

“라운딩 시즌… 보양식·주안상으로 ‘골퍼 입맛’ 잡아라”

CJ프레시웨이 골프장 50여 곳 클럽하우스서 식품서비스 운영 사업목적에 주류 추가, 와인 선배 상춘객 겨냥 ‘온그린 한상세트’

아워홈 ‘바다 주안상’ 등 출시 **삼성웰스토리** 골프장 57곳서 스테디셀러 리뉴얼, 20종 준비

겨울이 가고, 본격 라운딩 시즌인 봄이 성큼 다가오면서 외식업체가 골프장 식품 서비스 강화에 열을 올리고 있다. 코로나19 이후 골프 시장이 급성장한 데다 골프장에서의 식사는 라운딩의 즐거움을 배가시키는 중요한 요소이기 때문이다.

20일 업계에 따르면 CJ프레시웨이는 클럽하우스 내에서 직접 와인을 선보이며 경쟁력을 확보할 계획이다. CJ프레시웨이는 현재 국내 골프장에서 50여 곳의 식품서비스사업장을 운영 중이다. CJ프레시웨이의 지난해 골프장, 휴게소 등을 포함한 레저 및 컨디션 부문 매출은 1636억원으로 전년 대비 약 44% 증가했다.

2012년부터 골프장 푸드서비스 사업에 진출한 CJ프레시웨이가 와인사업에 눈독을 들인 것도 최근 호황에 걸맞는 차별화 전략을 위해서다. 이에 오는 27일 정기주주총회에서 수입주



아워홈 골프장 신메뉴 ‘산더미 짬뽕 순두부 전골’(위 부터 시계방향)과 온그린 한상세트, 아워홈 골프장 시그니처 메뉴 ‘바다 주안상’.

류 및 주류수출업 등의 사업목적에 새로 추가한다. 이번 사업목적 추가를 통해 CJ프레시웨이는 와인 유통을 본격화하고, 회사가 운영하는 식품서비스사업장에서 차별화된 와인을 선보일 예정이다.

CJ프레시웨이는 그간 축적한 서비스 운영 데이터와 현장 노하우를 모아 영양사, 조리사, 매장 매니저 등 직무유형 별 교육 과정을 마련했다. 교육 프로그램에는 위생 안전, 메뉴 분석, 식단 운영 등 식품서비스 역량 전반이 포함되며, 경로 특성을 반영해 고객소통 토크플레이팅, 고급 플레이팅 노하우 등 전문 주제가 더해졌다.

최근에는 상춘객 수요를 겨냥해 ‘청



춘(青春), 푸른 봄을 맛보다’라는 콘셉트로 고품질 해산물, 제철 봄나물 등 귀한 식재료가 조화롭게 어우러진 보양식 메뉴를 출시했다.

영양가 높은 소고기 아롱사태를 가득 담은 ‘온그린 한상세트’, 원기회복 재료로 빠질 수 없는 메기와 미나리를 곁들인 ‘봄 미나리 메기 매운탕’, 바삭한 튀김류에 해초 샐러드를 함께 담은 ‘스프링 바스킷’ 등이다.

글로벌푸드기업 아워홈도 본격적인 골프장 개장 시즌을 맞아 골프장 전용 신메뉴를 출시했으며 올 한 해 골프장 식품서비스 차별화를 위해 ‘미식가객 주안상’을 콘셉트로 골프장 시그니처 메뉴를 순차 출시할 방침이다.

이번 봄을 맞아 선보이는 첫 번째 미식가객 주안상 시그니처 메뉴는 바다를 주제로 한 ‘바다 주안상’이다. 문어 삼합, 아구 불고기, 조개탕 등으로 구성했다. 문어 삼합은 신선한 문어와 함께 그 맛을 배가시키는 관자, 보쌈, 묵은지, 꼬시래기, 세모가사리, 명태 회무침, 마늘쫑 등을 푸짐하게 더했다. 아구 불고기는 매콤한 양념으로 버무려 입맛을 살린다. 모듬 조개탕에는 면역력 증진에 좋은 클로렐라면을 넣어 깔끔한 국물과 이색 면요리를 함께 즐길 수 있다.

이외에도 ‘산더미 짬뽕 순두부 전골’ ‘누룽지 해물 해장 파스타’ ‘전복 멍게 비빔밥’ ‘멍게 비빔밥’ 등 새로운 메뉴를 선보인다.

삼성웰스토리도 골프장 개장 시즌을 맞아 전국 57개 골프장에서 봄시즌 메뉴 20종을 선보였다. 봄동 햇마늘 주꾸미 볶음, 봄맞 전복 돌솥밥, 봄채소면과 향정수육 등이 대표 메뉴다. 그동안 꾸준한 인기를 얻고 있는 스테디셀러 메뉴들을 봄 시즌에 맞춰 리뉴얼하고 제철 식재료를 활용한 신메뉴를 개발한 것이 특징이다. 또 제로슈거 음료, 수제버거, 하이볼과 프리미엄 전통주 등과 같이 그동안 골프장에서 만나기 어려웠던 새로운 제품들도 준비했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

오리온 ‘마리비스킷’ 이디야커피와 콜라베

오리온은 신제품 ‘마리비스킷’이 국내 카페 프랜차이즈 매장 수 1위인 ‘이디야커피’와 콜라베이션 이벤트를 진행한다고 20일 밝혔다. 이번 이벤트는 출시 초기부터 ‘디푸드 비스킷’으로 주목받고 있는 마리비스킷을 커피와 함께 즐길 수 있도록 기획했다.

오리온은 오는 26일까지 전국 이디야커피 매장에서 아메리카노 엑스트라 사이즈를 주문하는 고객에게 총 14만 봉 한정으로 마리비스킷을 증정한다. ‘마리비스킷 x 이디야커피 인증샷’ SNS 이벤트도 진행한다. 마리비스킷과 이디야커피를 함께 즐기는 사진을 개인 인스타그램에 올리고 필수 해시태그를 달면 자동으로 응모되며, 추첨을 통해 당첨자에게 마리비스킷 1박스를 증정한다.

/신원선 기자



“카카오 알림톡으로 ‘진료 예약·변경·취소’ 하세요”

이대서울병원, 국내 첫 서비스 도입 회원 가입절차 없이 모바일로 처리

이대서울병원이 지난 17일부터 국내 최초로 ‘카카오 알림톡’을 통해 진료예약과 관련된 통합 서비스 제공을 시작했다.

기존 의료기관에서는 카카오 알림톡을 통해 진료 예약변경과 취소 서비스만 가능했지만, 이대서울병원의 카카오 알림톡 진료예약 서비스는 국내 최초로 병원 홈페이지나 웹에서 회원

가입 절차 없이 병원에서 발송된 알림톡을 통해 진료예약은 물론 예약변경 및 취소가 가능하다. 간단히 말하자면, 신규(초진)환자들이 병원 홈페이지나 앱을 이용하지 않고 알림톡을 통해 간편하게 진료와 관련된 모든 서비스를 제공받을 수 있는 것이다.

이대서울병원은 카카오 알림톡 진료예약 서비스를 통해 ▲간편 진료예약(신, 초진 포함) ▲예약 변경 및 취소 ▲환자 정보 등록 및 변경 ▲래 진료과 및 센터 번호 찾아가기 등의 서비스를 제공한다.

이대서울병원 한우정 원무팀장은 “이 서비스를 이용하면 환자들이 병원 내 원무접수 수납창구를 거치지 않고도 예약 및 등록절차를 모두 모바일에서 처리할 수 있어 동선을 최소화할 수 있다”며 “의사의 휴진이나 퇴사 시 이미 예약된 환자들은 콜센터를 통해 예약을 변경해야 했지만 알림톡으로 환자가 간편하게 예약을 변경하거나 취소 처리할 수 있어 병원 업무를 획기적으로 감축할 수 있게 됐다”고 말했다.

이대서울병원은 향후 카카오 알림

톡을 통해 모바일·예약 검사비 수납, 진료비 영수증 등 입·퇴원 수속과 관련된 서비스도 제공할 예정이다.

이대서울병원 카카오 알림톡 진료예약 서비스를 개발한 ㈜바이타민은 병원 키오스크 서비스로 시작해 국내 최초로 ‘제증명 전송시스템’(특허등록) 및 ‘원터치 알림톡 통합 서비스’ 플랫폼을 개발·운영하는 회사다. 이대서울병원의 카카오 알림톡 진료예약 서비스는 원터치 알림톡 통합 서비스에 해당된다.

/이세경 기자 seilee@



스타벅스, 봄 음료·푸드 3종 선보여

스타벅스가 20일 서울 스타벅스 한국프레스센터 점에서 매년 봄을 맞아 출시하는 ‘슈크림 라떼’와 ‘핑크 플라워 유스베리티’, ‘바질 레몬 서벗 블렌디드’ 등 음료 3종과 푸드 3종을 선보이고 있다.

/손진영 기자 son@

하이트진로-티오더, 상생협력 MOU

영업망 홍보, 가맹점 확대 박차

하이트진로는 태블릿 주문 플랫폼 ‘티오더’와 상생협력 및 동반성장을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

티오더는 태블릿 메뉴판을 활용해 비대면 주문 서비스를 제공하는 스타트업으로 2019년 8월 태블릿 메뉴판 런칭 후 현재까지 약 1700여개 매장에서 매달 1200만명이 사용하고 있는 업계 1위다.

하이트진로는 지난 17일 서울 서초동 본사에서 박형철 하이트진로 상무, 권성택 티오더 대표이사 등이 참석한 가운데 업무 협업을 위한 협약식을 가졌다고 20일 밝혔다.

하이트진로와 티오더는 각 사가 보유한 영업력과 기술력의 시너지 효과를 기대하고 있다.

하이트진로는 최근 비대면 주문 확산 트렌드를 반영, 티오더의 태블릿 메뉴판을 활용해 다양한 서비스와 홍보활동을 진행한다. 브랜드 광고 노출은 물론, 다채로운 소비자 이벤트를 펼칠 예정이다.

티오더는 하이트진로의 전국 영업망을 통한 직·간접적인 홍보로 가맹점 확대에 박차를 가한다.

/신원선 기자



유튜브(메트로신문) 동영상 제공

파리바게뜨, 오트리와 협업 ‘그린페어’

오트리 밀크티·카페라떼 등 선보여

파리바게뜨가 가치소비를 지향하는 소비자의 니즈를 반영해 몸에 좋은 곡물과 채소를 활용한 ‘2023 파리바게뜨 그린페어’를 진행한다고 20일 밝혔다.

먼저, 스웨덴의 식물성 귀리 음료 브랜드 ‘오트리(Oatly)’와 협업한 음료와 식빵 등을 선보인다. 진한 홍차와 귀리 음료 오트리의 조합으로 고소하면서도 향긋한 향미가 일품인 ‘오트리 밀크티’와 오트리에 파리바게뜨 자체 커피인 카페 아다지오의 에스프레소 샷을 더해 라떼의 풍미를 살린 ‘오트리 카페라떼’가 대표 음료다. 그리



고 함께 곁들일 단백질이 풍부한 고소한 곡물 식빵 ‘홀그레인 오트식빵’도 내놓는다.

대체육을 활용한 제품도 있다. 직화구이향을 입힌 식물성 대체육과 아삭한 야채로 건강, 환경까지 생각한 ‘플랜트 디럭스 샌드위치’ 2종이 대표적이다. 이밖에 건강한 야채와 부드러운 닭고기, 견과류 등이 들어간 제품도 마련했다.

/신원선 기자

던킨, 헬시플레이저 트렌드 반영 ‘오트 그레놀라 필드’ 출시

비알코리아가 운영하는 던킨이 귀리를 활용해 맛있고 건강하게 즐길 수 있는 도넛 ‘오트 그레놀라 필드’를 출시한다고 20일 밝혔다.

던킨이 새롭게 출시하는 ‘오트 그레놀라 필드’는 즐겁게 건강을 관리하는 MZ 세대의 ‘헬시플레이저(Healthy Pleasure)’트렌드를 반영해 영양이 풍부한 곡물인 귀리(오트)를 활용해 만든 제품이다. 무기질(칼슘)과 비타민을 첨가한 오트리 오트음료로 만든 부드러운 필링을 가득 채우고, 그 위에 바삭한 오트와 그레놀라를 올려 조화로운 식감을 완성했다.

비알코리아 던킨 관계자는 “도넛을 더욱 건강하게 즐길 수 있도록 신제품 ‘오트 그레놀라 필드’를 출시하게 됐다”며 “앞으로도 소비자의 다양한 취향을 반영한 도넛을 지속 선보일 예정”이라고 전했다.

/신원선 기자