



COVER STORY

VOL.541 | 05.2021



롯데하이마트 PB개발팀, 최충천 대리

롯데하이마트는 2016년 자체브랜드(PB) 「하이메이드」를 첫 론칭한 이후 국내외 파트너사와 협력해 대형가전을 비롯한 주방, 생활가전 등 다양한 품목의 제품을 출시하고 있다. 사보 「롯데」 5월호 커버는 「하이메이드」 제품의 품질과 안전 관리를 담당하고 있는 최충천 대리가 장식했다. 최충천 대리는 전문 장비를 이용해 세 차례에 걸친 안전 관리 테스트와 제품 외관과 구조, 성능에 대한 품질 테스트를 통해 고객에게 고품질의 「하이메이드」 제품을 제공할 수 있도록 힘쓰고 있다.

CONTENTS

FOCUS

- 02 포커스 ①
「2021 LOTTE Awards」
- 06 포커스 ②
「2021 LOTTE HR FORUM」
- 08 포커스 ③
롯데, 간부 승진 자격제도 개편
- 10 기획
⑤ 롯데케미칼 ESG 경영활동
- 14 롯데 히든 히어로
⑤ 롯데호텔 서울 김지영 캡틴

- 16 꼭 가보세요
백제문화단지 「백제의 고향」
- 20 정보마당
한국에스티엘 「마이셀」
- 22 사롯데씨어터
뮤지컬 「팬텀」
- 26 롯데 알쓸신job
③ 「소개 예절」
- 28 롯데뮤지엄
「김정기, 디아더사이드」 展
- 32 롯데 광고 이야기
롯데리아 「치즈 No.5」
- 34 롯데 감성 여행
아름다운 섬 여행지



LIFE

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

2021 LOTTE AWARDS

April. 23. 2021

롯데그룹 통합 시상식 탄생! 「2021 LOTTE Awards」

롯데는 4월 23일 서울 잠실 롯데월드타워 스카이31 컨퍼런스A홀에서 「2021 LOTTE Awards」 시상식을 개최했다.

「LOTTE Awards」는 기존 「Best Sales Awards」, HR 포럼의 「밸류챔피언어워드」, 마케팅 포럼의 「마케팅어워즈」 등 직무별로 개별 시상했던 시상식을 한곳에 모은 롯데그룹 신규 통합 시상식이다.

수상 사례가 다른 직원들에게 모범이 될 수 있도록 수상팀의 공을 크게 인정하고 격려하며, 롯데의 브랜드 가치 상승에 기여한 팀에 회장 명의의 상을 수여한다.

이번 「2021 LOTTE Awards」 시상식은 신동빈 회장을 비롯해 롯데지주 대표이사 및 BU(Business Unit)장, 수상사 대표이사 및 팀원들이 참석한 가운데, 행사 진행을 위한 최소 인원을 제외하고는 롯데 임직원이라면 누구나 시청할 수 있도록 유튜브 생중계로 진행됐다.

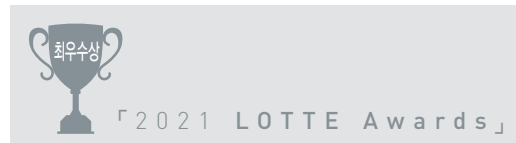
롯데는 지난해 말 각 부문별로 접수된 총 126개 사례를 대상으로 서면평가/프레젠테이션(PT) 등으로 공정하게 심사를 진행했으며, 롯데의 기업문화 행동지침인 위닝 스피릿을 바탕으로 각 부문에서 도전과 혁신, 그리고 동료 간의 협업을 통해 괄목할 만한 성과를 거둔 대상 1개 팀과 최우수상 3개 팀을 최종 선정해 시상했다.



대상을 수상한 롯데칠성음료 생수지원팀 / 주스생수담당

「LOTTE Awards」 첫 대상의 주인공에는 친환경 생수 「아이스스 ECO」를 출시한 롯데칠성음료의 생수지원팀/주스생수담당이 선정됐다. 탁월한 경영성과를 창출해 롯데의 브랜드 경쟁력을 높이는 데 기여한 바를 인정받은 결과다.

롯데칠성음료는 지난해 초 국내 최초로 펌프병 몸체에서 라벨을 없앤 생수 제품 「아이스스 ECO」를 발매하며 친환경 패키징 문화를 선도했다. 이 제품은 포장재 절감 효과는 물론, 환경에 대한 소비자 인식 변화 및 기업 이미지 제고에도 큰 역할을 했다. 「아이스스 ECO」는 환경부, 산업통상자원부 등 정부기관에서 주최한 친환경 패키징 공모전에서 다수의 상을 수상하기도 했다. 대상 팀에는 회장 명의의 상패와 상금 5,000만 원이 수여됐으며, 핵심 기여자에게는 인사고과 가점이 부여됐다.



롯데케미칼 첨단소재사업부 PC중합팀



롯데홈쇼핑 마케팅본부



롯데렌탈 그린카

최우수상은 롯데케미칼, 롯데홈쇼핑, 롯데렌탈 등 3개사의 각 팀에 주어졌다. 각 최우수상 팀에는 회장 명의의 상패와 상금 3,000만 원이 수여됐으며, 핵심 기여자에게는 인사고과 가점이 부여됐다.

최우수상을 수상한 롯데케미칼 첨단소재사업부 PC중합팀은 자사 촉매를 신규 개발함으로써 수입에 의존하던 촉매제의 수급 리스크를 해소했다. 또한, 생산 타워를 자체 설계하는 등 원가 절감 및 생산성 향상에 기여한 바를 높게 평가받았다.

롯데홈쇼핑 마케팅본부는 「대한민국 광클질」 행사를 성공적으로 이끈 공로를 인정받았다. 지난해 10월 진행된 이 쇼핑 행사는 TV와 모바일을 통합한 역대 최대 규모로, 차별화된 가격과 혜택을 제공해 고객 만족도를 높였다.

롯데렌탈 그린카는 데이터 분석 솔루션을 도입해 앱 사용성을 개선하는 등 고객 편의성을 높이고 내부 데이터를 기반으로 고객중심의 차고지 운영, 가격 정책 설계, 브랜드 커뮤니케이션 활동 등을 높이 평가 받아 최우수상을 수상했다.



회장 인터뷰

시상 및 기념촬영을 마친 후에는 현장에 참석하지 못한 수상팀의 팀원들을 화상으로 연결해 인터뷰하는 시간이 이어졌다. 인터뷰에서 팀원들은 프로젝트 수행 과정에서 어려웠던 점과 뿌듯했던 점을 비롯해 프로젝트를 통해 배운 점, 성료할 수 있었던 이유, 동료나 가족에게 하고 싶은 말 등을 전했다.

신동빈 회장은 상을 시상하며 『아무도 가지 않은 길에 첫발을 내딛고 묵묵히 걸어온 여러분의 여정을 지켜봤다.』라며 『두려움 속에서도 자신과 동료를 믿고 치열하게 도전한 끝에, 새로운 변화를 일궈낸 여러분이 롯데의 자긍심이고 희망』이라고 말했다.

올해 첫 회를 맞은 「LOTTE Awards」는 앞으로 매년 우수사례 시상을 통해 그룹 내 도전과 혁신, 협업의 기업문화를 확산하고, 롯데가 지속가능한 브랜드로 자리매김할 수 있도록 힘을 예정이다. 각 현장에서 최선을 다해 노력하는 롯데인들 모두가 수상하는 날을 기대한다. ❶

편집실



변화에 발맞춰 HR역할을 혁신하다 「2021 LOTTE HR FORUM」

롯데는 4월 22일 서울 잠실 롯데월드타워 스카이31 컨퍼런스A홀에서 롯데 HR 담당자와 참여 희망 임직원 680여 명을 대상으로 온라인 「2021 LOTTE HR FORUM」을 개최했다. 2008년부터 진행된 HR 포럼은 전 계열사의 인사·노무·교육 담당자들이 한데 모여 그해 주요 인사 관련 이슈를 논의하는 자리다. 지난해부터는 코로나19로 인해 한자리에 모이기 어려운 점을 고려, 온라인 스트리밍 방식으로 진행되고 있다.

올해로 14회를 맞이한 「2021 LOTTE HR FORUM」의 주제는 「Pivoting HR」이다. 피보팅(Pivoting)은 기업의 핵심역량을 바탕으로, 시장의 피드백이나 트렌드 등에 따라 사업전략이나 비즈니스 모델을 유연하게 전환하는 것을 의미한다. 반복적인 시도와 실패를 통해 시장에 맞는, 고객이 필요로 하는 것을 만들어내는 것이 핵심이다. 롯데는 인재육성, 조직문화 등 HR 영역에서도 적극적인 피보팅을 실행할 것을 제안하며 이 주제를 선정했다. 롯데 HR 담당자들은 이 주제를 기반으로, 기업의 지속성장을 위한 비즈니스 혁신 및 변화에 발맞춰 적재적소에서 맡은 역할을 수행할 수 있는 HR의 적극적인 변화와 이를 실현할 방안을 함께 고민했다.

롯데지주 대표이사 송용덕 부회장의 개회사로 시작된 이날 포럼에서는 롯데 HR혁신실 권오승 인재육성팀장이 2021 롯데 HR 전략 방향에 대해 설명한 이후, 한국뉴욕주립대 석좌교수인 신태균 교수가 「Pivoting HR, 새로운 인재의 반격」을 주제로 기조강연을 펼쳤다.



「인재, 「문화, 「제도」 세 가지에 대한 주제 강연도 이어졌다. 서울대학교 경영대학 강성춘 교수가 「변화와 혁신을 위한 핵심인재 관리」에 대한 「인재 pivoting」 강연을, SAP코리아 최고문화전문가 오용석 파트너가 「Future of Work」에 대한 「문화 pivoting」 강연을, 우아한형제들 변연배 인사총괄임원이 「성장하는 기업의 조직관리와 기업문화」에 대한 「제도 pivoting」 강연을 진행했다.

이와 함께 롯데는 HR 우수사례를 공유하는 「LOTTE HR TALK」 자리를 마련했다. 이 자리에서 롯데칠성음료 기업문화팀 문혜연 매니저는 「종합 식음료회사로의 도약을 위한 3C 전략」을, 롯데홈쇼핑 인사팀 김기표 팀장은 「동료보너스 BellyGood 제도 도입」을, 롯데호텔 인사팀 서은교 헤드매니저는 「정년 제도 개편 및 HR 제도 혁신」에 관한 사례를 공유했다.



임직원들은, 사전 신청을 통해 전용 홈페이지 내에서 영상 시청과 강연에 대한 질문을 포함한 실시간 채팅 등으로 이번 포럼에 참여할 수 있었으며, 이들을 대상으로 한 참여왕/질문왕 등 팝업이벤트도 진행됐다. 롯데는 유능한 인재들이 자신의 역량을 마음껏 발휘할 수 있는 조직문화와 업무환경을 만들기 위해 앞으로도 최선을 다할 계획이다. 📌

롯데, 언택트 자기주도학습을 통해 직무중심 맞춤형 리더를 육성하다



올해부터 그룹 M grade 승진을 위한 필수과정이었던 간부 승진 자격시험이 폐지되고, 새로운 관점에서 리더를 육성하기 위한 간부 승진 자격제도가 시행된다. 1983년부터 시작된 기존 간부 승진제도는 필수 어학 역량 검증과 4개 과목의 경영관리 지필 시험으로 진행돼 왔다. 그러나 올해부터는 온라인을 통한 자기주도학습과 각 사별 특성에 맞춘 자율성을 강화함으로써, 평가가 아닌 육성에 중점을 둔 간부 승진 자격제도로 변화한다. 새롭게 개편되는 간부 승진 자격제도에 대해 알아보자.

온라인을 통한 자기주도학습 강화

개편된 간부 승진 자격제도의 가장 큰 특징은 온라인 과정 이수율 향상을 통해 자기주도학습을 강화했다는 점이다. 「재무회계의 이해」 과목은 M grade가 갖춰야 할 기본 소양으로서 온라인 수강 후 계열사 자체적으로 필기시험을 치르는 공통 과정으로 진행되며, 재무회계 외 전략경영, 조직행동 등의 일반 과목은 개인별 직무 특성을 반영해 총 6개의 자기주도 선택형 과목(영업/마케팅/생산관리/전략경영/조직행동/DT) 중 하나를 택해 온라인 과정을 이수하고 관련된 독서통신 과정을 수행하는 것으로 변경됐다. 기존의 핵심가치 과목 역시 온라인 수강을 통해 스스로 학습하는 형태로 바뀌었다. 향후 조직장으로서 갖춰야 할 리더십과 관련해서는 Grade 교육 및 OJT 학습을 통해 직무중심 리더 육성의 한계를 보완해 나갈 계획이다.

어학, LEP 가점화 등 계열사 특성에 맞춘 자율성 강화

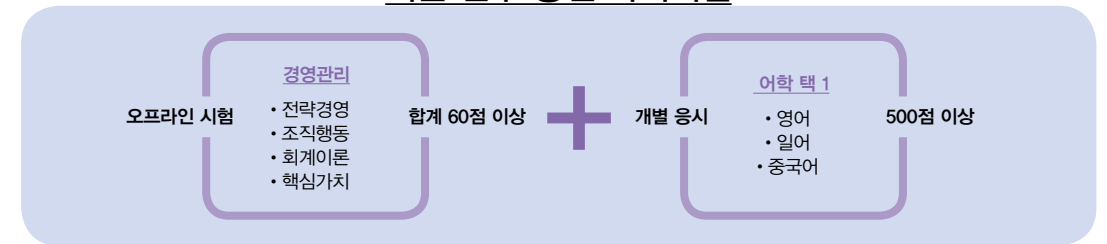
기존 간부 승진 자격제도의 필수사항이었던 어학 성적의 경우 계열사가 자율적으로 판단해 승진에 반영할 수 있도록 변경됐다. 영업장 등에서 우수한 실무역량을 보유했음에도 어학 문제로 승진이 어려웠던 직원들에게 충분한 동기부여가 될 것으로 보인다. 변경된 교육제도인 LEP(Learning Experience Point, 350P/년) 역시 계열사별 승진 가점사항으로 반영해 평소 성실히 학습하는 인원들이 승진에 혜택을 받을 수 있도록 할 예정이다.

내부 임직원의 니즈를 충족시킬 수 있도록 제도 개선

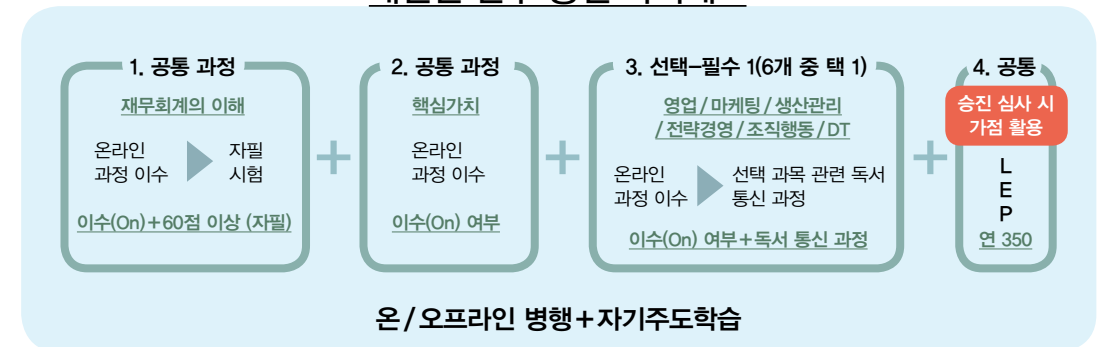
간부 승진 자격제도는 자기주도성이 강한 MZ 세대 SA들의 성향을 감안해 집합교육과 오프라인 시험을 최대한 지양하고, SA grade 전체 기간에 걸쳐 본인이 스스로 역량을 키울 수 있는 적합과목을 찾아 자격 요건을 충족하는 학습 체계로 개선되고 있다. 실제로 각 계열사 현장에서 사용할 수 있는 직무중심 학습내용을 추가로 개발하고 있으며, 계열사 상황에 맞는 맞춤형 자격제도 활용도 적극 검토하고 있다. 앞으로 롯데인들이 일률적인 커리큘럼에서 탈피해 개별 니즈에 따라 선택할 수 있도록 학습 모듈을 확대함으로써, 실질적으로 도움이 되는 학습경험(Learning Experience)을 축적할 수 있기를 기대한다.

윤영수_롯데지주 HR혁신실 인재육성팀 수석

기존 간부 승진 자격시험



개편된 간부 승진 자격제도



온/오프라인 병행+자기주도학습

롯데케미칼, GREEN PROMISE 2030을 향한 진심 어린 발걸음을 시작하다

롯데케미칼은 올해를 ESG 경영 원년으로 삼고 그 첫걸음을 내딛었다. 지난 2월에는 ESG 경영전략 「Green Promise 2030」 이니셔티브를 도입하고 「지구를 지키는 진심 어린 발걸음」이라는 의미를 담은 슬로건 「Every Step for Green」을 발표했다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 친환경 비즈니스 패러다임을 확대하고 지속가능한 사업 성장을 추구하고 있는 롯데케미칼의 ESG 경영활동에 대해 알아본다.

롯데케미칼은 올해를 ESG 경영 원년으로 삼고 친환경 사업 방향성 설정과 함께 추진과제를 구체화해 공표했다. 친환경사업 강화, 자원순환 확대, 기후위기 대응, 그린생태계 조성을 4대 핵심과제로 설정하고 전략적 투자를 확대하는 등 역량을 집중하고 있다. 뿐만 아니라 ESG 전략 발굴과 임직원들의 공감대 형성을 위해 지난해 12월 전사 경영지원본부를 「ESG 경영본부」로 개편하고 안전 투자 확대, 동반성장 강화, 의사결정의 투명성 확보 등을 통해 사회로부터 존경받는 지속가능한 기업으로 거듭나기 위해 노력하고 있다.



ESG 경영전략 「Green Promise 2030」 이니셔티브 선언



BHET / C-rPET / vPET 제품

Green Factory 울산공장

롯데케미칼은 2024년까지 울산2공장에 약 1,000억 원을 투자해 11만 톤 규모의 C-rPET 공장을 신설한다. C-rPET는 폐PET를 화학적으로 재활용해 생산되는 것으로, 폐PET를 화학적으로 분해하고 정제한 원료 물질을 다시 중합하는 과정을 거쳐 최종적으로 생성된다. 기존에 기계적으로 재활용하기 어렵던 유색 및 저품질 폐PET를 원료로 사용할 수 있고, 반복적인 재활용에도 품질 저하가 없는 것이 특징이다.

이를 위해 롯데케미칼은 국내 최초로 폐PET Flake를 연간 5만 톤까지 처리할 수 있는 해중합 공장을 신설하고, 해중합된 단량체(BHET)를 다시 PET로 중합하는 11만 톤 규모의 C-rPET 생산설비를 2024년까지 구축하는 동시에 제품을 양산, 판매할 예정이다. 이후 해중합 및 C-rPET 공장의 신·증설을 거쳐 2030년까지 연간 34만톤 규모의 기존 울산 PET 공장을 전량 C-rPET로 전환해 생산할 계획이다.

롯데케미칼은 C-rPET 사업화와 더불어 PET 재활용 플랫폼 구축의 일환으로, 자사 브랜드 및 해외

수출 유통망을 활용해 파트너사에서 생산한 M-rPET 판매를 돕는 등 중소 파트너사와의 상생협력 역시 강화할 예정이다.

녹색 성장동력 확보

롯데케미칼은 기후변화에 적극 대응하고 녹색 기술 확보를 위해 탄소 포집·활용을 위한 실증 설비를 여수1공장에 설치했다. 전 세계적인 온실가스 배출 규제 강화와 탄소배출권 가격 지속 증가 등에 따른 문제해결을 위해, 국내 석유화학사 최초로 기체 분리막을 적용한 이산화탄소(CO₂: Carbon dioxide) 포집·활용 기술 개발에 착수한 것이다.

현재 국내 화학사들은 원료 생산과정에서 나오는 이산화탄소를 처리하기 위해 탄소배출권을 구매하거나 신재생에너지 사용을 통해 일부 감면받고 있다. 그럼에도 불구하고 탄소배출권의 연간 구매비용은 수십억 원에서 수백억 원에 이르고 있다. 이를 해결하기 위해 롯데케미칼은 여수1공장의 실증설비를 1년간 운영하며 데이터 수집과 분석, 질소산화물(NOx) 영향 평가 등을 거쳐 2023년까지 상용화 설비를 완공할 예정이다.



여수공장 내 이산화탄소 포집·활용(CCU) 실증설비

실증설비 제어실과 전처리, 분리 설비

롯데케미칼은 이를 통해 연 6만 톤 이상의 이산화탄소를 추가 포집 후 순도를 높여 자체 생산 중인 폴리카보네이트 제품의 생산 원료로 사용하고, 드라이아이스와 반도체 세정액 원료 등으로도 제조해 인근 중소 화학사에 판매할 계획이다. 이번 롯데케미칼의 실증 연구개발은 기존에 배가스 형태로 대기중 배출되던 대표적 온실가스인 이산화탄소의 포집 및 순도를 높여 산업에 필수적인 제품으로 변경해 사용한다는 점에서, 지난해 12월 정부가 발표한 「2050 탄소중립 추진전략」 3+1 전략 중 하나인 「경제구조의 저탄소화」를 석유화학 업계에서 실현하는 좋은 사례가 될 것으로 기대하고 있다.

GREEN PROMISE 2030

Every Step for GREEN

지구를 지키는 진심 어린 발걸음

친환경 사업	기후위기 대응	자원순환	그린 생태계 조성
2030 친환경 사업 매출 6조 원	2030 탄소중립성장	2030 Recycle소재 100만 톤 확대	2030 환경영향물질 50% 저감
- 친환경 스페셜티 소재 - Recycle 소재 - 그린 에너지 소재	- 에너지 효율 개선 - RE100 참여 - 신기술 개발 및 적용	- Recycle PET 100% 판매 - PCR 확대 - Recycle 신규용도 개발	- 폐기물 재사용/재활용 - 대기방지사설 최적화 - 폐수 재활용

그린 파트너십 구축

롯데케미칼과 삼성엔지니어링은 지난 4월 5일 「탄소중립 및 친환경 사업 확대를 위한 업무협약」을 체결했다. 이번 업무협약은 두 회사의 전문성과 경험자산을 전략적으로 활용해 탄소중립(Net Zero)과 친환경 사업의 목표를 달성하기 위해 추진됐다. 구체적으로 롯데케미칼은 국내외 사업장의 에너지 효율화, 온실가스 및 환경영향물질 저감, 탄소 포집 및 활용 기술 개발, 그린수소 사업 및 기술 라이선싱의 공동 참여 등을 위해 협력할 예정이다. 또한, 향후 삼성엔지니어링과 탄소중립 실현, 친환경 기술 공동 투자·개발, 친환경 사업화 등을 위해서도 협업을 계획한다.

롯데케미칼은 이 외에도 사업장이 위치한 지역사회와의 상생협력을 위해 장학금 전달, 집수리 봉사 등 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다. 파트너사와의 상생협력과 사회적 가치 창출을 위해 다양한 금융 및 기술, 설비 지원 사항과 함께 해외 진출 지원책 등의 상생 프로그램 등도 운영 중이다. 앞으로도 롯데케미칼은 ESG 경영을 토대로 다양한 비즈니스 모델을 만들어 나갈 예정이며, 미래에도 지속 가능한 회사로 거듭나 국내를 넘어 세계 시장에서 화학산업을 선도해 나갈 것이다. ①

노재홍_롯데케미칼 커뮤니케이션팀 대리



롯데호텔 서울 이그제큐티브 타워의 활력소 김지영 캡틴을 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 롯데호텔 서울 김희진 매니저의 추천을 받은 김지영 캡틴의 사례다.

05

HIDDEN HERO

롯데호텔 서울 김지영 주임



생각지도 못했던 코로나19의 여파로 힘든 나날을 보내야 했던 지난해, 롯데호텔 서울의 활력소가 돼준 직원이 있습니다. 바로 EXECUTIVE TOWER 객실팀의 진정한 히든 히어로인 김지영 캡틴입니다. 김지영 캡틴은 힘든 시기에도 호텔을 찾아주시는 고객님들께 늘 감사함을 담아 마음으로 다가가는 서비스를 제공하고 있습니다. 같이 일하는 저희도 김지영 캡틴에게서 활기차고 긍정적인 에너지를 받아 다 같이 힘을 내서 진정성 있는 서비스를 할 수 있었습니다. 이것은 EXECUTIVE TOWER가 2019년 이후로 트립어드바이저에서 1위를 유지하고 있는 큰 이유 중 하나일 것입니다.

롯데호텔 서울에서는 생일, 결혼기념일 등 특별한 날을 기념하기 위해 호텔을 방문하는 고객님들께 서프라이즈 이벤트로 객실 창문에 축하 데코레이션을 해드리고 있습니다. 김지영 캡틴은 뛰어난 그림 실력과 센스 있는 미적 감각으로 객실팀에서 아트디렉터

를 맡고 있는데요, 「황금손」이라는 부캐를 갖고 있습니다. 창문에 그림을 그리고 꾸미는 것은 최소 한 시간이라는 짧은 시간이 아닌 시간이 소요될 뿐만 아니라, 아이디어 고갈이라는 창작의 고통이 따르는 작업입니다. 코로나19로 인한 어려움 속에 조금씩 지쳐가던 직원들은 김지영 캡틴의 「창문 꾸미기」에 임할 때 형식적으로 하지 않고, 코로나19에 대한 우려에도 불구하고 우리 호텔을 믿고 찾아주시는 고객님들께 감사하는 마음을 담아 기뻐하실 모습을 생각하면 즐겁게 임할 수 있다.」라는 말에 감동받아 다시 열정을 장착할 수 있었습니다.

「한 번 에이스는 영원한 에이스다」라는 말처럼 김지영 캡틴의 활약은 분야를 가리지 않습니다. 순환 근무를 하는 객실팀의 특성상 김지영 캡틴이 르살롱 라운지에서 근무할 때의 일입니다. 조식 또는 해피아워를 이용하러 오시는 고객님들이 르살롱의 고급스러운 분위기와 맛있는 음식들을 찍기 위해 핸드폰 카메라를 켜면, 김지영 캡틴은 바로 사진작가로 돌변하곤 했습니다. 누구보다 적극적으로 나서서 사진을 찍어드리고, 더 나아가 호텔에서 사진이 잘 나오는 장소를 추천해 드리기도 했습니다. 한 장의 작품을 위해 허리까지 꺾어가며 사진을 찍어드리는 모습을 보면서 고객님은 물론이고 같이 일하는 동료들까지 웃음바다가 됐고, 코로나19로 인해 가라앉은 분위기가 되살아나곤 했습니다.

우리의 경쟁 상대는 고객님의 과거 경험이라는 생각으로 늘 더 새롭고 감동적이고 참신한 서비스를 제공하기 위해 고민하는, 그래서 결국은 고객님과 동료들의 마음까지 즐겁게 만드는 김지영 캡틴이야말로 진정한 롯데의 히든 히어로가 아닐까요? ①

편집실



1천 년의 한이 서린 마을에서 탈출하라! 백제문화단지, 「백제의 고향」 공포체험 오픈

국내 최대 백제 역사테마파크 백제문화단지가 작년 한 해 큰 인기를 누렸던 「백제의 고향」 프로그램에 한층 공포스러운 요소들을 추가해 지난 4월 17일 새롭게 오픈했다. 해당 프로그램은 오픈 첫날부터 모든 타임 예약 매진이라는 기록과 함께, 야간개장 「백제달밤」과 더불어 백제문화단지의 대표적인 야간 프로그램으로 자리매김했다.



충청권 유일 공포체험, 백제 역사와 호러의 색다른 만남!

백제문화단지는 현재 충청권 내에서 유일하게 공포체험이 가능한 곳이다. 이곳에서 진행되는 「백제의 고향」 공포체험은 백제 역사와 호러의 신선한 결합이라는 호평과 더불어, 약 562㎡(17만 평)의 탁 트인 단지 내에서 타임제로 동반자끼리 안전하게 진행할 수 있는 점이 돋보인다. 공포 수위가 상당히 높아진 만큼 체험 가능 연령은 만 14세 이상(보호자 동반 시 초등학교 3학년 이상)으로 제한된다.

「백제의 고향」은 12개의 백제 시대 재현 가옥들로 구성된 생활문화마을에서 전생의 계백 장군이 돼 망국의 한을 풀고, 가족사진을 완성해야만 환생에 성공하는 콘셉트다. 실제로 신라와의 황산벌 전투를 앞두고 패배를 예감한 계백 장군이 직접 가족들을 죽이고 전쟁터에 나가 전사한 일화를 모티브로 했다.

백제문화단지 종합매표소에서 참가 신청을 할 수 있고 매주 토요일 저녁 7시 30분부터 10시까지 체험할 수 있다. 또한, 백제문화단지 입장권 및 「백제의 고향」 우선 예약 혜택과 롯데리조트부여 디럭스룸, 나뚜루 아이스크림을 포함한 「토요일 밤, 백제의 고향」 패키지로도 이용할 수 있으며, 롯데리조트 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.





낮보다 한층 화려해지는 백제의 밤, 백제문화단지 야간개장

매해 봄, 가을이 되면 경복궁과 창덕궁 등 서울 도심 내 자리한 고궁들의 밤은 낮보다 더욱 환하고 시끌 벅적해진다. 충청권 내에서 유일하게 고궁 야간개장을 관람할 수 있는 백제문화단지 야간개장「백제달밤」은 어느 때와 마찬가지로 올해도 4월부터 11월까지 부여의 밤을 화려하게 장식한다. 단지 내 사비궁에서 달빛을 빗삼아 1400년 전 백제의 밤을 고요히 걸으며 맑고 운치 있는 부여의 밤하늘과 고궁의 야경을 즐길 수 있다. 또한, 지난 3월부터는 이곳을 찾은 이들이 좀 더 편안하고 즐겁게 화려한 야경을 감상할 수 있도록 전기어차, 전기인력거와 같은 스마트 모빌리티를 새롭게 도입했다. 도심에서 쉽게 접하기 힘든 이색적인 콘텐츠들로 부여의 밤을 다채롭게 장식하는 백제문화단지 야간개장은 매주 금요일에서 일요일 저녁 6시부터 10시까지 운영되며(시즌별로 시간 변동), 요금은 성인 기준 3,000원이다. ①

유다솔_롯데리조트 마케팅담당



사보 「롯데」 이벤트 ①

「백제의 고향」트래블캐스터 후기

사보 「롯데」에서는 4월의 밤, 백제시대로 떠날 임직원 트래블캐스터를 모집했다. 연인/가족과 함께 롯데리조트부여에서 머물며 백제문화단지를 둘러보고, 공포체험까지 모든 미션을 경험하고 돌아온 사우들의 후기를 소개한다.

외관에서부터 백제의 향기가 가득했던 롯데리조트부여에서 동생과 4월의 아름다운 하루를 보내고 왔습니다. 간간이 안쪽에서 비명이 들려왔지만 가벼운 마음으로 순서를 기다렸습니다. 첫 번째 집부터 다채로운 귀신 조형물과 조명 그리고 효과음까지 완벽하게 저희를 맞이했고, 저는 정말 목이 쉬어라 소리를 질렀습니다. 성수를 지키는 것은 둘째치고 저희 스스로를 지키기 위해 뿌리고 싶었습니다. 평소에 담력이 좋다고 생각했는데, 저는 미세먼지만 한 담력을 지녔다는 생각이 들었습니다. 앞 커플이 소리지르면서 서로 먼저 가라고 하는 광경을 보며, 이곳은 사랑을 넘어서는 공포를 선사한다고도 느꼈습니다. 비록 미션은 실패했지만 동생과 소리 지르고

뛰어다니 덕분에 부여에서의 저녁만찬을 즐길 수 있었고, 백제문화단지 야간개장도 구경하며 무서웠던 기억은 멀리 보내고 즐거운 포토타임을 가질 수 있었습니다. 다음엔 가족들과 함께 와볼게요!

김진솔_롯데제과 TA 담당



가족과 함께 백제문화단지에서 으스스한 공포체험을 하고 왔어요! 야심한 시각에 오싹함을 선사하는 사운드와 더불어 캄캄한 배경 속에서 깜짝 놀라게 하는 연출들! 11개의 집을 둘러보며 도장을 찾아 찍고, 작은 조롱박 안에 있는 물을 흘리지 않으며 다녀오는 미션을 수행해야 하는데 겁쟁이 저희 부부는 미션은 까마득하게 잊은 채 심장만 부여잡고 왔습니다. 11월까지 매주 토요일 상시 운영한다고 하니, 용기 있는 분들은 부여에서 백제문화도 엿보고 오싹한 공포 체험에도 도전해 보세요. 더워지는 요즘 날씨에 강력 추천합니다!

김범규_롯데홈쇼핑 경영개선팀



한국에스티엘, 친환경 라이프 스타일 브랜드 론칭

한국에스티엘은 롯데쇼핑과 글로벌 핸드백 브랜드 「사만사타바사(Samantha Thavasa)」가 합작해 2011년에 설립한 법인으로, 그룹 내에서 유일하게 핸드백과 가방을 판매하고 있는 패션 계열사다. 올해부터 라이선스 브랜드 운영과 더불어 순수 자체 브랜드를 추가 도입하며 사업 운영의 폭을 확장하고 있다. 한국에스티엘이 4월 19일 위드 코로나 시대에 발맞춰 공식 론칭한 차별화된 라이프 스타일 브랜드 「마이셸(My Shell)」을 만나보자.



페페트병 등에서 추출한 플라스틱으로 만든 리젠 원사

· 사진제공: 효성 TNC

일상으로의 여행

마이셸은 코로나19 시대를 살고 있는 소비자들에게 따뜻한 공감과 신선한 설렘, 새로운 가치를 제안한다. 「일상으로의 여행」이라는 슬로건과 함께 바다와 자연에서 따온 모티브를 시각적으로 표현하고, 거리두기와 이동제한이 일상화된 현실에서 어디론가 떠나고 싶은 소비자들의 로망에 공감한다. 마이셸의 브랜드 컬러는 바다를 연상시키는 블루를 메인으로 모래사장을 떠올리게 하는 베이지, 노을빛 하늘을 표현한 퍼플까지 총 세 가지 라인이며 조개, 파도, 물결 리듬 등에서 착안한 오브제와 디자인에 여행의 설렘을 녹여내고자 했다.

지속가능성을 고려한 친환경 소재

마이셸은 지구환경을 염려하는 컨셔스 소비의 시대적 흐름에 맞춰 지속가능성을 핵심가치로 설정했다. 마이셸의 주소재인 「리젠(Regen)」 원사는 석유를 원료로 해서 생산하는 기존 폴리에스터 원사와 달리, 페페트병과 폐원단으로 칩을 만들고 여기에서 추출하는 실이다. 물리적인 재생방법으로 만들어지는 친환경 원사로 기존 소재에 비해 단가가 높은 반면, 우수한 품질을 유지하면서도 원사 1톤당 수령 50년 된 나무 136그루가 1년간 흡수하는 양과 같은 수준으로 이산화탄소를 절감하는 효과를 낸다.

또한, 주소재인 원사뿐 아니라 친환경적인 요소를 고려해 사탕수수의 부산물을 100% 활용한 크래프트지 「얼스팩(Earth pact)」을 포장지로 채택했다. 얼스팩은 한 그루의 나무도 베지 않는 것은 물론, 표백 공정을 거치지 않아서 더욱 친환경적이며 미생물에 의해 생분해되는 것이 특징이다.

마이셸은 이러한 윤리적 생산 가치를 기반으로, 니트 제품뿐 아니라 재생가죽 등 다양한 소재로 변화를 꾀하며 리사이클 소재를 활용한 신제품을 출시할 예정이다.



사탕수수 크래프트지를 활용한 마이셸 패키지



4월 출시된 마이셸의 주름백

제품 라인 & 유통 채널 다양화

한국에스티엘은 마이셸의 브랜드 가치를 이어나갈 제품 라인을 확장해 조개껍데기, 진주를 형상화한 목걸이, 귀걸이 등 주얼리 제품도 론칭할 계획이다. 액세서리를 포함한 모든 제품군은 시대의 흐름과 소비자 욕구에 맞춰 트렌디하면서도 친환경적인 소재와 디자인을 추구한다. 디지털 디바이스 사용이 생활화돼 있고 자신만의 고유한 취향과 라이프스타일을 추구하는 MZ 세대를 겨냥해 현재 운영 예정인 자사몰, 팝업스토어, 무신사 등 온·오프 채널 유통망 또한 다양하게 확대해 나갈 예정이다.

한국에스티엘은 첫째, 위드 코로나 시대에 자기만의 스타일을 중시하며 개성과 만족을 찾으려는 고객들과의 소통과 공감, 둘째, 일상에서의 설렘이라는 감성 자극을 통한 여행 갈증 해소, 셋째, 자연의 회복을 돕는 지속가능한 방식으로 소비자와 패션업계에 선한 영향력을 행사한다는 세 가지 주요 가치를 강조하며, 국내 핸드백 시장에 새로운 트렌드를 조성해 나갈 예정이다. 

장윤영_한국에스티엘 MD마케팅팀



세상이 무너진 이 순간,
너의 음악이 되리라!

뮤지컬 「팬텀」



2021년 3월 17일 샤롯데씨어터에서 뮤지컬 「팬텀」의 성대한 막이 올랐다. 지난 세 시즌 동안 45만 명의 관객을 불러모았고, 3년 만에 네 번째 시즌으로 돌아와 중독성 있는 다양한 넘버들과 화려한 무대 연출로 여전히 큰 호평을 얻고 있는 뮤지컬 「팬텀」을 소개한다.



2015년 국내에 처음으로 소개된 뮤지컬 「팬텀」은 동명 소설을 배경으로 한 뮤지컬 「오페라의 유령」이 대표적인 스테디셀러로 자리 잡은 상황에서 누구도 예상치 못한 흥행 광풍을 일으키며 순식간에 흥행대작의 반열에 오른 작품이다. 초연 1차 티켓 오픈 당시 30분 만에 2만 장의 티켓이 판매되는 기염을 토했으며 그해 「골든티켓어워즈」 대상을 차지했다. 2015년 공연 업계가 커다란 위기에 봉착했을 때도 관객 점유율 96%라는 경이로운 수치로 침체된 공연 시장에 활기를 불어넣었던 작품이기도 하다. 그 명성에 걸맞게 요즘도 공연계는 물론 관객들에게 힘을 불어넣고 있다.

모두가 힘든 상황에서도 흥행하고 있는 배경에는 실력과 배우들의 공이 크다. 먼저 「믿고 보는 배우」로서 입지를 견고히 다지고 있는 박은태, 뮤지컬계 블루칩으로 자리매김한 카이, 감미로운 목소리의 뉴캐스트 규현이 「에릭」 역을 맡아 열연한다. 사랑스러운 「크리스틴」 역에는 관객들이 사랑하는 배우 김소현과 뉴욕, 프랑크푸르트 등 세계 각지에서 극찬을 받은 소프라노 임선혜, 차세대 뮤지컬 스타 이지혜, 그리고 신예 소프라노로 주목받는 김수가 무대에 오른다. 이 외에도 배우 신영숙, 발레리나 김주원 등이 작품 퀄리티를 한층 더 높이고 있다. 공연이 진행 중인 샤롯데씨어터도 작품의 완성도를 높이는 데 한몫을 하고 있다. 「팬텀」의 배경과 어우러지는 외관으로 관객에게 마치 에릭이 실제로 지내는 공간과 같다는 상상을 선사하며 몰입을 돕는다.





극작가 아서 코핏은 「에릭이 어떤 이유로 오페라 극장 지하세계에서 살게 되었을까? 그는 왜 크리스틴을 사랑했을까?」라는 의문들의 해답을 찾으면서 각 등장인물에게 개연성을 부여하고, 다면적인 감정선을 탁월하게 표현해 관객들의 마음을 단번에 사로잡는 데 성공했다. 또한, 작곡가 모리 에스톤은 캐릭터의 진실된 감정을 전달할 수 있는 음악을 만드는 데 주안점을 두고 「만약 내가 그와 같은 상황에 처했다면 어떤 감정을 느꼈을까?」를 수없이 떠올리며 마법 같은 곡을 써냈다.

특히 두 주인공인 에릭과 크리스틴의 아름다운 하모니가 돋보이는 「내 고향(Home)」과 「넌 나의 음악(You Are Music)」은 『이 두 곡을 듣기 위해서라도 극장에 가는 것이 전혀 수고스럽지 않다.』라는 뉴욕타임스의 극찬을 받으며 우리나라에서도 큰 사랑을 받아왔다.

2021년 뮤지컬 「팬텀」의 연출과 각색은 매 시즌을 성공으로 이끌었던 관록의 연출가 로버트 요한슨이 맡았다. 그와 오랫동안 호흡을 맞추며 오른팔 역할을 했던 권은아 한국 연출이 이번 시즌 직접 작품을 진두지휘하며 공동연출을 맡아, 3년 만에 돌아온 「팬텀」의 전설적 영광을 재현해냈다. 오페라와 발레, 팝을 접목한 종합예술을 만나볼 수 있는 뮤지컬 「팬텀」은 6월 27일까지 샤롯데씨어터에서 공연된다. 

김혜인_롯데컬처웍스 공연사업팀 대리



공연 정보

공연장
샤롯데씨어터

공연기간
2021. 3. 17 ~ 2021. 6. 27

공연시간
화·목 7시
수·금 3시, 7시 30분
토·공휴일 2시, 7시
일 3시
(월 공연 없음)

관람연령
8세 이상 관람가

티켓예매
샤롯데씨어터 1899-6336
멜론티켓 1899-0042
인터파크 1544-1555

사보 「롯데」 이벤트 ②

뮤지컬 「팬텀」 관람 후기



결혼을 앞둔 예비신부가 최근 진급 시험에 떨어져 우울해하는 한편으로 자신감도 많이 결여되어 보였습니다. 이에 「팬텀」의 넘버 「넌 나의 음악(You Are Music)」을 함께 들으며 진급과 상관없이 저에게는 예비신부가 가장 소중한 사람임을 고백하고 싶었습니다. 오늘의 종합선물세트 덕분에 예비신부도 예비신랑의 회사를 좋게 생각하게 된 것 같습니다. 배우의 연기와 노래에 빠져들어 뮤지컬 「팬텀」을 단 한 순간도 놓치지 않고 집중해서 관람했고, 감동한 나머지 순간순간 달살이 돌기도 했습니다. 뮤지컬이 올 보고 온 지 한참 지난 지금도 「팬텀」 넘버를 들으며 그 감동을 잊지 못하고 있습니다. 앞으로 임직원 혜택으로 올라와 있는 다른 뮤지컬 티켓도 종종 구매해서 볼 예정입니다. 사보 「롯데」에서 하는 이벤트들이 더 풍부하고 다양해져서 그룹사 인원 모두가 참여할 수 있게 되면 좋을 것 같습니다. 훌륭한 공연을 볼 수 있게 해준 롯데, 사랑합니다. 모든 임직원분들! 힘든 시기지만, 다 같이 힘내서 극복했으면 좋겠습니다. 파이팅!

김성민_롯데건설 플랜트사업본부



뮤지컬 「팬텀」에서 가장 듣고 싶은 넘버는 2막의 첫 연주곡과 「나의 빛 어머니(My Mother Bore Me)」였습니다. 어린 시절 누나와 함께 뮤지컬 「캣츠」를 보는 동안 어머니가 공연장 밖에서 기다리신 적이 있는데, 생동감 있는 뮤지컬을 처음 보는 어린 자식들이 걱정되었는지, 공연이 끝난 뒤 만나서 하신 질문이 「무섭진 않았니?」였습니다. 이젠 오히려 어머니가 아이 같아졌고, 이번 기회에 뮤지컬을 같이 보고 어머니께 무섭진 않았는지 여쭙보고 싶었습니다. 다행히 「무섭진 뭐가 무섭냐.」라며 오히려 핀잔을 하시네요. 극 중 「팬텀」이 자신의 어머니를 회상하는 가사인 「자식의 어떠한 모습에도 미소를 짓는」을 듣고, 지난해 롯데면세점 합격 소식을 알려드렸을 때 어머니가 가장 크게 미소 지으셨던 게 떠올랐습니다. 오랜만에 문화생활도 하며 효도까지 할 수 있는 좋은 기회였습니다. 앞으로는 특별한 이벤트가 아니더라도, 평소 아무런 걱정 없이 자주 미소 지으실 수 있도록 노력하려고 합니다. 코로나19로 세상이 많이 힘들어졌지만, 올해는 모두가 미소 지을 수 있기를 희망합니다.

안창현_롯데면세점 디지털전략팀



첫 이미지 형성의 중요한 관문, 소개 예절

나의 일상에서 가장 많은 시간을 보내는 곳 중 하나인 직장. 이곳에서 우리는 하루에도 수많은 상황을 겪곤 한다. 언제든지 일어날 수 있는 다양한 상황들 속에서 당황하지 않고, 더욱 품격 있는 매너를 갖추기 위해 올해 사보 「롯데」에서는 롯데 알쓸신job(알아두면 쓸모있는 새로운 직장 예절) 코너를 롯데호텔 호텔아카데미와 함께 진행한다. 이번 달은 세 번째로 「소개 예절」이다.



우리는 일상에서 끊임없이 누군가를 소개하고, 역으로 자신이 소개를 받는 순간과 마주한다. 보통 나 자신을 처음 보는 이에게 소개하는 경우가 다수이고, 동료 혹은 선후배를 고객이나 파트너사에 소개하는 것도 현대사회를 살아가는 직장인에게는 흔한 일상이다. 따라서 올바른 소개 예절을 알아두는 것은 타인에게 나에 대한, 그리고 내가 소개하는 이에 대한 긍정적인 이미지를 전달하는 데 효과적이다.

제1장 소개 순서



소개 순서는 사회적 지위, 연령, 성별에 따라 상이하하며, 사회적 지위가 상대적으로 낮은 사람을 지위가 높은 사람에게, 연령이 낮은 사람을 연령이 높은 사람에게, 남성을 여성에게 먼저 소개하는 것이 일반적이다. 예를 들어 서로 초면인 A와 B를 서로 소개할 때 A가 연령이 높거나 여성일 경우라도 사회적 지위가 상대방인 B보다 낮은 경우, A를 B에게 먼저 소개한다. 이와 더불어 외부인 또는 고객과 대면하는 자리에서는 자신의 동료를 상대방에게 먼저 소개하고, 소개하는 사람이 뒷사람이더라도 직급/직책 뒤에 「~님」 자를 붙이는 등 높임말은 사용하지 않는다. 다수의 인원을 상대방에게 소개해야 하는 경우도 종종 있는데, 이 경우에도 소개하는 이들의 사회적 지위와 연령을 고려해 소개를 진행한다.

제2장 소개말



소개말은 소개하는 이의 특징이나 상대방에게 어필하고자 하는 부분을 압축해서 간략하게 전달하는 것이 포인트다. 호텔이라면 호텔 내 레스토랑을 방문하는 고객, 또는 지인에게 「국내 정상급 소믈리에」, 「우리 호텔 최고의 F&B 전문가」 등의 수식어로 동료를 소개하는 것을 좋은 예로 들 수 있다. 처음 소개한 이후, 어필하고자 하는 부분을 대화 중에 계속 시의적절하게 언급하는 것이 중요하다. 예를 들어, 고객사와 미팅 중에 소개할 사람이 상대 고객사가 원하는 경력과 경험을 보유한 경우, 이에 대해 언급하는 것만으로도 고객사의 업체 선정에 긍정적인 영향을 줄 수 있다.

제3장 상대방에게 소개받기



우리는 일상에서 직접 타인을 소개하는 경우도 많지만 누군가를 소개받기도 한다. 우선 소개를 받을 때와 할 때 모두 양측이 자리에서 일어나서 인사를 나누는 것이 기본 예절이며, 상대방의 이름(경우에 따라서는 직급/직책 포함)을 정확하게 기억해야 한다. 혹시라도 상대방의 이름이 기억나지 않거나 이름을 듣지 못했을 경우에는 함께 소개받은 다른 이들에게 조용히 물어보거나, 소개받은 이와 자리를 마무리한 후에라도 소개자에게 양해를 구하고 다시 한번 확인해 꼭 기억하도록 하자. ①

원준희_롯데호텔 호텔아카데미 대리

라이브 드로잉 천재 아티스트 김정기, 국내 최초 대규모 기획전 「The Other Side」

©2021 롯데뮤지엄

K I M J U N G G I



©2021 Kim Junggi

롯데뮤지엄은 4월 16일부터 7월 11일까지 예술의 경계를 자유롭게 넘나들며 실재와 허상, 직관적인 발상과 무한한 상상력으로 자신만의 세계관을 창조한 작가 김정기의 「디아더사이드(The Other Side)」전을 개최한다. 김정기는 완벽한 테크닉과 기억 속 내러티브(narrative)를 통해, 「선」의 가능성을 확장하며 현실을 초월한 다른 차원의 공간을 창조한다.



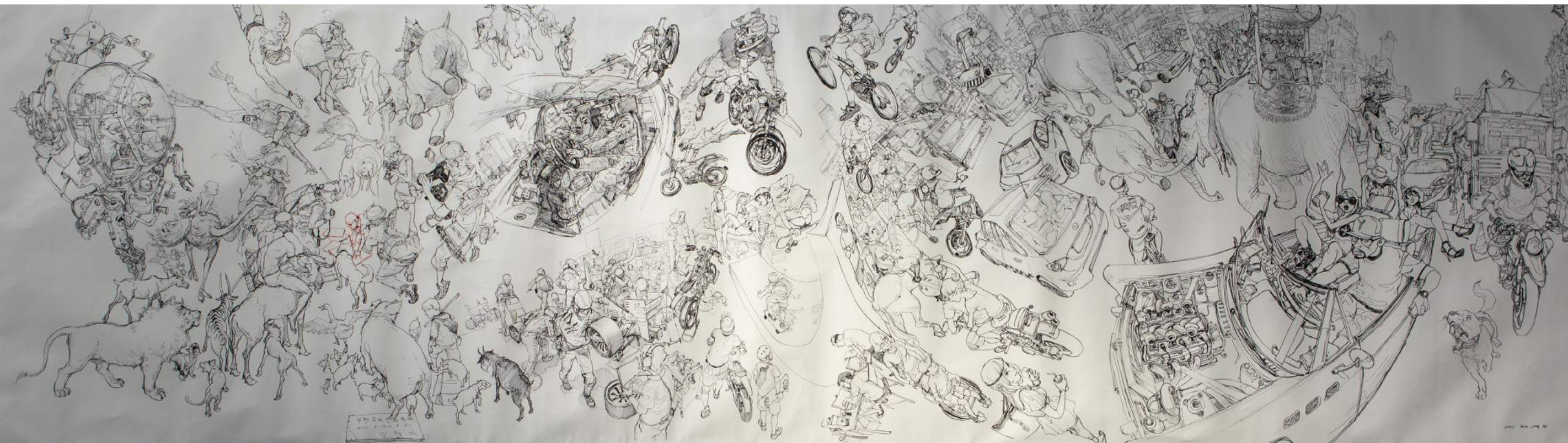
The Other Side, 2021, Ink on paper, 90 × 60cm ©2021 Kim Junggi

작가 김정기는 완벽한 테크닉과 탄탄한 서사 구조를 통해 기억 속 이미지를 구현하는 「라이브드로잉」 장르를 탄생시킨 세계적인 아티스트다. 유년 시절 아버지가 사주신 스케치북 표지 그림에 매료돼 만화를 꿈꿨던 작가는 좋아하는 만화를 따라 그리거나, 소유하고 싶은 것을 유심히 관찰하고 자신의 손으로 형상화하기를 반복하며 대상의 특징을 완전히 습득했다. 그리고 남다른 시각적 기억 능력과 호기심을 통해 주변을 머릿속에 담으며 자신의 것으로 만들었다.

이번 전시에서는 그의 작품을 총망라해 상상력의 원천이 된 만화 작품과 1,000여 점 이상의 드로잉을 포함한 그의 예술적 궤적을 돌아볼 수 있는 대형 회화 작품, 영상, 사진 등 2,000여 점의 작품을 세계 최초로 한자리에서 만나볼 수 있다. 특히, 베르나르 베르베르의 소설 「파라다이스」와 「제3인류」, 그리고 마블 「시빌 워」와 DC 코믹스의 커버 아트, 봉준호 감독의 「기생충」, 넷플릭스 「기묘한 이야기」, 블리자드 「월드 오브 워크래프트: 격전의 아제로스」와의 협업작품도 전시돼 눈길을 끈다.



Life & Death, Heading towards a Future Somewhere, 2018, Ink on paper, 147 × 256cm ©2021 Kim Junggi



Heading towards a Future Somewhere, 2011, Ink on paper, 150 × 527cm ©2021 Kim Junggi

이번 전시는 김정기의 상상 속 이면의 세계, 「디아더사이드」로 가는 이정표를 제시한다. 그는 경험의 축적과 고찰을 통해 기억의 조각을 즉각적이고 즉흥적으로 화면에 쏟아낸다. 다양한 대중문화 이미지가 중첩된 화면에서는 시공간을 오가는 여러 도상이 탄탄한 서사구조를 통해 어우러지며 혼성의 내러티브를 완성한다. 특히 수천 장의 드로잉은 그려내는 행위에 대한 작가의 즐거움과 대상을 향한 집요함을 함축적으로 보여준다.

이번 전시에서는 전시장 내부에 마련된 스튜디오 「드로잉 나우(DRAWING NOW)」공간에서 작가가 직접 10m 길이의 「라이브드로잉」을 진행한다. 펜 하나로 그려내는 작가의 거대한 세계관을 직접 대면하고 소통하며, 창작에 대한 작가의 열의와 함께 이 시대의 새로운 예술을 보다 밀접하게 체험할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 또한, 가정의 달 5월을 맞이해 작가의 작품 세계에 관한 이야기를 직접 듣는 「작가와의 대화」 프로그램도 마련됐다. 「작가와의 대화」는 5월 25일 오후 7시 롯데월드몰 8층 롯데콘서트홀에서 진행된다.



Leo & Taeho, 2011, Graphite, ink, and watercolor on paper, 27,3 × 39,5cm ©2021 Kim Junggi



The Sun and the Moon, 2021, Ink on paper, 213 × 150cm ©2021 Kim Junggi

롯데 임직원들에게도 롯데뮤지엄을 방문해 전시를 관람하길 추천한다. 즉흥적이면서도 감각적인 조합으로 시각 예술의 새로운 가능성을 보여준 김정기의 상상 속 세계, 「디아더사이드」는 우리의 시각을 강렬하게 매료시키는 신비로운 순간을 선사할 것이다. 

김기해_롯데문화재단 사업기획파트

5가지 치즈의 깊은 풍미 롯데리아 「치즈 No.5」

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 롯데리아
「치즈 No.5」 편을 소개한다.



치즈 맛집, 롯데리아

한국인의 치즈 사랑은 실로 대단하다. 작년 연간 치즈 소비량은 1인당 3.34kg으로 전년 대비 4% 증가했다. 코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 길어지면서 가정간편식, 홈룩의 증가로 가정 내 치즈 수요 역시 증가하고 있기 때문이다. 이에 발맞춰 쿡서비스 레스토랑 업체에서도 치즈를 활용해 다양한 제품을 선보이고 있다.

「모짜렐라인더버거」, 「클래식치즈버거」, 「치즈스틱」 등 다양한 치즈 제품을 연달아 성공시키며 치즈 맛집으로

포지셔닝에 성공한 롯데리아도 지난달 2일 국내 치즈 마니아들을 위해 신제품 치즈 No.5를 출시했다. 치즈 No.5는 체다, 고다, 에멘탈, 모차렐라, 크림치즈 등 총 5가지 치즈를 넣어 꾸덕한 치즈 맛을 선사하는 제품이다. 패티 위에 치즈를 올리는 일반적인 치즈버거와 달리, 패티 속에 치즈를 넣어 고기를 씹을 때마다 치즈의 풍미를 가득 느낄 수 있도록 설계했다. 제품 출시 전 시식 기회를 통해 처음 치즈 No.5를 접한 이들은 패티에 치즈가 박혀 있는 외형에 한 번 놀라고, 한 입 베어 물자마자 입안 가득 퍼지는 치즈의 향에 또 한 번 놀랐다.

5가지 치즈가 핵심

치즈 No.5의 USP(Unique Selling Proposition)는 단연 5가지 치즈가 선사하는 풍미다. 이전에는 볼 수 없던 비주얼이나 명품을 연상시키는 위트 있는 네이밍도 매력적이지만, 하나의 버거에 치즈를 5가지나 넣은 제품은 기존에 존재하지 않았기 때문이다. 이에 업계 최다 치즈라는 제품의 USP에서 착안해 버거계의 치즈 신기록이라는 테마를 정한 뒤, 가장 많은 신기록이 나오는 스포츠 경기를 아이디어로 광고를 기획했다. 모델로는 「오늘부터운동」에서 「체육계가 놓친 인재」, 「체육 대신 체육을 선택한 개그우먼」 등 다양한 짤을 생성하며 전성기를 누리고 있는 개그우먼 김민경을 섭외했다.

약 100일 만에 출시되는 신제품인 만큼 고객의 기대를 끌어올리기 위해, 제품이 출시되기 이틀 전부터 모델의 실루엣만 강조한 티저편을 론칭했다. 대세 개그우먼답게 뒷모습만 보고도 정체를 알아채는 시청자들이 많

았지만 어떤 제품이 출시되는지는 쉽게 추측하지 못했다. 제품 출시 당일 공개된 원반 편과 컬링 편 광고에서는 실제 스포츠 경기 중계처럼 구성해 재미를 극대화했다. 여기에 리얼리티를 부여하기 위해 인천 아시안드 주경기장을 대여하고, 국가대표 출신 코치를 섭외해 현장에서 모델을 지도했다.

주문은 롯데잇츠로

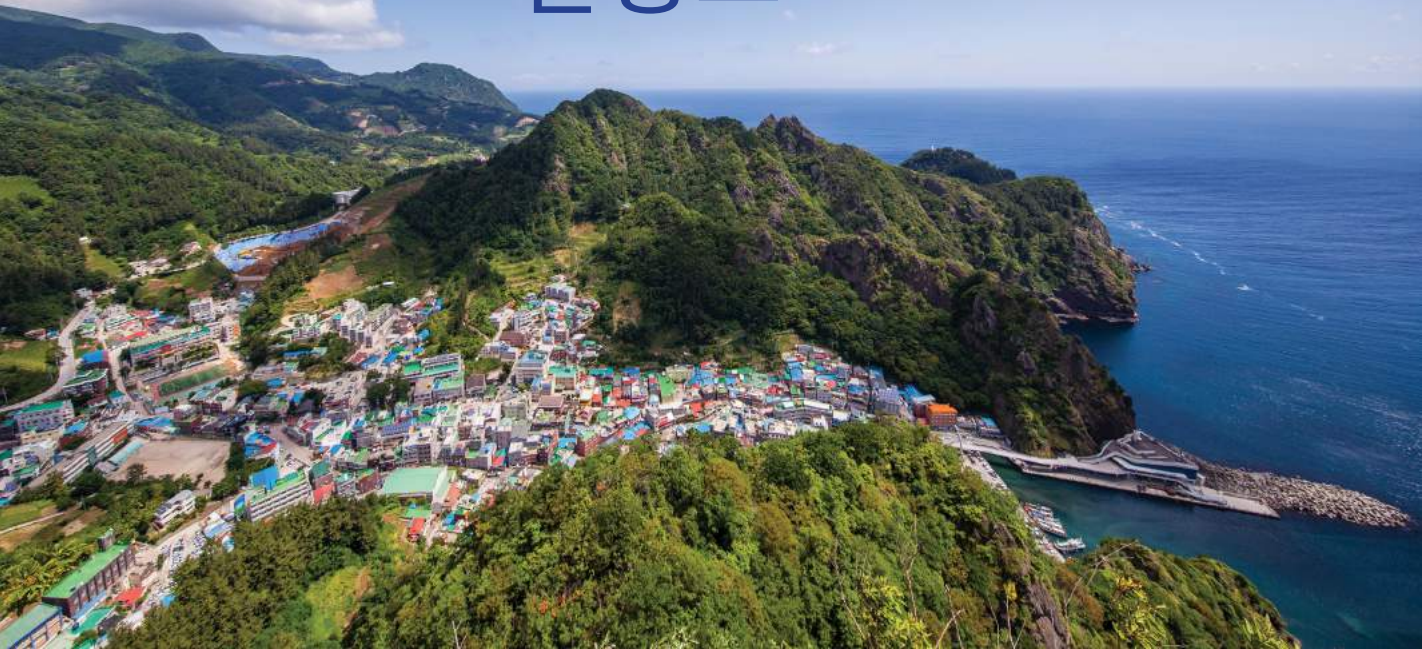
치즈 No.5는 출시 후 광고와 함께 뜨거운 반응을 얻고 있으며, 특히 치즈에 진심인 치즈 마니아들에게 진한 치즈 맛으로 호평을 받고 있다. 코로나19로 외출이 어려운 시기에 롯데잇츠 앱을 이용하면 홈서비스로 집에서 편하게 배달받을 수도 있고, 잇츠오더로 원하는 시간에 주문한 제품을 기다리지 않고 픽업할 수도 있다. 롯데 임직원이라면 잊지 말아야 할 센스 하나! 할인, 쿠폰 등 다양한 혜택을 미리 체크해 전국 롯데리아 매장에서 치즈 No.5를 만나보자. ①

형성수_대흥기획 어카운트솔루션2팀

롯데리아_「치즈 No.5」 광고 컬링 편



쉽게 만날 수 없지만 만나면 잊을 수 없는 섬, 울릉도



우리나라의 많고 많은 섬 중에 동해를 굳건하게 지키며 떠 있는 신비한 섬이 하나 있다. 궁금하지만 쉽게 만날 수 없는 곳, 바로 신라시대 우산국이라 불렸던 울릉도다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 울릉도를 소개한다.

울릉도는 약 1만 명의 인구가 모여 사는 섬으로 육지에서 가는 길이 쉽지는 않다. 강원도의 강릉과 묵호, 경상북도의 포항이나 후포에서 여객선을 타고 험한 파도를 뚫고 가야만 만날 수 있기 때문이다. 예전에는 외로운 섬으로 불릴 만큼 인적이 뜸했는데, 요즘엔 제주도 다음으로 가장 핫한 섬 여행지로 각광받고 있다. 코로나19로 해외여행이 어려운 허니문녀들에게 신희여행지로 떠오르는 지역 중 하나이기도 하다. 울릉도를 여행하기에 가장 좋은 시기는 우리나라 기후상 태풍과 장마가 시작되기 전인 5~6월이다.

울릉도를 여행하려면 일정을 최소 3일 이상 계획하길 추천한다. 울릉도 여행은 렌터카를 이용하는 자유여행 코스와 울릉도 버스여행 코스 등 다양한 방법으로 즐길 수 있다. 해안의 일주도로를 따라 섬 전체를 육로로 여행하는 코스는 볼거리들이 많아 가장 대표적으로 손꼽히는 코스다.

도동항에서 출발해 거북바위, 사자바위, 곰바위 등을 거쳐 울릉도 북쪽으로 이어지는 코스를 추천하며, 울릉도에서 유일하게 평지를 이루는 나리분지를 만날 수 있다. 또한, 대표 관광지 중 하나인 관음도도 만날 수 있는데, 무인도이지만 섬 내 탐방로를 정비하고 연도교를 설치해 걸어서 이동하며 탐방할 수 있다. 관음도 전망대에서는 딱 트인 바다와 함께 삼선암, 죽도 등 다양한 울릉도의 모습들을 볼 수 있다.



울릉도를 여행하는 또 한 가지 방법은 트레킹이다. 대표적인 트레킹 코스는 일주도로가 완성되기 전 울릉도민들이 다니던 내수전 옛길로, 내수전 전망대 초입에서 시작해서 석포옛길까지 약 3km 코스다. 야생 섬의 속살과 울릉도민들의 애환을 품은 부드러운 흙길을 따라 걸어가다 보면 울릉도에서만 자생하는 다양한 울릉도 특산식물들을 찾아볼 수 있다. 해안을 넘어가는 코스로 구성돼 넓게 뻗은 수평선, 청정한 바다를 조망할 수 있는 죽도, 북저바위 행남등대 등도 만날 수 있다. 이 외에도 태하해변 산책로 트레킹, 나리분지 트레킹 코스 등 다양한 코스가 있다.

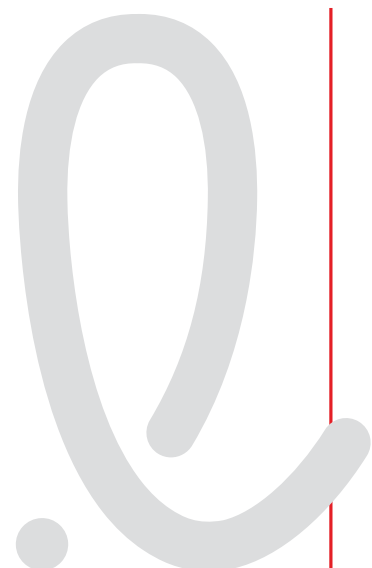
여행의 또 다른 매력 중 하나인 먹거리도 빼놓을 수 없다. 울릉도 하면 떠오르는 오징어는 울릉도에서 다양한 형태로 맛볼 수 있는 요리 중 하나다. 이 외에도 울릉도를 대표하는 음식인 오징어 내장탕, 홍합밥, 파개비빔밥, 나리분지 산채비빔밥, 독도새우, 명이나물 등 꼭 맛봐야 하는 음식이 많으니 울릉도에 방문한다면 놓치지 말고 맛보길 추천한다.

다가가기 쉽지 않지만, 그 이상의 감동을 선사하는 신비의 섬 울릉도. 올봄, 울릉도의 매력에 흠뻑 빠져보자. 

이문규_롯데제이티비 영업전략팀장

• 문의: 1577-6511





2021 MAY
NEWS
•
UPDATE



롯데제과
식물성 멀티비타민 '비건바이타민'



롯데칠성음료
「클라우드」 모델 '방탄소년단'



엔제리너스
「아라비아따 반미」



롯데유통사업본부
음료장비 청소 및 재진열 활동



롯데백화점
「메이크오버 프로젝트 2탄」

식품

FOODS

롯데제과

헬스원, 100% 식물성 멀티 비타민 출시

롯데제과는 4월 14일 헬스원이 100% 식물성 멀티 비타민 '비건바이타민'을 출시했다고 밝혔다. 안전하면서도 효과적이라는 점을 강조하는 '비건바이타민'은 동물성 원재료를 철저히 배제하고 100% 식물성으로 설계, 안전한 원료를 사용했으며 한국비건인증원으로부터 비건 인증을 획득해 신뢰를 더했다. 또한, 정제 생산 과정에서 이산화규소, 합성착색료 등 9가지 부형제를 일체 사용하지 않아 안전하게 섭취할 수 있다. 뿐만 아니라 포장재로 친환경 소재 「얼스팩(Earth pact)」을 사용하는 등 착한 소비 트렌드를 반영했다.

롯데칠성음료

「클라우드」 모델로 「방탄소년단」 선정

롯데칠성음료는 4월 15일 「클라우드」와 「클라우드 생 드래프트」의 광고모델로 「방탄소년단」을 선정했다. 롯데칠성음료는 맥주 시장에 새로운 활력을 불어넣기 위해 본격적으로 시동을 거는 「클라우드」와의 시너지를 기대하며 「방탄소년단」을 새 모델로 발탁했으며, 맥주 성수기에 맞춰 새로운 캠페인을 전개해 나갈 예정이다. 한편, 롯데칠성음료는 올해 출시 7주

년을 맞은 「클라우드」의 패키지를 리뉴얼하고 프리미엄 맥주 시장 붐업에 나섰다.

롯데푸드

「돼지바핑크」 뮤직비디오 인기

롯데푸드는 4월 20일 자사 유튜브 채널에 공개한 「돼지바핑크」 뮤직비디오 조회수가 200만을 돌파했다고 밝혔다. 「돼지바핑크」 모델인 래퍼 마미손이 직접 프로듀싱하고 출연한 뮤직비디오 「PIGGY」는 중독성 있는 멜로디와 힙한 영상으로 소비자들에게서 긍정적인 반응을 이끌어내고 있다. 「돼지바핑크」는 올 3월 「돼지바」에 딸기 콘셉트를 적용, 출시된 신제품이다.

「위드맘 100일 제왕」 체험단 모집

롯데푸드 파스타는 4월 22일 「위드맘 100일 제왕」, 「위드맘 산양 100일 제왕」, 1만 명 체험단을 운영한다고 밝혔다. 「위드맘 제왕」 시리즈는 자연분만 신생아의 건강한 장 속에 풍부한 생유산균인 비피도박테리움 롱검(B.longum)을 강화한 제품이다. 파스타로물 등 온라인과 파스타로엄마사관학교, 파스타로 육아 행사 등 오프라인을 통해 신청하면 참여할 수 있다.

롯데GRS

엔제리너스, 시즌별 「이달의 반미」 출시

엔제리너스는 4월 16일 「이달의 반미」 한

정판 신제품을 출시했다. 「이달의 반미」는 기존 반미 샌드위치 5종과는 별도로 「반미 샌드위치를 새롭게 즐기다」라는 콘셉트로, 트렌드 및 고객 취향을 반영해 시즌별 한정판으로 운영되는 것이 특징이다. 첫 제품으로 선보인 「아라비아따 반미」는 지난 2월부터 내부 임직원 및 고객 테스트를 거쳐 최종 선정된 제품으로, 비주얼 측면에서는 바게트 속에 파스타가 들어있어 빠네 롤을 연상시키며, 맛 측면에서는 상큼한 토마토와 할라피뇨가 만나 깔끔하면서도 매콤하게 즐길 수 있는 이색 샌드위치다.

「롯데잇츠」 앱 e쿠폰 메뉴 및 선물 도입

롯데GRS는 4월 21일 통합 외식 주문 앱 「롯데잇츠」에 고객 서비스 향상을 위한 모바일 쿠폰 메뉴 확대와 선물 기능 등을 도입하는 등 온라인 자사 앱 서비스를 강화할 계획이라고 밝혔다. 지난해 2월 론칭한 「롯데잇츠」 앱에서는 롯데리아, 엔제리너스, 크리스피 크림 도넛의 각 브랜드별 매장과 동일한 모바일 쿠폰 대상 제품을 총 8종에서 112종(롯데리아 51종, 엔제리너스 41종, 크리스피 크림 도넛 20종)으로 확대 운영한다. 또한, 「롯데잇츠」에 잔액 관리형 소액 금액권(1만 원 · 2만 원 · 3만 원) 기능과 선물하기 기능도 추가해 선물 문화를 접목했다.

롯데유통사업본부

음료장비 청소 및 재진열 활동 진행

롯데유통사업본부는 4월 1일 하절기 음료 성수기에 대비해 한 달간 일반슈퍼 및 CVS 고매출점을 대상으로 음료 장비 청소 후 재진열활동을 진행했다고 밝혔다. 음료 진열활동은 경쟁이 치열하다. 이에 롯데유통사업본부는 장비 내 모든 제품을 들어내는 청소 서비스를 제공해 재진열 시 롯데칠성음료 제품 중심으로 진열 공간을 확대하고, 골든존을 선점했다. 그 뿐만 아니라 영업사원이 방문해 신제품인 「칠성사이다 제로」와 「까뽕」 등의 신규 입점 활동을 펼쳤다. 롯데유통사업본부는 연간 700여 점 이상 장비 청소 및 재진열 활동 시행을 목표로 하고 있으며, 이를 통해 확보한 진열 공간 및 골든존을 지속적으로 유지하고 관리해 나갈 예정이다.

유통

RETAIL

롯데백화점

홈스타일링 큐레이션 쇼 오픈

롯데백화점은 4월 2일 소공동 본점에 홈스타일링 큐레이션 쇼 「메종아카이브」를 오픈했다. 「메종아카이브」는 리빙 상품군에 대한 소비자들의 높은 수요를 반영해, 1년여의 준비 끝에 새롭게 선보이는 리빙 편집숍 매장이다. 롯데백화점은 동탄

점, 잠실점까지 올해 안에 3개 매장을 오픈할 계획이며, 홈스타일링에 관심 많은 30~40대 여성을 타겟으로 SNS 등에서 셀프 인테리어 소품으로 각광받는 브랜드를 유치하는 데 집중했다. 「메종아카이브」는 70여 개 브랜드 중 40% 이상을 기존 백화점 리빙관에서 쉽게 찾아볼 수 없는 신규 브랜드와 SNS 이슈 브랜드로 채웠다. 또한, 리빙/다이닝/키친/테라스 등 테마별 소품을 만들어 연출하고, 상품이 가장 잘 어울리는 홈스타일링을 제안한다.

「메이크오버 프로젝트 2탄」 신청자 모집

롯데백화점은 4월 11일 앱과 홈페이지에서 「메이크오버 프로젝트 2탄(#우리가족_인생추억)」 참가 신청을 성황리에 마감했다고 밝혔다. 「메이크오버 프로젝트」는 롯데백화점이 패션 브랜드 및 패션 메이크오버 전문 「더뉴그레이」와 함께 고객들에게 추억의 하루를 선물하는 고객 참여형 이벤트다. 최근 유행하는 「메이크오버 챌린지」에 백화점의 특성을 더해 패션 트렌드와 브랜드 신상품을 소개하며, 참여 고객들은 가족과 함께 뜻깊은 시간을 보낼 수 있다. 지난해 가을 진행한 1탄 「우리 아빠 변신 챌린지」는 400 대 1의 높은 경쟁률을 기록했으며, 관련 라이브 방송 시청자 수도 2만 4,000명을 넘어서는 등 고객들에게 큰 호응을 얻었다.



롯데마트
베트남 15호점 「나짱 골드코스트점」



롯데ON
비대면 입점 설명회 배너



세븐일레븐
프리미엄 베이커리 「브레다움」



롯데하이마트
「하이메이드」 신규 브랜드 4종



롯데멤버스
LPOINT 앱 화면



롯데호텔 서울
「리얼 VR 패키지」

롯데마트

베트남 15호점 「나짱 골드코스트점」 오픈
롯데마트는 4월 30일 베트남에 현지 15호점이자 해외 64호점인 「나짱 골드코스트점」을 오픈했다. 이번 오픈은 2019년 2월 하노이에 문을 연 「꺼우저이점」 이후 2년 만에 베트남에서 문을 연 점포다. 해당 점포는 베트남 대표 휴양지인 카인호아 성 냐짱 시에 위치하며, 주상복합형 대형 쇼핑몰에 약 3,574㎡(1,081평) 규모로 조성됐다. 「나짱 골드코스트점」은 밀(Meal) 차별화 전략으로 시장을 공략하고, 최저 가격 이미지를 공고히 해 운영할 계획이다.

롯데슈퍼

창립 21주년 행사 진행
롯데슈퍼는 4월 21일부터 27일까지 창립 21주년을 맞아 창립 행사를 진행했다. 고객들의 장바구니 부담을 덜기 위한 「인기 생필품 할인전」부터 맛과 신선함을 모두 공략하는 「창립 신선 기획」, 생산자 이름을 걸고 판매하는 「농가의 맥」 브랜드 제품 등을 다양한 테마로 선보였다.

롯데ON

비대면 입점 설명회 진행
롯데ON은 4월 22일과 29일 양일간 중소기업유통센터와 함께, 비대면 입점 설명회 「롯데로 온(ON)하자」를 유튜브 채널 「롯데

ON 판매지원센터」를 통해 라이브 방송으로 진행했다. 원래는 중소기업 판로지원 통합 유통 플랫폼인 「아임스타즈」를 통해 100개의 셀러를 2주간 모집할 예정이었으나, 모집 시작 이틀 만에 150개 셀러가 신청하며 조기 마감됐다. 5월부터는 「소상공인 특별기획전」을 열고 소상공인 셀러들의 상품을 전면에 노출해 매출 증대에 힘쓸 예정이다.

코리아세븐

프리미엄 베이커리 「브레다움」 론칭
세븐일레븐은 4월 22일 프리미엄 베이커리 브랜드 「브레다움」을 론칭했다. 「브레다움」은 빵을 뜻하는 「브레드(Bread)」와 특성이나 자격을 뜻하는 「다움」을 결합한 합성어로, 탄탄한 품질과 맛을 담은 베이커리 브랜드를 지향한다. 고품질 원재료 사용을 원칙으로 최적의 레시피를 통해 빵 본연의 맛과 특징을 살리는 데 초점을 맞췄으며, 식사 대응부터 간식 빵, 디저트 등 다양한 라인업으로 구성했다. 이번 4종 출시를 시작으로 연내 20여 종의 상품을 순차적으로 선보일 예정이다.

신선식품 통합 브랜드 「세븐팜」 론칭

세븐일레븐은 4월 12일 신선식품 통합 브랜드 「세븐팜(Seven Farm)」을 론칭했다. 「세븐팜」은 가깝고 편리한 도심 속 오아시

스 농장이라는 콘셉트로, 일상생활 플랫폼인 편의점에서 매일 신선함을 만날 수 있다는 메시지를 담고 있다. 카테고리는 채소, 과일뿐만 아니라 축산과 수산물까지 포함하며 1~2인용 소용량 상품 중심으로 구성됐다. 세븐일레븐은 우선 전국 주요 주택가 상권에 위치한 400여 개 점을 「세븐팜」 특화점포로 지정해 운영하고 연내 1,000점까지 확대할 계획이다.

롯데홈쇼핑

초대형 쇼핑행사 모델로 송가인 발탁
롯데홈쇼핑은 4월 23일부터 5월 2일까지 초대형 쇼핑 행사 「대한민국 광클절」을 10일간 진행했다. 홍보 모델로는 트로트 가수 송가인을 발탁했다. 전 연령대에서 전 폭적인 지지를 얻고 있는 「트로트 여신」 송가인을 올해의 쇼핑 아이콘으로 내세워 30초 분량의 로고송을 제작했으며, 해당 영상은 롯데홈쇼핑 TV 방송을 비롯해 유튜브 등 공식 SNS 채널을 통해 공개됐다. 이후 롯데월드타워 전광판 등 오프라인 홍보도 함께 진행했다.

롯데하이마트

「혁신상품 체험관」운영
롯데하이마트는 4월 17일부터 30일까지 롯데하이마트 월드타워점에서 약 96㎡(30평) 규모로 「혁신상품 체험관」을

운영했다. 이 체험관에서는 지난 1월 개최된 「CES2021」 내 「KOTRA 통합 한국관」에 국내 혁신기업이 출품한 18개 아이디어 제품과 「CES 2021 혁신상」을 수상한 6개 제품이 선보였다. 이를 통해 롯데하이마트는 혁신기업에 판로 확대 기회를 제공함과 동시에, 고객들에게는 폐 건강 측정기, 수제 맥주 제조기기 등 건강·의료, 뷰티, IT혁신 제품을 직접 체험하고 상담도 받을 수 있는 기회를 제공 했다.

「하이메이드」 신규 브랜드 론칭

롯데하이마트는 4월 2일 자체 브랜드(PB) 「하이메이드」의 4가지 신규 브랜드 「HIMADE BASIC」, 「HIMADE DESIGN」, 「HIMADE IDEA」, 「HIMADE SERIES」를 선보였다. 2016년 첫 론칭한 「하이메이드」의 꾸준한 성장에 힘입어 기존 단일 브랜드를 콘셉트별로 세분화해 경쟁력을 한층 강화한 것이다. 「HIMADE BASIC」은 기본 성능에 충실하면서 가성비가 높은 상품을, 「HIMADE DESIGN」은 디자인이 차별화된 상품을 취급한다. 「HIMADE IDEA」는 편의성을 강조한 상품을, 「HIMADE SERIES」는 특정 테마에 초점을 맞춘 상품을 선보인다. 「HIMADE SERIES」에서는 1인 가구를 타깃으로 한 「미니멀라이프 시리즈」, 출시에 이어, 향후 반려동물, 캠핑 등의 시리즈 상품을 출시할 예정이다.

롯데멤버스

LPOINT 모바일 앱 전면 개편

롯데멤버스는 4월 11일 통합 멤버십 서비스 LPOINT 모바일 애플리케이션을 전면 개편, 공개했다. 새롭게 개편된 LPOINT 앱은 혜택, 쇼핑, Lpay, 포인트, 금융의 5개 탭으로 구성됐다. LPOINT 앱은 Lpay 간편결제 기능을 탑재해, 이 앱을 이용하면 4,000만 LPOINT 회원 모두가 별도 가입 없이 Lpay 간편결제를 이용할 수 있다. 애플 앱스토어, 구글 플레이스토어 등에서 LPOINT 앱을 업데이트하거나 다운로드하면 이용할 수 있다.

관광·서비스

TOURISM SERVICE

롯데호텔

롯데호텔 월드, 24시간 투숙 패키지 출시

롯데호텔 월드는 5월 1일부터 30일까지 한 달간, 24시간 동안 투숙 가능한 「24시간 딜라이트(24-Hour Delight)」 패키지를 출시했다. 체크인 시점부터 30시간을 투숙할 수 있어 투숙 시간이 평소보다 10시간 더 길다. 조식형과 체험형 상품 중 선택 가능하며, 조식형은 1박과 조식 2인으로 구성된다. 체험형은 객실 1박과 롯데월드 입장권 2인(롯데월드 어드벤처, 롯데월드 아쿠아리움, 서울스카이 중 선택)으로 구성됐으며, 가격은 20만 원부터다.

롯데호텔 서울, 「리얼 VR 패키지」 출시

롯데호텔 서울은 5월 1일부터 12월 31일까지 객실에서 가상현실 체험을 통해 색다른 휴식시간을 보내려는 고객을 위해 「리얼 VR 패키지」를 선보인다. 이 패키지는 국내 15개 호텔에서 판매되며, 공통 특전으로 VR 기기를 대여할 수 있다. VR 기기에는 다양한 VR 콘텐츠뿐만 아니라, 넷플릭스와 유튜브를 볼 수 있는 OTT 시청 서비스까지 탑재돼 있다. 슈퍼리어 객실 1박, 인 룸 다이닝 조식 1인과 함께 와인 1병이 제공되며 가격은 24만 7,000원부터다.

롯데리조트

「금혼식 패키지」 출시

롯데리조트는 5월 1일부터 7월 15일까지 2,000만 원에 「금혼식 패키지」를 선보인다. 이 패키지는 고가의 특급 호텔 및 리조트를 선호하는 트렌드와 더불어 허니문 패키지, 리마인드 웨딩 등의 열풍을 반영한 것이다. 은혼식, 금혼식 등 특별한 결혼기념일을 맞은 고객들을 대상으로 하며, 취향별로 커스터마이징할 수 있는 소수 맞춤형 상품으로 전 지점에서 출시됐다. 제주 아트빌라스 「금혼식 패키지」는 켄고쿠마 63평형 3박, 금 50돈과 골드카드 메시지, 총 7번의 식사, 롯데스카이힐 CC 제주 2인 라운드, 프라이빗 요트투어, 픽업 및 샌딩 서비스 등으로 구성됐다.



롯데스카이힐CC 제주
클럽하우스



롯데면세점
세종학당재단과 업무협약식



롯데월드 어드벤처
3D 맵핑쇼 「매직캐슬 라이츠업」



롯데물산
「2021 대한민국 대표브랜드 대상」 시상식



롯데정보통신
용인 글로벌 클라우드 데이터센터



롯데렌탈
그린카, 포티투닷과 업무협약식

롯데스카이힐CC 제주, 리뉴얼 완료

롯데스카이힐CC 제주는 4월 8일 약 2개월간의 정비를 거쳐 16주년 맞이 리뉴얼을 마쳤다. 인테리어의 경우 새하얀 대리석 질감 소재를 써서 모던하면서도 벽면에는 현무암 석재를 활용해 제주 특유의 느낌을 살렸다. 넓어진 로비와 더불어 고객 좌석 공간이 늘어났고, 카페 또한 새롭게 생겨 전반적으로 고객 휴식 공간이 더욱 다양해졌다. 라커 또한 기존보다 수량을 늘려 고객 이용 편의성을 강화했으며, 레스토랑의 경우 기존에 시야를 차단하던 배치물들을 제거했다.

롯데면세점 무착륙 관광 비행 「면세품」 라방 진행

롯데면세점은 4월 8일 무착륙 국제 관광 비행 출국객을 대상으로 첫 번째 「면세품」 라이브 방송을 진행했다. 이날 방송에서는 나스, 데코르테, 아쿠아 디파르마 뷰티 제품들과 향수를 비롯해 MSGM, 바버 등 유명 패션브랜드의 인기 아이템 등 총 9개 브랜드, 11개 제품이 선보였다. 또한, 라이브 방송 당일 입점한 바이테리, 아이젠버그, 케빈어코인 등 3개 화장품 브랜드의 전 상품을 당일 하루 동안 50% 할인하는 이벤트를 진행했다. 이번 면세품 라이브 방송은 꾸준히 증가하는 무착륙 관광 비행 이용객의 면세쇼핑 수요를 반

영하고자 기획된 것으로, 기존 내수 통관 라이브 방송에서는 볼 수 없었던 화장품과 향수 품목 중심으로 구성해 고객들의 쇼핑 만족도를 높였다.

세종학당 손잡고 K-컬처 홍보대사 나서

롯데면세점은 4월 19일 세종학당재단과 「한국어 및 한국문화 콘텐츠 글로벌 홍보강화를 위한 업무협약」 체결식을 진행했다. 이를 통해 롯데면세점과 세종학당재단은 각자 지닌 역량과 채널을 활용해 K-컬처 홍보에 적극 나서기로 했다. 세종학당재단은 전문성과 노하우가 담긴 한국어 교육 콘텐츠를 롯데면세점에 무상으로 제공하고, 롯데면세점은 180만 명의 구독자를 보유한 「LDF 매거진」을 통해 다국적 롯데면세점 회원들에게 한국어와 한국문화를 알릴 계획이다.

롯데월드 3D 맵핑쇼 「i디자인 어워드」 수상

롯데월드 어드벤처는 4월 15일 3D 멀티미디어 맵핑쇼 「매직캐슬 라이츠업」으로 「2021 i디자인 어워드」 커뮤니케이션 디자인 부문 본상을 수상했다고 밝혔다. 「매직캐슬 라이츠업」은 마법사 로티와 함께 롯데월드 어드벤처의 과거에서 미래로 떠나는 시간 여행 콘셉트로, 시대에 따라 변하는 매직캐슬의 변화무쌍한 모습을 석촌

호수의 야경과 함께 즐길 수 있는 미디어 콘텐츠다. 세계 테마파크 중 최초로 크리스티 사의 Mystique™ 기술을 적용해 4만 안시루멘(ANSI-Lumens: 밝기 단위) 밝기의 영상을 또렷하게 구현했으며, 색감이 더욱 풍부한 RGB(리얼) 레이저로 야외에서도 입체감 있는 영상을 선보인다.

부산롯데호텔

주말 「애프터눈티 브런치」 출시

롯데호텔 부산은 5월 1일부터 6월 30일까지 두 달간 더라운지 앤 바에서 매주 토요일 영국으로 훌쩍 떠나는 한탄의 여행 「애프터눈 티 브런치 위드 로네펠트」를 운영한다. 12시부터 오후 2시 반까지 영국 정통식 푸드의 뷔페 스타일 메뉴와 작은 디저트들로 구성된 3단 트레이, 각종 로네펠트 티 등을 즐길 수 있다. 부산 특급 호텔 중에서는 처음으로 애프터눈 티와 영국식 브런치를 연결해 선보이는 「애프터눈 티 브런치」에서는 독일의 명품 홍차, 로네펠트의 잉글리시 브렉퍼스트, 얼그레이 등의 홍차와 페퍼민트, 레몬그라스 등의 허브차 및 과일차 등 총 12종의 티 중에서 1종을 선택해 맛볼 수 있다.

롯데물산

「2021 대한민국 대표브랜드 대상」 수상

롯데물산은 4월 15일 공유오피스 「워크플

렉스(Workflex)」가 「2021 대한민국 대표브랜드 대상」에서 「공유오피스 부문」 대표 브랜드로 선정됐다고 밝혔다. 「워크플렉스는 일(Work)과 유연한(Flexible)이라는 두 단어를 결합해 입주자의 개성과 특성에 맞춘 사무공간과 서비스를 제공한다는 의미를 담고 있다. 롯데월드타워점과 역삼점 2곳을 운영 중이며, 이번 브랜드 평가에서 다른 공유오피스에 비해 브랜드 충성도, 신뢰도, 품질 면에서 높은 점수를 받았다.

롯데정보통신

물류 특화 AI솔루션 개발

롯데정보통신은 4월 15일 시간당 15만 개의 물류를 자동 분류하고 부피를 계산하는 AI 솔루션인 「아라뷰 로지스틱스(ara View Logistics)」를 자체 개발했다고 밝혔다. 화물 8개 분류 정확도는 약 99%로, 일 350만 건 처리가 가능하다. 기존 BCR 센서 방식보다 단가를 정확히 선정해 화주사 택배 정산 시스템에 제공한다.

용인 글로벌 클라우드 데이터 센터 준공

롯데정보통신은 4월 2일 가산, 대전, 용인에 이어 4번째로 글로벌 클라우드 데이터센터를 준공했다. 연면적 약 1만 6,350㎡(4,946평), 높이 48.4m(9층) 규모로, 부지 선정부터 설계, 인프라 구축, 표

준 운영 정책 수립까지 자체 기술력으로 수행해 국제 표준 인증을 획득했다. 롯데정보통신은 이번에 준공한 데이터센터에서 친환경, 안전, 보안 측면의 최신 기술을 적용해 고객들의 빠른 디지털 전환을 지원할 계획이다.

대흥기획

비대면 창립기념일 행사 개최

대흥기획은 4월 7일 제39주년 창립기념일 행사를 유튜브 라이브로 진행하고 장기근속자 포상을 시행했다. 30년 근속자로는 구본욱C@M이 선정됐으며, 25년 근속 6명, 20년 근속 4명, 15년 근속 2명, 10년 근속 25명, 5년 근속 27명 등 총 65명이 장기근속자 명단에 올랐다. 그 뒤를 이어 광고제 수상 등 회사 소식을 알려주는 「DCG대소사」, 광고인의 드립력을 뽐낼 수 있는 「홍춘문예」 등 임직원이 참여할 수 있는 프로그램도 진행됐다.

롯데렌탈

그린카, 포티투닷과 제휴

롯데렌탈은 4월 16일 카셰어링 자회사 그린카가 자율주행 기술 기반 스타트업 포티투닷과 공동으로 미래 모빌리티 관련 공동 연구 개발 및 사업 진행을 위한 3자 공동 업무협약을 체결했다고 밝혔다. 롯데렌탈은 시사각각 변화하는 모빌리티 시

장을 선점하려면 자율주행 기반 모빌리티 플랫폼으로의 전환이 필요하다는 판단에 따라 이번 업무협약을 체결했다.

롯데글로벌로지스

「무인 운송 로봇」 자동화 센터 운영

롯데글로벌로지스는 4월 4일 경기 이천시 마장면 덕평리에 위치한 국내 최초 「무인 운송 로봇(AGV: Automatic Guided Vehicle)」 자동화 센터를 통해 풀필먼트(Fulfillment, 통합 물류관리) 서비스를 제공한다고 밝혔다. AGV는 보관된 물품을 주문 정보에 따라 상품 분류 담당 앞으로 자동 운반하며, 이러한 출고 상품 분류 자동화 시스템을 통해 「오픈킹 제로(ZERO)화」를 실현한다. 첨단 장비로 자동화된 덕평 풀필먼트 센터는 고객사 온라인 판매 상품의 물류 프로세스 전반을 일괄 수행하는 「All-in-one」 서비스를 제공한다.

「ICN Awards」 우수 물류기업상 수상

롯데글로벌로지스는 4월 8일 인천공항 운영 및 물류 허브 발전에 크게 기여한 우수 기업에 시상하는 「제5회 인천에어포트 어워즈(ICN Awards)」에서 2020년도 우수 물류기업으로 선정됐다. 롯데글로벌로지스는 목표물동량 달성률, 국제업무 역량, 사회적 가치, 관련 법규 준수에서 높은 평가를 받았으며, 지난 2019년에 이어 두 번



롯데시네마
2021 NCSI 1위 기업 인증식



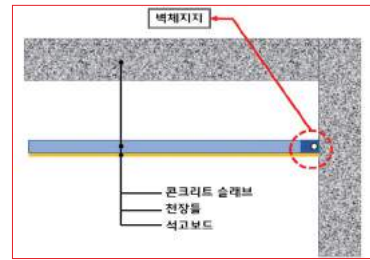
한국후지필름
「포토 플레이박스」



롯데케미칼
「F 디자인 어워드 2021」 본상 수상



롯데정밀화학
유룩스 광고모델



롯데건설
「벽체지지형 천장 시스템」



롯데중앙연구소
마이셀과 비밀 유지 협약 체결식

째로 우수 물류기업상을 수상했다.

롯데컬처웍스

롯데시네마 영화관 부문 6년 연속 1위

롯데시네마는 4월 14일 한국생산성본부 주관 2021년 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 영화관 서비스업 부문 6년 연속 1위를 차지했다. 롯데시네마는 극장의 기본 요소인 3S(Screen, Sound, Seat)를 강화하고 매점 상품 배달 서비스를 도입하는 등 고객 만족도와 경쟁력을 끊임없이 높이고 있다. 또한, 소모품들을 환경 친화적 제품으로 전환하며 대한민국 대표 영화관으로 자리매김하기 위해 노력 중이다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

고속 인쇄 「imagePRESS C170」 출시

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 4월 26일 디지털 고속 인쇄 솔루션 「imagePRESS C170」을 출시하고 상업 인쇄 및 오피스 시장을 공략한다고 밝혔다. 이번 신제품은 생산성과 출력 품질, 용지 대응력이 뛰어난 상업 인쇄는 물론 오피스 고객을 만족시킬 예정이다. 분당 흑백 80매, 컬러 70매의 빠른 출력 속도로, 대량 인쇄 시에도 고속 출력이 가능하다. 여기에 뛰어난 컬러 안정성으로 대량의 보고서나 브로슈어 출력 시에도 일관된 색감을 구현한다. 또한, 토너의 전사성이 뛰어난 「코트 ITB

벨트」를 채용해 두꺼운 종이나 요철이 있는 엠보스지와 같은 특수 용지에도 출력 가능하다.

한국후지필름

「포토 플레이박스」 특별 할인 진행

한국후지필름은 4월 12일부터 5월 31일까지 가정의 달을 맞아 「포토 플레이박스」 특별 할인 판매 이벤트를 진행한다. 「포토 플레이박스」는 핸드메이드 플라워 박스 전문 브랜드 「라쉴트」의 플라워박스에 한국후지필름의 제품을 더한 센스 있는 선물 상자다. 핑크와 퍼플 컬러로 선보이며, 즉석카메라 「인스탁스 미니11」이 함께 구성된 「인스탁스 플라워박스」와 「사진액자와 용돈박스」로 구성된 포토 플라워 용돈박스」 2종 중 받는 사람의 성별, 취향, 연령 등에 따라 선택할 수 있다. 「포토 플레이박스」는 한국후지필름 온라인몰과 카카오톡 쇼핑 채널에서 만나볼 수 있으며, 전국의 FDI 사진관에서도 구매 가능하다.

「인스탁스 미니 리플레이」 대여

한국후지필름은 5월 1일부터 12월 31일까지 시그니엘 부산과 컬래버를 통해 Bridal Shower 패키지, Eternal Promise 패키지를 이용 고객에게 특별하고 행복한 순간을 담을 수 있도록 「인스탁스 미니 리플레이」 1대 대여 및 미니필름 20매를 증정한다.

「인스탁스 미니 리플레이」를 사용하면 디스플레이를 통해 촬영한 사진 중 원하는 사진만을 선택해 출력할 수 있다. 특히, 촬영 순간의 음성을 녹음하는 「사운드」 기능이 추가돼 눈길을 끈다.

석유화학·건설

롯데케미칼

「iF 디자인 어워드 2021」 본상 수상

롯데케미칼은 4월 12일 「iF 디자인 어워드 2021」에서 총 2개의 본상을 수상했다. 「iF 디자인 어워드」는 세계 3대 디자인상으로 평가받는다. 롯데케미칼은 Professional Concept 부문 User Interface 카테고리에서 2개의 본상을 수상했다. 이번에 수상한 2개 소재는 다양한 공법과 연계해 새로운 라이팅 효과를 구현했으며, 라이팅이 부각되는 자율주행 모빌리티 및 스마트 ICT, 가전제품 등에 적용할 수 있다. 또한, 효율적인 구조의 설계가 가능해 생산성과 경제성이 높은 솔루션이다.

롯데정밀화학

유룩스, 광고모델 재계약

롯데정밀화학은 4월 14일 자사 요소수 제품 유룩스의 광고모델인 롯데자이언츠 치어리더 박기량, 안지현과의 계약을 연장했다. 지난해 중독성 강한 CM송과 두 모

델의 수려한 안무를 담아낸 광고는 한 달 만에 1,000만 뷰를 돌파하는 등 큰 반응을 얻었다. 올해 광고에서는 기존 유룩스 시그니처 송과 안무에 더해 새로운 스타일의 영상미를 선보일 예정이다. 해당 광고는 5월부터 지상파 방송과 케이블TV, 온라인 등을 통해 방영된다.

롯데건설

「벽체지지형 천장 시스템」 개발

롯데건설은 4월 20일 공동주택 층간소음 저감 효과를 높일 수 있는 「벽체지지형 천장 시스템」을 서울시립대학교 산학협력단, 신호산업과 공동으로 개발했다고 밝혔다. 이 시스템에는 바닥 슬래브에 직접 고정되는 달대 설치를 최소화해 상부 세대 진동의 전달 경로를 차단하고, 벽체에 고정하는 방식을 채택해 층간소음을 줄이는 원리를 적용했다. 해당 기술은 국토교통과학기술진흥원의 지원을 받아 수행 중인 국책 연구과제의 추진 성과로, 현재 관련 특허 5건을 출원한 상태다.

롯데CM사업본부

「BIM Navisworks 심화과정 실습 교육」

롯데CM사업본부는 3월 31일부터 4월 21일까지 4주 동안 매주 수요일 3D 설계도면 검토능력 향상을 위한 「BIM Navisworks 심화과정 실습 교육」을 시행했다.

외부강사를 초빙해 진행된 이번 교육은 사내강사 3명을 포함한 직원 10명을 대상으로, Navisworks 정합성 검토(3D), 공정 시뮬레이션(4D), 공사비 추정(5D) 실무 위주 교육으로 구성됐다.

연구·지원

WELFARE·R&D

롯데중앙연구소

버섯 균사체 대체육 연구 NDA 체결

롯데중앙연구소는 4월 16일 마이셀과 식품화 연구를 위한 NDA(Non-Disclosure Agreement, 비밀 유지 협약)를 체결했다. 이번 NDA 체결을 통해 롯데중앙연구소는 마이셀이 버섯 뿌리(균사체) 발효 기술로 개발한 대체육을 활용해 식품화하는 개발 및 연구를 가속화할 예정이다. 롯데중앙연구소는 마이셀의 균사체 기반 식품 소재를 활용해 기존 대체육 소재로 쓰던 콩의 한계점을 극복함으로써, 날로 커져가는 대체육 시장의 수요에 대응할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

롯데문화재단

에스메라르넷 공연 개최

롯데콘서트홀은 5월 11일과 16일 양일간 하우스 아티스트 시리즈 에스메라르넷 공연을 개최한다. 이번 공연에서 에스메라르넷은 현악 사중주의 역사를 아우르는

주요 작품들 중 모차르트, 드뷔시, 차이코프스키, 슈베르트의 작품 등을 선보인다. 아울러 5월 22일에는 4회에 걸쳐 짧은 기간 내에 세계 무대를 재패한 에스메라르넷의 특별한 연주비법을 직접 배우는 마스터 클래스도 개최한다. 마스터 클래스 신청 자격은 17~30세 미만의 국내 예술고등학교 혹은 음악대학에 재학 중인 현악 사중주 팀으로, 총 네 팀을 선발한다.

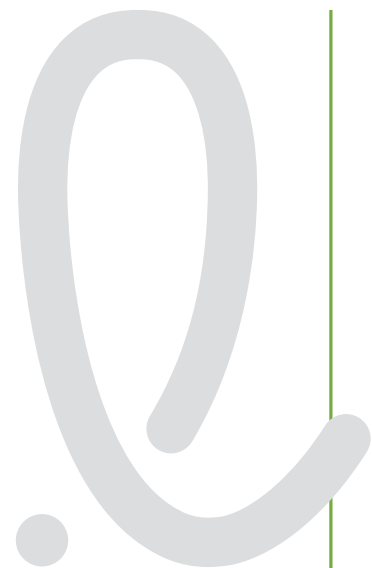
롯데의료재단

온라인 춘계학술대회 참석

롯데의료재단 보바스기념병원은 4월 3일 나해리 뇌건강센터장이 온라인으로 진행된 대한신경과학회 춘계학술대회에 참석했다고 밝혔다. 이날 나해리 뇌건강센터장은 「신경과 발전을 위한 정책 세션」의 주요 연사로 참석해 신경과학회의 발전을 위해 다양한 의견을 나눴다.

백신 조기 접종 위탁의료기관 선정

롯데의료재단 보바스기념병원은 4월 19일부터 성남시로부터 2분기 접종 대상자 중 일부 대상자에게 조기 접종하는 코로나19 백신 접종 위탁의료기관에 선정돼 접종에 들어갔다. 조기 접종 대상자는 장애인, 노인 돌봄 종사자, 항공승무원 등이며, 보바스기념병원은 전 임직원 및 입원환자, 간병인 등에 대해 1차 접종을 완료했다.



롯데제과

「카스타드」 플라스틱 완충재, 종이로 대체



롯데제과는 4월 15일 「카스타드」의 플라스틱 완충재를 전량 종이 재질로 변경한다고 밝혔다. 이는 환경 문제에 적극 대응하면서도 제품의 품질은 최고 수준으로 유지하기 위한 조치다. 롯데제과는 9월 이전에 대용량 「카스타드」 제품에 쓰이던 플라스틱 완충재 생산을 전면 중단하고 모두 종이 소재 완충재로 대체할 예정이다. 이를 통해 연간 350톤 이상의 플라스틱을 줄일 수 있을 것으로 예상된다.

롯데칠성음료

「칠성사이다」에 브랜드명 점자 표기 적용



롯데칠성음료는 4월 20일 「칠성사이다」 페트병 500mL 제품에 브랜드명 「칠성사이다」를 점자로 표기한다고 밝혔다. 롯데칠성음료는 4월 초 「아이스 8.0」 300mL 제품에 점자를 표기한 것을 시작으로 이번에 「칠성사이다」에도 점자 표기를 확대 적용했으며, 향후 다양한 음료 브랜드의 점자 표기를 확대할 계획이다. 점자는 페트병 몸체 상단에 표기되며, 시각 장애인들이 점자를 쉽게 해독할 수 있도록 점자의 높이와 간격을 표준 규격에 맞췄다. 또한, 정확한 점자 표기를 위해 사단법인 서울시각장애인연합회의 도움을 받

아 여러 차례 감수를 거쳤다.

롯데유통사업본부

ESG 현장 실천 가이드북 배포



롯데유통사업본부는 4월 1일 ESG의 가치를 전파하고, 전국 1,322명의 현장관리자와 패밀리사원이 일상생활과 업무에서 이를 실천할 수 있도록 「ESG 현장 실천 가이드북」을 제작·배포했다. 이 가이드북에서는 ESG의 기본 개념부터 각 주제별 주요 이슈에 대한 그룹사 및 유통사업본부의 활동 사례를 일목요연하게 소개하고, 현장 직원들이 매장 출근부터 퇴근까지 실질적으로 실천할 수 있는 방법인 반품 줄이기, 집기 재활용하기, 활동 비품 재사용하기 등을 이해하기 쉽게 이미지 중심으로 설명했다. 또한, 직원들이 언제 어디서나 가이드북을 반복 학습해 체화할 수 있도록 5분 내외의 영상으로 별도 제작해 자체 이러닝센터에 올렸다.

롯데마트

「리조이스 심리상담소」 오픈

롯데마트는 4월 30일 내방 고객 및 임직원들의 심리 케어를 지원하기 위해 잠실점 6층에 「리조이스 심리상담소」를 오픈했다고 밝혔다. 「리조이스 심리상담소」는 롯데쇼핑의 대표적인 사회공헌활동인 「리조이스」 캠페인의 일환으로, 심리 상담뿐만 아니라 굿즈 판매, 원데이 클래스 등을 진행한다. 또한, 임직원을 위한 특별 프로모션도 제공해 마음돌봄 프로그램을 한층 강화할 예정이다.

롯데홈쇼핑

도심 숲 조성 사업 식목 행사 진행



롯데홈쇼핑은 4월 5일 서울 영등포구 여의샐강생태공원에서 미세먼지 저감을 위한 친환경 녹지공간 「숨:편한 포레스트 1호」 조성을 기념하며 기념 식수를 심는 행사를 진행했다. 향후 롯데홈쇼핑은 여의샐강생태공원 약 4,000㎡ 면적에 총 3,000그루의 나무를 심고, 운동 및 편의시설, 산책로 등을 조성해 누구나 이용할 수 있도록 도심 속 쉼터를 제공할 예정이다. 롯데홈쇼핑은 2025년까지 미세먼지 집중관리구역 등 취약계층 밀집지역에 총 50만 그루의 나무를 심어 「숨:편한 포레스트」 50곳을 조성할 계획이다.

롯데월드

친환경 상품 출시 및 생분해성 빨대 도입



롯데월드는 4월 7일 테파마크에서 발생한 페PET를 수거해 만든 업사이클링 친환경 상품을 출시하고 파크 내 상품점에서 판매를 시작했다. 롯데월드는 지난해 11월부터 수거함을 설치해 모은 3만여 개의 페PET를 재활용해 업사이클링 필통을 제작 및 판매하고, 그 수익금을 다시 환경보호 기금으로 활용하는 자원 선순환 프로젝트를 진행하고 있다. 그뿐만 아니라 4월부터는 롯데월드 어드벤처 내 식음 매장에

플라스틱 대신 옥수수 전분으로 만들어진 토지 매립 시 100% 분해되는 친환경 생분해성 빨대를 도입했다. 롯데월드는 2022년까지 파크 내 전 식음 매장에 친환경 빨대를 도입할 계획이다.

롯데자이언츠

부산시와 함께 마스크 300만 장 기부



롯데자이언츠는 4월 16일 삼성과의 경기에서 앞서 부산시와 부산 사회복지공동모금회에 마스크 300만 장을 기부하는 행사를 가졌다. 이번 기부는 자이언츠가 팬들에게 받은 사랑을 바탕으로 이웃 사랑을 실천하고 취약계층에 희망을 전달하는 사회공헌활동의 일환으로 계획됐다. 이날 기부된 마스크는 부산 사회복지공동모금회를 통해 도움이 필요한 부산지역 16개 구군 이웃들에게 고루 배포될 예정이다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션

「안전 우산 제작하기」 봉사활동 실시



캐논코리아 비즈니스 솔루션은 4월 23일 빗길 어린이 교통사고 예방을 위한 「안전 우산 제작하기」 봉사활동을 실시했다고 밝혔다. 사단법인 「함께하는 한숲」과 연계해 지난 3월 3일부터 실시한 이번 봉사활동은 코로나19로 인해 비대면으로 진행됐으며, 300여 명의 임직원이 참여했다. 「안

전 우산 제작하기」는 비 오는 날 더 자주 발생하는 어린이 교통사고를 예방하기 위해 운전자의 눈에 쉽게 띄는 반사 스티커를 투명 우산에 부착해 안전 우산을 제작하는 활동이다. 자택으로 봉사 키트를 배송받은 임직원이 안전 우산을 제작해 완성하고, 이것을 「함께하는 한숲」에 개별적으로 반품 배송하는 방식으로 진행됐다. 「함께하는 한숲」은 완성된 안전 우산 300개를 서울시 금천구 지역아동센터 연합회에 기부할 예정이다.

롯데엠시시

재가장애인 지정후원 후원금 기탁



롯데엠시시는 4월 14일 대표이사과 근로자 대표가 함께 송파인성장애인복지관을 방문해, 지역사회 재가장애인 생계비 및 의료비 지정 후원을 목적으로 기부금을 기탁했다고 밝혔다. 해당 기부금은 롯데엠시시의 사회공헌제도인 매칭그랜트를 통해 조성됐다. 매칭그랜트는 직원의 급여에서 일부를 정기적으로 적립하고 회사가 직원의 기부액과 동일한 금액을 적립해 기금을 조성하는 제도다. 롯데엠시시는 2013년부터 이 제도를 실시해 오고 있다.

롯데정밀화학

전사 임직원 참여 걸음 기부 캠페인 진행

롯데정밀화학은 4월 26일 전사 임직원 및 가족이 참여하는 걸음 기부 캠페인을 진행한다고 밝혔다. 걸음 기부 전문 애플리케이션 「빅 워크(Big Walk)」를 활용해 한 달간 진행되는 이번 캠페인은 코로나19

장기화로 인해 대면 봉사가 어려워진 상황에서 일상 속 나눔을 실천하고, 동시에 건강도 증진하고자 기획됐다. 롯데정밀화학은 임직원과 가족이 목표 걸음 3,500만 보를 달성할 시 밀알복지재단에 기부금 3,500만 원을 전달할 계획이다.

롯데케미칼

세계 최초 UL 「EPD」 인증 획득

롯데케미칼은 4월 14일 자사 컴파운드 제품이 세계 최초로 미국 글로벌 안전, 환경 인증기관인 UL(Underwriter's Laboratory)로부터 「EPD(ENVIRONMENTAL PRODUCT DECLARATION, 환경성적표지)」 인증을 취득했다고 밝혔다. 롯데케미칼은 지구 온난화 및 환경 문제 이슈로 인해 제품의 환경영향평가 결과와 친환경 인증에 관한 글로벌 고객들의 관심이 높아지고, 제품 생산에 대한 전 과정 평가수행 결과에 따라 이산화탄소 배출량 등에 대한 요청이 지속적으로 증가하는 추세에 적극 대응하고자 본 인증을 취득했다. 이번에 인증을 취득한 GC-1214 소재는 재활용 플라스틱 원료인 PCM PC를 적용한 첨단소재사업의 대표적인 소재로서, 생산 과정 내 이산화탄소 배출량 절감과 우수한 난연 성능을 확보해 대형 가전제품 용도 등으로 활발히 사용되고 있다.

롯데건설

장애인 바리스타 카페 운영



롯데건설은 4월 20일 서울 강동구 소재 둔촌아파트 현장 내에 장애인 바리스타

카페를 오픈하고 운영 중이라고 밝혔다. 지난해 8월 롯데건설이 「향기내는 사람들」과 협업해 오픈한 이 카페는 오전 8시부터 오후 5시까지 운영되며, 총괄 매니저 1명과 장애인 바리스타 5명이 근무한다. 롯데건설은 현장별 장애인 고용 의무제 시행과 더불어, 장애인 인식 개선 교육을 지속적으로 병행 실시하는 등 편견 없는 조직문화 조성을 위해 힘쓰고 있다.

롯데알미늄

실버세대 안전지킴이 캠페인 후원



롯데알미늄은 4월 1일 소방청이 주최하는 화재취약 실버세대 안전지킴이 캠페인에 생활용품 선물세트를 기부했다고 밝혔다. 기부된 생활용품 선물세트는 독거노인 약 500가구에 은퇴 소방관들이 전달할 예정이다.

롯데중앙연구소

놀이 과자 만들기 사회공헌활동 진행

롯데중앙연구소는 4월 8일 서울 내발산동에 위치한 발음지역아동센터 아동을 대상으로 놀이 과자 키트 만들기 사회공헌 활동을 비대면으로 진행했다. 이 활동은 롯데중앙연구소 사내벤처 사업으로 추진 중인 「남남연구소」에서 진행하는 온라인 쌍방향 클래스로, 아이들은 일일 식품 연구원이 돼서 자신만의 과자를 만들어 볼 수 있다. 5~9세 아이들을 대상으로 진행되는 이 클래스에서는 약 40분간 다양한 놀이활동을 통해 호기심을 기르며, 나만의 DIY 간식을 직접 만들어 보는 체험

이 가능하다. 뿐만 아니라 식재료에 관한 재미있는 이야기를 통해 올바른 식습관을 기르는 교육 효과 또한 얻을 수 있다.

롯데장학재단

독립유공자 후손 장학금 지급



롯데장학재단은 4월 28일 서울 프레스센터에서 독립유공자 후손 47명에게 장학금 수여식을 진행하며 3억 5,000만 원 규모의 장학사업 시작을 알렸다. 롯데장학재단은 지난해 독립유공자 후손 40명을 선발한 데 이어 올해는 지난 4월 19일 47명의 최종 선발을 완료했다.

코로나19 피해가정 특별 장학금 지급

롯데장학재단은 4월 9일 코로나19 감염자가 급증하고 있는 상황을 반영해, 지난해에 이어 올해도 코로나19 피해 가정(실업, 소규모 자영업자, 무급휴직자 등) 중 초·중·고 자녀가 있는 500가정을 대상으로 2억 7,000만 원 규모의 장학금을 지급했다.

롯데삼동복지재단

어린이날 선물세트 전달

롯데삼동복지재단은 4월 27일 울산 사회복지공동모금회를 통해 아동, 장애인 복지시설 등 81곳에 5,800만 원 상당의 어린이날 선물세트를 전달했다. 롯데삼동복지재단은 2010년부터 올해까지 12년째 어린이날 선물세트를 지원해 왔으며, 올해는 소외계층 어린이 2,216명에게 과자와 유산균이 포함된 선물세트를 지원했다.

서대리의 유기농 카툰



사 보 기 자

FOODS (식품)

롯데제과 박종민(홍보팀)	롯데푸드 신지훈(홍보팀)	롯데네슬레코리아 오윤주(인사부)
롯데칠성음료 윤민우(음료커뮤니케이션팀) 김홍수(주류커뮤니케이션팀)	롯데GRS 오택용(커뮤니케이션담당)	롯데유통사업본부 정세원(전략기획담당)

RETAIL (유통)

롯데백화점 최지수(홍보1팀)	롯데슈퍼 박은지(홍보1팀)	코리아세븐 이나라(홍보팀)	롯데하이마트 김채린(홍보팀)
롯데마트 박은지(홍보1팀)	롯데ON 조아현(홍보기획팀)	롯데홈쇼핑 서진아(홍보팀)	롯데멤버스 정은영(전략기획팀)

TOURISM·SERVICE (관광·서비스)

롯데호텔 원정아(커뮤니케이션팀)	부산롯데호텔 진수정(마케팅담당)	롯데정보통신 이채원(홍보팀)	롯데글로벌로지스 김지현(커뮤니케이션팀)
롯데리조트 유다솔(전략기획팀)	롯데물산 최경근(홍보팀)	대흥기획 이희연(PR셀)	롯데컬처웍스 박기웅(홍보팀)
롯데면세점 이재경(홍보팀)	롯데제이티비 이문규(영업전략팀)	롯데자이언츠 이재현(홍보팀)	캐논코리아 비즈니스 솔루션 하석재(마케팅부문)
롯데월드 함동현(커뮤니케이션팀)	롯데상사 장다감(경영지원팀)	롯데렌탈 장기동(IR팀)	한국후지필름 정수웅(광고판촉팀)

PETROCHEMICAL·CONSTRUCTION (석유화학·건설)

롯데케미칼 노재홍(커뮤니케이션팀)	롯데건설 이수연(홍보팀)	롯데알미늄 박해진(기획팀)
롯데정밀화학 김경민(일반지원팀)	롯데CM사업본부 임형재(경영지원팀)	롯데엘시시 윤수민(HR팀)

FINANCE (금융)

롯데캐피탈 이진우(경영혁신팀)

WELFARE·R&D (복지·연구)

롯데중앙연구소 정재윤(연구지원팀)	롯데미래전략연구소 성미홍(지원담당)	롯데재단 김창희(장학·복지)/김충훈(삼동)
롯데인재개발원 장보근(기획팀)	롯데문화재단 김기해(사업기획파트)	롯데의료재단 김경문(커뮤니케이션팀)

4월호 정답

① 아스트라제네카 ② Time to Win ③ 광고천재 이상준

2021년 4월호 당첨자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)

롯데건설 플랜트건설팀 김진민
롯데멤버스 디지털분석사업팀 김동원

롯데렌터카 1일 이용권

롯데하이마트 경기지사 북수원점 방설희

롯데백화점 상품권(3만 원권)

보바스기념병원 재활치료부 윤승수
코리아세븐 음료주류팀 송승배

롯데푸드 로스팜 선물세트

롯데정보통신 업무지원팀 조은영
롯데스카이힐CC 부여 프린트/예약담당 김해수

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)

롯데월드 민속박물관 김영미
롯데푸드 빙과영업2팀 부산지점 안선경
롯데건설 면세점명동본점E 증축공사 관리팀 방하나

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)

시그니엘 서울 영업지원담당 이혜인
롯데글로벌로지스 글로벌사업본부 윤성운

엔제리너스 상품권(1인 4매)

롯데시네마 안산관 김미진
롯데하이마트 상무점 현은주

봉합엽서

보내는 사람 :

주소 :



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



각사 사보기자 혹은
사보 이메일로
송부 바랍니다.

「사보」 롯데 「월」 2021 May



함께 가는 친구, 롯데

편집후기

계절의 여왕이라는 5월입니다.
코로나19로 마음껏 향유하지 못함이 아쉽지만,
롯데인들의 마음에는 향긋한 꽃내음이
가득하시길 바랍니다.

김민진 : minjinkim@lotte.net

올 초에 세웠던 다짐을
「새로고침」해봐도
늦지 않은 5월입니다. :)
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. 롯데 브랜드 가치 상승에 기여한 팀에 회장 명의의 상을 수여하는 롯데그룹 통합 시상식은?

02. 롯데케미칼이 페PET를 화학적으로 재활용해 생산하는 제품은?

03. 체다, 고다, 에멘탈, 모차렐라, 크림치즈가 들어 있는 롯데리아 버거의 이름은?

♥ 이번 호에서 좋았던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 이번 호에서 아쉬웠던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 사보「롯데」에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.