

롯데

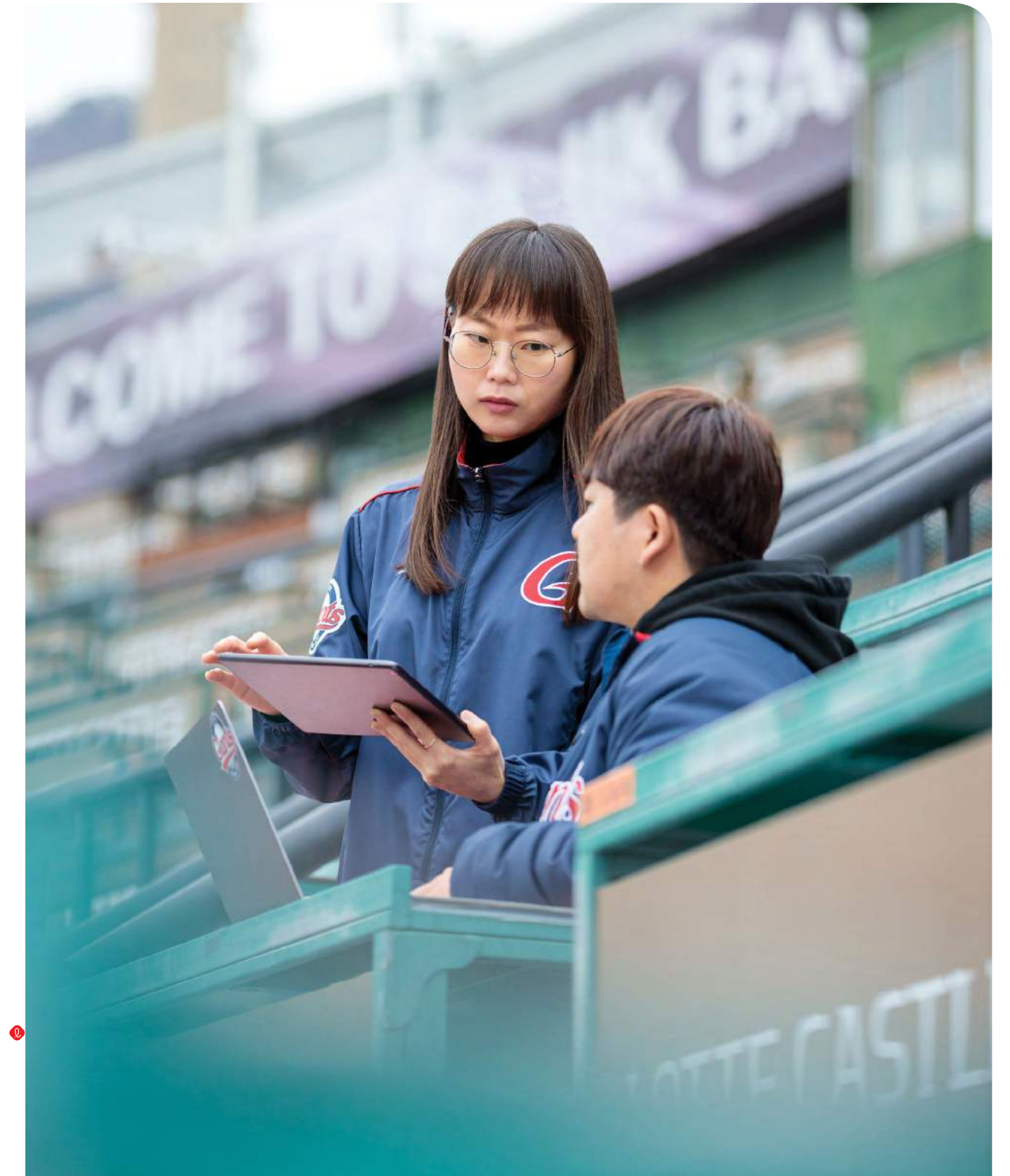
www.lotte.co.kr

2021 March 03

2021. March



함께 가는 친구, 롯데



COVER STORY

VOL.539 | 03.2021



롯데자이언츠 R&D팀 김혜리 대리, 송창규 사원

2019년 8월 신설된 롯데자이언츠 R&D팀은 데이터를 기반으로 선수단 편성, 육성, 운영 등 통합 전략에 기여하고 있다. 사보 「롯데」 3월호 커버는 동작 분석 담당 김혜리 대리(좌)와 시스템 및 DB 개발자 송창규 사원(우)이 장식했다. 김혜리 대리는 선수들이 부상을 예방하고 경기력을 최대로 끌어올릴 수 있는 방법을 운동역학적으로 분석·전문 장비를 이용해 동작 평가 프로토콜 및 지표를 수립하며, 송창규 사원은 각 분야의 평가 지표 및 데이터 분석 시스템을 관리하고 있다.

CONTENTS

FOCUS

- 02 **클로즈업**
- 04 **기획**
③ 롯데호텔 ESG 경영활동
- 08 **롯데 히든 히어로**
③ 롯데백화점 이 혁 치프 바이어
- 10 **현장 스케치**
롯데몰산 「미디어 큐브」
- 12 **사보 이벤트**
「미디어 큐브」 5행시
4월호 이벤트 공고



- 16 **특집**
2021 상반기 신입사원 입문 과정
- 22 **정보마당 ①**
「에어 베이크드」
- 24 **인사이드 롯데**
「밀구루」
- 26 **롯데 알쓸신job**
② 악수 예절
- 28 **정보마당 ②**
한국후지필름 「소소일작」 캠페인
- 30 **사롯데씨어터**
뮤지컬 「맨오브라만차」
- 34 **롯데 감성 여행**
이국적인 국내 여행지
- 36 **시네마 돌보기**
「카오스 워킹」

LIFE

- 38 **NEWS UPDATE**
- 44 **NEWS ESG**
- 47 **서대리의 유기능 카툰**
- 48 **사보기자 및 퀴즈 당첨자**

CLOSE UP

»

신동빈 회장, 원주 기업도시 방문해 직원 격려

롯데 신동빈 회장은 2월 1일 원주 기업도시를 방문해 사업 경과에 대한 설명을 듣고 입주 시설을 둘러보며 현장을 점검했다. 원주 기업도시는 롯데건설이 자금조달부터 시공까지 전 과정을 책임져 완공한 복합신도시다. 롯데건설은 2008년 사업 초기 글로벌 금융 위기로 인해 사업 용지 분양 및 입주기업 유치 등에 어려움을 겪어 자금 조달마저 힘든 상황에서도 포기하지 않고, 입주기업 모집을 위해 직접 공단 밀집지역을 찾아가 기업들을 설득하는 등 노력을 기울인 끝에 2019년 원주 기업도시 개발을 성공적으로 마무리했다.

이날 신동빈 회장은 『원주 기업도시 개발은 단기적인 성과에 얽매이지 않고, 중장기적인 전략과 강력한 실행력으로 위기를 관리한 대표적인 사례』라며 『앞으로도 지역사회와 공감하며 조화롭게 발전할 수 있도록 노력해 달라.』라며 임직원들을 격려했다.



»

롯데, 육군본부에 「청춘책방」 기증

롯데는 2월 18일 서울 육군회관에서 남영신 육군참모총장과 이동우 롯데지주 대표이사, 장만희 구세군 사령관 등이 참석한 가운데 독서 카페 「청춘책방」 기증식을 진행했다. 이날 기증식에서 육군본부는 지난해 신규 개소한 「청춘책방」 9개소를 포함해 지난 6년간 51개 부대에 「청춘책방」을 기증해 온 롯데그룹에 감사패를 전달했다. 롯데는 올해도 청년 장병들의 꿈과 미래를 응원하기 위해 총 11개 군부대에 「청춘책방」을 기증할 계획이다.

「청춘책방」은 최전방 GOP, 해안 소초 등에 근무해 문화적 혜택을 누리기 어려운 장병들이 편안히 책을 읽으며 휴식시간을 보낼 수 있도록 독서 카페 형태로 자기계발 환경을 조성하는 사업이다. 롯데는 지금까지 육군 51개소, 공군 6개소 등 총 57개소의 「청춘책방」을 지원했으며, 올해까지 군부대에 누적 68개소의 「청춘책방」을 기증할 예정이다.



롯데호텔, 필(必) 환경 트렌드를 선도하다

ESG 경영은 지속 가능한 기업으로 성장하기 위한 필수 요소다. 롯데호텔은 변화하는 경영 환경에 맞춰 충성 고객을 유지하고, 글로벌 브랜드 경쟁력을 강화하기 위해 ESG 경영활동을 더욱 강화하고 있다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 롯데호텔의 ESG 경영 사례를 알아본다.

롯데호텔은 지난해 CSV(공유가치창출) 전담 조직의 신설 및 확장을 통해 ESG 경영 성과를 측정하고 적극적으로 관리하고 있다. 객실을 이용하는 고객들이 체감할 수 있는 부분부터 객실에서는 보이지 않는 숨은 부분까지 친환경적인 요소를 운용하는 것이 목표다. 롯데호텔은 이를 위해 체계적인 시스템을 구축해 에너지 절감에 앞장서고 있다. 지난 2012년 국제표준화기구에서 마련한 국제 인증인 에너지경영시스템 ISO 50001을 아시아 호텔업계 최초로 획득한 롯데호텔은 에너지경영 TFT 조직 정비, 에너지 제안 제도 운영 등 끊임없는 노력으로 10년 연속 ISO 50001 국제 인증을 유지해오고 있다.

롯데호텔은 「LOTTE Carbon Management System」을 구축하고, 온실가스 배출량과 에너지 사용량을 모니터링해 연 2회 전 호텔의 환경 심사를 통해 문제점을 개선하고 있다. 특히, 롯데호텔 제주에서는 탄소 함량이 적은 보일러 연료 전환을 통해 2년 6개월간 총 1,200여 톤의 온실가스를 감축하는 성과를 거뒀다. 이는 일반 승용차가 서울과 부산을 9,400여 회 왕복할 때 배출하는 온실가스 양을 감축한 것과 같으며, 지난해 12월 한국환경공단의 온실가스 우수 감축 기술 사례로도 소개됐다.

L7(명동/강남/홍대) 및 롯데시티호텔(구로/명동/대전/울산)에서는 태양광 및 지열 등 신재생 에너지 설비로 전력을 생산해 이산화탄소 배출량을

총 620톤(2020년 1~11월 기준)절감했다. 이는 30년 된 소나무 약 9만 5,000그루를 심는 것과 같은 효과다.

또한, 롯데호텔은 친환경 시스템을 객실 환경 관리 프로세스 및 마케팅 영역에도 도입했다. 불필요한 물건은 사지 말기(Refuse), 쓰레기 줄이기(Reduce), 반복 사용하기(Reuse), 재활용하기(Recycle) 4R활동과 더불어, 환경을 다시 한번 생각하자는 취지로 자체적인 친환경 프로그램 「리밍크(Re:think)」를 운영 중이다.

이를 위해 레스토랑에서 사용하는 플라스틱 빨대를 종이 빨대로 교체하고, 「텔리카한스」에도 친환경 패키징을 도입했다. 기존 포장재를 후가공과 비닐 코팅을 최소화한 종이 박스와 종이 쇼핑백 등으로 교체하고, 식품 포장에 특화된 순수 펄

프 식품지를 사용해서 재활용 시의 추가 처리 과정을 줄였다. 이와 더불어 L7과 롯데시티호텔 객실 슬리퍼의 비닐 포장을 종이 띠지로 변경하고, 올해 하반기에는 일회용 어메니티 대신 대용량 디스펜서를 활용한 어메니티를 도입하는 등 호텔에서 발생하는 일회용품을 최소화하기 위한 대책 마련에 총력을 다하고 있다.

L7은 에코 패션 브랜드 「플리즈마마(PLEATS MAMA)」와 함께 국내 호텔업계 최초로 투숙객이 사용한 페트병을 재활용해 가방을 만드는 「에코 트래블러(Eco Traveler)」 프로젝트를 진행하고 있다. 이 프로젝트는 투숙객이 뚜껑과 비닐을 제거한 페트병을 응모권과 함께 프런트에 전달하는 캠페인으로, L7은 무려 5,000여 개의 페트병을 재활용해 제작한 가방을 통해 친환경 활동에 대한 투숙객의 자연스러운 동참을 이끌어 냈다.



◀ 롯데호텔, 「텔리카한스」 친환경 패키징



▲ L7, 재활용 페트병으로 만든 가방



◀ L7, 「에코 트래블러」 프로젝트 페트병 수거함



◀ 2020년 6월 30일
농가 상생 프로젝트 「스테이 헬시」 진행



◀ 2020년 3월 12일
대구 의료진 단팥빵 전달

한편, 롯데호텔은 지난해 3월 대구 의료진 단팥빵 기부 캠페인을 비롯, 코로나 19 피해 농가를 돕기 위한 상생 프로젝트 「스테이 헬시(Stay Healthy)」, 플라스틱으로 인한 환경 오염과 생태계 파괴를 극복하기 위해 임직원들과 함께 진행한 「라.떼(라벨 떼고 버리기) 챌린지」, 호텔 외관에 코로나19 위로 메시지를 점등하는 세계적인 릴레이 퍼포먼스 「호프 포 올(Hope For All)」 캠페인에도 동참하는 등 코로나19로 어려운 시국 속에서도 다양한 사회공헌활동을 지속하고 있다.

롯데호텔은 지난해 열린 반응을 불러왔던 「라.떼(라벨 떼고 버리기, Label free challenge of LOTTE HOTELS & RESORTS) 챌린지」를 확대 운영할 계획이며, 특히 해안가에 인접한 롯데호텔 울산·제주의 경우 플로깅(스웨덴어 줍다를 뜻하는 plocka upp과 영어 Jogging의 합성어; 조깅을 하면서 쓰레기를 줍는 운동) 캠페인을 통해 해양오염 문제 해결에 동참할 예정이다.

롯데호텔은 전 직원이 페트병 분리수거 실천을 비롯해 텀블러 사용, 잔반 제로에도 동참하는 등 기본적인 친환경활동을 강화하고, 이를 해외 체인호텔까지 확대해 지속적인 사회공헌 프로젝트 운영과 자원순환 프로세스를 확립함으로써 호텔업계 ESG 경영 선두 주자로 자리매김할 계획이다. 🍅

원정아_롯데호텔 홍보팀



롯데뉴욕펠리스 점등 캠페인

어려운 상황에도 굴하지 않는 열정만수르 불꽃남 이 혁 치프 바이어를 소개합니다.



우리 주변에는 각자의 자리에서 누구보다 자신의 일에 자긍심을 가지고 열정을 불태우는 롯데의 히든 히어로들이 있다.

롯데는 지난해 이러한 히든 히어로들을 찾기 위해 공모전을 진행한 바 있으며, 수많은 동료들의 사례가 도착했다.

올해 사보 「롯데」에서는 제출된 다양한 사례들을 소개한다. 이번 달은 롯데백화점 전아영 바이어의 추천을 받은 이 혁 치프 바이어의 사례다.

03

HIDDEN HERO

롯데백화점 이 혁 치프 바이어



「건대스타시티점의 열정만수르, 유노윤호」를 아시나요? 롯데백화점 해외패션에서 훨훨 날아다니다가 건대스타시티점에 온 지 1개월도 되지 않은 이혁 치프 바이어에게 붙은 닉네임입니다.

롯데의 히든 히어로 공모를 보자마자 저희는 그의 얼굴이 떠올랐습니다. 『아, 이것은 이 혁 치프 바이어님을 위해 차려놓은 밥상이로구나!』 지금부터 이 혁 치프 바이어가 불타오르는 열정 파워로 단 6개월 만에 이룬 성과를 간략하게 소개해 드리겠습니다.

하나, 백화점 규모가 작은 건대스타시티점에서 온라인 미입점 업체 발굴을 9건이나 이뤄냈습니다. 이것은 단지 미입점 브랜드 수만 확대하는 데 그치지 않고 온라인(카카오) 매출 활성화에 힘입어 전년 대비 +4.5억 원이라는 큰 성과로 나타났습니다. 들리시나요? 매출이 마구마구 올라가는 소리가! 구매 건수가 올라가는 현장과 일이 너무나 재밌다는 이 혁 치프 바이어, 히어로 중의 히어로가 아닐까요?

둘, 백화점에 없는 새로운 콘텐츠인 「중고명품 매입

숍」을 개발, 도입했습니다. 사은 상품권 데스크가 통합되면서 기존에 상품권 데스크로 활용하던 공실을 고객에게 차별화된 서비스를 제공할 수 있는 건대스타시티점만의 특색있는 공간으로 재탄생시키고자, 고심 끝에 시장의 성장 트렌드에 맞춰 중고명품 매입 서비스 매장을 오픈한 것입니다. 이 매장은 고객들의 폭발적인 관심과 더불어 월 7,000만 원의 실적을 올리기도 했습니다.

셋, 8층 행사장에 「프리미엄 패딩관」을 조성했습니다. 트렌드를 한발 앞서 읽고 건대스타시티점 행사장을 고급스러운 프리미엄 패딩관으로 오픈하는 데 성공한 이 혁 치프 바이어의 열정에 저희는 놀라움을 느끼며 큰 박수를 보냈습니다.

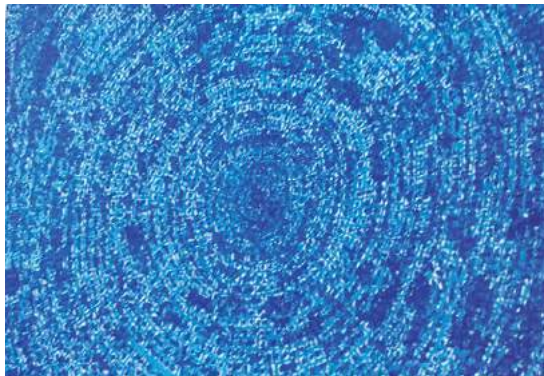
코로나19가 등장한 시기와 비슷하게 건대스타시티점에 등장한 이 혁 치프 바이어, 여러모로 어려운 시기임에도 굴하지 않고, 더 큰 불꽃으로 열정만수르의 능력을 보여준 건대스타시티점 이 혁 치프 바이어야말로 진정한 히든 히어로입니다. ①

편집실



롯데월드타워 야외광장에 등장한 거대한 「미디어 큐브」

롯데물산은 지난해 12월 31일 롯데월드타워 야외광장에 가로·세로·높이 6m 크기의 정방형 LED 디스플레이 조형물 「미디어 큐브」를 설치했다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 미디어 아트 전시 및 디지털 기술을 적용한 캠페인을 진행 중인 「미디어 큐브」를 소개한다.



롯데월드타워와 물에서 석촌호수로 걸어가다 보면 이전에는 보지 못했던 초대형 조형물이 눈길을 끈다. 바로 「미디어 큐브」다. 롯데물산은 롯데백화점에서 선정한故 김환기 화백의 「유니버스(우주)」를 미디어 작품으로 오마주한 작품명 「UNIVERSE WHANKI 1-I-2I」을 1월 1일부터 3월 31일까지 「미디어 큐브」를 통해 전시한다. 「유니버스」는 무수한 점들이 모여 화면을 구성한 전면점화 작품으로, 별들이 가득한 푸른 우주를 표현해 2019년 11월 한국 미술품 경매 사상 최고가(132억 원)에 낙찰된 바 있다. 롯데월드타워를 방문한 관람객들은 「미디어 큐브」에서 10시부터 22시까지 김환기 화백 작품과 그의 작품 세계를 관람할 수 있다.

이 밖에도 롯데물산은 「미디어 큐브」를 활용해 디지털 기술을 적용한 캠페인을 다양하게 진행하고 있다. 지난해 12월 31일에는 코로나19로 힘든 한 해를 보낸 국민들이 희망찬 메시지와 함께 힘차게 새해를 시작할 수 있도록 비대면 방식으로 카운트 다운을 진행하기도 했다.

또한, 1월 18일부터 22일까지 일주일간故 신격호 창업주님 1주기를 맞아 「미디어큐브」에 추모 영상을 송출했다. 창업주님의 뜻을 이어받아 한국의 랜드마크로 자리매김한 롯데월드타워에서는 이 추모 영상을 통해 평생 롯데그룹의 발전과 국가 경제성장에 이바지한故 신격호 창업주님을 추억하는 시간을 가졌다.

롯데물산은 앞으로도 「미디어 큐브」를 활용해 미디어 아트 전시와 디지털 기술을 적용한 캠페인을 지속적으로 선보일 예정이다. 

최경근_롯데물산 홍보팀



사 보 이 벤 트

		미	디	어		큐	브		5	행	시		
--	--	---	---	---	--	---	---	--	---	---	---	--	--

사보 「롯데」에서는 지난 2월 17일부터 24일까지 사우 참여 확대를 위해 「미디어 큐브」 5행시 이벤트를 진행했다. 많은 참여 속 선정된 5행시를 소개한다.

- 미 미래 세상을 상상해 본 적이 있나요?
- 디 디지털 영상이 빌딩 외벽을 바쁘게 지나가는 영화 속 미래 세상을요
- 어 어느 밤 잠실 공원 벤치에 앉아, 은빛으로 물든 롯데월드타워를 바라봅니다
- 큐 큐피트 화살이 사랑을 담아, 타워를 타고 별을 향해 날아가네요
- 브 브이(V) 자 미소를 담은 총총한 별들이 이를 받아, 밤하늘도 은빛으로 물들어 갑니다

이정행_롯데중앙연구소 분석연구팀

- 미 「미나리」 영화 개봉 언제야?
- 디 디지털 시대에 모르는 게 없지! 보는 방법 알려줄까?
- 어 어플 먼저 설치해야 돼. 「롯데시네마」 놀러봐. 오! 2021년 3월 3일 예정이라고 나옴!
- 큐 큐알 코드 또는 모바일 티켓에서 코로나19 전자출입명부에 미리 등록하는 거 잊으면 안 돼!
- 브 브라보! 브레인이 여기 있었구나. 정말 고마워!

서정연_롯데컬처웍스 롯데시네마 안양관

- 미 미디어 큐브 앞 카페에 오신 것을 환영합니다 ^o^
- 디 디카페인 커피 한잔 주문 받았습니다~
- 어 어, 잠시만요, 손님. 열 체크 부탁드립니다
- 큐 큐알 코드도 찍어주시면
- 브 브라우니는 서비스로 드릴게요!

권지은_롯데몰산 경영지원팀

- 미 미래를 만들어갈
- 디 디어(Dear) 롯데 사우 여러분
- 어 어쩔 수 없는 코로나19 팬데믹도 우리 모두 함께라면 극복하리라 믿습니다
- 큐 큐알 코드만 찍으면 제품을 구매할 수 있는 새로운 세상이 도래했듯이
- 브 브이(V) 자 반등을 기다리며 다 함께 미래를 만들어갑시다!

윤신영B_롯데면세점 브랜딩팀 좋은기업담당

- 미 미리 인사드립니다!
- 디 디(지)금 막 입사해
- 어 어리숙하고
- 큐 큐트한 9기 신입이지만
- 브 브레인이 되겠습니다!

신다혜_롯데정보통신 마트IS팀

- 미 미안하다고 말로만 하지 말자
- 디 디(뒤)에서 디스하지 말자
- 어 어리다고 가르치려 하지 말자
- 큐 큐사인 들어오면 그들이 나보다 더 잘할 수 있다
- 브 브울(불)혹의 나이에 나 스스로 해보는 신입사원을 위한 조그마한 다짐들

양재영_롯데케미칼 건자재부문

- 미 미술품 중 최고의 몸값인 「우주」
- 디 디자인을 1도 몰라도 느껴지는 「푸른 아우라」
- 어 어디에서도 볼 수 없는 「빛나는 별의 공간」
- 큐 큐브를 통해 이끌어낸 우주의 「무한함과 광활함」
- 브 브레이크 없는 김한기 화백의 「공간의 세계」

박지연_롯데백화점 영호남지역본부 디자인팀

- 미 미래 먹거리를 책임지는
디 디지털 시대의 선진 음료회사
어 어르신 입맛과
큐 큐티하고 까다로운 여성 입맛까지 사로잡으며
브 브이로그 시대에 발맞춰 가는 롯데칠성음료!

배기정_롯데칠성음료 오프공장 배합담당

- 미 미래가 궁금했다
디 디지털 세상인 미래가
어 어제 같던, 지난 나의 롯데 30년을
큐 큐브에서 꺼내 보니
브 브이(V) 자 머금은 앳된 소녀와
흰머리 아줌마가 함께 담겨 있네



안연옥_롯데백화점 인천터미널점 지원담당

- 미 미리 만나는 알짜 정보 사보 「롯데」에는
디 디딤돌이 돼줄 회사 꿀팁이 가득~
어 어리숙했던 나도 이제는 사회생활 초고수
큐 큐(Q)&A가 필요 없는
친절하고 세심한 기사들로
브 브라보! 마이 오피스 라이프!

변윤정_롯데상사 곡물유통팀

이외 당행자(10명)

이덕희_롯데CM사업본부 사업예산팀 / 강문정_롯데리조트 경영지원팀
설은표_롯데칠성음료 DT추진팀 / 민경열_롯데백화점 수원점 지원팀 경리담당
임성희_롯데e커머스 세일즈운영팀 / 최영_롯데물산 경영전략부문
조윤근_롯데제과 노사협력팀 / 김병주_시그니엘 부산 재경담당
최하림_롯데케미칼 이노베이션센터 / 심규철_롯데케미칼 모노머기획팀

선정된 20명의 사우분들에게는

미디어 큐브 전시 작가인 김환기 화백의 작품 속 빛나는 별을 표현한
「벽걸이 액자형 조명 라이트박스」를 선물로 드립니다.
참여해주신 모든 사우분들께 감사 인사를 드립니다.

사보 「롯데」 4월호 이벤트 공고

사우 여러분,
롯데자이언츠 응원 글을
보내주세요!



안녕하세요,
사보 「롯데」 편집실입니다.

사보 「롯데」에서는
4월 프로야구 개막을 맞아,
롯데자이언츠 응원 글 공모 이벤트를 준비했습니다.

보내주신 응원 글은 사보 「롯데」 4월호에 게재되며, 선정된 분들께는
롯데자이언츠 선수 사인이 담긴 유니폼, 야구모자, 야구공을 선물로 드립니다.



● 응모 기간: 2021.03.09.(화) 10시 ~2021.03.19.(금) 18시

● 내 용: 롯데자이언츠 2021 시즌 개막 응원 글
- 자유 형식
- 응모 시 정보(이름/회사명/부서/연락처/경품 수령 주소) 기재 요망

● 제출 방법: 이메일 송부

● 제출처: lottesabo@naver.com

● 경품: 손아섭, 전준우, 김원중 선수 사인이 담긴
성인용 or 아동용 유니폼, 야구모자, 야구공
※선수 사인은 랜덤으로 발송됩니다.

집에서 집으로~

「2021 상반기 신입사원 입문 과정」

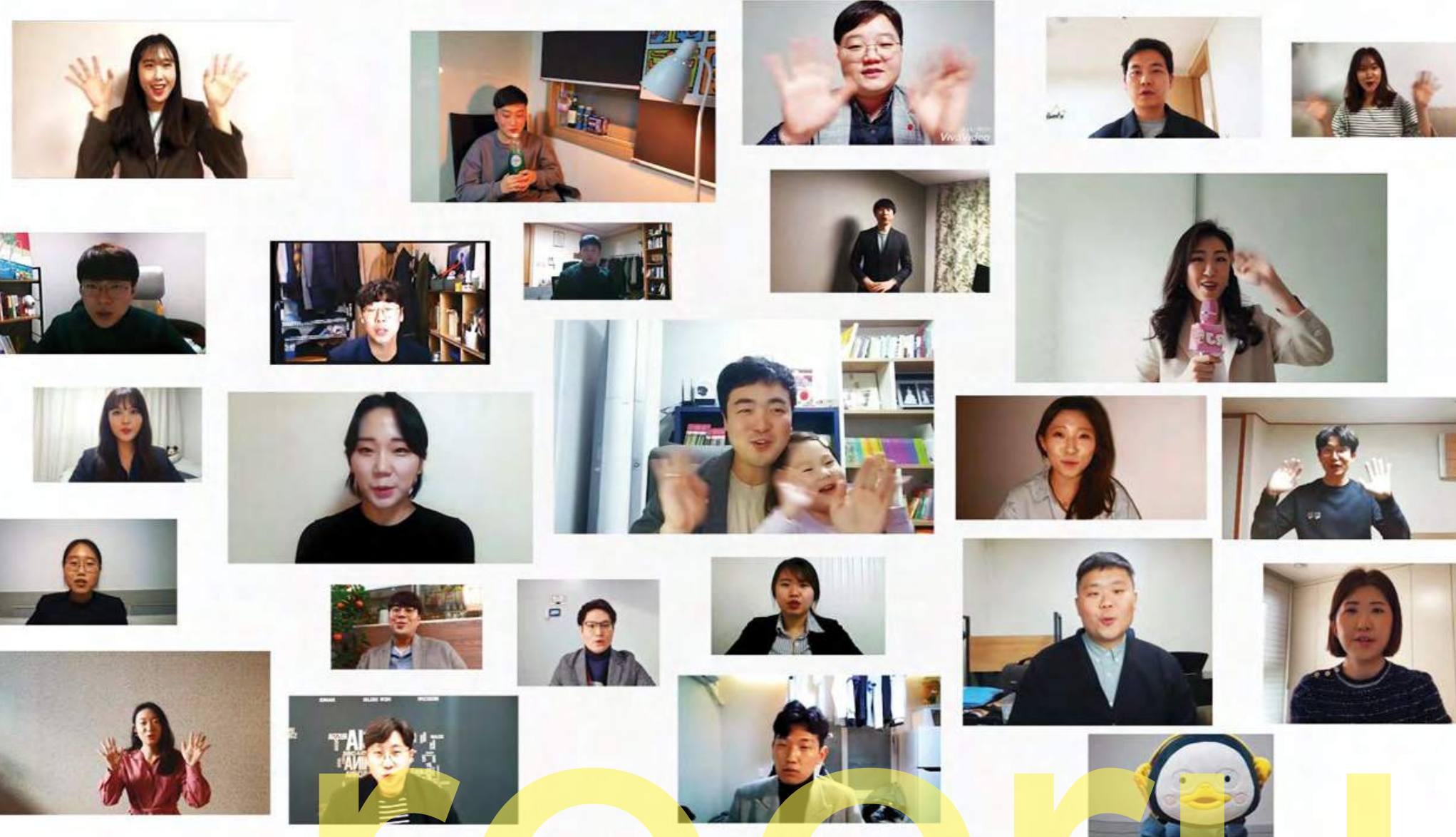
많은 롯데 사우들에게 신입사원 입문 과정은 풋풋했던 사회 초년생으로서 회사에 첫발을 들인 순간으로 특별하게 기억되고 있을 것이다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 지난 1월 20일부터 2월 10일까지 비대면으로 진행된 「2021 상반기 신입사원 입문 과정」을 소개한다.

신입사원들은 어디에?



『연수원이 아닌 서울 시내 한복판에서 입문 과정이 진행된다고?』 서울 소공동 인재개발원 운영 현장. 시작부터 예전 신입사원 연수시절과는 분위기가 사뭇 다르다. 신입사원들이 들어서는 강의장이나 대형홀 대신 「운영본부」라는 팻말이 꽃힌 회의장에는 일렬로 정렬된 컴퓨터와 모니터 행렬이 보는 이를 반긴다.

컴퓨터와 복잡한 랜선 장비들이 즐비한 운영 현장은 교육하는 곳이라기보다는 흡사 스타트업 IT 공간 또는 스튜디오 방송실에 더 가까운 풍경이다. 때마침 컴퓨터에서 동시에 들려오는 왁자지껄한 소리가 이목을 끈다. 신입사원들이 멘토 선배와 함께 웃고 떠들며 팀빌딩 활동을 진행 중이다. 비대면의 어색함을 떨쳐낼 수 있는 아이스 브레이킹 시간은 대면 못지 않게 서로 친해지고 소통할 수 있는 계기가 됐다. 이색적인 것은 MZ 세대들에게는 이러한 비대면 소통 방식이 편하고 익숙하다는 점이다.



집에서 느끼는 생동감

지난해 하반기부터 올해 초까지 채용을 통해 롯데그룹에 입사한 신입사원들은 「집에서 집으로」 출퇴근하며 신입사원 입문 과정에 참여했다. 이 중 일부 인원은 입사 신청서 제출부터 시험, 면접까지 모두 온라인으로 진행하는 등 전례 없는 경험을 했다. 롯데지주 송용덕 부회장은 영상으로 환영 인사를 전했다.

사상 초유의 코로나19 사태를 맞아 갑작스럽게 변경된 방식으로 신입사원 입문 과정을 진행해야 했던 지난해와 달리, 올해는 지난 1년간 비대면 과정을 진행한 노하우를 기반으로 비대면 신입사원 입문과정을 안정적으로 진행했다. 비대면 강의에서 강사의 모습을 좀 더 역동적으로 연출할 수 있도록 개선된 강의 송출 방법을 도입하고, 영상 송출이 많은 프로젝트 발표의 경우에는 유튜브 라이브를 활용해 더 선명한 화질의 영상 학습 환경을 제공하는 등 기술적인 측면에서 진일보한 모습을 선보였다. 지난해보다 업그레이드된 비대면 학습 장비 덕분에 신입사원들도 기대 이상으로 생동감 있는 학습에 몰입하는 모습이었다.



몸은 멀리 있지만 마음만은 함께

100% 비대면으로 진행된 이번 롯데그룹 신입사원 입문 과정의 목적은 신입사원의 빠른 조직 적응(Onboarding)과 조직 이해 및 기본 필요 역량 학습을 통한 업무 수행 능력 함양이다. 롯데는 비대면임에도 신입사원들이 조직에 대한 소속감을 느끼며, 다 함께 모이지 못하더라도 동기들 간의 끈끈함이나 애사심이 떨어지는 일이 없도록 롯데제과의 신제품, 엔제리너스 자체 제작 텀블러, 코리아세븐의 PB 제품 등으로 구성된 「웰컴키트」를 신입사원의 가정으로 개별 배송했다. 비대면 과정에 참여하는 데 필요한 스마트 디바이스 거치대와 같은 학습용품은 물론, 장기간 모니터를 응시하면서 누적되는 피로감을 해소해 줄 스팀 아이마스크, 목 마사지 스틱 등 원용품도 빼놓지 않았다.

이번 과정은 각자 집에서 화상회의 프로그램 줌(Zoom)을 통해 8명이 조를 이뤄 주어진 과제를 수행하는 방식으로 진행됐다. 팀워크 부분에서도 대면과 비교해 부족함이 없도록 면밀히 준비했다. 비대면 환경이라는 특수성을 고려해 대면 과정 대비 일일 학습 시간을 평균 7시간으로 줄이고, 강의 중간 휴식 시간을 평균 10분에서 15분으로 늘려 학습 능률을 높였다.

비대면 학습 과정의 특성상 신입사원 개개인에 대한 정서적 케어가 부족할 수 있다는 점을 고려해 멘토 선배의 비중도 확대했다. 지난해에는 멘토 선배 1명이 신입사원 12명을 케어했다면, 올해에는 멘토 선배 1명이 신입사원 8명을 케어하도록 했다. 멘토 선배들은 늘어난 휴식 시간 및 별도로 배정된 상담 시간 등을 활용해 각자 맡은 신입사원들의 궁금증을 해결해주고 고민을 상담해줬다. 그 밖에도 프로젝트별로 신입사원 개개인에게 피드백을 제공하고 이를 통해 자신의 강점과 약점을 파악하게 함으로써 조직에 빠르게 적응할 수 있는 기반을 마련하도록 도왔다.



슬기로운 직장생활,
MZ 세대 맞춤형 콘텐츠

올해 입사한 MZ 세대 신입사원들을 위해 롯데가 가장 고심한 부분은 바로 콘텐츠다. 「신입사원 이심전심」 모듈에서는 신입사원인 MZ 세대가 직장에 적응하며 동료들과 겪게 되는 의사소통 사례, 대인관계에서 겪을 수 있는 사례 등에 대해 소개했다. 신입사원들은 DISC 분석을 통해 자신의 유형을 파악하고, 다른 유형의 동료들과 어떻게 소통해야 하는지 배우며 앞서 다룬 사례의 개선점을 모색했다. 「자기 성장과 일의 의미」 모듈에서는 신입사원이 담당하게 될 일의 의미를 찾고, 조직 내에서 스스로의 성장 계획을 수립해 보는 시간을 가졌다. 이는 MZ 세대가 직장 생활의 가장 큰 목적으로 「개인의 성장」을 꼽는다는 특성을 고려해 준비한 코너다.

그 외 「나도 Data Scientist」, 「엑셀을 이용한 데이터 분석」, 「2021 CES로 본 글로벌 트렌드」 등 DT 관련 모듈에서는 데이터 기초 분석을 활용한 창의적 문제 해결 역량을 함양하고, 「Flex Work 환경과 목표관리」 모듈에서는 재택 근무 환경에서 효율적인 시간 및 목표 관리가 가능하도록 지원했다.

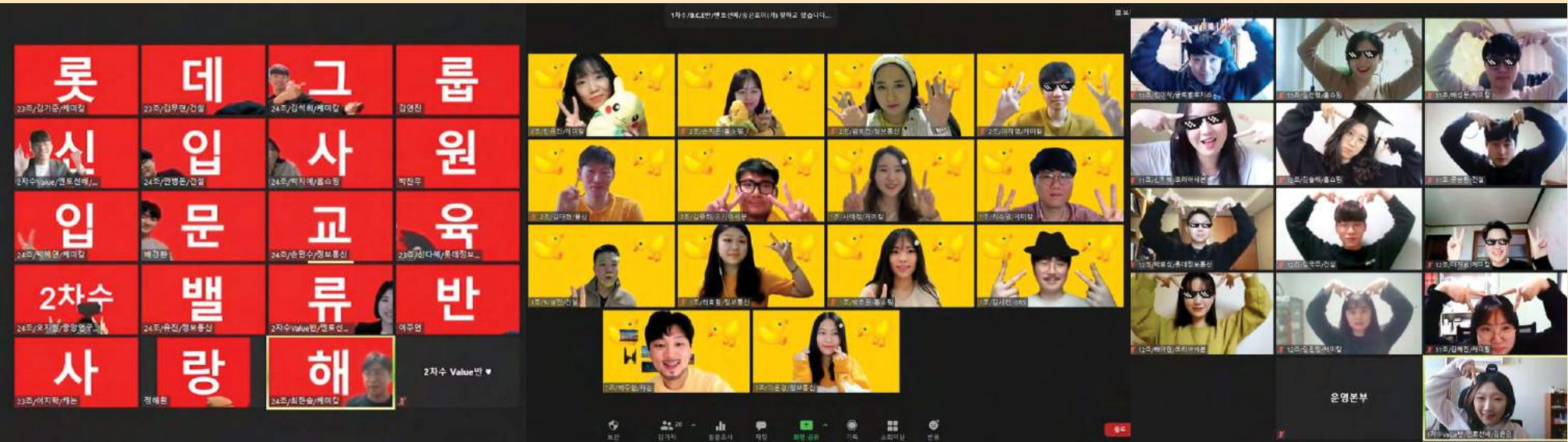
새로운 과정,
새로운 얼굴

활동의 주무대가 연수원이 아닌 비대면 플랫폼으로 바뀌어 소통이 잘 안되거나 학습 효과가 떨어질지도 모른다는 우려와 달리 신입사원들의 만족도는 상당히 높았다. 「비대면이라 아쉽다」는 반응보다 「비대면이라 새롭고 재미있었다」는 반응이 더 많았다. 신입사원들은 특히 집합 시간이나 단체 활동이 줄어들고 자기 주도적으로 학습할 수 있는 시간이 늘어난 점을 비대면 학습 과정의 장점으로 꼽았다.

수료식이 종료된 후에 이번 과정을 기획한 인재개발원 역량개발팀과 멘토 선배들은 지난 16일간의 신입사원 입문 과정을 되돌아보며 과정 운영과 콘텐츠에 대한 의견을 나누는 시간을 가졌다. 신입사원 입문 과정이 끝났음에도 이들은 열띤 토론을 펼치며 향후 해당 과정을 더 개선하기 위해 다양한 아이디어들을 쏟아냈다.

비대면에 대한 우려가 떠오르지 않을 만큼 신입사원들은 이번 입문 과정에서 본인들이 가진 재치와 끼를 유감없이 발산했다. 기존에 볼 수 없었던 새로운 면이 곳곳에서 드러난 이번 신입사원 입문 과정은 앞으로 롯데의 변화를 끊임없이 주도해 갈 새 얼굴들을 만날 수 있어 반가운 시간이었다. 

오윤택_롯데인재개발원 역량개발팀 대리



신입사원 입문 과정 수료 소감



권소정
롯데정보통신
신입사원

질문이 생기면 직접 묻기보다는 채팅창에 글을 남기는 것이 더욱 익숙해진 언택트 시대에 신입사원이 됐다. 동료들과 과제를 위한 열띤 토론을 벌이고, UCC 프로젝트를 완성하기 위해 밤 늦은 시간까지 열정을 불태우는 등 신입사원 입문 과정은 지금까지 인생에서 가장 뜨거운 16일이었다. 롯데라는 지붕 아래 비대면이 무색할 정도로 서로 의지하고 동기 의식을 쌓은 시간이 된 것 같아 기억에 남을 것 같다.



류진호
롯데케미칼
신입사원

첫날 화면 속에서 마주한 동기들과 과연 친해질 수 있을지 걱정이 앞섰던 시간이 무색할 정도로, 비록 비대면이지만 지금은 동기들과 정이 많이 들었다. 신입사원 입문 과정에서 세 번의 프로젝트를 진행하며 동료들과 고민했던 시간은 많은 노력을 요구했지만, 신입사원인 우리가 주도적으로 만들어갈 수 있어서 뜻깊고 보람 있는 시간이었다.

Air를 통한 혁신, 스낵 시장을 선도하다!

과자를 먹고 싶어도 높은 지방 함량이 부담스러워 선풍 즐기지 못하는 소비자들이 많다. 이러한 부담감으로부터 자유로운 스낵이 등장했다. 바로 롯데중앙연구소가 14년이라는 시간을 투자해 출시한 「에어 베이크드(Air Baked)」 스낵이다. 「에어 베이크드」는 기름에 튀기지 않고 특수 제작한 오븐에서 열풍으로 구운 스낵 브랜드로, 최근 불고 있는 「지방 줄이기」 트렌드에 부응하기 위해 출시됐다.



끊임없는 도전을 통해 자체 개발한 「마리네이드 공법」 활용

롯데중앙연구소는 감자 스낵 특유의 고소한 풍미를 내기 위해 자체 기술인 「마리네이드 공법」을 개발했다. 마리네이드란 조리 용어에서 따온 명칭으로 소량의 기름을 사용해 풍미를 극대화하는 공법을 말한다. 초벌 에어 베이킹 후 기름을 뿌린 다음 한 번 더 베이킹함으로써 고온의 기름을 과자 내에 침투시켜 적은 기름으로도 마치 튀긴 것과 같은 풍미를 입히는 게 이 공법의 핵심이다.

최적의 전분 조합을 찾기 위한 여정

감자 스낵에 활용할 수 있는 전분의 종류는 매우 다양하다. 이러한 전분들은 물리적 또는 화학적 변형을 거치며 저마다 장점을 극대화하기도 하고 단점을 보완하기도 한다. 롯데중앙연구소는 제품의 식감을 개선하기 위해 수많은 종류의 전분 중에서 최적의 식감을 구현할 수 있는 전분을 찾아야만 했다. 감자칩의 바삭한 식감을 구현하는 데 적합한 전분의 조합을 찾기 위해 인고의 시간을 거쳐 두 가지 전분을 조합한 끝에, 마침내 바라던 식감을 구현하는 데 성공했다.

「에어 베이크드」의 무궁무진한 성장 가능성에 주목

「에어 베이크드」 스낵의 특징은 기름기 없이 담백하고 깔끔하며 맛이 좋고 식감이 바삭바삭하다는 점이다. 여기에 타사의 기존 제품과 달리 기름에 튀기지 않아 지방 함량이 일반 스낵 대비 60% 이상 낮은 점도 큰 매력이다. 기름에 눅눅해지지 않기 때문에 봉지가 개봉된 상태에서도 기존 튀김 스낵에 비해 바삭한 식감이 오래 유지된다. 「에어 베이크드」 기술은 기름에 튀기지 않고도 기름에 튀긴 것과 유사한 식감과 풍미를 제공하는 고유한 기술로 감자 스낵뿐만 아니라 옥수수, 밀가루, 쌀 기반의 어떤 스낵에도 접목해 소비자의 입맛을 사로잡을 수 있다. 롯데중앙연구소는 「에어 베이크드」 기술의 무한한 성장 가능성을 염두에 두고 앞으로도 연구 개발에 정진할 계획이다. 

이승용_롯데중앙연구소 스낵팀 선임



슬세권 3040의 일상에 스며들다 Meal & 건강 특화 그로서리 전문점 「밀구루」

롯데쇼핑의 사내 벤처 비밀(Be Meal) 프로젝트팀이 유통 사업을 이끌어갈 새로운 형태의 플랫폼을 론칭했다. 기존 관행에서 벗어나 롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데e커머스의 구성원들이 한 팀을 이뤄, 6개월간의 준비과정을 거쳐 주체적 의사결정과 과감한 도전을 통해 오픈한 안심 마켓 「밀구루(mealguru)」 삼성점(1호점)을 만나보자.



「밀구루」는 끼니를 뜻하는 밀(Meal)과 특화된 지혜를 지닌 전문가를 뜻하는 구루(Guru)의 합성어로, 우리 가족의 건강한 식사 솔루션을 제안하는 프리미엄 식문화 공간이다. 밀구루는 동네 상권의 큰손이자 트렌드에 민감한 3040세대의 눈길을 사로잡기 위해, 그들의 가장 큰 관심사인 간편식과 건강 카테고리를 특화해 주거와 오피스가 밀집된 지역을 선점함으로써 고객들의 발길을 자연스레 이끌고 있다.



우리 동네 식생활 상담소

밀 마스터가 제안하는 오더 메이드 맞춤 키트

「밀구루」에서는 전문교육과정을 이수해 임상영양사 자격을 취득한 전문 영양컨설턴트인 밀 마스터를 만날 수 있다. 1:1 온/오프라인 상담을 통해 나의 건강 상태와 취향을 고려한 나만의 밀키트를 즉석에서 제조해주고, 건강한 식습관까지 코칭해준다. 맞춤 영양제 추천 알고리즘을 보유한 「pilly」와 협업해 나의 건강 상태와 라이프 스타일을 진단하고, 식사만으론 놓치기 쉬운 부분까지 영양제로 빈틈없이 채워준다.



믿을 수 있는 건강한 먹거리

인증 기반 생산자 직거래를 통해 신선하고 안전하게

「밀구루」는 상품 선별에서 유통, 판매까지 3단계로 관리 시스템을 운영한다. 생산자와 직거래를 통해 품질이 인증된 상품만을 선별하고, 전문기관에서 정기적으로 품질검사를 진행한다.

특히, 품목별로 전문가의 노하우를 더해 프리미엄 식재료 매장의 완성도를 높였다. HACCP 인증을 받은 안심공간에서 15년 경력의 축산 명장이 최고급 한우를 손질하고, 소비자의 요구에 맞게 「오더 앤 컷 / 에이징」 서비스를 제공한다. 여기에 한식 대가의 레시피로 만든 제철 반찬과 일본 장인이 연구한 건강 생식빵까지, 우리집 식탁을 다양하고도 꼼꼼하게 완성해준다.



새로운 쇼핑의 경험

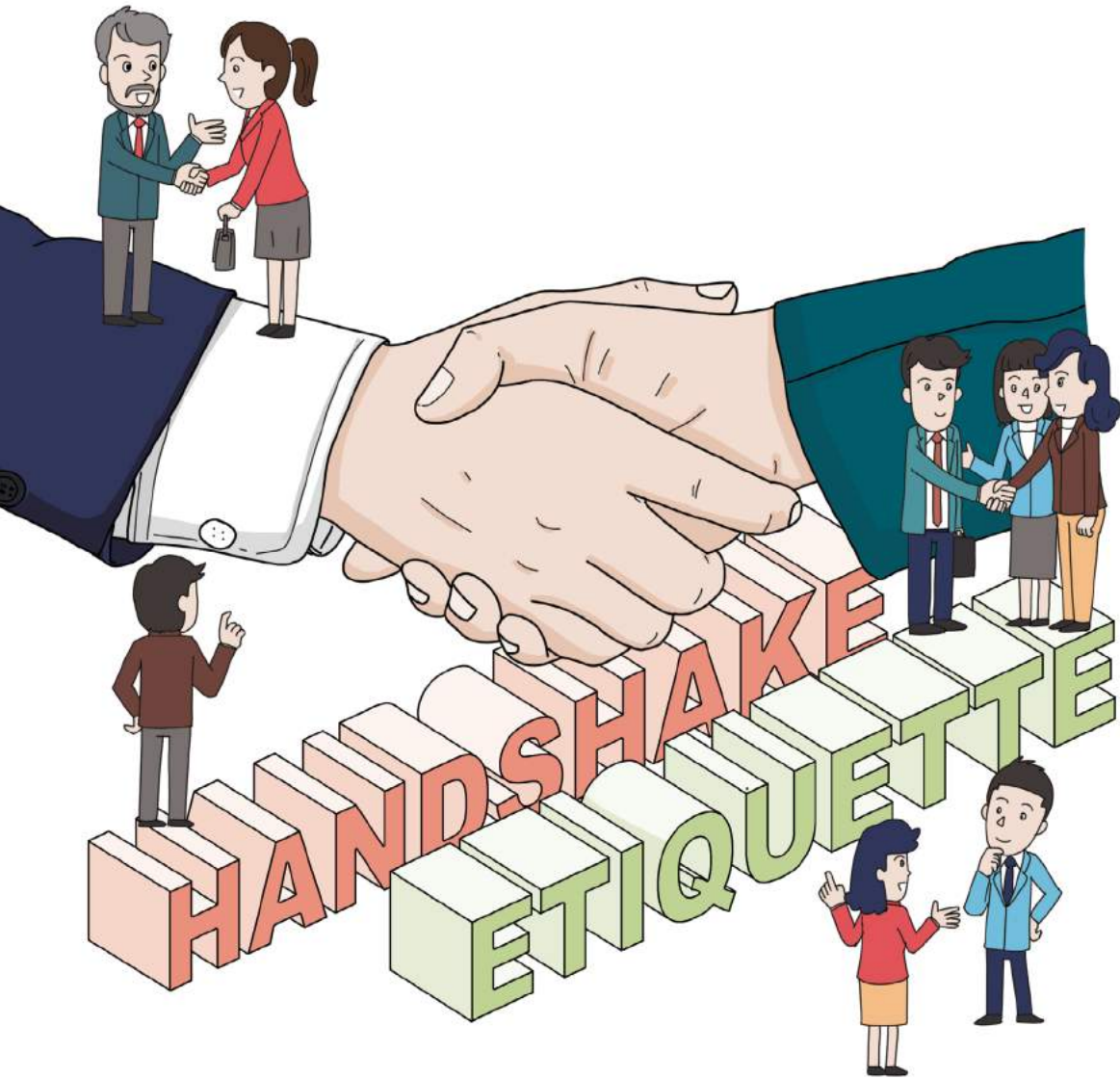
비대면으로 빠르고 간편하게

롯데ON 「밀구루」 전문관을 통해 주문하면 반경 1km까지 1시간 안에 상품이 배송된다. 냉동/냉장 기능이 탑재된 스마트 푸드로 커에서 바로 찾아가는 스마트 픽업도 가능하다. 또한 「밀구루」 삼성점에서는 우리 동네 안심 비대면 중고거래 자판기 「파라바라」도 설치돼 있어, 간편한 비대면 쇼핑을 경험할 수 있다. 📍

편집실

매너 있는 스킨십의 첫 단계 악수 예절

일상에서 가장 많은 시간을 보내는 곳 중 하나인 직장. 이곳에서 우리는 하루에도 수많은 상황을 겪곤 한다. 언제든 일어날 수 있는 다양한 상황들 속에서 당황하지 않고, 더욱 품격 있는 매너를 갖추기 위해 올해 사보 「롯데」에서는 롯데호텔 호텔아카데미와 함께 롯데 알쓸신job(알아두면 쓸모 있는 새로운 직장 예절) 코너를 진행한다. 이번 달은 그 두 번째로 악수 예절을 다룬다.



악수는 관계의 시작으로 서로 손을 맞잡음으로써 마음의 문을 연다는 의미를 담고 있다. 손을 맞잡고 흔들면서 서로 일체가 됨을 표현하는 방법이기도 하다. 최근에는 코로나19로 악수 대신 「주먹인사」를 나누고 있지만, 해방의 그날 품격 있는 롯데인이 되기 위해 악수 예절에 대해 미리 알아보자.

제1장 악수는 누가 먼저 권해야 하나?



악수에는 몇 가지 원칙들이 존재한다. 첫 악수에서는 특히 상대방이 불편하지 않게 배려해야 한다. 뒷사람이 아랫사람에게 먼저 악수를 청한다. 지난해 소개했던 명함 예절에서는 아랫사람이 뒷사람에게 먼저 명함을 전달하는 것이 예의지만, 악수 예절에서는 그 반대다. 명함 예절에서는 처음 대면하는 사람에게 나를 소개하는 자리인 만큼 아랫사람이 먼저 자신을 소개하는 의미로 명함을 전달하지만, 악수 예절에서는 뒷사람이 아랫사람에게 먼저 악수를 권하는 것이 관례다. 나이가 연장자가 연소자에게, 선배가 후배에게 먼저 악수를 권하는 것이 일반적이며, 오른손을 사용해 악수하는 것이 원칙이다.

제2장 올바른 악수법은 무엇일까?



앞에서도 언급했듯 악수는 인간관계를 열어주는 문의 역할을 하기 때문에 올바른 방식으로 하는 것이 중요하다. 우선 악수는 자리에서 일어나서 하는 것이 일반적이며, 앉아서 상대방에게 악수를 권하거나 상대방의 악수에 응하지 않도록 유의해야 한다. 또한, 주머니에 다른 손을 넣은 채 악수하지 않도록 한다. 악수할 때는 상대방의 눈을 마주보며 미소를 짓고, 간단한 인사말과 함께 자신을 소개하며 엄지를 세운 채 오른손을 비스듬히 내민다. 오른손에 물건을 쥐고 있다면 왼손에 미리 바꾸어 들고, 왼손잡이인 경우에도 악수를 할 때는 오른손으로 한다. 마지막으로 상대방의 손을 적당한 힘으로 잡고 2~3회 흔들면서 친밀감을 표현한다. 하지만 악수한 채로 너무 오랫동안 대화를 나누지 않으며, 인사를 마친 후 손을 제자리에 위치한 다음 대화를 지속하는 것이 좋다.

제3장 피해야 할 악수법은 무엇일까?



올바른 악수법이 있다면 피해야 할 악수법도 있다. 우선 손에 너무 힘이 없는 상태로 악수를 하거나, 혹은 악수할 때 지나치게 손을 꼭 잡으면 상대방에게 무관심하거나 힘을 과시한다는 인상을 전달할 수 있으므로 유의하도록 한다. 이와 더불어 악수할 때 손가락 끝만 잡으면 상대방에게 소극적으로 비칠 수 있으며, 두 손으로 잡으면 상호친밀한 경우를 제외하고는 불필요한 오해를 불러일으킬 수 있으므로 주의한다. ❶

원준희_롯데호텔 호텔아카데미 대리



「소소일작」 캠페인

소소하지만 소중한 일상이 사진으로 작품이 되다
「소소일작」 캠페인



한국후지필름은 당연하게 여겨 잊기 쉬운 소소한 일상의 행복을 사진으로 특별하게 담아내는 「소소일작」 사진 문화 캠페인을 진행하고 있다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 일상 속에서 찾은 작은 행복들을 사진으로 특별하게 기념하는 「소소일작」 캠페인에 대해 알아본다.

「소소일작」 클래스

크리에이터들과 함께 창의적인 사진 생활 아이디어를 제안하는 「소소일작」 클래스는 공개된 영상을 보고 누구나 쉽게 참여 가능한 오픈 클래스다. 클래스 신청자에게는 DIY 키트를 한정 수량 무료 배송하며, 신규 클래스 소식은 한국후지필름 인스타그램과 후지필름몰에 업데이트된다.

이달 5일에는 「소소일작」 스윗포토 시리즈의 디자인을 모티브로 한 포토 콜라주 포장법이 공유됐다. 사진과 함께 주위에서 쉽게 구할 수 있는 자연 소재로 포장하는 친환경 포장법을 제안한 것이다. 또한, 업사이클링 브랜드 「큐클리프」와 함께한 「필름매거진을 활용한 키링 만들기」와 프랑스 자수 작가 「조이스티지」와 협업한 「필름 자수 액자 만들기 클래스」도 많은 참여자들의 관심을 얻었다.



「소소일작」 감성상점, 「스윗포토 마그넷 & 엽서」

「소소일작」 클래스, 필름 자수 액자



「소소일작」 감성상점, 마크라메 스트랩



「소소일작」 클래스, 업사이클링 필름 키링

「소소일작」 감성상점

한국후지필름은 감성 사진생활에 필요한 아이템을 「소소일작」의 오리지널 굿즈로 선보이는 온라인 상점인 감성상점을 운영 중이다. 감성상점에서는 스트랩 등 카메라 액세서리는 물론 사진 꾸미기에 좋은 데코 문구 등 다양한 「소소일작」 굿즈 라인업을 판매한다.

이달에 신규 판매하는 상품은 일러스트레이터 「하몽」과 협업한 스윗포토 마그넷 & 엽서다. 빛을 담은 듯 따뜻한 그림을 그리는 하몽 작가의 반려견 사진과 함께 스윗한 일상을 일러스트로 그린 마그넷과 엽서 3종은 필름 사진, 메모, 엽서 등 벽면 장식이나 책상 인테리어로도 활용 가능하다.

한편, 한국후지필름은 아날로그 필름 사진과 관련해 새로운 경험을 할 수 있도록 시즌별 고객 이벤트도 진행하고 있다. 지난 2월에는 구정 설 & 봄맞이 선물 이벤트를 진행해 코로나19 사회적 거리 두기로 인해 전하지 못했던 마음을 우편으로 보낼 수 있도록 「다시, 봄」 필름 엽서와 우표 세트를 증정했다. 자세한 사항은 한국후지필름 후지필름몰(www.fujifilm.co.kr)에서 확인할 수 있다. 롯데 사우 여러분의 많은 관심과 참여 바란다.

정수웅_한국후지필름 마케팅팀 커뮤니케이션담당



절망 속 _____ 희망을 전하며 _____ 이 시대를 위로하는 뮤지컬 「맨오브라만차」



세계를 감동시킨 불후의 명작 뮤지컬 「맨오브라만차」가 2021년 2월 2일부터 3월 1일까지 샤롯데씨어터에서 성공적으로 막을 올렸다. 당초 지난해 12월 18일 개막 예정이었으나 사회적 거리 두기 격상으로 총 세 차례나 연기한 끝에 성사된 개막이었다. 절망 속에서도 희망을 잃지 않는 「돈키호테」처럼 어려움 속에서도 관계자 모두가 희망을 잃지 않고 공연을 준비해 관객들에게 큰 기대를 모은 뮤지컬 「맨오브라만차」를 소개한다.



Musical

이번에 막을 올린 「맨오브라만차」는 한국 초연 15주년을 맞이해 놓칠 수 없는 역대급 캐스팅을 선보였다. 「세르반테스 & 돈키호테」 역에 대한민국 최정상 배우인 「류정한」, 「조승우」, 「홍광호」가 트리플 캐스팅되면서 꿈의 캐스트를 이뤄냈고, 「알돈자」 역에 「윤공주」, 「김지현」, 「최수진」이, 「산초」 역에는 「이훈진」과 「정원영」이 무대에 오르며 환상의 라인업을 완성했다.



M a n o f L a M a n c h a

뮤지컬 「맨오브라만차」는 미겔 데 세르반테스의 세기의 소설 「돈키호테」를 원작으로 자신을 「돈키호테」라는 기사로 착각하는 괴짜 노인 「알론조 키하나」와 그의 시종 「산초」의 모험을 통해 꿈을 향해 거침없이 도전하는 「돈키호테」의 모습을 그린 작품이다. 극 중 극 형태의 액자식 구성과 가슴을 울리는 주옥 같은 명대사인 작품 속 「우리 모두가 라만차의 기사」라는 메시지에서 알 수 있듯, 주연뿐만 아니라 각각의 조연 모두가 솔로 넘버를 가지고 있을 정도로 뮤지컬 「맨오브라만차」속 각 캐릭터가 가진 의미는 남다르다. 작품을 대표하는 넘버인 「이룰 수 없는 꿈(The Impossible Dream)」을 통해 「어렵고 힘든 상황에도 불구하고 끈기있게 자신만의 길을 가겠다」라는 굵직한 메시지를 전하는 이 작품의 가치는 매 시즌 시대를 반영하며 또 다른 감동으로 다가서는 등 변함없이 따뜻한 위로와 희망으로 관객들과 만나고 있다.



M a n O f L a M a n c h a



특히 극의 주제를 더욱 효과적으로 전달하는 극 중 극 형태의 액자식 구성은 신성모독 죄로 종교 재판을 받게 되는 「세르반테스」의 이야기와 자신을 라만차의 기사 「돈키호테」로 믿는 노인 「알론조 키하나」의 이야기를 통해 두 사람의 삶을 더욱 극적으로 드러낸다. 밑바닥 삶을 살지만 「돈키호테」로 인해 어둠 속에서 희망을 발견하고 새로운 인생을 꿈꾸는 「알돈자」 캐릭터는 이상과 현실의 극명한 대비를 보여주며, 서서히 변화하는 모습을 통해 이 작품이 전하고자 하는 바를 가장 상징적으로 드러낸다.

뮤지컬 「맨오브라만차」는 세기의 소설 「돈키호테」가 가진 탄탄한 이야기 속 변하지 않는 메시지와 묵직한 감동을 안기는 음악, 이 모든 것을 완성하는 정상급 배우들의 무대를 통해 예기치 못한 코로나19로 인해 수많은 관객들이 잠시 잊고 있었던 「꿈」, 「희망」을 되새길 수 있도록 그 어느 때보다 의미 있는 무대를 선보였다. 3월 1일 샤롯데씨어터에서의 짧은 공연을 마친 뮤지컬 「맨오브라만차」는 충무아트센터로 무대를 옮겨 3월 24일부터 5월 16일까지 연장 공연을 이어간다. 비록 무대는 다르지만 롯데컬처웍스가 여전히 공동제작하는 만큼 뮤지컬 「맨오브라만차」의 행보를 눈여겨보자. ❶

김혜인_롯데컬처웍스 공연사업팀 대리

#돈키호테



• 류정한



• 조승우



• 홍광호

#알돈자



• 윤공주



• 김지현



• 최수진

#산초



• 이훈진



• 정원영



공연 정보

공연일자
샤롯데씨어터
- 2021년 2월 2일(화) ~ 2021년 3월 1일(월)
충무아트센터 대극장
- 2021년 3월 24일(수) ~ 2021년 5월 16일(일)

공연시간
평일 19시 30분
토요일 및 공휴일 14시, 19시
일요일 14시
(월요일 공연 없음)

관람연령
14세 이상 관람가

공연문의
오픈리뷰 ☎ 1588-5212



충남 태안 신두리 해안사구

해외인 듯 해외 아닌 이국적인 국내 여행지

여행을 떠나는 순간보다 떠나기를 기다리는 시간이 더 행복할 때가 있다.
이번 달 사보 「롯데」에서는 여전히 코로나19로 해외 여행은 어렵지만
여권 없이 이국적인 정취를 느낄 수 있는 국내 여행지를 소개한다.

한국의 산토리니 「아산 지중해 마을」

충남 아산의 지중해 마을을 이루는 60여 동의 건물과 골목들은 그리스 산토리니의 하얀 벽과 파란 지붕의 눈부심, 파르테논 신전 열주들의 장쾌함, 프랑스 남부 프로방스 비밀정원의 아늑함을 모티브로 만들어졌다. 유럽 문화의 건축 양식을 사용해 이국적인 풍경을 연출하는 이곳은 골목골목 찾아다니는 매력이 있는 유럽인 듯 유럽 아닌 유럽 같은 곳으로, 골목마다 개성 넘치는 가게들로 가득하다. 1층은 레스토랑, 카페, 상점으로 사용되고 2층은 공방



이나 전시/체험공간으로 사용되며, 3층은 마을 주민들의 주거공간으로 이용된다. 골목마다 천사의 날개, 등대 모양의 우체통 등 포토 스폿도 다양하다. 야간에는 골목 위로 은하수 조명이 매달려 마을 분위기를 한층 북돋우며 이국적인 풍경을 만들어 낸다.

한국의 사막 「태안 신두리 해안사구」



충남 태안에 위치한 신두리 해안사구는 우리나라 최대의 해안사구지대로 생태계 보존지역 및 천연기념물 제431호로 지정된 곳이다. 최근 문화체육관광부와 한국관광공사 주관 「한국관광 100선」에 선정될 만큼, 관광지로서 가치와 우수성이 확인된 여행지다. 광활한 모래 언덕과 벽처럼 솟은 모래 절벽, 신두리 해수욕장 등 신비로운 자연을 만날 수 있는 이곳의 산책 코스는 소요시간에 따라 A, B, C 코스로 나뉜다. 나무 데크로 산책 코스가 잘 조성돼 있으니 날씨가 좋은 날이면 바다와 드넓은 초원, 해안사구의 조화가 아름다운 이곳에서 잠시 삶의 무게를 내려놓고 바다와 바람, 모래언덕이 선사하는 이국적인 평온함에 몸을 맡겨보길 바란다.

한국의 나폴리 「외도 보타니아」

거제도 남쪽의 외딴 섬 외도의 인기는 새삼스럽지 않지만, 요즘 들어 이국적인 여행지로 다시금 각광받고 있다. 30여 년 전에 한 개인이 섬을 사들여 정성 들여 꾸미면서 지금의 모습이 됐다. 눈이 시리도록 아름다운 푸른 바다를 배경으로 1년 내내 꽃이 심 없이 피어나 사시사철 언제나 아름다움을 간직하는 곳이다. 선인장, 코코넛 나무, 가자니아 등 난대 및 열대성 식물이 풍성하고 지중해풍의 건축물과 고속도로처럼 시원하게 뻗은 정원, 푸른 바다를 배경으로 서 있는 하얀 비너스 상이 이국적인 정취를 더해 준다. 아왜나무가 터널을 이루는 천국의 계단을 비롯해 해금강을 조망할 수 있는 전망대도 인증 사진 명소로 유명하다. 남해 한려해상의 푸른 바다를 끼고 천천히 걸음을 옮기며 꽃 향기와 나무 내음, 새소리를 즐기면서 새로 찾아올 아름다운 봄날을 만끽해 보자. ①

이문규_롯데제이티브 영업전략팀장



• 문의: 1577-6511

혼돈의 세상, 모든 생각이 노출된다!

카오스 워킹

감염되면 모든 생각이 타인에게 노출되는 「노이즈」 바이러스가 창궐하는 세상.

동명의 원작 소설 「카오스 워킹」을 영화화하며 할리우드에 뉴 서바이벌 신드롬을 예고한 영화 「카오스 워킹」이다.



**살고 싶다면
반드시 탈출해야만
한다!**

모든 생각이 실시간으로 노출되는 「노이즈」 바이러스에 감염된 세상 뉴 월드. 「토드(톰 홀랜드)」는 이곳에 불시착한 의문의 유입자 「바이올라(데이지 리들리)」와 마주하게 된다. 혼돈의 세상 속 숨겨진 비밀에 의문을 품은 두 사람은 뉴 월드를 탈출할 계획을 세우고, 뉴 월드의 통치자 「데이비드(매즈 미켈슨)」는 이로 인한 위험을 직감하고 이들을 추적하기 위해 모든 수단을 동원하는데...

바이러스에 감염돼 모든 생각이 노출된다는 독특하고 신선한 상상력이 특징인 영화 「카오스 워킹」은 동명의 소설 「카오스 워킹」을 원작으로 한다. 총 3부작으로 구성된 원작 소설은 영국에서 한 해 동안 출간된 책 중 가장 뛰어난 책에 수여하는 카네기 메달을 비롯해 수많은 문학상을 수상한 것은 물론, 전 세계 34개국에서 베스트셀러에 올랐다. 「본 아이덴티티」, 「엣지 오브 투모로우」를 연출한 더그 라이만 감독과 「월드 위Z」, 「설국열차」, 「테넷」의 제작진 등 할리우드 베테랑 제작진들이 영화에 참여해 풍성한 볼거리와 재미를 선사한다.



**쫓는 자
VS
쫓기는 자**

「카오스 워킹」은 할리우드 대세 배우들로 꾸린 대형 캐스팅 라인업이 돋보이는 영화다. 「스파이더맨: 파 프롬 홈」 이후 약 2년 만에 실사 영화로 컴백한 「톰 홀랜드」가 「토드」 역할을 맡아, 히어로에서 180도 변신한 서바이벌 캐릭터를 선보인다. 또한, 「스타워즈: 깨어난 포스」를 시작으로 할리우드 차세대 히로인의 대표주자로 자리매김한 「데이지 리들리」가 뉴 월드에 불시착한 바이러스 비감염자 「바이올라」 역할을 맡아 개성 있는 연기를 펼친다. 서로가 낯선 「토드」와 「바이올라」가 위협과 추적을 피해 함께 탈출하며 펼치는 케미스트리는 영화의 기대감을 한층 높인다.

「토드」와 「바이올라」를 추적하며 영화의 긴장감을 끌어올리는 배우들도 눈에 띈다. 칸 국제영화제 남우주연상을 수상하며 할리우드 대표 배우로 등극한 「매즈 미켈슨」과 미국 최고의 아이돌 그룹 「조나스 브라더스」의 「닉 조나스」가, 뉴 월드의 실질적인 통치자 「데이비드」와 그의 아들 「데이비」 역할을 맡아 스틸 넘치는 연기를 펼친다. 할리우드 대세 꽃중년과 인기 아이돌 출신 젊은 배우의 열연이 만들어내는 시너지는 그 자체로 영화에 특별한 재미를 더한다.



「카오스 워킹」 예고편

할리우드 대세 배우들의 명품 연기가 선사하는 극강의 몰입감, 「카오스 워킹」에 주목해보자.

박기웅_롯데엔터테인먼트 홍보팀

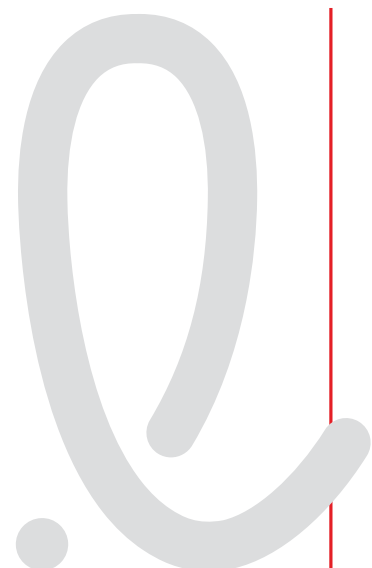


VIEW POINT

마음의 소리



「카오스 워킹」 원작 소설과 영화가 가장 주목 받는 점은 바로 「모든 생각이 노출된다」는 독특한 설정이다. 바이러스에 감염된 뉴 월드의 주민들은 각자 자기만의 방식으로 「노이즈」를 활용해 생각을 감추고 표출한다. 영화를 보며 생각이 노출되는 세상에서 효과적으로 속마음을 숨길 수 있는 방법에 대해 상상해보면 더욱 색다르고 흥미로운 관람이 될 것이다.



2021 MARCH NEWS UPDATE



롯데제과
디저트 카페 「나뚜루 시그니처」



롯데칠성음료
「처음처럼」 신규 광고 모델 「제니」



파스퇴르
국산콩으로 만든 바른 두유



롯데유통사업본부
밸런타인데이 상품 진열 매대



롯데백화점
부캐 「오페르」 유튜브

식품

FOODS

📍 롯데제과

디저트 카페 「나뚜루 시그니처」 론칭

롯데제과는 2월 15일 「나뚜루 시그니처」 1호점을 론칭했다. 새롭게 선보인 「나뚜루 시그니처」는 아이스크림뿐만 아니라 크로플, 아포가토 등 다양한 형태의 디저트를 즐길 수 있는 디저트 카페다. 포화 상태인 아이스크림 전문점 시장에서 벗어나 복합적인 카페 공간으로 탈바꿈하며, 현 시대의 트렌드에 맞춰 젊고 감각적이며 고급스러운 이미지로 변신을 꾀했다. 「나뚜루 시그니처」 1호점은 서울 강서구 마곡나루역 인근에 개점했으며 3월 중으로 경복포항에 2호점을 오픈할 계획이다.

📍 롯데칠성음료

「처음처럼」 신규 광고 모델 「제니」 발탁

롯데칠성음료는 2월 2일 트렌디하고 핫한 이미지의 블랙핑크 멤버 「제니」를 신규 모델로 발탁했다고 밝혔다. 「처음처럼」은 최근 도수 인하, 디자인 리뉴얼 등 시장에서 공격적인 행보를 이어가고 있다. 소주 모델은 대세 연예인의 척도로 불릴 만큼 이슈를 몰고 다닌다. 그동안 「처음처럼」은 이효리, 신민아, 수지 등 시대를 대표하는 모델들과 조우한 바 있어 신규 모델 「제니」가 그 계보를 이을지 귀추가 주목된다.

「칠성사이다 제로」 재출시

롯데칠성음료는 2월 8일 대표 탄산음료 「칠성사이다」의 맛과 향은 유지하고, 칼로리는 뺀 「칠성사이다 제로」를 리뉴얼 출시했다. 「칠성사이다 제로」는 칠성사이다 70년 제조 노하우를 담은 제품으로, 기존 제품의 맛과 향을 그대로 유지하고 0칼로리로 깔끔한 뒷맛을 살렸다. 패키지에는 기존과 동일한 초록색 바탕과 로고 디자인을 적용했으며, 제품의 특징을 한눈에 알아볼 수 있도록 라벨에 「칠성사이다 제로」라는 문구를 넣어 가시성을 높였다. 또한, 기존 제품들과 쉽게 구별할 수 있도록 페트병 제품에 검은색 뚜껑을 적용했다.

📍 롯데푸드

「K-로스팜」 100만 캔 판매 돌파

롯데푸드는 2월 9일 100% 국내산 돼지고기를 사용한 캔햄 「K-로스팜」이 출시 3달 만에 누적 판매 100만 캔을 돌파했다고 밝혔다. 「K-로스팜」은 롯데푸드가 한돈자조금관리위원회와 협력해 품질 좋은 우리 돼지 「한돈」으로 만든 제품이다. 신선한 국내산 돼지고기만을 사용해 깊은 풍미와 탱글한 식감을 살렸으며, 5℃ 이하 24시간 저온 숙성으로 깊고 풍부한 맛을 구현했다. 특히, 「K-로스팜」은 돼지고기 함량 95.03%로 국내 캔햄 중 최고 수준의 고기 함량을 자랑한다.

파스퇴르, 검은콩 두유 신제품 출시

파스퇴르는 2월 22일 신제품 「국산콩으로 만든 바른두유 검은콩 고칼슘」을 선보였다. 이 제품은 핵심 원료인 콩을 100% 국산 검은콩으로 만든 두유다. 파스퇴르의 간소한 품질 기준과 기술력으로 만들었으며, 검은콩을 통째로 갈아 본연의 맛과 영양을 그대로 담았다. 여기에 두유에 부족하기 쉬운 칼슘을 강화해 190ml 한 팩에 칼슘 210mg을 함유했다.

롯데네슬레코리아

고양이 사료 「퓨리나 원 캣 내추럴」 출시

롯데네슬레코리아는 2월 16일 인공 향미료, 인공 보존제, 필러(충전제)가 없는 프리미엄 라인으로 「퓨리나 원 캣 내추럴」 라인업을 출시했다. 이번 신제품은 내추럴 건식 2종과 그레인 프리 습식 3종으로 구성됐다. 건식은 고양이 건사료 중 유일하게 「쫄깃한 텐더 카블」이 함유돼 있으며, 닭고기와 연어 순살고기를 사용해 고양이의 영양과 기호를 충분히 만족시킨다. 현재 펫숍, 자사몰에서 출시 기념 프로모션을 진행 중이다.

📍 롯데유통사업본부

롯데제과 밸런타인데이 총력 지원

롯데유통사업본부는 2월 14일 밸런타인데이를 맞아 전국 관리점 내 핵심 고매출점

을 중심으로 롯데제과 제품을 총력 지원했다고 밝혔다. 이번 밸런타인데이는 설 연휴기간과 겹친 탓에 초콜릿 매대가 축소됐지만, 지난 1월부터 매장과 사전에 협의해 설 선물세트 매대 옆 소비자 주동선상 진열 공간을 선점하고 단독 매대를 확보했다. 특히, 매대 구성 시 롯데제과의 핑크베리 신제품을 중심으로 시즌에 맞게 화사하게 꾸며 소비자의 시선을 집중시켰다. 뿐만 아니라 소포장 중심의 판매 트렌드와 롯데 제품만의 차별성을 부각하기 위해 시인성 높은 판촉물을 제품에 부착하고, 소비자 대상 권장 판매 및 행사를 진행해 매출 향상에 기여했다.

롯데칠성음료 제품 시장 조기정착 지원

롯데유통사업본부는 2월 1일부터 28일까지 한 달간 롯데칠성의 신제품 「칠성사이다 제로」와 「펄시 제로」의 시장 조기정착을 위해, 분포 및 진열 활동을 집중적으로 실시했다. 대형마트 및 SSM에서는 제품의 초기 인식도를 높이기 위해 시인성 높은 행사 매대와 골든존을 중심으로 집중 진열활동을 펼쳤다. 그리고 CVS와 시판점포에서는 제품 분포가 중요하므로 점주를 대상으로 셀링 포인트를 홍보하고 발주를 독려했다. 또한, 해당 제품을 진열한 곳에 워터스티커 등을 부착해 소비자의 시선을 집중시켰다.

유통

RETAIL

📍 롯데백화점

부캐 「오페르」 유튜브 채널 오픈

롯데백화점은 2월 17일 유튜브 채널 「오페르」를 오픈하고 롯데백화점 부캐를 처음 선보였다. 「오페르」는 세계관 마케팅의 일환으로, 소비과정에서 재미를 추구하는 MZ 세대를 겨냥한 것이다. 롯데백화점의 부캐는 평행 세계에 존재하는 왕국의 공주로, 왕국에서 발생하는 문제를 해결한 공주만이 얻을 수 있는 「오페르」라는 명예로운 칭호를 얻기 위해 롯데백화점에서 미션을 수행한다. 첫 번째 시즌 출연자는 아이돌 그룹 「이달의 소녀」의 '쥬다'.

「롯데 웨딩 페어」 진행

롯데백화점은 2월 19일부터 3월 7일까지 웨딩멤버스 고객들을 대상으로 전점에서 「롯데 웨딩 페어」를 진행했다. 「롯데 웨딩 페어」에서는 예비부부들이 가장 선호하는 명품·가전·가구 브랜드에서 구매한 금액을 두 배로 적립해주는 「웨딩마일리지 더블 적립」 이벤트와 더불어 비대면 소비트렌드 확산에 맞춰 롯데백화점물 언택트 웨딩 페어, 온라인 웨딩 박람회, 웨딩 성향 테스트 등 다양한 온라인 행사도 함께 진행했다. 특히, 올해는 홈스타일링 페어도 동시에 전개했다.



롯데커머스
온라인 가구·침구 박람회 배너



사롯데시어터
뮤지컬 「팬텀」 포스터



코리아세븐
가맹점 세무 모바일 서비스 도입 MOU



롯데호텔 제주
「봄(B.O.M.)」 패키지



롯데면세점
「럭스몰 라이브」



롯데월드 어드벤처
「롯데월드 타이쿤」 게임

롯데마트

「봄을 집안 가득히, 리빙페어」 진행

롯데마트는 2월 18일부터 3월 3일까지 「봄을 집안 가득히, 리빙페어」를 진행해 50여 종의 제품을 최대 50% 할인된 가격에 선보였다. 롯데마트는 이 시기에 가구와 인테리어를 바꾸려는 고객 수요가 높은 점을 고려해, 자사의 홈리빙 브랜드 「룸바이홈」 제품을 중심으로 차별화되고 전문적인 제품들을 준비했다. 행사 기간 동안 올해 신상품인 「룸바이홈」 안티더스트 침구 시리즈, 소호지구에서 영감을 받은 가구 라인인 룸바이홈 우드스틸 소호 등을 부담 없는 가격에 판매했다.

롯데e커머스

롯데ON, 온라인 가구·침구 박람회 개최

롯데ON은 2월 15일부터 21일까지 「2021 롯데ON 온라인 가구·침구 박람회」를 진행했다. 판매가가 높은 가구의 경우 기존에는 직접 실물을 볼 수 있는 오프라인에서 주로 구매했으나 코로나19 확산으로 인해 최근에는 온라인 구매로 늘어나는 추세다. 실제로 롯데ON에서는 지난해 10월과 11월에 토파와 모션 데스크 등의 상품군 매출이 전년 대비 200% 이상 증가했다. 롯데ON은 이에 힘입어 시디즈, 리바트, 한샘 등 80여 개 유명 가구 브랜드를 최대 50% 할인 판매하고, 할인 쿠폰을

제공하는 등 온라인 가구 시장을 선점하기 위해 노력하고 있다.

롯데컬처웍스

레시피 공모전 「나만의 스위트샵」 진행

롯데컬처웍스는 2월 22일부터 3월 7일까지 임직원 대상 매점 메뉴 레시피 공모전 「나만의 스위트샵」을 진행했다. 내부고객 의견 청취와 트렌드를 반영한 신메뉴 개발을 목적으로 한 이번 공모전에서는 개인 또는 3명 이하의 팀 단위로 참가자를 모집했다. 우수한 아이디어에 대해서는 실제 론칭을 검토하고 우수작 수상자에게는 롯데상품권 등 경품을 지급한다. 심사는 롯데중앙연구소와 협업해 전문성을 평가하고, 롯데컬처웍스 임직원의 투표와 블라인드 평가를 통해 진행된다.

뮤지컬 「팬텀」 공연 진행

롯데컬처웍스는 3월 17일부터 6월 27일까지 대한민국 최초의 뮤지컬 전용 극장 사롯데시어터에서 뮤지컬 「팬텀」 공연을 진행한다. 뮤지컬 「팬텀」은 가스통 르루의 소설 「오페라의 유령」을 원작으로 한 작품으로, 천재적인 재능을 가졌으나 흉측한 얼굴 탓에 오페라 극장 지하에서 유령처럼 숨어 지내는 「에릭」의 애절한 로맨스와 그의 인간적인 면모에 집중한다. 2월 18일 진행된 1차 티켓 예매에서 6회차 매진과 멜

론티켓 예매 랭킹 1위를 기록한 바 있다.

코리아세븐

가맹점에 세무 모바일 서비스 도입

세븐일레븐은 2월 8일 세무회계 플랫폼 스타트업과 손잡고, 업계 최초로 경영주를 위한 세무 모바일 서비스 도입을 위한 업무협약을 체결했다. 이번 서비스는 가맹점 점포 운영에 필요한 세무, 회계업무의 간소화와 효율화를 위해 마련했으며 기존에는 우편이나 대면으로 진행했던 세무 업무들을 모바일, PC를 활용해 간편하게 처리할 수 있다. 세븐일레븐은 이를 통해 연간 세무비용도 절감하고 점포 운영 편의성도 높아질 것으로 기대하고 있다.

롯데하이마트

새로운 비전 수립 및 임직원 역할 제시

롯데하이마트는 2월 1일 시장과 고객 변화에 대응하고 지속 성장 가능한 기업이 되기 위해 「고객의 스마트한 문화생활을 제안하는 디지털 라이프스타일 파트너」라는 새 비전을 수립했다. 고객 생애 전반에 관련된 상품과 서비스를 제공할 수 있는 전문성을 확보하고, 고객과 지속적 관계를 형성하는 라이프스타일 파트너를 지향한다는 의미를 담았다. 비전 달성을 위해 임직원들에게 열리어답터, 큐레이터, 인플루언서라는 세 가지 역할을 제시했다.

관광·서비스

TOURISM SERVICE

롯데호텔

롯데호텔 제주, 「봄(B.O.M.)」 패키지 출시

롯데호텔 제주는 3월 1일부터 6월 1일까지 「봄(B.O.M.: Bloom Our Moment)」 패키지를 선보인다. 체크인하는 순간부터 제주의 싱그러운 들꽃 향과 라넌쿨러스, 거베라 등 플로럴 커티시가 시각과 후각을 자극해 마음속에 설레는 봄바람을 불러일으킨다. 또한, 객실·조식·제주의 맛을 담은 카페 「해운」 스페셜 메뉴 1개·사진 인화 서비스 이용권 1개가 공통 특전으로 제공된다. 사진 인화 서비스를 이용하면 「뽀픽」 앱에서 최대 40장까지 인화할 수 있으며, 제주 봄강스의 추억을 간직할 수 있도록 보정 및 배송까지 제공한다.

롯데리조트

롯데리조트부여, 패밀리 콘텐츠 선보여

롯데리조트부여는 2월 6일 매주 주말 순차적으로 부모와 아동 모두 즐길 수 있는 패밀리 콘텐츠 3종을 선보인다고 밝혔다. 먼저 아이들이 즐길 수 있는 콘텐츠인 「빠빠로프렌즈와 과자집 만들기」를 출시했다. 빠빠로프렌즈 캐릭터 요리사복과 더 붙여 다양한 종류의 빠빠로를 활용한 이 콘텐츠는 재미요소는 물론 아동들의 소근육 발달과 창의력 향상에도 효과적이다.

육아에 지친 부모들을 위한 「24절기 사운드 버스」 콘텐츠도 함께 출시했다. 또한, 지난해 가을 성공적으로 론칭한 「다도·다식체험」은 4월 첫째 주 주말에 롯데리조트부여 7층 한옥 데크에서 다시 진행될 예정이다.

지역 서점 연계한 「문우당 라운지」 오픈

롯데리조트속초는 2월 11일 지역 서점 문우당서림과 손잡고 1층 로비에 북라운지 「문우당 라운지」를 오픈했다. 총 2개층 442㎡(약 134평) 규모로 지어진 이 공간에서는 시원하게 펼쳐진 동해 바다를 배경으로, 현재의 단절된 일상 속 필요한 「연결(Connect)」을 주제로 문우당서림이 직접 큐레이션한 도서들을 만나볼 수 있다. 또한, 코코넛을 활용해 해변의 이미지를 담은 「코코넛 샌드 비치 라떼」나 속초의 푸른 색감을 담은 「블루 라군 에이드」 등 이곳만의 독특한 시그니처 메뉴들도 맛볼 수 있다.

롯데면세점

「럭스몰 라이브」 첫 방송에서 완판 행진

롯데면세점은 2월 4일 방송에서 실시간으로 상품을 소개하고 판매하는 라이브 커머스인 「럭스몰 라이브」를 처음으로 선보였다. 이번 방송에서 롯데면세점은 「토즈」, 「지미추」, 「막스마라」 등 해외

인기 패션 브랜드의 구두와 의류 등을 최대 72% 할인된 가격에 제공했다. 방송 시작 10분 만에 5,000여 명의 고객이 라이브 커머스를 시청했고, 총 조회 수는 1만 7,000여 건을 기록했다. 특히, 「지미추」의 인기 구두 라인이 완판됐으며, 이번 라이브 방송 효과로 롯데면세점 내수 통관 온라인몰인 「럭스몰」의 매출과 함께 가입회원 수는 21% 증가했다. 롯데면세점은 지난해 12월 라이브 방송 전담 조직을 신설한 만큼 상품군과 플랫폼을 확대해 라이브 방송을 정기적으로 진행할 계획이다.

롯데월드

롯데월드 어드벤처, 타이쿤 게임 출시

롯데월드 어드벤처는 3월 1일 모바일 게임 개발사 「허니플러그」와 협업해 모바일용 타이쿤 게임을 출시했다. 「롯데월드 타이쿤」은 나만의 롯데월드를 새롭게 건설하는 시뮬레이션 게임이다. 이 게임에서는 실제 롯데월드에 있는 어트랙션과 코스튬을 입은 캐스트, 각종 데코레이션을 파크 곳곳에 배치할 수 있다. 또한, 사진 촬영, 파크 청소, 햄버거 만들기 등 다양한 미니게임을 통해 코인을 모으면 더욱 많은 어트랙션을 지을 수 있다. 평소 게임을 즐기지 않는 사람이나 영유아도 쉽게 접근할 수 있도록 동화풍의 이야기자기한 그래픽으로 구성했다.



롯데호텔 부산
개관 24주년 기념 배너



대홍기획
임직원을 위한 간식 큐레이션



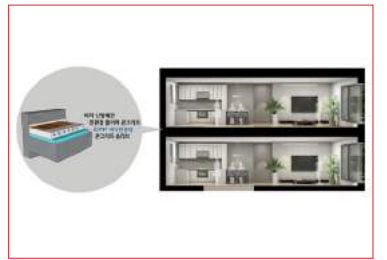
롯데렌탈
전기차 장기렌터카 사전 예약 배너



캐논코리아 비즈니스 솔루션
「원하는 대로」 서비스 선포식



롯데케미칼
PIA를 첨가한 준불연 우레탄 단열재



롯데건설
EPP 바닥 완충재 구조 형식

롯데호텔

개관 24주년 기념 프로모션 실시

롯데호텔 부산은 2월 15일부터 3월 31일까지 개관 24주년을 맞이해 각종 프로모션을 선보인다. 먼저 한식당 「무궁화」에서는 수련 코스를, 일식당 「모모아마」에서는 라쿠텐 코스를, 중식당 「도림」에서는 수화 코스를 24% 할인된 가격에 선보인다. 뷔페 「라세느」는 주중 런치에 한해 24% 할인을 제공한다. 한편, 레스토랑별로 2만 4,000원 균일가에 즐기는 메뉴도 제공한다. 「무궁화」에서는 전통주 3종을, 「모모아마」에서는 아사히 생맥주를 1+1로 제공하며 「도림」에서는 단품 요리 4종을 균일가에 즐길 수 있다.

롯데정보통신

모빌리티 사업협력 MOU 체결

롯데정보통신은 2월 3일 자율주행 및 C-ITS 전문 기업인 「캠트로닉스」와 모빌리티 사업협력 MOU를 체결했다. 이번 MOU를 통해 롯데정보통신은 모빌리티 사업 분야에서 상호 협력은 물론, 융합 서비스도 발굴해 나갈 예정이다. 양사는 버스에 설치된 요금 징수(AFC) 단말기에 실시간 안전 정보를 제공하는 V2X(Vehicle to Everything) 기술을 결합해 교통안전 정보를 제공하는 통합 솔루션도 공동으로 개발할 계획이다.

스마트 단말기 보급 사업 수주

롯데정보통신은 2월 17일 한국교육학술정보원이 발주한 학교 스마트 단말기 보급 사업을 수주했다고 밝혔다. 이번 사업을 통해 롯데정보통신은 스마트 단말기 1만여 대를 전국 55개 국립학교에 설치하고 유지 보수를 총괄하게 된다. 롯데정보통신은 이번 사업을 계기로 한국형 「그린 스마트 미래학교」를 구현해 첨단 ICT 교육 환경을 조성해 나갈 예정이다.

대홍기획

임직원을 위한 간식 큐레이션 제공

대홍기획은 2월 17일부터 구독 서비스와 개인별 큐레이션이 지속적인 트렌드로 자리 잡음에 따라 임직원 복지를 위해 간식 큐레이션 제도를 도입했다. 간식 큐레이션은 사무실에 스낵바와 냉장고를 설치하고, 직원들의 다양한 기호에 맞춰 100종류 이상의 간식을 상시 제공하는 제도다. 대홍기획은 감염병으로 비대면 업무가 일상화되는 가운데 맞춤형 간식을 통해 회사 생활에 활력소를 제공하고, 개인 방역 차원으로 사내에서 간편한 식사를 선호하는 임직원을 위해 이 제도를 도입했다.

롯데자이언츠

「X-PRO 사직캠프」 진행

롯데자이언츠는 2월 1일 「X-PRO 사직캠

프」를 진행한다고 밝혔다. 이 캠프는 자동차 배터리 기업인 디티알오토모티브와 맺은 올해 프로모션 스폰서십 협약에 따라 진행됐다. 이번 협약으로 디티알오토모티브는 2월 1일부터 진행 중인 롯데자이언츠의 전지훈련을 후원하게 됐으며 공식 명칭은 「X-PRO 사직캠프」로 명명됐다. 이외에도 양사는 이번 시즌 사직구장에서 열리는 경기마다 각종 프로모션을 통해 공동 마케팅을 펼칠 계획이다.

롯데렌탈

전기차 장기렌터카 사전 예약 실시

롯데렌탈은 2월 2일부터 28일까지 현대차 아이오닉5와 테슬라 모델3·모델Y를 대상으로 전기차 장기렌터카 사전 예약을 실시했다. 롯데렌탈은 사전 예약을 통해 예약한 고객 중 선착순 300명을 대상으로 대여료 30만 원 할인과 카셰어링 브랜드 그린카가 론칭한 출장세차 서비스 「세차클링」 5회 무료 이용 쿠폰을 지원한다.

롯데글로벌로지스

롯데슈퍼에 「무인택배함」 운영

롯데글로벌로지스는 2월 16일 서울 소재 롯데슈퍼 4개점(프리미엄도곡, 프리미엄잠실, 잠원, 잠실3동점)을 대상으로 「슈퍼에서 장도 보고 택배도 보내는」 무인택배함 시범운영을 시작했다. 무인택배함은

소형 화물(세 번 합 최대 100cm 이하) 전용으로 롯데택배 앱과 홈페이지에서 예약접수 후 이용 가능하며, 택배비는 서울에서 부산까지 추가 요금 없이 2,500원으로 동일하다. 롯데슈퍼에서 장 본 물건이나 개인 발송건은 물론, 롯데택배로 받은 물건을 반품할 때도 이용할 수 있다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

「원하는 대로」 서비스 선포식 실시

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 2월 4일 「원하는 대로」 서비스 선포식을 진행했다. 「원하는 대로」 서비스는 「고객이 원하는 대로」, 「One Stop 서비스를 제공함으로써」, 「No.1이 되겠다」는 서비스 프로그램으로, 고객의 니즈에 맞춰 최고의 기술력으로 고객만족을 실현함으로써 업계 1위의 경쟁력을 확보하려는 실행 전략이다. 최세환 대표이사는 「고객이 원하는 시간, 원하는 장소에서 서비스를 제공해 감동시키고 기분 또한 좋게 만드는 것이 진정한 서비스」라며 전사적 협력을 강조했다.

석유화학·건설

롯데케미칼

불에 잘 타지 않는 단열재용 소재 개발

롯데케미칼은 2월 18일 국내 최초로 고순도 이소프탈산(PIA)을 첨가해 불에 잘 타지

않는 우레탄 단열재용 소재를 개발했다고 발표했다. PIA는 국가공인기관에서 준불연 소재 적합성 인증 및 유해 물질인 포름알데히드 미검출 검증을 받은 소재로, 이를 활용한 우레탄 단열재는 화재 발생 시 기존재 대비 약 30% 연기 발생이 적어 피해를 줄일 수 있다. PIA는 페트병, 도료, 페인트 등의 원료가 되는 소재로 내열성이 특징이며 롯데케미칼은 연산 52만 톤의 세계 1위 PIA 생산규모를 가지고 있다.

롯데건설

창원 양덕 4구역 시공사로 선정

롯데건설은 2월 6일 창원 양덕 4구역 시공사 선정 총회에서 시공사로 선정되면서 올해 도시정비사업 마수걸이 수주에 성공했다. 창원 양덕 4구역은 창원시 마산회원구 165-7번지 일대 대지면적 약 3만 9,056㎡를 지하 2층~지상 36층, 아파트 7개 동, 981세대로 개발하는 사업으로 총 공사비는 2,070억 원 규모다. 롯데건설은 현재 양덕 4구역과 인접한 양덕 2구역을 공사 중이며, 향후 양덕 2구역과 롯데캐슬을 통합하면 2,000세대 대단지가 된다.

소음 진동 전담부서 신설

롯데건설은 2월 19일 중간 소음 제로화를 위해 소음 진동 전문 연구 부서인 소음 진동 솔루션팀을 신설했다. 이 전담부서는

소음·진동, 구조, 콘크리트, 설계, 디자인 등 관련 분야 석·박사급 전문인력 13명으로 구성됐다. 앞으로 롯데케미칼의 친환경 소재인 EPP를 활용한 완충재 개발 및 아파트 구조 형식을 새롭게 조합해 층간 소음을 차단할 수 있도록 신소재 복합 구조를 개발할 예정이다.

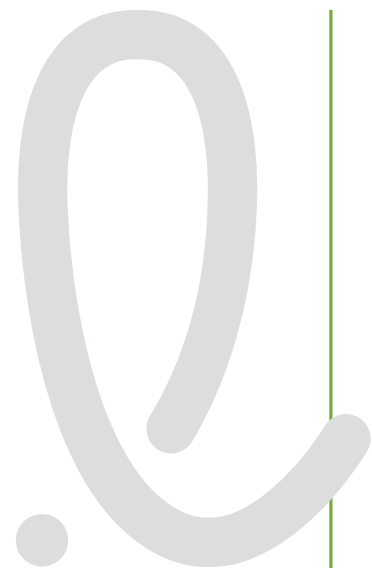
연구·지원

WELFARE·R&D

롯데중앙연구소

R&D insight 진행

롯데중앙연구소는 2월 8일 전 연구원을 대상으로 올해 1회차 R&D insight(명사 특강)을 진행했다. 이날 연구소에서는 HSG 휴먼솔루션그룹 최철규 대표를 초청해 「위닝 스피릿과 변화 관리 리더십」이라는 주제로 약 100분간 특강을 진행했다. 이번 강연을 통해 참석자들은 「위닝 스피릿」의 올바른 의미를 이해하고, 개개인들이 성공적으로 변화하기 위해서 적용해야 할 핵심 원칙들을 파악하는 시간을 가졌다. R&D insight는 중앙연구소 조직 활성화 활동의 일환인 명사 특강으로, 사회 각 분야의 전문가를 초청해 연구원들의 교양 함양 및 신 지식 습득을 목적으로 시작됐다. 향후에도 사회 트렌드 및 임직원 의견을 반영해 지속적으로 진행할 예정이다.



2021 MARCH

NEWS

ESG

롯데제과

친환경 포장재 「카카오 판지」 개발

롯데제과는 2월 17일 친환경 종이 포장재인 「카카오 판지」를 개발했다고 밝혔다. 「카카오 판지」는 롯데제과, 롯데중앙연구소와 한솔제지가 공동 개발한 포장재로, 초콜릿 원료로 사용된 후 버려지는 카카오 열매의 부산물을 분말 형태로 가공해 재생펄프와 혼합해서 만든 친환경 종이다. 이로써 롯데제과는 생산 중에 발생하는 부산물을 효율적으로 재활용할 수 있게 됐으며, 한솔제지 또한 버려지는 자원을 재활용해 필수 원료인 목분을 대체할 수 있게 됐다.

롯데슈퍼

초소형 전기차, 배송차량으로 투입

롯데슈퍼는 2월 6일 수도권 일부 점포에 친환경 전기 자동차 11대를 배송용 차량으로 투입했다고 밝혔다. 롯데슈퍼는 최근 착한 소비에 대한 고객들의 관심이 높아지면서, 지속적으로 증가하는 온라인 주문에 환경친화적 수단으로 대응하기 위해 전기 자동차를 배송 차량으로 선택했다. 이번 전기 자동차 도입은 소음 및 배기가스와 관련한 고객 불편을 최소화하는 것은 물론, 배송 시 초소형 크기로 도심 아파트 내 차량 이동 및 주차난 해소에도 도움을 줄 것으로 기대된다.

코리아세븐

환경재단에 친환경 동전 모금액 전달



세븐일레븐은 2월 16일 지난해 전국 가맹

점에서 모은 친환경 동전 모금액 7,300여만 원을 환경재단에 전달했다. 친환경 동전 모금활동은 2018년 시작한 세븐일레븐의 대표적인 친환경 사회공헌활동이며, 현재 누적 모금액은 2억 2,000만 원을 넘어섰다. 이번에 모금된 금액은 페트병과 캔을 자동수거하는 순환자원회수 로봇의 운영·관리·확대를 위한 투자 등에 사용될 예정이다. 지난해 11월 이후 설치된 순환자원회수 로봇 6대의 순환자원(페트병, 캔) 누적 수거량은 17만 개에 달하며, 이는 18톤의 이산화탄소 배출량을 줄이는 데 기여했다.

롯데하이마트

보호종료아동에게 자립지원금 지원



롯데하이마트는 2월 3일 올해 만 18세가 되면서 보호종료로 인해 시설을 떠나는 아동들을 위해 자립지원금 1,000만 원을 기부했다. 이 자립지원금은 5명의 보호종료아동들이 안정적으로 사회에 정착할 수 있도록 12월까지 분할로 지급될 예정이다. 이번 기부금은 롯데하이마트가 지난해 12월 진행한 「유튜브 시청자 참여형 온택트 기부 행사」와 연계, 롯데하이마트 임직원의 기부금으로 마련됐다. 롯데하이마트는 「사랑의 열매」 공식 유튜브 채널에 「하이메이드로 하이브리드 요리하기」 콘텐츠를 게시하고, 해당 영상의 조회수와 「좋아요」수에 따라 기부금을 산정했다. 롯데하이마트는 보호종료아동들이 사회에 잘 적응할 수 있도록 지속적으로 사회공헌활동을 이어갈 예정이다.

롯데멤버스

「어린이 교통안전 릴레이 챌린지」 동참



롯데멤버스는 2월 19일 「어린이 교통안전 릴레이 챌린지」에 동참했다. 행정안전부 주관으로 시작된 이번 챌린지는 어린이 보호구역 안에서 어린이를 우선 보호하는 문화를 정착시키고, 어린이 교통사고 예방에 대한 국민적 공감대를 형성하기 위해 지난해 12월부터 릴레이 형식으로 진행 중이다. 롯데멤버스 전형식 대표는 신희부 NICE평가정보 대표의 추천으로 참여하게 됐으며, 다음 주자로 전진수 한국표준협회 경영품질원장, 우기석 온라인팜 대표, 이수정 이포넷 대표를 지명했다.

롯데호텔

「마음온도 37℃ 캠페인」 후원금 기부

롯데호텔은 2월 1일 소외계층 아동들의 따뜻한 겨울나기를 돕기 위해 「마음온도 37℃ 캠페인」으로 조성한 후원금을 「구세군자선냄비」에 기부했다. 「마음온도 37℃ 캠페인」은 롯데그룹과 구세군이 2016년부터 진행하고 있는 사회공헌 캠페인이다. 구세군에 1만 원 이상 기부한 후원자들에게 「나눔 목도리 키트」를 증정하면, 후원자가 이를 활용해 만든 목도리를 함께 기부하는 참여형 봉사활동이다. 후원금과 함께 후원자가 만든 목도리, 자필 메시지 카드를 함께 포장해서 마음을 전한다.

롯데월드

취약계층 아동에게 「드림 온(溫) 박스」 증정 롯데월드는 2월 8일 「드림 온(溫) 박스」

100개를 제작해 코로나19 복지 사각지대에 놓인 송파구 취약계층 어린이들에게 증정했다. 「드림 온(溫) 박스」는 미취학 아동들을 위한 각종 학용품, 손 소독제와 마스크를 포함해 총 11종의 물품으로 구성됐다. 더불어 임직원들이 직접 쓴 카드를 동봉해 아이들의 앞날을 응원하는 롯데월드의 마음을 함께 담았다. 롯데월드는 2017년부터 송파구청과 매년 다양한 나눔활동을 진행하고 있다.

롯데물산

송파구 지역사회 1,000세대에 쌀 나눔



롯데물산은 2월 4일 송파구청에 지역 취약계층 1,000세대를 위한 쌀을 전달했다. 이번에 지원된 쌀은 각 동사무소로 배송돼 코로나19로 어려움을 겪는 소년소녀가장, 독거노인, 장애인 세대, 다문화 가정 등에 전달됐다. 이 밖에도 롯데물산은 지난 1월 31일 사회복지공동모금회를 통해 「희망 2021 나눔 캠페인 성금」 1억 원을 기부한 바 있다.

대흥기획

구세군 봉사활동 진행

대흥기획은 2월 5일 설을 앞두고 가족과 함께 하는 목도리 뜨기 봉사활동을 진행했다고 밝혔다. 대흥기획 사롯데봉사단과 가족 등 70여 명이 참여한 이번 봉사활동은 비대면 방식으로 진행됐으며, 봉사를 위한 목도리 키트 구매 비용은 구세군을 통해 지역 아동 센터 등에 난방비로 전달될 예정이다.

롯데글로벌로지스

지역사회 상생 쌀 기부



롯데글로벌로지스는 2월 4일 충북 진천군 초평면에 지역사회 상생을 위해 진천군 특산물인 「생거진천 쌀」 82포를 기부했다. 진천군 초평면은 2022년에 완공 예정인 진천 메가허브터미널이 소재한 곳이다. 이번에 기부된 쌀은 충북사회복지공동모금회와 (사)대한노인회 진천군지회를 통해 초평면 경로당 41개소에 2포씩 전달될 예정이다.

한국후지필름

친환경 「소소일작 필름일기」 출시



한국후지필름은 2월 3일 「소소일작」 감성상점 신제품으로 「소소일작 필름일기」를 출시했다고 밝혔다. 「소소일작 필름일기」는 지난해 10월 사진 문화 프로젝트 「소소일작」 굿즈를 소개하는 감성상점을 오픈한 이후 두 번째로 선보이는 오리지널 굿즈다. 「필름일기」는 바인더북 형태의 다이어리에 인화한 사진을 부착해 일상을 색다른 감성으로 기록할 수 있도록 구성한 제품이다. 특히, 이번 굿즈는 자연의 따뜻한 감성을 담은 문구 브랜드 「공장」과의 협업을 통해 친환경 공기름으로 인쇄한 종이를 사용한 제품이라는 점에서 그 의미가 더욱 깊다.

롯데정밀화학

설 명절 희망나눔활동 진행



롯데정밀화학은 2월 8일부터 10일까지 지속 봉사처 및 유관기관에서 설 명절 희망나눔활동을 진행했다. 울산·인천사업장에서는 홀몸 어르신 및 장애인시설과 장애아동생활시설 등 총 6곳에 떡국 제조용 키트와 방한용품을 전달했고, 서울사업장에서는 롯데의료재단에 환아 및 가족, 의료진을 위해 과자세트와 과일선물세트를 전달하며 명절을 맞아 온정을 나눴다.

롯데CM사업본부

발달 장애 청소년 물품 지원

롯데CM사업본부는 2월 4일 영등포구에 위치한 문래청소년수련관 발달장애 청소년들에게 롯데리아 한우불고기버거 세트를 지원했다. 향후 분기별로 50개씩 연간 200개를 지원할 예정이다. 롯데CM사업본부는 2018년부터 발달장애 청소년 사회적응 훈련 보조 봉사활동을 시행해 왔으나, 최근 대면 봉사활동이 불가능해지자 아이들을 위한 물품을 지원해 왔다.

롯데중앙연구소

현혈 봉사활동 진행



롯데중앙연구소는 2월 17일 코로나19 위

기극복을 위해 임직원 30여 명이 참석한 가운데 현혈 봉사활동을 실시했다. 이번 봉사활동은 최근 코로나19로 인한 현혈 수급난 해결에 보탬이 되고자 임직원들의 자발적인 참여로 진행됐다. 또한, 코로나19 감염 예방을 위해 현혈 버스 탑승 인원을 시간별로 편성해 대기 시간 및 밀접 접촉을 최소화했으며, 현혈하는 동안 사회적 거리 두기도 적극 실천했다.

롯데장학재단

2021 1학기 장학금 지원

롯데장학재단은 2월 26일 국내 초·중·고 대학생 2,000여 명을 대상으로 올해 1학기 장학금으로 33억 원을 지원했다. 이번 지원한 장학금은 대학생들의 재능기부를 통해 저소득 아동들의 학습 성장에 도움을 주는 희망멘토링장학금/국민의 안전을 위해 헌신하는 소방·(해양)경찰관들에게 감사의 마음을 전하는 나라사랑장학금/우리나라의 전통문화를 지키는 미래인재를 위한 국악·국악장학금/코로나19로 인해 생계에 어려움을 겪고 있는 가정과 위축된 취업시장에서 고군분투하는 취업준비생들을 위한 코로나 특별장학금/독립유공자 후손장학금 등이다. 롯데장학재단은 1983년부터 다양한 장학유형으로 장학생들을 선발해 현재까지 5만 1,000여 명에게 약 820억 원의 장학금을 지원했다.

롯데삼동복지재단

중·고생, 대학생에게 장학금 전달

롯데삼동복지재단은 2월 26일 울주군 소재 학생 장학금 및 울산 예체능 장학금으로 1억 6,160만 원을 전달했다. 먼저 울주군청 추천으로 선발한 울주군 출신 대학생 15명에게 총 장학금 5,000만 원을 전달

했다. 이어서 울산시 교육청 추천으로 선발한 울주군 출신 중·고등학생 200명에게 총 7,500만 원을 전달했다. 또한, 울산 지역 내 체육 관련 학생 선수와 음악과 미술을 전공하는 초·중·고등학생 39명을 선발해 총 3,660만 원을 전달했다. 올해는 코로나19로 인해 전달식은 취소하고, 개인별로 장학증서를 전달했다.

롯데의료재단

설맞이 복 나눔 행사 실시

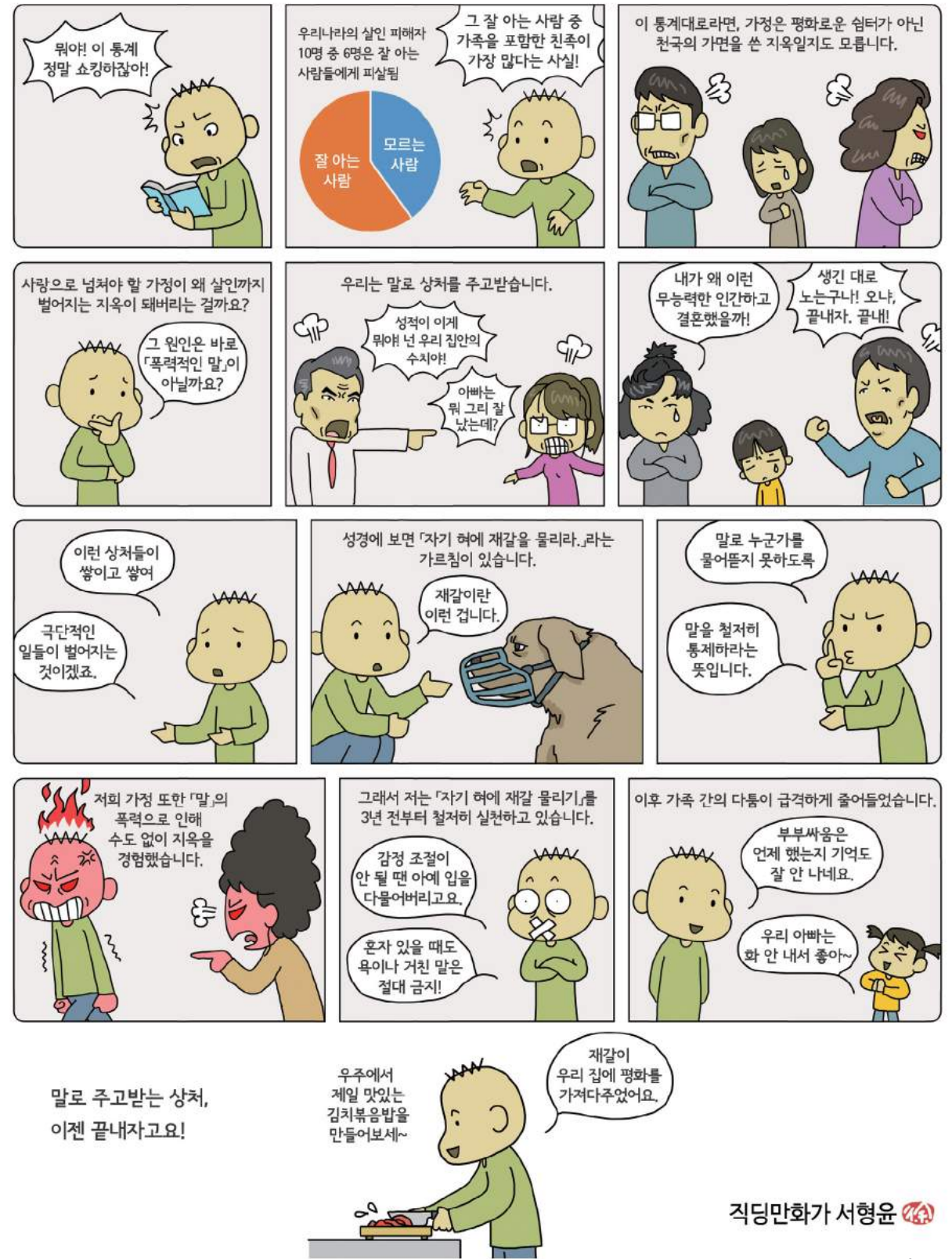


롯데의료재단 보바스기념병원은 2월 8일부터 10일까지 병원에서 설 명절을 보내는 입원 환자를 대상으로 복 주머니 만들기, 소망카드 뽑기 등 설맞이 복 나눔 행사를 실시했다. 이외에도 설 특별음식 제공, 가족 간 영상통화, 랜선 음악교실 등 안전하고 즐거운 명절을 위해 다양한 서비스를 제공했다.

환아·의료진 격려물품 전달

롯데의료재단 보바스어린이의원은 2월 8일 롯데정밀화학으로부터 감동적인 선물을 받고 대상자들에게 전달했다고 밝혔다. 보바스어린이의원 환아를 위해 지속적인 지원을 하고 있는 롯데정밀화학은 설 명절을 맞아 보바스어린이의원에서 장기간 치료 중인 환아와 코로나19의 감염 및 확산 방지를 위해 힘겨운 싸움을 계속하고 있는 의료진에게 과자, 과일 등 푸짐한 선물세트를 기증했다. 선물을 받은 환아 및 의료진들은 감사의 마음을 전했다.

서대리의 유기농 카툰



사 보 기 자

FOODS (식품)

롯데제과
박종민(홍보팀)

롯데칠성음료
윤민우(음료커뮤니케이션팀)
김홍수(주류커뮤니케이션팀)

롯데푸드
신지훈(홍보팀)

롯데GRS
오택용(커뮤니케이션담당)

롯데네슬레코리아
오윤주(인사부)

롯데유통사업본부
정세원(전략기획담당)

RETAIL (유통)

롯데백화점
최지수(홍보1팀)

롯데마트
박은지(홍보1팀)

롯데슈퍼
박은지(홍보1팀)

롯데ON
조아현(홍보기획팀)

코리아세븐
이나라(홍보팀)

롯데홈쇼핑
서진아(홍보팀)

롯데하이마트
김채린(홍보팀)

롯데멤버스
정은영(전략기획팀)

TOURISM·SERVICE (관광·서비스)

롯데호텔
원정아(커뮤니케이션팀)

롯데리조트
유다솔(전략기획팀)

롯데연세점
이재경(홍보팀)

롯데월드
김여름(커뮤니케이션팀)

부산롯데호텔
진수정(마케팅담당)

롯데몰산
최경근(홍보팀)

롯데제이티비
이문규(영업전략팀)

롯데상사
장다감(경영지원팀)

롯데정보통신
이채원(홍보팀)

대흥기획
이희연(PR셀)

롯데자이언츠
이재현(홍보팀)

롯데렌탈
박찬웅(IR팀)

롯데글로벌로지스
김지현(커뮤니케이션팀)

롯데컬처웍스
박기웅(홍보팀)

캐논코리아 비즈니스 솔루션
손형호(경영기획팀)

한국후지필름
정수웅(광고판촉팀)

PETROCHEMICAL·CONSTRUCTION (석유화학·건설)

롯데케미칼
정수지(커뮤니케이션팀)

롯데정밀화학
김경민(일반지원팀)

롯데건설
이수연(홍보팀)

롯데CM사업본부
임형재(경영지원팀)

롯데알미늄
박혜진(기획팀)

FINANCE (금융)

롯데캐피탈
이진우(경영혁신팀)

WELFARE·R&D (복지·연구)

롯데중앙연구소
정재윤(연구지원팀)

롯데인재개발원
장보근(기획팀)

롯데미래전략연구소
성미홍(지원담당)

롯데문화재단
김기해(사업기획파트)

롯데재단
김창희(장학·복지)/김충훈(상동)

롯데의료재단
김경문(커뮤니케이션팀)

2월호 정답

① 강상수 ② 제4회 ③ 영점일(0.1)

2021년 2월호 당첨자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)

코리아세븐 즉석식품팀 김민중
캐논코리아 비즈니스 솔루션 해외업무담당 김혜정

롯데렌터카 1일 이용권

캐논코리아 비즈니스 솔루션 해외업무담당 임재언

롯데백화점 상품권(3만 원권)

롯데호텔 부산 판촉팀 강지수
롯데몰산 신규사업팀 김지혜

롯데푸드 로스팜 선물세트

롯데건설 구미5산단 진입도로 1공구 배종우
롯데글로벌로지스 화성 K-7센터 안정은

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)

롯데렌탈 OAT팀 김선웅
롯데중앙연구소 간편식품팀 손정민
롯데케미칼 디지털혁신팀 홍은표

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)

롯데리조트 김해CC판촉담당 강대웅
롯데건설 구미5산단 진입도로 1공구 김도윤

엔제리너스 상품권(1인 4매)

롯데알미늄 평택공장 허준섭
롯데하이마트 공장 경기지사 용인점 지선규

봉합엽서

보내는 사람 :

주소 :



롯데지주(주) 커뮤니케이션실 홍보팀
서울시 송파구 올림픽로 300
롯데월드타워 17층



각사 사보기자 혹은
사보 이메일로
송부 바랍니다.

「사보」 2021 March 「롯데」



함께 가는 친구, 롯데

편집후기

다시, 봄!
무언가 새롭게 시작해야 할 것 같은 3월입니다.
두꺼운 외투를 벗어내듯
롯데 사주 여러분의 마음도
가벼워질 수 있는 봄이 오길 바랍니다.
김민진 : minjinkim@lotte.net

3월호로 처음 인사드리는 새내기 담당자입니다.
목소리를 모아 지면을 꾸며주신 사우분들의
이름이 머리와 가슴에 오래도록 남을 것 같습니다.
앞으로도 잘 부탁드립니다!
정유진 : yj_jung@lotte.net

자랑하고 싶은 우리 부서나 직장 동료,
울리고 싶은 글 등 어떠한 주제나 형식에
상관없이 사보 「롯데」에 하고 싶은 말들을
lottesabo@naver.com으로 보내주세요.
의견이 채택되신 분께는 소정의 선물을 드립니다.
사보 「롯데」는 항상 문을 열어 놓고 여러분을
기다리겠습니다.



여러분이 보내주신 엽서는 사보「롯데」편집에 큰 도움이 됩니다.
많은 참여 및 의견 부탁드립니다.

♥ 회사명:

♥ 부서명:

♥ 전화번호:



01. 롯데호텔 업장 중 후가공과 비닐 코팅을 최소화한 종이 포장으로 교체해
친환경 패키지를 도입한 곳은?

02. 시네마 돋보기에서 소개한 「카오스 워킹」에서 발생한 바이러스 이름은?

03. 2월 8일 보바스어린이의원에 환아들과 의료진을 위해 선물세트를 보낸 계열사는?

♥ 이번 호에서 좋았던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 이번 호에서 아쉬웠던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 사보 「롯데」에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.