

[미국-뉴욕]버섯의 인기 지속

다양한 종류의 버섯, 전국 레스토랑에서 지속적인 강세 유지



최근 푸드서비스 연구소(FSRI)가 발표한 보고서 “버섯이 포함된 메뉴”에 따르면, 69%의 푸드서비스 업체가 버섯 메뉴를 포함하고 있었으며, 체인점의 경우 48%, 고등학교 및 대학교 등 구내식당에서는 52%, 개인 식당에서는 74%가 버섯이 들어간

메뉴를 판매하고 있었다. 동 보고서는 캐주얼 레스토랑의 경우 십중 팔구 버섯이 들어간 메뉴를 판매하고 있었다고 언급했다. 보스톤의 베이커리 체인인 오봉팡의 식음료 혁신 부장 스테파노 코르도바는 버섯이 셰프들에게 매력적인 이유로 다양한 종류와 높은 활용도를 꼽으면서, 버섯은 다양한 재료들과 잘 어울릴 뿐 만 아니라, 케이크 위의 아이싱과도 같은 감칠맛을 내는 역할을 톡톡히 하고 있다고 강조했다.

기존메뉴에서 신규 메뉴까지

FSRI의 조사에 따르면, 버섯이 가장 많이 등장하는 메뉴는 앙트레(22%), 메인디쉬(18%), 피자(14%), 샌드위치(11%) 순으로 집계되었으며, 실제로, 이태리 레스토랑 체인인 베르투치 사의 경우, 앙트레 메뉴로서 구운 양송이 버섯을 곁들인 마르살라 그릴드 치킨을 제공하고 있고, 포토벨로 버섯 및 양송이 버섯을 토픽한 구운버섯과



아시아고 피자, 및 러스틱 스타일의 구운 포토벨로 샌드위치, 갈릭과 허브로 맛을 낸 구운 버섯을 사이드 디쉬로도 선보이고 있다.



케틀렌 프레이스 버섯이사회 마케팅 코디네이터는 현재 버섯 사용이 증가하고 있는 부문은 피자, 아침 메뉴, 수프 등이라고 설명했다. 몬테레이 버섯 사의 부장인 조 칼드웰은 현재 햄버거 등의 메뉴에서 버섯을 식재료로 첨가하는 일이 증가하고 있으며, 특히 아침 메뉴에서 버섯 사용이 증가하고 있다고 강조하면서, 일부 체

인점에서 치즈와 버섯을 사용한 부리토 메뉴를 개발하거나, 학교 구내식당에서 버섯 오물렛을 제공하는 경우도 늘고 있다고 강조했다.

오봉팡사의 경우에도 지난해 포토벨로 및 양송이 버섯을 이용한 수프와 굴과 표고버섯 등을 이용한 비스크를 신규 출시했다. 캐나다에 위치한 폰데로사 버섯식품사의 조 살보 회장은 현재 웬디스의 햄버거에 이용되는 포토벨로 버섯에서부터, 고급식당용 송이버섯, 학교 구내식당용 만가닥 버섯에 이르기까지 다양한 버섯의 사용이 지속적으로 상승세를 타고 있다고 설명했다.

많은 푸드서비스 업체가 느타리 버섯이나 표고버섯처럼 이국적인 품종을 혼합하는 것에 열을 올리고 있는데, 토조 신선버섯사의 폴 프레데릭 부장은 이를 다양한 품종을 수프나 소스에 접목시키면 요리의 풍미를 더해줄 수 있기 때문으로 설명한다. 필립스 버섯 농장의 판매부장인 케빈 도노반 역시 아시아 요리에서만 사용되던 표고버섯이나 느타리 버섯이 현재 유럽 및 다른 여러나라의 요리에도 폭넓게 쓰이고 있다고 강조했다.



FSRI의 조사에 따르면, 100%의 아시아 및 이태리 고급 레스토랑, 캐주얼 레스토랑 및 바, 피자 체인, 패밀리 레스토랑에서 버섯을 사용하고 있었으며, 약 90-95%의 스테이크 및 해산물 전문점에서 버섯을 취급하고 있었다. 개인식당으로는 이태리, 케이준, 남서부, 베지테리안, 아일랜드, 지중해 및 아시아 식당의 100%가 버섯을 사용하고 있었다. 반면, 버섯 사용률이 가장 낮은 식당은 바베큐 전문점, 인도, 그리스, 멕시코 식당이었다. 그러나 버섯 이사회의 프레이스는 멕시코, 남미 및 카리브 지역 식당에서도 버섯의 사용이 빠르게 증가하고 있다고 강조했다.



아울러, 푸드 서비스에서 향후 가장 중요한 버섯 트렌드 중 하나로 자리잡을 것으로 예상되는 것 중 하나가 바로 버섯의 무한한 대체가능성이다. 햄버거와 같이 육류를 다 대하게 사용하는 메뉴의 경우 버섯으로 대체하여 이용하면 맛은 증대시키고 칼로리는 낮추는 효과를 동시에 얻을 수 있기 때문이다. 버섯 이사회에 따르면, 일부 주요 체인점들은 이미 맛은 희생시키지 않으면서도

동시에 동일한 인기 메뉴를 한층 건강하게 업그레이드 시킬 수 있다는 사실을 증명해냈다. 또한, 최근 캘리포니아 대학교가 진행한 연구에 따르면, 고객들은 육류와 버섯을 혼합시킨 맛을 더 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 대체식품으로서의 버섯은 고객들에게는 훌륭한 맛을 선사하고, 경영주 입장에서는 비용 절감 효과까지 가져옴으로서, 난, 타코, 미트볼, 파스타, 버거 등 다양한 메뉴에서 그 효과를 여실히 나타내고 있다.

포토벨로 버섯의 후발 주자는

포토벨로 버섯의 큰 인기는 그 후발 주자가 누가 될 것인지에 대한 관심을 불러일으켜 왔으나, 포토벨로의 인기는 당분간 지속될 것으로 보인다. 버섯 이사회의 프레이스는 아직 포토벨로 버섯 시장이 포화되지 않았고, 포토벨로가 가장 크고 육류의 식감과 가장 유사한 버섯인 만큼 그 활용도



가 매우 높다고 강조했다. 그는 포토벨로 버섯은 햄버거에 이중 패티를 사용하는 식당의 경우 한 장은 버거 패티로, 또 다른 한장은 포토벨로 버섯으로 대체가 가능하다고 덧붙였다.

하이라인 사의 마케팅 부장 제인 리노 역시 푸드서비스 업체들은 포토벨로 버섯의 두자릿수 성장을 예상한다고 강조했다. 몬테레이 버섯사의 칼드웰 씨는 포토벨로 버섯의 성장은 보다 다각화된 사용에 기인한다고 언급하면서, 예전에는 버섯에 속을 채워 서빙하거나 샌드위치 용으로만 사용했다면 현재는 네모지게 잘라 수프, 소스, 꼬치에도 다양하게 이용하고 있다고 강조했다.

포토벨로의 다음 타자로

가능성이 있는 버섯은 베

이비 벨라(Baby Bella) 혹

은 크리미니(crimini) 버

섯이다. 오크쉬어 버섯사

의 개리 슈뢰더 회장은

크리미니 버섯의 경우 현

재 파스타나 라이스 필라

프에 사용되어 풍미를 더해주는 역할을 하고 있는데, 포토벨로처럼 고기 맛을 내면서도 크기가 작아 그 활용도가 더욱 유동적이고 다양하다고 설명했다.



쉐프의 선택, 홀(whole) 버섯이나 슬라이스 버섯이나

오봉팽의 코르도바씨는 슬라이스된 버섯보다도 온전한 홀(whole) 버섯을 공급받는 것을



선호하는데, 이는 홀버섯이 더욱 활용도가 다양할 뿐 더러, 버섯의 경우 취급이 어렵지 않고, 야생버섯이 아닌 이상 특별한 기술이 필요하지 않기 때문이라고 언급했다. 필립스 버섯의 도노반 씨 역시 현재 쉐프들은 버섯의 상태 및 품질 체크를 위해 홀버섯을 공급받는 것을 선호하는 추세라고

설명했다. 칼드웰 씨 역시 피자 토핑 혹은 샐러드바 등의 용도를 제외하면 홀 버섯 수요가 대부분이라고 덧붙였다.

그러나 바스치아니 식품 부장 프레드 레치우티는 선 손질된 상품의 경우 다양한 스타일의 커팅으로 시각적 효과를 줄 수 있고, 손질로 인한 노동비용을 감소시키는 한편, 식품 안전성도 강화시킨다는 점에서 이점이 있다고 강조했다.

샐러드, 수프, 피자, 버거 등을 이용한 다양한 프로모션



버섯 이사회는 버섯을 이용한 메뉴를 증대시키기 위해 푸드서비스 체인과 협력하고 있는데, 그 결과물 중 하나가 캐주얼

체인인 파네라 브레드의 시금치 파우더 샐러드로, 여린 시금치잎, 구운 버섯과 양파, 다진 계란, 베이컨 등을 혼합했다. 오봉팡 역시 버섯과 통밀을 혼합한 수프를 출시하고 전단지, 이메일, 웹사이트 등 각종 홍보매체를 동원, 홍보 효과를 극대화 시켰다.

지난 10월 베르투치 사는 새롭게 웰빙 피자를 개발 및 출시하였는데, 그 중에서도 구운 포토벨로와 양송이 버섯을 잡곡 크러스트 및 아시아고 치즈, 신선한 허브 잎과 함께 얹은 피자는 통상 “고기를 얹어야 피자가 팔린다”는 업계의 고정관념을 뒤집고 큰 인기를 얻었다. 테너 씨는 포토벨로와 양송이 버섯을 이용하게 된 것은 이 두 가지 재료가 이미 재고창고에 남아있었기 때문이라면서, 요식업에 종사하는 전문가라면 기존의 재료를 가지고 새롭게 차별화된 방법으로 만드는 것이 얼마나 중요한 일인지 알 수 있을 것이라고 강조했다.

버섯의 대체가능성이라는 개념은 캘리포니아 대학교에도 아주 맛있는 결과를 가져왔다. 에릭 어네스트 동 대학교의 총 주방장은 고기와 버섯 믹스, 양파 및 허브를 가미한 버거를 개발했고 포토벨로 버섯의 고기와도 같은 촉촉한 식감과 풍미, 낮은 열량과 상대적으

로 저렴하기까지 한 가격은 선풍적인 인기를 끌었다.

<저작권자© aT 한국농수산물유통공사& kati.net 무단전재및재배포금지>