

롯데

www.lotte.co.kr

2021
April 04





롯데물산 물기술팀, 남민수 대리

롯데월드타워 & 몰은 수열, 지열, 태양광, 풍력 등 다양한 친환경 에너지 생산 시설로 온실가스 배출을 최소화해 ESG 경영에 기여하고 있다. 사보 「롯데」 4월호 커버는 건물 에너지 관리 시스템(BEMS)을 활용해 효율적인 시설 운영/관리에 힘쓰고 있는 환경경영담당 남민수 대리가 장식했다. 남민수 대리는 신재생에너지 발전으로 기존 에너지를 대체하고, 부족한 에너지를 확보함으로써 롯데월드타워 & 몰이 제로에너지 건축물로 나아가도록 기획하고 있다.

FOCUS

- 02** 포커스 ①
롯데 채용 제도 개편
- 06** 포커스 ②
롯데하이마트
「메가스토어 압구정점」 오픈
- 08** 기획
④ 캐논코리아 비즈니스 솔루션
ESG 경영활동
- 12** 롯데 히든 히어로
④ 롯데면세점 조숙경 책임
- 14** 현장 스케치
롯데의료재단 보바스기념병원
코로나19 백신 접종



- 18** 특집
롯데디자인츠 2021시즌 전망
- 22** 사보 이벤트
롯데디자인츠 응원 글 공모 이벤트
- 26** 정보마당
롯데중앙연구소 분석 신기술 개발
- 28** 롯데 뉴 트렌드
SNS 콘텐츠 「광고천재 이상준」
- 32** 롯데 광고 이야기
롯데칠성음료 「칠성사이다 제로」
- 34** 롯데 감성 여행
걷기 좋은 봄 여행지

LIFE

- 36** NEWS UPDATE
- 44** NEWS ESG
- 46** 사보 「롯데」 추천 도서
- 47** 서대리의 유기능 카툰
- 48** 사보기자 및 퀴즈 당첨자



롯데, 정기 공채 제도 폐지하고 상시 채용 전면 실시

롯데는 2021년 빠르게 변화된 채용 패러다임에 발맞춰 각 사에서 필요한 인재를 연중 상시적으로 확보할 수 있도록 상시 채용을 전면 실시하기로 결정했다. 이로써 2020년 하반기 입사한 공채 91기를 마지막으로 그룹 공채 제도는 폐지되고, 계열사에서 주도적으로 상시 채용하게 된다. 롯데는 우수인재 조기 확보 및 다양한 채널을 통한 직무 중심 채용 확대의 필요성이 제기됨에 따라 이 같이 결정했다. 이번 달 사보 「롯데.」에서는 개편된 채용 제도의 주요 변경 사항에 대해 알아본다.

『이제 ○○기라는 말은 안녕.』

1978년 하반기 공채 1기를 시작으로 시작된 롯데의 그룹 공채는 1980~90년대 고도 경제 성장의 상징으로 여겨졌다. 이는 그룹 통합으로 일괄 채용해 계열사에 배치 육성하는 방식인 이른바 「그물형 채용」이었다. 1980년대부터 시장이 양적으로 가파르게 성장하면서 양산된 다량의 업무들을 처리하기 위해 그룹 공채는 대규모 인재 공급 수단으로써 적극적으로 활용됐고, 롯데그룹 역시 1년에 3~4회씩 그룹 공채를 실시하기도 했다.

이후 2000년대에 들어서면서 롯데는 다양한 인재를 채용하기 위해 그룹 공채 방식에 과감한 변화를 시도하기 시작했다. 이는 롯데 신동빈 회장의 정책본부장 취임과 함께 연속적인 M&A 성공 및 주요 사업군의 괄목할 만한 성장 배경이 되었다. 롯데는 실제로 다양한 인재를 채용하기 위해 여군장교·장애인·전역장교·SPEC테클 등 열린 채용 방식으로 인재를 선발했다. 인적성진단·역량구조화면접·인턴십 등 경험을 중심으로 필요한 역량을 검증하는 면접 방식을 채택했으며, 전 그룹사 신입사원 입문 교육에도 다양한 색깔을 담아냄으로써 신입사원들을 「롯데인」으로 양성하는 표준화된 교육 체계를 갖췄다.

기술, 시장, 기업의 변화와 혁신에 대한 절박함 속에서 롯데를 비롯한 많은 대기업들은 정기 채용 제도 폐지와 상시 채용 전면 도입을 통한 인재 확보에 사활을 걸고 있다. 롯데는 지속 성장을 위해 계열사별 비즈니스 특성에 맞춰 계획을 수립하고 있으며, 특히 디지털 혁신(Digital Transformation) 및 연구개발(R&D) 투자 확대, 브랜드 강화를 통해 차별적 기업 가치를 창출하고자 노력하고 있다.





이에 롯데는 42년간 이어져온 정기 공채 제도를 폐지하고 직무 중심 「상시 채용」으로 전환, 계열사별로 직무 역량을 갖춘 우수인재를 적시에 확보하는 데 힘을 쏟을 예정이다. 롯데는 이번 상시 채용을 「필요 회사 및 직무에 적합한 인재(Right People)를 민첩하고 유연한 방식으로 필요한 시점에 빠르게 확보(Agile Recruiting)하며, 공정한 준법시스템과 철저한 방역수칙 아래 안전한 방식(Fair & Safe)으로 채용한다」는 방향성 아래 진행한다.

상시 채용 전환에 맞춰 HR의 채용 역할 분담에도 변화가 생겼다. 앞으로는 각 계열사에서 채용 과정을 주도해 운영하게 된다. 지금까지는 롯데지주가 전 계열사의 그룹 공채를 기획, 운영, 관리하는 주체로 역할해 왔지만, 이제는 계열사가 사별 채용 기획 및 운영하는 상시 채용이 전면화되는 것이다. 신입사원(A Grade) 채용의 주체는 각 계열사 HR이며, 롯데지주는 상시 채용의 전체 전략과 방향성을 수립 및 가이드하고 채용 다양성 및 공정성이 준수되는지 모니터링하는 등 계열사의 채용 운영을 지원한다. 계열사 HR은 회사 내 현업 니즈를 실시간으로 빠르게 파악해 직무 중심 채용에 대한 운영을 주도적으로 기획 및 실행하고, 이를 통해 전체 채용 프로세스의 A to Z를 관리하며 적시에 진행하게 된다.

이와 관련해 롯데는 신입사원 채용 프로세스 인적성 진단인 「엘탭 (L-TAB : LOTTE Talent Assessment Battery)」을 상시 채용에 적합하게 개편한다. 오프라인으로 실시했던 인적성진단을 올해 상반기 채용부터 전면 온라인으로 전환하고 문제 유형도 다양한 과제를 해결하거나 업무 역량을 검증할 수 있도록 개편할 계획이다. 또한, 응시 결과를 유효기간 내 동일 적용함으로써, 여러 회사를 지원한 지원자의 편의성을 증대시킬 계획이다.

롯데는 상시 채용으로 전환하면서 그동안 그룹 공채를 통해 입사한 직원들에게 부여했던 기수 관련 사항도 폐지한다. 각 회사별로 운영하는 내부 인사관리 시스템상 공채 및 기수 관련 사항을 폐지하는 한편, 대내외 문서 작성 시 관련 사항 기입을 금하고, 공정한 채용이 이뤄지도록 그룹 차원의 컴플라이언스 모니터링도 강화할 예정이다.

또한, 상시 채용을 기업문화 개선의 기회로 삼고, 공채 내부의 기수 문화 역시 과감히 없앤다. 롯데는 향후 사내 공채 · 기수와 관련해 경직될 수 있는 문화를 철저히 근절하고, 조직 문화를 보다 수평적이고 유연하게 바꿔 나가기 위해 노력할 것이다. 상시 채용 시에도 「다양성 중시」와 「열린 채용」의 원칙을 지속적으로 준수할 방침이다. 특히, 채용 공정성과 객관성을 높여 직무 역량과 잠재력을 중심으로 선발하는 능력 중심 채용 기조를 끊임없이 강화하고, 확고한 기업 윤리를 바탕으로 신뢰성과 투명성을 중시하는 컴플라이언스 기업문화를 정착해 나갈 것이다.

롯데는 올해 채용 제도의 큰 변화와 그 필요성을 공유하고자 지난 3월 12일에는 전 계열사 채용담당자 워크숍을, 3월 31일에는 각 사 인사팀장 워크숍을 비대면으로 개최했다. 특히, 그룹사 HR의 방향성과 계열사 Best Practice를 공유하는 인사팀장 워크숍에는 롯데지주 정부옥 HR혁신실장이 참석해 공채 제도 폐지 및 상시 채용 도입 취지와 목적을 설명하고, 그에 따른 제도 및 문화 개선과 동시에 채용 시 부정채용 무관용 원칙과 공정성 확보 시스템을 강조했다.

롯데는 이처럼 급변하는 시장 환경에 대응하기 위해 「적합한 인재」가 필요할 때 직무 중심으로 신속하게 확보할 수 있도록 상시 채용 방식을 채택해 개선하는 등 다방면으로 노력하고 있다. 올해 롯데의 미래를 그려나갈 신입사원 채용을 모든 임직원이 따뜻한 관심으로 지켜보기 바란다. ❶

정승용_롯데지주 인재확보위원회 책임





롯데하이마트 「메가스토어 압구정점」 1층 와인숍

영 앤 프리미엄 (Young & Premium) 롯데하이마트 「메가스토어 압구정점」 오픈

롯데하이마트는 지난 3월 26일 프리미엄 체험형 매장 「메가스토어 압구정점」을 오픈했다. 서울 강남구 신사동에 위치하며 1,851㎡(약 560평)에 3층 규모 매장이다. 프리미엄 대형가전을 포함한 체험 공간과 편의 시설로 내부를 구성했으며, 밝고 모던한 조명과 깔끔한 연출로 젊고 트렌디한 느낌을 강조했다. 특히 롯데칠성음료와 협업해 1층에 132㎡(약 40평) 규모로 와인존을 선보이는 등 새로운 콘셉트 매장으로 조성하기 위한 시도가 눈에 띈다.



롯데하이마트 「메가스토어 압구정점」 1층 와인존 와인셀러 코너

와인과 함께하는 향긋한 가전 체험

「메가스토어 압구정점」에서 가장 먼저 시선을 사로잡는 것은 단연 1층에 위치한 와인존이다. 최근 집콕의 일상화로 와인 소비가 늘고 있는 트렌드에 발맞춰 와인족을 위한 공간을 처음으로 선보였다. 와인숍과 관련 가전제품, 음향기기로 조성한 와인존에서는 와인 신규 입문자를 위한 10만 원대 이하 가성비 라인부터 100만 원 이상 프리미엄 라인까지 다양한 가격대의 와인을 판매한다. 프랑스, 스페인 등 구대륙 와인부터 미국, 칠레, 뉴질랜드 등 신대륙 와인까지 570여 종을 만나볼 수 있다. 그 옆으로는 국내외 다양한 브랜드의 와인셀러를 전시했다. 1층 프리미엄 음향 체험존에는 오프라인 매장에서 만나보기 힘든 프리미엄 오디오와 영상기기, 블루투스가 설치돼 있어 음향기기를 체험해 볼 수 있다. 2층에는 게이밍존과 1인 미디어존 등 IT·디지털가전과 주방·생활가전 체험존이, 3층에는 프리미엄 브랜드관과 PB 하이메이드존, 홈케어 서비스 상담존 등이 위치해 있다.



롯데하이마트 「메가스토어 압구정점」 1층 프리미엄 음향 체험존



롯데하이마트 「메가스토어 압구정점」 3층 안마의자 체험존

고객 중심의 차별화된 서비스를 만나다

고객에게 즐거운 쇼핑 경험을 선사할 수 있도록 여러가지 체험 서비스와 특별 이벤트도 마련했다. 고객이 와인의 다소 높은 진입장벽을 쉽게 넘을 수 있고, 선택에 따른 고민을 최소화할 수 있도록 도움을 주는 큐레이션과 친절한 응대 서비스를 만나볼 수 있다. 모든 매장의 중심이 고객이 되게끔 인테리어 한 부분도 고객 중심의 편안한 서비스가 돋보이는 부분이다. 매장에 오는 것이 즐거운 경험이 되도록 특화 상품과 와인 시음 등 차별화된 서비스를 준비했으며, 이 외에 라벨링 서비스, 예약 구매 서비스, 디너 이벤트, 매장 시음 행사 등 특별 이벤트도 진행한다. 롯데하이마트는 같은 날 대구시 달서구 진천동에 1,857㎡(약 565평), 2층 규모 「메가스토어 월배점」과 강원도 원주시 단구동에 1,639㎡(약 496평), 3층 규모 「메가스토어 단구점」도 추가로 오픈했으며, 신규 오픈한 3개점을 비롯해 앞으로 다양한 고객 니즈를 반영한 메가스토어 출점을 계속 이어갈 예정이다. 

김채린_롯데하이마트 홍보팀

캐논코리아 비즈니스 솔루션, 한국에서 가장 존경받는 기업으로 자리매김하다

올해로 창립 36주년을 맞이한 캐논코리아 비즈니스 솔루션은 사무기 통합솔루션 전문기업으로서 전국적인 판매 및 서비스망과 국내 대규모 생산공장 & 연구소를 통해 개발, 생산, 수출, 판매 등을 아우르고 있다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 기업의 신뢰도, 서비스 품질 등의 평가를 통해 최근 「한국에서 가장 존경받는 기업」 1위로 선정된 캐논코리아 비즈니스 솔루션의 ESG 경영활동에 대해 알아본다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션(이하 CKBS)은 국내에 기술연구소와 제품 생산 라인을 갖추고 있으며, 혁신적인 기술력을 내세운 제품들을 바탕으로 내수는 물론 수출 시장을 선도하고 있다. 전국적인 서비스망 구축으로 고객 편의성을 높이고, 가족친화 문화 조성 및 다수의 사회공헌활동을 통해 기업 가치 제고는 물론 국가와 지역 경제 발전에도 이바지하고 있다.



또한, 기존 오피스 솔루션 및 사무기기와 홈 프린팅 서비스 노하우를 바탕으로 무인 출력, 헬스케어, e커머스 등 4차산업 트렌드에 부합하는 사업을 강화하며, ESG 경영을 통해 기업 가치를 높이고 존경받는 기업으로 업계의 모범이 되고 있다. 실제로 CKBS는 고객 중심 경영, 제품(서비스)의 질, 직원의 복리후생 및 근무환경, 사회공헌 등의 부분에서 업계 대비 높은 점수를 획득하며 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 「한국에서 가장 존경받는 기업」에서 사무기기 부문 1위로 선정된 바 있다.

자원의 재활용 리사이클링 프로그램 운영

CKBS 시화 MTV 내 안산사업소에서는 태양광 설비와 LED 전구를 채택해 친환경 사업장을 구축하고, 이를 통해 신재생 에너지의 활용을 높여 에너지 사용을 절감했다.

또한, 지구 환경과 공생을 위한 프로그램 운영은 물론 저탄소 시대에 발맞춰 사용이 끝난 제품 본체와 카트리지를 회수하는 환경 보전 및 자원의 재활용 리사이클링 프로그램을 운영 중이다. 이를 통해 비전문 재생 업체의 폐기작업으로 발생할 수 있는 환경오염을 줄이고 부품과 사용 소재를 재활용함으로써 고객에게 궁극적으로 이익을 되돌려 주고 있다.

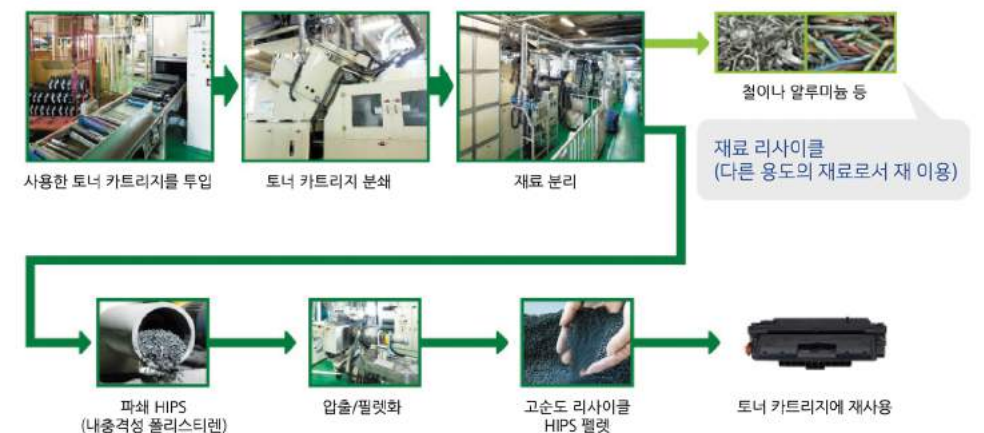
고객이 안심하고 제품을 사용할 수 있도록 설계 단계부터 판매까지 유해 물질도 철저히 관리한다. 설계 단계에서는 모든 부품과 재료의 유해 물질을 확인하고, 거래처 환경평가를 통해 사전 환경 감사 및 시생산 단계에서도 양산 전 유해물질은 없는지 조사한다. 그리고 마지막으로 X-ray를 통해 정기적으로 모든 부품의 형광 X선 분석을 실시한다.

환경 교육활동 측면에서는 환경 기준서, 환경법 규제의 변경 등 이슈 발생 시 사내와 파트너사를 대상으로 설명회를 개최해 관련 내용을 공유하고, 정기적으로 사업장 주변 환경정화 캠페인을 실시하고 있다.

장애인 고용 확대 및 동반성장 위한 상생가치 실현

CKBS는 장애인 고용 확대를 통해 다양성을 존중하고 있다. 지난 2009년 한국장애인고용촉진공단과 장애인 고용 확대 협약을 체결하며 당해 16명의 장애사원을 맞이한 CKBS는 이후 지속해서 장애사원 수를 늘려 현재 안산사업소 내 장애인 고용률은 8.6%에 달한다. 이는 한국장애인고용공단에서 밝힌 「2020년 기업채용장애인고용실태조사」에서 나타난 기업 평균 고용률 2.92%와 비교할 때 약 3배 높은 수치다.

이 외에도 매년 「장애인의 날」에 행사를 진행하는 등 장애인이 일하기 좋은 기업을 만들기 위해 다방면으로 노력하고 있다. 이러한 노력은 2016년 장애인고용촉진유공자 대통령 표창 수상, 2017년 장애인 고용률 1위 기업 선정 등 여러 차례의 수상으로 증명된 바 있다.



CKBS는 중소기업의 운영자금 지원을 통해 기업의 성장기반 구축을 돕는 등 상생 가치를 실현 중이다. 실례로 스타트업 「링크플로우」와 협업해 「웨어러블 카메라」의 제품 생산 및 유통 판로를 지원하고 있다. 「웨어러블 카메라」는 전후방에 풀(Full) HD 카메라를 설치해 기존 바디캠의 한계를 극복했으며, 블랙박스 설치에 어려움을 겪는 이용자가 대체용으로 활용하거나 레저 및 보안 목적으로도 사용할 수 있다. 최근 민원인들의 폭력과 폭언으로부터 공무원을 보호하기 위한 보안 용품으로도 주목받으며, 정식 출시 전부터 전국 지자체로부터 많은 문의를 받는 것은 물론 실제 선수주로까지 이어졌다.

한편, CKBS 전 직원은 CSR 자치회를 구성해 사회공헌활동을 하고 있으며, 경기도 안산 등 지역사회를 대상으로 한 기부활동도 활발하게 진행 중이다. 나눔복사 캠페인, 맘(mom)편한 가족 앨범 후원, 1사 1촌, 1사 1명 등 다수의 사회공헌활동을 꾸준히 진행해 기업의 사회적 책임인 나눔과 실천을 다하고 있다.

직원 모두가 행복하게 성장할 수 있도록 노력을 거듭해 2016년에는 여성가족부 「가족친화기업」으로, 2017년에는 경기도 「정기가족친화 일하기 좋은 기업」으로 인증받았다. 이후에도 임직원이 일과 생활에서 조화롭게 균형을 유지할 수 있도록 자녀 출산 및 양육 지원, 사내 어린이집 운영 등 일과 가정의 양립을 돕는 다양한 프로그램을 지속적으로 운영하며 가족친화 문화 조성에 앞장서고 있다.



헌혈 캠페인



나눔복사 캠페인



장수사진촬영 CSR



1사 1촌 CSR

공정거래와 준법활동 강화

CKBS는 투명한 경영활동을 위해 경제, 사회, 환경 등 지속가능경영에 영향을 미칠 수 있는 주요 현안과 관련해 정기적으로 이사회를 개최하고, 롯데와 캐논의 컴플라이언스 기준에 부합하는 투명한 경영활동을 수행하고 있다.

또한, 나날이 높아지고 있는 컴플라이언스 경영에 대한 요구에 발 맞춰 2018년 대표이사 직속 조직인 준법경영팀을 신설하고, 2019년에는 공정거래, 환경 등 총 5개 분야에 대한 컴플라이언스 시스템을 도입했다. 이와 더불어 준법경영 관련 내부 규정 정비, 연 1회 전 직원 대상 준법서약서 및 정보보호서약서 징구, 주요 계약서에 대한 준법서약서 징구, 온·오프라인 준법교육 실시, 내부 신고 채널 운영 등 다양한 활동을 이어가고 있다.

특히, 지난해에는 공정거래 관련 내부준법시스템을 사내에 정착시키기 위해 전 직원 대상으로 대표이사의 공정거래 자율준수 의지를 표명했으며 운영규정 정비, 자율준수 편람 제작, 유관부서 언택트 교육, 파트너사 공정거래 교육 등 공정거래를 위한 활동을 계속하고 있다. 향후에도 투명하고 공정한 기업문화를 위해 지속적인 모니터링과 리스크 예방 프로그램을 운영할 예정이다.

앞으로도 CKBS는 지속 가능한 ESG 경영을 기반으로 기존 사무기 제품과 함께 의료기기, 네트워크 카메라, 산업 설비에 이르기까지 다양한 제품군을 선보일 계획이다. 이와 더불어 보안과 안전 관리 및 언택트 시대에 맞춰 원격 기술 지원 등 다양한 분야로 사업을 확대하며 사무기 업계를 선도하는 것은 물론, 고객의 신뢰와 존경을 받는 대표기업으로서 쉬지 않고 나아갈 것이다. ❶

허석재_캐논코리아 비즈니스 솔루션 마케팅부문 책임



스타럽스 담당자 롯데면세점 조숙경 책임을 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 롯데면세점 윤신영 매니저의 추천을 받은 조숙경 책임의 사례다.

HIDDEN HERO

롯데면세점 조숙경 책임



롯데면세점은 지역 상생 프로젝트로 선정된 청년기업에 교육 및 사업을 지원하고 있습니다. 바로 LDF star★ups(이하 스타럽스)를 통해서인데요. 스타럽스가 기존의 다른 청년기업 지원 프로그램과 다른 점은 바로 지역 브랜드를 지원한다는 점입니다. 서울을 제외한 지방의 경우 청년들의 아이디어와 도전을 실현하기 위한 지원이 절실한 상황입니다. 스타럽스는 청년과 지역을 이음으로써 청년기업과 지역 브랜드가 한발 더 나갈 수 있도록 디딤돌이 되고 있습니다.

제가 소개하고 싶은 히든 히어로는 이러한 청년기업을 발굴해 날개를 달아주는 진짜 히든 히어로, 롯데면세점 스타럽스 담당자인 조숙경 책임입니다. 제주 특산물인 우뭇가사리로 만들어 오직 제주에서만 맛 볼 수 있는 「우뭇가사리」와 제주도에만 있는 수제 막걸리 「홍홍홍 쌀막걸리」, 제주 친환경 농산물을 판매하는 「공심채」, 제주 해녀 정신을 계승해서 버리는 자원이 하나도 없는 의류(제로웨이스트 패션)를 만드는 「숨워드로브」 등 조숙경 책임은 재기 발랄한 아이디어를 자랑하는 많은 청년기업을 발굴해 지원해 왔습니다.

스타트업이 개발한 제품, 사업 모델 등을 투자자에게 공개하는 데모데이 행사에서도 조숙경 책임의 열정과 끈기는 빛났습니다. 투자자와 청년기업들이 직접 만나서 교류하는 행사가 코로나19로 인해 전면 취소됐지만, 조숙경 책임은 코로나19를 기회로 삼았습니다. 핸드폰, PC만 있으면 누구나 시청할 수 있도록 온라인 생중계 데모데이를 기획하고 진행한 것입니다. 지난 6개월 동안 성장한 청년기업들의 결과물은 온라인 생중계 데모데이를 통해 많은 사람들에게 공유됐고, 생생한 현장감까지 그대로 전달했습니다. 또한, 종료 후에도 누구나 영상을 볼 수 있게 했습니다. 처음 온라인으로 진행하는 데모데이, 그것도 생중계였음에도 불구하고 약 1,000명이 넘는 분들이 시청해주셨고(오프라인으로 진행했을 때의 10배), 실시간 Q&A에도 질의와 응답이 활발히 오가며 현장 분위기가 뜨겁게 달아올랐습니다.

스타럽스에 참여한 청년 기업의 도전과 창의성이 현실이 되도록 든든한 지원군 역할을 하는 조숙경 책임이 야말로 진정한 롯데의 히든 히어로가 아닐까요? 

편집실

보바스기념병원, 전 임직원 백신 접종 코로나19 종식을 위한 첫걸음을 내딛다

지난 2월 26일, 경기도 성남시 분당구에 위치한 롯데의료재단 보바스기념병원은 전 임직원 및 환자를 대상으로 백신(아스트라제네카) 1차 접종을 시행했다. 이는 지난해 1월 20일 국내에 코로나19 환자가 처음으로 발생한 이후 404일 만의 일이다. 긴장감과 기대감 속에 진행된 보바스기념병원의 코로나19 백신 접종 현장을 찾아가보자.

백신 접종 1호 병원이 된 보바스기념병원은 이번 접종을 위해 만반의 준비를 했다. 백신이 입고되는 순간부터 약제과의 특수 냉장고에 보관, 접종 장소 이동, 접종 동선, 접종 후 대기, 혹시 모를 응급상황까지 꼼꼼하게 준비하고 점검하는 과정을 수차례 시뮬레이션했다. 특히, 접종 하루 전인 25일에는 은수미 성남시장과 재난안전관, 보건소 담당자들이 방문해 접종 준비 상황을 점검하고, 안전한 접종을 위한 병원 관계자의 노력에 감사와 격려의 뜻을 전달했다.



전국 보건소와 요양병원, 요양시설 등에서 만 65세 미만 입원 환자와 입소자, 종사자를 대상으로 첫 백신 접종이 시작됐다. 백신은 보바스기념병원을 포함한 요양병원 및 요양시설의 65세 이하 대상자 접종을 시작으로 고위험 의료기관 종사자, 방역 및 검역 요원 등으로 순차적으로 접종되며, 3분기부터는 대다수 국민이 접종 대상에 포함된다.

이날 관심을 모은 첫 접종자는 보바스기념병원 박진노 원장, 환자안전관리실 윤수덕 과장, 김미숙 과장, 입원환자 전홍기님 등 총 5명이었으며, 뒤를 이어 하루 동안 580명의 임직원 및 간병인, 환자를 비롯해 이후 80명이 추가로 접종을 마쳐 총 660명 이 코로나19 백신을 접종을 완료했다.



접종 당일 긴장감 속에 「의약품 운반차량(코로나 19 백신)」이라고 적힌 차량이 경찰차와 군 차량의 보호 아래 병원에 도착했다. 보바스기념병원의 이난희 약제과장은 약제실로 안내해 백신 수량과 냉장 온도를 확인하고 전용 냉장고에 안전하게 보관했다. 이번에 접종한 아스트라제네카는 특정 온도(2~8℃)에서만 보관, 운반, 취급이 가능한 백신이라 운반과 취급에 각별한 주의가 필요했다. 접종은 로비층 보바스홀에서 1단계 발열 체크 및 대상자 확인, 2단계 예진, 3단계 접종 대기, 4단계 접종, 5단계 접종 후 모니터링 순으로 진행됐다.



접종 대상자들은 체온 측정 및 본인 확인을 실시하고, 의료진의 예진을 통해 가능 여부 판단을 거친 후 백신을 접종했다. 접종 직후에는 15~30분간 정해진 장소에서 대기하도록 한 후 관찰 의료진이 철저한 모니터링을 실시했다. 또한, 만약에 발생할지 모를 응급상황에 대비해 119 구급차량을 병원에 상주시켜 중증 이상의 위급상황에 대비했다. 다행히 전체 인원이 접종을 완료하는 동안 유의미한 이상 반응 및 응급상황은 발생하지 않았다.

백신 접종 유의사항 준수 및 철저한 예진, 주의 깊은 예후 관찰 필요

37.5℃ 이상의 열이나 기침, 인후통이 있으면 백신 접종을 미뤄야 한다. 약물, 음식, 다른 백신 접종 등에 알레르기 반응을 보인 경험이 있다면 더욱 주의가 필요하다. 수 분 혹은 수 시간 이내 전신에 발생하는 중증 알레르기 반응인 「아나필락시스」 등에 대비해 알레르기 유발 물질, 증상 등은 한층 더 꼼꼼하게 체크해야 한다.

접종 후에는 정해진 장소에서 15~30분간 경과를 지켜보게 된다. 이때까지 별 이상이 없다면 일상으로 돌아가도 되지만, 3시간 이상 반응을 관찰하는 것이 좋으며 고령 접종자는 다른 사람과 함께 있는 것을 권한다. 백신 접종으로 인해 접종 부위가 붓고 발열, 피로감, 두통 등의 증상이 나타날 수도 있지만 대부분 3일 이내에 완화되거나 사라지며, 해열제(타이레놀 등 아세트아미노펜 계열) 등은 미리 준비해 두는 것이 좋다. 두드러기, 발진, 알레르기 반응이 있거나 39℃ 이상의 고열 증세가 있다면 병원을 방문해야 한다.

체계적인 안전 관리 대책

롯데의료재단 보바스기념병원의 모든 임직원은 코로나19 감염 예방 및 확산 방지를 위해 적극적으로 대응하고 있다. 자체적으로 「코호트 격리에 준하는 방역 조치」를 선포하며 선제적인 방역을 펼친 결과, 단 한 차례의 감염 사례도 발생하지 않는 등 타 기관의 모범이 되고 있다. 이번 코로나19 백신 접종 전에도 역시 철저한 교육과 의료진의 관찰이 수행됐다.

개원 당시부터 「보바스 재활치료」를 비롯해 앞선 의료 서비스로 재활요양병원의 새로운 롤 모델로 거론돼 온 롯데의료재단 보바스기념병원은 이번 코로나19와 관련 감염관리 분야에서도 특별한 성과와 명성을 쌓아오고 있다. 또한, 비대면 전화 처방, 비접촉 면회소 운영, 화상 면회 서비스 운영, 비접촉 음악공연, 랜선 문화공연 등 새로운 의료 서비스를 적극적으로 개발해 경기도 공공보건 의료지원단으로부터 「감염관리 모범 병원」으로 선정되기도 했다. 롯데의료재단은 「의료서비스의 글로벌 리더」로서 의료 서비스 향상과 경쟁력 제고를 위해 지속적으로 노력할 것이다.

김경문_롯데의료재단 커뮤니케이션팀장

직원들이나 환자분들에게 접종의 안전성을 전달하기 위해 먼저 맞게 됐다. 우리 병원에서 첫 접종을 시행한 것을 계기로 코로나19가 빨리 종식되기를 바란다.

박진노
보바스기념병원장

코로나로 인해 힘든 시간을 보내고 있었는데, 오늘 이 힘든 시간을 끝낼 수 있는 첫걸음을 우리가 내딛었다. 이것을 시작으로 이제 안전하게 생활할 수 있을 것이라는 희망을 갖게 됐다.

김미숙
보바스기념병원 감염관리과장

코로나19로 인해 힘겨운 시간이 길었던 만큼 열린 백신을 맞고 정상적인 일상생활로 돌아가고 싶다. 처음 맞는 것이라 솔직히 두렵기도 했지만, 오히려 이상할 정도로 아무렇지 않았다.

이태균
보바스기념병원 행정부 인사팀

접종 당일 밤부터 열과 근육통이 있었다. 하지만 사전에 들었던 접종 후 주의사항을 통해 「해열제」를 복용한 뒤 곧 나아졌다.

선은경
보바스기념병원 완화의료센터 간호사

접종 후 주말 3일 동안 열과 근육통이 있었다. 하지만 그렇게 심한 정도는 아니었다. 이제부터 일상으로 돌아갈 수 있다는 희망으로 잘 참았다.

김문선
롯데의료재단 신사업팀



KBO 리그가 개막하며 6개월간의 대장정이 시작했다.
모든 야구 팬들의 가슴속에 우승이라는 공통된 희망의 씨앗도 움트기 시작했을 것이다.
어느 해보다 10개 구단의 순위를 점치기 힘든 시즌을 맞았지만,
어느 때보다 강한 우승 의지로 단단해진 자이언츠의 2021시즌 전망을 살펴보자.

견고해진 롯데자이언츠, 「게임 체인저」로 비상할

2 0 2 1

Time to

WIN



2021년 3월 11일 연습경기 승리의 하이파이브

허문회 감독



Time to Win, 이제는 비상할 때

새 시즌을 앞두고 매해 바뀌는 구단의 캐치프레이즈, 해당 연도 구단의 정체성과 방향성을 정의하는 만큼, 모든 구단은 신중에 신중을 기해 캐치프레이즈를 정한다. 2020시즌 자이언츠의 슬로건은 「Drive to Win」이었고, 캐치프레이즈대로 언제나 승리하는 팀으로 발전하기 위한 개혁의 신호탄을 쏘아 올리며 강팀으로 올라설 초석을 다졌다.

올해의 캐치프레이즈는 「Time to Win」이다. 지난 한 해 동안에는 캐치프레이즈를 통해 대대적인 혁신을 꾀해 팀에 「위닝 컬처」를 불어넣었고, 이번에는 「매 순간 승리할 때」라는 결연한 의지를 담았다. 단련의 시간을 거치며 2021년 롯데자이언츠는 훨씬 단단해졌다.



할 수 있다는 자신감

선수단을 지켜봤을 때, 가장 먼저 견고함을 느낄 수 있는 부분은 역시 정신력과 분위기다. 선수단과의 깊은 신뢰를 바탕으로 언제나 「잘할 수 있는 것, 할 수 있는 것에만 집중하자」라며 선수단의 기운을 북돋우는 허문회 감독의 리더십은 2019년 최하위로 떨어지며 무력함에 사로잡혔던 선수단에 「할 수 있다」는 자신감을 불어넣었다.

「야구장 출근이 괴로운 일이 아니라 즐거운 일이 될 수 있도록 좋은 환경을 만들어주고 싶다」는 철학 아래 허 감독은 선수들에게서 동기부여를 최대치로 끌어냈다는 평가다. 이제는 환경도 만들어졌고 기본기도 다졌으니, 치고 나갈 일만 남았다. 허 감독은 「지난 해보다 모든 면에서 확실히 나아진 느낌이다. 승리 확률을 1%라도 높이는 게 중요한데 몸 관리, 호흡, 축적된 데이터 활용 등에서 지난해보다 향상된 모습을 보일 수 있어서 정규시즌 호성적이 기대된다」라고 힘줘 말했다.

허문회 감독



1월 29일 FA계약을 마친 이대호(왼쪽) 선수와 이석환 대표이사

Giants



롯데의 숙원인 우승을 달성하겠다는 의지

선수단 내 「살아있는 전설」 이대호의 잔류도 선수단의 사기를 높이는 요소다. 선수 개인의 존재감도 특별하지만, 더 특별한 옵션이 선수단 내 확실한 동기부여에 한몫을 담당했다. 이대호는 이번 시즌을 앞두고 선수로서 마지막 계약(2년 최대 25억 원)을 맺으면서 계약 옵션으로 매년 1억 원의 「우승 옵션」을 설정했다. 이에 따라 매 시즌 한국시리즈 우승 시 해당 금액을 사회에 환원한다.

계약 시 선수 본인의 강력한 어필로 삽입된 「우승 옵션」의 의미는 분명하다. 선수 생명을 걸고 기필코 롯데의 숙원인 우승을 달성하겠다는 의지의 발현인 것. 배수의 진을 친 이대호의 모습에 선수단 주장 전준우는 물론 모든 선수들도 베테랑의 우승 옵션에 화답하고자 『(이)대호 형과 함께 어떻게든 우승을 이뤄내고 싶다.』라고 입을 모은다. 목표가 크고 분명한 만큼 선수단은 시즌 준비에 더욱 열을 올리고 있다.



체계적인 육성과 첨단 데이터 장비를 활용한 분석

지난해 12월 베테랑 내야수 신본기, 우완 투수 박시영이 트레이드로 떠났고, 주전 중견수로 손꼽히는 민병헌도 1월 뇌동맥 수술을 받아 당분간 재활에 전념해야 하는 상황이다. 이에 예년 같았으면 위기감이 고조됐겠지만, 올해 선수단은 흔들림 없이 의연하다. 체계적인 육성과 첨단 데이터 장비를 활용한 분석으로 준수한 백업 자원을 발굴했던 지난해의 성과가 밑받침이 됐기 때문이다. 오히려 허문회 감독이 「활용하고 싶은 선수가 너무 많아 라인업에 15명을 넣었으면 좋겠다.」란 농담을 던질 정도다.

체계적인 육성 시스템 안에서 성장해 온 원석들이 2021년 자이언츠 스프링캠프에 대거 합류하며 1군에서 스포트라이트를 받을 준비를 마쳤다.

마차도를 보좌할 백업 유격수를 넘어 내야 만능 유틸리티 선수로 손꼽히는 배성근, 2020시즌 퓨처스리그 타점왕이자 2, 3루 수비를 두루 소화해 내는 김민수는 내야진을 더욱 탄탄하게 만들 기대주로 꼽힌다. 고교 졸업 이전인 지난해부터 교육리그에 참가하며 기대를 모은 대형 신인 나승엽도 내외야 수비를 병행하며 팀 전력의 깊이를 한층 두텁게 할 기대주다.

투수진의 깊이도 지난해와 다르다. 새로운 외국인 투수 앤더슨 프랑코는 시속 150km를 훌쩍 넘기는 광속구를 앞세워 기존의 에이스 댄 스트레일리과 함께 리그에서 손꼽히는 선발 원투 펀치로 거듭날 준비를 마쳤다. 2020시즌 신인으로 시속 150km에 육박하는

Time to Win



투구 모션 측정 피칭랩 시연 장면



2021년 2월 5일 전지훈련 나승엽 수비 훈련



2021년 3월 7일 연습경기 앤더슨 프랑코 역투



2021년 3월 9일 연습경기 이승현 역투

직구를 앞세워 필승조에 안착한 최준용은 이번 시즌엔 풀타임 필승조 안착을 노린다. 지난해 후반기 강력한 구위로 상대를 압도하며 선발진의 희망이 된 이승현도 이제 희망을 넘어 기둥을 넘볼 정도의 위상을 갖췄다. 여기에 2021시즌 신인 좌완 최대어 김진욱을 포함해 최영환 등은 퓨처스(2군) 팀에서 점진적으로 컨디션을 끌어올려, 유사시 언제든지 1군 선발진의 한 축을 담당하고자 구슬땀을 흘리고 있다. 이 외에도 퓨처스 캠프에서 피칭 메커니즘 교정으로 구속 향상을 도모하는 나균안, 강동호, 박종무도 향후 1군 콜업 시 두터운 불펜진 구축에 힘을 보탬 것으로 기대된다.

「Time to Win」이라는 자이언츠의 2021년 캐치프레이즈는 단순히 승리에만 매몰된 문구가 아니다. 승리를 향한 강한 의지와 도전정신으로 새로운 판을 짤 「게임 체인저」로 거듭나겠다는 각오도 담겨 있다. 새 시즌의 비상을 통해 자이언츠는 코로나19로 힘겨운 일상을 보내고 있는 팬들에게 작은 위안과 희망이 되고자 한다. 이와 더불어 「부산을 대표하는 프로 야구단으로서 팬과 파트너에게 양질의 가치를 제공한다는 미션도 완벽히 수행할 계획이다. 선수단 주장 전준우의 시즌 전 다짐으로 맺음말을 대신한다.

『모두가 힘든 시기지만 그럼에도 야구는 계속됩니다. 자이언츠의 야구를 볼 때만이라도 근심을 잠시나마 내려놓으셨으면 합니다. 선수들 모두 정말 열심히 준비했습니다. 팬 여러분들, 2021시즌 즐길 준비되셨나요?』

이재현_롯데자이언츠 커뮤니케이션담당



거인들이여, 일어나라!

사보 「롯데」에서는 4월 프로야구 개막을 맞아, 지난 3월 9일부터 19일까지 롯데자이언츠 응원 글을 공모했다.
우승을 향한 염원과 선수들에 대한 애정을 듬뿍 담은 사우들의 응원을 소개한다.

안녕하세요, 저희는 서울 갈매기 가족입니다.
매 시즌 서울에서 전국으로
자이언츠와 함께하는 칠성 가족이기도 합니다.
지난해에는 코로나19로 인해 우리 선수들의 경기를
몇 회 직관하지 못했지만,
올 시즌에는 더욱 많은 만남이 있으리라 기대됩니다.
우리 선수들 모두 건강하시고, 29년 만에 우승을 거두길
다시 한번 소망합니다.^^
우리 만형 이대호 선수 이하 마차도, 스트레일리,
새 가족이 된 프랑코 등이 있어 더욱 기대되는 올 시즌입니다.
선수들 모두 파이팅!

최광수 롯데칠성음료 유통강서지점



2000년 여름 아버지 손을 잡고 사직구장에 처음 가서 뜨거운 햇살 아래
최선을 다해 경기하던 선수들의 모습에 빠진 5살짜리 꼬마 팬이,
어느새 어엿한 롯데의 가족이 돼서 롯데 자이언츠 선수단 여러분께 응원 글을 씁니다.
저는 팀의 암흑기 시절에도 그저 롯데 자이언츠가 너무 좋아서 목이 터져라 응원했고,
중학생 땀 야구 한번 보겠다고 주말에 친구들과 매표소 앞에서
밤새 줄을 섰던 추억이 있는 21년 차 롯데 팬입니다.
코로나19로 힘든 시기에 작년 롯데 선수단이 제게 정말 큰 힘이 돼줬던 만큼
올해는 더 좋은 성적으로 수많은 롯데 팬들에게 함박미소를 안겨주시면 좋겠습니다.
조금 천천히 올라오셔도 됩니다. 저는 끝까지 기다릴 수 있으니까요.
다치지 마시고, 주장 전준우 선수를 필두로 상동에 있는 신인 선수들까지
선수단 모두가 올겨울 구슬땀을 흘린 만큼 원하는 목표를 이루시길 바랍니다.
하루빨리 코로나19가 종식되고 다시 뜨거워질 사직벌을 기대하며
영원한 롯데 팬은 언제나 어디서나 응원하겠습니다.
롯데 자이언츠 파이팅! Time to Win!

김찬영 롯데정보통신 슈퍼S

2021 롯데올! (롯데Cheer!) 생애 처음으로 야구경기를 본 2017년 봄,
그날로 저는 자이언츠 덕후가 돼버렸습니다.
잠실구장이 떠나갈 듯한 응원가와 환호성에 완전히 매료됐고,
무엇에 홀린 듯 이를 연속 직관을 가고야 말았습니다.
BTS 노래 한 마디도 외우지 못하는 제가
옆자리의 아저씨 팬과 함께 「돌아와요 부산항에」를 완창하던 순간,
우리는 이미 부산의 아들딸이자 한 마리의 갈매기였습니다.
손아섭 선수의 이름을 아로새긴 동백 유니폼을 입고 이를 연속 사직구장을 찾았고,
저의 진심이 전해졌는지, 연패 중이던 자이언츠는 팬들에게 2연승을 선물했습니다.
야구를 보다 보면 저도 이제 제 인생의 스토브리그는 끝내고, 안타나 홈런을 치고
뛰어 나가는 선수들처럼 더 멋지게 달릴 수 있다는 자신감도 생기는 것 같습니다.
지난 몇 년간 자이언츠는 저의 저녁이고 봄이고 여름이었지만,
아쉽게도 아직 가을은 아니었습니다.
하지만 올해는 롯데올(롯데가 치고 올라간다)의 한 해가 될 것이라고 믿습니다.
선수들의 Winning Spirit과 팬들의 응원이 합해진다면 충분히 가능하지 않을까요?
지금까지 본 경기보다 앞으로 볼
자이언츠 경기가 많다는 것이 저에게는 큰 행복입니다.
올해는 모든 선수들에게 부상이 없길 바랍니다.
자이언츠가 우승하는 그날을 상상하며!
최강 LOTTE Giants Fighting!

박한솔 롯데지주 재무혁신실



유난히 힘든 겨울이 지나간 뒤 언제나 따뜻한 봄과 함께 찾아오는 야구가 좋습니다.
언제나 최고는 아니지만 최선을 다하고 투지 넘치는 롯데 야구가 좋습니다.
타지에 와서 외로움을 느낄 때마다 같은 롯데 가족이라는 마음으로
응원하며, 혼자가 아닌 것 같은 위로를 받았습니다.
올해는 코로나19도 선수들의 홈런과 함께 담장 밖으로
날아가 버렸으면 좋겠습니다. 그날이 올때까지 저는 곧 태어날 축복이랑
와이프와 함께 집에서 응원하겠습니다.
하루빨리 사직구장에서 만원 관중과 함께
뜨거운 열기를 느끼고 싶습니다.
롯데자이언츠, 파이팅!
항상 목놓아 응원하겠습니다!

강명훈 롯데네슬레코리아 공무부



롯데디자인츠가 경기에서 지자
시무룩해진 아들이 응원하는 야구팀을 바꾸고 싶다고
말했습니다. 사랑하는 아들 재승아,
야구를 하다 보면 경기에서 이길 때도 있고 질 때도 있어.
항상 잘할 수 있는 것은 아니야.
너도 힘들 때, 공부가 잘 안 될 때가 있지?
중요한 것은 즐기는 거야!
네 뒤에 항상 든든한 아빠와 엄마가 있는 것처럼,
항상 힘내라고 응원하며 너와 아빠도
자이언츠 뒤에 든든하게 있어주자!
올 시즌에도 신나게 응원해 보는 거야.
롯데디자인츠, 파이팅!

백규태_롯데마트 행당역점 가정생활파트장



롯데가 좋아 부산으로 내려와 롯데에 입사한 롯데 팬입니다.
매년 「내년엔 잘하겠지」 기다려 왔는데, 이번 시범경기를 보고
있자니 기다리고 기다리던 「내년」이 이번 연도일 듯합니다.
자이언츠 선수들이 롯데푸드 음식을 먹고 경기를 나선다는 것에
큰 자부심과 책임감을 느낍니다!
올해는 다치는 일 없이 날이 아무리 추워도!
꼭꼭 가을 야구까지 가즈아~!

강기운_롯데푸드 부산지점



이외 당첨자



이종은_롯데호텔 시그니엘부산 객실팀
김영민_롯데칠성음료 북부FM팀
신상우_롯데케미칼 여수공장
김준형_롯데알마늄 준법경영팀



김지성_롯데GFR 인사팀
이선희_롯데GRS 컨디션 사업팀
김성규_롯데컬처웍스 도곡관
김혜주_롯데건설 의정부가능1구역사업소
김민호_롯데중앙연구소 안전센터 제조안전팀

추용호_롯데글로벌로지스 택배사업본부
김민석_캐논코리아 비즈니스 솔루션 디바이스설계평가담당
이기석_롯데리조트 속초운영팀
이혁재_롯데네슬레코리아 Logistics
권오식_롯데알마늄 CAN 공무2담당

백제의 고향

환이 서린 마을

2021年 4月 17日 (土) 첫 공개

안녕하세요. 사보 「롯데」 편집실입니다.

사보 「롯데」에서 4월의 밤, 백제시대로 떠날 임직원 트래블캐스터를 모집합니다
가족 · 연인과 함께 백제시대를 체험하고 싶은 사우분들의 많은 참여 바랍니다.

※ 본 체험은 만 14세 이상 입장 가능하며, 초등학생은 보호자 동반 시 입장 가능합니다.

- 1 모집 조건: 본인만의 SNS 채널을 가진 임직원
- 2 제공 내역: 롯데리조트부여 스위트(1박) + 백제문화단지 입장 및 공포체험(최대 4인)
- 3 트래블캐스터 필수 미션
 - 1) 사보 「롯데」 게재용 사진 + 후기(A4 1/2페이지 분량)
 - 2) 유튜브/블로그/인스타그램 중 선택해 게시물 업로드(당첨 후 별도 안내 예정)
- 4 응모 기간: 4/5(월) 10:00 ~ 4/7(수) 18:00(4/9(금) 당첨자 2팀 개별 연락 예정)
- 5 응모 내용
 - 1) 자유 형식의 간단한 응모 사연
 - 2) 체험 희망일: 4/17 or 4/24 중 택 1
 - 3) 응모인 정보: 이름/회사명/부서/연락처/개인 SNS 링크/참가인원
 - 4) 제출 방법: 이메일 송부(lottesabo@naver.com)

친환경 분석 신기술 개발로 지속 가능 경영을 추구하다

최근 세계적으로 식품안전 및 표시 규제 관련 법규가 강화됨에 따라 유기용제의 사용량도 동시에 늘어났다. 이에 롯데중앙연구소는 유기용제 사용을 줄이기 위한 다양한 분석 기법을 개발해 탄소 배출을 최소화하고 있다.



식품 분석에 사용되는 유기용제는 메탄올/에테르/헥산 등 탄소와 수소를 포함한 물질로, 소각해 폐기하는 과정에서 대기중에 탄소를 배출해 대기오염을 일으킨다. 따라서 유기용제 사용량 절감은 탄소 배출을 줄이는데 핵심적인 역할을 하며 친환경 경영에서 중요한 지표로 평가되고 있다.

이에 롯데중앙연구소는 유기용제 사용량 절감을 위해 최신 첨단 장비 HR-MS를 도입한 후 유해 물질(농약, 동물용 의약품 및 곰팡이독소), 식품첨가물(보존료, 타르색소 및 인공감미료), 기능성분(수용성/지용성 비타민, 아미노산) 등에 대한 신속분석법을 확립하고, 영양성분 표시 항목(당류, 콜레스테롤, 조단백, 조지방, 수분, 회분) 등을 분석할 수 있는 자동화 시스템을 구축했다. 그 결과 유기용제 사용량이 기존에 비해 54% 감소했으며, 분석 기간도 기존 5일에서 1일로 단축됐다. 이러한 성과를 인정받아 롯데중앙연구소는 2020년 국제비교숙련도평가에서 신속분석법의 정확성과 신뢰성 항목에서 우수한 성적을 거둔 바 있다. 또한, 푸드 케미스트리(Food Chemistry) 저널에 당류 동시분석법을 등재해 분석 기술을 공유하고 있다.

롯데중앙연구소는 다양한 분석 신기술 개발을 통해 롯데 식품 계열사의 제품 개발을 더욱 신속히 지원하며 분석 기술을 교류하고, 나아가 대외 연구활동 강화를 위해 식품의약품안전처의 연구과제(불량 주류 판별법, 식품용 살균소독제 잔류량 저감법)에 적극 참여하며 연구활동을 충실히 이행하고 있다.

향후에도 에너지 절감을 위해 온도, 시간, 살균 등 조건을 최적화할 수 있는 제조공정 중 친환경 기법을 적용할 수 있는 부분을 찾아 기반 기술 확보하고, 최고 수준의 분석 능력을 유지함으로써 소비자들에게 더욱 안전하고 건강한 먹거리를 공급할 계획이다. ①



최송월_롯데중앙연구소 분석연구팀 책임



광고천재 이상준



롯데 유튜브와 연을 맺어 지난 7년 동안 롯데의 다양한 매장을 누비며 누구보다 롯데를 잘 이해하는 개그맨 이상준이 이번 콘텐츠에도 역시 함께한다. 그는 「롯데의, 롯데를 위한, 롯데에 의한」 광고회사의 대표라고는 하지만, 머릿속에 본인이 광고모델이 되고 싶은 마음만 가득한 채 선을 넘는 기획과 뜻밖의 신박한 아이디어로 의뢰인들의 멘탈을 안드로메다로 보내는 캐릭터다.

이상준은 유일한 직원이자 수줍은 웃음이 포인트인 콘티 작가 한 명과 함께 롯데 그룹사 의뢰인들과 호흡하며, 의뢰품에 맞는 창의적(?)인 광고 아이디어를 선보이기 위해 동분서주하는 과정에서 큰 재미를 준다.



지난 2월에 촬영을 마친 1화에서는 세븐일레븐 상품본부 장여정MD와 김수빈MD가 출연해 갑본 제주도 느낌 나는 돌카롱부터 친환경을 생각한 빨대 없는 컵 커피, 소의 해 맛이 락토프리 우유크림 롤케이크를 소개했다. 첫 촬영이었지만 적극적인 직원들의 자세와 이상준의 재치가 어우러져 촬영장에 웃음이 떠나지 않았다는 후문이다. 지난 3월 9일에 본편이 방영된 이후 수십만 건의 조회수를 올리는 등 좋은 반응을 얻고 있다.

2화에서는 롯데푸드의 따끈따끈한 3월 신상 딸기 페스티벌 빙과 신제품 4종(돼지바/빠빼코/구구콘/빵빠레)을 소개한다. 훈훈한 비주얼의 빙과CM 담당 이 용 책임과 김찬비 대리가 직접 출연해 제품의 특징점을 설명하고, 이상준과 같이 이색적인 광고 아이디어를 만들어가는 내용으로 구성됐다.

「광고천재 이상준」에서는 앞으로도 다양한 롯데의 매장과 상품을 구독자에게 재미있게 소개하며 친근하게 다가갈 계획이다. ①

편집실



「광고천재 이상준」은 롯데 그룹사의 참여를 기다리고 있습니다. 참여를 원하는 각 사SNS 담당자는 롯데지주 커뮤니케이션실 이경수 수석(kyeong-su.lee@lotte.net) 앞으로 문의 주세요. 문을 활짝 열고 기다리겠습니다. 많은 참여 바랍니다.



맛은 배로, 칼로리는 제로! 세상 맛있는 칠성사이다 제로!



롯데칠성음료_「칠성사이다 제로 박은빈」편

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

가장 맛있는 제로, 칠성사이다 제로!

탄산음료는 태생적으로 음식과 궁합이 좋다. 느끼한 음식을 먹을 때는 입안을 깔끔하게 정리해주고, 매운 음식을 먹을 때는 달달함으로 맛을 더해준다. 그런데 칠성사이다는 다른 탄산음료와 달리 「음식과 함께」라는 인식 보다는 「갈증이 날 때나 속이 답답할 때 마시는 청량한 탄산음료」라는 이미지가 강했다. 그 배경에는 오랜 시간 자연의 깨끗한 이미지를 강조하고, 대한민국을 대표하는 탄산음료로서 커뮤니케이션해 온 스토리가 있었다. 우리는 탄산음료와의 푸드 페어링이 앞으로 탄산음료의 트렌드를 이끌어간다면, 칠성사이다도 고유한 푸드 페어링을 만들어 나가야 할 시점이라고 판단했다. 그리고

그 첫 단추를 끼우기에는 0칼로리라는 명확한 명분을 제시해 주는 칠성사이다 제로가 가장 적합했다.

칠성사이다 제로는 칼로리는 제로이지만, 제로 탄산음료의 텅텅한 뒷맛을 최소화하고 칠성사이다 본연의 맛을 최대한 살린 제품이다. 칠성사이다 제로를 론칭하기 전, 처음 시음을 했을 때 이 제품은 반드시 성공할 거라는 확신이 들었다. 정말 사심 없이 맛있었다. 칼로리 제로에 맛까지 좋다니. 말 그대로 「세상 맛있는 칠성사이다 제로」가 아닌가. 무엇보다도 이는 「깨끗하고 청량한 맛을 대한민국 모두가 인정하는 칠성사이다만이 전할 수 있는 메시지였다.

차별화된 푸드 페어링 콘셉트

우리는 칠성사이다 제로의 zero가 단순히 칼로리 0이라는 의미를 넘어선다고 생각했다. 칠성사이다만의 자산인 깨끗하고 청량하다는 이미지가 음식과 함께 먹었을 때 그 음식 본연의 맛을 한층 살려주는 Pure의 Benefit으로까지 연결될 수 있다고 보고, 다양한 음식과의 페어링을 펼치기로 했다. 요즘 식문화에서 가장 핫한 트렌드인 홈푸드를 큰 방향으로 두고, 직접 만들어 차려 먹는 집밥과 요리 과정을 주요 장면으로 설정해 칠성사이다만의 차별화된 푸드 페어링을 만들거라 했다.



칠성사이다 제로만의 영역을 구축하다

본격적으로 푸드 페어링 캠페인을 펼치기에 앞서, 칠성사이다 제로의 첫 등장을 어떻게 하면 임팩트 있게 전달할 수 있을 것인가를 먼저 고민해야 했다. 무엇보다 칠성사이다에서 모두가 기다리던 제로가 나왔다는 이야기를 명확하게 전달하는 것이 중요했기에, 칠성의 별 일곱 개를 카운트다운 소재로 활용했다.

『세븐, 식스... 쓰리, 투, 원, 제로!』

간단한 초식이지만, 빠른 템포의 음악과 시원한 탄산 씨즐이 함께하자 그 기대감이 몇 배로 증폭됐다. 이 티징 광고에 이어, 요즘 가장 핫한 배우 송강과 청량함 그 자체인 배우 박은빈을 모델로 칠성사이다 제로만의 푸드 페어링 스토리를 이어갔다. 송강은 가벼운 샐러드와의 페어링을, 박은빈은 맛있는 삼겹살 구이와의 페어링을 선보였다. 이를 통해 건강관리를 하는 사람부터 칼로리 걱정 없이 맛있는 음식을 즐기고 싶은 사람까지 타깃을 확장하고, 칠성사이다 제로와 맛있는 음식의 궁합을 보여줬다. 그리고 샐러드를 만드는 과정과 에어프라이어를 활용하는 요리 과정을 칠성사이다만의 홈푸드 Mega Scene으로 잡고, 우리만이 할 수 있는-경쟁사는 할 수 없는-영역을 구축하기 위한 초석을 다졌다.

칠성사이다 제로는 출시된 지 얼마 되지는 않았지만 성공적인 론칭이라는 평가를 받고 있다. 매출 측면에서도 긍정적이다. 칠성사이다 제로는 6년 전에도 출시됐지만, 얼마 지나지 않아 단종된 적이 있다. 지금과 같은 열렬한 반응은 시대의 변화와 그 시대의 흐름에 발 빠르게 대응하는 행동력에서 오는 것 같다. 집콕으로 답답한 요즘, 맛있는 저녁식사와 함께 세상 맛있는 칠성사이다 제로로 스트레스를 시원하게 날려보는 것은 어떨까. ①

강진선_대흥기획 어카운트슬루션7팀



따뜻한 봄 햇살 느끼며 걷고 싶은 봄 여행지

여느 해라면 다양한 지역에서 봄꽃 축제가 한창일 때지만, 코로나19 여파로 축제 대부분이 열리지 않는다. 그렇다고 봄을 그대로 보낼 수는 없는 법. 안전여행에 적합한 비대면 관광지에 대한 관심이 높아지는 요즘, 가족과 함께 걷기 좋은 안심 봄 여행지를 추천하고자 한다.

창덕궁 후원

창덕궁(사적 제122호)은 1405년 경복궁 다음으로 지어진 별궁이다. 정궁인 경복궁의 동쪽 방면에 있다고 해서 「동궐」이라고도 한다. 금천교가 세워지고(1411년) 돈화문이 건립되는가 하면(1412년) 조선 제9대 성종 때부터는 여러 임금들이 여기서 지내면서 본궁 역할을 하게 됐다. 임진왜란 때 불에 타 1611년 광해군에 의해 다시 지어진 창덕궁은 자연과 인공이 잘 조화를 이뤄 많은 관광객들이 찾아오며 인정전, 대조전, 선정전, 낙선재 등 많은 문화재가 곳곳에서 눈길을 끈다.

태종 때 만들어져 임금을 비롯한 왕족들이 휴식을 즐기던 장소인 창덕궁 후원은 낮은 야산과 골짜기의 원래 모습을 그대로 간직한, 우리나라에서 으뜸가는 정원이다. 꼭 필요한 곳에만 사람의 손을 댔다. 부용정과 부용지, 주합루와 어수문, 영화당, 불로문, 애련정, 연경당 등을 비롯한 수많은 정자와 샘이 곳곳에 위치해 가족과 함께 산책하며 안심하고 걷기 좋다. 이 후원을 구경하려면 사전 예약이 필요하다. 현재는 코로나19 확산 방지를 위해 해설사와 함께 하지 못하고 자유관람으로만 가능하다.

화담숲

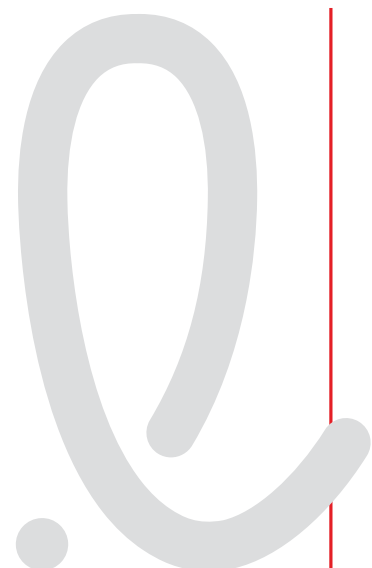
화담숲은 서울에서 40분 거리인 경기도 광주에 위치한 생태수목원이다. 숲의 생태계를 복원하는데 중점을 두고 약 1,322m²(약 40만 평) 대지에 4,300여 종의 국내외 자생 및 도입 식물을 심어 17개의 테마원으로 조성했다. 화담숲의 화담은 「정답게 이야기를 나누다」라는 의미로, 화담숲은 인간과 자연이 교감할 수 있는 생태 공간을 지향한다. 숲의 식생을 최대한 보존하고, 자연을 사랑하는 누구나 편히 찾을 수 있도록 친환경적인 생태공간으로 꾸며 자연의 지형과 식생을 최대한 보존한 채로 조성됐다. 그 덕분에 노고봉의 계곡과 능선을 따라 자연스럽게 자리 잡은 수목들의 다양한 모습을 볼 수 있다. 평소에 산책을 하고 싶어도 몸이 불편해 트레킹할 수 없는 장애인이나 노약자, 어린이 등을 위해

유모차나 휠체어를 타고 편안히 자연을 감상하며 힐링할 수 있도록 5km 길이의 숲속 산책길 전 구간을 경사가 완만한 데크길로 조성해 가족 단위 관람객에게 큰 인기를 끌고 있다.

주요 테마원으로는 국내 최대 규모의 「이끼원」을 비롯해 1,000여 그루의 하얀 자작나무가 펼쳐져 있는 「자작나무숲/소망돌탑」, 명품분재 250점을 전시한 「분재원」 등이 있다. 봄에는 진달래, 수국, 벚나무 등의 식물을 중심으로 특성화해 전시하므로 다양한 꽃들을 만나볼 수 있으며, 국내 최다 품종인 480여 종의 단풍나무도 만나볼 수 있다. 또한, 우리에게 친근한 도롱뇽, 고슴도치, 다람쥐 등을 곳곳에서 쉽게 마주치는 즐거움도 선사한다. 

이문규_롯데제이티비 영업전략팀장





2021 APRIL
NEWS
•
UPDATE



롯데제과
「찰떡아이스 매운 치즈떡볶이」



롯데칠성음료
「처음처럼」 신규 광고



롯데푸드
봄 맛이 딸기 아이스크림 4종



크리스피 크림 도넛
「월드 페이머스」 초콜릿 도넛



네스카페
수프리모 디카페인 커피믹스

식품 FOODS

롯데제과

국내 최초 매운맛 아이스크림 출시

롯데제과는 3월 2일 국내 최초로 매운맛 아이스크림을 선보였다. 이번에 출시된 「찰떡아이스 매운 치즈떡볶이」는 할라피뇨 성분이 들어간 주황색 떡 안에 크림 체다치즈 아이스크림을 넣고, 그 속에 매운맛 칩과 쿠키 등을 넣어 매운 치즈 떡볶이 맛을 구현했다. 쫄쫄득득한 찰떡과 아이스크림의 달콤한 맛이 매운맛과 의외로 잘 어울려 먹는 동안 유쾌한 재미를 선사한다. 롯데제과는 코로나19로 지친 소비자들에게 「찰떡아이스 매운 치즈떡볶이」가 즐거움을 선사하는 동시에 빙과 시장에도 활력을 불어넣기를 기대하고 있다.

혈전 용해효소 함유 「씨큐나제」 출시

롯데제과는 3월 18일 헬스원이 혈압과 혈행 개선에 도움을 줄 수 있는 건강기능식품 「씨큐나제」를 출시했다고 밝혔다. 「씨큐나제」의 주원료인 나토균 배양 분말은 식약처로부터 단일 소재로는 국내 최초로 혈압과 혈행 개선의 두 가지 기능을 인정받은 기능성 원료다. 나토균 배양 분말은 쿵이 발효되는 과정에서 나토균이 만들어내는 것으로 혈전(피브린, 혈관 속 굳은 핏덩어리) 용해효소를 2,000FU 함유하

고 있다. 기존 나토키나제에 혈행 개선 기능을 추가했으며, 단 1캡슐로 혈압과 혈행 개선에 도움을 준다.

롯데칠성음료

「처음처럼」 제니 신규 광고 론칭

롯데칠성음료는 3월 19일 「처음처럼」의 모델 제니와 함께한 신규 광고를 론칭했다. 이번에 공개된 「처음처럼」 신규 광고는 지난 1월 리뉴얼과 함께 모델로 제니가 발탁되면서 이미 크게 화제가 되고 있는 만큼, 큰 호응을 얻을 것으로 기대된다. 이번 광고는 제니가 그네를 타는 모습을 통해 「더 부드럽지만 더 소주다운 맛」이라는 메시지와 함께, 대관령 기슭 암반수를 배경으로 연출해 리뉴얼한 제품 속성을 전달했다. 신규 광고 영상은 TV 및 온라인 채널을 통해 확인할 수 있다.

무라벨 아이시스 ECO 묽음 포장용 출시

롯데칠성음료는 3월 8일 묽음 포장용으로 생산 중인 아이시스 ECO(1.5L, 2L 총 2종)의 펌트병 마개에 부착된 라벨을 없애 새롭게 선보였다고 밝혔다. 수원지, 무기물 함량 등이 표기된 생수 마개의 라벨은 기존에도 소비자가 제품 음용 시 자연스럽게 제거할 수 있어 분리배출이 쉬웠으나, 이번에 이마저도 없애 비닐 폐기물이 전혀 발생하지 않도록 한 것이다. 롯데칠성

음료는 묽음 포장재 디자인도 리뉴얼하며 브랜드 차별화에 나섰다. 무라벨 생수임에도 소비자가 아이시스 브랜드를 직관적으로 알아볼 수 있도록 상징색인 분홍색 및 파란색을 주 컬러로 활용하고 로고도 크게 노출했으며, 제품 정보 및 다양한 수상 성과도 함께 담았다.

롯데푸드

봄 맛이 딸기 아이스크림 4종 출시

롯데푸드는 3월 18일 봄을 맞아 딸기를 활용한 아이스크림 4종을 선보였다. 이번에 출시된 신제품은 돼지바 핑크, 빠빠코 딸기, 구구곤 스트로베리, 빵빠레 딸기의 4종이다. 돼지바 핑크에는 요거트 딸기를 적용해 상큼함을 강조했다. 빠빠코 딸기는 딸기 아이스와 딸기 과육 시럽이 조화를 이룬다. 구구곤 스트로베리는 딸기 아이스크림에 치즈 아이스크림을 더해 풍부한 맛을 구현했다. 빵빠레 딸기에서는 부드러운 딸기우유 맛을 느낄 수 있다.

파스퇴르, 배달 유아식 신메뉴 12종 출시

파스퇴르는 3월 10일 베이비푸드 브랜드 「아이생각」의 배달 유아식 12종을 새롭게 선보였다. 15개월 이상인 아이를 위한 아이밥 6종과 아이소스 6종으로 구성됐으며, 올바른 식습관 형성을 위해 육류, 해산물, 야채, 과일 등 다양한 식재료로 식단을

설계했다. 소비자가 안심할 수 있도록 국내산 유기농 쌀과 무항생제 육류, 국내산 채소를 최신 무균 공정으로 제조했다. 1/2인분 2개를 한 세트(90gx2)로 구성해 양 조절이 쉽고 따로 소분할 필요가 없다.

롯데GRS

「월드 페이머스」 초콜릿 도넛 판매

크리스피 크림 도넛은 3월 22일부터 4월 30일까지 해외 유명 초콜릿 업체와 컬래버를 통해 개발한 「월드 페이머스(WORLD FAMOUS)」 초콜릿 도넛을 한정 판매한다고 밝혔다. 크리스피 크림 도넛이 이번에는 세계 유명 초콜릿 업체와 손잡고 선보이는 신제품 도넛은 부드러운 도넛링에 초코칩, 쿠키, 캐드베리 트윌을 토핑한 「트윌 다크초코」, 컬러풀한 스프링클과 크림, 허쉬초콜릿을 토핑한 「스프링클 앤 크림」, 달콤한 캐러멜 필링과 캐드베리 크런치, 캐러멜을 토핑한 「크런치 카라멜 초코」, 밀카 오레오 초콜릿을 토핑해 진한 초콜릿 맛을 느낄 수 있는 「밀카 오레오 초코 케익」의 4종이다. 이와 함께 「크런치 카라멜 초코 블렌디드」 음료 1종도 한정 판매한다.

롯데네슬레코리아

고양이 알레르기 감소 식단 론칭

롯데네슬레코리아는 3월 26일부터 28일

까지 3일간 고양이수의사협회 컨퍼런스에서 세계 최초 고양이 알레르기 감소 식단인 「프로플랜 리브클리어」에 대한 웨비나(온라인 세미나)를 송출했다. 이는 다가오는 5월 동물병원에 「프로플랜 리브클리어」를 선문칭하기 위해 수의사들을 대상으로 제품 홍보 및 교육을 실시하는 과정의 일환으로 진행됐다. 선문칭할 제품은 키튼/성묘/실내묘/비노기계/노령묘용 총 5종으로 구성됐다. 세계 최초로 개발된 고양이 알레르기 감소 식단 「프로플랜 리브클리어」는 알레르기를 평균 47% 유발하는 물질인 「Feld 1」을 줄이는 효과가 증명된 제품이다. 5월에 선문칭한 이후 9월에 공식 론칭할 계획이다.

디카페인 커피믹스 신제품 출시

롯데네슬레코리아는 4월 5일 카페인을 줄이고 커피 맛은 풍부하게 살린 「네스카페 수프리모 디카페인 커피믹스」를 출시한다고 밝혔다. 이번 신제품은 원두의 카페인을 물로만 안전하게 제거하는 「워터 디카페인」 기술을 적용해 보다 안심하고 즐길 수 있으며, 조화롭고 균형 잡힌 커피의 풍미를 느낄 수 있는 것이 특징이다. 롯데네슬레코리아는 최근 디카페인이 인기를 끌고 있는 트렌드를 반영해, 소비자들이 디카페인 커피를 언제나 간편하게 즐길 수 있도록 이번 신제품을 기획했다.



롯데백화점
프리미엄 식품 브랜드 「셀럽스픽」



롯데마트
「새벽 딸기」 매대



롯데ON
수산대전 「봄 설레임전」



세븐일레븐
「주시후레쉬 맥주」



롯데하이마트
「홈케어 서비스」 신규 론칭



롯데호텔 서울
장기 생활 숙박 상품 「Once in a life」

롯데유통사업본부

롯데 식품 4사 통합행사 시행

롯데유통사업본부는 3월 1일부터 31일까지 롯데마트 서초점에서 롯데 식품 4사 통합행사를 진행했다. 이번 행사는 유통 사업본부 현장관리자가 롯데제과, 롯데칠성음료, 롯데푸드, 롯데네슬레코리아 영업 담당자와 상품 구성, 매대 연출 등을 통합 협의해 매장 담당자에게 제안하는 방식으로 추진됐다. 롯데마트는 소비자의 주 동선상에 있는 대형 행사 매대를 제공함으로써 인근 경쟁 점포와 차별화되는 행사를 통해 집객효과 및 추가 매출을 얻었으며, 롯데 식품사는 추가 매대를 대량 확보해 매출을 증대시켰다. 또한, 판매금액의 1%를 적립해 어려운 이웃에게 기부하는 이웃사랑 캠페인도 함께 진행해 롯데 이미지 제고에도 기여했다.

유통

RETAIL

롯데백화점

프리미엄 식품 브랜드 「셀럽스픽」 론칭

롯데백화점은 3월 15일 서울 소공동 본점에 새로운 프리미엄 식품 브랜드 「셀럽스픽(Celeb's Pick)」을 론칭했다. 「셀럽스픽」은 국내 푸드 셀럽으로 불리는 이들이 선택한 상품과 그 상품을 원재료로 한 밀키트를 한데 모아 선보이는 편집 브랜드로,

백화점을 찾는 고객들에게 최고의 상품을 제안하기 위해 기획됐다. 롯데백화점은 대한민국 식품명인 제37호 「권기욱 명인」, 특색 있는 고추장으로 유명한 「지민정 명인」, 청국장 특유의 냄새를 최소화한 「최종대 명인」 등 3명을 선정해 전통 장 30종과 이를 주재료로 한 밀키트 3종을 「셀럽스픽」 브랜드로 출시했다.

남성 데일리룩 편집숍 「디크루즈」 오픈

롯데백화점은 3월 9일 평촌점에 남성 디자이너 편집숍 「디크루즈(D'CREWZ)」를 오픈했다. 「디크루즈」에는 과거 일부 마니아들 사이에서만 소비되던 한계를 넘어 최근 온라인을 중심으로 빠르게 성장하고 있는 「이스트로그(EASTLOGUE)」, 「언어팩티드(UNAFFECTED)」 등 남성 디자이너 브랜드 30여 개가 모여 있다. 롯데백화점은 「디크루즈」가 개성을 중시하는 남성 MZ 고객을 사로잡을 것으로 기대하고 있다.

롯데마트

「초신선 신선식품」 판매 강화

롯데마트는 3월 18일 신선식품 판매를 강화한다고 밝혔다. 「신선식품은 오프라인」이라는 점을 강조하기 위해 지난해부터 다양한 초신선 제품들을 판매, 고객들에게 큰 호응을 얻고 있다. 대표적으로 2월

에 첫선을 보인 「새벽 딸기」는 전년 대비 매출이 3배 이상 증가했으며, 입고 예정 시간에 대한 고객 문의도 지속적으로 늘고 있다. 또한, 전체 채소 중 30%가량을 차지하는 잎채소도 당일 수확, 당일 매장 입고 형태로 일부 점포에서 판매를 시작했다. 롯데마트는 당일 수확한 제품을 당일 매장에서 구입할 수 있는 오프라인 매장의 강점을 활용해 초신선 관련 품목을 지속적으로 늘려 나갈 계획이다.

롯데슈퍼

신선/산지 직송 브랜드 론칭

롯데슈퍼는 4월 5일 1등 산지에서 특화 생산자와 협업, 고객에게 건강한 한 끼를 제공하기 위해 신규 신선/산지 직송 브랜드를 론칭한다고 밝혔다. 신규 브랜드 이름은 「농가의 맥」으로, 신선식품에 대한 롯데슈퍼의 명확한 방향성과 고객 전달 가치에 주력하겠다는 의지를 담았다. 롯데슈퍼는 신규 브랜드를 통해 산지 생산자, 파트너사와 유통 과정을 개선함으로써 원가 경쟁력을 확보하고, 관련 상품들을 지속적으로 출시 및 운영할 계획이다.

롯데ON

수산대전 「봄 설레임전」 진행

롯데ON은 3월 8일부터 28일까지 20여일간 해양수산부와 함께 2021 대한민국 수산

대전 「봄 설레임전」을 진행했다. 이번 행사는 코로나19 확산으로 판매에 어려움을 겪고 있는 어가를 돕기 위해 마련된 것으로, 각 산지에서 직접 배송해 맛과 신선도를 높인 멍게, 바지락, 전복 등 9가지 해산물을 최대 60% 할인 판매했다. 특히, 통영의 멍게 양식 어민을 돕기 위해 꽃멍게를 할인 판매했으며, 멍게 구매 고객에게 사은품을 증정하고 후기 이벤트도 진행했다.

코리아세븐

이색 컬래버 「주시후레쉬 맥주」 출시

세븐일레븐은 3월 10일 국민 장수 겸 「주시후레쉬」와 컬래버한 프리미엄 수제맥주 「주시후레쉬 맥주」를 출시했다. 「주시후레쉬 맥주」는 라거 타입의 수제맥주로 겉 원액을 그대로 담아 향긋한 과일향과 청량감이 특징이며, 패키지에도 주시후레쉬 색과 디자인을 그대로 입혀 레트로 감성을 재현했다. 「주시후레쉬 맥주」와 같은 이색 수제맥주는 소비에서 재미를 추구하는 MZ 세대를 중심으로 인기를 끌고 있다. 실제 세븐일레븐이 지난해 11월 선보인 「유동골뱅이 맥주」는 현재 세븐일레븐 수제맥주 카테고리 1위를 차지하고 있다.

도시락 통합 브랜드 「한끼연구소」 론칭

세븐일레븐은 3월 1일 도시락 통합 브랜드 「한끼연구소」를 론칭했다. 세븐일레븐

은 도시락 카테고리의 통일된 운영 방향과 정체성, 고객에게 전하고자 하는 가치와 메시지를 「한끼연구소」에 종합적으로 함축하고, 이와 함께 도시락 운영 콘셉트도 신뢰, 다양성, 건강으로 새롭게 정립했다. 또한, 「한끼연구소」를 통해 소비자가 안심하고 먹을 수 있도록 식품전문기업(롯데푸드 등), 식품연구소(롯데중앙연구소 등) 등과 협업하는 점을 강조하고 제조사명, HACCP 인증마크, 판매가 표기도 기존보다 40% 이상 확대했다. 또한, 밥소물리에 픽토그램으로 품질의 자신감을 표현했다. 메인 반찬도 돼지고기에서 수산물과 소고기, 닭고기 등으로 다양화하고, 제철 식재료 사용 확대 등도 추진할 계획이다.

롯데하이마트

「홈케어 서비스」 판매채널 확대

롯데하이마트는 3월 17일 「홈케어 서비스」의 고객 접근성을 높이기 위해 세븐일레븐과 손잡고 판매채널을 확대했다. 「홈케어 서비스」는 롯데하이마트 전문 CS마스터가 가정을 방문해 가전, 침구 등을 관리해주는 토털 관리 서비스로, 이로써 전국 1만 5,000여 개 세븐일레븐 점포에서도 간편하게 「홈케어 서비스」를 신청할 수 있게 됐다. 점포 내 POS 화면에 송출되는 디지털 홍보물을 통해 이용방법을

확인하고 편의점 직원에게 신청하면 된다. 롯데하이마트는 쾌적하고 위생적인 생활 공간에 대한 니즈에 발맞춰 세탁기부터 에어컨, 주방후드, 냉장고 등 총 11가지 품목의 서비스를 다양하게 운영한다.

메가스토어 「신제주점」 그랜드 오픈

롯데하이마트는 3월 5일 제주도 노형동에 메가스토어 「신제주점」을 오픈했다. 메가스토어는 롯데하이마트의 오프라인 역량을 집약한 프리미엄 체험형 매장이다. 「신제주점」 1층은 시즌 이슈 상품과 브랜드 연출존으로, 2층은 디지털가전 전문관과 게이밍존, 1인 미디어존으로 구성됐다. 3층은 신규 타입의 디자인 가전존과 안마 의자 브랜드관으로, 4층은 프리미엄 브랜드관을 비롯해 매장 곳곳이 체험 및 휴식 공간으로 구성됐다. 롯데하이마트는 「신제주점」에 이어 3월에 「압구정점」, 「월배점」, 「단구점」을 오픈했으며, 고객들이 즐거운 쇼핑을 경험할 수 있도록 메가스토어 출점을 계속 이어갈 예정이다.

관광·서비스

TOURISM·SERVICE

롯데호텔

장기 생활 숙박 상품 출시

롯데호텔 서울은 4월 1일부터 7월 15일까지 호텔에서 새로운 일상을 즐길 수 있는



백제문화단지
스마트 모빌리티 「전기 여차」



롯데스카이힐CC제주
오션코스 4번홀



롯데면세점
「럭스몰 라이브」 배너



롯데월드 어드벤처
「로티의 동아리방」 포토존



부산롯데호텔
「블로섬 피크닉」



롯데물산
「통(通)쾌한 프라이데이」

장기 생활 숙박 상품 「원스 인 어 라이프 (Once in a Life)」를 출시 및 운영한다고 밝혔다. 상기 패키지는 메인 타워 객실 14박부터 자유롭게 구성할 수 있다. 14박 상품은 250만 원부터(추가 1박당 18만 원), 30박 상품은 340만 원부터(추가 1박당 13만 원)로 합리적인 가격에 이용 가능하다. 매일 제공되는 객실 청소, 셔츠 및 속옷/양말 세탁 서비스와 더불어 피트니스 및 수영장, 전용 라운지 이용 혜택도 제공된다.

「아시아 인 제주」 프로모션 출시

롯데호텔 제주는 4월 1일부터 5월 31일까지 동남아 휴양지 대표 메뉴들을 선보이는 「아시아 인 제주」 프로모션을 진행한다. 이번 프로모션에서는 제주 최대 규모 올데이 다이닝 레스토랑 「더 캔버스」에서 「칠리크랩」, 「반세오」, 매콤한 「레드커리」 등을 차례로 맛볼 수 있다. 마스터 셰프가 엄선한 청정 식재료를 모든 메뉴를 조리한다. 이번 프로모션은 디너 전용 상품으로 이용시간은 오후 6시부터 저녁 9시 30분까지이고, 가격은 세금 및 봉사료 포함 성인 기준 11만 8,000원부터다.

롯데리조트

백제문화단지, 스마트 모빌리티 강화

롯데리조트는 3월 1일 국내 최대 규모의 백제 역사테마파크인 백제문화단지가 따

뜻한 봄날을 맞아 고객이 58만 m²(약 17만 평)의 넓은 단지 내를 좀 더 편리하게 관람할 수 있도록 모빌리티 콘텐츠를 강화했다고 밝혔다. 먼저 기존 역사 해설 열차인 「사비로 열차」로 단지 내를 돌면서 전문해설사에게서 생생한 백제 역사 이야기를 들을 수 있다. 또한, 올해 3월부터는 새롭게 도입된 스마트 모빌리티인 「전기 여차」와 「전기 인력거」로 사비궁 곳곳을 돌면서 백제시대 임금이 된 듯한 느낌을 즐길 수도 있다. 한편, 4월부터 오는 11월까지의 백제문화단지의 명물인 야간개장과 공포체험을 만나볼 수 있다.

2021 롯데렌터카 여자오픈 개최

롯데스카이힐CC제주는 4월 8일부터 11일까지 롯데렌터카 여자오픈을 개최한다. 매년 KLPGA 대회의 막을 여는 롯데렌터카 여자오픈은 6년 연속 아시아 100대 코스와 국내 10대 코스 등에 이름을 올리고 있는 제주 명문 골프장 롯데스카이힐CC 제주에서 열리며 코로나19 확산 방지를 위해 올해도 무관중 형태로 진행된다. 대회에 참석하지 못하는 골프 팬들의 아쉬움을 달래기 위해 지난 3월 18일에는 골프존과 함께 「미리 보는 롯데렌터카 여자오픈」 사전 스크린골프 대결이 펼쳐졌다. 실제 대회 코스로 구성된 스크린골프를 통해 롯데골프단 소속 최혜진과 이소영이

김지현, 조아연과 승부를 벌이면서 본 대회에 대한 기대감을 높였다.

롯데면세점

국내 업계 최초 무착륙 관광비행 진행

롯데면세점은 3월 17일 국내 업계 최초로 무착륙 관광비행 전세기를 운영한다고 밝혔다. 이를 기념해 롯데면세점 명동본점에서는 최상위 고객인 LVVIP와 LVIP를 대상으로 550달러(한화 약 63만 원) 이상 구매 시 선착순 260명에게 무착륙 관광비행 항공권을 제공했다. 이 행사는 롯데면세점 VIP 라운지인 스타라운지에서 항공권을 먼저 수령한 후 면세품 구매 금액을 확인해 최종 인원을 확정하는 방식으로 진행됐다. 전세기는 인천을 출발해 일본 대마도 상공을 거쳐 돌아오는 에어부산 항공편으로 편당 최대 130명까지 탑승 가능하며, 4월 3일과 10일 두 차례 진행된다. 탑승객에게는 마스크와 손소독제 등으로 구성된 웰컴 키트를 제공하고, 기념 럭키 드로우 행사와 탑승 후기 SNS 인증 이벤트 등 다양한 행사를 함께 진행한다.

3월 「럭스몰 라이브」 진행

롯데면세점은 3월 18일과 31일 두 차례에 걸쳐 3~4차 내수통관 면세품 라이브 방송 「럭스몰 라이브」를 진행했다. 특히, 3차 방송에서는 「Last One Chance」 테마로

골로에, 발리 등 해외 유명 브랜드의 베스트셀러 상품을 최대 72% 할인된 가격으로 선보여 좋은 반응을 얻었다. 또한, 롯데면세점은 라이브 커머스 특화 전문 인력 양성을 위해 「럭스몰 라이브」 쇼호스트를 모집했다. 3월 28일까지 1차 접수된 지원자의 판매 시연 영상으로 심사를 진행했으며 합격자에 한해 2차 현장 오디션을 진행할 예정이다. 최종 합격자는 「럭스몰 라이브」 진행을 함께 맡게 된다.

롯데월드

어드벤처, 봄 시즌 콘텐츠 단장

롯데월드 어드벤처는 3월 19일 봄의 분위기가 물씬 풍기는 희망찬 학교 「컬러풀 월드 스쿨(Colorful World School)」로 변신해 포토존과 데코 위주의 비대면 콘텐츠를 선보였다. 교복을 입은 대형 로티와 6.5m 크기의 거대한 책들로 만들어진 실내 어드벤처 1층 「로티의 동아리방」 포토존, 핑크와 스카이블루 컬러의 대형 물감통과 노란색 캐비닛이 물감 장난을 연상시키는 「드림캐슬」 포토존이 대표적이다. 학창시절을 떠올리게 하는 다양한 콘텐츠도 선보였다. LED 포토존과 뉴트로 감성이 결합된 공간 「모두의 놀이터: 컬러풀 플레 이그라운드」, 학교 콘셉트의 댄스 뮤지컬 「스쿨 업」을 비롯해 「옛날 도시락」과 「추억의 오므라이스」 등의 식음 메뉴도 파크

곳곳에서 만날 수 있다.

부산롯데호텔

롯데호텔 부산, 「블로섬 피크닉」 출시

롯데호텔 부산은 4월 1일 따뜻한 봄을 반기며 델리카한스에서 친구, 연인, 가족에게 봄 소풍을 제안하는 감성 피크닉 박스 「블로섬 피크닉」을 출시했다고 밝혔다. 피크닉 박스에는 팬데믹 시대를 맞아 집 안에만 머무르느라 답답했던 마음을 힐링해주는 상품을 가득 담았다. 크루아상 샌드위치, 하와이안 무스비, 컵 과일, 작은 바게트와 빵피로, 쿠키와 초콜릿, 키위와 오렌지의 노아 음료수 2종과 유럽 감성의 라탄 바구니, 피크닉 매트가 포함돼 있다. 호텔 근교의 피크닉 추천지인 부산 시민공원, 성지곡 유원지 및 주요 관광 명소를 포함한 지도도 함께 제공해, 봄 소풍을 준비하는 고객들에게 트렌디하고 편안한 체험 기회를 제공할 예정이다.

롯데물산

「통(通)쾌한 프라이데이」 진행

롯데물산은 3월 19일 전 직원이 함께 모여 소통하는 사내 행사 「통(通)쾌한 프라이데이」를 온라인 비대면 방식으로 진행했다. 롯데물산은 「통(通)쾌한 프라이데이」 외에도 지난해에 입사한 신입사원의 아이디어를 받아들이 직원 아이디어로 미

래 먹거리를 고민해 보는 「휘뚜루마뚜루」 아이디어 제안제도를 신설하는 등 신입사원부터 경영진까지 모두가 수평적으로 참여하고 소통하는 기업문화 프로그램을 운영 중이다. 「휘뚜루마뚜루」는 트렌디한 아이디어는 많지만 실무 경험이 부족한 MZ세대 직원들도 회사 발전을 위해 부담 없이 의견을 낼 수 있도록 기획됐다.

롯데정보통신

AI 영상 인식 솔루션 개발

롯데정보통신은 3월 24일 AI 기반 영상 인식 솔루션을 자체 개발해 차세대 영상 기반 징수시스템의 토대를 마련했다고 밝혔다. 경량화된 영상 촬영 장치에 AI 인식 솔루션을 탑재해 고속 주행 시에도 정확한 차량번호를 식별할 수 있다. 현재 한 국도로공사 다차로 하이패스 수도권 4곳에 적용돼 운영 중이며, 향후 스마트 파킹 등 다양한 분야에 상용화될 계획이다.

대흥기획

사내 간이 스튜디오 신설

대흥기획은 3월 11일 비대면 프레젠테이션 및 각종 영상, 사진 촬영을 위한 사내 간이 스튜디오를 신설했다. 사내 간이 스튜디오는 크로마키 스크린, 암막 블라인드 등의 촬영 시설물과 조명, 카메라 등 근접 촬영을 위한 장비를 갖췄으며 다양



롯데자이언츠
선수단 물품 전달식



롯데컬처웍스
해피엔딩 영화제작교실 배너



롯데정밀화학
식의약개발팀 마곡연구소 개소식



롯데건설
임직원 UCC 공모전 포스터



롯데CM사업본부
BIM 활용 및 실습 교육



보바스기념병원
성남농협과 업무협약식

한 촬영에 활용될 예정이다.

롯데자이언츠

선수단 물품 전달식 실시

롯데자이언츠는 3월 11일 「이현재 피부과 의원」과 선수단 물품 전달식을 진행했다. 이번 전달식은 2021시즌 공식 협력병원인 「이현재 피부과의원」과의 지속적인 관계 유지 및 홍보 지원의 일환으로 실시했으며, 구단은 「이현재 피부과의원」을 통해 선수단 야외훈련 시 자외선 노출 등에 도움이 되는 1,200만 원 상당의 선크림 400개를 지원받았다.

롯데컬처웍스

해피엔딩 영화제작교실 진행

롯데컬처웍스는 3월 23일 청소년에게 실질적인 진로탐색의 기회를 제공함으로써 미래 세대 성장을 지원하기 위해 올해 상반기 영화제작교실 자유학기제를 진행한다고 밝혔다. 상반기 동안 2개 중학교의 학생 70여 명을 대상으로 영화 기획과 촬영, 편집 등 영화 제작 전반에 걸친 체험 교육이 온라인으로 진행된다. 완성된 영화는 상영회를 통해 선보일 예정이다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

웨어러블 카메라 출시

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 4월 19일

웨어러블 카메라 「FIT360 PB」를 출시한다. 「FIT360 PB」는 전방 2EA 및 후방 1EA로 풀(Full) HD 카메라 3EA가 장착된 무선 넥밴드형 웨어러블 카메라다. 이 카메라는 스타트업 「링크플로우」와 협업해 마련됐으며 키보드, 오토바이 이용자 대상 블랙박스 대체품으로 활용하거나 레저, 일상 기록, 보안 목적으로도 사용할 수 있다. 캐논코리아 비즈니스 솔루션은 스타트업과의 상생을 실천하기 위해 제품 생산 및 유통 판로를 지원하고 성장기반 구축을 돕고 있다.

한국후지필름

비대면 사진인화 서비스 출시

한국후지필름은 3월 28일 비대면 사진인화 키오스크 「셀렉 앤 고」가 편의점 세븐일레븐을 시작으로, 론칭 2개월 만에 입점 47개소를 돌파했다고 밝혔다. 한국후지필름은 올해 6월까지 롯데백화점, 롯데몰, 롯데하이마트 및 홈플러스 등 쇼핑 채널을 중심으로 「셀렉 앤 고」 100개소 오픈을 계획하고 있다. 지난 2월에 출시한 「셀렉 앤 고」는 별도의 앱을 통해 스마트폰에 저장된 사진을 고화질 사진으로 출력할 수 있는 무인 사진 출력 키오스크다. 사진관에 가지 않고도 편리하게 사진을 출력할 수 있으며 4x6(10x15cm), 6x8(15x20cm) 크기의 사진을 즉석에서 받아볼 수 있다.

석유화학·건설

롯데케미칼

스타트업 투자, 글로벌로 확대

롯데케미칼은 3월 17일 롯데정밀화학, 롯데액셀러레이터와 함께 130억 원 규모로 「롯데케미칼 이노베이션펀드 2호」를 조성했다고 밝혔다. 롯데케미칼이 99억 원, 롯데정밀화학이 29.7억 원, 롯데액셀러레이터가 1.3억 원을 출자했다. 이를 통해 롯데케미칼은 「그린프로미스 2030」 친환경 목표와 실행 과제 등의 연계성 및 적합성을 검토해, 미래 유망 기술을 보유한 기업에 투자함으로써 전략적 파트너십을 구축한다는 계획이다. 롯데케미칼은 이번 「롯데케미칼 이노베이션펀드 2호」를 활용해 기존 신소재와 친환경뿐만 아니라 바이오헬스케어 분야까지 범위를 넓혀 스타트업 발굴 작업을 진행할 예정이다.

롯데정밀화학

식의약개발팀 마곡연구소 개소식

롯데정밀화학은 3월 15일 그린소재 부문 예하 식의약개발팀이 마곡 소재 롯데중앙연구소 이전을 완료함에 따라 연구소 개소식을 진행했다. 이번 연구소 이전은 회사의 식의약소재 개발 역량을 강화하고, 롯데그룹 내 식품사 및 화학 관계사와의 시너지 확대를 도모하고자 추진됐다. 이

번 마곡연구소 이전으로 마곡 산업단지에 입주한 타 기업들과의 연구 협력과 기술 융합이 가능해짐에 따라, 차세대 신규 산업 창출 및 식의약 산업 국가경쟁력 강화에도 크게 기여할 것으로 기대된다.

롯데건설

임직원 UCC 공모전 개최

롯데건설은 3월 2일부터 4월 25일까지 코로나19 장기화로 인해 피로감과 우울감을 느끼는 임직원들의 사기진작 도모 및 기분 좋은 근무환경 조성을 위해 「임직원 UCC 공모전」을 개최한다. 롯데건설 임직원이면 누구나 코로나19 극복, 취미, 가족 등 자유 주제로 30초 이상 5분 이내 영상을 제작해 출품할 수 있다. 대상 1명, 최우수상 2명, 우수상 12명에게 상금을 지급할 계획이며, 공모전 시상식은 5월 중 진행할 예정이다.

주니어 보드 신설해 MZ 세대와 소통 확대

롯데건설은 3월 10일 서울 서초구 잠원동 소재한 본사에서 기업문화 개선을 위해 「L-junior Board」 구성원들과 타운홀 미팅을 진행했다. 「L-junior Board」는 본사와 현장에 근무하는 20~30대 직원 20명으로 구성됐으며, 첫 번째 타운홀 미팅을 통해 하석주 대표이사와 함께 롯데건설의 비전과 기업문화 개선에 대한 토론의 장

을 마련했다. 롯데건설은 주니어 보드를 통해 젊은 세대의 트렌드를 기업문화에 접목하고, 2030 직원들의 목소리를 수렴해 전사 업무 프로세스에 적용할 예정이다. 또한, CEO와의 핫라인을 구축해 중간 허들 없이 직접 소통하는 자유 토론을 매달 진행할 방침이다.

롯데CM사업본부

「BIM 활용 및 실습 교육」 시행

롯데CM사업본부는 3월 3일과 10일 양일간 1층 대회의실에서 3D 설계 도면 검토 능력 향상을 위한 「BIM(Building Information Modeling) 활용 및 실습 교육」을 시행했다. 이번 교육은 BIM 사내 강사 3명이 직원 18명을 대상으로 BIM 적용 기술과 사례, 실습 등 실무 위주로 교육하는 방식으로 진행됐다. 롯데CM사업본부는 앞으로도 외부강사 초빙 및 사내강사 육성을 통해 직원들의 BIM 활용능력을 지속적으로 향상시킬 예정이다.

연구·지원

WELFARE·R&D

롯데중앙연구소

서울창조경제혁신센터와 업무협약 체결

롯데중앙연구소는 3월 23일 「우수 스타트업 육성을 통한 창업·벤처 시장 활성화 기여」를 목적으로 서울창조경제혁신센터

와 업무협약을 체결했다. 이날 양측은 상호 유기적인 업무협조를 통해 우수한 기술력과 성장 잠재력을 보유한 우수 스타트업을 육성해 나가기로 상호 합의했다. 롯데중앙연구소는 유망 스타트업 발굴 및 사내벤처 지원 프로그램 공동 운영, 스타트업 사업화 지원을 위한 교육 프로그램 및 멘토링 운영, 인프라 연계 등 기타 상호발전을 위해 필요한 업무 및 사업 협력 등을 적극 지원하기로 했다.

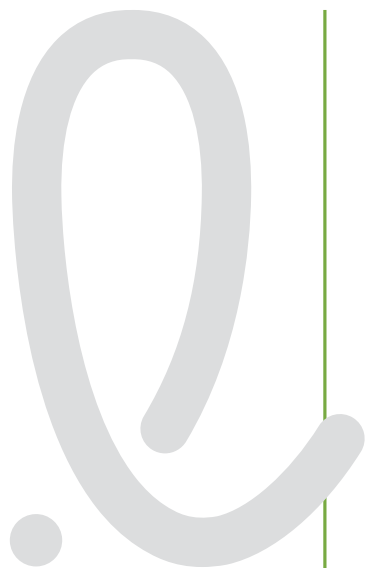
롯데의료재단

성남농협과 업무협약 실시

롯데의료재단 보바스기념병원은 3월 9일 보바스기념병원 웰니스홀에서 성남농협과 상호업무 발전을 위한 협약을 진행했다. 양측은 이번 협약을 통해 성남농협 임직원 및 조합원의 건강증진을 위해 다양한 활동을 함께할 예정이다.

보바스기념병원, 비접촉 면회 실시

롯데의료재단 보바스기념병원은 3월 9일 정부 지침에 따라 면회가 가능해짐에 따라 제한적인 접촉 면회와 비접촉 면회를 실시했다. 접촉 면회는 지난해 3월 이후 중단돼 1년 만에 중증, 임종 대기 등 주치의의 판단에 따라 실시됐으며, 비접촉 면회는 홈페이지를 통해 사전에 신청하는 방식으로 진행됐다.



2021 APRIL

NEWS

ESG

롯데지주

대학생 봉사활동 「별유」 시상식 진행



롯데는 3월 16일 서울 롯데월드타워에서 전국 대학교 봉사팀과 함께 롯데 「별유」 시상식을 진행했다. 「별유」는 롯데 CSV 홈페이지와 연계해 대학생들이 직접 기획한 봉사활동을 실현할 수 있도록 지원하는 프로그램이다. 이번 「별유」의 테마는 코로나19로 어려움을 겪는 이웃 지원이었으며, 롯데는 전국에서 지원한 36개 팀 중 최종 10개팀을 선정해 일반 대중 투표와 펀딩 과정을 거쳐 대학생들의 활동을 2달간 지원했다.

롯데유통사업본부

소상공인 상생 캠페인 진행



롯데유통사업본부는 3월 16일 영세점포 소상공인과의 상생을 위한 점포 Re-Storing 활동을 진행했다. 영세 점포의 경우 매장관리에 어려움을 겪는 사례가 많다. 롯데유통사업본부는 지난 38년간 쌓아온 매장관리 노하우와 진열 전문성을 영세 점포 점주들과 나누고 상생하고자 이번 행사를 기획했다. 경남 창원에 위치한 극동마트를 시작으로 지역단위로 10개 점포를 선정해 진열 컨설팅 및 매장 환경 개선을 진행했으며, 자립 이후에도 지속적으로 관리가 가능하도록 향후 관리 포

인트까지 체계적으로 교육을 진행했다.

롯데쇼핑

힐링 음원 「빛나는 당신을 위해」 공개



롯데쇼핑은 3월 21일 롯데쇼핑의 사회공헌활동인 「리조이스」의 새로운 테마이자 주제곡으로, 모든 여성의 자존감, 꿈과 도전을 응원한다는 메시지를 담은 힐링 음원 「빛나는 당신을 위해」를 발매하고, 국내외 주요 음원 사이트를 통해 공개했다. 싱어송라이터 적재와 권진아, 이진아가 함께한 「빛나는 당신을 위해」는 음원 사이트 외에도 롯데백화점, 롯데마트 등 주요 점포에서 들을 수 있다. 롯데쇼핑은 음원 수익 일부를 어려운 이웃을 돕기 위한 기부금으로 사용할 예정이다.

롯데홈쇼핑

도심녹지조성 위해 4억 원 상당 물품 기부



롯데홈쇼핑은 3월 10일 미세먼지 저감 숲 조성을 지원하기 위해 4억 원 상당의 물품을 「아름다운가게」에 전달했다. 최근 미세먼지가 사회적으로 이슈됨에 따라 지난해 12월 롯데홈쇼핑은 환경부 및 환경재단과 「미세먼지 취약계층 보호 및 기후 위기 대응을 위한 업무협약」을 체결한 바 있다. 롯데홈쇼핑은 이번 활동이 환경문제 개선에 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

롯데멤버스

「맘(mom)편한 포인트 맘케어」 진행



롯데멤버스는 3월 17일과 18일 양일간 「맘(mom)편한 포인트 맘케어」 캠페인의 첫 프로그램을 진행하고 백혈병·소아암 환자 어머니 40여 명에게 보바스기념병원 종합건강검진과 원예 힐링 프로그램 등을 지원했다. 「맘(mom)편한 포인트 맘케어」는 오랜 간병으로 지친 환자 어머니들을 위로하고 응원하기 위해 한국백혈병소아암협회와 함께 준비한 신규 CSV 캠페인이다. 기금은 LPOINT 모바일 애플리케이션에서 회원들의 「만보걷기」 참여로 쌓인 포인트로 마련됐으며, 지난해 9월부터 현재까지 200만 4,500여 명이 참여했다.

롯데월드

환아 꿈 도전 프로젝트 진행



롯데월드는 3월 13일 환아의 꿈 도전 프로젝트 「드림플라이」의 성료를 알리는 「드림데이」를 진행했다. 「드림플라이」는 투병 생활로 지친 환아가 꿈을 이룰 수 있도록 지원하는 활동이다. 9개월에 걸쳐 진행된 꿈 도전 프로젝트의 주인공 송유진(만 17세/가명) 양의 꿈은 상처받고 낙심한 사람들에게 노래를 통해 희망과 용기를 주는 것이었다. 임직원으로 구성된 「드림서포터즈」와 송유진 양은 코로나 19로

인해 온/오프라인 만남과 백스테이지, 연습실 랜선 투어 등을 병행하며 최종적인 소원을 구체화했다.

롯데렌탈

「어린이 교통안전 릴레이 챌린지」 동참



롯데렌탈은 3월 16일 김현수 사장이 「어린이 교통안전 릴레이 챌린지」에 동참했다고 밝혔다. 「어린이 교통안전 릴레이 챌린지」는 어린이 보호구역 내 안전운전과 어린이 보호 최우선 문화 정착을 위한 캠페인이다. 김현수 사장은 어린이 교통안전 구호를 든 사진에 #어린이교통안전 #어린이보호구역 등 해시태그를 달아 롯데렌탈 공식 SNS에 게시했다.

롯데글로벌로지스

취약계층 아동들에게 학용품 등 지원



롯데글로벌로지스는 3월 4일 국제 구호개발 NGO 세이브더칠드런과 함께 취약계층 아동들에게 학용품 등을 담은 키트 144개를 지원했다고 밝혔다. 이번 지원은 세이브더칠드런과의 사회공헌 협약에 따라 올해 연 4회에 걸친 총 1억 원 규모의 취약계층 아동을 위한 물품 지원 계획 중 첫 번째로 진행됐으며, 각 키트에는 학용품 세트와 블루투스 이어폰, 보드게임, 텀블러, 롯데제과 과자세트가 담겼다. 키트

는 롯데택배를 통해 서울 도봉구 5개 지역아동센터 아동 144명에게 전달됐다. 이번 기부는 임직원이 매월 급여의 일정액을 기부하는 「급여 우수리 기금」과 그에 상응하는 회사 지원금을 더해 이뤄졌다.

롯데정밀화학

「파인-패키지」 기부금 전달 진행



롯데정밀화학은 3월 12일 롯데의료재단 보바스기념병원을 방문해 연계 사회공헌 프로그램인 「파인-패키지(FINE-Package)」 운영을 위한 기부금을 전달했다. 「파인-패키지」 프로그램은 롯데정밀화학이 지난해부터 시행하고 있는 난치성 환자 및 가족여행 지원 사업인 「파인-트립(FINE-Trip)」과 신규 사업인 저소득 말기 암환자 치료 지원 사업인 「파인-케어(FINE-Care)」를 결합한 활동이다. 이와 더불어 롯데정밀화학은 명절을 맞아 의료진 및 입원 환아를 위한 선물을 전달하는 등 롯데의료재단과 연계한 사회공헌활동을 통해 시너지를 창출하고 있다.

롯데복지재단

다문화 엄마학교 지원

롯데복지재단은 3월 10일 협약을 통해 세종시, 창원시, 대전시의 다문화 엄마학교에 운영비 5,000만 원을 지원했다. 롯데복지재단은 다문화 엄마가 엄마의 역할을 제대로 할 수 있도록 돕고, 초등학교 자녀들에게 엄마로부터 제대로 된 가정학습지도를 받을 수 있는 기회를 제공하기 위해 이번 운영비를 지원했다.

사보 「롯데」 추천도서



오늘도 개발자가 안 된다고 말했다

: 개발 협업이 어려운 기획자 & 디자이너를 위한 필수 가이드북

많은 IT 종사자들이 안 된다고 말하는 개발자로 인해 협업에 어려움을 겪는다. 지은이는 IT 비전공자로서 소통을 잘하기 위해 개발자의 입장에서 많이 생각하게 됐고, 이 과정을 통해 개발자의 안 된다는 말에 담겨 있는 여러 가지 의미를 깨달았다. 이 책에는 지은이가 성장하는 과정에서 발견한 협업 노하우들을 담았다. 개발자와의 협업은 외국인과의 대화와 닮은 점이 많다. 영어 시험 점수는 높은데 외국인과의 대화는 못하는 친구와 시험 점수는 높지 않아도 외국인과의 대화를 잘하는 친구를 모두 만난 적이 있을 것이다. 개발 언어는 영어 단어와 비슷하게 많이 알면 유리하지만 당장 협업에 써먹기는 어렵다. 개발 언어를 배우기 전에 꼭 먼저 알아야 할 정보들에 대해 알아보자.



김충철, 김수지 지음 | 디지털북스 | 1만 5,000원



클라이브 윌스 지음 | 프롬북스 | 1만 5,000원

의도하지 않은 결과

: 복잡한 문제를 보는 새로운 관점

당신이 원하는 대로 되지 않는 데는 이유가 있다. 이 책에서는 다양한 영역에서 무언가를 향상시키기 위한 개인과 집단의 노력이 정반대의 결과를 불러온 역사적 및 세계적인 실제 사례를 살펴보고, 그 이유를 설명하는 동시에 구체적인 방지책을 소개한다. 경제적 이익을 위해, 좀 더 건강해지려고, 환경을 지키기 위해, 사회적 약자를 위해, 경제를 활성화하기 위해 내놓은 단순하고 깔끔하며 「잘못된」 해결책들이 나와 우리 사회를 공격할 수 있음을 보여주고, 이에 대해 우리가 무엇을 할 수 있는지 살펴본다.

끌리는 말투 호감 가는 말투

: 어떤 상황에서든 원하는 것을 얻는 말하기 법칙

그때 나는 왜 그런 말을 했을까? 자신이 했던 말, 또는 하지 못했던 말을 곱씹으며 후회해 본 경험은 누구에게나 있을 것이다. 면접이나 프레젠테이션 같은 중요한 상황뿐만 아니라 가족이나 직장 동료와의 일상적인 대화까지 생활 속의 모든 말하기는 자신의 삶에 영향을 미친다. 말하기 능력은 태어날 때부터 결정되는 것일까? 이 책의 저자는 단호하게 아니라고 대답한다. 말하기는 타고나는 것이 아니라 실생활에서 단련되는 능력이다. 이 책은 대인관계와 연설, 토론, 협상, 취업 등을 포함해 살아가면서 만나는 모든 상황에서 장소와 상대에 따라 구체적으로 어떻게 말하고 표현해야 하는지를 보여준다. 이 책을 통해 앞으로 언제 어디서나 개인의 매력을 충분히 발산하면서 상대방에게 인정받고 존중받는 말투를 배울 수 있을 것이다.



리우난 지음 | 리더리드출판 | 1만 4,800원



서대리의 유기농 카툰



무엇보다 서로를 섬기려는 마음이 가장 중요해요. 우린 모두 사랑하기 위해 결혼했으니까요.



직딩만화가 서형윤

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
함동현(커뮤니케이션팀)

부산롯데호텔
진수정(마케팅담당)

롯데몰산
최경근(홍보팀)

롯데제이티비
이문규(영업전략팀)

롯데상사
장다감(경영지원팀)

롯데정보통신
이채원(홍보팀)

대흥기획
이희연(PR셀)

롯데자이언츠
이재현(홍보팀)

롯데렌탈
장기동(IR팀)

롯데글로벌로지스
김지현(커뮤니케이션팀)

롯데컬처웍스
박기웅(홍보팀)

캐논코리아 비즈니스 솔루션
허석재(마케팅추진TF)

한국후지필름
정수웅(광고판촉팀)

PETROCHEMICAL·CONSTRUCTION (석유화학·건설)

롯데케미칼
노재홍(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)

3월호 정답

① 델리카한스 ② 노이즈 ③ 롯데정밀화학

2021년 3월호 당첨자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)

롯데알미늄 생활용품팀 이민지
롯데렌탈 IR팀 박찬웅

롯데렌터카 1일 이용권

롯데로프 SCM팀 김영준

롯데백화점 상품권(3만 원권)

롯데월드 여트랙선기술팀 이아영
한국후지필름 전략지원담당 이준민

롯데푸드 로스팜 선물세트

롯데케미칼 구매 1팀 이승훈
롯데복지재단 관리팀 김창희

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)

캐논코리아 비즈니스 솔루션 해외업무담당 강리안
롯데상사 축산팀 송보배
롯데칠성음료 주류 신유통부문 CVS팀 김태현

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)

롯데리조트 백제문화단지 운영팀 이선호
롯데알미늄 진천공장 성형기술담당 송애란

엔제리너스 상품권(1인 4매)

한국후지필름 컴플라이언스담당 성준학
롯데글로벌로지스 네트워크운영팀 안정철

봉합엽서

보내는 사람 :

주소 :



각자 사보기자 혹은
사보 이메일로
송부 바랍니다.

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



「사보」 2021 April



함께 가는 친구, 롯데

편집후기

4월은 과학의 달이래요.
4월과 7월은 같은 요일로 시작,
4월과 12월은 항상 같은 요일로 끝나고,
윤년의 4월은 1월과 같은 요일에 시작한다네요.
이러나 저러나 롯데인들 모두가
행복한 4월이 되셨을 합니다.^.^

김민진 : minjinkim@lotte.net

여느 때보다 일찍 핀 봄꽃처럼
즐겁고 행복한 소식들도 한걸음 빨리
찾아왔으면 좋겠습니다.

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. 롯데의료재단 보바스기념병원 전 임직원 및 환자를 대상으로 1차 접종한 백신의 이름은?

02. 롯데디자인츠의 올해 캐치프레이즈는?

03. 롯데 공식 유튜브「롯데 LOTTE」에서 새롭게 선보인 예능 콘텐츠는?

♥ 이번 호에서 좋았던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 이번 호에서 아쉬웠던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 사보「롯데」에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.