

故象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년 기념 특집호

1921—2020

얼굴은
자신들지 않는다



약력

1921년 울산에서 태어난 신격호 명예회장은 일본으로 건너가 롯데를 창업, 기업가로 성공하였습니다.

그는 한 일 후고 이후 한국 투자의 길이 알려지, 고국으로 돌아와 1967년 롯데제과를 시작으로 호남롯데, 롯데쇼핑, 호남석유화학(현 롯데케미칼) 등으로 사업을 확대하며 롯데그룹을 전 세계 20여 개국에 걸쳐 200여 개 계열사를 거느린 대기업으로 성장시켰습니다.

모국의 경제발전에도 이바지하겠다는 강경철학을 추구한 신격호 명예회장은 2017년 국내 최고종 롯데월드타워를 완공함으로써 세계에 자랑할 수 있는 대한민국을 판도마를 만들겠다는 평생의 꿈을 이루고 2020년 1월 별세. 올주군 상동면 선영에 잠들었습니다.

創業主
象殿 신격호

Founder of LOTTE GROUP
SHIN KYUK-HO

1921~2020



롯데의 탄생

그날 밤 나는 공장 야전침대 누워 우리 화장품의 브랜드를 구상하느라 골몰했다.
 신선하고 우아하고 고급스러운 브랜드를 찾기 위해 아름다운 여성들의 이미지를 그리기도 했다.
 그러다 깜빡 잠이 들었다. 꿈속에서는 한 여성이 내가 만든 크림을 바르고 있었다.
 꿈이지만 너무 생생했다. 잠에서 깨어나 한참이 지난 후에도 지워지지 않을 만큼 생생했다.
 하지만 어디서 본 여성인지 떠오르지 않았다. 기억을 더듬느라 서성거리는데
 문득 책꽂이에 꽂혀있는 「젊은 베르테르의 슬픔」이 눈에 들어왔다.
 책을 빼들자 표지에 그려진 샤롯데의 얼굴이 다가왔다. 그 얼굴이었다.
 「롯데!」
 샤롯데에서 「샤」를 빼고 롯데라고 불러 봤더니 입에 착 달라붙었다.
 날이 새자마자 곧바로 인쇄소로 달려가 「롯데」라벨을 주문했다.
 「롯데」상표를 붙인 화장품은 불티나게 팔렸다. 대성공이었다.

-「열정은 잠들지 않는다」신격호 창업주 회고록 中-

CONTENTS

FOCUS

- 02** 특집 ①
故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년 기념사
- 04** 특집 ②
홍상 제작 및 기념관 개관
- 08** 특집 ③
김영원 홍상 조각가 인터뷰
- 10** 특집 ④
조은화 추모곡 작곡가 인터뷰
- 12** 특집 ⑤
어록 및 경영 일화
- 16** 특집 ⑥
권성원 차의과대학 석좌교수 칼럼



- 20** 특집 ⑦
정승환 매일경제 재계·ESG전문기자 칼럼
- 22** 특집 ⑧
창업주 꿈을 향한 여정
- 24** 기획
⑪ 롯데월드 ESG 경영활동
- 28** 정보마당
롯데중앙연구소 관능 DT
- 30** 롯데 광고 이야기
「빠빠로로 우리 마음 더 가까이」 캠페인
- 32** 정보마당
엔제리너스 특화매장 육성
- 34** 롯데뮤지엄
「dreamer, 3:45am」
- 36** 시네마 돋보기
부산국제영화제
- 38** 롯데 감성 여행
늦가을 힐링 숲 여행

LIFE

- 40** NEWS UPDATE
- 46** NEWS ESG
- 50** 사보기자 및 퀴즈 당첨자



故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

01



임직원 여러분,
우리는 지금 신격호 창업주님의 탄신 100주년을 기념하는 뜻깊은 시간을
함께하고 있습니다.

창업주님께서 태어나신 100년 전은 시대적으로 매우 고단하고 험난한 시기였습니다.
그러나 열악한 환경에 굴하지 않고 홀로 원대한 꿈을 꾸며 사업을 일으키셨습니다.
그리고 남다른 혜안으로 앞날을 내다보며,
끊임없이 배우고 연구하고 도전하여 오늘의 롯데를 일구셨습니다.

수많은 역경이 있었지만, 도전은 계속되었습니다.
대한민국이 부강해지고 우리 국민이 잘살아야 한다는 굳은 신념으로,
사회와 이웃에게 도움이 되는 기업이 되고자 노력하셨습니다.
오늘의 롯데는 그렇게 만들어졌습니다.

여러분, 우리는 지금 창업주님의 땀방울이 아름답게 열매 맺은
그 롯데의 터전 위에 서 있습니다.

롯데의 어느 구석이든 창업주님의 애정이 깃들지 않은 곳이 없습니다.
롯데의 모든 공간과 시간에는
창업주님의 열정이 아직도 선명하게 빛나고 있습니다.
창업주님께 한없는 고마움을 느낍니다.

창업주님의 흔적이 고스란히 남아 있는 이곳에서,
이제는 창업주님의 유지를 계승 발전시켜야 할 책임에 대해 생각합니다.

창업주님의 뜻을 이어가려면 앞으로도
우리 롯데는 지속가능하게 성장하면서,
더 많은 고객들에게 꿈과 희망과 행복을 주는 기업으로서
사회적 역할을 다해야 합니다.
오늘의 롯데에는 「오늘을 새롭게, 내일을 이롭게」
만들어가야 할 사명이 있는 것입니다.

새로운 롯데를 만들어가는 길에, 창업주님께서 몸소 실천하신
도전과 열정의 DNA는 더없이 소중한 가르침이 될 것입니다.

그 가르침을 바탕으로 임직원 여러분 모두가
보다 새롭고 진취적인 롯데를 만드는 데 힘을 모아주시기 바랍니다.
그것이 100년 전 세상에 나셔서 이 땅에 롯데를 세우신
창업주님의 유지를 받드는 길이라 믿습니다.

창업주님의 정신을 마음 깊이 새기면서,
모두의 의지를 모아 미래의 롯데를 함께 만들어 나갑시다.
감사합니다.

故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

02

창업주 홍상 제작 및 기념관 개관

롯데는 고(故) 상전(象殿) 신격호 창업주의 탄신 100주년을 맞아 11월 1일부터 5일까지를 기념주간으로 정하고, 국가 발전에 기여하고 국민 생활을 윤택하게 만들고자 했던 창업주의 생애를 다양한 각도에서 돌아볼 수 있는 기념행사를 진행했다.



창업주 홍상 설치 및 기념관 개관

롯데는 신격호 창업주의 탄신 100주년을 맞아 창업주의 도전정신을 계승하기 위해 롯데월드타워에 홍상을 설치하고 기념관을 만들었다. 기념 주간의 시작을 알리는 11월 1일에는 창업주 홍상 제막식과 「상전 신격호 기념관」 개관식이 진행됐다. 이 행사에는 신동빈 롯데 회장을 비롯해 장녀 신영자 전 롯데장학재단 이사장, 송용덕·이동우 롯데지주 대표 및 4개 부문 BU(Business Unit)장 등 임직원 10여 명이 참석했다.



좌대 포함 185cm 높이의 홍상은 청동으로 제작됐으며 롯데월드타워 1층에 전시됐다. 광화문 세종대왕상, 동대문 DDP 대형 인체조각 등으로 널리 알려진 김영원 조각가가 제작을 맡았다. 홍상 뒷벽에는 강병인 서예가의 글씨로 「열정은 잠들지 않는다」는 메시지를 담았다.

「상전 신격호 기념관」은 롯데월드타워 5층에 약 680㎡ 규모로 마련됐다. 이곳에서는 신격호 창업주가 일군 롯데의 역사를 미디어 자료와 실물 사료로 확인할 수 있다. 창업주의 일대기를 포토그래픽으로 구성했으며, 초기 집무실도 그대로 재현했다. 집무실에는 「화려함을 멀리하고 실리를 추구한다」는 뜻의 사자성어 「거화취실(去華就實)」과 한국 농촌의 풍경을 담은 그림이 액자로 걸려 있다. 신격호 창업주의 소박한 성품과 모국에 대한 사랑을 엿볼 수 있는 공간이다.



또한, 신격호 창업주가 청년 시절 일본에서 고학하며 롯데를 창업한 과정에서 생긴 6가지 주요 일화를 일러스트 영상으로 구성했다. 「라이브 드로잉의 대가」로 불리는 김정기 작가가 롯데의 발전상을 감각적으로 그려낸 대형 드로잉 영상도 감상할 수 있다.

생전 창업주가 신고 현장을 누볐던 낡은 구두와 돋보기, 안경집, 펜과 수첩 등의 집무 도구, 명함과 파이프 담뱃대, 즐겨 보던 책과 영화 테이프 등도 눈길을 끈다. 롯데제과 최초의 겸「쿨민트」부터 롯데백화점 초기 구상도, 롯데월드타워 기록지까지 사업의 성공을 위해 치열하게 고민했던 흔적을 확인할 수 있다.

이 외에도 창업주의 현장 경영 모습을 담은 사진을 모아 디지털 액자로 전시했으며, 롯데가 제작했던 광고, 사사 및 사보도 키오스크를 통해 열람할 수 있다. 신격호 창업주와 롯데그룹이 그간 수상한 상훈 및 상패, 롯데월드타워 설계부터 완성까지의 과정과 사회 공헌 활동상도 전시된다. 신격호 창업주는 우수한 자질이 있음에도 어려운 환경으로 인해 고향하는 학생들과 외국인 근로자들을 돕기 위해 롯데장학재단, 롯데복지재단을 설립했다. 고향인 울산 지역의 발전과 복지사업에 기여하기 위해서는 사재를 출연해 롯데삼동복지재단을 설립했다.

회고록 출간 및 다양한 기념 행사 개최

신격호 창업주 탄신 100주년 당일인 11월 3일에는 회고록『열정은 잠들지 않는다』의 출간과 더불어 다양한 행사가 진행됐다.

롯데벤처스는 이날 롯데월드타워에서「청년창업 기념식」을 열고,「글로벌 액셀러레이터」 프로그램에 선발된 스타트업 13개사를 대상으로 총 5억 원 규모의 지원금을 수여하는 행사를 열었다.「글로벌 액셀러레이터」는「1세대 글로벌 청년 창업가」라고 할 수 있는 창업주의 도전 정신을 계승해 잠재력 있는 스타트업들의 해외 진출을 지원하는 프로그램이다. 총 310개 스타트업이 지원해 약 24대 1의 경쟁률을 기록했다.

같은 날 사단법인 한국유통학회는「제3회 상전유통학술상」 시상식을 열고, 유통학 관련 연구로 유통정책과 산업 발전에 공헌한 학자들을 선발해 상금을 수여했다. 이 학술상은 지난 2019년 12월



한국 유통산업의 선구자인 신격호 창업주의 공적을 기리고, 우수한 유통학 연구자를 발굴 및 양성하기 위해 제정된 것으로 롯데그룹이 후원한다.

롯데장학재단은 이날 간호사 자녀 110명에게 총 1억 1,000만 원 규모의 나라사랑 장학금을 수여했다. 이 수여식은 코로나19 최전선에서 국민들을 위해 헌신하는 간호사들의 노고에 감사의 뜻을 표하는 취지에서 진행됐다.

롯데콘서트홀에서는 창업주의 꿈과 도전, 열정을 기리는 기념음악회가 열렸다. 기념음악회에서는 헌정 영상 및 인터뷰 영상도 상영됐다. 헌정 영상의 음악은 신격호 창업주 생전의 애청곡으로 알려진 가곡「사월의 노래(박목월 작시)」를 가수 김현철 씨가 편곡해 만들었으며, 헌정 영상에서는 경남 울주군 산골 마을의 한 소년이 성장하며 자산 100조의 대기업을 일궈내는 과정을 서정적인 영상미로 표현했다.

음악회는 독일 한스아이슬러 음대 교수로 재직 중인 조은화 작곡가가 신격호 창업주를 주제로 작곡한 추모곡 초연으로 시작됐다. 이 추모곡에서는 신격호 창업주의 영문 이니셜(Shin Kyuk-Ho)을 주요 음으로 활용해 의미를 더했다.

최정상 예술가들도 함께 무대를 빛냈다. 정치용 지휘자가 지휘봉을 잡았으며, 경기필하모닉오케스트라가 추모곡을 비롯한 괴테의 동명의 2개 시를 음악화한「고요한 바다와 행복한 항해」서곡 등을 연주했다. 이 밖에도 선우예권 피아니스트가 세계 3대 피아노 협주곡으로 꼽히는 차이콥스키의「피아노 협주곡 제1번」을 협연했고, 신영옥 소프라노의 목소리로 듣는 창업주의 애청곡인「사월의 노래」,「오 사랑하는 나의 아버지」등 공연이 이어졌다.



롯데는 기념관의 다양한 콘텐츠를 온라인 및 모바일로 확인할 수 있도록 온라인 기념관도 운영했다. 이번 기념 주간이 임직원 모두에게 창업주의 정신을 되새기는 뜻깊은 시간이 됐기를 바란다. 

편집실



故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

03

가까이에서 더 보고 싶은 신격호 창업주 동상을 만들며



창업주 탄신 100주년을 맞아 11월 1일
서울 송파구 롯데월드타워 1층
로비에는 신격호 창업주 흉상이 설치됐다.
창업주의 열정과 도전정신을
계승하고 업적을 기리기 위해서다.
사보 「롯데」에서는
광화문 세종대왕 동상 및
동대문 DDP 대형 인체조각 작품으로
널리 알려진 김영원 조각가를
직접 만나 흉상 제작에
얹힌 이야기를 들어 보았다.



조각가 김영원

홍익대학교 조소과 및 동 대학원 졸업
前 홍익대학교 미술대학 학장
前 한국조각가협회 이사장
1999년 3·1 독립운동 기념탑 제작
2004년 국립현대미술관 작품수집 심의위원
2009년 광화문 세종대왕 동상 제작
2015년 역대 대통령 10인 조각상 지명작가 선정, 제작

오랜 시간 인체를 주제로 한 작품을 작업해 왔지만, 실존 인물의 동상을 만드는 일은 보통 까다로운 일이 아닙니다. 저마다 회상하는 모습이 다를 수 있어서 실제 모습을 떠올리며 공감할 수 있으면서도 성품이 베어 나오도록 하는 것이 중요합니다. 작업하면서 골상에 이미지를 씌우는 작업에는 사진과 영상 등 다양한 이미지 데이터가 필요한데, 창업주께서는 본인의 경영철학대로 외부 노출이 잦지 않으셨기에 현존하는 자료가 많지 않았습니다. 다행히 롯데지주에서 회고록 초고 등을 제공해 주어서 창업주에 대한 인물 탐구를 할 수 있었습니다.

충분한 이미지 구상을 할 수 없었기에 작업기간에는 외부의 방문도 단절한 채 집중했습니다. 실제로 뵈는 적은 없지만 제가 탐구한 창업주님은 신뢰감, 성실함, 진취적이고 국제적인 감각을 갖춘 기업인이기도 하셨지만 예술가적인 면모도 있으셨습니다. 단순히 문학에서 영감을 받은 회사명뿐만이 아니라, 돈이 얼마가 들든지 예술품처럼 세계적인 초콜릿을 만들겠다는 결심 역시 예술가가 아니면 생각할 수 없는 마인드 아니겠습니까. 저는 그 부분에서 예술가로서 깊이 공감했고 작품에도 그러한 양면, 즉 기업인으로서의 엄격하지만 온정 있고 따뜻하며, 인간미 있는 모습이 모두 표현될 수 있도록 신경썼습니다. 이것이 이번 작품에서 가장 노력한 부분입니다.

흉상은 조각할 때 큰 동상보다 손이 더 많이 가는 작업입니다. 크기가 작은 만큼 디테일이 더 중요하다 보니 보는 사람의 눈높이와 거리까지 고심했습니다. 창업주 흉상은 그분의 신념대로 위화감 없이 접근성이 좋은 곳에 설치되어야 한다고 생각했습니다. 사람들이 많이 오가는 로비에서 편하게 흉상을 감상할 수 있다면 얼마나 멋지겠습니까. 보는 이에게 호감을 주고 더 가까이 가서 보고싶게, 창업주를 기리는 꽃이라도 편하게 둘 수 있도록 친근한 동상을 만들고 싶었습니다. 그래서 정밀한 주물이 가능한 세라믹셀 주조법으로 디테일을 더욱 살렸습니다.

창업주 흉상의 관람 포인트는 앞서 말한 것처럼 카리스마 있는 얼굴에 속 깊은 성품이 드러나는 신비로운 눈매와 자상함이 느껴지는 웃음입니다. 흉상은 제가 만들었지만, 흉상의 주인은 롯데에 속해 있는 모든 분들과 관람하러 오시는 많은 분들이라고 생각합니다. 각자 생각하는 다양한 창업주님의 모습을 흉상을 통해 떠올릴 수 있으셨으면 좋겠습니다. 

편집실

故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

04

상전(象殿) 신격호 창업주를 위한 파사칼리아(Passacaglia)

11월 3일 오후 7시,
서울 송파구 롯데콘서트홀에서
창업주 탄신 100주년을
기념하는 음악회가 열렸다.
이날 음악회에서는
「창업주 아호 주제에 의한 파사칼리아」가
경기필하모닉오케스트라의 연주로 초연됐다.
사보 「롯데」에서는 추모곡을 만든
조은화 작곡가를 만나
그와 관련된 이야기를 들어 보았다.



이번 추모곡 작업은 저에게 새로운 도전이자 모험이기도 했습니다. 저는 신격호 창업주님을 생전에 한 번도 뵈지 못했기 때문에 곡을 의뢰 받고 나서 고민을 많이 했습니다. 의미 없는 미사여구로 작품을 만들고 싶지는 않았기에 롯데문화재단에서 보내주신 자료들을 통해 창업주께서 걸어오신 길을 간접적으로나마 확인했습니다. 그 과정에서 그러한 업적들이 단순한 사업적 성과를 넘어 지난 우리의 생활, 문화, 의식 성장에 많은 영향을 주었으리라 생각되었습니다. 이런 롯데그룹에 대한 제 생각과 이미지 그리고 응원을 이번 추모 작품에 담았습니다.

먼저 추모곡에 사용할 모든 음들과 리듬을 롯데와 관련해 만듦으로써 했습니다. 창업주님과 신동빈 회장님 그리고 롯데의 영문 이니셜 중 음 이름으로 치환이 용이하고 서로 겹치지 않는 여섯 음, 즉 신격호 창업주의 S와 H, 신동빈 회장님의 D와 B 그리고 LOTTE의 L과 E를 선택했습니다. 이 중 S, H, D, B, E를 독일어권의 음 이름으로, 이니셜 L은 계명 창법(솔미제이션)의 La, 즉 A음으로 치환해 E^b, B, D, B^b, A, E의 6음을 얻었습니다. 이 6음들이 상징하는 의미를 잃지 않기 위해 6음들 간의 구조를 유지한 채 변형 없이 사용했습니다. 그리고 이를 바탕으로 새로운 화성 시스템을 구축했습니다. 또한, 「象殿」을 써 나가는 필순과 필압의 경중, 운필의 속도 등을 「리듬 선율」로 옮겨 파사칼리아(Passacaglia)의 주제로 사용했습니다.

일종의 변주곡인 파사칼리아는 한 선율을 주제로 반복과 변주를 거듭하는 형식이지만, 이 작품에서는 창업주의 아호인 「象殿」을 기반으로 한 리듬을 주제로 했습니다. 그리고 작품이 연주될 롯데콘서트홀의 공간과 음향적 특징을 작품의 한 요소로 고려했습니다. 작품이 진행됨에 따라 악기군 및 악기군 간의 조합, 음악적 요소들이 담당하는 역할, 화성 등을 기준으로 여러 겹의 소리로 층을 만들어 관객의 위치에 따라 작품이 조금씩 다르게 들릴 수 있도록 의도했습니다. 작품의 중요한 부분에서는 금관 악기들의 역할을 강조했는데, 이는 제철사업에 관심이 많으셨던 창업주님을 상징하기도 합니다.

전통적인 장/단 조성에서 벗어난 새로운 조성체계로 만들었기 때문에 추모곡이 조금 낯설게 들릴 것입니다. 하지만 롯데를 바탕으로 만든 소리와 리듬이 어우러진, 조금 더 나아가 앞서 언급한 6음으로 구성된 멜로디를 짧은 도입부 이후 하프의 연주로 명확하게 들을 수 있으며, 이 멜로디는 작품 전반에 걸쳐 반복됩니다. 「象殿」을 기반으로 한 파사칼리아의 주제 리듬은 하프의 선율 이후 타악기 그룹에 의해 본격적으로 제시되고 반복, 변형되며 작품을 이끌어 나갑니다. 이 점에 주목하신다면 추모곡을 감상하시는 데 도움이 되리라 생각합니다. 모든 롯데그룹 임직원들께 응원의 박수를 보냅니다. 



작곡가 조은화

서울대학교 음악대학 작곡과 및 동 대학원 졸업
베를린 한스 아이슬러 음악대학교 작곡 전공
Zusatzstudium 및 음악이론 전공 Diplom
2008년 쾰른 엘리자베스 국제 음악 콩쿠르 작곡부문 1위
2009년 부조니 작곡상 본상 수상
2014년 대한민국 작곡상 최우수상 수상 등 국내외
주요 작곡, 작품상 다수 수상
현 베를린 한스 아이슬러 음악대학교 작곡과 교수

故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

05

어록 및 경영 일화



젊은 시절의 신격호 창업주

경영 철학

『거화취실(去華就實)』



신격호 창업주의 집무실에는 「거화취실(去華就實)」이라는 액자가 걸려 있었다. 화려함을 멀리하고 실속을 추구하는 그의 정신을 잘 보여주는 대목이다. 신격호 창업주는 한국과 일본을 오갈 때도 혼자서 직접 서류 가방을 들고 비행기를 탔다. 그뿐만 아니라 사무실도 아주 소박했다. 크거나 장식이 중소기업 사장 집무실 정도였다. 대기업 회장으로서의 색다른 모습인데, 이는 위낙 화려한 것을 싫어하는 창업주의 스타일 때문이었다. 신격호 창업주는 새로운 사업에 투자할 때는 누구보다 과감했지만, 일상에서는 허례허식을 경계하고 낭비가 없었다.

신용과 신뢰

『고객과의 약속은 어떤 경우에도 지켜야 합니다.』

청년 시절 배움을 열망하던 신격호 창업주는 1941년 부관 연락선을 타고 일본으로 넘어가 고학 생활을 시작했다. 도쿄에서 처음 시작한 일은 우유 배달원이었다. 새벽부터 고되게 배달을 하고서도 일을 마친 후에는 묵묵히 집하장 청소까지 도맡았으며, 특유의 친화력으로 고객을 유치한 덕분에 우유 대리점 매출도 점점 늘었다.

대리점 사장은 결근이나 지각 한 번 없이 최선을 다해 일하는 신격호 창업주의 책임감과 성실함을 높이 사며, 두 군데의 배달 구역을 독자적으로 운영해볼 것을 제안했다. 우유 배달 시간을 정확히 지키는 것으로 소문이 나면서 주문은 점점 늘어났다. 배달 물량이 증가해 시간을 맞추기 어려워지자, 신격호 창업주는 본인이 직접 아르바이트를 고용했다. 배달 시간을 정확히 맞추기 위해 아르바이트가 아르바이트를 고용한 것이다. 이런 신격호 창업주의 모습을 지켜보던 일본인이 사업 자금을 선뜻 내주었다고 하니, 오늘날 한국과 일본에서 굴지의 기업이 된 롯데의 첫 자산은 바로 이러한 신격호 창업주의 신용과 성실함이었다.



1962년 한국에 도착해 연회장에서 건배하는 신격호 창업주



1962년 국교수립 전 한국에 도착한 신격호 창업주

현장 경영

『고객으로부터, 동료로부터, 파트너사로부터 생생한 목소리를 직접 들을 수 있는 현장으로 달려가기를 부탁드립니다.』

신격호 창업주는 임직원들에게 눈과 발로 현장을 확인할 것을 자주 당부했다. 한국과 일본을 한 달씩 오가며 왕성한 경영활동을 펼쳤던 신격호 창업주는 한국에 오면 각 사업장에 불쑥 나타나기로 유명했다. 매장을 둘러보며 고객에 대한 서비스가 친절한지, 매장 청결 상태가 우수한지, 안전 점검은 잘하고 있는지 등을 꼼꼼하게 체크했다. 평소 강조하는 현장 경영을 몸소 실천한 것이다.

신격호 창업주의 묘역에 있는 와석의 금석문에는 『여기 / 울주 청년의 꿈 / 대한해협의 거인 / 신격호 / 올림이 남아 있다.』라고 새겨져 있다. 또 생전 그의 철학을 담은 한 줄 『거기 가봤나?』가 덧붙여 있다. 『거기 가봤나?』는 신격호 창업주가 현업에 있을 때 평소 임직원들에게 많이 물었던 질문으로, 현장 경영과 부지런함을 강조한 경영 철학을 함축적으로 담고 있다.



젊은 시절의 신격호 창업주



1979년 롯데호텔 개관식에 참석한 신격호 창업주



1992년 11월 보리스 옐친 전 러시아 대통령과 환담 중인 신격호 창업주



2011년 신격호 창업주 롯데월드타워 부지 방문

도전 정신

『상권은 주어지기만 하는 것이 아닙니다. 좋은 제품과 훌륭한 서비스로 만들어 가는 것입니다.』

롯데백화점 잠실점 부지는 황량한 모래벌판과 물웅덩이, 비가 오면 한강 범람을 걱정해야 하는 유수지였다. 주변에는 참외밭밖에 없었다. 이 지역에 백화점, 호텔, 마트, 테마파크를 아우르는 거대한 복합단지를 조성하겠다는 계획을 발표한 뒤 신격호 창업주는 임원들에게 의견을 물었다. 당시 임원들은 배후 상권이 없어 장사가 안 될까봐 걱정했고, 성공 가능 여부에 대해 확실하게 대답하지 못했다. 그러자 신격호 창업주는 『상권은 주어지는 것이 아니라 좋은 상품과 훌륭한 서비스로 만들어 가는 것』이라며 『잠실 일대는 곧 명동만큼 변화한 곳이 될 것』이라고 확언했고 이는 곧 현실이 됐다.

안전 경영

『화재와 안전사고 예방을 최우선으로 해야 합니다.』

롯데호텔이 준공되던 시기, 신격호 창업주는 천장에 직접 랜턴을 비추어 보며 복도와 객실이 완전히 분리되어 있는지 일일이 살폈다. 화재를 대비하는 방화구획이 제대로 적용됐는지 확인하기 위해서였다. 또한, 호텔 객실의 담요와 커튼의 불연성 테스트도 직접 했으며, 당시 법규보다 엄격한 기준을 적용해 가스 마스크를 비치하도록 지시했다. 이처럼 신격호 창업주는 화재 및 안전사고 예방에 철저했다. 현장을 둘러볼 때도 첫 관심사는 무조건 「안전 관리」였다. 백화점, 마트, 테마파크 등 롯데가 하는 사업에 사람이 많이 모이는 시설이 많아 유사시 큰 피해가 생길 수 있기 때문이었다. 이는 신격호 창업주가 청년 시절 처음 시도했던 회사가 폭격으로 인해 두 번이나 화재로 유실됐던 뼈아픈 경험을 했기 때문일 수도 있을 것이다.

관광보국

『한국의 장래를 깊이 생각했습니다. 부존자원이 빈약한 우리나라는 기필코 관광입국을 이루어야 한다는 것이 저의 신념이었습니다.』

신격호 창업주는 관광 산업의 불모지나 다름없었던 우리나라에 관광보국(觀光報國)의 신념으로 투자 대비 회수율이 낮고, 막대한 자본을 투입해야 하는 관광 산업에 대규모 투자를 진행했다. 관광을 통해 국력을 키우고 자원을 개발해야 한다는 생각으로 국내 최초로 독자적 브랜드를 내세운 호텔을 건설하고, 세계 최대의 실내 테마파크를 조성하는 일에 투자를 아끼지 않았다. 신격호 창업주는 외국 관광객들에게 언제까지나 고궁만 보여 줄 수는 없다는 생각으로, 세계 최고층 빌딩을 지어 한국의 새로운 랜드마크로 만들겠다는 꿈을 지니고 롯데월드타워 건설을 진두지휘했다. 서울 잠실의 롯데월드타워를 세계적인 관광 명소로 만드는 것이 일생의 소원이었고, 2017년 마침내 롯데월드타워가 완공되며 그 꿈은 현실로 이뤄졌다. ①

故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

06

「5월 잔치」 - 울주군 삼동면 둔기리를 아시나요? -

2009년 연말, 어느 기업인이 자신의 미수(米壽, 88세) 기념으로 지갑에서 570억이라는 그야말로 억! 소리 나는 거액을 내놓습니다. 순전히 개인 지갑에서 말입니다.

『내 고향 울주군민을 위해서만 써라! 똑똑한 아이라면 서울의 유명 학원에라도 보내라! 사교육도 좋으니 제대로 인재(人才) 한번 키워보자!』 이겁니다.

재일동포기업인으로 롯데그룹을 창업한 신격호(辛格浩) 창업주가 바로 이 통 큰 지갑의 주인공(主人公)입니다. 재단 이름도 자신이 태어난 「울주군 삼동면 둔기리」에서 딴 「롯데삼동복지재단」입니다.

재단 창립기념 첫 사업으로 고향 울주의 배뇨 장애로 고생하는 노년들에게 제대로 된 전문 진료를 받게 하고 싶습니다. 어르신의 못 말리는 고향 사랑입니다.

매년 5월 첫째 일요일에는 울주군 출신으로 같이 늙어가는 노년들을 불러 잔치를 엽니다. 때로는 1,000여 명이 모일 때도 있습니다. 롯데의 식품, 과자, 음료 한 보따리와 적지 않은 용돈까지 나누어 드립니다.



이름하여 울주의 「5월 잔치」입니다. 지난 40년 동안 한 번도 빠지지 않고 참석했습니다. 눈물 겨운 고향 사랑입니다.

잔치 전날 첫 진료 행사가 대성공을 거둡니다. 백발이 성성한 원로교수들로 구성된 20여 명의 의료진, 80여 명의 자원봉사자들이 참여하는 대학병원급 전문 진료입니다. 이 행사를 계기로 울주를 비롯한 타 지역 노인들 수천 명이 재단의 혜택을 입습니다.

신격호 창업주는 지난해 정월 어느 날, 백수(白壽)를 채우시고 파란만장한 삶을 마감했습니다.

선비같이 단아한 영정을 보면서 문득 「연어」의 일생이 떠오릅니다.

참으로 연어를 닮은 삶을 사셨구나 싶습니다.

- 연어를 닮은 기업인 -

1941년 갓 스무 살의 청년 가장이 새댁을 남겨둔 채 미지의 정글, 일본으로 탈출을 결행합니다.

요즘의 20세 청년들을 돌아봅니다. 학원가를 전전하고, 수능에 목을 매는 철부지들입니다. 스스로 입지를 정하고 생계를 책임진다는 건 상상도 못 하지요.

삶이 혹독했던 일제 식민지 시절, 울주군 삼동면 출신의 이 젊은이는 대오 각성(大悟 覺醒)합니다.



『삼시 세끼도 어려운 이런 삶을 마냥 살 수는 없다! 넓은 세상으로 가보자!』

혈혈단신(子子單身)으로 당시 위세가 기고만장했던 일본으로 갑니다. 마치 송사리 같은 새끼 연어가 겁도 없이 대양으로 나가듯 말입니다.

멸시의 대상인 조선인(朝鮮人) 젊은이는 포식자가 득실거리는 일본 땅에서 생존을 위해 몸부림을 칩니다. 입에 풀칠하랴, 공부하랴, 그야말로 피땀 어린 주경야독(晝耕夜讀)을 이어갑니다. 드디어 일본 와세다 대학(早稻田大學) 졸업장을 움켜잡니다.

동분서주, 좌충우돌, 생존을 위해 미친 듯 쏘다니며 머리를 쥐어뜯습니다. 천신만고 끝에 전후 미국 문화에 폭 빠진 일본인들에게 추잉 껌을 내놓습니다. 일본 열도를 롯데 껌으로 덮어 버립니다.

부관연락선(釜關連絡船)을 탄 지 10여 년! 약관 33세의 청년이 기업인의 반열에 올라 초콜릿, 아이스크림, 제과로 마구 뻗어 나갑니다. 사업은 날개를 달았는데 늘 허전합니다. 가난에 찌든 고향을, 근대화를 위해 몸부림치는 고국을 잊을 수가 없습니다. 도울 길이 없어 전전궁궁합니다. 1965년 드디어 한일 양국이 국교를 맺자마자 일본에서 번 자금을 아낌없이 모국에 쏟아붓습니다. 주위의 만류도 일본 정부의 감시도 이겨냅니다.



권성원
한국전립선-배뇨관리협회 전 회장
차의과대학 석좌교수

롯데가 한국에 사업을 시작한 지 반세기가 넘습니다. 이제는 그룹의 본거지가 한국이 되고 세계적인 기업으로 우뚝 섭니다. 껌에서 제과로, 식품으로, 유통으로, 건설로, 화학으로 확장하며 세계를 누빉니다.

대기업의 성공일지가 아니라 엄청난 성취를 일궈낸 창업주 개인의 삶을 들여다봅니다. 괘시와 질시와 훼방을 받으며 거대한 기업을 일군 그의 삶은 진실로 생사를 건 투쟁이었습니다. 몇 10엔짜리 추잉 껌을 만들어 일본 열도를 덮어 버린 그의 성취는 그야말로 오키나와 전투였을 것입니다.

마치 몸무게 1g짜리 새끼일 때 망망대해로 나가 온갖 포식자를 물리치고 기후 변화, 이상 수온, 해류의 급변 같은 모든 악조건을 이겨 낸 뒤 어른 팔뚝만 한 성어로 자란 연어와 다를 바가 없습니다. 연어를 닮은 게 또 하나 있습니다. 태어난 곳을 잊지 못해 다시 모천으로 돌아오는 연어처럼 그는 고향을 잊지 못합니다. 나이가 들수록 어릴 적 고향 친구들을 잊을 수가 없습니다. 그래서 매년 찾아옵니다. 바로 5월 잔치가 그것입니다. 그것도 40년 동안 말입니다. 세상이 모르는 축축한 미담이지요.

신격호 창업주가 롯데를 이끌고 모국으로 돌아온 지 50년 동안!

『고인 덕분에 봉급을 받아 간 직원들 수는 얼마나 될까?』

그 돈으로 공부한 학생은 몇 명이나 될까?

창업주가 남긴 건물, 시설물은 얼마나 될까?

세계 각국의 업장(業場)에서 한국으로 보낸 외화는 얼마나 될까?

50년 동안 세금은 얼마나 냈을까?』

이 질문에 대한 답은 계산 불가, 「천문학적(天文學的) 숫자」라는 말로 대신합니다.

정작 창업주는 머나먼 황천길을 떠나면서 노자 한 편 들고 가지 못했습니다. 거두었던 모든 것을 다 남겨두고 가셨습니다.

고사목보다 숲을 보는 지혜가 필요한 세상입니다. 조국 근대화를 이끈 창업주들이 하나둘 떠나갑니다. 생전에 그들의 흠집만을 바라보는 위선자들이 참 많았지요. 기업인들을 매도하는 나라의 백성들에게 남는 것은 가난뿐입니다.

삶의 끝자락까지 고향산천을, 모국을 사랑했던 신격호 창업주님!

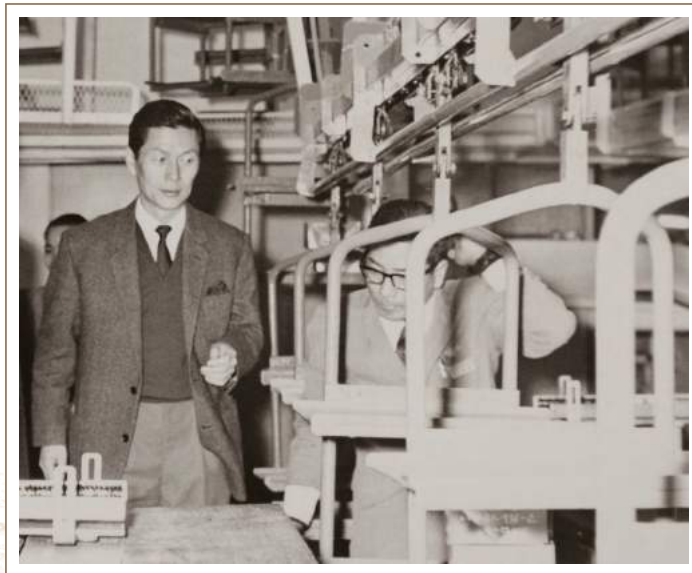
당신은 진정 애국자였습니다.

일백 년 전 당신의 탄생은 이 나라를 위한 하늘의 축복이었지요! ㉠

故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

07

한상(韓商) 신격호



제19차 세계한상대회가 10월 19일부터 21일까지 서울 송파구 롯데호텔월드에서 열렸다. 세계한상대회는 오대양 육대주에서 사업을 하는 한국인들이 모여 네트워킹을 하는 자리다. 올해 대회가 열린 롯데호텔월드는 1세대 한상인 고(故) 신격호 롯데그룹 창업주가 세웠다. 신격호 창업주는 20세를 갓 넘은 1941년 부관연락선을 타고 일본으로 건너간 한상이다.

신격호 창업주는 2002년 서울 소공동 롯데호텔에서 열린 제1차 세계한상대회장을 직접 찾았을 정도로 한상들에게 애정이 컸다. 일본에서 사업을 일으켜 대한민국 산업 발전에 기여한 기업인다운 모습이었다. 롯데는 재계 10위 기업 중 유일하게 '한상(韓商)'이 세운 그룹이다. 농업자본을 산업자본으로 전환하거나 해방 후 일본인이 남기고 간 적산을 활용해 회사를 일군 다른 그룹들과 달리, 롯데는 일본에서 번 돈을 한국에 투자해 조국 산업화에 기여했다.

지금부터 100년 전인 1921년 11월 울산의 작은 산골짜기 둔기리에서 태어난 신격호 창업주는 1941년 도일한 후 일본 제1의 종합제과기업을 이뤘다. 사업확장 과정에서 신격호 창업주는 대한민국 국적을 유지했다. 이 때문에 일본 사회로부터 적지 않게 공격을 받았다. 당시

만 해도 한국인에 대한 차별이 심했다. 신격호 창업주가 성공한 사업가로 이름을 알리자 공격은 더욱 심해졌다. 많은 일본인들이 『한국 사람이 일본에서 돈만 벌어가다』라며 조롱과 비방을 서슴지 않았다. 귀화의 유혹도 있었다. 그러나 그는 한국인의 정체성을 지켰다. 그리고 이 정체성을 지키기 위해 사업에 몰입했다. 언젠가는 한국으로 돌아갈 것이며, 조국 발전에 보탬이 될 것이라는 소망도 키워나갔다.

일본에서 사업을 일으킨 신격호 창업주의 꿈은 대한민국에 기업을 설립하는 것이었다. 그는 「기업보국(企業報國)」이라는 기치 아래 1965년 한일 수교 이후 한국 투자의 길이 열리자, 1967년 롯데제과를 설립했다. 신격호 창업주는 국교수교 과정에서 양측 실무자들의 만남을 주선하기도 하고, 상호 간의 의견을 전달하는 역할도 담당했다. 그만큼 모국의 경제발전에 도움이 되고 싶다는 생각이 간절했다.

제과 등 소비재와 더불어 신격호 창업주는 모국에서 중화학공업을 키우고 싶었다. 1979년 호남석유화학(현 롯데케미칼) 인수에 성공하며 그 꿈은 이뤄졌다. 호남석유화학은 케이피케미칼 등 국내 유화사와 말레이시아 타이탄케미칼 등을 인수하며 롯데그룹 성장의 한 축으로 성장했다.

신격호 창업주는 사업뿐 아니라 다양한 분야에서 한국에 기여했다.

신격호 창업주는 1978년 국민훈장 무궁화장을 수훈했다. 정부로부터 재일 거류민단 발전과 재일 한국인의 지위 향상에 기여한 공로를 인정받은 것이다. 무궁화장은 일반인이 정부로부터 받을 수 있는 최고 등급 훈장이다. 신격호 창업주는 외화가 부족해 참가가 힘들었던 1948년 런던올림픽 때 한국 선수단의 경비를 지원하기도 했으며, 1988년 서울올림픽 때도 헌금에 참여했다.



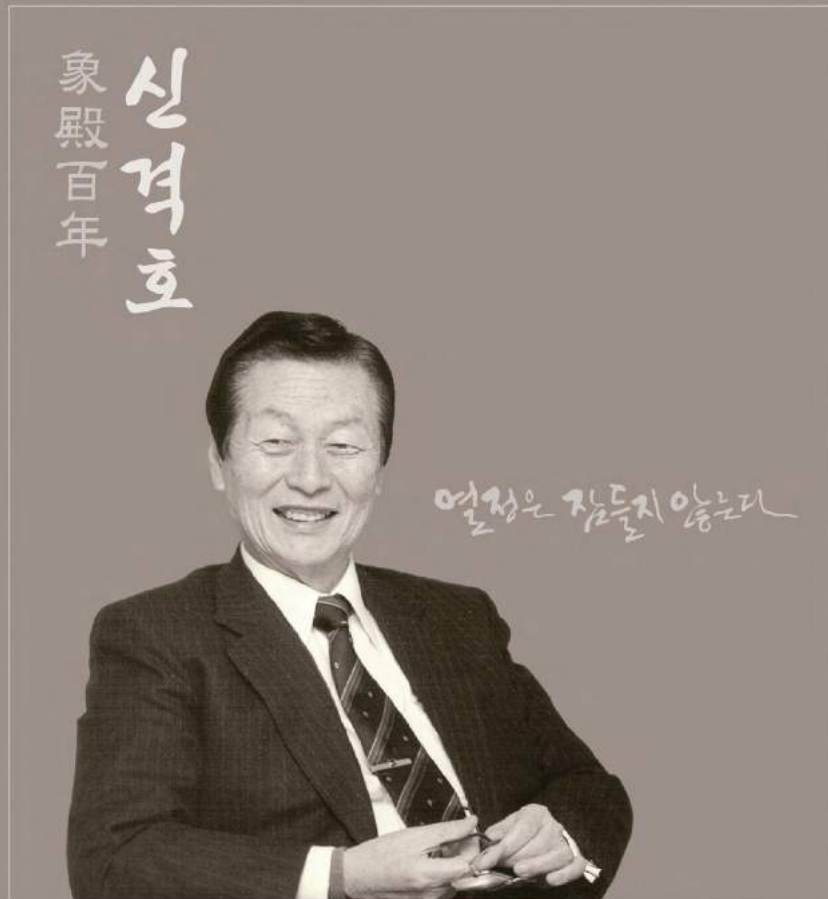
정승환
매일경제 재계·ESG전문기자

특히 1997년 말 외환위기를 맞아 외국 자본 등이 한국을 떠나고 외환 부족으로 국제통화기금(IMF) 관리를 받게 되자 신격호 창업주가 재계인사로서는 처음으로 1,000만 달러의 개인재산을 출자하고 5억 달러의 외자를 도입한 것은 유명한 일화다. ⑩



故 象殿 신격호 롯데그룹 창업주 탄신 100주년

08



企業報國 기업보국

기업의 사회적 의무는 이익을 내고
재투자하는 것입니다.
또한 나라가 어려울 때 일수록
지속적인 투자를 통해
나라에 힘이 되어야 합니다



去華就實 거화취실

겉으로 드러나는
화려함을 배제하고
내실을 지향해야 합니다



創造 창조

창업이란 창조이며,
새로움을 향한 불굴의 도전입니다



挑戰 도전

다른 사람이 하지 않는 것을
내가 한다는 마음으로
어떤 것에도 도전해야 합니다



觀光報國 관광보국

한국의 장래를 깊이 생각했습니다
부족자원이 빈약한 우리나라라는
기밀로 관광인국을 이루어야
한다는 것이 저의 신념이었습니다



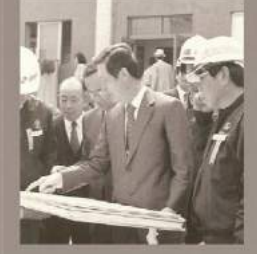
자네 거기 가봤나?

내 신조는 발로 뛰는 것입니다
자신의 눈과 발로
현장을 확인해야 합니다
그렇지 않으면 현장의 진실한 모습과
니즈를 파악할 수 없습니다



熱情 열정

아무것도 물러도 일할 수 있습니다
뜨거운 열정만 있다면,



現場經營 현장경영

고객으로부터, 동료로부터,
파트너사로부터 생생한 목소리를
적절 들을 수 있는
현장으로 달려가기를 부탁드립니다



대한해협을 건너, 꿈을 향한 여정



롯데월드, 「A Better World」 ESG 경영활동으로 사회적 가치를 실현하다

롯데월드는 1989년 테마파크를 개장한 이래 대한민국 관광·레저 산업을 선도하는 온·오프라인 테마 엔터테인먼트 기업으로 발전해 왔으며, 지난 3월에는 업계 최초로 ESG 경영을 선포하고 본격적인 활동에 나서고 있다. 이번 달 사보 롯데에서는 「A Better World: 더 좋은 세상을 위하여」라는 슬로건 아래 「Green」, 「Together」, 「Fair」 3가지 전략적 키워드를 중심으로 지속가능한 사회적 기업으로 발돋움하고 있는 롯데월드의 ESG 경영활동에 대해 알아본다.



A Better World_ ESG 경영 선포식

「Green」 World: 친환경 에너지 사용, 자원의 선순환을 통한 녹색 가치를 창출

환경(Environment) 분야에서는 자원 재활용 및 친환경 사업 강화, 에너지 사용 최소화, 생태 및 환경보존을 추진과제로 삼았다. 먼저 롯데월드는 지난 8월 어드벤처를 장식했던 가로등 배너를 활용해 제작한 업사이클링 미니 크로스백을 네이버 해피빈 클라우드 펀딩으로 선보여 완판 기록을 세웠다. 지난해부터는 테마파크에서 발생한 폐페트병을 수거해 만든 업사이클링 친환경 필통을 출시하고 파크 내 상품점에서 판매 중이다. 모든 친환경 상품 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립된다. 또한, 어드벤처 내 식음 매장에는 옥



에너지경영시스템(ISO50001) 인증 획득



업사이클링 필통



업사이클링 크로스백

수수 전분으로 제작한 친환경 생분해성 빨대들, 상품 매장에는 친환경 생분해성 쇼핑 봉투를 도입하는 등 저탄소 친환경 테마파크 조성을 위해 노력하고 있다.

자원 절약을 위한 활동도 빼놓을 수 없다. 현재 테마파크 내 각종 오·폐수를 정화해 사용하는 중수 플랜트 운영과 아쿠아리움 내 수조의 해수용수 재활용 등을 통해 연간 평균 30만 톤의 물 자원을 절약하고 있다. 지난 2010년부터는 단지 내 전력 효율이 좋은 발광다이오드(LED)로 조명을 교체해 전력 소모량을 줄였으며, 2019년엔 음식물 쓰레기 미생물 발효 소멸기를 도입해 연간 약 2톤의 온실가스 발생 저감 효과를 거두고 있다. 향후에도 기존 설비 운영 개선 및 고효율 장비 교체를 통한 에너지 사용 최소화 방안을 강구할 계획이다. 또한, 롯데월드 아쿠아리움에서는 지난 7월부터 멸종위기 해양생물 보전 인식 제고를 위한 「보호海」 캠페인을 시행 중이며, 이보다 2개월 앞선 5월에는 「바다의 날」을 맞아 충남 아산시 삽교호 연안 정화활동을 진행하는 등 생태계 보전 캠페인과 종 다양성 보호를 위한 활동도 지속적으로 전개하고 있다.



아쿠아리움에서 건강검진 받는 아기 훔볼트 펭귄

「Together」 World: 지역사회, 파트너사, 직원들과 함께하는 더 좋은 세상

사회(Social) 분야에서는 지역사회 및 파트너사와의 상생, 직원들의 다양성 존중에 방점을 두고 있다. 롯데월드는 취약계층의 꿈을 응원하는 「드림업(Dream Up)」 캠페인을 통해 다양한 나눔활동을 지속 중이다. 지난 5월에는 어린이날을 맞아 서울대학교 어린이병원 환자 100명에게 임직원들이 제작한 「드림아트」 선물박스를 전달했으며, 이보다 2개월 앞선 3월에는 긴 투병생활로 지친 환자의 꿈 도전을 지원하는 소원 성취 프로젝트 「드림플라이」를 진행했다. 뿐만 아니라 지난 5월에는 성년이 된 아동복지시설 보호종료아동을 서울스카이 스카이브릿지로 초청하는 등 연간 약 1만 5,000명의 취약계층을 롯데월드의 사업장으로 초청해 왔다. 또한, 현재까지 2,000여 명의 청소년들이 「드림 Job」 프로그램을 통해 직업 체험 기회를 얻었다. 환자들을 위해 직접 병원을 방문해 공연을 선사하는 「찾아가는 테마파크」, 무대 공연이 꿈인 소아암 어린이들의 소원을 이뤄주는 「드림 Stage」도 진행 중이다. 이렇듯 롯데월드는 최근 코로나19 상황으로 인해 오프라인 행사를 지양하고 랜선 공연 및 비대면 봉사활동 등 다양한 언택트 방식의 CSR 프로그램을 운영 중이다.

파트너사와의 동반 성장을 위한 상생활동에도 노력을 기울이고 있다. 대표적인 활동으로는 입점한 업체를 대상으로 시행 중인 역-인센티브 제도를 꼽을 수 있다. 추후 우수 파트너사 인증제를 시행해 롯데그룹 내 계열사 네트워크를 활용한 영업 지원도 더욱 확대해 나갈 계획이다. 직원 다양성 존중을 위한 활동도 지속적으로 확대한다는 방침이다. 그 일환으로 최근 직책자를 제외한 직원 간의 호칭을 「님」으로 통일해 구성원 간에 자유로운 의사 교류 분위기를 조성하는 등 수평적 기업문화 정착을 위해 노력하고 있다. 또한, 조직 내 「기업문화 TFT」를 신설, 대표이사와의 직접적인 소통을 통해 MZ 세대의 목소리를 반영하기 위한 다양한 활동도 진행 중이다.



「드림 Job」 프로그램



「드림티켓」 서울스카이 초청행사



「찾아가는 테마파크」 프로그램



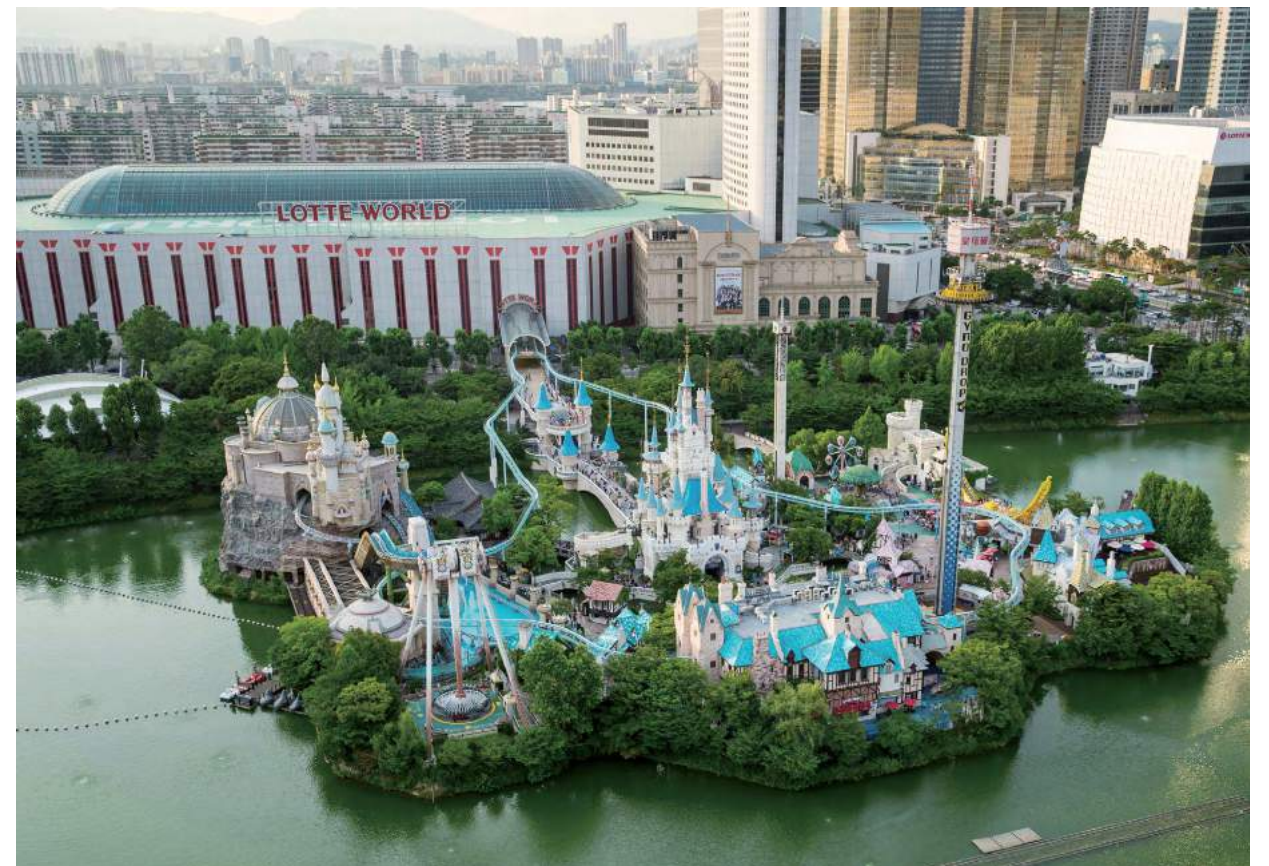
「드림아트」 선물박스

「Fair」 World: 투명하고 공정한 지속가능경영 실천을 위한 제반 마련

지속가능경영을 투명하고 공정하게 실천하기 위해 기업 내부적으로 경영 체제 확립에도 힘쓰고 있다. 먼저 올해 「ESG 경영 추진 TFT」를 새롭게 신설, 각 분야별로 전사적인 ESG 경영을 실천해 나가기 위한 기반을 마련했으며, 최근에는 지속가능경영을 전담하는 상설 「ESG 경영팀」으로 이를 전환했다. ESG 경영팀에는 전담 간사를 두고 ESG 전략 수립 및 실행을 총괄하고 있으며, 연 1회 지속가능경영보고서를 발간해 ESG 활동 현황 및 성과를 주기적으로 평가함으로써 실질적인 활동을 지속하고 발전시켜 나갈 계획이다.

ESG 경영은 지속 가능한 미래 가치를 창출하고 사회적 책임을 수행하기 위한 기업의 핵심 경영 전략이다. 롯데월드는 앞으로도 ESG 경영을 통해 단순히 기업의 단기적 이익을 추구하는 것이 아닌, 더 좋은 세상을 만들기 위해 노력하는 사회적 기업으로서 책임을 다할 것이다. 

함동현_롯데월드 커뮤니케이션&CSR



관능의 DT(Digital Transformation)를 통한 맛의 객관화를 추구하다



뇌파분석기 시험 장면

관능 평가란 사람의 미각, 후각, 촉각, 청각, 시각 등의 감각을 이용해 식품의 특성을 평가하는 방법이다. 롯데중앙연구소는 이렇듯 사람이 행하는 주관적인 평가를 객관화하기 위해 관능의 디지털트랜스포메이션(DT)을 연구하고 있다. 관능 DT란 전자혀(미각), 전자코(후각), TA & 근전도 측정기(촉각, 식감), 전자귀(청각), 전자눈(시각) 등의 장비로 분석한 반응을 해석하는 기술이다. 롯데중앙연구소는 인간의 오감(五感)에 대한 DT뿐만 아니라, 감성과 무의식적 판단을 분석하기 위해 뇌파 분석까지 영역을 확장하며 차별화된 신제품 개발을 도모하고 있다.

맛의 지문을 찾아서 – 전자혀, 전자코, TA & 근전도 측정기

우리가 흔히 느끼는 맛은 오미(五味)로 대표되는 맛 성분과 향기 성분 그리고 식감으로 결정된다. 이러한 미각, 후각, 식감을 객관화하기 위해 롯데중앙연구소는 전자혀, 전자코, TA(Texture Analyzer) & 근전도 측정기를 도입했다. 전자혀는 여섯 가지 센서가 신맛, 짠맛, 쓴맛, 떼은맛, 감칠맛, 단맛을 측정하며 성분을 분석해 맛의 특성을 정량화한다. 제품마다 가지고 있는 고유한 향기 패턴을 분석하는 전자코는 제품의 고유한 향기 패턴의 유사도로 원료 및 제품의 차이를 판별한다. TA & 근전도 측정기는 식품을 씹을 때 작용하는 물리적 수치와 근육 사용량을 측정해 식품의 물성을 수치화하는 기능을 수행한다. 이러한 종합적인 분석은 제품이 가진 맛 지문을 모으는 작업이다. 이러한 맛 지문을 파악해 두면 제품 간 차이 식별, 유사도 비교, 산지 판별, 유통기한 설정, 품질관리 등 그 활용범위가 무궁무진하다.

관능 DT기기



전자눈



전자귀



전자코



전자혀

오감 DT의 완성, 전자귀와 전자눈

자사 꼬깔콘 포장지에서는 다음과 같은 문구를 발견할 수 있다. 「소리까지 맛있는 꼬깔콘」 여기서 알 수 있듯 맛은 소리를 통해서도 확인할 수 있다. 최근 먹방 유튜버들 사이에서 ASMR을 통한 소리로 맛을 표현하는 방식이 유행하고 있는데, 이와 같이 미각과 후각뿐만 아니라 청각을 통해서도 맛을 분석할 수 있기 때문에 롯데중앙연구소에서는 전자귀를 도입해 식품의 물성을 측정하는 이와 동시에 음향 정보를 파악한다. 이를 통해 어느 정도의 물성에서 가장 맛있는 소리가 나는지를 면밀히 분석할 수 있다. 또한, 인간의 가장 원초적이고 직관적인 감각인 시각의 객관화를 위해 전자눈을 활용하면 외관 정보를 4,096가지 색으로 통계 처리가 가능하다. 햄살 판별, 제품의 색 노화도 측정, 커피 원두의 산지 및 등급 판정 등 색의 구성과 비율을 분석해 원료 및 제품의 품질을 비교하는 등 식품분야에 광범위하게 적용해 제품 개발에 활용할 수 있다.

감각을 넘어 감성의 영역까지 분석하는 뇌파 분석기

소비자는 관능에 의해서만 구매 결정을 내리지는 않는다. 이러한 관능 평가의 단점을 극복하고 인간의 무의식적인 심리나 행동을 분석하는 뇌파 분석기는 객관적인 수치로 표현하기 힘든 감성적인 영역까지 평가한다. 이를 통해 신제품을 개발할 때 뇌세포 신호 전달 시 발생하는 전기 흐름을 분석함으로써 소비자의 선호도를 선제적으로 확인하고, 이를 뉴로마케팅에 적용할 수도 있다. 이렇듯 최근 롯데중앙연구소는 통합적 관능 DT의 마지막 단계로 뇌파 분석기를 활용한 오감 및 감성 객관화를 통한 종합평가기술을 점진적으로 확보해 나가고 있다.

편견 없이 맛을 평가하고 제품 개발 및 개선 방향을 제시하는 관능 DT 연구. 관능 객관화로 소비자가 원하는 최상의 맛을 더욱 세밀하게 찾아가는 롯데중앙연구소의 미래가 기대되는 이유다. 

심재환_롯데중앙연구소 Product Application팀 연구원



빼빼로로 나누면 마음까지 더 가까워져요 우리 마음 더 가까이!

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 롯데제과 「빼빼로로 우리 마음 더 가까이」 캠페인을 소개한다.

#마음을 전해주는 빼빼로

어느덧 코로나 팬데믹 시국이 만 2년을 채우고 있다. 2021년 롯데제과는 코로나 시국 속 거리두기로 인해 어쩔 수 없이 가족, 친구 등 주변과 소통이 부족해진 요즘 사람들에게 「보고 싶고 감사하는 마음을 빼빼로를 통해 전하고 나누세요!」라는 메시지를 전달하기 위해 이번 캠페인을 준비했다. 일방적이고 앞뒤 없이 던지는 「힘내세요!」라는 메시지보다는 빼빼로라는 매개체를 활용해 주변 사람들에게 마음을 표현하고, 이를 통해 「우리 마음 더 가까이」라는 광고의 중요 카피처럼 더 소중한 관계가 될 수 있다는 기대감을 캠페인에 담았다.

#광고 속 「빼빼로 프렌즈」의 활약

이번 캠페인 주인공은 바로 「빼빼로 프렌즈」라는 캐릭터들이다. 빼로, 몬디, 누디, 초키 등은 다양한 빼빼로 제품을 상징하는 캐릭터들이다. 지난해에 이어 올해도 「빼빼로 프렌즈」를 활용해 제작한 애니메이션 기법의 광고 영상은 마치 짧은 만화를 보는 듯하다. 별다른 이슈가 없는 한 내년에도 「빼빼로 프렌즈」 캐릭터를 활용한 콘텐츠 제작은 계속 이어질 것이다. 아직까지 「빼빼로 프렌즈」라는 캐릭터가 대중에게 널리 알려지지 않은 만큼, 다양한 채널과 콘텐츠를 통해 소비자와 지속적으로 소통할 필요가 있기 때문이다. 이뿐만 아니라 귀여운 「빼빼로 프렌즈」 캐릭터는 빼빼로데이가 너무 상업적이라며 부정적으로 바라보는 일부의 시선을 완화해 주는 역할도 한다.

#한 치 앞을 알 수 없는 코로나 상황

4월부터 캠페인을 준비하면서 가장 고민스러웠던 부분은 코로나 시국을 광고 속에 얼마나 반영할 것인가였다. 매일 확진자 수가 들쭉날쭉한 상황에서 과연 향후 거리두기가 어떻게 전개될 것인지 아무도

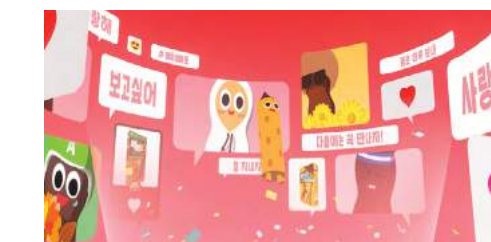
예측할 수 없었기에 「빼빼로 프렌즈」 캐릭터에 마스크를 씌우는 게 맞는지부터, 11월쯤엔 거리두기가 끝날 수도 있으니 현재의 메시지가 안 맞을 수도 있다는 걱정까지! 하지만 하불행인지 다행인지 코로나는 현재도 계속 진행 중이기에 광고 메시지의 방향을 크게 뒤집는 상황은 오지 않았다.

#일인 다역 성우의 너무나도 귀여운 목소리

제작 과정에서 재미있었던 부분은 녹음할 때였다. 앞서 말했듯이 애니메이션 제작으로 인해 별도의 촬영이 없었기 때문에 유명 모델을 본다든지 촬영장에서 의 비하인드는 없었다. 하지만 녹음실에서 한 명의 성우가 여러 캐릭터의 목소리를 너무나 귀엽게 잘 뽑아내며 연기하는 모습이 여간 신기한 게 아니었다. 리더인 빼로의 당차고 씩씩한 목소리를 냈다가, 부끄러움 많고 여성스러운 백키의 목소리로 순식간에 바뀌는 것을 들으니, 들을수록 신기하고 연신 웃음이 나왔다.

이번 캠페인은 10월 8일부터 온에어됐으며 빼빼로데이인 11월 11일까지 진행된다. 혹시라도 거리두기로 인해 혹은 다른 이유로 인해 연락도 뜸해지고 본 지도 오래된 지인들이나 친해지고 싶은 누군가에게 내 마음을 표현하고 싶다면 빼빼로를 은근슬쩍 건네보자. 다가올 빼빼로데이를 소원해진 관계를 회복하고 또 새로운 인연을 만들 수 있는 계기로 삼으면 어떨까. 

이경원_대흥기획 어카운트슬루션9팀 C&M



1004

Another Space Experience

엔제리너스, 새로운 변화와 도전 위해 특화 매장 육성 나서



엔제리너스 '랩 1004' 매장 내부 전경

엔제리너스가 지난 8월과 9월 롯데백화점 동탄점의 'A'lement(엘리먼트) 스토어,와 롯데프리미엄아울렛 타임빌라스점을 오픈한 데 이어, 지난달 13일 독산동 금천 롯데타워 사옥에 새로운 변화와 도전을 위해 커피 연구소 '랩(LAB) 1004'를 잇따라 오픈하며 새로운 변화와 도전을 위한 브랜드 강화에 나섰다.

세일즈 스토어와 로스팅 시스템을 갖춘 거점 HQ 스토어 'LAB 1004'

'랩 1004'는 총면적 약 232㎡(약 70평) 규모에 엔제리너스를 상징하는 숫자 1,004를 활용한 BI(Brand Identity)를 매장 내부 인테리어 곳곳에 접목해, 독창적이고 다양한 메뉴 개발을 지향하는 브랜드 이미지를 담은 커피 연구소다. '랩 1004'에 적용된 신규 BI는 1,004의 숫자 00과 천사(Angel)를 연상케 하는 Halo(Ring) 모티브로 했다. 점, 선, 면 등의 기하학적 요소에 양감에 의한 빛과 그림자의 형태를 표현해, '랩 1004' 매장을 찾은 고객에게 반복적인 일상에서의 탈피를 제공한다는 의미를 담았다.



엔제리너스
'A'lement 스토어,
핸드드립 존



'랩 1004' 핸드드립 존

'랩 1004' 로스팅 존

'랩 1004'에서는 기존 세일즈 스토어의 역할과 함께, 로스팅 시스템을 구축해 Q-Grader(커피감별사)가 직접 생두를 로스팅한 커피 원두를 인근 매장에 배송하는 HQ(Head-Quarter) 스토어로서 거점 스토어의 역할을 수행 한다. 매장에서 생산한 원두는 '랩 1004' 매장의 에스프레소 메뉴로 선보이며, 롯데백화점 동탄점 엘리먼트 매장과 롯데프리미엄아울렛 타임빌라스 매장의 특화점에도 로스팅한 신선한 원두를 직접 공급한다.

공간예술 · 문화 · 친환경의 롯데백화점 동탄점 A'lement(엘리먼트) 스토어

엔제리너스는 지난 8월 경기 최대 규모의 롯데백화점 동탄점 1층 럭셔리 명품(D Avenuel) 중앙부에 공간 디자인과 전시 문화를 즐길 수 있는 갤러리 콘셉트의 A'lement(엘리먼트) 스토어를 오픈했다. A'lement 스토어는 지역성과 전통문화의 재발견을 주제로 한국 고유의 미학을 현시대에 맞게 재해석하는 공간 디자이너 양태오와 공동으로 백화점 상권 내부 인테리어와 공간 설계 작업을 기획했다. 이를 통해 고객의 입장에서 퇴장까지 Out-In-Out 동선에 맞춰 입장 시 고객의 호기심을 자극하는 친환경 MD 존에서 전시 공간으로 이어지도록 동선을 구성해 마치 갤러리에 온 듯한 경험을 할 수 있게 설계했다.

도심을 벗어난 휴식 · 자연친화 공간, 엔제리너스 Time Villas(타임빌라스)

엔제리너스는 A'lement 스토어 오픈에 이어 '시간도 머물고 싶어 하는 공간' 롯데프리미엄 아울렛 타임빌라스 1층에 두 번째 콘셉트 스토어를 오픈했다. 신선한 재료로 당일 소진하는 샐러드 5종과 샌드위치 4종을 판매하며, 스페셜티 커피 4종과 카페 '베질루르 선셋 에비뉴(BASILUR SUNSET AVENUE)'와 컬래버한 '마르타누치 티라미수' 등 8종의 다양한 디저트를 즐길 수 있다. 엔제리너스 타임빌라스는 매장 이용 고객에게 색다른 경험을 제공하고자 유명 도예 작가 조명식의 작품을 MD 존에 구성했다. 전시 작품은 나무의 시간을 나이테로 나타내듯 작가의 작업 시간을 나이테로 표현한 '나이테 시리즈'중 하나로, 백자 MD 용품들을 친환경적으로 제작한 것이다. 또한, 이곳을 찾은 고객들이 예술과 자연 공간의미를 경험할 수 있도록 커피 생두 껍질인 허스크(Husk)로 만든 친환경 컵뿐만 아니라 꽃을 활용한 MD 상품도 선보였다. ①

오택용_롯데GRS 홍보팀 대리

「dreamer, 3:45am」

롯데뮤지엄은 현대 시각예술의 다양한 변주로 구성된 공간각적 전시 「dreamer, 3:45am」을 2022년 1월 2일까 지 진행한다. 현시대를 사는 우리는 매 순간 자기 존재를 증명하는 사회, 도시 안에 있다. 자신이 속한 환경, 타인의 시선, 제도 등의 무게는 우리가 꾸는 「꿈」의 자리를 무겁게 짓누른다. 꿈꾸는 시간조차 허용하지 않는 이 시대에 아티스트들의 시선으로 창조한 예술작품 「dreamer, 3:45am」을 통해 꿈의 공간으로 관객을 안내한다.

앰비규어스댄스컴퍼니, Nevertheless, Dreams Come True, 2021, Video, 02:06 / 임용주, Dream of Signal 3/3, 2021, 1:07 ©롯데뮤지엄

공간이 하나의 예술이 되는 이번 전시는 세계적인 현대 미술 작가와 한국을 대표하는 뮤지션 10팀이 참여해, 음악을 매개로 다양한 시각 예술을 공간에 담아낸다. 우리의 감각은 익숙한 음악, 공간, 냄새 등을 통해 그 상황과 장소를 기억하고 그때의 감정까지 이끌어낸다. 빛과 음악, 퍼포먼스가 주는 시각·청각적 자극을 통해 몰입하는 공간은 각자의 이야기를 투영해 내어 가장 깊은 곳에 있는 나 자신과 마주하게 한다. 이러한 자극을 통한 감각의 확장은 꿈의 길을 실현시킨다.



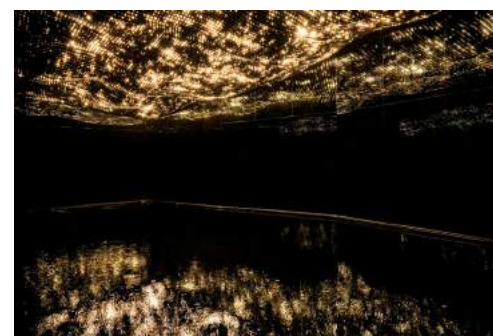
United Visual Artists, Vanishing Point, 2021, Laser, semi-transparent gauze, haze, electronics, code / 폐기 구, Green Light, 2021, 5:09 ©롯데뮤지엄



스튜디오 아텍, Gong: Journey, 2021, Single channel video, projection mapping(9ch), audio 5.1ch, projector, PC / 윤석철, 몽상가, 2021, 5:47 ©롯데뮤지엄



패브리커, 꿈의 형태 The Shape of Dreams, 2021, Mixed media, Dimensions variable / 코드 쿤스트, Flower, 2021, 5:17 ©롯데뮤지엄

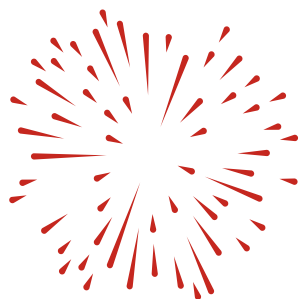


사일로렘, 윤슬 Yoonseul, 2021, LED on steel structure, water container, electronics, Dimensions variable / 프랭킨센스, 윤슬 Yoonseul, 2021, 4:40 프랭킨센스 Ripple (feat. Faver), 2021, 3:53 ©롯데뮤지엄

「꿈」을 주제로 공간을 5개로 풀어낸 「dreamer, 3:45am」 전시는 영국을 대표하는 미디어 아티스트그룹 UVA와 현대미술을 이끌고 있는 국내 작가 패브리커, 사일로렘, 스튜디오아텍, 국내 뮤지션 코드쿤스트, 폐기 구, 윤석철, 프랭킨센스, 임용주 그리고 현대 무용그룹 앰비규어스댄스컴퍼니가 참여해 현대미술의 경계를 허물고 새롭게 선보이는 예술적 경험을 통해 영감을 선사한다.

특히, 이번 전시에서는 다양한 형태로 활용 가능한 LG전자의 디지털 사이니지와 프로빔 빔프로젝터와 협업해, 아티스트의 작품을 첨단기술로 구현함으로써 체험형 예술공간을 선보인다. 현대미술과 음악으로 풀어낸 꿈의 다양한 형태는 무한한 예술적 창조력을 바탕으로 우리에게 다시 꿈을 그려 나갈 수 있는 영감을 일깨우고, 아티스트들이 전하는 위로와 섬은 우리에게 지나온 삶을 되돌아보는 순간을 제공할 것이다. 

김기해_롯데문화재단 사업기획파트



세계가 주목하는 영화 축제 2021 부산국제영화제 속 롯데엔터테인먼트의 의미 있는 성과

대한민국 최대의 영화 축제, 부산국제영화제가 2021년 10월 6일부터 15일까지 열흘간 철저한 방역지침 아래 오프라인으로 성대하게 진행돼 영화인들에게서 뜨거운 호응을 받았다. 이번 부산영화제에서는 롯데엔터테인먼트의 작품 「행복의 나라로」가 개막작으로 선정됐고, 부일영화상에서 「모가디슈」가 6관왕을 달성하는 등 의미 있는 성과를 거뒀다. 올해 달라진 부산국제영화제의 모습과 더불어, 영화의 바다를 함께 항해한 롯데엔터테인먼트의 눈부신 업적에 주목해보자.



시대의 패러다임 전환에 따른 새로운 움직임

코로나19 팬데믹으로 세계 모든 영화제가 변화의 필요성에 직면했고, 이는 올해 26회를 맞이한 부산국제영화제에도 다르지 않았다. 우선 2021 부산국제영화제는 예년 수준으로 상영관을 확보했음에도 전체 좌석 수의 50%만 운영하며 정부 지침에 의거, 철저한 방역을 토대로 안전한 행사의 기본을 갖췄다. 또한, 영화관 밖 부산 14개 지역에서 작은 영화제 「동네방네 비프」를 진행해 지역사회와 소통했다. 특히, 광안리 해수욕장에서는 참가자들이 SUP(Stand-Up Paddleboard)를 타고 영화를 관람하는 이색적인 풍경을 연출했다.

이번 부산국제영화제에서는 확장되는 영화산업의 현주소를 반영해 「온 스크린」 섹션을 신설했다. 이는 온라인 동영상 스트리밍 플랫폼(Over The Top)과 영화제가 서로의 가치를 받아들이고 포용하는 윈윈 모델을 만들어 현대 관객들에게 좀 더 다양한 관람의 선택지를 제공하려는 취지에서 진행됐다. 이번 섹션을 통해 김진민 감독, 한소희 주연의 넷플릭스 시리즈 「마이 네임」(8부작 중 3부까지 상영)과 연상호 감독, 유아인 주연의 「지옥」(6부작 중 3부까지 상영)이 최초로 공개됐다.



부산국제영화제 개막작 「행복의 나라로」



2021 부산국제영화제는 영화 「행복의 나라로」로 힘차게 포문을 열었다. 국내에서 처음으로 공개된 아름다운 미장센의 웰메이드 휴먼드라마 「행복의 나라로」는 예매 오픈과 동시에 뜨거운 관심을 받았으며 전체 매진까지 1분도 채 걸리지 않았다. 해당 영화는 제73회 칸

국제영화제 공식 초청작(Official Selection)으로 선정된 후 부산국제영화제를 거쳐 제41회 하와이국제영화제에도 초청돼 관객들에게 가슴 터질 듯한 순간을 선사할 예정이다. 영화 「행복의 나라로」의 배우 최민식과 박해일을 비롯한 주역들 그리고 연출을 맡은 임상수 감독은 기자회견을 열어 처음으로 언론 매체들과 소통하는 시간도 가졌다. 간담회에서 임상수 감독은 나이가 들어 죽음을 구체적으로 마주하고 이에 관해 생각하는 기회가 늘어나면서, 그런 느낌을 토대로 영화를 만들었다는 소감을 전하기도 했다. 뿐만 아니라, 배우들도 스텐트 맨 수준으로 오토바이를 잘 타는 박해일 배우와 주역들의 연기 호흡 등에 대해 이야기하는 등 모두 작품에 대해 남다른 애정을 보였다.



부일영화상 「모가디슈」

1958년 출범한 한국 최초 영화 시상식인 부일영화상에서 롯데엔터테인먼트의 영화 「모가디슈」가 6관왕을 달성하며 최다 부문 수상작의 영예를 안았다. 누적 관객 수 360만 명을 돌파한 올해 한국 영화 최고 흥행작에 어울리는 쾌거다. 영화 「모가디슈」는 최우수작품상을 비롯해 남우조연상(허준호), 올해의 스타상(조인성), 각본상(이기철, 류승완), 촬영상(최영환), 음악상(방준석)을 수상했다. 해당 영화의 제작사인 「외유내강」의 강혜정 대표는 수상 소감을 통해 「가장 먼저 극장을 찾아 주신 관객분들께 깊은 감사를 드린다. 아울러, 무려 6개 부문에서 「모가디슈」의 손을 들어 주신 부일영화상 관계자분들께도 깊은 감사를 드린다.」라며 어려운 시기에 극장을 찾아준 관객들과 관계자들에게 감사의 뜻을 전하고, 「오늘도 현장에서 영화를 만들고 있는 우리 스태프들과 함께 이 영광을 나누고자 한다. 처음부터 끝까지 함께 달려주고 있는 롯데엔터테인먼트 식구들에게도 감사하다. 관객들이 극장 가서 꼭 보고 싶은 영화를 만드는 영화인이 되겠다.」라며 영화 제작에 힘쓴 관계자들과 수상의 기쁨을 나눴다.

세계 영화계의 흐름을 짚어주는 특별전과 아시아 콘텐츠 어워즈 등 다양한 프로그램을 통해 70개국에서 공식 선정된 223편의 작품을 선보이며, 관객이 주인공이 되는 영화제의 역할을 완벽히 수행한 2021 부산국제영화제. 앞으로도 부산국제영화제가 롯데엔터테인먼트와 함께하며 세상 곳곳의 영화들이 마음껏 비상하고 유희하는 바다로 자리 잡길 바란다.

박기웅_롯데엔터테인먼트 홍보팀



기차에 올라 떠나는

— 늦가을 힐링 숲 여행

자작나무 숲

점차 차가워지는 바람이 옷깃을 스치는 계절, 단풍잎이 진한 붉은 색으로 물드는 계절인 늦가을이 찾아왔다. 빠르게 떠나는 가을이 아쉬우면서도, 오직 지금만 볼 수 있는 낭만적인 가을 숲을 만날 수 있음에 들뜨기도 한다. 이번 달 사보 「롯데」와 낭만적인 풍경을 끼고 달리는 기차에 올라 가을을 잘 끝맺음할 수 있도록 숲 여행을 떠나보자.

인제 속삭이는 자작나무 숲



강원도 인제 하면 생각나는 「자작나무 숲」 자작나무 숲을 떠올리면 대부분 눈이 소복이 쌓인 정경을 떠올리곤 한다. 하지만 자작나무는 가을에도 잎사귀 하나하나가 특유의 색으로 물드는 아름다운 절경을 자랑하며 「숲속의 귀부인」이라는 별명까지 지니고 있다. 인제로 향하기 위해서는 춘천역 혹은 남춘천역에서 내려 차량을 대여해도 되고, 인제시외버스터미널을 거쳐도 좋다. 입구에서 길을 따라 약 3km정도 오르다 보면 자작나무 숲에 이르는데, 여태까지 보지 못한 경이로운 풍경을 자랑한다. 하얗게 물든 듯한 자작나무들이 빼곡히 빈 공간을 채운 이곳은 약간 메마른 듯한 단풍잎과 함께

어우러져 색다른 매력을 선보인다. 일상에서는 위낙 쉽게 볼 수 없는 진귀한 풍경이다 보니 더욱 인상 깊게 다가온다. 자작나무 코스(1코스), 치유 코스(2코스), 탐험 코스(3코스)뿐만 아니라 위험코스, 힐링 코스, 쏫 코스 등 다양하게 나뉘어 있어서 도심 속 아스팔트와는 느낌이 다른 휴과 그 위에 가득하게 떨어진 자작나무 잎을 던지며 원하는 스타일로 트레킹을 즐길 수 있다.

자작나무 숲에는 탐방로뿐만 아니라 숲속 교실, 전망대, 인디언집, 야외무대 등 다양한 볼거리와 부대시설이 마련돼 있다. 11월부터는 동절기에 해당돼 입산이 14시에 마감되니, 방문 전 산림청 혹은 자작나무 숲 안내소를 통해 마감 여부를 미리 확인하자.

대전

장태산 자연휴양림



대전 관광명소 12선 중 하나인 「장태산 자연휴양림」은 대전시 서구에 위치하며, 국내에서 유일하게 메타세쿼이아를 테마로 조성돼 이국적인 느낌이 물씬 풍기는 가을 대표 명소다. 서대전역, 대전역에서 버스나 차량대여를 통해 이동한 후 만나는 장태산 자연휴양림은 아름다운 단풍나무가 함께 절경을 이루며, 가을만이 지니는 색감으로 가득한 풍경을 자랑한다. 특히 메타세쿼이아는 다른 나무들에 비해 단풍이 물드는 시기가 비교적 늦어서, 11월에 방문하면 더욱 진하고 선명한 색으로 물든 절경을 마주할 수 있다. 휴양림 안에는 천천히 산책하기 좋은 산림욕장과 함께 숙박시설인 숲속의 집, 출렁다리, 전시관 등 다양한 시설들이 마련돼 있어 즐거운 체험거리도 함께 제공한다.

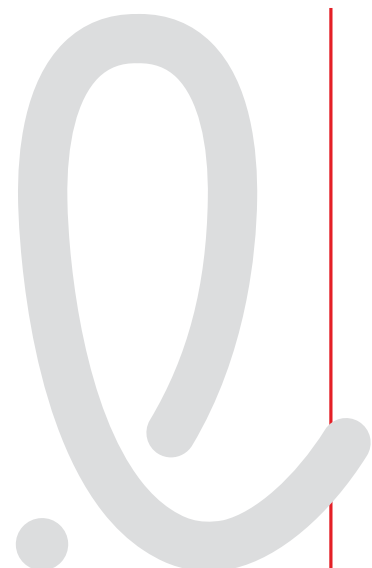
공중에 위치한 산책로 「스카이웨이」에서는 나무 아래에서 위를 바라보던 일반적인 산책로와 달리, 공중에서 메타세쿼이아 사이를 오가며 자연과 더 가까이 만나는 색다른 경험을 할 수 있다. 스카이웨이에서 시작된 발걸음은 빙글빙글 돌며 오르는 전망대인 스카이다워에 가서 닿는다. 높이 27m인 스카이다워에 오르면 장태산의 전경을 한눈에 담을 수 있고 높이가 주는 짜릿함까지 맛볼 수 있다.

숲은 일상생활의 피로감과 스트레스를 풀어주는 동시에 치유효과를 선사하는 등 우리에게 긍정적인 영향을 미친다. 창 너머로 보이는 바깥 풍경과 함께 달리는 기차를 타고 쉬어 가며, 청정한 공기와 피톤치드가 넘치는 힐링여행지 숲으로 오롯이 나를 위한 늦가을 여행을 떠나보는 건 어떨까. 

김나형_롯데제이티비 영업전략팀



장태산 자연휴양림



2021 NOVEMBER
NEWS
•
UPDATE



롯데제과
「쁘띠몽셀」 마롱 몽블랑 케이크



롯데푸드
「쉐푸드」 모델 김우빈



롯데네슬레코리아
「파티믹스」와 「덴탈라이프」



롯데유통사업본부
빼빼로데이 사전 준비활동



롯데백화점
「굿 디자인 어워드」 은상 시상식

식품

FOODS

❶ 롯데제과

상생 빼빼로 2탄 「제주감귤 빼빼로」 출시
롯데제과는 10월 13일 「우리 농산물 상생 프로젝트」의 두 번째 제품으로 「제주감귤 빼빼로」를 선보였다. 「우리 농산물 상생 프로젝트」는 롯데제과가 국내 농산물을 적극 활용해 소비 촉진을 돕고, 색다른 맛의 빼빼로를 선보여 고객의 호기심을 자극하려는 취지로 전개 중인 빼빼로의 사회공헌 사업이다. 막대 과자에 감귤쿠키와 감귤초콜릿을 입혀 특유의 달콤하면서도 상큼한 맛을 선사하며, 지금까지 없었던 새로운 맛의 빼빼로를 경험할 수 있다.

「몽솔랭 로드」 프로젝트 실시

롯데제과는 10월 14일 프리미엄 크림 케이크 「몽셀」을 활용한 「몽솔랭 로드」 프로젝트를 전개한다고 밝혔다. 「몽솔랭 로드」란 「몽셀」과 「미솔랭」, 「로드」의 합성어로 몽셀이 소개하는 디저트 맛집 가이드라는 뜻이다. 이 프로젝트는 유명 맛집 제품의 맛과 디자인 등을 「몽셀」에 적용해 소비자에게 즐거움과 신선함을 제공한다는 콘셉트를 내세웠다. 프로젝트의 첫 시작은 인기 도넛 브랜드 「노티드(Knotted)」와 함께 한다. 롯데제과는 「노티드」 셰프들과의 협업을 통해 「노티드」의 시그니처 케이크인 「몽블랑」에서 받은 영감을 한입 크기의 「쁘띠몽셀」에 적용했다. 또한, 제품 케이스 전면의 은은한 노란 색상에 「노티드」 고유의 스마일 디자인을 적용하고, 주원료인 밤 캐릭터를 삽입하는 등 디자인에도 이번 컬래버 콘셉트를 표현했다.

크인 「몽블랑」에서 받은 영감을 한입 크기의 「쁘띠몽셀」에 적용했다. 또한, 제품 케이스 전면의 은은한 노란 색상에 「노티드」 고유의 스마일 디자인을 적용하고, 주원료인 밤 캐릭터를 삽입하는 등 디자인에도 이번 컬래버 콘셉트를 표현했다.

❷ 롯데푸드

「쉐푸드」 모델로 김우빈 발탁

롯데푸드는 10월 13일 가정간편식(HMR) 브랜드 「쉐푸드」의 모델로 배우 김우빈을 발탁하고, 「뜬는 순간 누구나 셰프가 된다」는 브랜드 캠페인에 나선다고 밝혔다. 롯데푸드는 세련되면서도 부드러운 이미지를 지닌 김우빈이 누구나 셰프가 될 수 있다는 「쉐푸드」의 메시지와 가장 잘 어울려 모델로 기용했다고 설명했다. 2009년 첫선을 보인 「쉐푸드」는 간편하게 조리 가능한 제품군부터 바로 먹을 수 있는 제품군까지 다양한 카테고리를 아우르는 종합 간편식 브랜드로 성장하고 있다.

❸ 롯데GRS

롯데리아, 「무인 픽업」 시스템 도입

롯데리아는 10월 14일 롯데정보통신과 협업을 통해 강남구 선릉점에 오프라인 비대면 「무인 픽업」 시스템을 도입했다. 롯데리아 선릉점에서 시범적으로 운영되는 이 「무인 픽업」 시스템에서는 제품 주문부

터 수령까지 대면하는 과정을 생략해 전 과정이 무인화로 운영되며, 매장 주문과 배달 주문의 픽업 공간도 분리된다.

❹ 롯데네슬레코리아

고양이 간식, 코스트코에 입점

롯데네슬레코리아는 11월 1일 다양한 맛이 믹스된 영양간식 「파티믹스」와 치석 형성 억제에 도움이 되는 기능성 간식 「덴탈라이프」가 코스트코에 새롭게 입점한다고 밝혔다. 「파티믹스」는 리얼미트를 제1원료로 사용한 저칼로리 영양간식이며, 「덴탈라이프」는 다공성의 바삭한 질감으로 잇몸 끝까지 관리해 주고 생유산균을 포함한 기능성 구강 관리 제품이다. 「파티믹스」는 베스트셀러인 오리지널, 비치사이드, 믹스그릴 각 4봉씩으로 구성됐으며, 「덴탈라이프」는 연어맛과 치킨맛 5개로 구성돼 합리적인 가격으로 다양한 맛이 믹스된 제품을 만나볼 수 있다.

❺ 롯데유통사업본부

빼빼로데이 사전 준비활동 진행

롯데유통사업본부는 10월 15일부터 31일까지 롯데제과 최고 성수기인 11월 11일 빼빼로데이를 앞두고 사전 준비활동을 진행했다. 빼빼로데이에 연간 빼빼로 매출의 50% 이상이 발생하는 만큼 소비자 주동선상에 위치한 매대를 사전에 선점해 제

품을 진열하는 것은 매우 중요하다. 이에 현장 관리자들은 사전 협의를 통해 대형마트와 시판 대형점에서 판매량이 가장 높은 메인 행사매대 내 진열 공간을 확보하고, 디스플레이 효과를 극대화할 수 있는 조형물을 제작해 판매량 높은 제품과 함께 매대에 연출했다. 또한, CVS에서는 수제 소포장 제품의 중요성이 증대됨에 따라 바구니 포장 제품을 제작해 판매량이 높은 계산대 앞, 엔드 매대, 추가 매대에 집중적으로 배치함으로써 매출 활성화에 적극 기여했다.

패밀리사원 비대면 신입교육 실시

롯데유통사업본부는 10월 14일 지난 5~8월까지 입사한 신입사원 120여 명에게 비대면 라이브 신입교육을 진행했다. 코로나19로 인해 기존 오프라인 교육은 중단됐으나, 얼마 전 오픈한 비전공감 스튜디오를 통해 오픈한 쌍방향 소통이 가능해짐에 따라 이번 신입교육은 기존 오프라인 교육과 동일한 효과를 나타냈다. 이번 교육에서는 유통사업본부의 역사 및 활동 소개, 각종 복지제도와 새롭게 개편한 기초 진열지식 관련 교육은 물론, 패밀리사원 육성제도를 통해 선발한 신규 사업소장들과의 대화 시간을 마련해 비전을 제시하고 애로사항 해결 방안을 나누며 공감함으로써 교육의 효과성을 극대화했다.

유통

RETAIL

❶ 롯데백화점

「굿 디자인 어워드」 은상 수상

롯데백화점은 10월 6일 동탄점 3층 「더 테라스」가 산업통상자원부에서 주최한 「2021 굿 디자인 어워드」 공간/환경 디자인 부문에서 산업통상자원부 장관 상인 은상을 수상했다고 밝혔다. 「더 테라스」는 지상 3층 외부에 약 3,305㎡(1,000평) 규모로 조성된 동탄점의 시그니처 공간으로, 자연을 느낄 수 있는 갈대 숲과 오솔길 그리고 중앙부의 타원형 분수와 국내외 작가들의 개성 있는 아트 조형물을 더한 혁신적인 고객 휴게 공간이다. 이 외에도 동탄점은 지난 7월에 진행된 「K디자인 어워드」에서 3층 「더 테라스」와 1층 정문 「키네틱 미디어」로 각각 골드 프라이즈(상위 3%)와 위너상(상위 10%)을 수상했다.

❷ 롯데마트

창고형 할인점 빅마켓 사업 확장

롯데마트는 10월 6일 창고형 할인점 VIC마켓의 사업 확장을 통해 재도약에 나선다고 밝혔다. 창고형 할인점 사업은 오프라인에서 경쟁력을 갖춘 업태로 분석되고 있으며, 가성비 중심의 합리적 소비 문화로 확장하는 고객 소비패턴의 변화에 발맞춰 점차 성장 중이다. 이에 롯데마트는



코리아세븐
「대한민국 디자인대상」 시상식



롯데홈쇼핑
「대한민국 광클절 배너」



롯데하이마트
중고거래 플랫폼 「하트마켓」



롯데호텔
「월드 럭셔리 호텔 어워즈 2021」 수상



롯데면세점
「노사관계 우수기업」 인증



롯데월드
메타버스 플랫폼 「제페토」에 개장한 롯데월드

내년 초 목표점과 전주 송천점, 광주 상무점을 VIC마켓으로 전환하고 2023년까지 20개 이상으로 확대하는 등 VIC마켓을 더욱 공격적으로 운영할 계획이다.

롯데ON 「롯데온세상_세상에 온 브랜드」 개최

롯데ON은 10월 18일부터 27일까지 「롯데온세상_세상에 온 브랜드」를 개최했다. 이 행사는 매년 10월 진행되며 연중 최대 할인 및 적립 혜택을 제공한다. 올해는 역대 최대인 2,000억 원 규모의 고객 혜택을 준비했다. 이번 행사에서는 200여 개 핵심 브랜드를 비롯해 약 1,000개 브랜드 및 셀러의 상품을 최대 70% 할인 판매했다. 또한, 백화점 상품을 대폭 강화해 롯데백화점이 엄선한 브랜드를 중심으로 행사를 기획했으며, 롯데ON 매출 상위 200여 개 브랜드를 포함해 롯데호텔, 롯데월드 등 각 계열사 상품 중 인기 상품을 모아 할인 판매했다.

코리아세븐 국무총리 표창 수상

세븐일레븐은 10월 8일 산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원이 주관하는 「제23회 대한민국 디자인대상」 디자인 경영 기업·단체부문에서 편의점 업계의 디자인 발전에 기여한 공로를 인정받아

국무총리 표창을 수상했다. 세븐일레븐의 디자인 경영활동 중 가장 주목받은 성과는 지난해 10월 「김좌진 장군 독립서체」를 국내 최초로 개발한 것이다. 2020년 청산리전투 100주년을 맞아 나라사랑 캠페인 일환으로 기획된 「김좌진 장군체 복원 프로젝트」에는 세븐일레븐 디자인팀과 사단법인 백야김좌진장군기념사업회, 서체 전문기업 「산돌」이 공동 참여했다.

롯데홈쇼핑
「대한민국 광클절」 가상 모델 「루시」 선정
롯데홈쇼핑은 10월 14일부터 24일까지 11일간 110억 원의 쇼핑 지원금을 제공하고 총 5,000억 원 규모의 할인 상품을 선보이는 초대형 쇼핑 행사 「광클절」을 진행하면서, 최근 화제가 되고 있는 메타버스 트렌드를 반영해 자체 개발한 가상 모델 「루시」를 홍보 모델로 발탁했다. 「멈추지 않는 쇼핑, 루시 광클절에 빠지다」라는 콘셉트로 루시가 영화 「여인의 향기」 OST에 맞춰 탕고 춤을 추는 30초 분량의 홍보 영상은 오픈 5일 만에 150만 뷰를 기록하며 초반 흥행몰이에 성공했다.

롯데하이마트
중고거래 플랫폼 「하트마켓」 오픈
롯데하이마트는 10월 5일 롯데하이마트 온라인쇼핑몰 내 중고거래 플랫폼 「하트

마켓」을 오픈했다. 「하트마켓」은 중고거래 시 신뢰성과 안정성을 더해 주는 중고거래 플랫폼이다. 「하트마켓」에서는 거래대금을 보관해 주는 「안전결제」 서비스, 거래장소를 제공하는 「하트테이블」, 거래 물건을 보관해 주는 「하트박스」 등 다양한 안전거래 서비스를 이용할 수 있으며, 롯데하이마트 매장 진열상품을 살펴볼 수 있는 「하트상품」 서비스도 이용 가능하다. 롯데하이마트는 소비자들에게 보다 안전한 중고거래 환경을 제공하기 위해 이번 서비스를 기획했다.

롯데멤버스
SM C&C와 포인트 전환 제휴 체결
롯데멤버스는 10월 25일 엔터테인먼트 기업 SM C&C와 포인트 전환 제휴를 체결하고 서비스를 시작했다. 이에 따라 SM C&C가 운영하는 리서치 플랫폼 「헤이폴(hyepoll)」에서 이용자들이 설문 참여로 모은 포인트를 엘포인트로 전환해 전국 50만여 개의 온·오프라인 가맹점에서 사용할 수 있게 됐다. 「헤이폴」은 이용자들이 직접 서베이, 투표 등 콘텐츠를 만들어 실시간으로 의견을 수집하고, 모인 의견을 다시 SNS에 공유할 수 있는 플랫폼으로 현재 약 100만 명의 패널을 보유하고 있다. 11월 25일까지 신규가입 및 출석체크 이벤트도 진행된다.

관광·서비스 TOURISM·SERVICE

롯데호텔
「월드 럭셔리 호텔 어워즈 2021」 수상
롯데호텔은 10월 13일 시그니엘 서울과 부산이 「월드 럭셔리 호텔 어워즈 2021」을 수상했다고 밝혔다. 해당 어워즈는 세계적인 시상식 중 하나로, 매년 30만 명이 넘는 여행객들의 온라인 투표로 선정된다. 미쉐린 스타 레스토랑 「스테이」와 「비체나」를 보유한 시그니엘 서울은 아시아 「럭셔리 고메호텔」 부문을 수상했고, 시그니엘 부산은 파노라믹 오션뷰를 앞세워 아시아 「럭셔리 비치 호텔」 부문에 이름을 올렸다. 시그니엘은 지난 5일 시그니엘 서울의 콘데 나스트 트래블러 「2021 리더스 초이스 어워즈」 선정에 이은 이번 수상을 통해, 글로벌 호텔 브랜드로서의 명성을 다시 한번 확인했다.

차오란, 프로포즈 패키지 출시
시그니엘 부산은 10월 18일 중식 레스토랑 차오란에서 프로포즈를 할 수 있는 「Be My Destiny」 프로모션을 선보였다. 이번 프로모션은 저녁 6시부터 9시 30분까지 제공되는 차오란 스페셜 디너 코스(2인), 돔 페리뇽 1병, 페어링 중국차와 레터링 케이크 등으로 구성됐다. 또한, 플라워 데코레이션으로 화려함을 더한 별실 차오

란 스위트 룸을 단독으로 사용 가능하다. 가격은 230만 원(세금 및 봉사료 포함)부터다.

롯데리조트
「트래브러리 클럽」 론칭
롯데리조트는 10월 3일 연간 우수고객을 대상으로 한 여가멤버십 서비스 「트래브러리 클럽」을 론칭했다. 이 서비스는 리조트에서 일상으로 돌아간 뒤에도 고객에게 가치 있는 시간을 제공하려는 취지로 기획됐으며, 올해 8월까지 1년간 공식홈페이지 회원 중 누적금액, 누적횟수 등을 기준으로 취합한 점수가 상위 0.1%에 해당하는 고객을 대상으로 한다. 또한, 롯데멤버스 엘포인트 데이터를 기반으로 개인별 특징 및 소비성향 등에 따라 「모험가」, 「럭셔리 여행자」, 「액티브 시니어」, 「휴식가」의 총 4가지 유형으로 구분해 리조트 쿠폰북 등 회원별 맞춤형 혜택을 제공한다.

롯데면세점
간사이공항점 「티파니」 오픈
롯데면세점은 10월 14일 일본 간사이국제공항에 럭셔리 주얼리 브랜드 「티파니」 매장을 오픈했다. 간사이국제공항 출국장 제터미널에 위치한 롯데면세점 간사이공항점 「티파니」 매장은 약 90㎡ 규모의 브랜드 단독 부티크 형태로, 일본 간사이 지

역의 유일한 「티파니」 면세매장이다. 지난 1월 「티파니」가 LVMH 그룹에 인수된 이후, 일본 내 「티파니」 면세매장 중에서는 처음으로 최신 디자인 콘셉트가 반영됐다. 롯데면세점은 「티파니」의 새로운 컬렉션인 「티파니 T1」을 비롯해 브랜드를 대표하는 주얼리, 시계, 액세서리류를 폭넓게 판매할 예정이다.

「노사관계 우수기업」 인증 획득
롯데면세점은 10월 14일 노사 간 상생 및 협력에 대한 공로를 인정받아 한국경영인증원으로부터 「노사관계 우수기업」 인증을 획득했다. 롯데면세점은 수평적 기업문화 정착을 위해 모든 임직원 호칭을 「님」으로 통일한 단일호칭 제도를 시행하고, 현장의 목소리를 경영진에게 직접 전달할 수 있도록 「주니어보드」를 운영하고 있다.

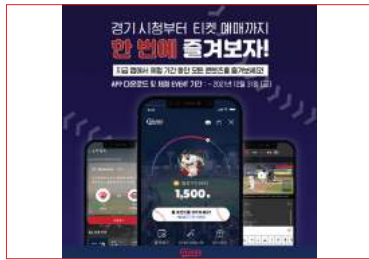
롯데월드
메타버스 플랫폼에 롯데월드 개장
롯데월드는 10월 21일 전 세계 2억 명이 이용하는 국내 대표 메타버스 플랫폼 「제페토(ZEPETO)」에 롯데월드 어드벤처를 개장했다. 매직아일랜드를 모티브로 구성된 맵에서는 랜드마크인 매직캐슬부터 가든스테이지, 인기 어트랙션인 자이로드롭, 아틀란티스 등 롯데월드의 대표 시설들을



롯데물산
할러윈 언택트런 시상식



롯데정보통신
그룹 정보화전략 세미나 배너



롯데자이언츠
모바일 앱 이벤트 화면



캐논코리아
통합법인 출범식



롯데CM사업본부
평택 수촌지구 사업 MOU



롯데의료재단
보건복지부 장관 표창 기념 사진

다양하게 체험할 수 있다. 아바타들이 어트랙션에 탑승할 수도 있다. 각 공간별로 보상을 지급하는 다양한 퀘스트와 로티, 로리 캐릭터 헤어밴드 등의 아이템도 준비되어 더욱 실감나게 가상공간 속 롯데월드를 즐길 수 있다.

롯데호텔

중식당 도림, 신임 셰프 '웨이닝' 영입

롯데호텔 부산은 11월 1일부터 12월 31일까지 중식당 도림이 「낙향미식 with 도림(즐거움을 누리는 아름다운 음식을 도림과 함께)」 셰프 특선으로 부산에서 떠나는 광동 미식 여행을 제안한다고 밝혔다. 광동식 요리의 대가인 셰프 '웨이닝'은 전통과 현대의 기법을 절묘하게 결합한 그만의 독창적인 레시피로 요리하며, 신선한 재료로 담백한 풍미를 내는 게 특징이다. 특선 코스는 13만 5,000원(봉사료 및 세금 포함)이고 사전 예약이 필수다.

롯데물산

「롯데월드타워 미스터리 할러윈」 진행

롯데물산은 10월 22일부터 31일까지 열흘간 할러윈 기간을 맞아해 「롯데월드타워 미스터리 할러윈」을 진행했다. 비대면 콘셉트의 「할러윈 언택트런」과 MZ 세대에게 놀이 문화로 자리잡은 「사진인증」을 테마로 기획된 「미스터리 할러윈 릴레이 포토

존」이 중요한 행사로 선보였다. 특히, 「할러윈 언택트런」은 지난 10월 12일 참가신청을 받은 지 하루 만에 마감됐다. 참가자 3,000명 전원에게는 공식 티셔츠, 할러윈 마스크, 야광팔찌 등이 제공됐으며, 참가비 전액은 어린이 환우를 위한 복지의로 단체에 기부됐다. 인증 미션을 완료한 참가자들에게는 추첨을 통해 순금 123돈으로 제작된 롯데월드타워 모형과 나이기 한정판 운동화 등의 선물도 제공됐다.

롯데정보통신

「시큐파이 화이트」GS인증 1등급 획득

롯데정보통신은 10월 7일 화이트리스트 백신 솔루션 「시큐파이 화이트(SecuFy White)」가 한국정보통신기술협회의 GS 인증 1등급을 획득했다고 밝혔다. GS 인증은 정부가 인정하는 일정 수준의 품질을 갖춘 소프트웨어 제품에 부여되는 인증 제도다. 이번에 인증받은 「시큐파이 화이트」는 사전에 승인된 응용 프로그램 이외에는 모두 차단해 랜섬웨어에 효과적으로 대응할 수 있는 초경량 화이트리스트 백신 솔루션이다.

그룹 정보화전략 세미나 성공적 개최

롯데정보통신은 10월 13일과 14일 양일에 걸쳐 제16회 그룹 정보화전략 세미나를 성공적으로 개최했다. 메타버스와 같

은 신기술, DT 전략 등을 논의하는 자리인 이번 행사는 비대면으로 그룹 전 임직원이 참여하는 역대 최대 규모로 진행됐다. 이번 세미나에서는 「New Xperience LOTTE」를 주제로 CX(고객 경험), DX(디지털 경험), EX(직원 경험)에 걸친 모든 경험을 혁신해 그룹 비즈니스 경쟁력을 강화하겠다는 롯데정보통신의 메시지를 전달했다.

롯데자이언츠

팬 커뮤니케이션 애플리케이션 출시

롯데자이언츠는 10월 8일 구단 공식 팬 커뮤니케이션 애플리케이션인 「롯데자이언츠 통합 모바일 앱-LOTTE GIANTS」를 출시했다. 이번에 선보인 앱을 활용하면 롯데자이언츠와 관련된 모든 정보를 한눈에 볼 수 있으며, 여러 스포테인먼트 콘텐츠와 커뮤니티 기능도 즐길 수 있다. 오는 12월 31일까지인 체험 기간 중 앱 다운로드 이용자를 대상으로 하는 온라인 이벤트가 진행되며, 추첨을 통해 다양한 경품을 증정할 예정이다.

롯데글로벌로지스

「고객센터 VMS 시스템」 도입

롯데글로벌로지스는 10월 1일 택배업계 최초로 고객센터 업무 종료 후에도 문의 접수가 가능한 고객센터 음성 메시지

(VMS: Voice Message Service) 상담 접수 시스템을 도입해 운영한다고 밝혔다. VMS 시스템에는 고객의 음성문의를 인식해 텍스트로 자동 변환(STT: Speech To Text)하는 첨단 IT 기술이 적용됐다. 이로써 롯데택배 고객은 오후 6시 고객센터 업무 종료 이후에도 간편하게 음성으로 문의를 접수할 수 있게 됐다. 음성문의를 STT를 통해 텍스트로 변환돼 전담 상담사에게 전달된다. 상담사는 확인 후 고객에게 카카오톡, SMS 또는 전화로 빠르게 피드백을 제공한다.

캐논코리아

호텔 이미징 솔루션 기업으로 재출범

캐논코리아는 11월 1일 기존 사무기 사업과 카메라 판매법인의 경영 통합을 통해 호텔 이미징 솔루션 기업으로 거듭났다. 새로 출범하는 캐논코리아는 조직 융합 프로그램 운영으로 양사 간의 차이를 좁히고 시너지를 더욱 극대화했으며, B2B가 중심이던 기존 법인에 B2C 노하우를 지닌 법인의 기업 DNA가 녹아들면서 한층 더 고객 친화적인 기업으로 변모할 예정이다. 더불어 최첨단 광학기술을 바탕으로 환경 변화에 대응하는 혁신과 고객과의 신뢰 및 직원에 대한 존중에 기반한 소통을 통해 사무혁신, 삶의 안전, 사회적 가치를 창출할 계획이다.

KCSI 고객만족도 5년 연속 1위

캐논코리아는 10월 8일 발표된 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 「2021 한국산업의 고객만족도(KCSI)」 조사에서 가정용 복합기(프린터) 부문 5년 연속 1위에 선정됐다. 캐논코리아는 지난 1년간 고객에게 제공한 최고의 품질과 서비스를 인정받아 가정용 복합기(프린터) 부문에서 5년 연속 정상의 위치를 지켰으며, 올해 1월 「소비자중심경영(CCM) 인증」을 취득하면서 전반적 만족도, 요소 만족도, 재구입 의향 등 모든 부분에서 업계 대비 높은 점수를 받았다. 캐논코리아는 앞으로도 변함없는 서비스로 업계 변화를 선도할 예정이다.

석유화학·건설

롯데정밀화학

「대한민국 안전대상」 수상

롯데정밀화학은 10월 14일 소방청이 주최한 「제20회 대한민국 안전대상」에서 인천공장이 행정안전부 장관상 수상 기업으로 선정됐다고 밝혔다. 롯데정밀화학 인천공장은 인천 공단소방서와 연계한 정기 비상상황 훈련, 화재취약계층 대상 소방안전용품 후원활동과 더불어 안전보건문화 확립 지원, 체계적인 사내 안전수준평가 시행 등의 성과를 바탕으로 이번에 수상의 영예를 안았다.

롯데CM사업본부

평택 수촌지구 사업 MOU 체결

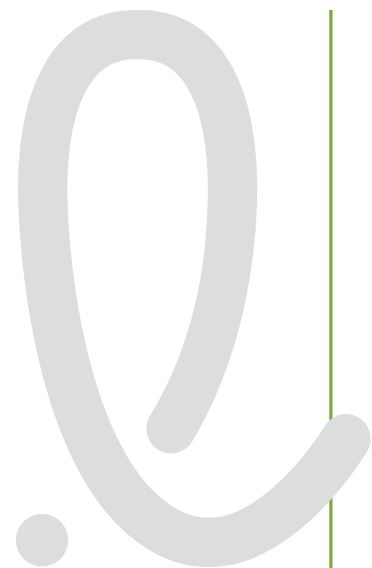
롯데CM사업본부는 10월 14일 「The TRAUM」과 「평택 수촌지구 도시개발사업」에 관한 MOU를 체결했다. 이날 MOU 체결식은 롯데CM사업본부 석화철 대표, 「The TRAUM」 박성찬 회장 외 주요 관계자가 참석한 가운데 「The TRAUM」 본사 브리제홀에서 진행됐다. 평택 수촌지구 도시개발사업은 평택시 칠원동 일원에 대지면적 약 38만 3,471㎡(11만 6,000평) 규모로 공동주택 및 오피스텔 약 4,000세대를 조성하는 사업이다. 이번 MOU 체결을 통해 양사는 향후 성공적인 사업 완수를 위해 적극적으로 협력할 예정이다.

연구·지원

롯데의료재단

유공 보건복지부 장관 표창 수상

롯데의료재단 보바스기념병원은 10월 8일 박진노 병원장이 보건복지부 5층 대회의실에서 열린 제9회 호스피스 날 기념식에서 보건복지부 장관 표창을 수상했다고 밝혔다. 박진노 병원장의 수상은 저소득층 가정형 호스피스 완화의료 지원사업과 말기암환자 임종 지원사업에 참여해 지역 내 호스피스 완화의료 보급에 기여한 공로를 인정받은 데 따른 것이다.



2021 NOVEMBER

NEWS

ESG

롯데푸드

이사회 산하 ESG 위원회 설치



롯데푸드는 10월 8일 이사회 산하 ESG 위원회 설치를 의결했다. 롯데푸드의 ESG 위원회는 총 5명으로 대표이사 1명, 사외이사 4명으로 구성됐으며 환경, 사회, 지배구조에 관한 ESG 경영을 실천해 지속가능경영 및 기업가치를 제고하기 위한 목적으로 만들어졌다. ESG 위원회는 연 1회 개최되는 정기위원회와 수시로 개최되는 임시위원회를 통해 ESG 경영전략 및 실행계획 수립 등에 관한 의사결정과 주요 추진 과제 관리, 감독을 진행할 예정이다. 롯데푸드는 ESG와 관련해 실무적인 업무를 이행하는 전담팀도 구성했다.

롯데GRS

「고고챌린지」 릴레이 동참



롯데GRS는 10월 12일 차우철 대표이사가 환경부에서 올해 1월부터 운영 중인 친환경 캠페인 「고고챌린지」에 동참했다고 밝혔다. 롯데GRS는 올해 6월 「With Us For Earth」라는 슬로건을 바탕으로 한 2025 ESG 중장기 운영 수립 계획을 발표하고, 일회용 빨대 사용량 감소를 위해 전 직영점에 드링킹 리드를 도입했다. 이 외에도 일회용 플라스틱 사용량 감소를 위해 리유저블컵을 도입하는 등 친환경 매장 구

축에 적극적으로 나서고 있다.

롯데네슬레코리아

「컵오브리스펙트」 캠페인 실시

롯데네슬레코리아는 10월 8일 글로벌 커피 브랜드 네스카페가 커피와 환경의 지속가능한 성장을 위한 「컵오브리스펙트(Cup of Respect)」 캠페인을 실시한다고 밝혔다. 네스카페는 윤리적이고 책임감 있는 방식의 원두 생산과 농가 근로자의 생계 보장 등을 통해 커피 공동체와의 상생을 추진해 왔다. 여기에 친환경 방식의 커피 재배를 통한 기후변화 대응 강화, 100% 재활용 가능한 제품 패키지 적용, 재사용 가능한 제품 사용 권장 등의 미션을 더해 사회적 책임을 이어갈 방침이다. 롯데네슬레코리아는 이번 캠페인의 일환으로 네스카페 수프리모 제품군 패키지에 「Cup of Respect」 로고를 적용하고, 오는 2025년까지 전 제품에 책임 재배 원두 사용과 더불어 친환경 및 재활용 가능한 패키지를 적용할 계획이다.

롯데유통사업본부

자립준비청년 지원 업무협약 진행



롯데유통사업본부는 10월 27일 아름다운 가게와 함께, 보호종료 기간이 종료되는 청년들의 자립 역량 강화와 취업기회 확대를 위한 업무협약을 진행했다. 만 18세가 되면 보육시설에서 퇴소해 독립해야 하는 자립준비청년들의 경우 자립지원금도 부족하고, 취업 기회도 상대적으로 부족하다. 롯데유통사업본부는 이런 현실을

고려해 그들에게 취업 기회를 열어주고 양질의 일자리를 제공하기 위해 이번 업무협약을 진행했다. 이번 업무협약을 통해 「아름다운 함께서기-청년인턴십」을 수료한 인원에게는 판촉전문직 직무의 취업 기회가 제공된다.

롯데슈퍼

중소기업 상생 위한 교육 제공



롯데슈퍼는 10월 26일 롯데마트와 함께 중소 파트너사 임직원을 대상으로 ESG 경영, 세무 신고 및 절차 등 최신 경영 트렌드 및 실무 교육의 기회를 제공한다고 밝혔다. 이번 교육은 롯데슈퍼 및 롯데마트와 거래 중인 200여 개의 우수 중소 파트너사를 대상으로 9월부터 11월까지 3개월간 진행된다. 이를 위해 롯데슈퍼와 롯데마트는 코로나19 시대에 맞는 비대면 온라인 교육을 준비했다. 개설 강좌는 ESG 이론 및 사례, 세무 신고 및 처리 절차, 코로나 시대 비대면 마케팅 영업이며, 파트너사 임직원은 모바일, 태블릿, PC 등을 통해서 해당 홈페이지에 접속해 원하는 강좌를 자유롭게 수강할 수 있다.

코리아세븐

조손가정 주거환경개선 봉사 진행



세븐일레븐은 10월 18일부터 약 2주간

ESG 사회적 가치(Angel7) 경영활동의 일환으로 조손가정 주거환경개선을 위한 봉사활동을 진행했다. 조손가정 주거환경개선 사업은 열악한 주거환경에서 생활하는 전국의 조손세대 위탁가정을 대상으로 도배 및 장판 교체, 주방 수리, 전기 공사 등 주거환경개선을 지원하는 사업이다. 이 사업은 지난 8월 롯데장학재단과 아동권리보장원의 협업을 통해 「2021년 위탁가정 주거환경개선 사업」으로 시작됐다. 이번에 2주간 진행된 세븐일레븐의 조손가정 주거환경개선 봉사활동에는 전국 7개 지사에서 60여 명의 임직원이 참여해 서울, 경기, 강원, 대구·경북, 부산, 전남, 제주까지 총 10여 가구를 대상으로 봉사를 실시했다.

롯데하이마트

농어촌 독거노인에게 난방용품 기증



롯데하이마트는 10월 28일 농어촌에 사는 독거노인이 따뜻하고 건강한 겨울을 보낼 수 있도록 「농어촌 독거노인 코로나19 혹은 난방용품 기증식」을 진행했다. 난방용품 세트는 겨울맞이 지원을 위한 하이메이드 전기요와 임직원 100여 명이 비대면 봉사활동으로 직접 꾸민 장갑으로 구성됐으며, 마스크, 손 세정제, 소독 티슈 등 코로나19 예방을 위한 위생키트도 함께 포함됐다. 이번에 기증되는 난방용품 세트는 독거노인종합지원센터와 연계된 전국 노인 맞춤 돌봄 서비스 기관을 통해 전국 15개 농어촌 지역 독거노인 300가구에 전달될 예정이다.

롯데홈쇼핑

「중소PP 제작 지원 공모전」 시상식



롯데홈쇼핑은 10월 6일 한국프레스센터에서 한국언론학회와 공동 주최한 「제6회 중소PP제작 지원 공모전」 시상식을 진행했다. 롯데홈쇼핑은 중소PP 육성을 통해 방송 제작 산업 발전에 기여하기 위해, 지난 2017년부터 업계에서 유일하게 「중소PP 제작 지원 공모사업」을 시행해 오고 있으며, 현재까지 6회 동안 약 40개 중소PP에 20억 원 이상을 지원했다. 심사는 프로그램의 공익성, 창의성, 제작 능력, 완성도 등에 대한 전문가들의 평가로 진행됐다. 롯데홈쇼핑은 지난해부터 코로나19로 피해를 입은 중소기업 상품 홍보를 위해 대학생 대상 영상 제작 공모전도 진행하고 있다.

롯데멤버스

「맘편한: 포인트 맘케어」 캠페인 진행



롯데멤버스는 10월 19일부터 27일까지 9일간 백혈병·소아암 환자 어머니 60여 명을 대상으로 「맘(mom)편한: 포인트 맘케어」 캠페인을 진행했다. 이 캠페인은 한국백혈병소아암협회, 롯데의료재단 보바스기념병원 등과 손잡고, 난치병 환자 어머니들에게 무료 건강검진과 심리치유 프로그램 등을 지원하는 고객참여형 CSV

캠페인이다. 캠페인 기금은 엘포인트·엘페이 회원의 참여로 마련됐다. 엘포인트 모바일 앱에서 만보걷기 미션에 동참하면 1만 걸음 달성 시마다 10포인트씩 자동 기부됐으며, 본인이 보유한 포인트를 원하는 금액만큼 기부할 수도 있었다.

롯데월드
사회공헌 SNS로 홍보 강화

롯데월드는 10월 15일 사회공헌 공식 SNS 채널을 통해 「헌지팡이의 날」을 알리고, 이와 관련된 롯데월드의 임직원 봉사활동을 카드뉴스 형식으로 소개했다고 밝혔다. 롯데월드의 사회공헌 공식 SNS 채널인 「betterworld_lotteworld」는 지난 8월 「드림업」, 「그린월드」 등 롯데월드의 대표적인 사회공헌활동에 대한 정보를 공유하고 참여를 유도하기 위해 신설됐으며, 롯데월드 ESG 경영 슬로건인 「A Better World: 더 나은 세상을 위하여」를 활용했다. 향후에도 사회적 이슈와 연계한 친환경/CSR 활동을 게시하고 공모전을 개최하는 등 다양한 방식을 통해 대중과의 소통을 강화해나갈 계획이다.

대흥기획
친환경 ESG 캠페인 진행

대흥기획은 10월 28일 페이퍼타월 사용을 줄여 환경에 기여하는 친환경 ESG 캠페인 「손을 털면 숲이 살아나는 〈함께 Green〉」을 진행한다고 밝혔다. 캠페인 포스터는 손을 씻고 포스터에 물기를 털면, 양상한 나뭇가지 주변으로 푸르른 나뭇잎이 피어나는 특수 소재로 제작됐다. 이 캠페인은 포스터에 물기를 털어냄으로써 페이퍼타월 사용을 줄이자는 취지로 화장실문화시민연대와 함께 진행하는 것으로, 해당 포스터는 서울식물원을 포함한 공공

화장실과 롯데그룹 계열사 공공화장실에 비치될 예정이다.

롯데제이티비
메타버스 활용 현장체험학습 진행



롯데제이티비는 10월 22일 한글날을 맞아 해 메타버스 플랫폼 중 하나인 게더타운을 활용한 초등학교 대상 한글 교육을 선보이고, 현장체험학습을 진행했다. 메타버스 속 가상공간에서는 학생들이 「한글의 역사, 한글을 바로 세운 인물, 세계 속의 한글, 바른 말 고운 말」의 총 4가지 테마로 구성된 방을 오가며 카드 뉴스, 동영상, O/X 퀴즈, 자유로운 의견 작성 등 다양한 교육 콘텐츠를 직접 조작하며 시청 및 체험할 수 있다. 이를 통해 기존 비대면 수업보다 더 높은 참여도를 이끌어내는 동시에 즐거운 요소까지 가미했다. 이번 행사에는 초등학교 4~6학년 16개 학급에서 약 500명의 학생들이 참여했다. 본 행사는 코로나19로 인해 대면 수업 및 현장 체험학습 기회가 부족한 초등학교들을 위해 사회공헌활동의 일환으로 준비됐다.

한국후지필름
친환경 파우치 증정 프로모션 진행

한국후지필름은 10월 25일 친환경 패션 기업 플리츠마마와 협업해 친환경 파우치를 출시하고, 인스타그램 구매 고객에게 증정하는 프로모션 이벤트를 한 달간 진행한다. 인스타그램x플리츠마마 컬래버 필름 파우치는 이산화탄소 배출 및 쓰레기 매립량을 줄이기 위해 페트병 재활용 원사

를 사용해 제작됐으며, 플리츠마마의 독특한 주름디자인을 접목해 내구성을 높인 것이 특징이다. 필름과 소품들을 안전하게 보관할 수 있는 콤팩트한 크기로 간편하게 들고 다닐 수 있다. 그린&엘로우, 네이비&아이보리, 스카이블루&핑크 등 3가지 컬러로 후지필름몰에서 구매 가능하며, 친환경 필름 파우치 컬래버를 기념해 선착순 증정 이벤트도 진행된다.

롯데케미칼
페트병 수축라벨 개발

롯데케미칼은 10월 12일 재활용 용이성 최우수 등급을 만족하는 페트병 수축라벨을 개발했다고 밝혔다. 롯데케미칼이 원료 개발 및 가공 기술 등을 지원했고, 롯데알미늄이 인쇄, 라벨 제조 및 평가를 진행했으며, 동일화학공업에서 필름 제조 생산 등을 맡았다. 3사는 작년보다 수축라벨 공동개발을 진행해 지난달 29일 「페트병 재활용을 위한 수축 다층 폴리올레핀 라벨 및 원료 제조 기술」로 산업통상자원부 기술표준원으로부터 국가공인 신기술(NET) 인증을 획득했다. 기존 수축라벨 대비 강도가 낮아 라벨 절취선 분리가 쉽고 페트병 재활용 공정이 용이해 재활용률이 늘어날 것으로 기대하고 있다.

롯데건설
여성 인재 리더십 포럼 시행



롯데건설은 10월 7일 여성 인재를 대상으로 「2021년 여성 인재 리더십 포럼」을 비대면 실시간 화상 강의로 진행했다. 「2021

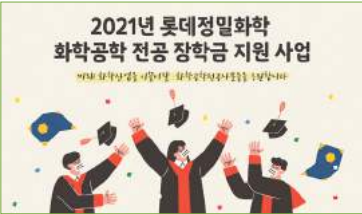
여성 인재 리더십 포럼」은 롯데건설에 근무 중인 여성 인재의 역량 강화와 조직관리 능력을 배양하기 위해 시행됐다. 이번 포럼의 주된 내용은 「여성 리더가 걸어온 길」이었다. 롯데건설은 올해로 4년째 포럼을 이어오며, 여성 인재들이 자부심을 가지고 역량을 발휘할 수 있는 근무 여건을 조성하기 위해 노력하고 있다.

롯데엠시시
「사랑의 이불 나눔」 행사 개최



롯데엠시시는 10월 15일 저소득가정을 위한 「사랑의 이불 나눔」 행사를 진행했다. 「사랑의 이불 나눔」 사업은 롯데엠시시 여수공장이 경제적 어려움으로 이불을 구입하지 못하는 가정에 새 이불을 전달함으로써, 외로운 이들이 따듯한 겨울을 보낼 수 있도록 따스한 온기를 나누는 사업이다. 롯데엠시시 여수공장은 이날 1,000만 원 상당의 이불과 패드, 베개커버, 경추 솜을 저소득가정 100가구에 전달했다.

롯데정밀화학
화학공학 전공자에게 장학금 후원



롯데정밀화학은 10월 29일 울산과학기술원(UNIST)과 협력해 화학공학 전공생 20명을 대상으로 장학금 후원사업을 진행했다. 지난해부터 업(業)과 연계한 사회공헌

활동의 일환으로 추진해 온 해당 장학사업은 화학공학 전공생 가운데 경제적으로 어려운 학생들에게 도서·생활비를 지원한다. 이와 더불어 올해 연말 친환경/신소재를 연구 중인 우수 석·박사생에게 시상하는 사업을 신규로 추진해 미래 화학 산업 인재육성에 이바지할 예정이다.

롯데장학재단
취업준비생 장학금 및 취업교육 지원

롯데장학재단은 10월 23일 코로나19 사태의 장기화로 인해 깊어진 취업 불황시기를 극복할 수 있도록, 취업을 준비하는 대학생들을 대상으로 취업 교육 프로그램을 지원하고 장학금 6억 원을 전달했다. 재단은 이날 비대면 방식인 유튜브 채널을 활용해 취업 준비에 실질적인 도움을 주기 위한 교육을 진행했다. 취업 전문 강사를 초청해 「취업 트렌드 분석 및 준비 전략」, 「기업 및 직무 분석법」 및 「자기소개서 항목별 소재 선정 및 작성법」을 교육했으며, 희망자에 한해 「자기소개서 첨삭 및 피드백」 기회도 제공했다. 또한, SNS 후기 이벤트를 통해 선정된 장학생들에게 한 해 전문 면접관이 진행하는 1:1 화상 모의 면접 체험도 제공했다.

롯데삼동복지재단
대학생 멘토링 사업 후원

롯데삼동복지재단은 10월 28일 울주군청 대회의실에서 울주군 아동, 청소년을 위한 「찾아가는 대학생 멘토링 사업 전달식」을 진행했다. 올해로 2회차를 맞이한 「대학생 멘토링 사업」은 롯데삼동복지재단의 전액 후원(사업비 3억 500만 원)으로 진행되는 교육 재능나눔 사회공헌 사업이다. 해당 사업에 참여하는 대학생은 울주군 관내 지역아동센터를 찾아가 초등학교

5, 6학년을 대상으로 1:1 또는 1:2 멘토 매칭으로 학습지도(국어, 영어, 수학, 과학)와 진로상담 등 다양한 활동을 제공한다.

롯데중앙연구소
조직활성화 프로그램 「두들링」 진행

롯데중앙연구소는 10월 28일 사전 희망자를 대상으로 소통 활성화 프로그램의 일환인 「두들링」 활동을 진행했다. 「두들링」 프로그램은 하나의 큰 종이에 여럿이 모여 자유롭게 낙서하며 공동 작품을 만드는 단합 워크숍이다. 행사에 참여한 임직원들은 몇 가지 규칙을 준수하며 지루함 없이 계속 그림을 발전시켰고, 즐거운 분위기 속에서 서로 자연스럽게 소통하는 시간을 가졌다. 이날 행사는 코로나19 감염을 최소화하고자 백신 접종 완료자들을 대상으로 참가자를 모집했으며, 마스크 착용 등 방역 수칙을 준수하며 진행됐다.

롯데의료재단
환자안전 및 손위생 증진 캠페인 개최



롯데의료재단 보바스기념병원은 10월 20일 환자안전 및 감염발생 감소를 위해 1층 로비, 병동 등에서 환자안전 캠페인을 개최하고 성황리에 마쳤다. 해당 캠페인은 「소중한 실천으로 낙상을 예방할 수 있습니다.」, 「누구나 실천하는 쉬운 감염관리, 손위생」이라는 주제로 병원 내 모든 부서, 병동을 돌며 진행됐다. 또한, 점심시간에는 돌발퀴즈 등의 다채로운 행사를 진행해 내방한 환자와 보호자, 임직원의 높은 관심을 받았다.

FOODS (식품)

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

RETAIL (유통)

롯데백화점 임지은(홍보1팀)	롯데슈퍼 박세은(홍보1팀)	코리아세븐 최하나(홍보팀)	롯데하이마트 오연경(동반성장셀)
롯데마트 박세은(홍보1팀)	롯데ON 조아현(홍보기획팀)	롯데홈쇼핑 서진아(홍보팀)	롯데멤버스 정은영(전략기획팀)

TOURISM·SERVICE (관광·서비스)

롯데호텔 심루디아(커뮤니케이션팀)	부산롯데호텔 진수정(마케팅담당)	롯데정보통신 이채원(홍보팀)	롯데글로벌로지스 김지현(커뮤니케이션팀)
롯데리조트 유다솔(전략기획팀)	롯데물산 고 운(홍보팀)	대흥기획 신지원(PR셀)	롯데컬처웍스 박기웅(홍보팀)
롯데면세점 이재경(홍보담당)	롯데제이티비 김나형(영업전략팀)	롯데자이언츠 이재현(홍보팀)	캐논코리아 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 정재윤(연구지원팀)	롯데미래전략연구소 이소라(지원담당)	롯데재단 김창희(장학·복지)/김충훈(삼동)
롯데인재개발원 장보근(기획팀)	롯데문화재단 김기해(사업기획파트)	롯데의료재단 김경문(커뮤니케이션팀)

10월호 정답

① 오늘을 새롭게 내일을 이롭게 ② 위케이션 ③ 롯데발사

2021년 10월호 당첨자

롯데월드 어드벤처 종합이용권(1인 2매)

롯데시네마 광복관 임재영
롯데마트 서울역점 영업지원 우현진

롯데렌터카 1일 이용권

코리아세븐 e-biz팀 APP 담당 김수민

롯데백화점 상품권(3만 원권)

롯데호텔 울산 객실담당 박소영
롯데중앙연구소 연구지원 정재윤

롯데푸드 로스팜 선물세트

롯데마트 남악점 문범선
롯데슈퍼 한마음점 강은진

롯데시네마 영화 관람권(1인 2매)

롯데하이마트 시흥롯데마트점 진민정
롯데의료재단 행정부 영양팀 지예현
롯데글로벌로지스 회계팀 지연정

롯데리아 버거 상품권(1인 4매)

롯데컬처웍스 부산본점관 이해미
롯데인재개발원 이러닝팀 김경민

엔제리너스 상품권(1인 4매)

롯데슈퍼 G은평점 김성준
롯데하이마트 강남지사 비산점 구용모

봉 합 업 서

보내는 사람 :

주소 :



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

0 5 5 5 1

각사 사보기자 혹은
사보 이메일로
송부 바랍니다.

「사보」 2021 November



편집후기

창업주 탄신 100주년 특집호를 만들며,
다시 한번 창업주님의 생애를 돌아봤습니다.
창업주님께서 지나온 100년의 시간은
앞으로의 100년 동안 기억될 것입니다.
창업주님의 도전과 열정의 DNA를 계승하겠습니다.

김민진: minjinkim@lotte.net

100년의 기록을 담아내며
창업주님과 잠시나마 함께한
2년의 날들을 잊지 않겠습니다.
사보 롯데 21년 11월호 그리고
열정은 잠들지 않는다.

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. 올해는 창업주의 탄신 몇 주년인가?

02. 창업주 흉상 조각가는?

03. 창업주 추모곡 작곡가는?

♥ 이번 호에서 좋았던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 이번 호에서 아쉬웠던 내용과 그 이유는 무엇인가요?

♥ 사보「롯데」에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.