시

세븐일레븐은 10월 21일 젊은 층을 중심

으로 이색 호빵의 수요가 증가함에 따라 디저트 타입의 이색 호빵 시리즈를 출시했다. 이번에 선보인 「미니언즈 바나나호빵」은 인기 캐릭터 미니언즈와 컬래버한 제품이며, 노란색 빵 속에 바나나 커스터드 크림을 넣어 부드럽고 달콤한 맛이 특징이다. 특히, 글로벌 식품 기업 「크래프트 하인즈」의 크림치즈를 활용한 「크림치즈호빵」은 치즈의 깊은 풍미가 일품으로 커피나 우유와 함께 즐기기에 좋다.

롯데홈쇼핑

「대한민국 지속가능성대회」 홈쇼핑 1위

롯데홈쇼핑은 10월 16일 한국표준협회 주관 「2020년 대한민국 지속가능성대회」에서 홈쇼핑 부문 우수기업 1위 및 최고경영자상을 수상했다. 이날 시상식에서 롯데홈쇼핑은 「동반성장 컨퍼런스」, 「상생 간담회」, 「경력단절 여성 인재 육성 프로그램」 등 다양한 상생협력, 사회공헌활동들로 높은 평가를 받았다. 또한, 이날 이완신 롯데홈쇼핑 대표도 조직 구성원은 물론 이해관계자와의 신뢰 구축, 상호 발전을 통해 기업의 사회적 책임경영에 앞장선 점을 높이 평가받아 지속가능경영 최고경영자상을 수상했다.

롯데하이마트

「AR 가상 배치 체험 서비스」 이벤트 진행

롯데하이마트는 10월 1일부터 31일까지 「AR 가상 배치 체험 서비스」 오픈을 기념해 고객 참여 이벤트를 진행했다. 「AR 가상 배치 체험 서비스」는 가상으로 구현한 가전제품 이미지를 현실 배경에 결합해 배치 모습을 미리 체험해 볼 수 있는 서비스다. 롯데하이마트는 AR 서비스 체험 화면을 「차세대 라이프스타일관」에 인증하고 서비스 대상 제품을 구매한 고객에게는 LPOINT 최대 15만 점을, 우수 참여자에게는 모바일 상품권을 증정했다.

「빅(BIG)하트세일」 진행

롯데하이마트는 10월 5일부터 11일까지 온라인쇼핑몰에서 「빅(BIG)하트세일」을 진행하고 다양한 기획전을 선보였다. 「하트비트 특가」 기획전을 통해 매일 오전 10시 30가지 인기 가전제품을 한정수량 할인 판매했으며, 매일 5개 브랜드를 7일간 릴레이로 선보이는 「브랜드 릴레이」와 같은 제품을 2개 사면 추가로 할인해 주는 「하트 온리 패키지」도 마련했다. 롯데하이마트는 연말까지 매달 초 일주일간 「빅(BIG)하트세일」을 진행할 예정이다.

롯데멤버스

「LPOINT 프리미엄」 체험단 모집

롯데멤버스는 10월 7일 「LPOINT 프리미엄」 체험단 모집을 시작했다. LPOINT 회원 누구나 참가비 3,000원만 내면 11월 15일까지 약 40일간 10여 개 롯데 주요 유통채널에서 온·오프라인 구매 시 결제금액의 3%(최대 3만 포인트)를 LPOINT로 돌려받을 수 있는 이벤트다. 이 행사는 신규 유료회원제 모델 테스트 차원에서 진행됐으며, 일주일 만에 신청순 3,000명 모집이 마감됐다.

관광·서비스

「그린 스테이」 패키지 출시

롯데호텔 제주는 11월 1일부터 30일까지 한 달간 친환경 패키지 「그린 스테이 (Green Stay)」를 선보인다. 객실 1박, 조식 2인과 친환경 리워드 아이템 1세트로 구성된 이 패키지는 투숙객에게 친환경 캠페인에 참여할 수 있는 기회를 제공한다. 먼저, 고객은 환경보호를 위해 투숙 기간에 침구류를 재사용하며, 침구류 교체를 원할 때는 「그레이 카드」를 침대 위에 올려두면 된다. 호텔에서 사용한 린넨을 업

사이클링해 제작한 특별한 선물도 준비돼 있다.

롯데리조트

시즌 굿즈 「동행물건」 포함된 패키지 판매

롯데리조트부여는 10월 16일부터 11월 30일까지 MZ 세대를 위한 브랜드 시즌 굿즈 시리즈 「동행물건」을 기획, 그 첫 번째로 「어텀 메모리즈 워드 동행물건」 패키지를 선보인다. 한국후지필름과 협업을 통해 출시된 이번 가을시즌 굿즈는 레트로 감성이 가득한 「커스텀 쿼츠냅(일회용 카메라)」과 미니앨범으로 구성됐다.

「백제의 고향」 공포체험 상시 운영

롯데리조트는 10월 9일부터 11월 28일까지 매주 토요일마다 백제문화단지에서 「백제의 고향」 공포체험이 상시 프로그램으로 운영된다고 밝혔다. 이번 프로그램에는 기존 백제 역사와 호령의 결합이라는 특징에 더해 최근 젊은 세대에게 인기를 끌고 있는 「방탈출게임」이 추가됐다. 해당 체험의 참가 신청은 백제문화단지 내 생활문화마를 입구에서 가능하며, 저녁 8시부터 10시까지 운영된다. 참가비는 1인당 2,000원이다.



롯데면세점 명동본점
2020 프론티어 어워즈 수상



롯데월드 어드벤처
에너지경영시스템(ISO50001) 인증 획득



롯데물산
아간 마블 미디어쇼



롯데정보통신
철도 RAMS분야 사업협력 MOU



롯데자이언츠
사직구장 덕아웃에 비치된 선수단 전용
「자이언츠 야구점」



롯데렌터카
「땡큐백 페스타 시즌 2」

롯데면세점

명동본점 「올해의 시내면세점」 수상

롯데면세점은 10월 5일 명동본점이 「2020 프론티어 어워즈」에서 「올해의 시내면세점」을 수상했다고 밝혔다. 「프론티어 어워즈」는 영국 면세전문지 「DFN」에서 매년 주최하는 글로벌 관광유통업계 어워즈로 업계 최고 권위의 시상식이다. 롯데면세점 명동본점은 업계 최대 규모의 VIP 라운지 「스타 라운지」를 통해 다양한 고객 체험 이벤트를 진행하고, 왕홍 라이브 페스티벌 개최 및 업계 최초로 미래형 뷰티 전문 매장 「스마트 스토어」를 오픈하는 등 차별화된 쇼핑 콘텐츠를 선보여 좋은 평가를 받았다.

롯데월드

에너지경영시스템 인증 획득

롯데월드 어드벤처는 10월 19일 국제표준화기구(ISO) 공인 에너지경영시스템인 「ISO50001」 인증을 획득했다. 롯데월드 어드벤처는 그간 에너지 효율 향상 통합 관리를 위해 전력 및 설비 계통 에너지 흐름의 매뉴얼을 수립하고, 내부에 전담팀을 구성해 에너지 관리체계를 확대 운영해 왔다. 그리고 이번에 주요 에너지

관리시설 현장 심사를 거쳐 에너지 사용량, 직간접 온실가스 배출량과 친에너지 제품 구매율 등 에너지경영시스템(EnMS) 성과지표에 따라 한국경영인증원으로부터 ISO50001 인증을 획득했다.

부산롯데호텔

트립어드바이저 수상 기념 패키지 출시

롯데호텔 부산은 10월 6일부터 11월 30일까지 「총지배인의 실수」 패키지를 선보인다. 이 패키지는 지난 9월 2020 트립어드바이저 「트래블러스 초이스」 베스트 호텔, 인기 럭셔리 호텔, 인기 서비스 호텔 3개 부문에서 5년 연속 부산 1위에 오른 것을 기념해 출시됐다. 디럭스 룸 1박, 아포틱 화이트와인과 호텔 1층 델리카한스 샐러드 세트, 피트니스 2인 이용권(헬스, 사우나, 수영장)으로 구성됐다. 가격은 17만 원(세금 및 봉사료 미포함)부터다.

롯데물산

히어로 콘셉트 핼러윈 축제 진행

롯데물산은 10월 20일부터 11월 1일까지 롯데월드타워·몰에서 월트디즈니컴퍼니 코리아와 함께 히어로 콘셉트로 핼러윈 축제를 진행했다. 이번 핼러윈 축제는 우

리 모두 히어로가 돼 코로나19를 잘 이겨내자는 의미로 기획됐다. 올해는 전 세계적으로 인기 있는 마블 히어로의 월트디즈니컴퍼니코리아와 협업해 롯데월드타워·몰 아간 마블 미디어쇼, 코스튬 퍼포먼스, SNS 이벤트 등을 선보였다

롯데정보통신

SI 학습용 데이터 구축 사업 참여

롯데정보통신은 10월 19일 과학기술정보통신부가 주관하고 한국정보화진흥원이 추진하는 SI 학습용 데이터 구축 사업에 참여한다고 밝혔다. 롯데정보통신은 「상품 이미지 구축 및 고객 주문 질의 응답 SI 데이터 구축」 과제를 총괄해, 1만여 개의 상품 이미지 데이터 및 질의 응답 텍스트 데이터 셋을 구축할 예정이다. 또한, 향후 영상과 음성인식 기술을 더욱 고도화해 비대면 시대에 적용할 수 있는 서비스들을 발굴해 나갈 계획이다.

철도 RAMS 분야 사업협력 체결

롯데정보통신은 10월 13일 한국철도기술연구원의 창업 1호 회사인 네모시스(주)와 철도 RAMS 분야에서 기술협력을 체결했다. RAMS는 신뢰성(Reliability), 가용

성(Availability), 정비성(Maintainability), 안전성(Safety)의 앞 글자를 딴 용어로, 체계적인 안전관리활동의 핵심요소다. 이번 MOU를 통해 롯데정보통신은 철도 시스템 구축부터 관제, 인프라, 유지 보수에 이르는 기존 사업에 더해 철도 RAMS 분야까지 영역을 확대할 수 있게 됐다.

대홍기획

「제37회 DCA대학생광고대상」 수상작 발표

대홍기획은 10월 12일 예비 광고인들이 광고·마케팅 크리에이티브를 겨루는 「제37회 DCA 대학생광고대상」 수상작을 발표했다. 올해는 코로나19 확산 방지를 위해 응모부터 심사까지 온라인을 통해 비대면으로 진행됐으며, 지난해보다 약 2배 이상 증가한 총 2,800여 점의 작품이 접수돼 치열한 경쟁을 벌였다. 대상에 롯데주류 클라우드 생 드래프트 「이런 생은 처음이라」와 롯데제과 웨이커 「OH! 뜻밖의 오토밀」이 선정되는 등 총 12편이 수상의 영예를 안았다.

「IBA 어워드 2020」 최고상 수상

대홍기획은 「IBA 어워드 2020」 출판부문에서 「롯데칠성음료 70년사」로 최고상인

금상을 수상했다. 올해로 17회를 맞이한 「IBA 어워드」는 전 세계 기업의 활동 성과와 사회적 기여도 등을 평가해 최우수 기업에 시상한다. 올해는 전 세계 60개국에서 3,800여 편의 작품이 출품됐다. 「롯데칠성음료 70년사」는 히스토리 북과 브랜드 스토리북 총 두 권이 한 묶음으로 구성됐으며, 국내 최장수 음료 브랜드인 칠성사이다를 비롯해 70년에 걸친 국내 음료 산업의 성장 과정을 생생히 담았다.

롯데자이언츠

「자이언츠 야구점, 5만 개 제공

롯데자이언츠는 10월 15일 롯데중앙연구소와 롯데제과가 함께 제작한 「자이언츠 야구점」을 선수단에 제공했다. 시즌 중 선수별로 맞춤형을 지급했던 구단은 이번엔 시즌 종반 선수단의 선전을 기원하며, 롯데중앙연구소가 개발하고 롯데제과가 제작한 선수단 공용점인 「자이언츠 야구점」 50박스(총 5만 개)를 선수단에 전달했다.

롯데자산개발

신개념 갤러리 카페 「어바웃」 오픈

롯데자산개발은 10월 16일 롯데월드타워

와 에비뉴엘을 잇는 1층 다이버홀에 아트 갤러리 카페 「어바웃」을 오픈했다. 「어바웃」은 화화는 물론 오브제, 미디어아트 등 다양한 예술작품을 모은 신개념 복합 문화 공간이다. 고객들은 입구, 천장 등 다양한 공간에서 문, 구름 모양의 오브제를 감상할 수 있고 내부 한 면에 설치된 아트월, 가로 길이 4.4m에 달하는 스크린을 통해서도 작품 등을 감상할 수 있다. 또한, 브런치, 샐러드와 커피 등 F&B 메뉴를 즐길 수 있다.

롯데렌탈

「땡큐백 페스타 시즌 2」 진행

롯데렌탈은 11월 1일부터 30일까지 한 달간 개인 장기렌터카 고객을 대상으로 특별 프로모션 「땡큐백(Thank you-back) 페스타 시즌 2」를 실시한다. 이번 「땡큐백 페스타」에서는 세단부터 SUV까지 인기 차종을 기존 대비 최대 430만 원 할인해 준다. 또한, 계약을 완료한 고객을 대상으로 추첨을 통해 롯데백화점 상품권 50만 원을 증정하고, 계약 완료 후 롯데렌터카의 통합 고객지원 앱 「신차장멤버십」에서 인증한 고객에게는 휴대폰 경품 이벤트 참여 기회를 제공한다.



롯데글로벌로지스
롯데택배 배송 서비스



롯데정밀화학
KCGS ESG 평가 등급



롯데건설
「캐슬 듀플렉스 가든하우스」 개념도



캐논코리아 비즈니스 솔루션
KCSI 고객만족도 1위 달성



한국후지필름
신제품 「인스탁스 스퀘어 SQ1」



롯데의료재단
보건복지부 장관 표창

롯데글로벌로지스

추석 특수기 맞아 비상근무체제로 전환

롯데글로벌로지스는 10월 8일의 추석 특별 특수기에 비상근무체제로 전환해 택배 배송 서비스를 차질 없이 마무리했다. 비상근무체제 기간 동안 24시간 비상 상황을 운영하며 일단위로 배송 상황을 점검했으며 배송 지원 인력 추가 투입과 물류센터 분류인력을 30% 증원했다. 또한, 대형집배센터 직노선 확대 운영을 통해 추석 특수기 배송에 차질이 없도록 철저히 대비했다.

롯데컬처웍스

롯데시네마 중랑 개관

롯데컬처웍스는 10월 8일 서울 중랑구 묵동에 총 8개관 973석 규모로 롯데시네마 중랑을 오픈했다. 롯데시네마 중랑의 모든 상영관에는 선명한 화질로 영화를 감상할 수 있도록 레이저 영사기가 설치됐다. 또한, 안락한 영화 관람 환경을 제공하는 두 개의 리클라이너석 상영관과 더불어 모든 일반 좌석에 가죽시트가 도입돼 쾌적하게 영화를 즐길 수 있다. 한편, 롯데컬처웍스는 이번 오픈으로 전국 134개관, 930개 스크린을 보유했다.

석유화학·건설

PETROCHEMICAL · CONSTRUCTION

롯데케미칼

「2020 스타론 디자인 공모전」 개최

롯데케미칼은 10월 1일부터 11월 30일까지 인조대리석 「스타론」의 새로운 용도를 발굴하기 위해 디자인 및 아이디어 공모전을 진행한다. 이번 공모전의 주제는 「인조대리석 스타론을 활용한 인테리어 또는 상품 디자인」으로, 아이디어를 가진 대학생(대학원생, 휴학생 포함)이라면 누구나 참가할 수 있다. 「스타론」 공식 홈페이지를 통해 응모 가능하며, 심사를 거쳐 12월 10일 홈페이지를 통해 수상자를 발표할 예정이다. 최우수상 1명에게 상금 200만 원, 우수상 1명에게 상금 100만 원, 입상 4명에게 각 50만 원이 주어진다.

롯데정밀화학

KCGS ESG평가 종합 A등급 획득

롯데정밀화학은 10월 15일 한국기업지배구조원이 발표한 2020년 상장기업의 ESG 평가 등급 공표에서 우수등급인 종합 A등급을 받았다. 이 평가는 국내 963개 상장사 및 주요 금융사의 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 영역의 활동을 분석해 해당 기업

의 지속가능성을 평가하는 제도다. 롯데정밀화학은 지난 2017년부터 올해 평가까지 4년 연속 종합 A등급을 달성함으로써 지속가능경영 우수기업임을 입증했다.

롯데건설

「캐슬 듀플렉스 가든하우스」 선보여

롯데건설은 10월 6일 최근 분양한 「롯데캐슬 리버파크 시그니처」에 「캐슬 듀플렉스 가든하우스」 특화 설계를 도입했다고 밝혔다. 이 특화 설계는 약 79㎡(24평) 규모의 1층 공간과 약 33㎡(10평) 규모의 지하 1층 공간을 연계한 복층형 구조 설계다. 기존 복층형 특화세대와 다르게 지하 1층에 있는 별도의 현관을 통해 지하주차장에서 세대 진입이 가능하다. 또한, 바비큐, 홈가드닝이 가능한 「성큰」 공간이 있어 지하 공간임에도 채광과 통풍이 가능하다.

엔택트 프로그램 「엘리스」 운영

롯데건설은 10월 15일 공공지원 민간임대주택 자산운영 서비스 플랫폼 「엘리스」 입주주를 대상으로 엔택트 프로그램을 운영한다고 밝혔다. 한강 롯데캐슬 22단지 입주주를 대상으로 10월 16일부터 내년 1월 15일까지 12주간 여행 영어회화 프로그램

을 온라인으로 제공한다. 롯데건설은 이번 프로그램을 시작으로 다큐 만들기, 수채화 그리기, MBTI 검사 등 엔택트 프로그램 종류를 확대할 예정이다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

KCSI 고객만족도 4년 연속 1위 달성

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 10월 15일 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 「2020 한국산업의 고객만족도(KCSI)」 조사에서 지난 1년간 고객에게 최고의 품질과 서비스를 제공한 부분을 높이 평가받아 가정용 복합기(프린터) 부문에서 4년 연속 1위의 영광을 안았다. 특히, 전략-조직구성원-시스템의 서비스 구성요소를 모두 고객 중심으로 운영하는 「TQS(Total Quality Service)」를 통해 「전반적 만족도」, 「요소 만족도」, 「재구매 의향」 등 모든 부분에서 업계 대비 높은 점수를 받았다.

한국후지필름

「인스탁스 와이드 300」 신규 컬러 출시

한국후지필름은 10월 12일 「인스탁스 와이드 300」 라인의 새로운 컬러 「토피」를 새롭게 선보이고, 이를 기념하는 이벤트를 진행했다. 이번에 새롭게 선보인 「인스탁스

스 와이드 300」의 「토피」 컬러는 기존 레트로풍의 클래식한 디자인은 그대로 유지하면서, 화이트 바디에 렌즈와 셔터 부분에 브라운 컬러로 포인트를 줘 보다 화사하고 트렌디하게 재탄생했다. 한편, 후지필름 온라인몰에서 「인스탁스 와이드 300(블랙/토피)」을 구매하는 고객 선착순 200명을 대상으로 인스탁스의 아날로그 한 매력을 담은 「감성키트」를 증정하는 이벤트도 진행했다.

신제품 「인스탁스 스퀘어 SQ1」 출시

한국후지필름은 11월 10일 인스탁스 즉석 카메라 SQ 시리즈 엔트리 모델인 「SQ1」을 선보인다. 이번에 출시될 「인스탁스 스퀘어 SQ1」은 정사각형 프레임의 카메라로 글래셔블루, 초크화이트, 테라코타오렌지 컬러를 사용해 트렌디하고 미니멀한 디자인이 특징이다. 이번 신제품에는 자동 노출 기능이 추가돼 어떤 환경에서도 밝고 선명한 사진을 찍을 수 있으며, 간단한 셀피 모드 기능이 있어서 편리하게 촬영할 수 있다. 또한, 「인스탁스 스퀘어 필름」 모노크롬과 레인보우 색상의 스퀘어 필름도 함께 출시해 다양한 프로모션과 선착순 증정 행사를 진행한다.

연구 지원

WELFARE·R&D

롯데의료재단

보건복지부 장관 표창 수상

롯데의료재단은 10월 14일 보바스기념병원이 인터컨티넨탈 호텔에서 열린 「2020 메디컬 코리아 선포식 및 국제학술포럼」, 글로벌 헬스케어 유공 포상에서 보건복지부 장관 표창을 수상했다고 밝혔다. 보바스기념병원은 이날 한국의료 브랜드 도입 10주년을 맞이해 진행된 2020년 「메디컬 코리아 브랜드 선포식 & 심포지엄」 행사 중 글로벌 헬스케어 유공 포상 시상식에서 글로벌 헬스케어 및 한국의료 발전에 기여한 공로를 인정받아 보건복지부 장관 표창을 수상했다.

호스피스 완화의료 사진전 개최

롯데의료재단은 10월 5일부터 30일까지 보바스기념병원이 세계 호스피스 완화의료의 날을 맞이해 병원 로비에서 호스피스와 완화의료 현장 모습을 담은 사진전을 열었다고 밝혔다. 특히, 이번 전시회에는 삶의 향기가 있는 병동의 하루 일상과 캘리그래피가 함께 전시돼 찾는 이의 마음을 따뜻하게 감쌌다.

나눔경영 SOCIAL CONTRIBUTION

롯데제과

부산 방곡초에 「스위트스쿨」 1호 개관



롯데제과는 10월 6일 부산 기장군에 위치한 방곡초등학교에 첫 번째 「스위트스쿨」을 개관했다. 빼빼로 판매 수익금으로 조성되는 「스위트스쿨」 사업은 초등학교 내 놀이공간을 새롭게 구축해 놀이문화 활성화를 돕고, 나아가 아이들의 놀 권리를 보장하자는 취지로 기획됐다. 1호 「스위트스쿨」은 방곡초등학교 내 공터 일부를 활용해 약 493㎡ 규모로 조성됐으며, 이름은 「다행복놀이터」로 방곡초등학교 학생들이 직접 지었다.

롯데GRS

「mom편한 퀴즈펀딩」 운영



롯데GRS는 10월 6일 사회복지법인 홀트 아동복지회와 함께 미혼한부모의 경제적 자립 지원을 위해, 롯데그룹 및 롯데GRS 임직원과 홀트아동복지회 정기 후원자를 대상으로 언택트 기부활동 「mom편한 퀴즈펀딩」을 운영한다고 밝혔다. 「mom편한 퀴즈펀딩」에 참여하고자 하는 기부자

는 미혼한부모가 직접 제조 및 제작한 제품(베이킹, 디퓨저, 비누꽃 용돈박스, 테라리움, 가족제품 등) 카테고리별로 펀딩 금액에 참여할 수 있으며, 펀딩에 참여한 금액만큼 리워드를 제공한다. 롯데GRS는 「mom편한 퀴즈펀딩」 기간에 발생한 펀딩 기부금을 추가로 기부할 예정이다.

코리아세븐

사랑의 밥차 봉사활동 진행



세븐일레븐은 10월 16일 연예인 자선봉사단 「더브릿지」와 함께 남대문 쪽방촌 어르신들을 위한 나눔 봉사활동을 진행했다. 이번 봉사활동은 코로나19와 겨울 추위로 어려움을 겪는 쪽방촌 어르신을 위해 마련됐으며, 「세븐카페」 250잔과 도시락 200개, 마스크 6,000장이 전달됐다.

롯데호텔

대한적십자사 헌혈자 이벤트 진행



롯데호텔 월드는 11월 1일부터 다음해 2월 28일까지 「롯데호텔 월드 X 대한적십자사 헌혈자 이벤트」를 진행한다. 이번 이벤트는 해당 기간 내 헌혈에 참여한 헌혈자를 대상으로 하며, 체크인 시 헌혈증

을 제공하면 롯데호텔 월드의 가을, 겨울 및 시그니처 패키지 상품을 10% 할인받을 수 있다. 또한, 헌혈의 날(매월 13일)에는 롯데호텔 월드의 무료 숙박권 등 다양한 경품을 제공하는 대한적십자사 홈페이지 이벤트에도 참여 가능하다.

롯데월드

점자 촉각 낱말카드 만들기 진행

롯데월드는 10월 14일과 10월 22일 양일에 걸쳐 사롯데봉사단이 시각장애인의 권리를 보장하기 위해 지정된 「흰지팡이의 날」을 기념해 언택트 형태로 사회공헌활동을 진행했다고 밝혔다. 사롯데봉사단은 시각장애아동의 촉각 교육 및 어휘력 증대를 위해 꼭 필요하지만 보급이 부족한 점자 촉각 낱말카드 만들기 봉사활동을 실시했으며, 완성된 점자 촉각 낱말카드 90세트는 이번 사회공헌활동 프로그램을 함께 진행한 「담심포」와 「더불어함께새희망」을 통해 서울맹학교에 전달됐다.

롯데케미칼

의왕시 육아나눔터에 기부금 전달



롯데케미칼은 10월 6일 의왕시 「건강가정 다문화가족지원센터」에 육아 나눔터 리모델링을 위한 기부금 5,000만 원을 전달했다. 이번에 전달된 기부금은 「의왕시 여성친화와 롯데 mom(맘)편한 사업」 추진을 위한 상호 협력의 일환으로, 의왕시 육아

나눔터 2개소에 아동 발달과정을 반영한 특성화 프로그램 교구 등 구비를 위한 리모델링 목적으로 쓰일 예정이다.

롯데정밀화학

문화예술후원우수기업 선정

롯데정밀화학은 10월 28일 문화체육관광부와 한국문화예술위원회가 주관하는 문화예술후원우수기업 인증제에서 우수기업으로 선정됐다. 롯데정밀화학은 그간 롯데문화재단 기부금 출연, 소방관 가족 문화예술공연 관람 지원, 다문화 아동 오케스트라단 후원 등 문화예술사업을 접목한 다양한 사회공헌활동을 추진해 왔다. 이번에 우수기업으로 선정됨에 따라 문화부 장관 명의의 인증패 수상, 공식 엠블럼 사용, 문화 향유 지원 등의 혜택을 받게 된다. 올해는 롯데정밀화학, S-oil, LG생활건강 등 16개 회사가 신규 우수기업으로 인증받았다.

롯데장학재단

취업준비생 특별 장학금 지원

롯데장학재단은 10월 28일 코로나19 사태로 취업준비에 어려움을 겪는 대학생들을 대상으로 취업교육 지원 프로그램 및 장학금 5억 원을 전달했다. 먼저 취업준비에 실질적인 도움을 주기 위한 교육 프로그램은 유튜브 채널을 활용한 비대면 방식으로 진행됐다. 롯데장학재단은 취업 전문 강사의 「취업특강」, 롯데 계열사와 직무에 대해 소개하는 「롯데 채용토크」, 창업에 대한 정보를 공유하는 「스타트업 강연」과 더불어, 희망자에 한해 전문면접관이 진행하는 모의 면접 기회도 제공했다.

롯데복지재단

장애인거주시설 수해복구 지원

롯데복지재단은 10월 7일 한국장애인복지시설협회에 기부금 2억 7,800만 원을 전달함으로써, 지난 8월부터 집중호우와 연이은 태풍으로 피해를 입은 장애인 거주시설의 수해복구를 지원했다. 기부금은 수해 및 태풍으로 큰 피해를 입은 36개소 장애인 거주시설의 복구 공사와 필요 기자재 구입에 사용될 예정이다.

롯데삼동복지재단

지역 학생 대상 장학금 전달

롯데삼동복지재단은 10월 23일 울산 예체능 장학생 및 울주군 소재 중·고등학교 학생 장학금으로 1억 2,300만 원을 전달했다. 먼저 울산시 교육청 추천으로 선발한 울주군 출신 중학생 100명에게 총 7,500만 원을 전달했다. 또한, 울산지역 내 예체능 전공 초·중·고등학생을 대상으로 초등학생 10명, 중학생 20명, 고등학생 20명 등 총 50명을 선발해 초등학생 40만 원, 중학생 80만 원, 고등학생 140만 원씩 총 4,800만 원을 전달했다.

동반성장 GROWING TOGETHER

롯데마트

「신발 연구소」와 선순환 모델 구축



롯데마트는 10월 8일 플랫폼 비즈니스를

전개하는 「신발 연구소」와 프로젝트를 기획, 착한 소비가 가능한 선순환 모델을 구축했다고 밝혔다. 이는 교육 불평등 문제를 해결하는 비영리 교육 벤처회사인 「점프(JUMP)」와 함께 「JUMP ONE」 스니커즈를 출시, 수익금의 일부를 「점프 스포츠 클럽」의 운영 지원금으로 사용하는 모델이다. 해당 스니커즈는 동물성 소재가 아닌 마이크로 화이버 소재를 사용해 실용성과 친환경성을 고려한 신발로, 10월 31일까지 사전예약을 진행했다. 가격은 7만 9,000원으로, 롯데마트는 추후 해당 프로젝트를 지속적으로 이어나갈 계획이다.

롯데중앙연구소

「농·식품 창업 콘테스트」 멘토링 지원



롯데중앙연구소는 10월 13일 「제6회 농·식품 창업 콘테스트」 본선 진출 참가자를 대상으로 사업 아이템의 기술화 및 제품 고도화를 위한 역량 강화를 목적으로 일대일 멘토링을 진행했다. 이틀간 진행된 이번 멘토링은 질문과 답변을 통해 참가자의 사업 아이템에 대한 기술 자문 및 마케팅 노하우를 전달하는 형식으로 진행됐다. 아이템별 전문가로 구성된 롯데중앙연구소 및 롯데그룹사 멘토 18명은 이번 멘토링에서 각 아이템의 시장환경, 개발 및 생산 프로세스, 품질 개선 등 다방면의 질의에 대해 현실적이고 구체적인 답변을 제공했다.



서대리의 유기농 카툰



건강이 가장 큰 복입니다.
평범한 일상이 기적입니다.
그래서 감사할 일투성이입니다.

죽어라 운동했더니,
건강이 많이 좋아졌어요.

담엔 더 건강한 모습으로 뵈게요.



직딩만화가 서형윤

퀴즈 팡팡! 경품 평평!

QUIZ time!

- Q1** 롯데리조트속초에 새로 오픈한 복합 다이닝 문화공간의 이름은?
- Q2** 활성산소의 악영향으로부터 우리 몸을 보호하는 물질은?
- Q3** 롯데푸드가 선보인 단면이 삶은 달걀 모습의 아이스바 제품은?

10월호 정답

① 관능검사 ② 김좌진장군 독립서체 ③ 장 미셸 바스키아



10월호 정답 및 당첨자

〈롯데호텔 시애틀〉
롯데제과 영업지원팀 정혜숙
롯데마트 전주점 이윤옥

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 10월호
당·첨·자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)
코리아세븐 푸드팀 허지연
롯데케미칼 대산공장 제품운영팀 신준권

롯데렌터카 1일 이용권
롯데물산 경영지원팀 정유진

롯데푸드 로스팜 선물세트
롯데알미농 진천공장 CAN생산팀 김경필
롯데케미칼 대산공장 생산3팀 한주석

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)
롯데정보통신 유통서비스영업팀 김영은
캐논코리아 비즈니스 솔루션 전략기획팀 손형호
롯데칠성음료 주류남부지점 송희영

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)
캐논코리아 비즈니스 솔루션 전략기획팀 김상준
롯데건설 구미5산단진입도로현장 김도윤

엔제리너스 상품권(1인 4매)
롯데CM사업본부 전략기획팀 김은지
한국후지필름 컴플라이언스담당 김지영

※당첨 경품은 등기 발송되며, 반송시 재발송되지 않습니다.



• 이번 달 엽서 추첨은 롯데컬처웍스 박기웅 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 : 2118-5033
· 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 : 2118-5042
· 사보기자 : 김종우(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(영언전략팀)

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 : 박기웅(홍보/CSV담당)

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.lottecap.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



2020년도 두 달밖에 남지 않았습니다.
코로나19로 한 해가 더 빠르게 지나간 것 같지만,
남은 두 달은 후회 없이 보내면 좋겠습니다.



코로나19에 독감까지
더블데믹이 두려운 계절이 찾아왔네요~
롯데 사우 여러분, 환절기 감기 조심하시고
건강하세요!

김원범 : wonbum.kim@lotte.net

김민진 : minjinkim@lotte.net

지량하고 싶은 우리 부서에 직장 동료, 윗고리고 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.