

[미국-뉴욕]에스닉 푸드의 중심으로 떠오른 한식

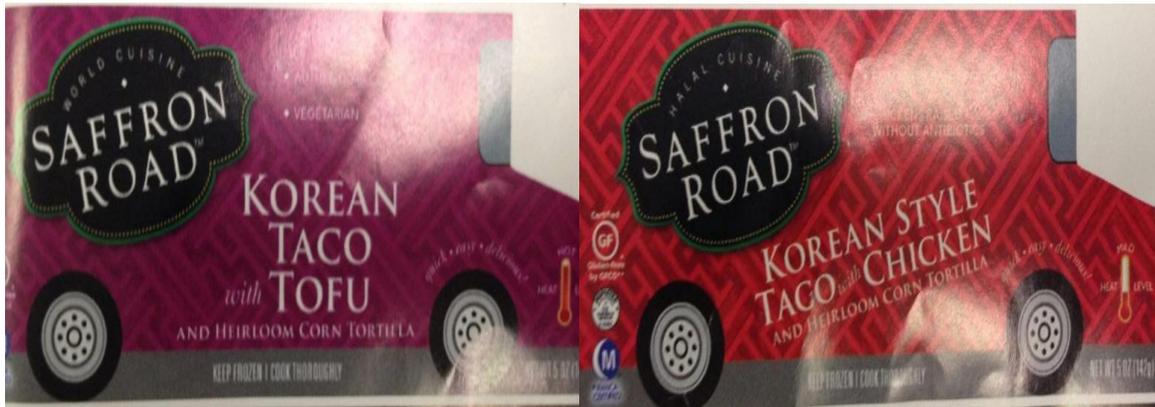
전세계 다양한 맛에 대한 사람들의 요구가 높아짐에 따라 많은 식품, 음료업계는 제 2의 치폴레 혹은 스리라차 소스가 되기 위한 혁신적인 노력이 계속 되고 있다. 제 3 세계의 고유 음식이자 전통음식인 에스닉 푸드 (Ethnic food)에 대한 사람들의 꾸준한 관심과 요구로 인해 McCormic & Co. 는 2014 년 상반기 신제품으로 Hispanic seasoning blends, Indian Essentials 를 출시했고 주요 브랜드 중에 하나인 zatarain's 와 Thai Kitchen brands 에 새로운 제품을 추가했다.

현재 전세계 다양한 요리들의 영향력은 단지 특정 지역요리에만 국한되는 것이 아니라 집에서 조리하는 요리에도 영향을 미칠 수 있다. 그렇기 때문에 기존의 사람들이 관심을 갖지 않았던 제 3 세계의 고유의 맛에 대한 흥미는 시간이 지날수록 더욱 커질 것으로 예상된다.

대다수의 사람들은 에스닉 푸드가 타 음식보다 신선하고 깊은 맛을 지녔을 뿐만 아니라 건강에 더욱 유익하다는 생각을 갖고 있으며 불과 몇 년 전 소비자들은 히스패닉과 아시안 음식만이 에스닉 푸드라고 생각한 것에 비해 오늘날 소비자들은 그 범위가 페루, 중동 음식까지 넓어지고 있다. 식품동향 분석 전문기관인 요리개발센터 (CCD) 에서 발행한 최근 식품동향분석 보고서 (Culinary Trend Mapping Report) 에 따르면 한국음식은 중국, 일본, 태국, 베트남 등 대표 아시안요리에도 전혀 뒤지지 않는다고 밝혔다. 더 나아가 한국의 전통인 고추장, 고춧가루 등을 이용한 매운 요리와 다양한 발효식품은 육류를

좋아하는 사람과 채식주의자 모두 사로 잡을 수 있는 깊고 풍부한 전통의 맛 (ethnic tastes) 을 전한다고 덧붙였다.

이 같은 한국 전통의 맛에 깊이 빠진 회사가 있다. American Halal Company 의 사업부문 중 하나인 Saffron Road 는 천연재료를 사용한 이슬람 대표 길거리 음식인 할랄푸드를 생산, 판매하는 곳으로 지난 3 월에 열린 자연식품 박람회 (Natural Products Expo) 에서 냉동식품과 타코에 한국의 맛을 접목시켜 출시했다.



Saffron Road 에서 타코에 한국스타일을 가미해 출시한 신제품
출처: Food Business News

Saffron Road 의 관계자는 이번에 새로 출시한 냉동식품은 한국의 불고기, 소고기 비빔밥, 고추장 치킨, 두부 비빔밥 등을 이용해 다양한 맛을 갖고 있으며 고추장 소스를 이용한 제품은 달고 시고 매운 맛을 한입 한입마다 느낄 수 있도록 만들었고 불고기 소스를 이용한 제품은 숯불구이 맛과 함께 달콤한 맛을 소비자들에게 전할 것으로 예상했다. "Saffron Road 에서 출시한 한국스타일의 신제품은 다양한 나라의 맛, 소스, 향신료 등이 하나로 어우러져 먹는 사람에게 있어 특별한 기억을 심어줄 수 있어 미국시장 내에서도 인기를 끌 수 있는 여지가 충분하다고 생각한다. 또한 곧 출시할 한국 바베큐 소스를

이용한 병아리콩 (Chick pea) 스낵은 현대인의 까다로운 입맛과 자연식을 찾고 있는 상황에서 건강한 스낵을 원하는 소비자에게 새로운 경험을 전할 것이다" 라고 Saffron Road 의 부사장 Jack Acree 는 말했다.

Saffron Road 의 마케팅 담당자, Jean Shieh 는 “한국의 고추장이야 말로 우리 회사가 계속 찾고 있던 것”이라고 말했다. 그녀는 최근 아시안 퓨전 레스토랑인 Roy's Restaurant 의 메뉴에서 고추장을 이용한 매콤한 해물전골을 경험해본 후 그 특유의 풍미와 특 쓰는 맛에서 깊은 인상을 받고 2014년 맛 트렌드 중 하나로 선정하기도 했다.

또한 지난 몇 년 전부터 한국 김치의 맛이 매료된 미국인이 많아 현재 많은 퓨전 레스토랑에서 다양한 방법으로 조리되고 있는 컵라면부터 김 스낵까지 다방면에 사용되고 있음을 강조하기도 했다. 김치뿐만 아니라 한국음식은 달콤하고 감칠맛을 지닌 것으로 잘 알려져 있고 한국의 불고기와 고추장이 그 대표적인 예이다. 끝으로 그녀는 “발상의 전환으로 미국의 대표음식과 한국의 대표음식의 적절한 조합, 다시 말해 핫도그와 김치, 닭 날개와 고추장 등 미국 현지인들이 친숙한 것과 새로운 것을 조합한다면 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이다”라고 덧붙였다.

아시아 국가 내 숨은 진주 찾기

CCD 트렌드 분석 담당자인 크리스틴 켈러는 중국, 일본, 태국음식 등 많은 아시안음식은 이미 미국인들에게 충분히 친숙한 요리가 되었다고 말한다. 그녀는 최근 미국에서 좋은 반응을 보이는 아시안 음식으로 샌드위치 형태의 베트남음식인 반미 (Banh mi)를 들었다. 비록 반미가 어디서부터 유래되었는지 알 수 없지만 당근과 레몬 향이 나는 Lemongrass 의

조합은 환상적이고 닭과 부드러운 빵 또한 갖고 있기 때문에 다른 식재료와 활용할 수 있는 잠재력이 무궁무진하기에 주류시장에 진출한다면 소비자들에게 선풍적인 인기를 끌 것이라고 말한다.

그녀는 현재 태국음식 또한 미국에서 각광받고 있는 아시안요리이며 뉴욕시에 위치한 태국 음식점인 'Somtum Der' 라는 레스토랑을 예로 들었다. 그러나 파파야 샐러드, 스틱키 라이스, 핫 수프, 그릴드 미트 등 대표적인 태국 음식들은 다양한 맛의 스펙트럼에 비해 매운 맛에만 너무 치우친 경향이 있다고 말했다. 향료회사 Sensient Flavors 의 한 관계자에 따르면 Galangal Kaffir lime, Lemongrass 등은 현재 아시안요리에 자주 사용되며 미국 내에서도 높은 인기를 얻고 있다고 말했다.

미국 내 선풍적인 인기를 끌고 있는 또 다른 아시안요리로는 김이 있다. CDC Innovation 에 따르면, 전세계 약 6000-9000 여 종류의 김이 존재하지만 현재 식용 가능한 김 중 불과 12 가지 정도만 사용되고 있는 것으로 확인되고 있다. CCD 트렌드 분석가의 말에 따르면 많은 셰프들과 CPG (Consumer Packaged Goods) 상품업계 종사자들은 현재 인기 있는 노리(Nori) 김 뿐만 아니라 그것으로부터 파생된 제품인 해조류(dulse), 미역 (wakame), 툃(hijiki) 등도 기대하고 있다. 덧붙여 그녀는 김은 특유의 감칠맛과 건강상 유익함, 그리고 에스닉 푸드의 뿌리를 갖고 있기 때문에 미국 스낵 주류시장에서도 충분히 성공할 수 있을 것이라고 덧붙였다.



베트남 샌드위치이자 햄버거 대용품으로 인기를 끌고 있는 반미
출처: Food Business News

중동의 맛

CCD 의 한 담당자의 말에 따르면 중동의 요리는 굉장히 흥미롭고 아직 잘 알려지지 않았기 때문에 곧 페르시아와 이스라엘 음식에 대한 보고서를 작성할 계획이라고 한다. 현재 미국 대형 유기농 식품매장인 Whole Foods 에서는 아프가니스탄 음식인 채소를 넣어 납작하게 만든 빵인 불라니와 아프간 스타일의 만두가 유행이라고 한다. 아프간 음식이 아직 잘 알려지지 않아서 많은 소비자에게 생소하지만 한번 접하게 된다면 아프간 음식과 사랑에 빠질 것이라고 한 전문가는 말했다. 마지막으로 중동의 향신료인 옷 (sumac)과 우슬초 (zaatar)는 는 지난 2013 년 올해의 트렌드로 샐러드, 고기, 해산물등과도 잘 어울리고 차(tea)로도 생산되고 있다고 소개된 바가 있다.

출처: Food Business News 2014.6.17