

미국 베이커리 업계 쌍두마차

실용주의와 건강

월간 <베이커리>는 미국 현지 리포트를 통해 미국 베이커리 시장의 현주소에 대한 보고를 4회에 걸쳐 연재한다. 이번 호에서는 앞으로 다루게 될 미국의 대표급 베이커리 시장의 개요를 따져봄으로써 변화하고 있는 미국 제과업계의 주요 트렌드를 한눈에 살펴본다.

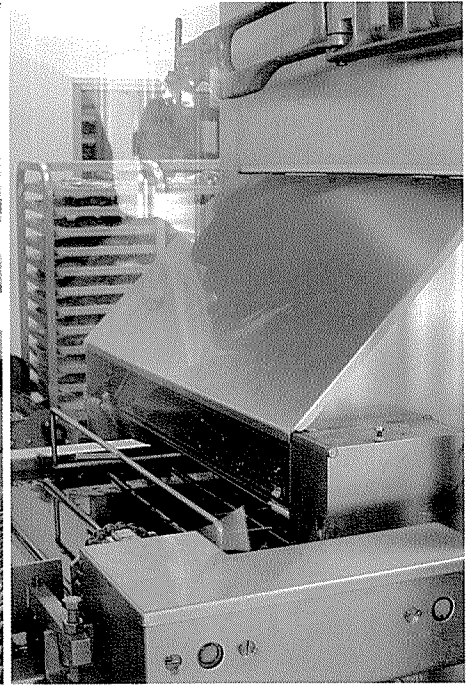
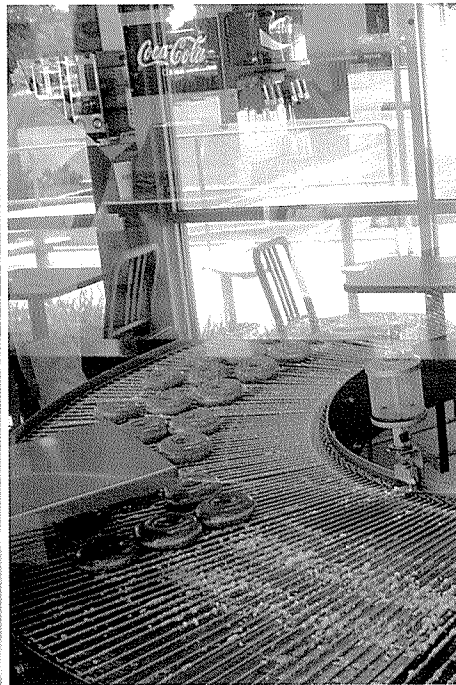
글과 사진 · 김미선 기자

도너츠, 베이글, 샌드위치, 머핀... 미국은 '간단 빵'의 천국이다. 미국인은 효율성과 실용성을 최고의 가치로 삼고 있기에 베이커리 또한 그들의 삶을 닮은 덩치 크고 투박한 모양의 빵이 시장의 주류를 이룬다. 그런 미국도 요즘 불어 닳친 건강 바람으로 호밀빵과 유기농빵이 조금씩 인기를 얻고 있다. 미국 베이커리의 서로 상반된 두 가지 경향은 시장에서 묘한 조화를 이루며 발전해간다.

아직은 '실용주의'의 기세에 '건강'과 '아름다움'이라는 큰 화두가 놓린 상태지만, 소득이 높은 지역을 중심으로 역전의 기미도 슬슬 보이고 있어 '미국도 언젠가는 도너츠와 머핀이 아닌 천연발효빵이 베이커리의 매대를 가득 채울 날이 있지 않을까'는 상상을 해봄직하다.

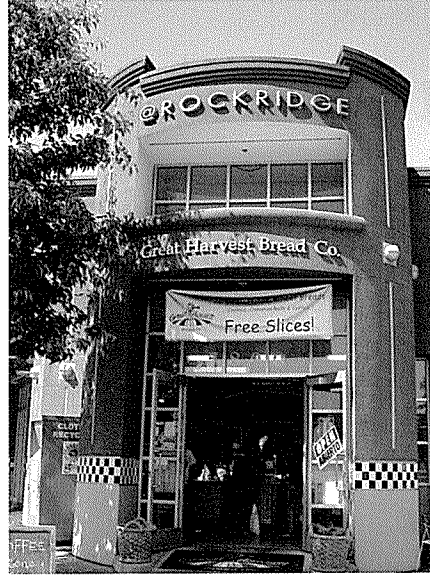
크리스피 크림 도넛

미국인이 아침 식사로 가장 좋아하는 도너츠 '크리스피 크림 도넛'. 특수 효소를 사용해 발효하고, 전용 도넛 라인을 개발해 여느 도넛과 다른 쫄깃쫄깃하면서 부드러운 식감이 가장 큰 강점이다. 미국 오피스가에는 따끈한 도넛과 커피를 양손에 들고 출근을 종종 서두르는 셀러리맨들이 많다. 미국 어느 동네나 이 작은 도넛 가게가 없는 곳이 없을 정도다.



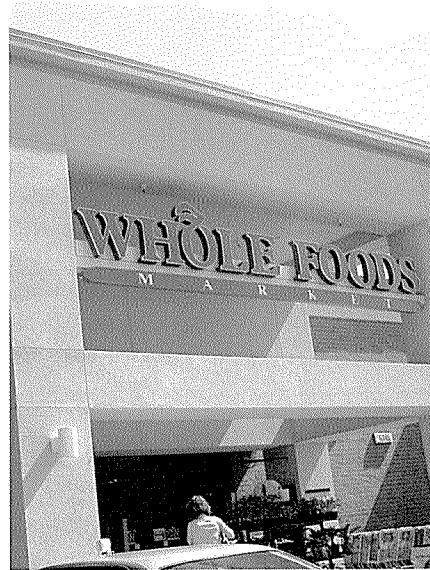
그레이트 하비스트

통밀빵만을 고집하는 그레이트 하비스트는 미국인에게 아주 특별한 베이커리다. 신선한 밀을 빵을 굽기 전에 점포에서 바로 갈아 만든다. '손 꽤나 많이 가겠다' 싶지만 그레이트 하비스트의 사람들은 잘 짜여진 시스템 덕분에 일주일에 40시간 이상 일하지 않는다고, 미국 전역에 140개 점포가 있는 프랜차이즈 제과점이다.



올 푸드 마켓

미국에서 가장 유명한 유기농 슈퍼마켓 '올 푸드 마켓'. 이곳에서 판매하는 모든 제품은 야채, 과일은 물론 우유, 치즈, 초콜릿까지 100% 유기농 제품이다. 물론 베이커리 코너에서 판매하는 제품도 유기농 밀가루, 유기농 우유로 만들어 신선할 때 판매한다. 천장까지 쌓아놓고 판매하는 샌드위치용 양산빵도 유기농 제품이다.



벨 에어 마켓

우리나라에서도 흔히 볼 수 있는 창고형 할인매장이다. 인스투어 베이커리에서 판매하는 제품은 미국의 실용주의를 여실히 드러내는 제품이 많다. 완제품 상태의 냉동 케이크를 해동한 버터케이크가 주를 이루며, 빵류 또한 100% 파베이크 제품만 다룬다. 역시 미국 먹거리는 맛보다 편리함과 스피드가 최고의 미덕이라는 점을 다시 한번 깨닫게 해준다. ㉞

