

롯데

www.lotte.co.kr

2021 June 06



COVER STORY

VOL.542 | 06.2021



롯데면세점 브랜드팀 LIVE커머스담당 진소민 대리, 이예지 사원, 최가연 책임, 최미화 매니저

지난해 12월 신설된 롯데면세점 LIVE커머스담당은 「럭스몰 라이브」를 통해 글로벌 브랜드의 가방, 신발, 의류 등 다양한 면세품을 출국 과정 없이 고객들이 편리하게 받아 볼 수 있도록 판매하고 있다. 사보 「롯데」 6월호 커버는 상품 선정 과정부터 쇼호스트 역할까지 맡아 「럭스몰 라이브」 방송을 진행하고 있는 최미화 매니저(오른쪽 첫 번째)와 최가연 책임(오른쪽 두 번째)이 장식했다. 최미화 매니저는 고객들에게 더 좋은 혜택으로 상품을 소개할 수 있도록 방송 콘텐츠 기획, 브랜드 선정 등 라이브 방송을 총괄하고 있으며, 최가연 책임은 전반적인 방송 진행 및 운영, 진소민 대리는 상품 소싱 및 매출 관리, 이예지 사원은 고객 타겟팅 및 홍보를 담당하고 있다.

社報 「롯데」 月刊 542호(사내보) 2021년 6월호 제52권 6호 2021년 6월 10일 발행

디자인 designpage 02.324.9422 표지 고광훈 인쇄 상현원색 재판 스토리19

발행 및 편집 롯데지주(주) 커뮤니케이션실 홍보팀 서울시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 17층(Tel: 02.750.7042 Fax: 02.750.7147)

CONTENTS

FOCUS

02 클로즈업

04 기획

⑥ 코리아세븐 ESG 경영활동

08 롯데 히든 히어로

⑥ 롯데물산 김세민 담당

10 특집

「2021 롯데 오픈」 개최

14 사보 이벤트

「2021 롯데 오픈」 응원 글 공모

16 정보마당 ①

김정기 X Project LOOP 아트 콜라베이션

19 사보 「롯데」 7월호 이벤트 공고

김정기 X Project LOOP 아트 콜라베이션

20 인사이드 롯데

롯데글로벌로지스 「풀필먼트 서비스」

24 현장 스케치

롯데면세점 패밀리 콘서트

28 롯데 뉴 트렌드

남남연구소

30 정보마당 ②

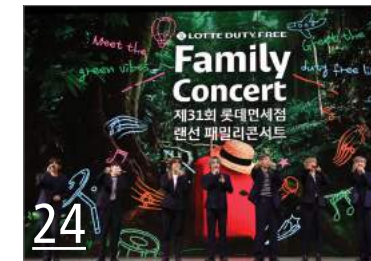
롯데컬처웍스 사업다각화

32 롯데 광고 이야기

롯데백화점 「RED SUN」

34 롯데 감성 여행

평화 기원 여행지



LIFE

36 NEWS UPDATE

42 NEWS ESG

46 사보 「롯데」 추천 도서

47 서대리의 유기능 카툰

48 사보기자 및 퀴즈 당첨자

CLOSE UP

»

신동빈 회장, 고부가 스페셜티 소재 생산 현장 방문

신동빈 회장은 5월 15일 인천남동공업단지에 위치한 롯데정밀화학 인천공장을 방문했다. 최근 증설 작업을 마친 롯데정밀화학인천공장은 국내 유일의 식·의약품 셀룰로스 유도체 생산공장으로, 식물성 의약 코팅 및 캡슐 원료로 쓰이는 「애니코트」와 대체육이 육류 고유의 식감을 내는 데 필수적인 첨가제인 「애니애디」를 생산 중이다. 신동빈 회장은 인천공장의 생산설비를 점검하고, 그 린소재(고기능성 셀룰로스 계열 제품)의 개발 방향 등에 관해 현장 관계자들과 의견을 나눴다. 또한, 같은 날 신동빈 회장은 경기도 안산시 반월산업단지에 위치한 롯데알미늄 안산공장도 방문했다. 롯데알미늄은 지난해 9월 안산1공장에 2차전지의 필수 소재인 양극박 생산라인을 증설해 연간 1만 1000톤의 양극박을 생산하고 있다. 신동빈 회장은 「고부가 스페셜티 및 배터리 소재에 대한 투자를 더욱 확대해 글로벌 경쟁력을 갖춘 기업으로 거듭날 것을 주문하며 「ESG(환경·사회·지배구조) 요소에서 신규 사업의 기회를 선제적으로 발굴해 지속 가능한 성장동력을 확보해야 한다.」라고 강조했다.



»

2021 롯데그룹 사외이사 초청행사 진행

롯데는 6월 2일 서울 잠실 롯데월드타워에서 롯데 그룹 10개사 신임 사외이사 19명을 초청해 롯데에 관해 소개하는 시간을 가졌다. 이날 참석자들은 롯데월드타워 19층 EBC를 방문해 롯데의 역사, 현재, 미래를 담은 영상을 시청하고, 자리를 옮겨 경영혁신실의 「롯데 경영비전과 전략」, HR혁신실의 「롯데 인재육성과 기업문화」, 커뮤니케이션실의 「롯데그룹 CSV활동」의 경영 브리핑을 차례로 참관했다. 이 자리에서 롯데지주 송용덕 부회장은 롯데가 더 발전된 방향으로 나아갈 수 있도록 사외이사의 애정 어린 관심과 따듯한 질책 그리고 객관적인 조언을 부탁했다.



»

롯데벤처스, 사명 변경 및 벤처캐피탈 기능 강화

롯데벤처스는 5월 21일 창립 5주년을 맞아 사명을 롯데액셀러레이터에서 롯데벤처스로 변경했다. 이번 사명 변경을 계기로 롯데벤처스는 초기 단계의 스타트업을 발굴해 지원하는 액셀러레이터에서 한걸음 더 나아가 중기, IPO 전 단계의 스타트업에까지 투자하는 벤처캐피탈의 기능을 한층 강화할 계획이다. 지난 2017년 신기술사업금융회사를 겸하게 된 롯데벤처스는 9개 펀드, 총 1,549억 원 규모의 투자금을 운영하고 있으며, 올해는 약 500억 원 규모 펀드를 추가로 조성해 스마트시티, 화학/소재 분야의 혁신적인 스타트업 투자에도 나설 예정이다.



코리아세븐, 공감·공생경영 통해 지속가능한 기업으로 도약하다

코리아세븐은 올해 1월 「미래 10년을 위한 2030 ESG 경영」을 선언한 이후 관련 활동을 꾸준히 추진하고 있다. 환경 「Green 7」, 사회 「Angel 7」, 투명경영 「With 7」 등 테마별 캐치프레이즈를 세워 공감과 공생의 역할을 다하며 사회적 기업으로 나아가는 코리아세븐의 ESG 경영활동에 대해 알아보자.

친환경 가치「Green7」, 친환경으로 상품의 가치를 높인다

코리아세븐은 최근 친환경 상품 라인업 강화와 친환경 사회공헌활동에 박차를 가하고 있다. 세븐일레븐은 지난 2018년 유통업계 최초로 재활용이 가능한 투명 얼음컵을 도입했고, 지난해 11월에는 펌트병, 캔 자동수거기인 「AI 순환자원 회수로봇」을 설치하고 현재 총 6대를 운영하며 환경 보호에 앞장서고 있다.

올해는 플라스틱 빨대를 사용하지 않아도 편리하게 마실 수 있는 친환경 아이디어 상품 「빨대없는 컵커피」 2종을 선보였으며, 환경부 친환경 인증마크를 받은 PB 생활용품(7종) 운영, 친환경 바이오 펌트를 활용한 샐러드 상품 등도 출시했다. 또한, PB 생수 브랜드 리뉴얼과 함께 무라벨 생수로 재출시한 「얼쭈얼수」와 자연상태에서 100% 생분해되는 친환경 봉투도 도입해 친환경 소비문화 조성에 앞장서고 있다.



「빨대없는 컵커피」(좌), 무라벨 생수 「얼쭈얼수」(우)

이와 함께 코리아세븐은 친환경생활 저변 확대와 인식 개선을 위해 다양한 활동을 추진하고 있다. 코리아세븐의 「친환경 동전모금활동」은 3년 전부터 이어져 왔으며, 전국 가맹점과 함께 하는 대표적인 친환경 사회공헌활동으로서 환경기금을 위한 누적 모금액이 2억 2,000만 원을 넘어섰다. 또한, 환경부와 함께 「라(벨)떼(기)는 말이야」라는 국민 공감 캠페인을 진행해 투명 펌트병을 올바르게 버리는 방법을 알리고 동참을 유도해 자원순환 활동의 중요성을 알리고 있다. 환경부가 주관하는 탈플라스틱 캠페인 「고고챌린지」에도 동참하는 등 친환경 생활문화 정착을 위한 노력도 기울이고 있다.



세븐일레븐 친환경 동전모금액 전달식



「라(벨)떼(기)는 말이야」 캠페인

사회적 가치 「Angel 7」, 지역사회를 위한 공익활동을 강화하다

코리아세븐은 전국 단위의 촘촘한 인프라를 활용해 사회 안전망 구축과 취약계층을 위한 공익활동도 적극 전개하고 있다. 경찰청과 아동안전지킴이집 협약을 맺고 전국 1만 1,000개 점포와 함께 아동학대 예방을 위한 「도담도담 캠페인」을 진행하고 있으며, 아동학대 예방 문구를 담은 PB 상품을 판매하는 것 외에 POS 객면 화면 내에 안내문 등도 게재하고 있다.

또한, 사회취약계층을 위한 지원제도도 운영 중이다. 북한이탈주민과 한부모가족의 일자리 창출과 자립 기반 조성을 위해 열매나눔재단, 한부모가족회 한가지와 업무협약을 체결하고, 편의점 창업의 초기 투자 비용을 비롯한 각종 지원 프로그램 등을 지원하고 있다.

이 외에도 아동복지시설, 쪽방촌 등 소외계층을 위한 위한 맞춤 나눔활동을 꾸준히 펼치고 있으며, 점포 현장의 의로운 행동이나 선행활동 등 미담사례를 적극 발굴하는 「세븐 히어로」 등을 통해 나눔문화를 확산하기 위해 노력하고 있다.



세븐일레븐 아동안전지킴이집



「엔젤스토어」 1호점 오픈



세븐일레븐 상생협약 체결



ESG 경영 선포식

투명한 기업경영 「With 7」, 신뢰받는 기업으로 나아가다

코리아세븐은 투명한 준법경영과 동반성장을 위한 노력도 계속하고 있다. 코리아세븐은 2017년 업계 최초로 인증받은 「반부패경영시스템(ISO37001)」을 지속적으로 유지 및 발전시켜 나가는 동시에, 현장의 준법경영 실천을 위한 계획 수립 및 평가 등 투명한 공정거래문화를 조성하고 고객에게 신뢰받는 국민 기업으로 거듭날 수 있도록 최선을 다하고 있다.

이와 더불어 가맹점 상생협약을 체결해 상생경영을 실천하고 있다. 점포 업무 시스템 간소화 및 효율화를 통한 운영 편의 증진 등에 초점을 맞춰 지속성장 가능한 점포 운영 환경을 조성하기 위해 아낌없이 투자 중이다.

코리아세븐은 지속가능한 미래가치를 창출하는 사회적 기업이 되기 위한 ESG 경영활동을 향후 10년간 집중적으로 전개해 나갈 예정이며, ESG 경영 실천을 통해 경영주, 고객, 파트너사 등 모든 이해관계자들과 사회로부터 사랑받는 기업으로 성장해 나갈 것이다. ①

이나라_코리아세븐 홍보팀 대리



남다른 아이디어로 돌파구를 찾아내는 롯데물산 에너지이저 김세민 담당을 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 롯데물산 강선우 대리의 추천을 받은 김세민 담당의 사례다.

06

HIDDEN HERO

롯데물산 김세민 담당



좀처럼 끝나지 않는 팬데믹. 모두가 코로나 블루에 잠식된 듯한 지난해. 명실상부 대한민국 랜드마크인 롯데월드타워 역시 마케팅활동이 전면 취소 또는 연기되며 대폭 축소되었습니다. 오프라인 공간 기반 마케팅에 필수적인 「집객」이 어려운 만큼, 악화되는 사회 분위기에 따라 우리의 활로 또한 위축되는 분위기였습니다. 이때, 김세민 담당은 남다른 열정과 아이디어로 돌파구를 찾아냈습니다. 그의 노력으로 탄생한 「롯데월드타워 SUMMEREST 2020(롯데월드타워 최상층 비박 & 잔디광장 BMW 차박)」행사는 일상에서 활기를 찾기 힘든 지난해 여름, 고객과 임직원 모두에게 희망의 메시지와 치유의 시간을 선물했습니다.

롯데월드타워 최상층인 랜턴부를 마케팅 행사 공간으로 활용한다는 것은 그간 안전을 최우선시해 온 롯데물산 입장에서는 쉽지 않은 결정이었습니다. 그러나 김세민 담당은 쉽게 포기하는 대신, 특별한 공간에 맞는 특별한 대책을 세웠습니다. 전문 산악인들을 배치하고 상황별 매뉴얼을 만들어 관련 협업 부서의 조언

또한 적극적으로 반영하며, 전례 없는 이벤트를 현실성 있게 추진한 것입니다.

야외라는 특성상 해당 행사는 코로나19 감염 추이와 날씨 상황에 많은 영향을 받았습니다. 매회 운영방식과 대책을 시시각각 조절해야 했고, 「숙박」 프로그램인 만큼 고객 반응과 클레임 등을 밤새 수시로 살펴야 했습니다. 타워 최상층 랜턴 비박의 경우, 안전 이슈 방지를 위해 상시 상황 체크가 필수적이었습니다. 부족한 수면시간, 난해한 기상변화와 돌발상황들 속에서도 김세민 담당은 에너지 넘치는 모습으로 명확한 판단력을 발휘했습니다.

해당 행사에서 무척 인상적이었던 것은 김세민 담당이 평소 캠핑을 즐기는 자신의 취미를 프로젝트로 엮어낸 점이었습니다. 한번은 행사 진행 중 태풍, 낙뢰 등 기상상황이 밤새 급변해 오전 「야외 요가」 프로그램을 쇼핑몰 아트리움 진행으로 급히 변경하기도 했는데, 오히려 해외 광고에 나올 법한 뷰가 연출돼 고객들로부터 더 나은 피드백을 얻기도 했습니다. 기획자로서 김세민 담당의 인사이트가 돋보이는 사례였습니다.

안타깝게도 사회적 거리두기 단계 격상에 따라 해당 행사는 중도 취소됐지만, 엄중한 사안으로 인한 것인 만큼 고객 컴플레인도 없었습니다. 그럼에도 김세민 담당은 「고객 점점 담당자가 곧 롯데」라는 생각으로 감사품과 편지를 별도로 전달하는 등 모든 부분에서 애착을 담아 진행했습니다.

있는 답을 찾아내는 것이 아니라 보다 완벽한 답을 스스로 만들어 내는 마케터, 롯데물산 김세민 담당이 야말로 진정한 히든 히어로가 아닐까요?

편집실

새로운 롯데 골프의 시작을 알리는 티샷 「2021 롯데 오픈」



「2021 롯데 오픈」이 6월 3일부터 6일까지 나흘간 인천광역시 베어즈베스트 청라GC(파72)에서 개최됐다. 「2021 롯데 오픈」은 지난 10년간 제주에서 수많은 명승부를 써온 「롯데 칸타타 여자오픈」의 전통을 이어받아 새로운 코스와 새로운 타이틀로 시작한 대회다. 총 8억 원의 상금을 내걸며 롯데가 주최하고, 10개의 롯데 계열사가 스폰서로 참여해 출전 선수들부터 온라인 갤러리까지 만족시키며 성공적인 시작을 알린 「2021 롯데 오픈」을 살펴보자.

명실상부한 KLPGA 대표 오픈

롯데는 국내에서 유일하게 LPGA와 KLPGA 대회를 10년간 주최해 왔으며 롯데 골프단을 후원하는 등 한국 여자 골프에 각별한 애정을 쏟고 있다. 특히, 「2021 롯데 오픈」은 예선전을 통해 본 대회 출전권을 부여함으로써 KLPGA 투어 중 「오픈」의 의미에 가장 충실한 대회라는 평가를 받고 있다. 지난 5월 10일 롯데스카이힐CC 부여에서 열린 「2021 롯데 오픈」 예선전에서는 프로와 아마추어를 포함, 총 144명이 참가해 19명(프로 16명, 아마추어 3명)이 본 대회 출전 자격을 획득했다. 메인 스폰서가 주최하는 대회인 만큼 이번 대회에는 최혜진, 김현수, 하민송, 이소영, 조혜림 선수로 구성된 롯데 골프단도 참여해 최고의 경기를 선보이기 위해 최선을 다했다. 롯데 골프단 소속이자 디펜딩 챔피언인 김효주 선수는 LPGA 투어 중이라 아쉽게도 불참했지만, 메이저 대회인 KLPGA 챔피언십을 2년 연속 석권한 박현경 및 장하나, 임희정 등 KLPGA 투어 강자들을 포함한 시즌 상금 상위 랭커 20명 중 18명이 출전해 치열한 명승부를 펼쳤다.



롯데 「창립」부터 「타운」까지

롯데를 알리는 다양한 이벤트도 펼쳐졌다. 롯데그룹 창립연도인 1967년을 기념해 대회 기간 각 라운드에서 67타 타수를 기록한 선수에게는 롯데월드타워 「시그니엘 숙박권(2박)」을 부상으로 지급했는데, 안송이(1R) 선수와 최은우(3R) 선수가 그 주인공이 됐다. 티박스에 롯데 스낵 박스를 만들어 선수들에게 다양한 간식을 제공했으며, 마지막 18번 홀에는 그린 주변에 롯데 계열사를 한데 모은 「롯데 타운」을 설치해 대회 분위기를 한층 고조시켰다. 특히, 대회 파이널 라운드에서는 「롯데 타운」 내에 유소년 관람존을 조성하고 예선전에 참가한 아마추어 선수를 초청, 참관 기회를 제공하는 등 골프 꿈나무들이 직접 경기를 관람할 수 있는 프로그램을 운영했다.





**CHOI
Hye
Jin**



골프대회를 통한 사회공헌

기부 이벤트도 다양하게 진행됐다. 롯데는 10번 홀 페어웨이의 「Together with LOTTE」 존에 티샷이 안착되면 50만 원을, 심볼 중앙의 L존에 티샷이 안착되면 100만 원을 적립해 모은 1,000만 원을 한국 유소년 골프 발전 기금으로 기부할 예정이다. 또한, SD바이오 센서와 함께하는 「롯데 세이프티 홀」인 7번 파3 홀을 활용, 본 대회 4라운드 동안 선수들이 기록한 버디 누적 개수(총 33개)에 따라 자 가진단이 가능한 코로나19 진단 키트 총 3,300개를 기부한다.

색다른 중계로 무관중 경기를 꼭 채우다

「2021 롯데 오픈」은 코로나19 확산 방지를 위해 관중 없는 경기로 진행됐다. 그러나 SBS골프 채널을 통해 전 라운드를 생중계했으며, 현장 갤러리에 목마른 골프 팬들을 위한 스페셜 게스트의 일일 편에 중계, 인플루언서를 활용한 대회장 소개 등 색다른 중계도 준비했다. 특히, 전문가들의 깊이 있는 해설에 일반인도 쉽게 이해할 수 있도록 스페셜 게스트의 유쾌한 골프 중계를 더해 골프에 대한 이해와 흥미를 동시에 높였다.

「2021 롯데 오픈」의 우승은 4라운드 합계 6언더파, 282타를 기록한 장하나 선수에게 돌아갔다. 유해란 선수와 벌인 연장 승부에서 환상의 병커샷을 날리며 롯데월드타워 우승 트로피를 들어올린 장하나 선수에게는 우승상금 1억 4,400만 원과 함께 「2022 LPGA 롯데 챔피언십」출전권이 부상으로 주어졌다. 롯데 골프단의 최혜진 선수는 합계 5언더파, 단독 3위로 올 시즌 최고의 성적을 올리며 다음 KLPGA 경기 우승의 기대감을 높였다.

「여자 골프는 역시 롯데」라는 언론의 평가 속에 「2021 롯데 오픈」의 티샷이 페어웨이 정중앙에 성공적으로 안착했다. 「2021 롯데 오픈」이 신인 선수들에게는 슈퍼루키를 향한 발판으로서, 최정상 선수들에게는 치열한 경쟁의 장으로서 KLPGA 최고 대회라는 입지를 굳히기를 기대한다. 

편집실



**JANG
Ha
Na**





「2021 롯데 오픈」 응원 글 공모 이벤트

사보 「롯데」에서는 「2021 롯데 오픈」 개최를 기념해, 지난 5월 20일부터 25일까지 대회에 참가하는 롯데 골프단의 응원 글을 공모했다. 선수들의 오랜 팬부터 이제 막 골프를 시작한 입문자까지, 뜨거웠던 사우들의 응원을 소개한다.

재작년 장인어른께서 사주신 골프채로 입문한 골린이(골프+어린이)입니다.

그 이후 TV를 틀어도 골프 채널만 보게 되더라고요. 롯데인이다 보니 우리 골프단 선수들에 관심이 가고, 선수들의 스윙폼을 따라 하며 미녀군단 롯데 골프단의 덕후가 되었습니다. 작년 한 해 롯데 골프단의 여러 선수들이 KLPGA 우승을 휩쓰는 모습을 보며 박찬 감동을 받았습니다. 올해도 코로나19로 인해 쉽지 않았지만, 「롯데 오픈」 경기만큼은 팬들을 위해 힘차게 도약하기를 열심히 응원하겠습니다. 우리 선수들이 우승해서 롯데 골프단과 롯데 그룹의 명성을 휘날리기를 응원합니다. 화려했던 우승 사진들을 모아 보니 다시 한번 멋진 트로피를 들고 기뻐할 선수들이 눈에 선합니다. 힘차게 목이 터져라 응원하겠습니다. 다시 일어서서 도약하라, 롯데 골프단 파이팅!

김승현_롯데알미늄 CAN공무2담당



70 그룹사보 롯데
김승현 프로



롯데인으로서 「롯데 오픈」 개최에 무한한 영광을 느낍니다. 첫 대회부터 롯데 대표 선수들이 두각을 나타냄으로써, 「롯데 오픈」이 KLPGA 메이저대회로 자리 잡을 수 있기를 힘차게 응원합니다. 김효주 선수께서도 도쿄올림픽 출전권 획득과 금메달 수상으로 대한민국, 롯데의 긍지를 다시 한번 꼭 보여 주십시오. 모든 선수가 코로나19에 지친 우리에게 단비 같은 멋진 롯데인 모습을 보여주시기 바랍니다. 롯데 파이팅!

박주성_롯데시티호텔 김포공항 영업담당

그룹사보 롯데
이소영



김: 김현수, 최혜진, 이소영, 조혜림, 하민송 선수로 구성된
최: 최고의 롯데 골프단
조: 조금하게 생각하지 마시고
하: 하시던 대로 최선을 다하신다면
이: 이번 우승은 롯데 골프단에서!

김도형_롯데건설 마트수지 공동주택사업현장



그룹사보 롯데
조혜림



최근 골프를 시작한 골린이입니다. 아직까지는 친구들과 가끔 스크린 골프장만 이용하고 있지만, 첫 라운딩을 나가는 날 롯데 골프단 선수들의 사인이 담긴 공을 품고 가면 선수들의 붉은 기운과 자신감에 힘입어 좋은 스코어를 기록할 수 있을 것 같습니다. 6월 3일에 시작될 「롯데 오픈」에서 롯데 골프단 선수들의 맹활약을 기대하겠습니다! 본선에 진출하는 프로 선수들과 아마추어 선수들 모두 파이팅입니다!

김선우_롯데월드 어트랙션개발팀



새롭게 시작하는 「롯데 오픈」! 새 구장과 새 명칭으로 출발하는 이번 대회의 첫 우승이 롯데 골프단 선수에게 돌아갔으면 합니다. 언제나 최선을 다해 연습하는 롯데 골프단 선수들에게 진심을 다해 응원의 박수를 보냅니다. 언제나~처음처럼! 롯데 골프단 파이팅!

성찬현_롯데칠성음료 주류스파리츠FM팀



70 그룹사보 롯데
김현수 프로

최혜진: 11승 돌파해서 20승까지 팍팍 채워가요! 접수해주세요.
이소영: 올해는 소띠 해니, 우직하게 가자, 가자! 소영님의 해!
조혜림: 국가대표 상비군의 저력을 보여주세요, 태극마크 부심!
하민송: 언니! 장타 기록 한번 경신해줘요, 가즈아!
김현수: 대박 출신원 또 한번 볼 수 있을 것 같아요, 느낌 좋아요!

김현구_롯데면세점 I-TFT



작년 10회 롯데 칸타타 여자오픈에서 우승한 롯데 골프단 김효주 선수의 뒤를 이어, 최혜진, 이소영, 조혜림, 하민송, 김현수 선수들 모두 응원합니다! 훌륭한 성적뿐만 아니라 코로나19로 지쳐 있는 국민 골퍼들을 포함해 많은 사람이 선수 여러분의 아름답고 멋진 플레이를 보면서 환호하는 축제의 장이 됐으면 좋겠습니다. 롯데 골프단 선수 여러분, 파이팅! 더불어 올해 오픈을 시작으로 30회 이상 이어지는 자랑스런 명문 오픈 대회가 되길 저희집 공주님들과 3대가 함께 기원합니다. 롯데 오픈, 롯데 골프, 롯데 ON, 가보자!

김동진_롯데케미칼 첨단소재사업부 AD2팀

그룹사보 롯데
하민송



그 외 당첨자

골프 모자: 이선화 롯데백화점 광복점 여성패션팀, 권대호 롯데컬처웍스 서울대입구관, 오규익 보바스기념병원 국제의료팀
골프 우산(선수용 경량): 권철환 롯데푸드 파스퇴르신유통담당, 홍미애 롯데알미늄 안산2공장 판지지원담당



김정기 X Project LOOP

페플라ستيك, 친환경 파우치로 재탄생해 예술을 입다

롯데뮤지엄은 6월 5일 환경의 날을 맞이해 「김정기, 디아더사이드(Kim Junggi, The Other Side)」전시와 롯데케미칼의 특별한 협업을 진행했다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 롯데뮤지엄에서 전시 중인 김정기 작가와 롯데케미칼의 협업으로 탄생한 「Project LOOP」 친환경 아트 컬래버레이션 상품을 소개한다.

롯데뮤지엄은 롯데 계열사와 함께 문화예술 인프라와 역량을 활용해 다양한 협업을 진행하고 있으며, 롯데케미칼은 플라스틱 선순환 체계 구축을 위해 재생플라스틱 소재 확대, 플라스틱 재활용 문화 개선을 중점으로 하는 「Project LOOP」를 추진하고 있다.

소재의 생산단계부터 사용 후 재활용이 가능하도록 플라스틱 자원 선순환 구조 5Re 모델을 적용해 플라스틱 감축(Reduce), 대체(Replace), 재설계(Redesign), 재사용(Reuse), 재활용(Recycle) 방안을 확대하고 있는 「Project LOOP」는 지난해 말 첫 번째 시리즈로 가방과 운동화를 출시한 바 있으며, 올해 두 번째 시리즈로 김정기 작가와 협업해 파우치 2종과 카드지갑을 아트 컬래버로 출시했다.

평소 환경 이슈에 많은 관심을 기울여온 김정기 작가는 7월 11일까지 롯데월드타워 7층 롯데뮤지엄에서 「김정기, 디아더사이드」를 전시하며, 우리 가족과 다음 세대 아이들이 깨끗한 환경에서 생활할 수 있도록 오염되지 않은 자연을 물려주고 싶은 희망을 담아 이번 롯데케미칼 친환경 프로젝트에 참여했다. 김정기 작가의 자원 선순환 과정을 담은 작품은 페플라ستيك으로 만든 원단에 「Project LOOP」를 잘 드러낼 수 있는 특정 부분들을 나눠 담은 파우치 2종과 카드지갑으로 재탄생했다. 큰 파우치와 작은 파우치에는 각각 500ml PET 병 6개와 4개가, 카드지갑에는 1개가 재활용됐다. 특히, 자원 선순환이라는 제작 취지에 맞도록 PCV나 재활용이 불가능한 소재는 최대한 배제했고, 지퍼 손잡이 부분에도 페플라ستيك 업사이클링 원단을 사용했다. 제품 포장 또한 친환경 인증을 받은 종이 케이스를 사용했다.

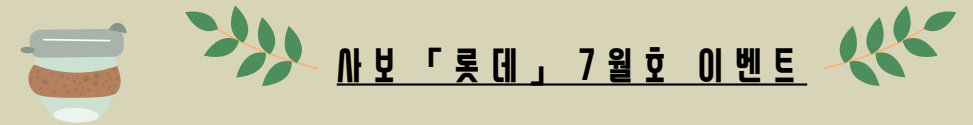




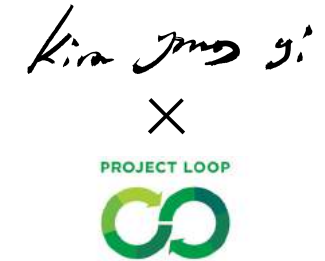
롯데케미칼과 콜라베이션으로 제작된, 김정기 작가의 그림을 담은 친환경 파우치 2종과 카드지갑은 롯데뮤지엄 아트숍 실버팩토리 또는 롯데ON에서 6월 3일부터 30일까지 예약 접수 후 7월 1일부터 배송된다. 상품 판매 수익금 일부는 롯데케미칼과 김정기 작가의 이름으로 환경 단체에 기부된다.

앞으로도 롯데뮤지엄은 문화 예술을 기반으로 기업이 대중에게 쉽게 메시지를 전달할 수 있도록 다양한 아트 콜라베이션을 통해 각 계열사의 ESG 경영을 적극적으로 도울 예정이다. 

김기해_롯데문화재단 사업기획파트



안녕하세요. 사보 「롯데」 편집실입니다.



사보 「롯데」에서는
김정기 X Project LOOP 아트 콜라베이션 상품 출시와 더불어
「롯데인 1일 1그린 챌린지」 이벤트를 준비했습니다.

하루 한 번 친환경활동을 실천하는 롯데인의 모습을 보내주세요!

보내주신 친환경활동 모습이 담긴 사진은 사보 7월호에 게재되며,
참여해주신 사우분들께는 추첨을 통해
롯데뮤지엄 「김정기, 디아더사이드」 전시 관람권과
김정기 X Project LOOP 아트 콜라베이션 상품
(파우치 2종 & 카드지갑)을 선물로 드립니다.

많은 참여 바랍니다.

- **응모기간:** 2021.6.11.(금) 10시~2021.6.18.(금) 15시
- **응모방법:** 「롯데인 1일 1그린 챌린지」 참여 사진 이메일 송부
- **제출처:** lottesabo@naver.com
- **당첨자 발표:** 사보 「롯데」 7월호에서 확인



롯데글로벌로지스, 온라인 셀러들을 위한 All-In-One 「풀필먼트 서비스」

롯데글로벌로지스는 이커머스 시장 규모 확대와 더불어 혁신적인 물류 서비스에 대한 니즈 또한 확대됨에 따라 최첨단 물류센터를 열고 풀필먼트 서비스를 제공한다. 지난해 12월부터 경기도 이천에 위치한 3,305㎡(1,000평) 규모의 덕평 풀필먼트센터에 무인운송로봇(AGV: Automated Guided Vehicle)을 도입해 운영 중이며, 올 11월에는 충북 진천 소재 롯데택배 메가 허브터미널에 입고부터 출고까지 전 과정을 자동화한 첨단 물류센터로 설계한 풀필먼트센터를 구축할 예정이다.



국내 최초 「자동화 풀필먼트센터」 운영

경기도 이천시 마장면 덕평리에 위치한 롯데글로벌로지스 덕평 풀필먼트센터에서는 중소형 온라인 셀러들의 물류 프로세스를 일괄적으로 처리하는 서비스를 제공한다. 상품을 미리 풀필먼트센터에 입고시키면 주문 정보 확인과 함께 피킹 및 포장 작업이 진행되고, 같은 건물에 위치한 택배 터미널에서 출고돼 전국으로 발송된다. 기존 물류센터에서 택배사가 집하해 택배 터미널까지 이동하는 시간이 줄어든 만큼 주문 마감 시간을 연장할 수 있어서, 보다 많은 고객들의 주문상품을 당일 발송할 수 있다.

덕평 풀필먼트센터의 특징 또 한 가지 국내 최초로 자동화를 도입한 「자동화 풀필먼트센터」라는 것이다. 센터 내에는 재고를 보관하는 선반랙(Shelf) 약 500개가 있고 AGV 24대가 주문 정보에 따라 실재 없이 선반랙을 이동한다. 선반랙은 상품의 체적에 따라 보관 효율을 극대화할 수 있도록 다양한 타입으로 구성돼 있다. AGV가 워크 스테이션(Work station)으로 선반랙을 이동하면 작업자는 이곳에서 주문 상품이 안내된 모니터를 확인 후 상품을 피킹한다. 덕평 풀필먼트센터에서는 이렇듯 자동화된 피킹과 철저한 검수 과정을 거쳐 「오피킹 제로(ZERO)화」를 실현하고 있다. 또한, 한 명의 고객이 두 개 이상의 상품을 주문한 경우 처리해야 하는 합포장 시에도 분배 프로세스를 설계해 신속하고 유연하게 대응하고 있다.

현재 덕평 풀필먼트센터는 현재 반려동물용품, 아동 완구류, 액세서리 및 잡화 카테고리를 운영 중이며 운영 상품군을 지속적으로 확대해 나갈 계획이다.

진천 메가-허브 풀필먼트센터 구축

롯데글로벌로지는 올해 11월 정식 오픈을 목표로 진천 메가-허브 풀필먼트센터를 야심 차게 준비 중이다. 진천 풀필먼트센터는 충북 진천 소재 「롯데글로벌로지스 중부권 메가-허브 터미널」 3층에 위치하며 약 4만 9,587㎡(1만 5,000평) 규모로 상품 입고부터 출고까지 전 과정이 디지털화된 첨단 자동화 센터로 설계됐다.

충북 진천은 수도권과 지방권을 아우르는 최상의 물류 입지로, 진천 풀필먼트센터는 향후 수도권 및 지방 5대 광역시를 타깃으로 하는 당일 배송 서비스도 함께 준비하고 있다. 국제 규격 축구장 23개 규모의 「중부권 메가-허브 터미널」은 일 기준 150만 박스를 처리할 수 있으며, 터미널 내 위치한 진천 풀필먼트센터에서는 센터와 1~2층의 터미널이 컨베이어 라인으로 연결돼 별도의 이동 없이 직출고가 가능하다. 롯데글로벌로지는 이러한 강점을 활용해 센터 내 입주하는 화주사의 주문 마감시간을 24시까지 연장해 운영할 예정이다.

또한, 진천 풀필먼트센터는 입고, 보관, 출고, 택배 발송 등 전 과정에 걸쳐 자동화를 도입 중이다. 규모가 큰 만큼 작업자의 이동 동선을 최소화하고 생산성을 극대화할 수 있는 레이아웃으로 설계됐으며, AMR(Autonomous Mobile Robot, 자율이동로봇)을 도입할 예정이다.



롯데글로벌로지스 풀필먼트 서비스의 미래

롯데글로벌로지는 다양한 산업에서 쌓은 풍부한 물류 운영 경험을 토대로 풀필먼트 서비스를 론칭해 운영하고 있다. 이는 지속적으로 성장 중인 이커머스 시장에 적극적으로 대응하기 위한 신사업이며, 롯데글로벌로지는 이 서비스에 다년간의 온라인 물류 노하우를 집약적으로 적용하고 있다. 또한, 덕평/진천 풀필먼트센터를 중심으로 물류 자동화를 계속 확대해 나갈 계획이다. ❶

김지현_롯데글로벌로지스 커뮤니케이션팀 대리



랜선에서 만나요~ 전 세계 고객과 함께한 롯데면세점 패밀리 콘서트

롯데면세점 패밀리 콘서트는 국내는 물론 해외 관광객들도 함께 즐기는 K-컬처 대표 콘서트다.
2006년부터 동시대 최정상 한류 스타들과 함께 최고의 무대를 선보여왔다.
그동안 누적 100만 명의 고객들이 관람한 패밀리 콘서트는 코로나19로 인해 지난해에 이어 올해도
비대면 랜선 콘서트 형태로 진행됐다. 총 조회 수 300만 뷰를 기록하며
코로나19로 지친 전 세계에 힐링시간을 선물한 제31회 롯데면세점 패밀리 콘서트 현장을 소개한다.

화려한 라인업, 풍성한 볼거리로 「롯데」 브랜드 세계에 알려

제31회 롯데면세점 패밀리 콘서트에서는 방탄소년단, 슈퍼주니어-D&E, 트와이스, 있지, 투모로우바이투게더 등 국내 최정상 아티스트들이 출연해 무대를 화려하게 수놓았다. 2시간가량 진행된 이번 패밀리 콘서트에서는 공연뿐만 아니라 스타들의 토크쇼를 진행하는 등 고객들을 위한 다양한 볼거리를 제공했다.

공연 1부와 2부 사이에 깜짝 공개된 트와이스 토크쇼에서는 슈퍼주니어 신동이 스페셜MC로 등장해 진솔하고 유쾌한 토크로 고객들의 눈과 귀를 즐겁게 했다. 롯데면세점은 본 공연에 앞서 사전 관람 신청 오픈 2주 만에 신청자 수가 50만 명이 넘어서자, 고객들의 뜨거운 성원에 보답하기 위해 있지(ITZY) 토크쇼를 일주일 먼저 공개하기도 했다.

사전 녹화 방식으로 진행된 이번 패밀리 콘서트는 한국어와 영어, 중국어 간체자와 번체자, 일본어, 베트남어 등 총 6개 언어로 제공돼 해외 고객들의 관람 편의를 높였다. 이번 콘서트를 관람하기 위해 롯데면세점에 신규 가입한 회원은 약 70만 명이며, 이 중 면세점의 주요 고객층인 외국인이 약 91%를 차지했다. 이번 공연은 총 조회 수 약 300만 뷰를 기록, 지난해 대비 36% 이상 증가하며 롯데와 한류 문화를 세계에 알렸다.



「트와이스」

친환경 콘셉트와 일상 회복 메시지 담아

롯데면세점은 코로나19로 지친 전 세계에 위로를 전하고자 롯데인터넷면세점 회원이라면 누구나 관람할 수 있도록 이번 패밀리 콘서트를 무료로 제공했다. 「Meet The Green Vibes, Greet The Duty Free Life」라는 슬로건 아래 진행된 이번 공연은 「우리의 여행을 지키고 싶다면, 우리 지구를 먼저 지키자」라는 의미를 담아 환경보호의 중요성과 코로나19 이전에 자유롭게 여행할 수 있던 일상의 소중함에 대한 메시지를 전달했다.

또한, 롯데면세점은 공연 전 친환경 경영, 사회공헌, 공정거래 자율준수 시스템 강화 관련 내용을 소개하며 롯데면세점의 ESG 경영 의지를 다시 한번 알렸다. 출연 아티스트들 또한 롯데면세점의 친환경 캠페인 「Duty4Earth」의 의미를 언급하며 고객들에게 환경보호 실천을 독려했고, 하루빨리 현장에서 패밀리 콘서트를 즐길 수 있는 날이 오길 바란다는 희망의 메시지와 위로를 전했다.



최첨단 엔터테인먼트 기술과 MZ 세대를 겨냥한 플랫폼 활용

이번 패밀리 콘서트 무대에는 최신 AR(증강현실) & XR(가상융합기술)을 활용한「메타버스 엔터테크」가 적용됐다. 이를 통해 가상 공간을 현실처럼 생동감 있게 꾸며 비대면 랜선 공연의 아쉬움을 극복하고 최고 수준의 무대를 선보일 수 있었다. 또한, MZ 세대에게 큰 인기를 끌고 있는 글로벌 플랫폼 「틱톡(TikTok)」으로 패밀리 콘서트를 송출해 세계 어느 곳에서든 원활하게 패밀리 콘서트를 관람할 수 있었다.

앞으로도 롯데면세점은 패밀리 콘서트를 중심으로 국내외 고객들에게 한국과 롯데를 알릴 수 있도록 다양한 문화 콘텐츠를 선보일 예정이다. 0

이재경_롯데면세점 홍보팀 책임

먹고 놀자!

비대면 DIY 놀이 과자 클래스 「남남연구소」



코로나19로 집에서 아이들과 함께하는 시간이 길어졌다. 양질의 육아를 하고 싶지만 장기화된 코로나19로 부모 역시 지치기는 마찬가지다. 이에 사보 「롯데」에서는 5~9세 아이들이 직접 즐겁게 만들어 먹고 놀 수 있는 비대면 DIY 놀이 과자 클래스 「남남연구소」를 소개한다.

지난해 롯데중앙연구소 사내벤처 1기 공모전에서 탄생한 남남연구소는 5~9세 아이들과 롯데중앙연구소 연구원 간에 비대면으로 진행되는 놀이 과자 클래스다. 친진난만한 어린이들과 어울리는 「먹고 놀자!」라는 문구 아래 구성된 DIY 키트로 식품을 단순히 먹는 용도가 아니라 놀이 소재로 활용할 수 있으며, 이러한 활동에 적극적으로 참여할 수 있도록 연구원 선생님이 도와준다. 규칙 등 식습관에 꼭 필요한 내용들을 재미있게 전달함으로써, 아이들이 나만의 레시피를 상상하고 연구하며 일일 식품 연구원을 체험하도록 돕는 것이 남남연구소가 추구하는 가치다.

아이에게 색다른 경험을 선물하고 싶은 엄마의 고민에서 시작된 아이디어!

「엄마는 보조자 역할만 하고 아이들이 처음부터 끝까지 집중해서 할 수 있는 놀이」가 있으면 얼마나 좋을까 고민하던 중 발견한 아이디어가 남남연구소의 시작이다. 아이들에게 친근한 식품을 이용하면 즐거우면서도 실용적이고 안전한 놀이가 될 수 있을 것으로 생각했다. 아이들에게 늘 똑같은 놀이에서 벗어나 색다른 경험으로 추억이 될 만한 놀이를 선사하고자 고민한 결과물이었다.

아이들과 함께 성장하는 것을 꿈꾸는 남남연구소!

아이들이 하루가 다르게 자라듯이 한 발자국씩 차근차근 성장해 나가는 것이 남남연구소의 목표다. 올해 초 공식 오픈 전, 소비자 100명을 대상으로 체험단을 운영한 것도 이러한 이유에서였다. 또한, 지역의 사회복지기관과 연계해 소외계층 아이들이 남남연구소를 체험할 수 있도록 하는 사회공헌활동도 펼쳤다. 이어서 올해 4월에는 드디어 「아이스크림 가게 만들기」라는 제품을 출시하고, 총 100명의 아이들과 10회에 걸쳐 클래스에서 소통했다. 남남연구소는 이렇게 다양한 경로를 통해 얻어낸 소비자들의 소중한 피드백을 향후 행보에 적극적으로 반영해, 2차 주제에서 더 나은 서비스로 선보일 예정이다.



더욱 영양가 있는 클래스를 기대하다

현재 남남연구소의 콘텐츠 관련 아이디어 기획과 진행은 롯데중앙연구소에서 담당하고, 제품의 유통과 홍보 등의 업무는 롯데제과에서 진행하고 있다. 이러한 협업은 각 계열사가 가진 장점과 역량을 십분 발휘하도록 함으로써 최상의 서비스를 제공하는 데 도움이 될 것이다. 앞으로 진행될 클래스의 신청과 제품의 구매는 롯데제과 공식 온라인몰 「롯데 스위트몰」에서 가능하다. 신청 인원내 한해 수업 전용 DIY 과자 키트가 발송되며, PC나 모바일을 통해 수업에 참여할 수 있다. 클래스는 약 40분간 진행되고, 아이들은 온라인으로 소통하면서 나만의 DIY 간식을 직접 만들어볼 수 있다.

아이를 향한 따뜻한 관심에서 시작된 롯데중앙연구소의 남남연구소는 코로나19로 대면활동과 야외활동이 제한돼 심심한 하루를 보내는 우리 아이들에게 즐겁고 행복한 시간을 제공할 것이다. 클래스에 참여하는 아이들에게 재미있는 추억과 의미 있는 시간으로 남기를 바라며 남남연구소는 오늘도 개발에 몰두하고 있다. 🍦

김다혜_롯데중앙연구소 벤처-TFT 팀장



롯데컬처웍스, 종합 콘텐츠 스튜디오로 발돋움하다



최근 K-콘텐츠의 인기가 거세다. 코로나19로 침체된 경기 속에서도 콘텐츠의 수요는 오히려 늘고 있다. 변화하는 시장 상황과 시대의 흐름에 민첩하게 대응하기 위해 기존의 영화관 사업 외에도 다양한 콘텐츠 사업을 꾀하고 있는 롯데컬처웍스를 소개한다.

콘텐츠 장르 다각화

롯데컬처웍스는 영화 산업 발전과 관객들의 재미에 초점을 맞춘 완성도 높은 영화 포트폴리오 구성과 더불어, 지속적으로 발전하는 콘텐츠 산업 속 관객들의 수요에 맞춰 드라마, 숏폼 콘텐츠, 공연 등 다양한 유형의 새로운 콘텐츠를 개발하며 질적, 양적으로 성장을 거듭하고 있다. 특히, 콘텐츠 장르 다각화를 추진하기 위해 드라마와 숏폼 콘텐츠 조직을 개설하고, 제작팀을 신설해 콘텐츠 공동제작과 기획개발에 직접 나서는 등 종합 스튜디오의 형태를 갖춰가고 있다.

공모전을 통한 콘텐츠 경쟁력 강화

롯데컬처웍스는 「롯데 크리에이티브 공모전」을 통해 콘텐츠 산업 발전을 촉진하고, 재능 있는 창작자와 콘텐츠를 발굴하는 등 기회를 제공하고 있다. 건강한 콘텐츠 산업의 생태계를 보존하고 작품 내면의 기능성에 집중하기 위해, 작품성과 의미가 충분하고 고품질로 개발 가능하다고 판단 되는 콘텐츠를 적극적으로 발굴하며 투자배급에 나서고 있는 것이다.

지난 공모전에서 접수된 시나리오에는 1만 편에 달하며, 그중 수많은 시나리오들이 영상화될 기회를 얻었다. 특히, 제5회 대상 수상작인 정우성, 김향기 주연의 「증인은」 253만 관객을 동원하며 흥행을 거뒀고, 제8회 독립영화 부문 대상 수상작 「프랑스 여자」를 비롯해 「샘」, 「뷰티풀 마인드」 등의 작품이 개봉하며 영화계 다양성 확대에 기여했다.

올해 10주년을 맞은 「롯데 크리에이티브 공모전」은 국내 최대 규모의 시나리오 공모전이라는 명성에 걸맞게 총 상금 규모를 2억 8,000만 원으로 확대했고, 최근 다양한 소재와 흥미로운 전개가 돋보이는 드라마들이 인기를 끌고 있는 점을 고려해 「드라마 부문」을 신설했다. 영화 시나리오, 드라마, 뉴미디어 콘텐츠 세 부문의 수상자에게는 상금과 영상화 기회가 제공된다.



영화 장르 확장과 IP 중심의 성장 전략

국내 영화시장 점유율 1위를 차지한 2018년을 기점으로 롯데엔터테인먼트는 장르적 확장을 거듭하며 다양한 규모와 장르의 영화들을 통해 관객들에게 즐거움을 선사하고 있다. 시대극으로 관객들에게 역사적 의미를 전달하는 것은 물론, 시리즈물의 강점도 적극 활용하고 있다. 또한, 주체적인 여성 캐릭터를 강조하는 영화들을 통해 사회적 이슈를 재조명하고, 독립영화에서부터 블록버스터까지 폭넓은 포트폴리오로 단순한 오락 콘텐츠를 뛰어넘어 작품성과 다양성을 함께 전달하고 있다. 올해도 특색 있는 영화들과 직접 기획 및 개발한 드라마 「서른 아홉」 등 다양한 장르와 유형의 콘텐츠들이 관객들을 사로잡을 준비를 하고 있다.

또한, 그간 350개 이상의 영화를 투자배급하고 한국 관객들의 까다로운 입맛을 만족시키며 쌓은 롯데컬처웍스만의 노하우를 토대로, 「완벽한 타인」의 베트남 리메이크작인 「블러디 문 페스트(띠엑짱마우)」가 지난해 베트남 현지 로컬 영화 관객 수 1위를 차지했다. 이렇듯 롯데컬처웍스는 세계 시장에서 높아진 K-콘텐츠의 위상과 행보를 같이하며 우수한 성과를 내고 있다.

앞으로도 롯데컬처웍스는 롯데엔터테인먼트를 중심으로 확장성 있는 수퍼 IP를 기획 및 개발하고 다양한 장르를 제작하는 데 더욱 박차를 가할 예정이다. 현재 제작 중인 「콘크리트 유토피아」와 같이 하나의 세계관을 공유하는 영화와 드라마 등 다양한 유형의 영상 콘텐츠는 물론, 소비자 트렌드를 반영한 TV 드라마와 온라인 채널에 특화된 숏폼 콘텐츠까지 사업 범위를 확장하며 폭넓은 콘텐츠 제작 역량을 보유한 최고의 종합 콘텐츠 기업으로 성장할 롯데컬처웍스의 모습을 기대해본다. ①

박기웅_롯데엔터테인먼트 홍보팀



롯데백화점이 전하는 희망과 응원메시지 song for you 「RED SUN」

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 롯데백화점 「RED SUN」 편을
소개한다.

벌써 1년을 훌쩍 넘어선 코로나 팬데믹으로 인해 모두가 지치고 힘들어하는 시기. 지난 11월 롯데백화점은 전국민에게 따뜻한 위로의 메시지를 노래로 선물하고자 「song for you」 힐링 프로젝트를 기획하고 그 첫 번째로 힙합 아티스트 「한해」, 싱어송라이터 「요다영」과 함께 「Mask Christmas(With 롯데)」를 발매했다. 그동안 우리가 몰랐던 일상이 얼마나 소중한지와 함께 마스크 없는 예전의 일상으로 돌아가길 바라는 마음을 가사에 담아 크리스마스 캐럴 같은 느낌으로 구성했다. 이 노래는 멜론, 지니, 벅스 등 주요 음원 스트리밍 사이트에서 20만 건 이상 재생되며 MZ 세대에게 인기를 끌었다.

이번에 제작한 「롯데백화점X브레이브걸스」 콜라버 뮤직비디오는 모델 선정에서부터 음원 콘셉트까지 하나의

메시지를 일관되게 유지했다. 코로나19로 인해 많은 것이 변해버리고, 환경적 제약으로 어려움을 겪는 취업준비생, 소상공인 등 일상에서 힘든 시기를 보내고 있는 많은 사람에게 롯데백화점이 전하는 희망과 응원의 메시지를 담았다.

두 번째 프로젝트는 올 2월 초부터 시작됐다. 먼저 콘셉트의 방향성이 정해졌으니 진정성 있게 다가가면서 공감대를 형성할 수 있는 모델 선정이 중요했다. 「song for you」 프로젝트의 타겟이 여러 세대를 아우르는 것은 맞지만, 메인 타겟은 MZ 세대였다. 이에 MZ 세대에게 화제성과 기대감을 주면서 강한 팬덤으로 이슈몰이를 할 수 있고, 음원 제작이 용이하며, 무엇보다도 본업에 충실한 실력과 가수를 찾고자 했다.

다양한 가수를 찾던 중 마침 군통령, 4년 만의 역주행 등의 스토리로 화제의 중심이 되고 있던 「브레이브걸스」가 눈에 띄었다. 역경을 이겨내고 지금의 성공스토리를 써내려가고 있는 「브레이브걸스」는 롯데백화점이 전하고자 하는 메시지에 딱 맞는 주인공이었다. 역시 되려고 하면 뭘 해도 일이 척척 진행되는 걸까? 음원 가수가 일사천리로 섭외됐고, 소속사 측에 작곡과 작사를 의뢰하자 브레이브 엔터테인먼트의 사장 「용감한 형제」가 직접 맡겠다고 나섰다. 이에 핵심 메시지를 전하면서 전반적으로 밝고 희망찬 톤 앤 매너의 멜로디와 가사를 부탁했고, 그 외에는 「용감한 형제」에게 전적으로 일임했다. 그 결과 마침내 「브레이브걸스」의 신곡 「RED SUN」이 세상에 나왔다.

「모두들 힘내시고 안 되는 일은 없으니 파이팅하세요!」, 「누군지 롯데백화점 광고기획자 열일했네」, 「이게 광고냐? 롯데백화점 진짜 감사하고 사랑합니다」, 「이게 롯데백광고가 아니고 사람들에게 노래를 듣고 희망을 주기 위한 거군요. 응원받고 갑니다」, 「300만 공약칼이네요 하아 일 잘한다 롯데 칭찬해 짹짹」 이번 「롯데백화점X브레이브걸스」의 「RED SUN」 뮤직비디오에 달린 댓글들이다. 전반적으로 롯데백화점 캠페인에 대한 놀라움과 칭찬 일색이었다. 물론 「브레이브걸스」의 팬덤 영향을 무시할 수는 없지만, 일반 광고 계정도 아닌 롯데백화점 브랜드 계정에서만 볼 수 있는 영상이 300만 건을 넘는 조회 수를 기록하기란 흔치 않은 일이었다. 영화로 따지면 1,000만 관객과 견줄 수 있지 않을까? 이제 「song for you」 프로젝트가 롯데백화점의 시그니처 캠페인으로 자리매김하는 것은 아닐까 조심스럽게 예상하면서 주문을 외쳐본다. RED SUN! 

이승철_대흥기획 어카운트솔루션팀



호국보훈의 달, 평화를 기원하며 떠나볼까? 강원도

한탄강 고석정

현충일, 한국전쟁, 연평해전. 6월은 나라를 위해 희생한 순국 선열을 기리는 호국보훈의 달이다. 이번 달 사보 「롯데」에서는 새로운 화해와 협력의 시대를 맞이하기 위한 희망을 담아 평화 기원 여행지를 소개한다.

희망이 있어 아름다운 땅, 철원

강원도에는 전쟁의 아픔과 간절한 평화의 염원이 담긴 지역이 많다. 그중에서도 철원은 자연과 사람이 하나 되는 DMZ의 고장으로, 한국전쟁 당시 지리적으로 매우 중요한 중부전선의 중심부였으며 남한군과 북한군이 뺏고 뺏기며 격렬히 전투를 벌였던 지역이다. 심한 포격으로 산등성이가 마치 백마가 쓰러져 누운 듯한 형상과 같다고 해서 「백마고지」로 불리며 한국전쟁 이후 분단의 상징이 된 지역이기도 하다. 서울

에서 멀지 않은 곳인 철원에는 1946년 북한 땅이었을 당시 지역주민을 강제 이주시켜 만든 옛 조선노동당 사 건물이 국가등록문화재로 남아 있으며, 포탄과 총탄자국 또한 그대로 전쟁의 상흔으로 남아 있다.

철원의 대표적 여행지이자 유네스코 세계지질공원으로 등재된 한탄강은 「한여울」 곧 큰 여울을 뜻하는 말로, 계곡과 협곡, 주상절리, 폭포 등 많은 근대문화 유적이 어우러져 있는 곳이다. 한탄강 철원 9경 중 하나인 고석정은 10m 높이의 거대한 기암이 우뚝 솟은 절경과 더불어, 조선시대 의적 임격정이 숨어서 활동했던 곳으로 알려져 있다. 철원의 새로운 인기장소로 자리 잡은 은하수교에서는 아찔한 높이에서 한탄강 지질공원의 가파른 수직적벽과 주상절리인 송대소의 비경을 가까이 감상할 수 있다.



한탄강 은하수교



옛 조선노동당사

평화의 중심, 고성

대한민국 최북단 강원도 고성에도 한국전쟁으로 분단된 이후 절반 이상이 군사지역으로 지정된 탓에 사람의 손길이 미치지 않아 숨은 비경이 많다. 「고성」하면 통일전망대가 가장 먼저 떠오르는데, 휴전선과 남방한계선이 만나는 해발 700m에 통일전망대와 통일전망타워가 있다. 2018년에 새로 지어진 통일전망타워는 DMZ의 D자를 형상화한 건물의 모습이 특징적이다. 날씨가 좋은 날에는 금강산의 마지막 봉우리인 구선봉, 바다 위의 금강으로 불리는 해금강, 나무꾼과 선녀의 전설이 깃든 감호, 한 폭의 그림 같은 푸른 동해의 절경과 백사장까지 또렷하게 볼 수 있다.

이 외에도 고성의 아찔한 해변은 한적한 어촌마을을 품고 있는 곳으로 바다와 맞닿은 하늘과 깨끗한 백사장 쪽으로 치는 파도를 보며 여유를 만끽할 수 있다. 유명 드라마 촬영지이기도 한 고성 베이커리 카페 「시크릿 블루는」 최근 고성에서 가볼 만한 곳으로 주목받고 있다.

6월, 책으로 역사를 배우기보다는 전쟁과 평화의 의미를 되새겨볼 수 있는 강원도 여행지에서 직접 역사를 체험하며, 분단의 슬픔을 평화의 기원으로 승화하는 시간을 가져보는 것은 어떨까. ①

이문규_롯데제이티브이 영업전략팀장

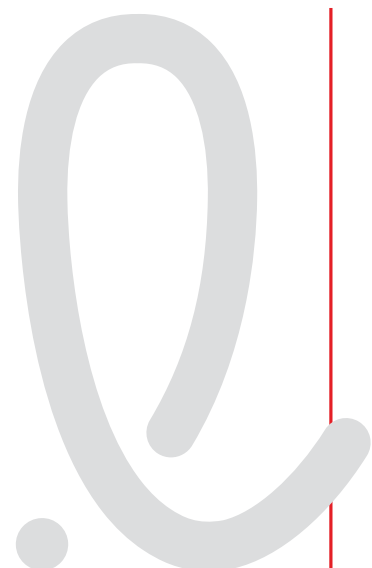
• 문의: 1577-6511



고성 통일전망타워



고성 통일전망대 전경



2021 JUNE

NEWS

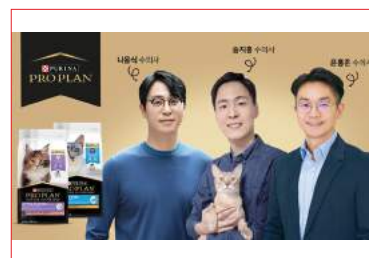
UPDATE



롯데제과
「비온드 스위트」브랜드 신제품 2종



롯데푸드
김천공장 전경



롯데네슬레코리아
「프로플랜 캣」 라이브 토크쇼 배너



롯데백화점
「탐스 메종」1호점 매장



롯데ON
신규 입점 셀러 프로모션 배너

식품

FOODS

롯데제과

건강 지향 프로젝트 「비온드 스위트」 전개

롯데제과는 5월 17일 건강을 지향하는 「비온드 스위트(Beyond Sweet)」 프로젝트를 전개한다고 밝혔다. 「비온드 스위트」는 「맛에 건강을 더하다」라는 아이덴티티를 내세우며 제품의 맛뿐 아니라 건강도 함께 추구하는 콘셉트를 담은 건강 지향 프로젝트다. 이 프로젝트에는 작년 말 식품 의약품안전처에서 시행한 「일반식품 기능성 표시제」에 근거한 제품도 포함된다. 이번 「비온드 스위트」 프로젝트에서 처음 선보인 제품은 설탕이 들어가지 않은 「목캔디 프로폴리스 허브진저」, 항산화 기능을 돕는다고 알려진 비타민E가 들어간 「드림 카카오 56 비타민E」 등 2종이다.

실버세대 위한 「황작두뇌인지원」 출시

롯데제과는 5월 7일 헬스원이 기억력, 인지력 개선 건강기능식품인 「황작두뇌인지원」을 신규 출시했다고 밝혔다. 이는 지난 3월 한의사 이경제 원장과 상품개발에 대한 업무협약을 맺은 이후 첫 번째로 선보인 제품이다. 「황작두뇌인지원」은 고령화 시대를 맞아 뇌 건강이 중요해지면서, 경도 인지 장애나 치매에 대한 고민이 많은 중장년층들을 위해 개발된 두뇌 영양제

다. 2캡슐에 포스파티딜세린이 1일 영양성분 기준치의 100%에 달하는 300mg 들어 있다. 포스파티딜세린은 뇌신경과 세포막의 주성분으로, 노화로 인해 저하된 인지력 개선에 도움을 준 성분이다.

롯데칠성음료

과일탄산주 「순하리 레몬진」 출시

롯데칠성음료는 5월 6일 상큼한 과일탄산주 「순하리 레몬진」을 출시했다. 4.5도의 「순하리 레몬진 레귤러」와 7도의 「순하리 레몬진 스트롱」 2종으로 선보인 이 제품은 캘리포니아산 통 레몬 그대로 즙을 침출해 더욱 상큼하고 새콤한 맛을 살렸다. 또한, 새로운 과일맛을 원하는 소비자들의 니즈를 파악, 과일 본연의 맛을 더욱 살리면서 청량감을 높여 다양한 음식과 푸드 페어링이 가능하도록 구현했다. 제품명에 한자 진(津)을 넣어 진한 레몬의 맛을 직관적으로 표현했고, 패키지에 통 레몬과 탄산 기포를 표현한 펜화 디자인으로 제품의 속성을 강조했다.

롯데푸드

김천공장 증축 간편식 라인 본격 가동

롯데푸드는 5월 20일 김천공장 증축 간편식 라인을 본격적으로 가동한다고 밝혔다. 기존 김천공장은 2층 규모였으나 930억 원을 투자해 3층에 생산동을 새롭게 증축

했다. 5월부터 가동되는 생산 라인은 만두 라인, 튀김 라인, 소시지 라인이다. 롯데푸드는 그간 외주로 생산하던 만두와 튀김을 자체 생산으로 변경했으며 소시지 생산 규모도 더욱 확대했다. 이번 증축 라인 가동을 통해 김천공장의 총생산규모(CAPA)는 약 30% 확대될 예정이다.

롯데네슬레코리아

「프로플랜 캣」 리뉴얼 출시

롯데네슬레코리아는 5월 3일 면역력 향상에 도움을 주는 초유와 생유산균이 함유된 고양이 건식 「프로플랜 캣」을 리뉴얼 출시했다. 이번 리뉴얼 라인업은 초유가 함유된 어린 고양이 라인업과 보장균수 13억 생유산균이 함유된 성묘 라인업으로 구성됐다. 특히, 이번 리뉴얼 제품에는 1개월 이상의 아기 고양이와 임신/수유모에게 적합한 키튼 스타터가 새롭게 추가됐다. 한편, 롯데네슬레코리아는 5월 24일과 25일 퓨리나 공식 유튜브 채널에서 유명 수의사 3명과 함께 리뉴얼 기념 라이브 토크쇼를 진행하고 사료 선택법과 장 건강 비법 등에 관한 정보를 공유했다.

「30일간의 건강한 변화」 캠페인 진행

롯데네슬레코리아는 5월 20일 반려동물 식품 전문 기업 네슬레퓨리나의 슈퍼 프리미엄 맞춤 건강식 브랜드 「퓨리나 원」

이 반려견과 반려묘를 위한 「30일간의 건강한 변화」 캠페인을 개최하고 체험단을 모집한다고 밝혔다. 체험단은 반려동물의 생애 주기와 증상에 따라 맞춤 관리가 가능한 「퓨리나 원」 제품을 30일 동안 급여하고, 반려동물의 건강 변화를 직접 체험해보는 글로벌 캠페인이다. 「퓨리나 원」 인스타그램 프로필을 통해 6월 27일까지 누구나 참여할 수 있다.

유통

RETAIL

롯데백화점

「탐스 메종」1호점 오픈

롯데백화점은 5월 19일 유럽 15개국 60여 개 프리미엄 홈데코 브랜드를 한데 모은 「탐스 메종」의 첫 번째 매장을 인천터미널점 5층에 오픈했다. 「탐스 메종」은 직구 가격과 유사한 수준의 가격을 유지하면서, 고객 접근성이 좋은 백화점에서 제품을 직접 보고 구매할 수 있도록 고객 편의성을 높인 것이 가장 큰 특징이다.

해외명품 2021년 S/S 시즌오프 진행

롯데백화점은 5월 21일부터 명품 브랜드 S/S 시즌 상품을 20~50% 할인 판매하는 해외명품 시즌오프 행사를 진행한다. 21일 마르니, 로에베, 3.1필립름, 드리스반 노트 등 브랜드를 시작으로 28일부터는

셀린느, 모스키노, 비비안웨스트우드, 조르지오 아르마니 등이, 6월에는 톰브라운, 끌로에, 폼데가르송 등 브랜드가 순차적으로 시즌오프에 돌입한다.

롯데슈퍼

상록수점에서 공유 주방 운영

롯데슈퍼는 6월 1일 경기도 안산에 위치한 상록수점에서 배달과 푸드코트, 다양한 제품의 판매 등이 가능한 공유 주방을 운영한다. 상록수점은 주거 밀집 단지에 위치해 있어서 공유 주방 운영에 적합할 것으로 예상되며, 이를 통해 다양한 업체들과 고객들이 공유 주방에 관심을 가질 것으로 기대된다.

롯데ON

신규 입점 셀러에게 혜택 제공

롯데ON은 5월 1일부터 7월 31일까지 우수 셀러 확보를 위해 신규 입점하는 셀러에게 다양한 혜택을 제공한다. 이번 프로모션 기간에 신규로 입점하는 셀러에게는 3개월간 판매수수료를 면제해 주며, 롯데ON에서 사용할 수 있는 광고비 「셀러머니」 30만 원을 지원한다. 또한, 셀러가 10% 할인쿠폰을 발급할 경우, 롯데ON이 할인금액의 50%를 지원해 준다. 매월 말, 지난 90일간 실적을 기준으로 우수 셀러를 선정해 최대 200만 원의 셀러머니를



롯데홈쇼핑
「식품안전스쿨」 비대면 교육



롯데멤버스
SK브로드밴드와 데이터 MOU 협약식



롯데호텔 월드
리노베이션 완료한 패밀리 스위트룸



롯데월드 어드벤처
리뉴얼 오픈한 「워너비 백설공주의 성」



대흥기획
「서울메이드」 상품 라이브 커머스 방송



롯데자이언츠
스트레일리 5월 기획 상품

추가로 지급할 예정이다. 롯데ON은 이번 프로모션을 통해 매월 3,000개 이상 셀러의 신규 입점을 목표로 하고 있다.

롯데홈쇼핑

하절기 식품 위생관리 강화

롯데홈쇼핑은 5월 17일 같은 달 3일부터 9월 30일까지를 하절기 식품안전 강화 기간으로 정하고, 식품 위생관리를 강화한다고 밝혔다. 위생 문제가 여름철에 집중적으로 발생하는 만큼 사전 예방 조치로 보냉제 추가, 고위험 식품 판매 중단, 비가열 식품 위생상태를 집중 점검한다. 한편, 롯데홈쇼핑은 올해 식품안전 전문교육 프로그램 「식품안전스쿨」을 개설하고, 5월부터 100여 개 파트너사에 대한 비대면 교육을 진행했다. 어린이 기호식품 내 위해 물질 포함 여부 등 안전성 검사도 매월 진행할 예정이다.

롯데하이마트

전국동시세일 진행

롯데하이마트는 5월 1일부터 31일까지 한 달간 전국 롯데하이마트 매장과 온라인 쇼핑몰에서 대규모 행사 「전국동시세일 5월엔 하이마트로 가요」를 진행했다. 롯데하이마트는 행사 카드로 제품을 구매하면 구매 금액대에 따라 최대 75만 원 캐시백과 36개월 무이자 혜택을 제공했다. 2일

단 하루 LPOINT를 2배 적립해 주는 「2일은 혜택 2배」를 비롯해 「5일은 50% 찬스」, 「Only 21」 등 특정 일자별로 행사 상품을 릴레이로 선보이는 원데이 특가 딜 이벤트도 함께 선보였다.

롯데멤버스

SKB와 데이터 사업 협력 MOU 체결

롯데멤버스는 5월 11일 SK브로드밴드와 데이터 사업 협력을 위한 양해각서를 체결했다. 양사는 이번 MOU로 데이터 관리 플랫폼을 연동해 신규 비즈니스 모델을 발굴하고, 어드레사블(addressable) TV 광고를 고도화해 나갈 계획이다. 어드레사블 TV 광고는 셋톱박스 데이터를 기반으로 관심사에 따라 가구별 맞춤 광고를 송출할 수 있는 기법이다.

관광·서비스

TOURISM SERVICE

롯데호텔

시그니엘 부산, 1주년 기념 패키지 출시

시그니엘 부산은 6월 1일부터 7월 11일까지 투숙할 수 있는 1주년 기념 패키지를 선보인다. 이 패키지는 객실 1박과 프리미엄 올데이 다이닝 「더 뷰」 조식 2인, 프랑스 니치 향수 브랜드 「딤디크」 어메니티 75ml 5종으로 구성됐다. 예약 기간은 7월 11일까지이며 가격은 35만 원부터다. 사전

예약 이벤트와 롯데호텔 리워즈 회원 대상 이벤트도 함께 진행된다.

롯데호텔 월드, 부분 재개관

롯데호텔 월드는 6월 1일 내년 상반기까지 계획된 전관 리노베이션 일정 중 1차 리노베이션을 마치고 부분 재개관했다. 30여 년 만에 첫 새 단장을 끝낸 롯데호텔 월드는 6월 1일 19~31층의 객실과 클럽 라운지를 먼저 선보였다. 새로운 객실은 19가지 객실 타입의 총 255실로 디럭스 · 프리미어 · 스위트의 3단계로 구성된다. 언택트 테크 서비스로 「편리미엄(편리함+프리미엄)」을 선보이는 등 고객의 편의와 재미를 강화했다. 6월 1일부터 호텔 체크인 고객 대상으로 새 단장 기념 럭키드로우 이벤트도 진행한다.

롯데리조트

롯데리조트부여, 다이닝 리뉴얼 오픈

롯데리조트부여는 5월 14일 1차 리노베이션을 마치고 새롭게 오픈했다. 이번 리뉴얼은 2010년 개관 이후 10년여 만에 진행된 것으로, 이번 다이닝 공간의 변화를 시작으로 내년 봄엔 객실 리뉴얼까지 순차적으로 새 옷을 갈아입을 예정이다. 부여라는 지역 이미지 특성상 한식 위주였던 다이닝을 브런치 카페 「비베리디쉬」, 세계 맥주와 음식을 즐길 수 있는 캐주얼 펍

「봉보야쥬」 등으로 확대해 메뉴 선택의 폭을 넓혔다. 또한, 테이블 오더 시스템을 도입해 언택트 서비스를 강화했고, 리조트 특성에 맞춰 카트와 다양한 식자재를 갖춘 마트형 편의점을 선보였다.

롯데월드

감성 포토존 리뉴얼 오픈

롯데월드 어드벤처는 5월 12일 최근 SNS 트렌드를 반영한 감성 포토존으로서 백설공주와 일곱 난쟁이 스토리를 재해석한 「워너비 백설공주의 성」을 리뉴얼 오픈했다. 하늘 계단 「백설공주의 달」은 높이 27m 대형 초승달 조형물로, 파란 하늘 속 달과 함께 촬영하는 듯한 느낌을 준다. 백설공주를 질투한 왕비의 「마법의 거울」 또한 이색적이다. 높이 2m 파란 프레임으로 둘러싸인 「마법의 거울」은 피사체를 여러 겹으로 겹쳐 반사하는 매직 미러 효과를 낸다. 또한, 백설공주와 일곱 난쟁이를 재현한 3D 입체 조형물로 동화 속 주인공들과 인증샷 기회도 제공한다.

부산롯데호텔

미식과 미술의 고품격 힐링 「미미데이」

롯데호텔 부산은 5월 17일부터 8월 31일까지 미식과 미술의 고품격 힐링 「미미데이」를 진행한다. 중식당 도림에서는 여름 별미 해선 중식 냉면을 판매한다. 게살은이

버섯 수프, 흑후추 소스 한우 안심 볶음, 해선 중식 냉면과 후식으로 과일이 제공되는 4코스의 해선 중식 냉면 스페셜 코스도 이용할 수 있다. 더라운지 앤 바에서는 시그니처 빙수인 망고 빙수와 전통 빙수를 판매한다. 1층 라운지 갤러리에서는 7월 22일까지 지역사회 미술갤러리로 변신해 부산미술협회 소속 여류 작가 3인전을 진행한다. 안정연 작가의 「레고 마을—잠 못 드는 밤」, 윤인수 작가의 「Walking Slowly 2014」, 조영숙 작가의 「마음 풍경—산책」 등의 작품들을 만나볼 수 있다.

대흥기획

비대면 해외 마케팅 진행

대흥기획은 5월 13일 서울산업진흥원과 함께 「서울메이드 인뉴욕」 프로젝트의 일환으로 뉴욕 브루클린 상공회의소와 가상현실(VR)을 통해 MOU를 체결했다. 또한, 서울의 감성이 투영된 콘텐츠와 상품을 발굴하는 서울산업진흥원의 브랜드 「서울메이드」 상품을 판매하는 라이브 커머스 방송을 진행했다. 라이브 커머스에서 판매된 럭키박스는 화장품, 식품, 패션 3가지로 나뉘어 서울과 뉴욕을 대표하는 다양한 제품으로 구성됐으며, 브루클린에 기반을 둔 인기 인플루언서를 통해 현지에 소개됐다. 이번 행사는 비대면 마케팅을 활용해 코로나19 때문에 해외판로가

막힌 중소기업과 소상공인의 해외 진출을 지원하기 위해 기획됐다.

롯데자이언츠

스트레일리 월간 기획 상품 출시

롯데자이언츠는 5월 17일 K리그 아이싱 티셔츠와 모자를 한정 판매하고 구매자 전원에게 댄 스트레일리 선수의 친필 사인이 담긴 「댄 대리」 명함을 증정했다. 롯데자이언츠는 지난 4월부터 외국인 투수 댄 스트레일리와 함께 기획 및 디자인 작업을 진행해 제작한 기획상품을 매월 출시 중이며, 지난 4월에는 삼진을 뜻하는 알파벳 「K」를 강조한 후드티셔츠와 네이비 티셔츠를 판매한 바 있다.

롯데컬처웍스

증강현실(AR) 포토 티켓 서비스 도입

롯데시네마는 5월 13일 증강현실(AR) 기술을 활용한 포토 티켓 서비스를 업계 최초로 도입했다고 밝혔다. 포토 티켓의 앞면에는 영화 이미지를 넣어 입장 시 티켓 역할을 하도록 했고 스캔 시에는 영상 콘텐츠를 감상할 수 있도록 했다. 뒷면에는 영화 예매 정보가 담겨 있어 영화를 특별하게 간직할 수 있다. 롯데시네마의 증강현실(AR) 포토 티켓은 「피플 AR 포토카드」 앱을 통해 이용할 수 있으며, 롯데시네마 전국 50여 개관에서 이용 가능하다.



캐논코리아 비즈니스 솔루션
「ISO/IEC 27001」인증 획득



한국후지필름
「인스탁스 미니40」



롯데케미칼
롯데케미칼-에어리퀴드코리아 협약식



롯데정밀화학
그린 암모니아 해상운송·병커링 협약식



롯데건설
마곡 MICE 조감도



롯데문화재단
「오노프 콘서트」 포스터

📍 캐논코리아 비즈니스 솔루션

창립 36주년 기념 비전 선포식 개최

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 5월 7일 제36주년 창립기념일을 앞두고 창립기념식과 비전 선포식을 개최했다. 이번 행사는 코로나19 상황을 반영해 본사 사옥 대강당에서 최소한의 인원만 참석한 가운데 진행됐으며, 화상회의를 통해 임직원 대상으로 실시간 생중계됐다. 이 자리에서 공개된 비전은 「혁신과 소통으로 가치를 창출하는 Total Solution Provider」로, 최첨단 광학기술을 바탕으로 환경 변화에 대응하는 「혁신」과 고객과의 신뢰 및 직원에 대한 존중에 기반한 「소통」, 사무 혁신·삶의 안전·사회적 「가치」를 창출하는 통합솔루션 전문기업으로 거듭나겠다는 포부를 담았다.

「ISO/IEC 27001」인증 획득

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 5월 6일 국제 정보보호경영시스템 「ISO/IEC27001:2013」 인증을 획득했다고 밝혔다. 이 인증은 국제표준화기구(ISO)에서 제정한 정보보호관리체계(ISMS)의 요구 사항을 규정하며, 정보보호 분야에서 가장 권위 있는 국제표준인증이다. 이번 인증은 이로써 사무기 업계 최초로 국내외 정보보호관리체계 인증을 모두 획득하게 됐다는 점에서 더욱 의미가 깊다. 한편, 캐논코리

아 비즈니스 솔루션은 지난 2015년 한국인터넷진흥원(KISA)의 정보보호관리체계(ISMS)를 인증받아 운영 중이다.

📍 한국후지필름

「인스탁스 미니40」 국내 공식 론칭

한국후지필름은 6월 7일 아날로그 감성의 하이엔드 클래식 디자인으로 탄생한 「인스탁스 미니40」을 국내 공식 론칭했다. 또한, 선로칭 기간인 5월 17일부터 6월 6일까지 선착순 500세트 한정으로 제공하는 「Mini 40 The new KIT」 프로모션을 진행했다. 기간 내 「인스탁스 미니40」을 구매한 고객에게는 3만 2,000원 상당의 「컨택트 시트 미니필름(10매)」과 「미니40 전용 카메라 케이스」가 추가로 증정됐다. 이 키트는 6월 중순 정식으로 출시될 예정이다.

📍 석유화학·건설

PETROCHEMICAL-CONSTRUCTION

📍 롯데케미칼

수소 모빌리티 시장 진입 위한 MOU 체결

롯데케미칼은 5월 20일 잠실 롯데월드타워에서 에어리퀴드코리아와 수소 모빌리티 시장 진입을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다. 수소는 글로벌 기후변화에 대응하기 위한 에너지 전환의 핵심 요소로서, 이번 협약을 통해 양사는 친환경

경 수소경제 확대를 위해 양사의 강점을 결합해 나가기로 했다. 양사는 롯데케미칼의 부생수소를 활용해 새로운 고압 수소 출하센터와 수소 충전소 구축에 공동 투자하고, 수도권을 시작으로 모빌리티 시장 개발을 전국으로 확대할 계획이다. 이와 함께 양사의 선진기술을 활용해 친환경 수소 사회 진입에 필요한 액화수소 생산시설에 투자하고, 이산화탄소 포집·활용, 고압 수소탱크 기술 등에서 협업할 계획이다.

📍 롯데정밀화학

암모니아 사업 컨소시엄 협약식

롯데정밀화학은 5월 25일 포스코, 한국조선해양, HMM, 한국선급, 롯데글로벌로지스와 함께 국내 그린 암모니아 사업 선도를 위한 암모니아 추진 선박 기술 개발 및 병커링 인프라 구축 협약 체결식을 가졌다. 암모니아는 글로벌 탄소 중립 정책에 서 친환경 에너지원으로 주목받는 물질로, 롯데정밀화학은 국내 최대 규모의 저장시설을 보유하는 등 암모니아 시장의 주요 기업으로 자리 잡고 있다. 이번 협약을 통해 각 사는 보유 중인 암모니아 생산, 인프라/트레이딩, 조선 및 해운산업에서 전문 역량을 공유하고, 향후 성장할 것으로 기대되는 그린 암모니아 시장에 대한 공동의 노력을 다짐했다.

📍 롯데건설

제1회 기술혁신 공모전 개최

롯데건설은 5월 10일부터 6월 30일까지 기술경쟁력 우수기업 발굴 및 상생 협력을 위해 「제1회 롯데건설 기술혁신 공모전」을 개최하고, 서류접수를 진행한다. 국내기업이라면 별도의 제한 없이 롯데건설 동반성장 홈페이지를 통해 기술소개서 등 관련 서류를 제출할 수 있다. 모집분야는 품질향상기술, 스마트건설기술, 사회공헌기술(ESG), 원가절감기술로 나뉘며, 7월 서류 평가를 통해 10개 기술을 선정하고, 8월 발표평가를 거쳐 8월 말 최종 순위를 발표할 예정이다.

📍 마곡마이스 복합단지 상반기 착공

롯데건설은 5월 14일 컨소시엄에서 설립한 마곡마이스PFV가 서울 강서구 마곡지구에 컨벤션센터와 호텔, 노인복지주택, 업무시설, 판매시설 등이 결합된 서울 최대 규모의 MICE복합단지 「LE WEST(르웨스트)」를 개발한다고 밝혔다. 마곡마이스PFV는 올 상반기 마곡 특별계획구역 CP1, CP2, CP3블록 「LE WEST」 개발에 착공할 예정이다. 「LE WEST」의 대지면적은 8만 2,724㎡로 상암동 월드컵경기장의 9배 수준이며, 연면적은 약 82만㎡로 삼성동 코엑스(46만㎡)의 약 2배 규모로 조성될 예정이다.

📍 롯데CM사업본부

「2021년 CM 아이디어 공모전」 시행

롯데CM사업본부는 5월 20일 다양하고 창의적인 아이디어 공모를 통한 조직 경쟁력 확보와 유연한 조직문화 구축을 목적으로 하는 「2021년 CM 아이디어 공모전(혁신을 찾아라)」의 아이디어를 채택했다고 밝혔다. 롯데CM사업본부는 이번 공모전을 통해 지난 두 달(3~4월)간 자유 주제로 임직원들의 아이디어를 공모했으며 창의성, 실현 가능성, 효과성, 지속 가능성을 기준으로 팀장 및 임원 평가를 거쳐 총 9건의 아이디어를 최종 채택했다. 추후 채택된 아이디어들을 현업에 적용 및 시행할 예정이며, 우수 아이디어 채택자들에게는 L.POINT를 포상품으로 지급할 예정이다.

📍 연구·지원

WELFARE·R&D

📍 롯데중앙연구소

2회차 R&D insight 진행

롯데중앙연구소는 5월 18일 전 연구원을 대상으로 올해 2회차 R&D insight(명사특강)를 진행했다. 이날 연구소에서는 한국학대학원 민속학 주영하 교수를 초청해 「한국인, 100년의 음식사」라는 주제로 약 90분간 특강을 열었다. 참석자들은 이번 강연을 통해 「음식=문화=역사」의 올바른

의미를 이해하고, 100년의 음식사를 공유했으며, 이와 더불어 미래 먹거리를 위해 나아가야 할 방향에 대해 파악하는 시간을 가졌다.

📍 롯데문화재단

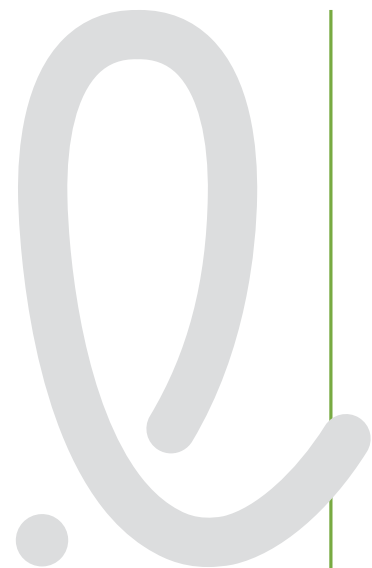
「오노프 콘서트」 진행

롯데콘서트홀은 6월 2일 정승환과 윤석철 트리오의 공연을 시작으로, 언택트가 일상인 돼버린 시대에 현장 라이브 콘서트와 함께 공연장을 찾지 힘든 관객들을 위한 실시간 온라인 콘서트를 동시에 진행하는 「오노프 콘서트」를 선보였다. 이날 공연에서는 2016년 데뷔 음반을 발표하며 「발라드 세손」으로서 입지를 확고히 한 정승환이 롯데콘서트홀을 매력적인 보이스로 채웠다. 아울러 피아노 윤석철, 베이스 정상이, 드럼 김영진으로 구성된 윤석철 트리오가 재즈와 힙합, 일렉트로닉, 발라드가 지 장르를 넘나드는 무대를 선보였다.

📍 롯데의료재단

코로나19 백신 2차 접종 시작

롯데의료재단 보바스기념병원은 5월 14일 아스트라제네카(AZ) 코로나19 백신 1차 접종을 마친 대상자에게 2차 접종을 시작했다. 2차 접종은 지난 2월 26일 1차 접종을 완료한 임직원 및 입원환자, 간병인을 대상으로 순차적으로 진행된다.



2021 JUNE

NEWS

ESG

롯데지주

해외 파병 장병 가정에 선물 전달



롯데지주는 5월 3일 육군에서 진행하는 「행복한 육군 가족 만들기」 행사에 과자 꾸러미 1,000여 세트를 후원했다. 이번 과자 꾸러미 세트는 해외 파병지에서 임무 수행에 전념하고 있는 장병들의 초등학생 이하 자녀들에게 전달됐다. 이날 전달된 과자 꾸러미는 롯데제과의 간식류 12종, 총 19개로 구성됐다. 가정의 달인 5월, 가족과 함께하지 못하는 해외 파병 장병 가정에서는 이날 뜻깊은 선물을 받고 육군 본부와 롯데지주에 감사를 표했다.

롯데칠성음료

무(無)라벨 탄산수 「트레비 ECO」 출시



롯데칠성음료는 5월 16일 탄산수 브랜드 「트레비」의 라벨을 없앤 「트레비 ECO」 350ml 제품을 출시했다. 이 제품은 최근 환경을 생각하는 가치 소비가 대두되고, 친환경 제품을 찾는 소비자들이 늘어나는 점에 주목해 출시됐다. 「트레비 ECO」는 기존 제품과 동일한 모양의 투명 페트병을 사용하고, 초록색 병뚜껑에 제품명을 기입해 무라벨 제품임에도 개별 제품들의 맛과 향을 구별하기가 용이하다. 제품명, 유통기한, 영양 성분 등 전체 표기 사항은 묶음용 포장박스에 표기했다.

롯데푸드

업계 최초 친환경 포장재 도입



롯데푸드는 5월 13일 ESG 경영의 일환으로 친환경 패키지를 도입했다고 밝혔다. 포장재에 친환경 잉크를 사용함으로써 환경오염 물질인 유해 유기 용제의 사용을 연 39톤가량 줄일 계획이다. 「빠빼코」는 병과업계 최초로 녹색인증 패키지를 도입한 제품이며, 냉동 HMR 패키지에 식품업계 최초로 r-PET(Recycled-PET)를 사용한 필름을 적용한다. 이를 통해 연간 10여 톤에 달하는 신재(새로운 재질) 플라스틱 사용을 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

롯데GRS

빨대 없는 「드링크 리드」 도입



롯데리아는 5월 18일 빨대 없이 음용이 가능한 「드링크 리드」를 롯데리아 직영점 100개 점에 도입한다고 밝혔다. 「드링크 리드」는 2018년 커피 전문점 브랜드 「엔제리너스」에서 일회용품 사용을 줄이기 위해 국내에 처음으로 도입한 것이다. 롯데리아는 환경보호와 일회용품 감소를 위한 ESG 경영계획의 일환으로 「드링크 리드」를 직영매장에 선제적으로 도입한 이후, 향후 가맹점에도 도입 여부를 검토할 계획이다. 롯데리아에서 사용되는 빨대 소비량은 연간 약 77톤으로, 직영점에 이

를 도입하면 빨대 사용량을 3톤가량 줄일 수 있을 것으로 예상되며, 전국 롯데리아 매장에 도입 시 약 20톤의 빨대 소비량을 줄일 수 있을 것으로 기대된다.

롯데유통사업본부

ESG 판촉물 Re-Life 캠페인 전개



롯데유통사업본부는 5월 3일 전국 1,300여 명의 판촉사원이 ESG에 대한 인식을 제고하고 전사적으로 환경보호를 실천할 수 있도록 판촉물 Re-Life 캠페인을 전개했다고 밝혔다. 판촉물은 제품의 판매촉진을 위해 사용되는 각종 집기나 POP 등이다. 이번 캠페인은 이러한 판촉물을 재분배, 재활용해 새 생명(Re-Life)을 부여함으로써, 환경보호의 선순환 구조를 만들고자 기획됐다. 현장활동 시 남거나 방치된 판촉물이 있을 경우, 별도의 모바일 협업 앱으로 이를 공유하고 자발적인 나눔을 실천하는 코걸 셰어 방식으로 진행된다. 롯데유통사업본부는 이번 캠페인을 지속적으로 진행한다면, 연간 200여 톤에 달하는 이산화탄소를 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있다.

롯데마트

무라벨 상품 출시 속도낸다



롯데마트는 5월 13일 친환경 제품을 사

용하는 착한 소비가 트렌드로 떠오르는 점을 고려해, 무라벨 생수와 방울토마토에 이어 무라벨 탄산수를 선보였다. 이번에 선보인 무라벨 탄산수는 「온리프라이스 스파클링 워터 ECO」로, 상온에서 주입 가능한 탄산 볼륨을 최대로 주입해 특 쓰는 맛이 특징이다. 롯데마트는 해당 제품 출시를 통해 연간 약 3,600kg의 포장재를 절감할 수 있을 것으로 기대하고 있으며, 앞으로도 지속적으로 친환경 제품을 선보일 계획이다.

코리아세븐

상생편의점 「엔젤스토어」 1호점 오픈



세븐일레븐은 5월 10일 사단법인 한부모가족회 「한가지」와 손잡고 한부모가족과 함께하는 상생 편의점 「엔젤스토어」 1호점을 오픈했다. 「엔젤스토어」는 지난 3월 「한가지」와 업무협약을 통해 한부모가족에게 안정적인 편의점 일자리를 제공함으로써 고용 안정을 도모하기 위해 기획됐다. 세븐일레븐은 「엔젤스토어」 오픈에 필요한 가맹가입비, 교육비 등 편의점 운영에 필요한 초기 투자금을 지원했으며, 롯데지주가 진행하는 「맘(mom)편한」 사업의 일환으로 교육비 지원, 자녀 돌봄 지원 등 조기 정착과 안정적 운영을 돕는 다양한 지원 프로그램도 제공했다.

친환경 무라벨 PB 생수 「얼썬얼수」 출시

세븐일레븐은 5월 18일 친환경 시대를 맞아, PB 생수를 리뉴얼한 무(無)라벨 「얼썬얼수」를 출시했다. 「얼썬얼수」는 지구를

뜻하는 어스(Earth)와 물 수(水)를 합친 말로 지구를 지키는 물이라는 뜻에, 친환경 상품을 이용하고 환경을 지키면 어깨춤이 절로 난다는 의미를 더했다. 「얼썬얼수」는 투명한 무지 형태로 상품 표면에 라벨은 물론 어떤 인쇄물도 표기되어 있지 않으며, 용량·수원지 등 필수 표기 항목은 병뚜껑 라벨에 표시돼 있다. 또한, 병뚜껑에 멸종 위기 동물 7종 그림을 넣어 환경과 자연보호의 중요성을 강조했다. 세븐일레븐은 「얼썬얼수」 출시를 기념해 병뚜껑 7종과 환경보호 메시지를 함께 인증한 고객 중 40명을 추첨해 시그니엘 호텔 숙박권을 주는 이벤트를 진행한다.

롯데홈쇼핑

「상생일자리」 5기 발대식 진행



롯데홈쇼핑은 5월 7일 서울 영등포구 더스테이트호텔 선유에서 여성 인재 양성 프로그램 「상생일자리」 5기 발대식을 진행했다. 「상생일자리」는 중소기업부 지원사업의 일환으로, 롯데홈쇼핑이 지난 2018년부터 대중소기업농어업협력재단과 공동 주관으로 운영하며 현재 4기까지 운영한 결과 취업률 70%의 성과를 내고 있다. 코로나19로 인한 심각한 취업난을 고려해 올해 5기에는 지난해 대비 교육 인원을 30% 확대했다. 홈쇼핑 산업 및 직무 이해, 자기 소개서 작성 요령 및 면접 컨설팅 등 재취업을 위한 실질적인 역량 강화 교육이 진행되며, 수료 후에는 롯데홈쇼핑 파트너사와 연계한 취업 매칭 프로그램이 진행된다.

롯데하이마트

학대 피해 아동에게 후원금 전달



롯데하이마트는 5월 6일 학대 피해 아동 지원을 위한 「희망을 잇는 착한소비캠페인」 후원금 전달식을 진행했다. 후원금은 지난 4월 한 달간 LG전자와 함께 전국 440여 개 롯데하이마트 매장에서 「오브제 컬렉션」 상품을 구매하면 결제 금액의 1%를 적립하는 「희망을 잇는 착한소비캠페인」을 통해 마련됐다. 전국 10여 개 가정위탁지원센터 및 아동보호 전문기관에 지원된 5,000만 원의 후원금은 학대 피해 아동 40여 명을 위한 치료비, 학습비 등으로 쓰일 예정이다.

롯데면세점

친환경 아트 캔버스 키트 선물



롯데면세점은 5월 3일 서울 송파구에 위치한 아름다운 꿈 지역아동센터에 친환경 아트 캔버스 키트를 어린이날 선물로 전달했다. 이번 기부는 코로나19로 야외활동이 어려워지면서 실내에서 보내는 시간이 늘어난 아이들에게 창작활동을 통한 색다른 경험을 선물하기 위해 기획됐다. 롯데면세점은 영업점이 있는 서울과 인천, 부산, 제주 지역의 지역아동센터와 보육원을 비롯해 보바스어린이의원 등 아동 기관 8곳에 1,000만 원 상당의 친환경 아트

캔버스 키트 310개를 선물했다. 키트는 아이들이 간편하게 어디서든 그림을 그릴 수 있도록 캔버스와 물감, 붓, 팔레트 등 채색도구로 구성됐다. 캔버스 키트는 사회적 기업 「러블리 페이퍼」의 캔버스 DIY 제품을 활용했으며, 롯데면세점 임직원 150명이 키트제작 봉사활동에 참여해 아이들을 응원하는 마음을 담았다.

롯데월드

보호종료아동 서울스카이 초청



롯데월드는 5월 17일 스무 살이 된 아동 복지시설 보호종료아동들이 더욱 의미 있는 성년의 날을 맞도록 「드림티켓」 초청행사 「힘껏 날아오를 너의 시작을 응원해」를 진행했다. 롯데월드는 보호종료아동 20명을 순차적으로 초청해 서울 하늘에서 가장 높은 곳인 롯데월드타워 541m 상공에서 즐기는 서울스카이 스카이라이프 체험 및 기념사진 촬영, 응원 선물 등을 지원함으로써 성년의 첫걸음에 의미를 더했다.

롯데물산

아동학대 근절 「SOS 릴레이 챌린지」 동참



롯데물산은 5월 10일 류제돈 대표이사가 롯데월드타워에서 아동학대 근절을 위한 「SOS(Save Our Seoul) 릴레이 챌린지」에 동참했다고 밝혔다. 「SOS 릴레이 챌린지

지는 아동학대를 포함한 사회적 약자에 대한 각종 폭력 방지와 복지사각지대 해소를 목적으로 서울시의회에서 4월 2일부터 시작한 캠페인이다. 롯데물산은 5월 11일 롯데월드타워 공식 페이스북에 「살펴보고, 찾아보고, 알려주고, 지켜주고」라는 슬로건 문구와 함께 「SOS 릴레이 챌린지」 사진을 업로드하고, 롯데월드몰 내부 대형 LED 전광판인 미디어 상들리에를 통해 해당 영상을 송출했다.

롯데정보통신

「Wannabe」 4기 발대식 진행



롯데정보통신은 5월 10일 조직문화 혁신을 위한 임직원 소통 위원회인 「Wannabe(워너비)」 4기 발대식을 CEO와 함께 비대면으로 진행했다. 롯데정보통신은 그동안 유연근무제 도입, 현장 소통 활성화, 캐주얼데이 시행 등 다양한 방면으로 유연한 조직문화를 활성화해 왔다. 이번 기수에서는 다양한 직급과 부서로 구성된 약 40명이 「Change Agent」 역할에 맞게 더 행복한 회사를 위한 문화를 만들어 나갈 예정이다.

대흥기획

업사이클링 비누 만들기 활동 진행



대흥기획은 5월 21일 회사에서 나온 커피

원두 찌꺼기를 업사이클링한 친환경 비누 만들기 「Let's Be New 캠페인」을 진행했다. 이날 자원봉사로 참여한 임직원들은 회사에서 배출한 커피박을 활용해 친환경 비누를 만드는 시간을 가졌다. 참석자들은 「행복하길 비누」, 「건강하길 비누」 등 재치 있는 문구를 넣은 커피 비누를 직접 만들어 보면서 ESG의 중요성을 직접 체감하고 제로 웨이스트를 실천했다. 앞으로도 대흥기획은 친환경 활동을 포함한 다양한 ESG 프로젝트를 진행할 예정이다.

한국후지필름

영업용 차량, 친환경 전기차로 전환



한국후지필름은 6월 10일 업무용 차량을 친환경 전기차로 전환하는 등 탄소 발자국 줄이기에 앞장선다고 밝혔다. 한국후지필름은 현재 21대의 영업 차량 중 8대를 전기차량으로 교체 완료했으며, 도입 차량은 기아 소울 EV와 쉼보레 볼트 EV 모델이다. 향후 기업의 지속적인 가치 제고 및 친환경 ESG 체질 개선 도모(대기오염 및 직원 안전)를 위해 2022년까지 나머지 13대 점진적으로 교체할 예정이다.

롯데엠시스

시각장애인 도서 제작 기금 전달



롯데엠시스는 5월 27일 사회복지법인 하

트하트재단에 시각장애인을 위한 「특별한 도서」 제작을 위한 기금 300여만 원을 전달했다. 이 기금은 시각장애인이 정보에 쉽게 접근해 이용할 수 있도록 촉각, 점자, 음성, 큰 글자로 구성된 도서를 제작하는 데 사용된다. 실물에 가까운 재료의 질감을 지닌 재료를 덧붙여 손끝으로 이를 느낄 수 있도록 보다 사실적으로 표현했으며 점자, UV 작업, QR 코드를 삽입하여 시각장애인이 책을 만지고 느끼고 들으면서 즐겁게 독서하며 꿈을 키워갈 수 있도록 했다. 이렇게 제작된 도서는 문화체육관광부 국립중앙도서관을 통해서 전국 15개 시각장애학교, 전국 40개소 점자도서관과 국내 국공립 도서관 등에 배포돼 시각장애인의 개별 학습 교재로 사용될 예정이다.

롯데정밀화학

사회공헌 협약 기업 공동 프로그램 참여



롯데정밀화학은 5월 20일 울산 소재 20개 기업이 함께하는 사회공헌 협약 기업 공동 프로그램에 참여했다고 밝혔다. 이 프로그램은 지자체 및 지역 소재 기업, 사회복지기관이 협력해 더 나은 지역사회를 만들고 더불어 사는 사회를 이룩하고자 기획됐으며, 롯데정밀화학은 2012년 13개 기업 대상으로 최초 시행할 때부터 참여해 왔다. 올해는 코로나19로 장기화된 재택 생활에 어려움을 겪고 있는 저소득 장애인 가정 2,000세대에 생활 필수품인 칫솔, 잡곡, 된장 등 12종의 용품으로 구성된 박스를 전달했다.

롯데중앙연구소

헌혈 봉사활동 진행



롯데중앙연구소는 5월 14일 코로나19 위기 극복을 위해 임직원 30여 명이 참석한 가운데 헌혈 봉사활동을 실시했다. 이날 헌혈 봉사활동은 최근 코로나19 감염증으로 인한 헌혈 수급난 해결에 보탬이 되고자 임직원들의 자발적인 참여로 진행됐다. 또한, 코로나19 감염 예방을 위해 헌혈 버스 탑승 인원을 시간별로 편성해 대기 시간 및 밀접 접촉을 최소화했으며, 사회적 거리두기를 적극적으로 준수하며 실시됐다.

롯데의료재단

가정의 달 맞이 이벤트 실시



롯데의료재단 보바스기념병원은 5월 3일부터 7일까지 5일간 가정의 달을 맞이해 병실 입원 환자를 대상으로 다양한 행사를 진행했다. 이 기간에 입원환자들은 「가족사진 액자 만들기」, 「카네이션 만들기」를 비롯해 「랜선음악회」를 통해 외출하지 못하는 아쉬움을 달랬다. 또한, 코로나19로 면회가 제한돼 그간 병실로 직접 찾아올 수 없어 아쉬워했던 가족들은 감동적인 어버이날 선물을 위해 노래 선물과 악기 연주 등 영상편지를 깜짝 이벤트로 직접 준비했다.

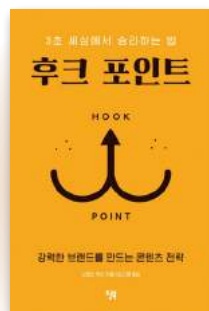
사보 「롯데」 추천도서



후크 포인트

: 3초 세상에서 승리하는 법

디지털 미디어와 SNS의 발달로 「초미세 관심」의 시대가 열렸다. 디지털 플랫폼에서는 하루 평균 600억 개의 메시지가 쏟아져 나오고 우리는 최대 1만 개의 광고에 노출된다. 어떻게 해야 온갖 잡음이 가득한 세상에서 사람들이 콘텐츠에 반응하는 시간, 단 3초 안에 사람들의 눈길을 붙잡아 존재감을 각인시킬 수 있을까? 「후크 포인트」는 수많은 소음을 뚫고 고객의 마음에 각인되는 상품, 서비스, 브랜드를 만드는 법이다. 시선을 끄는 데는 성공했지만 막상 알맹이는 없는 소위 「낚시」와는 다르게 진정성을 갖추고 있으며, 고객의 삶에 가치를 제공한다. 마케팅이란 기본적으로 커뮤니케이션이기에, 「후크 포인트」는 비단 기업의 제품과 서비스에 한정되는 기법이 아니다. 개인이 운영하는 SNS 계정, 구직자라면 자기 자신, 비즈니스 미팅이 잦은 직장인이자면 협상력에도 얼마든지 적용할 수 있다. 단시간에 사람들의 관심을 끌어내되, 질적으로 우수한 콘텐츠, 사회에 도움이 되는 메시지가 오래도록 살아남을 수 있다는 점을 강조한다.



브렌던 케인 지음 | 월북 | 1만 6,800원

건강한 건물

닫힌 공간이 바이러스 온상으로 지목받는 코로나 시대, 우리의 일터인 사무실이 위기에 처했다. 벽과 문을 없앤 오픈 플로어 플랜 사무실 구조, 지정석을 없애고 출근 순서대로 앉는 자율 좌석제, 뷔페를 연상케 하는 카페테리아, 업무 효율성을 높이고 일과 놀이의 경계를 없애고자 사무실에 들었던 것들이 이제 개인 위생과 안전을 위협하고 있다. 「건강한 건물」은 이런 위험에 맞서 병든 건물을 진단하는 저명한 과학수사관이자 하버드공중보건대학원 교수가 하버드 경영대학원 도시 회복력 전문가와 손잡고, 우리가 온종일 머무는 건물의 잠재력을 활용해 건강을 지키고 생산성을 높이는 방법을 모색한 책이다. 저자는 실내 공간을 개선하는 일이 새로운 경제적 기회를 가져다주고 수많은 사람의 삶을 바꾼다고 설파하며, 경영 측면에서 건강한 건물 전략을 도입하고 실행에 옮기는 방법론과 성공 사례를 소개한다. 건물을 건강하게 만들면 그 안에서 생활하는 사람들이 건강해지고 생산성이 높아져 기업의 수익이 향상된다.



조지프 앨런, 존 매커버 지음 | 머스트리드북 | 1만 8,000원

퇴근 후 글 쓰러 갑니다

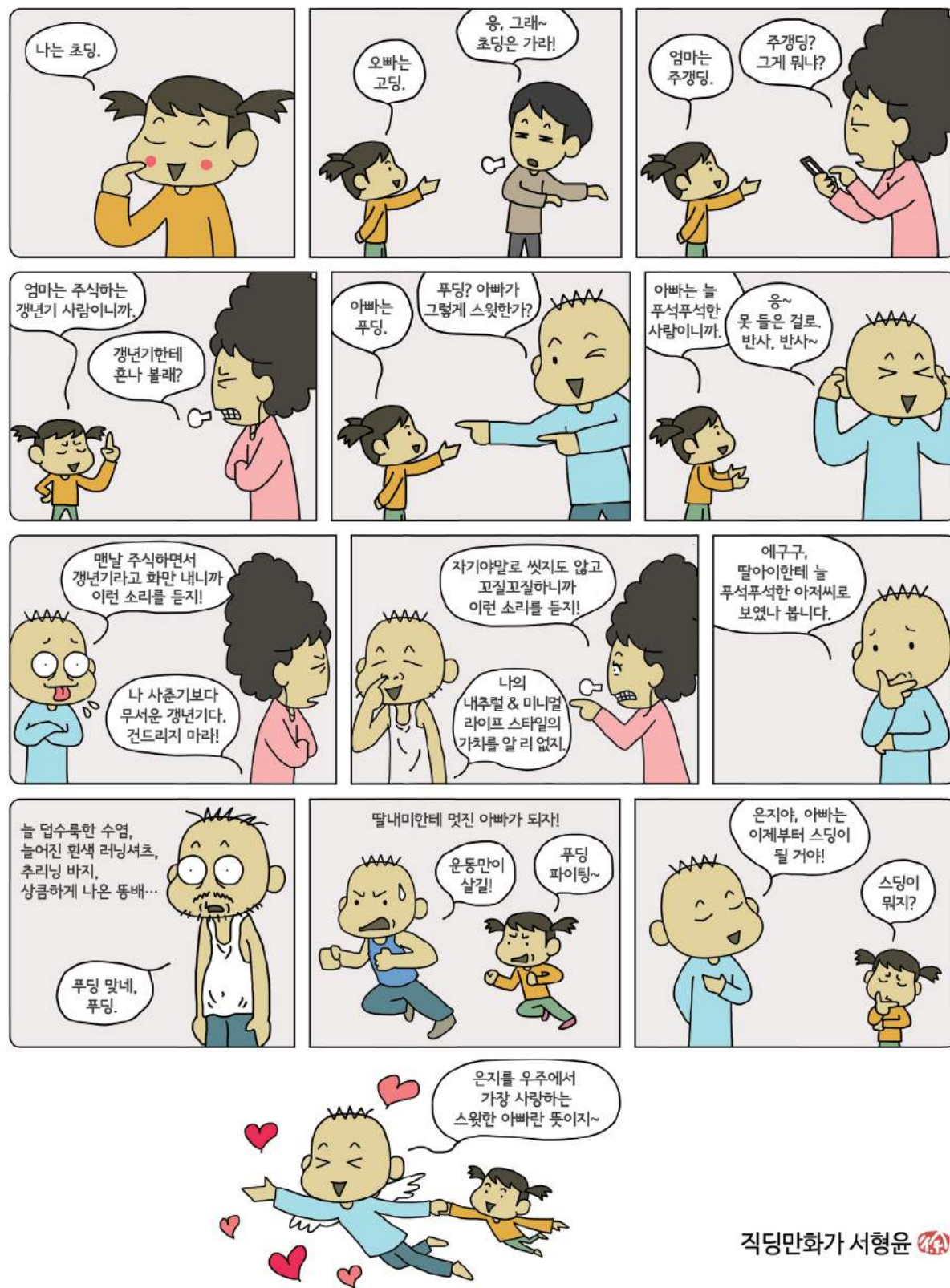
우리는 각종 메신저 창과 SNS에 찰나의 감정 혹은 일상 다반사를 수시로 공유한다. 짧은 문장과 보기 좋은 사진이 어우러진 글로 서슴없이 「나」를 드러낸다. 그러나 한편으로 나만의 진솔한 매력을 담은 글, 더 많은 사람들에게 읽히고 공감을 얻을 만한 글을 쓰기란 어렵다고 말한다. 평범한 사람들이 블로그나 브런치 등에서 활약하는 작가가 되는 것을 보며 「나도 저렇게 쓰고 싶다. 내 책 한번 내 보고 싶다.」라고 생각하지만, 당장 무엇부터 어떻게 시작하면 좋을지 막막하다. 감각적인 글 몇 줄은 나도 제법 쓸 수 있을 듯인데, 내 이름 앞에 「작가」라는 타이틀을 붙자니 너무 거창해질까 두렵다. 그럼에도 쓸 수밖에 없는 사람, 쓰고 싶어 못 견디는 사람이 있기 마련이다. 회사와 사무실을 무기력하게 오가다 운명처럼 이 책을 만난 직장인, 내 인생의 운전한 주인이 되고 싶지만 일상에 치여 지친 학생, 막막한 하루에 한 줄기 희망을 더하고 싶은 취준생, 저물어 가는 것만 같은 일상에 다시금 생기를 불어넣고 싶은 은퇴자. 마음속에 「언젠간 내 이름 석 자 박힌 책 한권 내고 싶다」는 로망을 간직한 모두에게 이 책을 추천한다.



서양수 지음 | 두사람 | 1만 5,800원



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 신지원(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 유호성(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 정재운(연구지원팀)	롯데미래전략연구소 이소라(지원담당)	롯데재단 김창희(장학·복지)/김충훈(삼동)
롯데인재개발원 장보근(기획팀)	롯데문화재단 김기해(사업기획파트)	롯데의료재단 김경문(커뮤니케이션팀)

5월호 정답

① 롯데 어워즈 ② C-rPET ③ 치즈 No.5

2021년 5월호 당첨자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)
보바스기념병원 행정부 영양팀 최혜린
코리아세븐 푸드팀 김하영A

롯데렌터카 1일 이용권
롯데컬처웍스 안산관 이지은

롯데백화점 상품권(3만 원권)
롯데푸드 용인공장 생산담당 허승모
롯데물산 경영지원팀 나한엘

롯데푸드 로스팜 선물세트
롯데하이마트 경북지사 축전점 이동욱
롯데케미칼 대산공장 사무지원팀 조성우

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)
롯데지알에스 경영관리팀 김규리
롯데호텔 부산 식음팀 김정화
롯데칠성음료 강릉생산담당 전계민

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)
롯데컬처웍스 대구광장관 정무건
롯데알미늄 포장품질TF 정영윤

엔제리너스 상품권(1인 4매)
롯데건설 화도 양평1공구 고경진
롯데정보통신 마트S 지원담당 윤호준

봉합엽서

보내는 사람 :

주소 :



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



각사 사보기자 혹은
사보 이메일로
송부 바랍니다.

은une 2021 June「11월」서Y



함께 가는 친구, 롯데

편집후기

순국선열과 호국영령들의 고귀한 희생을 되새기는 호국보훈의 달 6월. 나라를 위해 헌신하신 국가 유공자 여러분 덕분에 오늘을 살아감에 한없는 존경과 깊은 감사를 드립니다.

김민진 : minjinkim@lotte.net

하루는 한여름처럼 무덥다가 다음 날엔 정마처럼 비가 내리는 6월.오늘의 우리만큼이나 젊고 뜨거웠을 국가 유공자분들을 생각합니다. 잊지 않습니다.

정유진 : yj_jung@lotte.net

자랑하고 싶은 우리 부서나 직장 동료, 올리고 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. 세브일레븐이 환경부와 함께 진행하는 국민 공감 캠페인은?

02. 「2021 롯데 오픈」 우승자는?

03. 제31회 롯데면세점 패밀리 콘서트 총 조회 수는?

♥ 이번 호에서 좋았던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 이번 호에서 아쉬웠던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 사보 「롯데」에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.