

# 복고풍 바람, 옛날 상품이 잘 팔린다

## 전통 제조법 이용 제품 미국, 유럽서 인기

미국의 빵문화를 자세히 살펴보면 특이한 점들이 발견된다.

미국의 문화재적 상품 '크라운 파이롯 크래커'는 그 이름에서 느껴지는 것과 같이 원래는 뉴잉글랜드 지방의 선원들을 위한 비상식으로 개발되었다.

미국 건국 때부터 존재했던 이 크래커가 지난해 영업상의 이유로 제조가 중단되자 미국 각지로부터 제조 재개를 요구하는 편지와 전화가 쇄도하였다.

제조사인 나비스코사는 뜻밖의 많은 지지에 힘을 얻어 이를 다시 생산하기에 이르렀다. 「크리스찬 사이언스 모니터」는 올 2월호에서 현재 크라운 파이롯 크래커와 유사한 여러 종류의 제품이 판매되고 있지만 미국 식문화의 전통을 지키기 위해서라도 이 크래커의 제조는 계속 되어야 한다고 주장했다.

현재 이 크래커는 뉴잉글랜드의 슈퍼마켓과 소매점에서 변함없이 판매되고 있고 여기에 전화 주문판매도 활발히 이루어지고 있어 그 인기를 짐작할 수 있다.

이처럼 사랑받는 크라운 파이롯 크래커의 먹는 방법도 잼을 발라 먹거나 우유에 찍어 염분을 중화시켜 먹는 등 다양하게 변화되고 있다.

200년 이상을 같은 제조방법을 사용해 만들고 있는 상품이 슈퍼마켓에 진열되어 판매된다는 것은 역사가 길지 않은 미국의 역사보존 운동의 하나라고 보아도 무방할 것이다. 또한 새로운 상품이 쏟아져 나오는 미국 식품업계의 또다른 측면이라 말할 수 있다.

### 신제품 아닌 신제품의 등장

이와 비슷한 사례로 원앙어선과 관련깊은 호두제품이 있다.

선원들은 비타민이 발견되기 이전부터 항해병을 예방하기 위해 호두를 먹었다. 장기간 보존이 가능하고 영양학적으로 우수한 호두는 선원들의 경험에서 발견

한 비상식 중 하나였다.

호두를 빵에 넣어 만든 상품은 일본에서 유행했다고 하나 원조는 아니다.

「마일링 & 쿠킹 뉴스」 96년 11월호에 따르면 오래 곤주의 포틀랜드에 있는 한 업체에서는 에이트 그레이인을 소재로한 식빵에 호두를 넣어 샌드위치를 만들면 기존 것에 비해 월등한 제품이 된다는 것에 착안해 수요증가와 에이트 그레이인의 영양적 메리트를 훌륭히 결합시킨 빵을 개발, 지금까지 생산하고 있다.

이것은 결코 신제품은 아니지만 새롭게 창조된 제품이라는 점에서 눈길을 끌었다.

오래곤주는 캘리포니아주와 나란히 유기농업의 중심지로 유명하다. 이 점이 에이트 그레이인 상품의 생산과 상품개발에 큰 역할을 차지했다.

### 돌 제분기를 이용한 복고풍 제품도 건재

수 백년전과 동일한 제조법을 이용하여 만든 제품도 꾸준히 생산되고 있다. 이것은 돌 제분기로 제분한 밀가루를 이용한 제품들이다.

돌 제분기를 사용하면 기계를 사용하는 것보다 열이 발생하지 않아 밀가루 속의 성분을 보호하여 특유의 재질감과 향기를 얻을 수 있고 신선한 맛을 느낄 수 있다. 영국의 풍차를 이용한 방앗간이 지금까지 경영상으로도 문제없이 유지해 나가는 것은 돌 제분기의 잇점을 잘 살렸기 때문이다.

그러나 일본에서 돌 제분기를 사용하여 제분한 밀가루를 사용했다고 표시한 빵이 적지 않지만 호응을 얻지 못하는 것은 이같은 돌 제분 밀가루의 특성을 올바르게 설명하지 못하고 있기 때문이다.

앞으로도 미국, 유럽에 일고 있는 복고풍 바람은 시간이 갈수록 더욱 확산될 것이라는 게 일반적인 관측이다.