

미국 식품산업 10대 트렌드

1. 녹색 채소

미국인들의 강한 풍미에 대한 포용력은 녹색 채소들의 대중화와 함께 진화하였다. 양상추에서 시금치로, 현재는 케일이 가장 인기 있는 녹색 채소이다. 케일의 인기는 풍부한 영양소 뿐 만 아니라, 케일 칩처럼 셰프들의 신 메뉴 개발 성공에 기인한다. 셰프들은 또한 다양한 종류의 케일을 여러 샐러드 요리에 활용, 케일의 인기에 기여하고 있다.



2. 뿌리 채소



최근 제철 식품과 역내 생산 식품을 선호하는 경향이 대두되면서 뿌리 채소에 대한 관심도 증가하고 있다. 최근 가장 인기 있는 뿌리 채소 중 하나는 비트(사탕무 종류)로서, 오

븐에 구운 비트를 치즈 및 다른 야채들과 섞어서 샐러드로 먹는 요리는 매우 인기가 많다. 사람들은 비트를 잇는 다른 뿌리채소가 무엇이 될 것인지에 대해서도 관심이 많은데, 그 중에서도 일본식 흰 순무(Turnip)가 다른 채소와 잘 어우러지는 달콤한 맛과 풍부한 과즙을 자랑해 인기가 많을 것으로 예상된다.

3. 베리류, 망고 및 핑거 라임(Finger Lime)



몇 년 전부터 소매 시장에서 인기몰이를 해온 베리류는 이제 레스토랑에서도 인기가 많은 과일이다. 딸기와 블루베리는 가격이 많이 저렴해 졌을 뿐 더러, 1년 내내 생산이 가능하다는 점이 인기 비결 중 하나이다. 또한 요거트의 소비가 급격히 증가하면서 요거트 토핑으로 가장 인기 있

는 베리류의 인기도 수직 상승하였다. 한편, 항산화 효과를 내세운 음료의 인기는 베리와 망고의 판매를 더욱 촉진시켰다. 특히, 망고는 과즙음료로 가장 혜택을 입은 과실 중 하나이다. 핑거 라임은 캘리포니아 지방에서 8월-1월 사이에만 재배되는 과실로 음료, 해산물, 샐러드, 및 디저트 등에 폭넓게 사용된다.



4. 계절 식품

닭이나, 생선, 스테이크 등은 사시 사철 먹을 수 있는 식품인 바, 메뉴를 차별화 시킬 수 있는 주요 요소는 이를 곁들이는 계절 야채가 되었다. 즉 '나무에서 갓 따온 복숭아'로 요리하는 것은 수입산 복숭아를 사용하는 것보다 요리를 한층 업그레이드 시키는 요소가 된다. 아울러, 단순한 요리보다는 지역적 특색을 지닌 요리가 선호도가 높으므로, 한 지역의 계절 야채를 이용한 요리를 내세우는 것이 레스토랑의 인지도에도 도움이 된다.

5. 차별화 전략



이제는 식자재를 역내에서 조달하는 것을 넘어서는 차별화 전략을 위해 레스토랑 셰프들은 고민을 많이 하는데, 월마트가 유기농 야채를 팔면서 유기농 식품에 대한 인기가 시들어졌듯, 주방장들은 무언가 *“새로우면서도 한정된, 지방적 특색을 지닌 계절 과일과 채소를 이용한, 강한 풍미가 있는”* 요리를 원한다. Green Zebra 토마토, 자색 당근, 골드 체리 토마토, 등이 그 예이다.

6. 일상 야채의 재발견

최근 레스토랑 셰프들 사이에서는 당근과 컬리플라워가 다시금 인기를 얻고 있다. 매일 먹는 농산물이지만 새로운 조리법을 동원한 세련된 요리로 당당히 저녁 식탁 메뉴에 이름을 올림으로써 소비자들의 이목을 끌고 있다.

7. 절임과 저장법

레스토랑 셰프들은 풍미를 보존 및 강화하기 위한 방안을 상시적으로 연구하는데, 이를 위해 컬리플라워나, 당근, 오이 등의 야채는 끓이거나 볶기보다는 절이는 방식을 통해 조리하여 곁들임 반찬으로 활용한다. 또한 지역 내에서 조달한 신선한 야채와 과실은 나중에 활용하기 위해 건조 및 냉동 보관한다.

8. 과일 및 야채를 갈은 음료

최근 식생활 트렌드 중 하나는 과일과 야채를 갈아서 마시는 것이다. 음료에 단순히 얇게 썬 오렌지를 곁들이는 것에서 벗어나, 다양한 과실과 채소를 갈아서 민트나 바질 등의 허브와 보드카, 진 등의 알코올과 섞어 모히토와 같은 칵테일

을 만들거나 코코넛 워터와 망고를 이용해 스무디를 만들어 먹는 것이 유행으로 자리잡고 있다



9. 세계 다양한 맛의 구현



전 세계의 다양한 인종들이 그들 자신에게 익숙한 식자재들을 고향으로부터 새로운 정착지에 가져오면서, 보다 다양한 식재료로의 접근성이 더욱 용이해졌는데, 멕시코 Hatch 고추나, 아르헨티나 자색 감자가 그 예이다. 이와 같은 다양성은 비단 식재료에만 국한되지 않고, 고향 본연의 맛을 추구하는 노력으로 이어져 대학교와 같은 곳에서는 아시아식, 지중해식, 남미식 요리 행사를 개최해 전 세계요리의 다양한 맛을 구현하고 발전시키는데 앞장서고 있다.



10. '모 아니면 도' 일 필요는 없다

메뉴 개발에 있어서는 항상 '모 아니면 도'와 같은 방식이 자주 적용되었는데, 고기를 좋아하는 사람에게는 고기만, 채식주의자에게는 채소만 제공하는 방식이 그것이다. 그러나, 이제는 꼭 그럴 필요는 없다는 인식이 자리잡고 있다. 실제로 미국 내 고기나 생선, 해산물을 완전히 배제하는 채식주의자는 5%에 불과함에도 불구하고, 종종 채식주의자용



메뉴를 애용한다는 응답은 33%에 이르렀다. 이러한 트렌드를 받아들여 뉴욕의 스테이크 전문 레스토랑 Shake Shack의 경우, 전형적인 두 개의 고기패티를 쌓은 햄버거 메뉴 대신에 버섯과 양배추, 파파야 등의 과일과 야채를 곁들인 균형 잡힌 건강식 메뉴를 개발, 많은 인기를 끌고 있다.

"<저작권자 © aT한국농수산물유통공사 & kati.net 무단전재 및 재배포 금지>"