고객을 사로잡는 새로운 아이템, 샐러드

제과점에서 쉽게 접목 가능… 인기메뉴로 자리매김

최근 거세게 일고 있는 '건강식 열풍'의 가운데에는 채소와 과일이 자리하고 있다. 이러한 추세와 함께 각광받기 시작한 메뉴가 바로 샐러드. 샐러드(Salad)는 라틴어 '살(Sal : 소금)'이 어원으로 육류 위주의 식사에 균형을 맞추고자 생야채에 소금을 뿌려먹기 시작한데서 유래됐다. 이렇듯 예전에는 육류 요리에 곁들이는 정도로 여겨졌던 샐러드가 이를 도입하는 제과점이 속속 늘어나면서 제과점 내 인기 메뉴로서 급부상하고 있다. 제과제품의 판매를 부추기는 역할뿐 아니라 샐러드 자체의 매출도 높아 앞으로 그 시장 가능성이 무한할 것으로 기대된다. 〈취재 · 허윤정〉

샐러드는 제과점에서 손쉽게 접목할 수 있는 메뉴 중 하나이다. 샌드위치나 조리빵에서 사용하는 야채에 약간의 재료만 곁들이면 되기 때문. 게다가 별도의 작업공간이나 설비, 인력이 필요하지 않아 적은 노력으로 큰 효과를 볼 수 있다는 점에서 관심의 대상이 되고 있다. 그러나 익히지 않은 재료를 많이 사용하는 샐러드는 제과류보다 재료 관리나 제조 공정에 있어 많은 주의를 기울여야 한다.

재료 관리에 있어 신선도와 청결상태를 유지하는 것은 기본 사양. 샐러드에는 별도의 조리과정을 거치지 않고 재료를 대부분바로 사용하므로 신선도 유지가 관건이다. 따라서 안정적인 재료 구매노선을 확보하는 것이 우선적으로 요구된다. 그래야만 야채와 과일의 품질이 보증될 뿐 아니라 매일 아침 새로 입고해야 하는 재료 수급도 원활하게 이뤄지기 때문이다. 야채와 과일은 야채 전용 세정액으로 씻는 것이 위생적이며, 이를 보관하는 냉장고도 항상 청결하게 유지해야한다. 나폴레옹과자점의 손인찬 과장은 "샐러드 소비가 많은 여름, 특히 장마철에는 재료 관리에 더욱 신경써야 한다"며 야채와 과일은 반드시 냉장보관하고 남은 재료의 재사용을 금할 것을 강조한다. 특히 해산물과 육류는 냉동제품을 사용하는 경우가 대부분인데 필요한 양만을 사용해 한번 해동한 재료는 다시 냉동하지 않도록 주의한다.

또한 조리 과정에서도 육류와 해산물이 첨가된 샐러드는 각별히 조심해야 한다. 육류는 지방이 적은 부위를 선별하고 해산물은 특유의 비린내가 적은 재료를 선택하는 것이 좋다. (주)호텔현대 베즐리의 조영탁 주임은 "육류와 채소는 도마, 칼, 행주 등 조리기구를 별도로 사용해야 육류의 세균이 야채나 과일로 침투하는 것을 막을 수 있다"고 당부한다. 샐러드는 특별한 요

샐러드 제조시 유의점

▶ 재료관리 : 육류 · 해산물은 수량조절을 통해 재료를 재냉동하지 않는다.
야채 · 과일은 유통기간이 하루를 넘지 않도록 한다.

▶ 조리방법 : 재료별로 조리도구를 구별해 사용한다.
육류와 해산물은 지방과 이취가 적은 부위를 선택한다.

리법이 있는 것은 아니지만 제과 · 제빵법과는 다른 방식으로 제조되는 요리이므로 기초 조리지식을 알아두면 많은 도움이 된다. 레시피를 매뉴얼화해 맛을 표준화시키는 것도 잊어서는 안될 사항. 속재료나 드레싱의 배합을 정확한 계량을 통해 매뉴얼화해야 작업성을 높이고 샐러드의 맛도 일정하게 유지할 수 있다.

고객 취향 고려한 메뉴와 드레싱 개발 필수

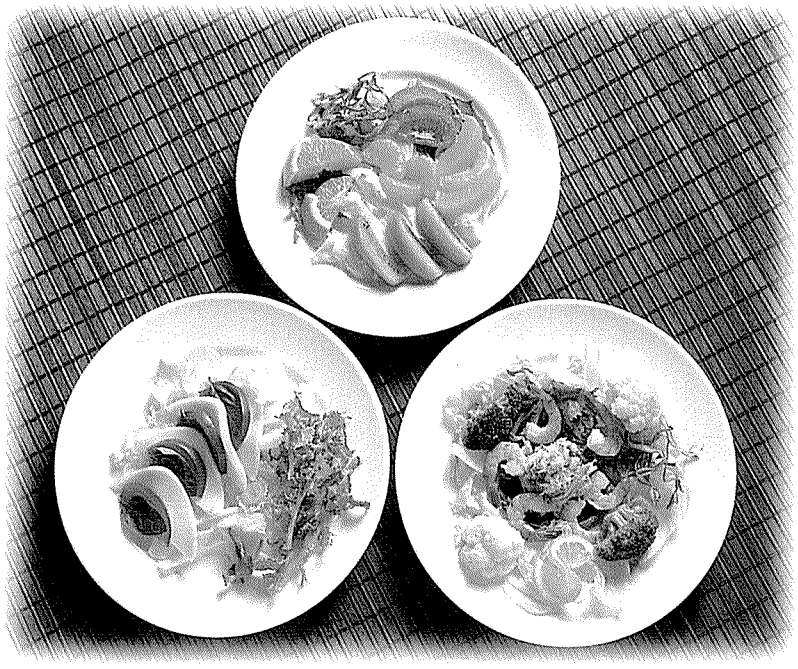
샐러드는 만드는 사람에 따라 다양한 레시피 활용이 가능한 메뉴이다. 따라서 고객층에 따라 재료와 드레싱을 달리한 메뉴개발이 필수. 현재 국내에서 가장 인기 있는 메뉴인 '치킨 샐러드'는 패밀리 레스토랑인 T.G.I에서 처음 선보여 폭발적인 인기를 얻은 제품이다. '파파이스'에서도 패스트푸드업계에서 최초로 작년 8월 '케이준 치킨 샐러드'를 출시해 그해 120억원의 매출을 올렸다. 이처럼 치킨을 이용한 샐러드가 인기를 끄는 이유는 기름기 없는 닭가슴살의 담백한 맛이 샐러드와 잘 어울리는 동시에 포만감도 줘 한끼 식사로도 손색이 없기 때문이다.

이밖에도 연어와 새우, 게살 등의 해산물도 샐러드에 사용하기 좋은 재료로 손꼽힌다. 프랑스의 경우 돼지고기, 쌀, 파스타 등 다양한 재료를 이용한 요리개념의 샐러드가 식사메뉴로 정착된 지 오래됐으며, 국내에도 치즈, 단호박, 고구마 등 점차 여러 가지 식자재가 이용되는 추세이다. 샐러드의 기본이 되는 야채와 과일도 그 종류가 점점 많아지고 있으나 시세에 따라 가격차이가 크다는 단점이 있다. CJ(주) 베이커리BU 상품개발팀 황현철 대리는 "오렌지, 토마토 등 가격변동이 적은 과일을 기본으로 제철과일을 적절히 가미하는 것이 좋다"고 조언한다. 채소의 경우에도 이는 마찬가지. 양상추와 적채, 피망 등을 기본으로 여러 가지 특수 야채를 첨가하는 것이 좋은 방법이다. 국내에서 100여 종이 생산되고 있는 특수 야채는 소량으로도 독특한 맛과 향을 내므로 토핑물로 적절히 사용하면 좋은 효과를 볼 수 있다.

종류	특징	재료 중량(g)
	새콤달콤한 맛이 특징으로 과일 · 야채 · 해산물 샐러드에 어울린다.	키위즙 1/3컵, 레몬즙 1작은술, 설탕 1큰술, 소금 1/2작은술, 식초 1/2큰술, 백포도주 · 후추 소량
	머스터드와 꿀, 마요네즈가 약간 무거운 식감을 내는 드레싱. 육류를 이용한 샐러드에 많이 사용한다.	마요네즈 1/2컵, 머스터드 소스 1/3컵, 식초 1/3 컵, 꿀 1/2컵
	소스 속의 다진 야채들이 마치 천개의 섬 (Thousand Island)과 같다고 이름붙여진 '드레싱의 원조'.	마요네즈 10큰술, 케첩 4큰술, 다진 피클, 다진 양파, 빨간 피망 · 파란 피망 다진것, 올리브유 1큰술
	머스터드의 톡 쏘는 맛이 특징으로 '시저 카르디니'라는 요리사가 만든 데에서 유래된 명칭이다.	올리브유 4큰술, 포도식초 2큰술, 레몬즙 1작은술, 다진마늘 1큰술, 노른자 3개, 파마산 치즈 1큰술, 머스터드 1작은술, 소금 소량
	최근 들어 각광받기 시작한 동양적인 드레싱. 느끼하지 않고 깔끔한 맛이 특징이다.	간장 2큰술, 식초 2큰술, 설탕 1큰술, 깨소금 1큰술, 참기름 1작은술, 고춧가루 1작은술

샐러드에서 빠질 수 없는 요소가 바로 '드레싱(Dressing). 드레싱이 샐러드의 맛을 좌우한다고 해도 과언이 아닐 정도로 샐러드 제조에 있어 큰 비중을 차지한다. 샐러드에 사용되는 드레싱은 몇 가지 기본 레시피에 각자 취향에 따라 다양하게 재료를 가감해 변화를 줄 수 있다. 최근에는 마요네즈가 섞인 무거운 느낌의 드레싱보다 올리브유와 식초 등을 사용한 프렌치 드레싱과 간장, 참기름, 고추냉이 등 토속적인 재료를 이용한 한국형 드레싱이 인기를 끄는 추세이다.

다양한 판매와 포장으로 매출 증대 노려야



국내 제과점에서 판매되고 있는 샐러드는 완제품을 플라스틱 용기에 담아 테이크 아웃(Take-Out)하는 경우가 대부분이다. 완제품 판매는 인력과 시간이 적게 든다는 점에서 국내 제과점에서 대부분 취하는 판매 형태이지만 상품성이 다소 떨어진다는 단점이 있다. 이에 비해 고객들이 직접 재료를 고를 수 있는 '뷔페형 판매'는 고객편의와 이미지 제고면에 있어 효과적인 방식이다. 앞으로 샐러드 시장이 더욱 커질 경우, 고급화를 원하는 고객들의 수요에 따라 이러한 판매형태가 늘어날 것으로 예측된다.

완제품 샐러드는 성인 1명 식사량인 150~180g이 적정 용량이며, 드레싱은 따로 포장하는 것이 좋다. 야채에 드레싱이 오래 묻어 있을 경우 특유의 아삭함이 사라지고 수분이 빠져나와 샐러드에 물이 생기기 때문이다. 또한 용기에 담을 때 색과 모양을 고려해 세팅하는 것도 잊어서는 안된다. 보색대비가 선명하도록 야채와 과일을 구성하고 메인 재료를 가장 잘 보이도록 하는 것이 중요 포인트.

샐러드 제품의 수량은 초반에 판매량을 체크해 낮시간 동안 모두 판매될 정도로 생산량을 정하는 것이 좋다. 폐점시간까지 남은 제품은 다음날 판매가 불가능하고 고객들이 오후에 판매되는 샐러드에 대해서는 '신선하지 않다'는 인식이 강하기 때문이다. 나폴레옹과자점의 경우, 사전 판매량 조사를 통해 샐러드의 당일 생산량을 결정, 오후 2시 이전에 제품이 완전히 판매되도록 하고 있다. 현대백화점 무역점에 입점한 베즐리는 백화점 폐점 시간 직전 세일가격으로 샐러드를 판매하고 있어 당일생산 · 당일판매 원칙을 고수하고 있다.

건강식 선호에 따른 시장 확대 가능성 높아

최근 식음료 업계의 경계선이 점점 흐려지고 있는 추세에 따라 제과, 요리, 음료 등의 분야가 경쟁관계가 아닌 '윈-윈(Win-Win)' 전략에 의한 상호보완적 관계로 새롭게 비쳐지고 있다. 이러한 경향에 힘입어 샐러드는 베이커리와 연관성이 많다는 점과 준비가 비교적 수월하다는 점에서 제과점 메뉴 확장의 선두주자가 되고 있다.

또한 다이어트와 건강에 대한 관심이 증폭되고 있는 사회 분위기도 샐러드 시장 확대를 가속화하는 요인이다. 업계 관계자는 "저칼로리의 건강지향성 음식을 선호하는 요즘 트렌드에 부합하는 메뉴가 바로 샐러드"라며 앞으로의 시장 가능성을 예측했다. 다만 현재 샐러드의 구매층이 대부분 여성이므로 잠재 수요인 남성 고객을 이끌기 위한 노력이 선행된다면 샐러드는 앞으로 제과점에서 충분한 매출을 올릴 수 있는 품목으로 자리잡을 것으로 전망된다.