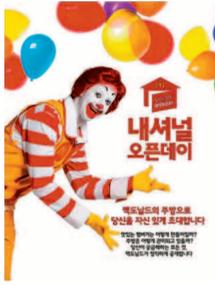


맥도날드, 주방을 공개합니다

317개 매장서 고객 6000여명 대상 이벤트



맥도날드는 20~21일 이틀간 전국 317개 맥도날드 매장에서 6000여명의 고객들을 대상으로 주방을 공개한다. 이는 2013년부터 시작해 올해로 3회째를 맞는 '내셔널 오픈 데이(National Open Day·

사진)다.

이 행사는 높은 품질의 식재료로 만들어지는 맥도날드의 제품과 위생적으로 관리되는 주방시스템을 보다 많은 고객들에게 알리기 위한 취지로 마련됐다. 이틀에 나눠 진행되는 이번 행사는 첫 날인 20일에는 일반 고객들을 대상으로, 이틀날인 21일에는 자녀와 함께하는 가족 고객들을 대상으로 열린다. 참여 고객들은 맥도날드 매장을 방문해 건자재실과 냉장고 및 냉동고, 주방 등을 둘러보며 맥도날드 제품에 사용되는 식재료의 품질과 보관 상태, 조리 과정 등을 직접 확인할 수 있다. 맥도날드 조주연 부사장은 "안전한 먹거리 제공은 맥도날드가 절대로 어길 수 없는 고객과의 약속이다. 내셔널 오픈 데이에 참가해 맥도날드가 자랑하는 우수한 주방관리시스템과 집에서 사용하는 것과 다를 바 없는 신선하고 훌륭한 식재료를 확인해 보시길 바란다"고 말했다.

맥도날드는 8일부터 내셔널 오픈 데이 참가 신청을 받고 있으며, 행사 진행 매장 및 시간은 맥도날드 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다. 참가를 원하는 고객들은 매장 확인 후 직접 해당 매장을 방문해 참가신청서를 작성하면 된다.

원성열 기자 sereno@donga.com



수능날, 情을 나눕니다

오리온, 12일 수험생 3만명에게 초코파이 증정

오리온은 대학수학능력시험(수능)일인 12일 수험생 3만명에게 '초코파이情'(사진)을 나눠주는 이벤트를 진행한다.

이번 이벤트는 오랜 시간 고생한 수험생들을 격려하고 새로운 시작을 응원하고자 마련됐다. 시험 당일 오전 6시30분부터 수험장과 가까운 서울메트로 1~4호선 57개 역에서 초코파이情을 받을 수 있다. 한편, 오리온 초코파이情은 10월 가격 변동 없이 제품을 11.4% 증량하고 맛도 개선했다. 더욱 진하고 달콤한 초콜릿 풍미를 느낄 수 있도록 초콜릿 함량을 약 13% 늘렸고, 식감도 더욱 부드럽게 구현했다.

오리온 관계자는 "새롭게 바뀐 초코파이로 새로운 시작을 앞둔 수험생들을 응원하고자 이번 이벤트를 기획했다. 초코파이를 통해 마음을 전할 수 있는 따뜻한 프로모션을 지속적으로 전개할 예정"이라고 말했다.

원성열 기자

KT&G, '상상드림프로젝트' 참가자 모집

KT&G가 한국장학재단과 함께 대학생 꿈 실현 프로그램인 '2015 상상드림프로젝트' 참가자를 29일까지 모집한다.

이번 프로젝트는 올 하반기부터 내년 상반기까지 총 2기수에 걸쳐 진행된다. 소요비용은 KT&G 임직원들의 자발적인 기부금과 회사의 지원금을 더해 만든 '상상펀드'로 마련된다. 2년제 이상 대학교 재학생이면 누구나 개인 또는 팀으로 지원할 수 있다. KT&G 상상유니버 홈페이지(www.sangsanguniv.com)에 '세상을 따뜻하게 할 대학생의 꿈'을 주제로 한 꿈 제안서와 지원신청서를 작성해 제출하면 된다. 총 20팀을 선발해 팀당 최대 400만 원까지 꿈 실현을 위한 지원금을 지급한다. '멘토링 캠프' 등 코칭 프로그램을 통해 꿈 실현 과정도 돕는다.

양형모 기자



자전거로 출퇴근 하는 '자출족'이 늘고 있다. 자출족이 되기 위해서는 도로사정을 고려한 자전거와 헬멧, 장갑 등 안전장비를 필수적으로 갖춰야 한다.

사진제공 | 삼천리자전거

출근길, 그의 자전거가 내 마음속에 들어왔다

'자출족' 위한 스타일·아이템

출근길 비포장도로·휴길엔 MTB 추천
전용도로엔 로드바이크·하이브리드
자전거 헬멧·장갑 등 안전용품도 필수

요즘 심심치 않게 '자출족'을 볼 수 있다. 자출족은 '자전거로 출근하는 사람들'을 일컫는 신조어다. '자출'의 매력은 역시 건강관리다. 운동할 시간을 별도로 내기 어려운 바쁜 직장인들에게 '출근이 곧 운동'인 자출은 매력적인 수밖에 없다. 교통비 절감은 쓸쓸한 답이다. 자전거 업계에 따르면, 무더운 여름에 주춤했던 자출족이 선선한 가을이 되면서 다시 급증하는 추세다.

그런데 '자출'을 하려면 유의해야 할 점들이 있다. 자전거를 타고 시내를 관통해야 하는 경우가 생기게 되는데, 우리나라는 아직 시내 도로에 자전거 도로가 제대로 구비되지 않은 곳이 많기 때문이다. 따라서 안전에 대한 대비를 철저히 해야 한다. 가을을 지나 초겨울로 접어들면서 해가 급격히 짧아지고,

아침저녁으로 기온이 푹 떨어진다. 점도 감안해야 한다. 어두운 도로를 시야만을 의지해 달리는 일은 전조등을 켜지 않고 달리는 자동차와 다를 게 없다. 요즘은 자전거 안전용품도 스타일 시대다. 개성에 따라 골라 착용하면 근사한 '에슬레저 룩'을 연출할 수 있다.

●하이브리드 자전거 추천·안전 위해 헬멧은 반드시 착용해야

'자출'을 위한 자전거는 어떤 게 좋을까. 자출족으로 거듭나기로 결심했다면 일단 적당한 자전거를 골라야 한다. 출퇴근하는 도로의 특성을 먼저 살펴보자. 비포장도로나 휴길이 많다면 산악지형에 강한 MTB가 좋겠다. 포장도로나 자전거 전용도로를 이용할 수 있다면 로드바이크나 하이브리드 자전거가 딱이다.

삼천리자전거의 '저스틴21'은 가볍고 내구성이 뛰어난 알루미늄 소재의 하이브리드 자전거다. 700x28C의 얇은 타이어를 적용해 지

면과의 저항을 줄였다. 속도감을 즐길 수 있다는 얘기다. 핸들은 하이브리드형답게 일자 바(Bar)로 되어 있어 자전거에 익숙하지 않은 초심자들도 운전하기 쉽다. 독특한 컬러와 세련된 하이립은 자출족의 패션을 완성시켜 준다. 민트, 네온 오렌지 등 4가지 컬러제품이 나와 있다.

자전거 다음으로 중요한 용품은 헬멧이다. 자전거 사고 사망률의 68%가 머리손상이라는 점을 기억해야 한다. 헬멧을 착용하면 사망확률이 90% 감소한다. 투박한 디자인의 헬멧이 출근상과 어울리지 않는다고 생각하는 사람들이 많은데 요즘은 세련되고 매끄러운 디자인의 헬멧이 나와

있어 걱정할 필요가 없다. 필모리스의 'F-381'은 인몰드 구조로 제작된 헬멧으로 가벼우면서도 내충격성이 뛰어나다. 공기역학을 고려한 에어로 스타일을 갖췄다. 무광블랙, 레드블랙, 옐로블랙 등 5가

지 색상으로 되어 있다. 마음에 드는 색상을 선택해 스타일까지 챙길 수 있다.

다음은 장갑이다. 장갑이 필요한 이유는 충격흡수와 보온이다. 라이딩 중에는 온 몸에 충격을 받게 된다. 그리고 그 충격은 핸들을 잡고 있는 손과 손목에 고스란히 전해진다. 기온이 내려가고 바람이 많이 부는 요즘 같은 계절에는 손이 급격히 차가워질 수 있으므로 그립감이 좋은 장갑을 마련해야 한다. 스위스 브랜드 허즐의 '그립투어FF' 장갑은 일반 합성섬유에 비해 5배나 그립감이 우수한 천연 캔거루 가죽을 사용했다. 손이 핸들에 착 달라붙는 느낌이 들 정도로 그립감이 우수하다. 보온력도 좋아 겨울에도 통상에 걸릴 염려 없이 라이딩을 할 수 있다.

보온과 함께 '완벽한 라이딩 뒤태'를 위해서는 패딩 베스트를 입으면 좋다. 미즈노코리아의 '테크필 라이더 베스트'는 요즘 같은 계절의 라이딩에 최적화된 제품이다. 베스트 형태이기 때문에 정장 위에 걸릴 수 있다는 점도 장점이다. 허리까지 떨어지는 길이로 제작돼 옷 끝자락이 체인에 걸릴 위험도 적다.

양형모 기자 ranbi@donga.com



▲필모리스 'F-381' 헬멧



▲허즐 '그립투어' 장갑



7일 세븐일레븐이 개최한 전국쌀도 도시락경연대회에서 새 도시락 메뉴를 선보이고 있는 참가자들. '혼밥족', '편도족'이 늘면서 편의점들은 보다 맛있고 영양이 높은 도시락을 내놓기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

사진제공 | 세븐일레븐

유통업체, 편도족·혼밥족을 잡아라

〈편의점 도시락족〉 〈혼자 밥 먹는 사람〉

경기불황에 효과상품된 편의점 도시락 9찬 밥상·프리미엄 김밥 등 품질 격상 '대충 때우는 한 끼'서 '든든한 한 끼'로

국내 편의점에서 처음으로 도시락이 등장한 시기는 1990년대 중반으로 알려져 있다. 당시만 해도 편의점 입장에서 도시락은 큰 재미를 보지 못하는 제육같은 상품군이었다. 그런데 편의점 도시락이 화려하게 효과 아이템으로 부상한 분기점이 있었으니 바로 2008년이다. 상반기의 고물가, 고유가에 이어 하반기에는 금융위기 불황여파로 소비심리가 팽팽 얼어붙었던 해이다. 구조조정, 감원설 등으로 고용불안까지 겹치면서 외식은 물론 점심값까지 줄이려는 직장인들이 급증했다. 이런 사회적 기류를 타고 편의점 도시락은 순식간에 '황금알을 낳는 거위'로 신분이 바뀌게 된다. 편의점 세븐일

레븐에 따르면, 도시락 매출은 2009년 189.1%, 2010년 113.5%를 기록했고, 이후에도 해마다 약 60% 성장하고 있다.

편의점 도시락은 이제 '대충 때우는 한 끼'가 아닌 '제대로 된 식사'로 대접받고 있다. 혼자 밥을 먹는 '혼밥족', 편의점에서 도시락을 먹는 '편도족'을 주변에서 흔히 볼 수 있는 시대가 되었다. '편도(편의점 도시락)'는 이제 점심뿐만 아니라 저녁과 주말식사까지 책임지는 귀한 아이템이다.

●12찬 명품도시락·프리미엄 김밥·동절기 토스트 인기

편의점들의 도시락은 하루가 다르게 진화하고 있다. '대충 한 끼'는 옛말이다. 지금은 '편도'가 '집밥'에 도전장을 내는 시대다.

도시락은 일단 밥이 맛있어야 한다. 세븐일레븐은 도시락에 고품질의 국내산 햅쌀을

100% 사용하고 있다. 엄격한 기준을 통과한 쌀은 도정 당일 입고되어 3일 내에 사용한다. 반찬에도 첨가물을 전혀 넣지 않고 있다.

미니스톱은 12가지 반찬으로 구성된 '명품 진수성찬'을 선보였다. 치킨야채볶음, 부추불고기볶음, 생선가스, 고기산적 등 푸짐한 반찬이 12가지 나온다. 편의점 도시락 중 반찬 가짓수로는 으뜸이다. 스타셰프 에드워드 권과 공동개발한 '함박&스파게티 도시락'도 있다. 두툽한 함박스테이크와 미트소스를 얹은 스파게티가 메인이다.

CU는 4월에 '국민9찬밥상'과 '국민7찬밥상'을 내놨다. 집밥을 도시락으로 구현한 집밥도시락이라는 점이 특징이다. 구이, 전, 튀김, 나물 등 집에서 흔히 먹을 수 있는 반찬들로 구성했다.

간편한 한 끼의 대명사인 김밥도 진화 중이다. GS25는 3000원짜리 '숯불고기 김밥'을 출



▲GS25 '숯불고기 김밥' ▲'해리 스테이크김밥'



▲미니스톱 '명품 진수성찬'

시했다. 밥의 양을 줄이고 숯불고기, 간장으로 맛을 낸 어묵 등으로 속을 채웠다. 편의점 김밥 중에서 가장 비싼 프리미엄 김밥이다. 스펀이 두툽하게 들어간 '김해자파탕 스펀 주먹밥'도 있다.

세븐일레븐도 프리미엄 김밥제품인 '해리 스테이크 김밥'과 '해리 웨이브 김밥' 2종을 선보였다. 이들 제품의 경우 약 250g 중량으로 밥 한 공기보다 양이 많다. '해리 스테이크 김밥'은 두툽한 스테이크에 우엉, 청상추, 백단무지 등으로 속을 채웠다. 동절기를 겨냥한 따뜻한 프렌치 토스트도 있다. 일반 식빵보다 4mm 더 두꺼운 17mm 식빵을 사용해 부드럽고 쫄깃한 식감을 살렸다. 점심보다는 바쁜 출근길 아침식사용으로 잘 어울린다.

세븐일레븐은 최근 가맹점주, 임직원들을 대상으로 도시락 메뉴 개발을 위해 전국쌀도 도시락경연대회를 열기도 했다. 이 대회에서는 '닭가슴살 카레볶음밥'을 선보인 호남대표팀이 우승을 차지했다. 이밖에도 '사랑에 빠진 계란 오믈렛', '고등어 간장구이 도시락', '따뜻한 북해도 크림스프' 등 다양한 도시락이 출품됐다.

양형모 기자