

버섯, 미 레스토랑 주인공으로 거듭나다

미국 레스토랑 내 버섯 수요 증가

해마다 미 전국 레스토랑 협회(The National Restaurant Association)는 저명한 셰프들을 대상으로 레스토랑 내 “최고 인기 메뉴(Hot Trend Menu)”에 대한 설문조사를 시행하는데, 이 중 44% 이상이 2012년도 최고 인기 메뉴로(What's hot in 2012) 표고버섯, 팽이버섯, 앞새버섯, 만가닥버섯 등의 아시아 원산 버섯을 꼽았다.

사실 버섯은 독특한 맛과 질감, 그리고 풍부한 영양성분으로 인해 예전부터 가정집이나 음식점에서 크게 사랑을 받아온 식품이다. 최근 미국 레스토랑 내에서도 세계화 바람이 불면서 아시아, 유럽, 지중해 및 중남미 요리에 대한 비중이 상승하였고, 이들 국가 요리의 상당수가 버섯을 많이 사용하여, 자연히 미국 레스토랑의 버섯의 수요 또한 증가하였다.

사실 버섯 종류 자체가 증가한 것은 아니나, 다양한 버섯 종류에 대한 인지도가 최근 급격히 상승하였다고 할 수 있다. 버섯의 종류는 크게 백색 버섯과 갈색 버섯으로 나뉘어 지는데, 미국 내 버섯 공급자들에 따르면, 갈색 버섯 종인 포토벨로(Portobello) 버섯이 여전히 가장 인기가 많다. 많은 레스토랑에서 포토벨로 버섯을 전채요리 및 스테이크



토핑으로 많이 사용한다. 그러나 최근 백색 버섯 종이 건강에 더 이롭다는 것이 밝혀지면서 백색 버섯 종에 대한 수요가 급격히 증가하고 있는 상황이다.

레스토랑의 버섯 종류 선택에 미치는 요인으로서는 고객 선호도, 가격 및 레스토랑 별 추구 스타일 등을 들 수 있다. 미국 내에서는 포토벨로 버섯이 가장 많이 사용되나, 아시아 고객을 기반으로 하는 레스토랑에서는 표고버섯이나 팽이버섯 등이 응용되기도 하고 좀 더 색다른 분위기와 맛을 내기 생소한 버섯 종을 사용하기도 한다. 아울러 버섯은 계절 음식이기때문에 버섯에 따라 계절 메뉴를 구성하기도 한다. 이러한 추세에 발맞추어 버섯 공급업체들은 색다른 식감과 맛을 제공하는 이국적인 버섯을 제공하기 위해 노력하고 있다.



이처럼 외식 산업 내 버섯의 사용이 크게 증가하면서 버섯은 레스토랑 내 메뉴 전반의 변화를 가져오기도 했다. 스테이크의 토핑으로 많이 사용되던 버섯은 이제 화히타(Fajita)나 퀘사딜라(Quesadilla)와 같은 중남미 요리는 물론 간편한 아침식사를 원하는 고객을 위해 아침 또는 브런치 메뉴에도 다양하게 응용된다. 또 다른 예로 전국적인 체인망을 보유하고 있는 미국의 한 햄버거 가게는 버섯을 주재료로 한 햄버거 메뉴를 출시했다. 이와 같이 레스토랑 내 버섯 사용이 증가한 주요 원인은 버섯이 음식과 조화롭게 어우러질 때 발생하는 절묘한 감칠맛 때문으로 버섯은 전체적인 요리의 식감을 개선시킬 뿐만 아니라 맛의 균형을 맞추어주는 역할을 한다.

버섯을 활용한 외식산업 마케팅

건강에 대한 관심이 증대됨에 따라 요식 업계에서는 칼로리, 콜레스테롤, 지방 및 소금 사용량을 경감하기 위한 노력을 개진 중이다. 이러한 추세에 발맞추어 버섯은 칼로리는 감소시키면서도 동시에 음식에 대한 만족감은 한 단계 업그레이드시킬 수 있는 대안으로 부상했다. 치즈케익 팩토리(The Cheesecake Factory) 레스토랑은 버섯을 주재료로 한 신 메뉴를 출시하였는데, 이와 같은 건강 메뉴를 통해 고객의 전반적인 만족감이 상승할 것으로 기대하고 있다.



비단 레스토랑 뿐만 아니라 대학 및 병원 내 음식점에서도 음식의 품질과 영양 제고를 위해 버섯의 사용량이 증대될 것으로 예상된다. 일례로 하버드 대학교의 경우, 메뉴에 버섯 사용량을 늘려달라는 학생들의 요청을 받고 국수, 피자, 샐러드 등에 대한 버섯 사용량을 확대했다. 한편 기타 자연 농산물 중에서도 버섯의 비타민 D 함유율이 높다는 연구 결과는 병원이나 양로원에서 버섯의 사용이 증가할 것이라고 예측하는 이유 중 하나이다.