

| 목차 Contents

- **01** Greetings from USATO Director | 미국농업무역관장의 인사말
- 02 The Culinary Institute of America | 미국CIA조리대학 소개
- 03 Welcome Message | 미국CIA조리대학 한국동문회장 인사말
- 04 Culinary Camp Project Team | 프로젝트팀 소개
- 05 2012 U.S. Restaurant Industry Trends | 미국 외식업계 트렌드
- 11 Menu Recipe | 메뉴 레시피

12 Leading Cultural Cuisine

Peruvian Halibut Ceviche

Wagyu Chuckeye Roll Steak Sandwich with Truffle Flavor French Fries Pollo A La Brasa with Oven Roasted Tri-Color Fingerling Potato Cinnamon Jelly with Dried Cranberry and Walnut

18 Health & Wellness

Caesar Salad with Tofu Dressing Gluten-Free Rigatoni Snack and Sweet Potato Fries Warm Seasonal Vegetable Salad with Cauliflower Puree Healthy Ice Flake with Green Tea Bean Paste Sauce Ball

24 Media Marketing

Deep Fried Tri-Tortilla Chips with Guacamole Dip Hard Shell Fish Taco with Mexican Rice Cajun Spiced Soft Shell Crab Salad with Garlic Aioli Le Cirque Crème Brulee

30 Agri-Chef

Lemon Risotto with Deep Fried Rice Paper, Pickled Mustard Seed
Tempura Pickles with Green Pea Dip

Wagyu Rib-Eye Steak with Parsley Crust, Roasted Garlic, and Dried Cranberry Rice Wine Vinegar Reduction Sauce Cream Cheese Cake in Flowerpot

- 38 Simplot Korea
- 40 U.S. Meat Export Federation (USMEF)
- 42 USA Poultry & Egg Export Council (USAPEEC)
- 44 California Walnut Council (CWC)
- 46 Cranberry Marketing Committee (CMC)
- 48 California Milk Advisory Board (CMAB)
- 50 U.S.A Rice Federation (USARF)
- 52 Sunkist Korea
- 54 Raisin Administrative Committee (RAC)
- 56 Nature F&B
- **57** U.S. Agricultural Trade Office (USATO)

주한미국농업무역관장의 인사말 | Greetings from USATO Director

Mr. Michael Fay, Director, USATO

주한미국농업무역관장 마이클 페이

여러가지로 바쁘신 일정에도 불구하고 올해의 행사에 참석해 주신 모든 분들께 감사드립니다. 주한미국농업 무역관(USATO)과 미국CIA조리대학(The Culinary Institute of America) 한국동문회가 매년 공동으로 주최 하는 그레이트 아메리칸 컬리너리 캠프(Great American Culinary Camp)는 새로운 시장 개척을 위해 매 진하시는 한국의 외식업계에 새로운 메뉴와 조리법에 대한 아이디어를 제공하고자 마련된 연례행사로서 올 해의 프로그램은 특히 다문화 경향, 퓨전, 한국 및 페루 음식을 비롯한 전세계 음식문화의 용광로라고 할 수 있는 미국외식시장의 트렌드를 제시해드릴 것입니다.

또한 오늘 제안되는 메뉴에는 미국의 깨끗한 자연환경 속에서 농부들의 정성과 최첨단 가공기술을 통해 생산된 레몬, 호두, 냉동감자, 치즈, 쇠고기 및 가금육 등 지난 3월 15일 발효된 한미자유무역협정의 결과로 관세 경감의 혜택을 받는 품목들이 다수 사용되어 더욱 특별한 의미가 있는 행사라고 생각합니다. 한미자유무역협정으로 인한 관세철폐 또는 관세인하는 외식 산업분야의 비용을 절감시켜 소비자들의 비용을 줄여드리는 결과가 되며 또 이것은 더 나아가 한미 양국간의 문화적, 경제적 우호관계를 더욱 증진시킬 것이기 때문입니다. 오늘 제안되는 메뉴들과 함께 맛보실 와인은 워싱턴주에서 생산된 리즐링 화이트 와인 "Eroica"와, 오레건주에서 생산된 피노누아 레드 와인 "Erath"인데, 이 와인들 또한 한미자유무역협정의 결과로 15 퍼센트의 관세가 감면된 제품들입니다.

마지막으로 올해의 프로그램을 위해 개인적인 희생과 창조적인 재능을 아낌없이 보여준 미국CIA조리대학 (The Culinary Institute of America) 한국동문회 소속 4명의 젊은 쉐프들의 노고와, 세계 최고 품질의 식자재를 협찬해주신 미농무부관련협회들의 협조에 깊은 감사의 말씀을 드리며, 본 행사를 통해 미국산 식재료들이 한국 외식업계의 발전에 기여할 수 있는 기회를 갖게 되기를 진심으로 희망합니다. 감사합니다.



미국CIA조리대학 소개 The Culinary Institute of America

CIA는 세계 최고의 규모와 전통을 자랑하는 조리 전문학교로 본교는 미국 뉴욕 주 소재 하이드 파크 (Hyde Park)에 위치하고 있습니다. 2차 세계대전 직후 참전 용사의 재교육 기관으로 출발한 이래 지속적인 성장을 거듭하여 오늘날에 는 전 세계 음식문화산업의 새로운 흐름을 선도하는 컬리너리 메카로서의 확고한 위치를 차지하고 있습니다.

CIA는 21개월이라는 최단 기간 내에 최고의 전문가를 양성해 내는 교육기관으로서 탄탄한 커리큘럼을 바탕으로 전 세계 20여 개 국가에서 모인 130여 명의 교수진과 41개의 실습키친, 학생들에 의해 운영되는 5개의 전문 레스토랑, 2개의 조리시연장 등을 통해 졸업과 동시에 당장 현장에서 일할 수 있는 전문 인력을 배출하고 있습니다. 캘리포니아주 나파밸리에 있는 그레이스톤 분교 (Greystone Campus) 또한 6개의 키친과 각종 조리시연장 및 식음료교육장, 그리고 1개의 레스토랑을 보유하고 있으며, 텍사스주 샌 안토니오 분교와 싱가폴 분교도 다양한 교육시설을 갖추고 있어 매년 3,000여명의 요리 전문가들이 자신들의 요리 지식을 넓히기 위해 4개의 캠퍼스에서 제공하는 프로그램에 참여하고 있습니다.

다국적 교수진, 다양한 문화적 배경을 가진 학생들, 2년여의 실습 중심의 현장 교육, 그리고 세계적인 네트워킹이라는 CIA만의 독특한 토양을 바탕으로 그 동안 44,000명의 (2011년 기준) 졸업생이 배출되었으며, 이들은 백악관 및 5성급호텔의 키친에서부터 신문 및 방송 언론 매체, 연구소, 학교, 식품기업 등 다양한 분야에서 전문인으로서의 역할을 다하고 있습니다.

Korean Alumni Association of CIA, KACIA

미국CIA조리대학 한국동문회 소개

Great American Culinary Camp를 공동으로 주최하는 KACIA는 CIA를 졸업한 240여 명의 한국인 동문을 아우르는 모임으로 지난 2004년 공식 출범한 비영리 단체입니다. 다양한 배경과 학문적 경험을 바탕으로 KACIA의 멤버들은 국내외의 호텔, 외식업체, 개인 레스토랑, 방송, 교육계 등 여러 분야로 진출하여 외식산업 분야의 리더로 자리매김하기 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다.

KACIA는 외식업계 종사자와 전국의 조리 교육기관이 참고 도서로 활용할 수 있도록 미국 CIA 정규 교재의 번역 작업을 진행하는 한편 컬리너리 캠프 등의 교육사업을 통해 해외시장의 새로운 트랜드와 아이디어를 국내 외식업계와 공유하는 작업을 활발히 벌일 것입니다.



Mr. Doug Lee

이덕영 파인푸드솔루션 대표 (98년 졸업)

바쁜 일정에도 불구하고 올해로 8회째를 맞는 Great American Culinary Camp에 오신 여러분들께 감사 드립니다. 미국농업무역관(USATO)과 매년 공동으로 진행하는 이 행사는 새로운 시도를 통해 끊임없이 발전하고 있는 미국 외식 시장의 변화를 일년 단위로 정리해 봄으로써 전 세계적인 식음 관련 이슈가 무엇이고 그에 따른 우리 식음산업의 나아갈 방향이 무엇인지를 제시해 왔습니다.

일년이라는 짧은 시간이 비록 획기적인 사건을 보여주지 않을지라도, 같지만 조금씩 달라지는 변화 속에는 분명 우리가 주목해야 할 시장의 작은 움직임들이 있습니다. 그 움직임은 우리에게 미지의 세계에 대한 기대가 되고 내일에 대한 새로운 이정표가 되어 줍니다. 이 작지만 미미한 변화를 인식하고 정리하고 구체화해 나가는 과정은 이미 존재하는 지식을 단순히 다른 장소에서 전달하는 것이 아니라 미래의 고객들이 과연 우리에게 무엇을 바라고 있는지를 다시 한 번곱씹어 볼 수 있는 계기가 된다는 점에서 우리 식음산업에 더 큰 의미를 준다고 믿습니다.

오늘 컬리너리 캠프에 참가한 동문들은 미국 C.I.A.에서 공부를 하고 미국내 최고급 식당에서 실제 근무한 경력이 있는 열정과 꿈이 있는 젊은이들입니다. 각자 머리 속에 가지고 있는 지식을오늘 이 자리에서 다 표현하기에는 여러모로 부족한 점이 많을 수 있으나 올해와 같은 무더위 속에서 자기의 휴일을 반납하고 일요일도 없이 땀을 흘려준 후배들의 의욕과 열정 만큼은 우리 식음산업의 변화를 유도하는 신선한 자극으로 기억될 것입니다.

수많은 경험과 지식을 가지고 미래를 열어가실 외식산업의 리더 여러분! 올해도 이 컬리너리 캠프 행사를 통하여 내일의 식음 인력으로 성장할 젊은 쉐프도 격려해주시고 식재료와 시장에 대한 이해도 늘리시고 업계의 다른 전문가들과 교류의 폭도 넓혀 나가시길 바랍니다. 이 행사가 원만히 진행될 수 있도록 도외주신 미국농업무역관과 C.I.A.동문 외모든 여러분들께 다시 한 번 감사드리며 여러분 모두에게 건강과 행복과 기쁨이 늘 함께 하시길 빕니다. 감사합니다.



| 프로젝트팀 소개

Culinary Camp Project Team



임순영 기을향기, YangPyoung • Bourbon Steakhouse,

- Four Seasons Hotel, Washington D.C
- Buddhakan NYC, New York
- Hilton Hotel, Virginia
- The Culinary Institute of America, Culinary Arts A.O.S 2010 졸업



이영민 | 정식당, Seoul

- Le Cirque, New York
- Gordon Ramsay at the London NYC, New York
- Orlando World Center Marriott Hotel, Florida
- The Culinary Institute of America Baking & Pastry A.O.S 2008 졸업



- **박유리** | 월간 이밥차 Gramercy Tavern, NYC
- The Hurricane Club, NYC
- Untitled, NYC
- The Culinary Institute of America, Culinary Arts B.P.S 2010 졸업



김인섭 | 도미닉, Seoul • Ugly Kitchen, NYC

- A Voce Restaurant, NYC
- The Plaza Food Hall, NYC
- Del Posto, NYC
- The Culinary Institute of America, Culinary Arts A.O.S 2010 졸업



미국 외식산업 트렌드 분석 |

2012 U.S. Restaurant Industry Trends

2012 미국 외식산업 트렌드

지난 2011년은 전통의 재조명(Back to classic) 및 건강과 관련된 향토음식(Local food)이 미국 외식업계의 주요 트렌드로 주목을 받았었다. 올해 역시 큰 틀에서는 지난해와 유사한 흐름을 보이고 있으나, 세부적으로 들여다보면 퓨전 (Fusion), 건강(Health), 농장주 쉐프(Agri-chef), 그리고 미디어 마케팅(Media marketing) 등의 키워드가 부각되고 있다. 유통과 미디어의 발달로 미국의 레스토랑에서 여러 나라의 식재료를 보는 일은 더 이상 어려운 일이 아니다. 다문화의 용광로인 미국에선 여러 나라의 식재료와 조리법이 자유로이 섞여 새로운 음식을 만들어 왔고, 외부문화에 대한식지 않는 사회적 관심 하에 소수 민족 및 특정 국가의 음식이 새롭게 유행하는 일이 더욱 빈번하게 일어나고 있다. 건강과 안전한 먹거리에 대한 인식이 더욱 높아지면서 친환경 및 영양학적 기능을 가진 식재료에 대한 수요가 꾸준히증가하고 있다. 글루텐프리(GF) 및 유기농(Organic) 인증을 받은 제품이 계속 증가하는 것이 그 예이다. 보다 신선한식재료를 사용하려는 셰프들이 많아짐에 따라 Agri-chef라는 신조어가 나타났으며, 관련된 메뉴의 핵심 재료인 피클 (pickle)이 새로운 트렌드로 떠오르고 있다. SNS, Food Apps, 푸드채널 등을 포함하는 음식관련 미디어 마케팅시장은 2007년 이후 높은 성장율을 보이고 있다. 이로 인해 생겨난 스타 쉐프, 홈쿠킹쇼 등은 외식업계의 강력한 마케팅 수단으로 자리를 잡고 있다. 특기할 것은 유럽과 미국의 많은 스타 셰프들이 더욱 안전하고 건강한 음식의 확산에 커다란관심을 갖고 관련된 소비자운동에 동참하고 있다는 점이다. 이는 건강한 먹거리를 원하는 소비자 수요 증가와 맞물려향후 미국 외식업계의 큰 흐름을 이끌어 갈 바탕이 될 것으로 보인다.

1. Expansion of Cultural & Ethnic Cuisine

2012년 미국 외식업계 내에서 빠른 성장 및 발전 가능성으로 주목을 받고 있는 에스닉(ethnic) 메뉴 트렌드를 살펴보면 진화된 퓨전음식, 페루음식, 그리고 한국음식이 가장 부각된다. 과거 퓨전음식의 개념이 여러 나라 식재료의 단순한 혼합 정도로 정의되었다면, 이제는 그 수준을 넘어 식문화의 공유 및 세분화로 확장되어 새로운 수요를 창출하는 주요 수단으로 발전하고 있다. 2011년 큰 바람을 일으킨 한식물결은 올해에도 꾸준한 성장을 이어가고 있으며, 페루음식의 인기 역시 가파른 상승세를 보이며 미국 외식업계에 새로운 성장동력을 제공하고 있다.

1) A Whole World on a Plate: About Fusion

주문한 포크찹(Pork chop) 샌드위치가 당근김치와 카라멜소스를 입힌 매콤한 치폴레(Chipotle)로 채워져있고 타라곤 (Tarragon) 마요네즈로 마무리되어 있다면 이 음식의 정체성을 한마디로 정의하기가 쉽지 않을 것이다. 이처럼 개별적으로도 퓨전음식이라고 불릴 음식들을 이차적으로 조합한(Mix & Match), 진화된 퓨전음식이 새로운 화두로 떠오르고 있다. 단순히 '맛'이라는 이유 때문만이 아닌, 다문화, 다감각적인 다이닝 경험을 제공하기 위해 다양한 맛의 충돌이 시도되고, 상품화되고 있는 것이다. 얇게 펼친 호무스(Hummus: 병아리콩을 삶아 으깨서 만든 음식)에 바삭한 와바시콩으로 토핑한 쥬키니 (Zucchini: 서양호박) 피자의 고향은 지리학적으로 설명할 수 없지만 한가지 확실한 것은 이 피자를 통해 세계 여러 지역의 음식문화 및 식재료를 동시에 경험할 수 있다는 점이다. 또한 진화된 퓨전메뉴는 소비자나판매자의 입장에서 경제적 위험부담을 낮출 수 있는 수단으로도 인식되고 있다. 실제로, Mix & Match 퓨전 트렌드를 선도하고 있는 그룹은 대부분 이동식 거리음식점이나 캐주얼한 레스토랑 등 저렴한 가격의 메뉴를 제공하는 업체들이

출처

http://restaurant-hospitality.com
http://www.pbs.org
http://www.epicurious.com
http://www.baumwhiteman.com
http://www.foodchannel.com
- the Food Channel's Top 10 Trends for 2012

http://nrn.com http://www.bluehillfarm.com http://www.investorplace.com http://www.exploreasheville.com

2012 U.S. Restaurant Industry Top Trends

- 1. Subdivided Fusion & Korean Cuisine
- 2. Rising of Peruvian Cuisine
- 3. Increased and Diversified Usage of Food Apps and SNS
- 4. Dynamic Transformation of Pickles and Kimchi
- 5. Organic and Locally Sourced Food
- 6. Influence of Star Chefs on Customer
- 7. Gluten-Free for Allergy and Diet
- 8. Farm-to-Table Cuisine by Agri-chef

(출처: www.restaurant.com)

다. "퓨전은 값이 싸고, 클래식은 비싸다"라는 말은 결코 아니지만, 대체적으로 클래식한 음식을 내세우는 고급 레스토 랑과의 쉽지 않은 경쟁과 불안한 경제환경하에서 부담스럽지 않은 비용으로 다문화 음식을 맛보려는 소비자 수요를 배경으로 캐주얼 레스토랑이 새로운 퓨전음식 트렌드를 주도하고있다. 샌드위치가 새로운 퓨전음식의 대표적인 메뉴로 떠오른 점 역시 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 간편하지만 저렴하게 한끼의 식사를 채워주던 샌드위치는 그 안에 무궁무진한 전세계의 식재료를 섞어 채워 넣기에 가장 용이한 도구로서 셰프와 소비자의 인기를 끌고 있는 것이다.

2) Korean Wave - Phase II

돌솥 비빔밥의 뜨겁게 달궈진 돌솥 그릇 마냥 미국 내 한식의 열풍은 식을 줄 모르고 있다. 어쩌면 작년 보다도 더 뜨 거워진 관심 속에 한식은 미국 외식업계의 떠오르는 트렌드로 확실한 이미지를 굳혀가고 있으며, 이를 뒷받침하는 많은 사실들과 이벤트들이 미디어 보도를 통해 널리 알려지고 있다. 2011년 서울 고메(Seoul Gourmet) 행사는 참가한 미슐 렝 스타 셰프들로부터 한식과 그 핵심 재료인 장류 및 발효식품의 세계화 가능성을 재확인받는 무대가 되었다. 스페인 의 미슐렝 3 스타 '엘 세예르 데 칸 로카'의 셰프 호안 로카는 "음식이란 개성이 강할 수록 좋은 것"이라고 설명하며 한식은 그 독특한 정체성으로 인해 세계적인 음식문화 트렌드로 발전할 수 있다고 말했다. 비슷한 시기에 뉴욕시에서 셰프 후니킴이 운영하는 '단지'가 한식당으로는 처음으로 미슐렝 스타의 반열에 올랐다. 통상 일식을 제외하고 아시아 음식으로는 미슐렝 스타 등급을 받기 어렵다는 기존의 관념을 한식당인 '단지'가 깼다는 점은 그만큼 해외 외식시장에 서 한식이 새롭게 떠오르는 주요 트렌드의 하나라는 점을 증명했다고 할 수 있다. 또한 '단지'의 미슐랭 스타 획득은 미국 외식시장 내의 한식 트렌드가 새로운 단계(Phase II)로 진행하고 있음을 시사한다. '단지'는 일반인의 생각과는 달리 미국인의 입맛에 맞추기 보다는 한식이 가진 그대로의 맛을 고수하는 식당으로 한국사람이라면 평범하게 생각할 된장찌개, 부대찌개, 골뱅이 무침 등의 메뉴를 내놓는다. 그럼에도 미국 손님들이 줄을 서는 소위 "핫"한 레스토랑이 된 것이다. 지난 몇 년간 한식 트렌드의 간판 주자 역할을 해오던 Kogi BBQ Truck이나 Korilla BBQ Truck, David Chang 등이 선보인 퓨전 한식이 한식 세계화의 1단계(Phase I)였다면, 이제는 보다 순수한 정체성을 가진 한식이 세계 시장에서 통하는 2단계(Phase II)의 무대가 열리고 있다고 보는 것이 타당할 것이다. 외국인은 감히 접근을 못할 것이 라 여겨졌던 한식의 사각지대마저도 그 가능성이 확인된 만큼 향후 미국시장 내에서의 한식 트렌드는 보다 다양한 모 습으로 표출될 것으로 보인다. JYP Entertainment의 박진영씨가 지난 3월 뉴욕 맨하탄에 연 'Kristalbelli' (트렌디한 인테리어의 New Korean BBQ 음식점). 2011년 9월 뉴욕 맨하탄 트라이베카에 오픈한 정식당 (모던하면서도 진보적인 한식의 무한한 재해석), 올해 2월 맨하탄 타임스퀘어에 오픈한 카페베네 1호점 등은 향후 미국 시장 내에서의 다변화되 고 진화된 한식물결의 신호탄으로 해석된다.

Leading Cultural Cuisine











Ceviche









한식에 대한 높아지는 관심과 관련하여 김치 및 김치를 응용한 메뉴를 선보이는 미국의 레스토랑과 셰프들이 많아지고 있다는 점도 언급해야 할 부분이다. 한식당을 위주로, 전통적인 형태로 선보이던 김치는 이제 스테이크 하우스를 비롯한 다양한 웨스턴 레스토랑에서도 서빙되고 있으며, 갈아서 만든 김치 퓨레 또는 김치 무스, 김치 튀김, 말린 김치, 김치 샐러드, 김치 육수 등 정작 한국인이라면 생각지도 못했을 다양한 형태로 변신하여 레시피에 반영되고 있다. 뉴욕 시장에서 큰 화제가 된 마더인로우스김치(Mather—in—Law's Kimchi) 및 미국 최대의 친환경 슈퍼마켓인 홀푸드마켓(Whole Foods Market)에 입성한 마마오스김치(Mama O's Kimchee) 등은 김치가 미국 주류 시장에 한걸음 더 다가갔음을 말해준다.

3) Peruvian Cuisine Gains Momentum

우리에게는 낯설고 생소한 페루의 음식이 그 복잡미묘한 개성을 기반으로 미국 파인다이닝 업계의 주요 트렌드로 자리 를 잡았다. 그 예로 페루의 셰프 가스톤 아큐리오(Gaston Acurio)는 미화 5,500만불을 들여 올 가을 뉴욕에 La Mar 레스토랑을 오픈할 예정이다. 가스톤 아큐리오는 산 펠레그리노(San Pellegrino)가 선정한 2011 World Top 50 레스 토랑에 선정된 아스트리드 이 갸스톤(Astrid y Gaston)과 로스 바치체(Los Bachiche) 등 수많은 페루비안 레스토랑을 설립하여 페루 음식을 세계에 전파하고 있는 유명 쉐프이다. 또한 분자요리의 대가인 스페인 셰프 페란 아드리아도 현 재 페루에서 음식 다큐멘터리 제작을 진행중이라고 한다. 페루 음식이 2012년의 가장 뜨거운 트렌드로 자리매김하게 된 요인은 무엇일까? 페루 음식의 특징 중 가장 도드라지는 점은 셀 수 없이 다양하고 다채로운 재료의 조화가 주는 풍부함이다. 고대 잉카 문화에서 잉태된 페루 음식문화는 훗날 스페인, 아프리카, 중국, 일본, 그리고 이탈리아 문화와 의 교류, 충돌을 통해 새로운 미식의 세계로 진화하였고, 세계 어느 곳에서도 보기 힘든, 네개 대륙의 음식문화가 어우 러진 각양각색의 맛을 만들어 낸 것이다. 일례로 페루의 해안선을 따라 내려가다 보면 2,000 개 이상의 스프를 맛볼 수 있다고 한다. 페루 음식을 특징지우는 많고 많은 식재료들 중 가장 핵심적인 재료는 아히 아머리요 페퍼(Aji Amarillo Pepper)이다. 이 특별한 고추는 대부분의 페루 음식에 들어가며 알싸한 매운맛과 적당한 산미를 낸다. 그 외에도 감자, 고구마, 옥수수, 닭고기, 쇠고기, 그리고 여러 해산물 또한 페루 음식의 중요한 재료이다. 아름다운 색감의 세비체(Ceviche: 레몬/라임 주스에 절여 내는 생선요리), 로모 솔타트(Lomo Saltado: 채썬 쇠고기와 야채볶음 요리), 뽀요 알 라 브라사 (Pollo A La Brasa: 장작으로 구운 통닭) 등은 이미 전세계적으로 널리 알려진 페루 음식이 되었다. 페루의 푸드 페스티발인 미스투라 역시 페루 음식의 세계화에 커다란 기여를 하고 있다. 미스투라는 페루의 수도 리마 에서 매년 열리는 방대한 행사로, 페루 음식에 이끌린 수많은 해외 외식업계 관계자들과 유명 셰프들을 한데 모으고 있 다.

Leading Cultural Cuisine











Pollo A La Brasa









2. Health & Wellness

2003년 후반 우리나라에 일어난 웰빙, 참살이 붐이 여전히 강력한 흐름을 이어가고 있는 것에서 볼 수 있듯이 건강한 삶은 전세계 소비자들의 가장 큰 관심사가 되었다. 미국 역시 1960년대의 히피주의 이후 최근의 로하스 소비운동(Life of Health & Sustainability/LOHAS)에 이르기까지 인간과 자연의 조화에 바탕을 둔 건강 추구 사조가 더욱 힘을 얻고 있다. 이와 관련되어 미국 외식업계의 핵심 트렌드로 친환경(Eco-friendly), 로컬푸드(Local food), 글루텐 프리(Gluten free)가 지속적으로 부상하고 있다. 국내에서는 아직 큰 주목의 대상은 아니지만, 곡물에 함유된 단백질 혼합물의 일종인 글루텐은 미국 소비자들에게 두통, 알레르기, 소화장에 등 여러 질환의 원인으로 잘 알려져 있어 글루텐 프리 제품 및 조리법이 큰 인기를 끌고 있다. 친환경 및 유기농 제품을 파는 홀푸드마켓(Whole Foods Market)이나 트레이더조 (Trader Joe's) 또한 지속적인 성장세를 보이고 있다.

1) Gluten-Free

식품 가공업계에서 시작된 '글루텐 프리'트렌드는 최근 외식업계에서도 주요 이슈로 부상하였다. 글루텐은 밀가루, 보리 등의 곡류에 존재하는 불용단백질로 빵, 면의 졸깃한 식감을 주는 역할을 한다. 하지만, 지금은 계란, 땅콩 등과 함께 8대 알레르기 원인물질로 분류되어 있다. 과거 글루텐 프리 식품의 주요 소비자는 알레르기 및 소화장애를 가진 사람들이 대부분이었지만, 최근에는 다이어트를 목적으로 글루텐 프리 제품을 소비하는 사람들이 늘고 있다. 특히, 빅토리아 베컴, 기네스 펠트로 같은 유명 연예인들이 체중조절을 위해 글루텐 프리를 신봉하는 것으로 알려지면서 다이어트와 연관된 글루텐 프리 소비 트렌드가 더욱 힘을 얻고 있다.

2) Organic and Local Food

뉴요커들로부터 시작된 '로컬푸드' 열풍은 비료와 농약을 쓰지 않는 유기농 농산물의 차원을 넘어 소비지로부터 얼마나 가까이에서 생산된 과일과 채소, 쇠고기, 돼지고기인지를 따지기 시작했다. 이는 상업적인 유통과정의 최소화가 보다 신선하고 안전한 음식을 공급할 수 있다는 믿음에 기반한 것이다. 현재 뉴욕의 많은 고급 레스토랑들은 뉴욕 근거리에 위치한 '허드슨 밸리' 나 '뉴저지'의 농장에서 재배된 재료들의 비중을 높이고 있으며, 유니온스퀘어의 재래시장격인 파머스 마켓(Farmers' Market)은 레스토랑의 요리사들뿐만 아니라 건강에 관심을 가진 일반인들에게도 중요한 식재료 공급처가 되었다. 미국대통령 부인 미쉘 오바마가 백약관 정원에 꾸민 텃밭 역시 로컬푸드 운동의 좋은 예로서 미국 대중에게 근거리에서 재배된 신선한 농산물을 먹는 게 비만방지 및 건강증진에 매우 유익하다는 메시지를 전하고 있다.

3. Media Marketing

과거 대기업들의 전유물이었던 미디어 마케팅 활동이 정보통신기술의 발달에 힘입어 이제는 소규모 업체 및 개별 소비 자까지 참여하는 외식업계의 대표적인 마케팅 트렌드가 되었다. 과거의 미디어 마케팅이 TV방송과 대형 행사를 매개체로 한 일방적인 정보제공 방식이었다면 최근의 미디어 마케팅은 온라인을 주무대로 이루어지며, 실시간의 정보제공과 피드백을 통해 소비자와 판매자가 소통하는 쌍방향 마케팅이다.

Health & Wellness

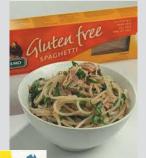










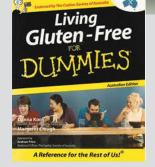


















1) SNS, Food Apps

몇 년전 Kogi 타코트락의 Twitter 마케팅의 성공으로 그 효과가 입증된 SNS는 이제 외식업계 미디어 마케팅의 중심이되었다. Twitter, Facebook, Food blog 등의 실시간 쌍방향 미디어는 입소문을 단시간에 다수에게 전달하는데 가장효과적인 수단이 되었으며, 대부분의 미국 외식업체들은 신제품 안내 및 메뉴 프로모션을 위해 다양한 SNS 툴을 적극이용하고 있다. 특히 SNS 마케팅은 최근 빠르게 모바일 환경으로 확장되고 있는데, 현재 미국 성인의 87%가 휴대폰을 소유하고 있고 그 중 46%가 스마트폰 사용자일 정도로 모바일 통신이 사회 저변으로 파급되고 있기 때문이다 (Pew Research Center/2012년 2월). 스마트폰 사용자의 비율은 2011년과 비교했을 때 무려 11%나 늘어났고, 스마트폰의확산에 따라 푸드앱(Food Apps)의 활용이 미디어 마케팅의 또 다른 트렌드로 부상하고 있다. 미국 외식시장의 대표적인 푸드앱인 Yelp, Foursquare, Gowalfa, Living Social 등은 소비자들이 음식에 관한 모든 것을 공유할 수 있는 커다란 커뮤니티를 제공하여 앱을 통한 공동구매, 레시피 공유, 음식점 리뷰, 온라인 주문, 할인 쿠폰, 영양 정보 등을 제공하고 있다. 스마트폰 사용자를 고려한 QR코드를 역시 그 활용도가 높아지고 있다. 힐튼호텔 계열의 DoubleTree 호텔은 체크인한 고객에게 초콜릿 쿠키를 선물하는 전통을 가지고 있는데, 최근 조직된 25주년 기념행사는 한마디로 종합적인 SNS 마케팅 활동이었다. 10주 동안 미국 전역의 50개 도시를 돌며 진행된 이 행사는 Facebook과 Foursquare를 통해 행사의 장소와 시간을 알렸고, 당첨자가 일하는 회사에 직접 찾아가 쿠키를 전하는 Twitter 이벤트 및 Youtube를 통한 행사중계로 다수의 소비자들과 직접 소통하며 DoubleTree 호텔의 인지도를 높이려는 목표를 성공적으로 달성하였다.

2) Star Chefs

Top Chef, Chop, Master Chef 등 미국 내 여러 방송사의 요리관련 서바이벌 프로그램과 Food Network 케이블 TV의 프로그램의 시청자 수가 빠르게 증가하면서 이른바 Celebrity Chef, Star Chef로 알려진 유명 요리사들의 영향력이 높아지고 있다. 미디어를 통한 셰프들의 등장은 고품질의 음식문화를 대중사회 저변에 확대시키고 일반인들이 보다 쉽게 요리하고 즐길 수 있게 한다는 점에서 중요한 의미를 가진다. 이들은 TV뿐만 아니라 잡지, 신문, 온라인 매체에서도 활발히 활동하며 쇼의 진행에서부터 자신의 브랜드 하에 외식 및 컨설팅 비즈니스를 수행하는 등 활동 범위를 확장하고 있다. 일예로 레이첼 레이(Rachael Ray)는 Food Network에서 '30분 요리' 등의 쇼를 성공적으로 이끌면서 연예인 못지 않은 대중적 인기를 얻게 되었는데 현재 그녀의 이름을 딴 주방용품과 잡지가 생겼을 정도로 커다란 대중적인 영향력을 행사하고 있다. 또 다른 셰프 바비 플레이(Bobby Flay)는 Iron Chef 프로그램의 핵심 진행자로 활동하면서 미국 내 레스토랑을 16개나 소유한 오너 셰프로서도 성공적인 비즈니스를 운영하고 있다. 그의 행보는 미디어 마케팅과 종합적으로 접목된 외식업의 전형을 보여주는데, '바비 플레이와 함께하는 BBQ'(BBQ with Bobby Flay)라는 TV프로그램을 진행하면서 실제로도 바비큐 레스토랑을 열고 그에 관련된 책을 출간하고 자신이 개발한 바비큐양념을 개인 홈페이지와 레스토랑을 통해 판매하고 있는 것이다.

Media Marketing





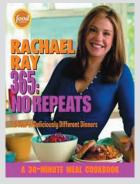














4. Agri-chef

지난 몇 년간 세계적 외식 트렌드가 엘블리(El Bulli) 레스토랑 같은 분자요리(Molecular cuisine)에 치우쳤다면 최근에는 건강에 대한 소비자의 의식전환에 발맞추어 "Fresh"를 외치고 있다. 그것도 단순히 신선한 음식의 차원이 아닌, 음식의 정체성과 지역성을 고려한 신선한 음식을 추구한다는 점이 특징적이다. 우리가 "고향의 맛"이라는 말을 즐겨 쓰듯이 미국의 소비자들 역시 자신들이 어렸을 때부터 접해온 친근한 맛을 레스토랑에서 찾고 있다. 고향의 맛을 내기위해 제일 중요한 것이 무엇보다도 해당 지역에서 직접 얻어낸 신선한 재료이다. 그 결과 "Farm—To—Table Cuisine"이라는 새로운 요리 트렌드가 미국 외식시장에서 부상하고 있으며, 농장과 주방을 하나로 연결된 존재로 보고 직접 농장을 운영하여 자신이 필요한 재료를 얻는 이른바 Agri—chef들이 등장하게 되었다. Agri—chef의 출현은 소비자들의입맛뿐만아니라 셰프들의 의식수준과 재료에 대한 기준 역시 한층 까다로워지고 있음을 반증하는 것이다.

1) Farm-To-Table Cuisine

"Great cooking starts with great ingredients, And great ingredients start with great farms (훌륭한 음식은 좋은 식 재료에서 시작되고 좋은 식 재료는 훌륭한 농장에서 시작된다)". 이 격언이 설명하듯이 미국 파인다이닝 업계에서는 지역적 정체성을 유지한 최고의 식재료의 공급을 위해 직접 농장을 운영하는 업체들이 늘고있다. 특히, 이들 대다수의 농장들은 "고향의 맛"을 추구하는 전통적인 요리의 기본이랄수 있는 신선한 유기(organic) 농산물의 재배에 집중하고 있다. 대표적인 "Farm—To—Table Cuisine" 레스토랑의 하나인 블루힐 레스토랑(Blue Hill Restaurant)은 맨하튼 (Manhattan)의 매장과 더불어 여기서 50km 떨어진 뉴욕 주 포칸티코힐스(Pocantico hills) 지역에 자체 농장과 레스토랑(Blue Hill Stone Barns Center for Food and Agriculture)을 운영하고 있다. 이 농장에서는 신선한 채소, 허브들뿐만 아니라 우유 및 목초 사육한 돼지까지 공급하고 있다. 장기적으로 직접 얻은 우유에서 치즈까지 생산하는 것을 목표로 하고 있다.

2) Pickles

대부분의 Agri-chef들은 직접 수확한 신선한 농산물을 가공하여 여러 2차적인 재료로도 응용하는데, 많은 Agri-Chef들이 가장 중점을 두는 식재료의 하나가 피클이다. 피클은 절이는 방법과 재료에 따라 수없이 많은 맛을 낼 뿐만 아니라 제철에 재배한 채소를 절인(Pickling) 후에 저장하여 계절에 상관없이 사용할 수 있다는 장점을 가지고 있기 때문이다. 이들이 선보이는 피클에는 오이, 할라페뇨, 당근 등의 아채 뿐만 아니라 다양한 과일 및 생선과 같은 어류까지 매우 광범위한 재료가 들어간다. 또한 식초를 기반으로 한 전통적인 피클방식에서 탈피하여 생선액젓(Asian Fish Sauce), 멕시칸 페퍼(Mexican Pepper), 생강, 유자, 스타 아니스(Star Anise) 등과 같은 외국의 독특한 재료들을 사용하여 매우 다양하고 독특한 맛의 세계를 연출하고 있다는 점도 눈여겨 볼 부분이다.

Agri-chet



















1. Leading Cultural Cuisine

- 1) Peruvian Halibut Ceviche
- 2) Wagyu Chuckeye Roll Steak Sandwich with Truffle Flavor French Fries
- 3) Pollo A La Brasa with Oven Roasted Tri-Color Fingerling Potato
- 4) Cinnamon Jelly with Dried Cranberry and Walnut

2. Health & Wellness

- 1) Caesar Salad with Tofu Dressing
- 2) Gluten-Free Rigatoni Snack and Sweet Potato Fries
- 3) Warm Seasonal Vegetable Salad with Cauliflower Puree
- 4) Healthy Ice Flake with Green Tea Bean Paste Sauce Ball

3. Media Marketing

- 1) Deep Fried Tri-Tortilla Chips with Guacamole Dip
- 2) Hard Shell Fish Taco with Mexican Rice
- 3) Cajun Spiced Soft Shell Crab Salad with Garlic Aioli
- 4) Le Cirque Crème Brulee

4. Agri-Chef

- 1) Lemon Risotto with Deep Fried Rice Paper, Pickled Mustard Seed
- 2) Tempura Pickles with Green Pea Dip
- 3) Wagyu Rib-Eye Steak with Parsley Crust, Roasted Garlic, and Dried Cranberry Rice Wine Vinegar Reduction Sauce
- 4) Cream Cheese Cake in Flowerpot



LE&DING CULTURAL CUISINE

| 페루식 광어 세비체 Peruvian Halibut Ceviche

세비체 믹스

- 1. 쥬스, 마늘, 생강, 양파, 할라페뇨를 광어와 함께 용기에 담아 2시간 동안 절인다.
- 2. 옥수수는 쪄내어 알갱이를 분리한다.
- 3. 고구마는 물로 씻어 껍질 채 1cm 두께로 슬라이스해서 기름을 두른 팬에 앞뒤로 구워낸다.
- 4. 절인 광어의 쥬스, 마늘, 생강을 제거하고, 파프리카, 옥수수, 실란트로를 섞고 소금 후추로 간을 맞춘다.

For Plating

1. 세비체 믹스를 구운 고구마와 함께 플레이팅 하고 실란트로 잎으로 가니쉬 하여 낸다.





재료 | 5인분 기준

세비체 믹스

광어: 250g 라임쥬스: 1C 오렌지쥬스: 1C 레몬쥬스: 1C 마늘: 2쪽

._ 생강: 1쪽 (약 10g) 적양파: 25g 할라페뇨: 1/2개

삼색 미니 파프리카: 각 20g

실란트로: 1/2 Tbsp. 옥수수: 1/4

고구마: 1개

소금/후추

<u>가니쉬</u>

실란트로 잎사귀: 1장 레몬 슬라이스: 2장



14

| 와규 척아이롤 스테이크 샌드위치와 송로향 감자튀김

Wagyu Chuckeye Roll Steak Sandwich with Truffle Flavor French Fries

- 1. 척아이롤 스테이크를 소금, 후추로 밑간하고 그릴팬에 구워낸다.
- 2. 호두를 두번 끓여낸 후, 물과 메이플시럽에 끓인다. 끓여 낸 호두는 식힌 후 바삭하게 튀긴다.
- 3. 마요네즈와 홀스래디쉬 소스를 섞어 빵에 바르고 랜치소스로 가볍게 토스한 로메인 상추를 올린다.
- 4. 그릴 한 스테이크를 적당한 굵기로 포를 떠서 샐러드 위에 올리고 테리야끼 소스를 뿌린다
- 5. 페퍼잭 치즈를 올리고 살라멘더에서 살짝 녹을 정도로만 열을 가해준다.

For Plating

1. 샌드위치를 호두캔디와 래디쉬로 가니쉬하고 트러플 오일과 소금, 후추에 토스한 감자튀김과 함께 낸다.









재료 | 5인분 기준

스테이크

와규 척아이롤: 500g 테리야끼 소스: 5Tbsp.

샌드위치 샐러드

로메인 상추: 1헤드 래디쉬: 5개 랜치소스: 1/2C

홀스래디쉬 마요네즈 스프레드

홀스래디쉬 소스: 1/4C 마요네즈: 1/2C

캔디호두 가니쉬

호두: 20알 메이플 시럽: 1C

물: 1C

샌드위치

샌드위치용 빵 페퍼치즈: 10장 소금/후추



16

I 페루식 로스트 치킨과 세가지 색 핑거링 포테이토 Pollo A La Brasa with Oven Roasted Tri-Color Fingerling Potato

마리네이드 양념

- 1. 닭과 흑맥주를 제외한 모든 재료를 블렌더에 넣고 섞는다
- 2. 흑맥주와 블렌딩한 양념을 섞고 닭다리과 함께 지퍼백 에 넣는다.
- 3. 20~24시간 재위 놓은 닭을 꺼내 실온에서 양념 물기 를 제거한다.
- 4. 250도로 예열된 오븐에서 진한 갈색이 나도록 타지 않 게 굽는다 (5~10분)
- 5. 160도로 온도를 낮춰 속이 익을 때까지 구워낸다.

그린 페퍼 소스

1, 모든 재료를 믹서기에 넣고 간다. 물로 농도를 맞추고 소금과 후추로 간을 맞춘다.

오븐 로스트 핑거링 포테이토

1, 소금과 후추로 간을 하여 올리브 오일에 토스한 후 예열된 오븐에서 구워낸다.

For Plating

1. 준비 된 그린페퍼 소스와 사워크림을 함께 서빙한다.



말린 크랜베리와 월넛을 얹은 시나몬 젤리 | Cinnamon Jelly with Dried Cranberry and Walnut

계피 수정과

- 1. 계피를 찬물에 한번 끓여서 씻어준다.
- 2. 젤라틴을 제외한 모든 재료를 넣고, 끓인다. 끓기 시작하면 약한 불에서 30분 우려낸다.
- 3. 거름망에 걸러준다. 젤라틴을 넣어 완전히 녹여 미무리하다
- 4. 사각틀에 넣어 굳힌 후, 작은 사각모양으로 잘라 모양 을 낸다.

생강크림

- 1. 우유, 크림, 슬라이스한 생강을 넣고 데워준다. 불에서 내려 20분 우린다.
- 2. 거름망에 걸러준다.
- 3. 믹스처를 다시 불에 올려, 풀어놓은 노른자에 템퍼링한
- 후 Nappe 상태를 만든다.
- 4. 젤라틴을 완전히 녹여 마무리한다. 얼음물에 식혀 사용한다.

For Plating

1. 디저트용 스푼에 작게 잘라진 시나몬 젤리를 얹고 생강 크림을 올린 후 호두. 크랜베리 등으로 가니쉬하여 낸다.



HE<H & WELLNESS

│ 두부 드레싱 시져샐러드 Caesar Salad with Tofu Dressing

- 1. 터키가슴살은 소금, 후추 올리브오일로 밑간해 달궈둔 그릴에 앞뒤로 굽는다.
- 2. 샐러드 드레싱 재료는 블렌더로 잘 섞는다. 물로 농도를 조절한다.
- 3. 로메인샐러드는 씻어 한입크기로 잘라 물기를 제거한다.
- 4. 식은 터키가슴살도 한입크기로 자른다.

For Plating

1. 접시에 로메인샐러드를 놓고 그 위에 구운 터키가슴살을 얹고 식용꽃을 올린다. 두부드레싱을 샐러드 곁에 담고 그 위에 레몬제스트를 살짝 뿌려준다.







재료 | 4인분 기준 샐러드 터키가슴살: 2쪽 로메인샐러드: 4헤드

두부드레싱 두부: 1모 마늘: 2쪽 레몬주스: 1Tbsp. 앤초비: 8마리 디종 머스타드: 1t 식초: 1Tbsp. 레몬제스트: 약간 파마산치즈가루: 5Tbsp.

가니쉬 파마산 치즈: 약간

식용꽃: 약간





| 글루텐프리 리가토니 파스타 스낵과 고구마 튀김 Gluten-Free Rigatoni Snack and Sweet Potato Fries

글루텐프리 리가토니 스낵

- 1. 끓는 물에 소금과 리가토니를 넣고 40분간 삶는다.
- 2. 삶아진 리가토니에 파마잔 치즈와 후추를 뿌린후 식품 건조기에서 48시간 동안 완전히 건조시킨다.
- 3. 220도의 온도에서 리가토니를 부풀어질 때까지 약 6초간 튀겨낸 후 다시 파마산 치즈와 후추를 뿌린다.

고구마 튀김

1. 180도의 온도에서 고구마 튀김을 3분간 튀긴다.

For Plating

1. 준비된 리가토니와 고구마 튀김을 함께 담아 낸다.





재료 | 5인분 기준 리가토니: 400g 물: 4L 파마산 치즈: 2C 소금: 30g 후추: 3Tbsp. 고구마 튀김: 600g





| 컬리플라워 퓨레를 곁들인 따뜻한 제철 채소 샐러드

Warm Seasonal Vegetable Salad with Cauliflower Puree

- 1, 꼬마당근은 일정한 크기의 것들로 골라 물에 데치고 어슷하게 반으로 썬다.
- 2 비트를 삶은 후 가로세로 1cm 크기로 썬다.
- 3. 그린빈은 물에 데쳐내어 꼬마당근과 같은 길이로 썰어 놓는다.
- 4. 컬리플라워를 충분히 익혀 블렌더에 넣고, 끓인 육수와 생크림을 부어 농도를 맞춰가며 퓨레를 만든다.
- 5. 당근과 비트와 그린빈을 각각의 팬에 올리브 오일과 버 터로 소테하여 소금과 백후추로 간을 한다.

For Plating

1. 접시에 컬리플라워 퓨레를 플레이팅하고 그 위에 나머지 소테한 아채들을 플레이팅한다. 마지막으로 구워서 잘게 부순 아몬드와 파프리카 파우더, 어린잎 새싹으로 가니쉬 한다.



녹차 팥앙금 소스볼을 얹은 건강식 빙수 |

Healthy Ice Flake with Green Tea Bean Paste Sauce Ball

빙수 베이스

1. 코코넛밀크와 물을 1:1로 섞어 데운 후, 식혀서 냉동시킨 다

2. 갈아서, 또는 숟가락으로 긁어서 얼음가루를 낸다.

팥소스

- 1. 물A와 설탕을 넣고 시럽을 만든다.
- 2. 만들어진 시럽 215g 과 알긴산을 넣고, 풀어준다. 팥앙 금을 넣고 다시 풀어준다.
- 3. 몰드에 부어 굳힌다.
- 4. 냉동시킨 후, 꺼내어 염화칼슘과 물B를 풀어준 물에서 막을 형성하게 둔다. (10분정도)
- 5. 얇은 막 형성 후, 물에 헹군다. 차가운 시럽 (설탕1:물2)에 보관해 사용한다.

For Plating

1. 작게 자른 제철과일이나 원하는 아이스크림을 넣고, 그 롯에 빙수베이스를 올린다. 가운데에 동그란 녹차양금 소 스를 올려 식용꽃으로 마무리한다.



MEDIAS MARKETING

비삭하게 튀긴 세가지 맛 또르띠야칩과 과카몰리 딥 Deep Fried Tri-Tortilla Chips with Guacamole Dip

콘 소르베

- 1. 토마토, 적양파는 작게 썰고, 고수잎은 다진다.
- 2. 블렌더에 으깬 아보카도와 토마토, 적양파, 레몬주스, 소금, 후추, 고수잎을 넣어 걸쭉하게 간다.
- 3. 또르띠야는 6등분해 기름에 튀긴다.

For Plating

1. 별도의 그릇에 과카몰리 딥을 담고 바삭하게 튀겨 놓은 토르티아를 함께 낸다.



재료 | 5인분 기준 과카몰리 딥 아보카도: 2개 토마토: 1개 적양파: 1/2개 고수잎: 4줄기 또르띠야칩

또르띠야: 4장





26

피쉬타코와 멕시칸 라이스

Hard Shell Fish Taco with Mexican Rice

피쉬타코 & 살사

- 1. 양상추는 얇게 채 썰고, 고수는 잎만 다진다.
- 2. 마늘은 으깨고 나머지 살사 재료들은 스몰다이스한다.
- 3. 살사재료에 올리브유와 소금, 후추, 다진 고수잎을 넣고 잘 섞는다.
- 4. 생선은 노릇하게 튀기고, 또르띠아도 모양이 유지되도록 튀긴다.

멕시칸 라이스

- 1. 할라페뇨, 양파, 토마토는 작게 썰고, 마늘은 살짝 으깨고, 고수는 잎만 다진다.
- 2 팬에 올리브유를 두르고, 쌀을 넣고 볶다가 작게 썬 채소와 마늘을 넣고 볶는다.
- 3. 닭육수를 넣고 센불에서 끓여 끓기 시작하면 뚜껑을 덮어 약불로 줄이고 20분 정도 두었다가 불을 꺼 5분 정도 뜸을 들여 다진 고수 잎을 넣고 잘 섞는다.

For Plating

1. 튀긴 또르띠아 속에 생선튀김과 양상추, 살사, 사워크림을 넣고 고수를 얹어 접시에 담고 멕시칸라이스를 함께 곁들여 낸다.







<mark>재료</mark> | 4인분 기준

피쉬타코

토르티아: 4장

생선튀김: 4개

양상추: 1/2개 고수잎: 약간

사워크림: 4T

살사

토마토: 2개

마늘: 1쪽

적양파: 1/2개

매운 고추: 1개

레몬 혹은 라임주스: 2Tbsp.

고수잎: 5줄기

올리브오일: 5Tbsp.

소금/후추

멕시칸 라이스

쌀: 1 1/2컵

토마토: 1/2개

적양파: 1/2개

학라페뇨: 1개

마늘: 2개

고수: 4줄기

치킨육수: 3C





28

| 갈릭 아이올리를 곁들인 소프트쉘크랩 샐러드

Cajun Spiced Soft Shell Crab Salad with Garlic Aioli

- 1. 마늘은 올리브유에 콩피(Confit) 한다.
- 2. 올리브유를 제외한 갈릭 아올리재료를 넣고 블렌더로 섞어가며 올리브유를 조금씩 넣어 아올리를 만든다.
- 3. 밀가루와 케이준 스파이스를 섞고 소프트쉘 크랩에 골고루 묻혀 170도의 기름에 튀긴다.
- 4. 어린잎 채소들은 화이트와인비니그레트에 가볍게 섞는다.

For Plating

1. 접시에 갈릭아올리, 반으로 자른 소프트쉘크랩, 어린 잎 채소를 담아 낸다.



르 써크 크렘블레 | Le Cirque Crème Brulee

- 1. 생크림을 데워준다.
- 2. 설탕과 노른자를 섞어 풀어준다.
- 3. 잘 풀어진 노른자에 데운 생크림을 템퍼링한다. 바닐라 엑스트렉트를 섞어준다.
- 4. 렘킨에 부어 굽는다. 데크오븐 윗 150℃ 아랫불 140℃ 로 20분 가량 굽는다.
- 5. 완전히 식힌 후, 냉장보관한다.

For Plating

1. 만들어 놓은 베이스에 황설탕을 사용하여 두 번 토치해 서 색을 내고 크랜베리, 호두, 레이즌으로 가니쉬하여 낸 다





| 레몬 리조토 바삭한 쌀쌈 머스타드씨와 어린잎 Lemon Risotto with Deep Fried Rice Paper, Pickled Mustard Seed

레몬 리조토

- 1. 냄비에 올리브 오일을 두른 후 약한 불에서 투명한 색이 나올 때 까지 볶아준다.
- 2. 쌀을 넣고 약 5분간 볶아 주다가 화이트 와인을 넣은 후 1/3이 될때까지 조린다.
- 3. 치킨육수를 넣은 후 다시 1/3이 될때까지 조린 후 물을 넣어 다시 조린다.
- 4. 레몬즙을 넣어 조린후 불을 끄고, 버터, 파마잔 치즈를 넣고 소금과 후추로 간을 한다.

머스타드씨 피클

- 1. 냄비에 설탕, 레드와인 비네거, 물, 소금을 넣고 끓기 시작하면 머스타드씨를 넣는다.
- 2. 40분간 약한불에서 끓인 후에 상온에서 식힌 후 완전히 식으면 냉장보관한다.

쌀쌈 튀김

1. 180도의 기름에서 국자 2개를 이용하여 쌀쌈을 국자모양으로 약 10초간 튀겨낸다.

For Plating

1. 포션에 맞는 리조토를 그릇에 담고 그 위에 쌀쌈 튀김을 얹은 후 머스타드씨 피클을 올린 다음 어린잎으로 가니쉬하여 낸다.







<mark>재료</mark> | 5인분 기준

레몬 리조토

치킨육수: 1at.

물: 2C

올리브 오일: 1Tbsp.

양파: 1개

쌀: 1 1/2C

레몬: 4개

화이트 와인: 1/2C

버터: 2Tbsp.

파마산 치즈: 1/2C

소금/후추

머스타드씨 피클

머스타드씨: 1C

설탕: 1/2C

레드와인 비네거: 1 1/2C

물: 1C

고 소금: 2Tbsp.

쌀쌈 튀김

쌀쌈: 5장

가니쉬

어린잎: 10g



| 튀김옷을 입힌 피클과 완두콩 디핑소스

Tempura Pickles with Green Pea Dip

할라페뇨와 오이피클

1. 초, 물, 설탕, 소금, 고수씨, 통후추를 냄비에 넣고 끓인다. 끓기 시작하면 불을 끄고 할라페뇨와 오이를 넣고 그릇으로 옮겨 랩으로 싼 후 상온에서 식힌다.

버섯과 양파피클

1. 레드와인 비네거, 물, 설탕, 소금을 냄비에 넣고 끓인다. 끓기 시작하면 불을 끄고 버섯과 양파를 넣고 그릇에 옮겨 랩으로 싼 후 상온에서 식힌다.

튀김옷

1. 모든 재료를 믹싱볼에 담아 가루가 완전히 풀릴 때 까지 저어준다.

완두콩 디핑소스

1. 모든 재료를 블랜더에 넣고 곱게 갈아준다.

For Plating

접시에 완두콩 디핑소스를 먼저 플레이팅하고 튀긴 피클을 올린 후 어린 잎 등으로 가니쉬하여 낸다.

재료 | 5인분 기준

할라페뇨와 오이피클

할라페뇨: 250g 고이: 250g 사과식초: 4C 물: 2C 설탕: 1C 소금: 2tsp. 고수씨: 1tsp. 통후추: 1tsp.

버섯과 양파피클

버섯: 200g 양파: 1/2개 물: 3C 레드와인 비네거: 2C 설탕: 1C 소금: 2Tbsp. 튀김옷 튀김가루: 1/2C

감자전분: 1/2C 물: 2/3C

완두콩 디핑소스 완두콩: 1 1/2C 마늘: 3쪽 레몬: 1개 꿀: 1tsp. 올리브 오일: 1/3C 소금





34

· 건크랜베리 홍초소스를 곁들인 파슬리 크러스트 와규 립아이 스테이크, 로스트한 통마늘과 완두콩 잎

Wagyu Rib-Eye Steak with Parsley Crust, Roasted Garlic, and Dried Cranberry Rice Wine Vinegar Reduction Sauce

립아이 스테이크

1. 립아이 스테이크는 소금, 후추로 밑간하여 가열된 그릴팬에 그릴 마크가 나도록 돌려가며 굽는다.

통마늘 로스트

1. 통마늘에 올리브오일을 바르고 소금과 후추로 간을 한 후 호일로 감싸 200도의 오븐에서 15분간 굽는다.

크랜베리 홍초소스

1. 홍초와 건조크랜베리를 함께 끓이다가 끓기 시작하면 약불에 15분간 조린 후 블렌더에 갈아 체에 내린다.

For Plating

1. 브레드 크럼과 파슬리찹으로 플레이팅 베이스를 만든다. 그 위에 그릴 한 스테이크와 통마늘 로스트를 얹고 크랜베리 홍초소스를 뿌린다. 완두콩 잎과 드라이 올리브로 가니쉬한다.





재료 | 5인분 기준 립아이 스테이크 스테이크: 500g 소금/후추

통마늘 로스트

통마늘: 5개 올리브 오일 소금/후추

크랜베리 홍초소스

건조크랜베리: 10g 홍초: 2C

가니쉬

브레드 크럼 파슬리찹 완두콩잎: 조금 드라이올리브: 조금



| 마당 앞 화분으로 표현한 크림치즈 케이크

Cream Cheese Cake in Flowerpot

크림치즈

- 1. 젤라틴을 불려둔다. 생크림을 소프트 픽 까지 올려 냉장보관한다.
- 2. 키친에이드에 크림치즈와 코엥트로를 넣고 풀어준다.
- 3. 플로리다 오렌지 주스를 졸인다.
- 4. 노른자에 설탕과 따듯하게 졸여진 주스를 넣고 섞는다.
- 5. 위의 믹스처가 완전히 섞이고, 힘있는 상태가 될 때까지 키친에이드로 올려준다.
- 6. 5번의 일부 믹스처와 녹인 젤라틴을 섞어준다.
- 7. 완전히 섞은 젤라틴 믹스쳐와 5번의 나머지 믹스처와 고루 섞어준다.
- 7. 완전히 녹은 젤라틴과 5번의 나머지 믹스처와 고루 섞어준다.
- 8. 마지막으로 노른자 7번의 믹스처에 크림치즈를 넣고 잘 섞는다.
- 9. 생크림을 넣어 마무리한다.

파운드 케익

- 1. 버터를 크림화한다. 케익팬에 오일을 발라둔다.
- 2. 드라이 재료를 넣고 잘 섞어준다.
- 3. 덩어리없이 잘 섞이면, 계란을 세 번에 나눠 섞어준다.
- 4. 나머지 다이스 재료를 넣고 10초간 돌려주고 마무리한다.
- 5. 윗불 185℃ 아랫불 195℃ 로 해서 1시간 구워준다.
- 6. 완전히 식혀, 믹서기로 갈아서 사용한다.

캔디아몬드

- 1. 설탕과 물을 115℃ 까지 올려준다.
- 2. 아몬드를 넣고 크리스탈라이즈 시킨 후. 카라멜화 한다
- 3. 버터를 넣고 마무리해 트레이에 부어 달라 붙지 않게 식힌다.
- 4. 완전히 식힌 후, 템퍼링된 초콜릿을 묻힌 후, 파우더슈거를 묻혀 마무리 한다.

레몬소스 볼

- 1. 신선한 미국산 레몬을 잘라 손으로 짜서 주스 5g을 만든다.
- 2. 팥시럽을 데운후, 알긴과 섞어, 바 믹서로 잘 섞어준다. 3. 너무 뜨겁지 않은 알긴시럽에 레몬즙을 넣어 마무리 한다.
- 4. 원형이 있는 몰드에 부어 굳혀 사용한다.
- 5. 몰드에서 떼어, 염화칼슘물에서 막을 형성후, 물에 린스한후, 린스한다. 시럽물에 보관해 사용한다.

초콜렛 화분

1. 코코아 버터 6. 다크 초콜렛 4 비율로 섞어 녹인 후. 몰드에 넣어 굳힌다.

For Plating

1. 접시에 잘게 부순 파운드 케익을 깔아 마당의 흙을 표현한다. 크림치즈로 속을 채운 초콜렛 화분을 놓고 그 위에 식용꽃을 올린다. 흙으로 표현된 파운드케익에 레몬소스 볼을 올리고, 톡톡캔디, 캔디아몬드, 다진 호두, 건포도, 어린 잎 등으로 장식하여 낸다.









재료 | 20인분 기준

크림치즈 생크림: 83g

레전트 크림치즈: 83g 코엥트로: 7g

젤라틴: 1개 노른자: 26g 설탕: 31g

플로리다 오렌지 주스: 60g (100g을 계량해 60g으로 졸인다)

파운드 케익 (1개 분량)

버터: 150g 파우더 슈거: 225g 계란: 270g 중력: 75g 코코아 파우더: 30g 베이킹 파우더: 2.25g 아몬드가루: 150g 호두 다이스: 150g 유기농 레이즌 다이스: 150g

캔디아몬드 (40인분)

아몬드: 200g 설탕: 50g 물: 30g 버터: 4a 적당량의 템퍼링 된 다크 초콜렛 파우더 슈거

레몬소스 볼

팥시럽 105g 레몬: 1개 (5g 만든다) 알긴: 0.2g 염화칼슘 물 적당량 (녹차 팥빙수 참고)

초콜렛 화분

코코아 버터: 6 다크 초콜렛: 4





| 심플로트코리아 (주)

Simplot Korea



업체소개

세계 최초로 냉동 감자를 상업화한 Simplot은 현재 약 120여종의 French Fry제품을 생산하고 있으며, 끊임없 는 연구와 개발을 통해 지속적으로 다양한 신제품을 출 시하고 있습니다. Simplot의 자체상표나 주문자 상표로 포장된 제품들은 미국을 비롯한 전세계 선진시장의 맥 도날드, 버거킹, KFC, 파파이스 등의 Fast food restaurant은 물론 유명 Family restaurant, 학교 및 병 원 등의 단체 급식에도 많이 사용되고 있습니다. 또한 야채와 과일 가공제품 역시 Simplot의 주요 품목이며 아보카도, 브로콜리, 당근, 옥수수, 완두콩 등 약 200여 종의 제품은 세계 곳곳에서 다양한 용도로 사용중입니 다.

미국 JR Simplot Company 의 한국 지사인 Simplot

고 외식 산업의 변화와 발전에 능동적으로 대처하기 위 한 목적으로 1995년 2월에 설립되었습니다. 설립이래 Simplot Korea는 다양한 신제품 출시, 세미나 개최, 요 리법 소개, 선진시장에 관련된 정보 제공, 판매 증진을 위한 지원 등의 활동을 통해 고객과 함께 성장하기 위 한 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

연락처

심플로트코리아 (주)

우편번호 135-928

서울시 강남구 역삼 2동 770-14 이화빌딩 3층

전화: (02) 561-4787

팩스: (02) 561-4703

Simplot_{Korea}

이메일: yhlee@simplot.co.kr

홈페이지: www.simplot.co.kr

요리블로그: http://blog.naver.com/esimplot



1 Savory 3/8" Straight Cut

세이보리 양념을 입힌 굵은 막대형 감자로 속은 부드 럽고 겉은 바삭하며 매콤한 제품입니다. 세이보리와 감자의 담백함이 조회롭게 어우러져, 기존 메뉴를 업 그레이드시킬 수 있는 좋은 대안입니다.

2 Ultra Clear 3/8" Regular Cut

쌀기루 등을 이용하여 초박막 코팅을 입혔으며, 눈에 보이지 않는 울트라클리어 기술을 적용해 바삭한 맛 이 일품입니다. 두터운 살과 모양, 긴 길이가 푸짐한 볼륨감을 주며 껍질이 있어 감자 특유의 향이 더 깊 습니다. 열 보존성이 좋고 바삭한 맛이 한층 강화된 프리미엄 레귤러컷입니다.

3 Ultra Clear 3/16" Julienne

이주 가는 막대형 감자에 초박막 코팅을 하여 감자 고유의 풍미를 그대로 간직하면서도 더욱더 바삭하 게 만든 제품입니다. 열보존성이 우수하고 가벼운 스 낵용으로 훌륭합니다.

4 Sweet Potato

심플로트 스위트포테이토는 특정 조리법에 한정되지 않고 굽거나 튀김이 모두 가능하며, 각종 사이드메뉴 또는 애피타이저로 훌륭하게 적용할 수 있습니다. 더 욱 새롭고 업그레이드된 메뉴를 원하시는 고객님들 께 추천합니다.

6 Roastworks Tri-Blend Fingerling Potatoes

로스팅한 세가지 색(Yellow, Red, Purple)의 핑거링 포테이토가 혼합된 제품으로 독특하고 품격있는 사 이드메뉴로 아주 훌륭합니다. Healthy Food로 각광 받고 있으며, 분량 조절도 쉬운 매력적인 제품입니다.

6 6 Corn Tortillas

옥수수 특유의 고소함이 온전히 살아있고, 그 바삭바 삭한 소리에 먹는 사람도 즐거운 제품입니다. 레스토 랑, 호프에서 나쵸칩이나 타코로 응용이 가능하며 각 종 소스에 따라 맛의 변화가 훌륭합니다.

Value added Tortillas

심플로트의 밸류애디드 또띠아는 오랜 역사와 기술 력으로 만들어 낸 차별화된 품질을 지니고 있습니다. 아주 촉촉하며, 건조와 갈라짐이 없어 수율이 높고 반듯한 외관이 오래 지속될 뿐만아니라 제품별로 개 성이 뚜렷하고 다양한 맛과 향을 지니고 있습니다. (실란트로 &바질 또띠야, 통밀또띠야, 시금치 또띠야, 살사 또띠야 등)

8 Battered Crisp Cod

사이즈가 일정하며 바삭한 빵가루 코팅이 되어있고, 생선 고유의 맛과 향이 바삭한 겉면과 조화를 이룬 제품입니다. 피쉬 애피타이저나 메인 디쉬, 샌드위치 속재료 등으로 다양하게 활용이 가능합니다.



| 미국육류수출협회

U.S. Meat Export Federation, USMEF



협회소개

미국육류수출협회는 미국 내 곡물 생산자, 육우 생산자, 정육 가공업자, 수출업자 및 농축산물 관련업체들이 설립한 비영리 기구입니다. 콜로라도 주 덴버에 본부를 두고 있는 본 협회는 현재 도쿄, 홍콩, 타이완, 대만, 싱가포르, 멕시코 시티 등에 지사를 두고 세계 50여 개국에서 활동하고 있으며, 한국에는 1991년 12월에 사무소를 개설하여 스테이크 본 고장의 탁월한 맛과 영양을 선보여 왔습니다. 미국육류수출협회는 순수 곡물로 키워 세계 최고의 품질을 자랑하는 미국산 쇠고기와 돼지고기의 홍보 및 정보제공, 세미나, 소비자 기호조사, 수출입 업무안내, 프로모션, 기타 교육활동 등 제반 업무를 담당하면서 보다 질 높은 식생활 문화 창조를 위해노력하고 있습니다.

연락처

미국육류수출협회 한국지사

우편번호 110-755

서울시 종로구 수송동 146-1 이마빌딩 303호

전화: (02) 720-1804 팩스: (02) 720-1896

이메일: korea@usmef.org

홈페이지: www.usmef.co.kr /

💓 U.S. Meat Export Federation

기국산 육류 생산정보

www.beefstory.co.kr / www.porkstory.co.kr



미국산 쇠고기 '농장에서 식탁까지'

곡물 비육되어 고소한 맛이 일품

미국산 소고기는 곡물비육으로 육질이 우수하고 맛이 고소하며 사육, 도축, 가공 등의 과정이 시스템화되어 있어 품질이 균일한 것이 특징이다. 미국의 소는 3가지 단계로 나눠 사육되는데 초기 단계인 월령 6개월까지는 목초로, 중간 단계인 월령 12-14개월까지는 목초와 곡물을 혼합한 사료로, 마지막 단계인 월령 14-20개월까지는 옥수수, 대두, 콩, 목초, 비타민, 그 외 각종 영양분을 과학적으로 혼합한 곡물사료를 집중비육하고 있다. 미국의 곡물사육 방식은 내수, 수출용에 구분 없이 똑같이 적용되고 있다. 또한 전 과정에서 모든 소는 광활한 초원이나 넓은 비육장에서 자유롭게 방목된다.

숙성되어 더욱 맛있는 냉장육

미국산 소고기는 도축 직후 가공되어 수출을 위해 선적되기까지는 약 일주일이 소요되는데 이 때 모든 절차는 미국 농무부의 검역과 위생안전 규정에 따라 엄격히 진행된다. 특히 각 공장에서는 농무부 파견 검역관의 검역을 거친 제품들을 냉동/냉장 컨테이너에 실려 밀봉된 상태로 항구로 운반되어 재검역을 하거나 추가로 짐을 싣지 않고 그대로 배에 실어 출하시킴으로써 제품의 신선도와 안전성에 만전을 기하고 있다.

냉동육은 영하 40도 이하에서 급속 냉동되어 냉동 컨테이 너에, 도축 후 한번도 얼리지 않은 상태의 고기인 냉장육 은 너도에서 1도사이의 온도가 유지되는 냉장 컨테이너에 보관돼 한국에 운송된다. 특히 냉장육은 한국으로 운송되 는 동안 자연스럽게 숙성기간을 거치게 되어 최고의 품질 을 유지하게 된다. 모든 육류는 진공포장이 되며, 이러한 포장기법과 철저한 온도관리를 통해 육류의 최적의 상태 를 유지하게 된다.

아메리칸 와규의 수입

비육을 마친 소는 식육가공회사의 도축가공공장으로 옮겨 진다. 미국연방정부의 승인을 받은 약690개의 소 도축 및 가공공장에서 그곳에서 상주하고 있는 미농무부(USDA)의 검사관에 의해 소의 생체 검사 및 시설의 안전성 검사, 제 품이 품지건사가 어려워 사해되고 있다.

Q&A로 알아보는 미국산 쇠고기 제품 정보

한국으로 들어오는 미국산 쇠고기의 관리, 믿을 수 있나요? 소비자들 중에는 한국으로 수입되는 소고기는 미국 내에서 판매되는 또는 일본으로 수출되는 소고기보다 품질이 떨어질 것이라고 오해하는 사람들이 많다. 그러나 미국에서 생산되는 모든 육류는 미국 내 소비용과 수출용이 분리되지 않고 하나의 법령 하에 가공과 검역이 이루어지고 있다. 단, 한국수출용 EV 프로그램이 적용되어 한국으로의 수출이 가능하도록 지정된 작업장에서 생산된 소고기만 수출이 기능하도록 더욱 엄격히 관리하고 있다.

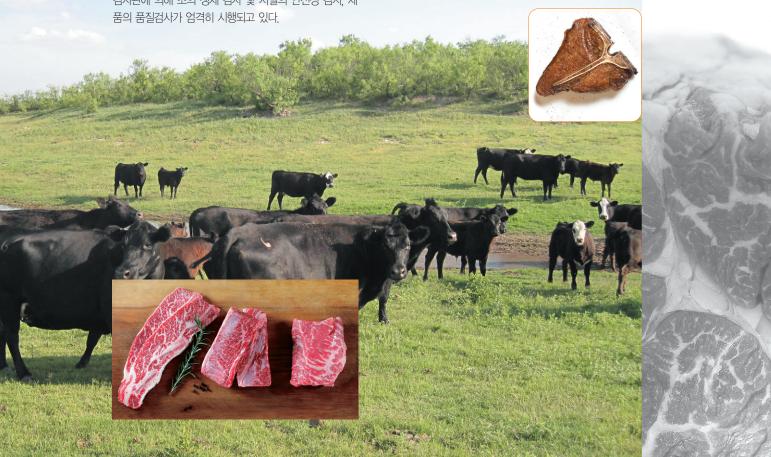
육류 생산 과정을 관여, 감시하는 기관은 식품안전의 최고 의 권위를 자랑하는 식품의약국 FDA, 식품안전 검시국 FSIS도 등. 곡물로 사육되는 전 과정에 걸쳐 병든 소는 철 저히 가려지고 도축되기 2개월 전부터는 어떠한 약물의 투여도 금지는 물론, 방부제 처리 또한 금지되어 있다. 귀내로 들어오는 소고기는 냉자유과 냉도유이 있는데 생

국내로 들어오는 소고기는 냉장육과 냉동육이 있는데 생산 직후 용도에 따라 냉장컨테이너와 냉동컨테이너에 실려 신선한 상태로 수입된다.

어떻게 길러진 소가 식탁에 오르게 되나요?

미국은 세계적으로 식품안전관리가 매우 엄격한 나라 중하나다. 미국에서는 안전하고 품질 좋은 소고기 생산을 위해서 사육에서 출하까지 전 과정에 걸쳐서 자연친화적 이고 선진적인 생산 시스템을 보유하고 있다.

미국의 소는 3가지 단계로 나눠 사육되는데 초기 단계인 월령 6개월까지는 광활한 초지에서 목초 사료로, 중간 단 계인 월령 12-14개월까지는 목초와 곡물을 혼합한 사료록, 마지막 단계인 월령 14-20개월까지는 옥수수, 대두, 콩, 목초, 비타민, 그 외 각종 영양분을 과학적으로 혼합한 곡 물사료로 사육되어, 안전할 뿐만 아니라 육질이 우수하고 맛이 고소한 품질의 소고기를 생산하는데 필요한 최적의 환경을 유지하고 있다. 이러한 미국의 곡물사육 방식은 내 수, 수출용에 구분 없이 똑같이 적용되고 있기 때문에 우 리 식탁에 올라올 미국산 소고기 역시 안전하다고 할 수 있겠다.



| 미국가금류수출협회

USA Poultry & Egg Export Council, USAPEEC



협회소개

미국가금류수출협회 (USA Poultry & Egg Export Council)는 미국 내 250여 개의 가금류 생산업자, 유통업자 및 무역회사를 대표하여, 미국 내수시장 및 해외시장에서 미국산 가금류 제품의 시장 확대를 위하여 자료제공, 시장조사, 광고/홍보, 레서피 개발, 식품전 참가및 외식업체 또는 리테일과의 공동판촉행사 등을 전개하는 비영리 단체입니다.

본 협회는 1984년 설립되어 본부는 미국 조지아 주 아들란타에 위치하고 있으며, 한국을 비롯하여 일본, 러시아, 유럽, 멕시코, 대만, 인도네시아, 필리핀, 싱가포르, 중국, 홍콩, 남아프리카 등에 해외사무소를 두고 있으며, 한국사무소는 1988년 10월부터 새롭게 재정비되어활동을 시작해왔습니다.

연락처

미국가금류수출협회 한국지사 우편번호 135-957

서울시 강남구 청담동 128-25 더하우스빌딩 4층

협회소개 | 뉴스 | 제품소개 | 요리법 | 영양표 | 자료실

전화: (02) 543-9380 (내선 2번)

팩스: (02) 543-0944

이메일: sun@sohnmm.com

홈페이지: www.usapeec.co.kr

www.usapeec.org

立ち茶200 ロ국フトコポートを簡単







전세계인으로부터 사랑받는 미국산 닭 & 터키와 가공 제품

미국에서 생산되는 양질의 가금육 제품은 전세계에서 소비되고 있습니다. 매년 미국은 1400만 톤 이상의 가 금류 (닭, 터키, 오리)와 770억 개에 달하는 계란을 생 산하고 있습니다.

미국은 전세계 최대 식품 생산국이며 모든 육류 제품 중 가장 인기가 많은 제품은 닭/터키와 같은 화이트미트 (White Meat) 제품입니다. 놀랄 것도 없는 것이 닭과 터키는 고단백 저칼로리 식품으로 지방과 콜레스테롤 함량이 다른 육류에 비해 낮고 비타민A와 E가 풍부합니다. 특히, 터키 가슴살은 〈TIMES〉지가 선정한 '수퍼푸드—건강하게 장수하는 자연식품 14가지' 중 유일한육류로 선정된 식품으로 웰빙을 추구하는 분께 추천해드리는 특별한 아이템입니다.

미국산 닭과 터키는 H5N1 타입의 고병원성 조류 인플 루엔자에 감염된 적이 없습니다. 한국으로 수출하는 미국산 닭과 터키는 완벽한 위생과 안전을 최우선으로 생산되어 철저한 검역과정을 거친 제품입니다.

부위별, 다양한 형태로 가공된 고단백, 저칼로리의 미국 산 닭과 터키제품은 귀하의 메뉴를 독창적이고 다양하 게 구상하시는데 도움이 될 것입니다.



| 캘리포니아 호두협회

California Walnut Commission (CWC)



협회소개

캘리포니아호두협회 (California Walnut Commission) 는 캘리포니아 지역의 호두 생산자를 대표하여, 미국 내 및 해외시장에서 캘리포니아 호두의 홍보, 판촉, 연 구 및 교육 프로그램을 수행하는 비영리 단체입니다. 본 협회는 1987년 설립되어, 본부는 현재 캘리포니아 주 폴섬 (Folsom)에 위치하고 있으며, 해외 시장 중 한 국을 비롯하여 7개국에 지사를 두고 있습니다. 본 협회 의 프로그램은 생산자들의 기금 및 미국 농무성의 해외 마케팅 기금으로 운영되고 있습니다.

캘리포니아 호두 협회 한국 지사는 1994년 미국산 호 두의 수입 개방 이후부터. 국내에서 캘리포니아산 호두 의 마케팅 활동을 하고 있으며 유통업체/베이커리/외식

연락처

캘리포니아호두협회 한국지사

우편번호 135-957

서울시 강남구 청담동 128-25 더하우스빌딩 4층

전화: (02) 543-9380 (내선 2번)

팩스: (02) 543-0944 이메일: info@sohnmm.com 홈페이지: www.walnuts.co.kr

FOR YOUR



1. 왜 캘리포니아 호두인가요?

캘리포니아는 호두를 포함한 각종 농산물이 생산되는데 천혜의 자연조건을 갖추고 있습니다. 특히 캘리포니아 북부에서 남부에 이르는 센트랄 밸리 (Central Valley) 지역은 온화한 기후와 비옥한 토양 및 풍부한 일조량으로 전세계적으로 알려진 우수한 호두 경작지로, 미국 내 호두 생산량의 90% 이상이 캘리포니아에서 생산되고 있습니다.

호두를 비롯한 농산물의 품질은 기후, 토양 등의 자연적인 조건 외에도 수확 후 취급 및 공급 과정이 중요합니다. 캘리포니아 호두는 재배에서 수확 후의 취급 및 공급과정에서 세계 최고의 기술을 자랑하는 캘리포니아의 호두 생산자들에 의해 위생적인 방법으로 취급됩니다.

호두 열매의 수확은 호두나무를 농장에 심은 후, 6~8 년 정도 가지치기, 거름주기 등의 지속적인 보살핌을 받으며 나무가 자란 다음에야 첫 수확이 가능합니다. 다 자란 호두나무는 첫 수확이 시작된 후, 거의 100년 가까이 고품질의 열매를 얻을 수 있습니다.

4,5월 경에 꽃을 피우는 캘리포니아 호두는 8월에 열매가 맺히고, 수확은 8월 말경에 호두를 싸고 있는 녹색껍질이 벌어질 때쯤 시작됩니다. 9월 초순부터 시작되는 수확은 하루 만에 끝나기도 하고 날씨와 호두 밭의

규모에 따라 여러 날에 걸쳐 진행되기도 하는데 수확 시기는 대개 11월 말을 넘기지 않습니다. 캘리포니아 호 두 수확은 모두 기계화로 이루어져 사람의 손이 직접 닿지 않기 때문에 효율적이고 위생적으로도 안전합니다.

2. 호두는 무슨 영양소를 가지고 있나요?

호두는 칼슘, 아연, 철, 단백질 등의 다양한 영양소를 가지고 있습니다. 이중 불포화 지방산 오메가-3는 혈중 포화지방을 녹여 혈액의 흐름을 개선시키고, 혈관의 건강을 유지시켜줌으로써 건강한 심장을 유지하는데 도움을 줍니다. 미국식품의약국 (FDA)는 "콜레스테롤 수치를 낮추는 불포화지방이 함유된 호두를 매일 42.5g, (한 줌에 해당하는 양) 섭취하면 심장 질환을 예방하는데 도움이 된다"라는 문구를 허용하였습니다.

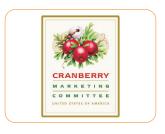






| 크랜베리마케팅협회

Cranberry Marketing Committee, CMC



협회소개

크랜베리마케팅협회(Cranberry Marketing Committee)는 미국 크랜베리 생산업체 및 가공업체를 대표하여 건강에 유익한 다양한 종류의 크랜베리 제품을 세계 소비자들에게 공급하기 위해 노력하는 비영리 단체입니다. 크랜베리마케팅협회(CMC)는 1962년 연방마케팅협회에 의해 설립되었습니다. 본 협회의 본부는 미국 메사추세츠 웨어햄에위치하고 있으며, 한국을 비롯하여 독일, 프랑스, 오스트리아, 네덜란드, 스위스, 호주, 멕시코, 일본 등에 해외 사무소를 두고 있으며, 회원들의 기금과 미국 농무부에서 마련되는 지원금을 토대로 운영되고 있습니다.

본 협회 한국사무소는 2006년 7월부터 활동을 시작하였으며, 미국 크랜베리 제품의 국내시장 확대를 위하여 자료 제공, 시장 조사, 마케팅 활동 및 서비스를 제공합니다.

연락처

크랜베리마케팅협회 한국지사

우편번호 135-957

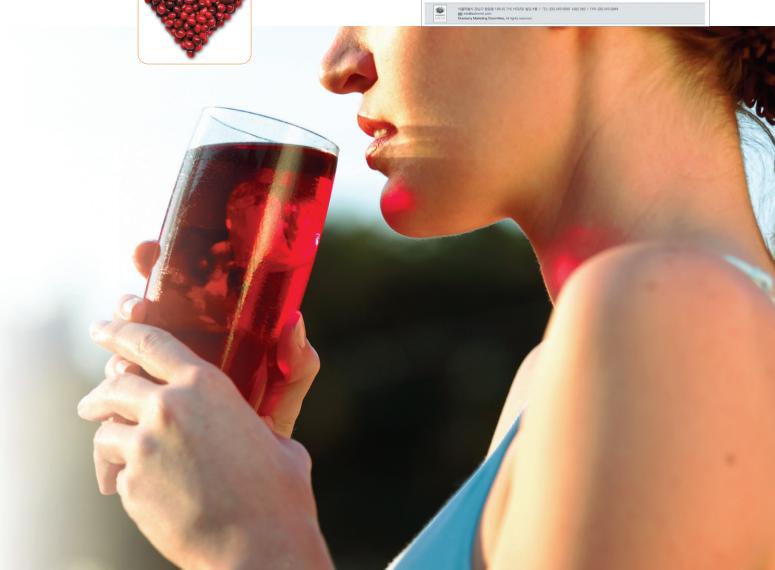
서울시 강남구 청담동 128-25 더하우스빌딩 4층

전화: (02) 543-9380 (내선 1번)

팩스: (02) 543-0944

이메일: soyoung@sohnmm.com 홈페이지: www.cranberries.co.kr





크랜베리 소개

크랜베리(Cranberry)는 미국 북부 전 지역에 걸쳐 재배되고 있으며 모래, 이탄, 자갈 층으로 이루어진 습지나 늪지 대에서 자라는 덩굴 식물입니다. 크랜베리에는 콜레스테롤과 지방 성분이 전혀 없으며, 나트륨 성분이 적습니다. 다양한 식물성 화학 성분뿐 아니라 식이 섬유와 비타민도 풍부합니다.

오늘날 건강에 관한 연구들은 크랜베리가 건강에 유익한 저칼로리 과일일 뿐 아니라, 비뇨기 질환, 잇몸 질환, 궤양, 심장병 및 암 예방에도 도움이 된다는 사실을 말해주고 있습니다. 크랜베리가 건강에 미치는 좋은 영향에 관한추가 연구 역시 지속적으로 진행되고 있습니다. 또한 연구자들은 크랜베리가 건강에 유익한 산화방지 효과를 가진 폴리페놀을 구성하는 플라보노이드, 안토시아닌, 프로안토시아니딘 등이 풍부하다고 밝혀 내었습니다.

1. 비뇨기 관련 질환을 예방, 치유하는 크랜베리

* 요로 감염 (UTI)

최근 비뇨기 건강에 관한 정보를 요약한 연구들이 많이 제시되고 있습니다. 요로 감염이라는 용어는 방광, 전립선, 집합계, 콩팥 등을 포함한 비뇨기 계통에 미생물이 존재함을 의미하며, 남성보다 여성에게서 지주 발생하여 여성의 25%가 일생 중 최소 1회 이상 UTI를 일으키는 것으로 보고되고 있습니다. 비뇨기계에 질병이 발생하는 원인은 비뇨기 계통에 세균이 진입하여 증식하는 경우이며, 이는 세균의 요로 점막 표면에의 유착 또는 점착을 통해 발생합니다.

* ሀ 크랜베리

크랜베리는 크랜베리에만 고유하게 함유되어 있는 세균 유착 방해 성분인 A타입 PAC (프로안토시아니던 Proanthocyanidin)으로 의학계의 주목을 받고 있습니다. 크랜베리가 비뇨기 건강에 미치는 효과는 오래 전부터 민간 요법으로 전승되어 왔으나 1990년 이후 이루어진 연구들로 비로소 과학적인 입증을 하게 되었습니다. 1994년 하버드 의과대학의 크랜베리 주스의 정기적 복용효과를 보여주는 최초의 대규모 임상 실험 결과가 미국의료협회 저널 (Journal of the American Medical Association)을 통해 발표되었습니다. 연구 결과에 따르면 크랜베리 주스를 정기적으로 섭취하자 이 연구에 참여한 여성들에게서 비뇨기 감염과 관련된 박테리아의 수가 크게 줄어든 것으로 보고되었습니다. 이 하버드 연구는 요로 염증을 유발하는 E.coii 박테리아가 방광 내벽에 점착되지 않도록 만드는 특별한 성분이 크랜베리에 있음을 밝혀내었습니다.

2. 항궤양 성분을 함유하고 있는 크랜베리

이스라엘 텔아비브 대학의 연구원들은 위궤양의 원인이되는 박테리아인 헬리코박터 파이로리균 (H.Pylori? Helicobacter Pylori)에도 크랜베리가 유사한 항점착 효과를 낸다는 증거를 발견했습니다. 인간의 위 점액 세포와소량의 크랜베리를 사용한 이 시험관 연구는 크랜베리의 항점착 효과가 박테리아가 위벽에 점착하여 궤양을 유발하는 것을 방해한다는 사실을 보여줍니다. 또한 이 연구결과는 크랜베리가 이미 점착된 박테리아를 제거할 수 있다는 사실을 보여주었습니다. 헬리코박터 파이로리균은 십이지장 궤양 및 위암 등의 위장병을 일으키는 주요 박테리아 입니다.

3. 구강의 건강을 지켜주는 크랜베리

이스라엘 텔이비브 대학 연구원들은 크랜베리에 있는 특정 혼합물의 박테리아 억제력이 있몸 병의 위험을 줄여줄수 있다는 사실을 발견했습니다. 미국 치과협회저널 (Journal of the American Dental Association) 1998년 12월 호에 발표된 한 연구에 따르면 크랜베리의 특정한 혼합물이 박테리아가 서로 결합하여 치주염 또는 치은염의주 원인인 치석을 형성하는 것을 막아주는 것으로 밝혀졌습니다.

4. 산화방지제의 보고 크랜베리

크랜베리는 안토시아닌 (anthocyanin)이 풍부한 식품으로, 크랜베리가 짙은 붉은 색을 띄는 것은 바로 이 안토시아 닌 때문입니다. 크랜베리는 산화방지효과로 잘 알려진 폴 리페놀 (polyphenol) 함유량 또한 매우 높습니다. 최근 미국의 20여 개 주요 식품을 대상으로 한 조사에서 1인분 기준 산화방지제 함유가 가장 높은 품목이 크랜베리인 것 으로 발표된 바 있습니다.

5. 심장질환 위험을 감소시키는 크랜베리

크랜베리에 있는 풍부한 양의 플라보노이드와 프로안토시 아닌은 산화방지제로서 혈관을 팽창시켜 동맥경화증의 위 험을 낮추며, 저하된 혈액 순환으로 인한 혈전, 심장병, 협 심증, 고혈압, 심장 마비와 발작 증세 등을 예방하는데 효 과가 있습니다.





| 캘리포니아유제품협회

California Milk Advisory Board, CMAB



협회소개

캘리포니이유제품협회(California Milk Advisory Board)는 캘리포니아 주의 유제품 생산자와 판매자를 대변하는 비영리 단체입니다. 1,600여 개의 캘리포니아 주 낙농업체들로부터 출자를 받아 캘리포니아 주 농무부 규정하에 운영되고 있으며, 판매 촉진 프로그램과 교육, 연구 등을 통하여 캘리포니아 우유와 유제품의 소비를 장려하고 있습니다. 또한 방송 및 출판물 광고, 인쇄물 제작 및 판촉 활동등을 통하여 유제품에 대한 홍보 활동을 전개합니다. 캘리포니아 유제품 협회 한국사무소는 2011년 4월부터 활동을 시작하였으며, 캘리포니아 유제품의 국내시장 확대를위하여 다양한 마케팅 서비스를 제공합니다.

연락처

캘리포니아유제품협회 한국지사

우편번호 135-957

서울시 강남구 청담동 128-25 더하우스빌딩 4층

전화: (02) 543-9380 (내선 1번)

팩스: (02) 543-0944

이메일: soyoung@sohnmm.com 홈페이지: www.realcaliforniamilk.com





캘리포니아 유제품 소개

캘리포니아 주는 미국 내에서 가장 많은 양의 우유를 생산하고 있으며 치즈, 버터, 아이스크림, 요거트, 탈지분유와 같은 유제품 생산의 선두주자이기도 합니다. 캘리포니아 주는 미국 내 총 우유 생산량의 약 5분의 1을 생산하며, 미국에서 생산되는 유제품의 21퍼센트 이상이 캘리포니아 우유로 만들어집니다. 미국 내 총 치즈 생산량의 약 4분의 1, 미국 내에서 공급되는 버터의 약 40%가 캘리포니아 유제품입니다.

캘리포니아 주는 50개가 넘는 치즈 제조공장에서 250종의 다양한 치즈를 생산하고 있습니다. 캘리포니아 주의 치즈 산업은 지속적으로 성장하고 있으며, 미국 내에서 생산되는 전체 치즈 생산량의 23퍼센트 정도를 생산하고 있습니다. 미국 내 모짜렐라 치즈의 총 생산량 중 3분의 1 이상을 공급하고 있으며, 피자를 포함한 외식업 분야에서 많이 사용되는 이탈리안 스타일의 치즈를 다양하게 생산하고 있습니다. 캘리포니아 주는 몬터레이 잭이 탄생한 곳으로 체다, 몬터레이 잭과 같은 아메리칸 치즈의 생산을 주도하고 있습니다. 캘리포니아 주의 스페셜티 치즈는 매년열리는 미국 치즈 학회(American Cheese Society)의 심사에서 42개의 상을 수상하였으며 (2011년 기준), 수년 동안 세계 치즈 대회(World Cheese Award)에서 미국 내다른 어떤 주보다도 많은 상을 수상하였습니다.

캘리포니아 치즈에 대한 소비자들의 선호도가 높아지면서 캘리포니아 치즈의 품질을 인증할 수 있는 제도의 필요성 이 대두되기 시작하였습니다. "Real California Cheese" 품 질증표는 오직 캘리포니아 우유만을 사용하여 캘리포니아 에서 생산된 천연 치즈라는 것을 증명합니다. "Real California Milk" 품질증표는 오직 캘리포니아 우유로만 생 산한 제품임을 증명하며, 마시는 우유, 버텨와 아이스크림, 요거트를 포함하여 캘리포니아 우유로 만든 모든 종류의 유제품에 통용됩니다. 이 품질증표들을 부착한 캘리포니 아 유제품은 캘리포니아유제품협회의 판매 촉진 프로그램 에 참여할 수 있습니다.



| 미국쌀협회

U.S.A Rice Federation, USARF



협회소개

미국쌀협회 (USA Rice Federation)는 미국 내 미곡산업의 모든 분야를 대변하는 범국가적인 단체로서 정부정책에 영향력을 행사하기 위한 목적의 각종 활동을 비롯하여 미국에서 생산되는 쌀에 대한 세계 시장에서의수요를 증대시키기 위한 프로그램을 개발, 시행하고 있으며 미국관련 산업 전분야에서의 수익성을 증대시키는 등의 기타 다양한 역할도 수행하고 있습니다. 미국쌀협회는 미곡산업을 대표하여 전분야에 걸친 프로그램을추진하는 기구이며 그 재원은 생산자, 도정업체, 준회원들이 4개의 창립회원 단체들을 통해 지원하고 있습니다. 본 협회의 한국사무소는 한국 내에 미국쌀을 홍보하는 활동을 하고 있으며, 미국대사관 농업무역관(Agricultural Trade Office of the U.S. Embassy)과 긴밀한 협조체제 하에 운영되고 있습니다.

연락처

미국쌀협회 한국사무소 우편번호 135-957

서울시 강남구 청담동 128-25 더하우스빌딩 4층

전화: (02) 543-9380 (내선 2번)

팩스: (02) 543-0944 이메일: sun@sohnmm.com 홈페이지: www.usarice.co.kr





미국 중립종 쌀 소개

쌀은 크게 '자포니카'와 '인디카' 품종으로 분류되는데 '자포니카'는 낟알이 짧고 둥글다고 해서 '단립종'이라 고도 하며 찰기가 있는 쌀로 우리 민족이 주식으로 먹 는 쌀로서 세계 쌀 생산량의 10%를 차지합니다. 반면, '인디카'는 길쭉한 형태의 쌀로 찰기와 수분이 적은 반 면 아밀로스 함량이 많은 것이 특징으로 주로 열대성 기후에서 재배되며 세계 쌀 생산량의 90%를 차지합니 다. 미국에서 생산되는 쌀의 70%는 '인디카' 품종으 로 한국인이 주식으로 먹는 쌀과는 다르지만, 그 중 '캘 리포니아의 장미'라는 뜻을 가진 칼로스 (Calrose)는 우리나라 사람들이 좋아하는 '자포니카' 품종으로 단립 종인 국내산에 비해 쌀알이 약간 크고 긴 중립종에 속 합니다. 중립종 쌀은 단립종인 국내산 쌀에 비해 찰기 가 적기 때문에 조리 시에 고슬고슬하고 길쭉한 형태가 살아있어 시각적 효과가 뛰어나며, 특히 볶음밥, 리조또 등의 찰기가 적은 쌀로 조리해야 하는 요리의 경우 서 로 엉키지 않고 고슬고슬하게 볶아져 재료의 맛이 그대 로 전달됩니다. 미국 중립종 쌀은 국내 쌀에 비해 수분 함유량이 약간 낮기 때문에 미리 불릴 필요가 없습니 다. 국내산 쌀처럼 물에 담궈 불리기 보다는 밥을 지을 때 물 양을 보통때보다 더 많은 쌀 분량의 1.2배로 넣거 나, 쌀을 가볍게 씻은 후 체에 건져 30분간 불리는 방

법이 오히려 호화가 잘 되어 밥 맛이 더욱 좋아집니다. 미국쌀협회에서는 미국 중립종 쌀을 활용한 레서피북을 발간하였습니다. 레시피북을 받기를 원하시는 분은 미 국쌀협회에 전화 (T.02-543-9380) 혹은 이메일 (info@sohnmm.com)을 통해 이름, 직업, 주소와 연락 처를 남겨주십시오. 레서피북을 무료로 보내드립니다.







| 썬키스트코리아 Sunkist Korea



업체소개

1893년에 설립된 Sunkist Growers Inc.의 전신은 "남 가주 과일 및 농산물 조합"입니다.

Sunkist Growers Inc.는 세계에서 가장 오래되고 가장 큰 감귤류 마케팅 기구로, 그 설립은 약 1세기 전에 준 비되었습니다.

수많은 식품회사와는 달리, Sunkist Growers는 캘리포 니아와 아리조나주에서 활동하고 있는 수천명의 감귤 재배업들이 소유하고 있으며, 대부분은 가족이 운영하 고 있는 소형 농가로 이루어져 있습니다. 또한 이 가운 데 2,000여 재배업자는 레몬을 생산하고 있습니다.

Sunkist Growers는 썬키스트®(Sunkist®) 오렌지, 레몬, 자몽 및 수많은 각종 특산품을 전세계 곳곳에 공급하는 국제 신선 과일 공급 분야의 선두주자 입니다.

연락처

썬키스트코리아 우편번호 135-798

서울시 강남구 삼성동 159-1 아셈타워 37층

전화: (02) 6001-3767 팩스: (02) 6001-3769

이메일: tommy@sunkistkorea.com 홈페이지: http://kr.sunkist.com/





품질보증

풍부한 햇살과 쾌적한 기온의 축복 받은 땅 캘리포니아 에서 신선하고 맛있는 최상의 감귤이 재배됩니다.

그리고 소비자들은 Sunkist Growers가 설립된 지난 1893년 이래, 대자연에서 생산되는 최고의 감귤류 제공하고 있는 Sunkist를 신뢰해왔습니다.

썬키스트(Sunkist)는 썬키스트 브랜드가 드리는 소비자, 식품업계의 파트너, 그리고 소매업체와의 약속에 초점 을 둡니다. 선키스트의 신선한 맛은 곧 소비자 만족과 최고의 품질 보증입니다.

Sunkist Growers가 생산한 발렌시아와 네이블오렌지, 자몽, 레몬 등은 가장 엄중한 품질관리 절차를 거치며, 썬키스트 브랜드 스티커가 부착된 과일은 곧 소비자들 의 신뢰로 이어집니다.





| 캘리포니아 건포도 운영위원회

Raisin Administrative Committee, RAC



운영위원회소개

캘리포니아 건포도 운영위원회(Raisin Administrative Committee, RAC)는 캘리포니아에서 생산, 판매 및 수출되는 캘리포니아산 건포도의 안전성을 도모하고 나아가 해외에서의 마케팅과 홍보를 수행하는 비영리 단체로 캘리포니아 건포도 산업을 구성하는 35개의 생산업체와 10개의 가공포장업체로 구성된 47명의 대표 멤버와 47명의 대리인으로 구성되어 있습니다. 세계 각지에서 증가하고 있는 캘리포니아 건포도의 사용을 후원하고 증진시키기 위해 각종 세미나, 연구, 프로모션 등의 다양한 마케팅 활동 전개하고 있으며 현재 한국 외에도 유럽, 중국, 일본 및 대만과 동남 아시아 지역을관리하는 총 6개의 대표사무소를 운영하고 있습니다.

연락처

캘리포니아 건포도 운영위원회 한국사무소 우편번호 135-893

서울시 강남구 신사동 591-14 유한빌딩 2층

전화: (02) 3442-1586 팩스: (02) 516-6753 이메일: stella@intnet.co.kr 홈페이지: www.rackorea.com







Organic Raisins (캘리포니아산 유기농 건포도)

캘리포니아 건포도 산업은 북 새크라멘토 밸리에 거주하던 스코틀랜드 이민자 윌리엄 톰슨이 레이디 드 커벌리 시들리스(Lady de Coverly seedless) 포도를 1876년 캘리포니아의 메리스빌 지역 전시회에 소개하면서처음 시작되었습니다. 톰슨 시들리스 포도로 널리 알려지게 된 이 포도는 건포도를 만드는 데 가장 적합한품종입니다. 얇은 껍질에 씨가 없고 단맛이 강하며, 태양에 건조되면 어두운 빛으로 변하는 것이 특징입니다.이 포도 1kg으로 얻어지는 건포도는 약 200g으로 건조되면 1/5 정도로 양이 줄어들지만, 그 영양학적 가치는 비교할 수 없을 만큼 높아집니다.

현재 캘리포니아에서는 수확한 포도를 수작업으로 태양에 건조시키고, 최신식 기계 설비와 엄격한 품질 관리를 통해 뛰어난 품질의 건포도를 생산하고 있습니다. 이 가공 과정은 이물질을 제거하고 물에 씻는 단순한 작업이지만, 미국 농무성(USDA) 검사관이 크기, 빛깔, 당도, 수분, 이물질 등의 항목을 엄격하게 검사하여 심

사를 통과한 건포도만을 선별해 출하하고 있을 만큼 제조 공정이 깐깐합니다. 이러한 철저한 품질관리로 캘리포니아 건포도는 지난 100년 동안 미국은 물론 해외에서 인체에 유해한 세균이 검출되거나 기타 유해한 화학성분 등이 검출된 적이 없는 가장 안전한 자연식품으로 오랫동안 소비자들의 사랑을 받아 왔습니다.





66 (주)네이처에프앤비 Nature F&B



커런츠란?

커런츠의 품종은 '블랙코린트'이며 건포도의 한 종류이고 건포도와 달리 1/4사이즈이며 검은색에 가까운 보라색을 가지고 있고 단맛과 함께 신맛을 가지고 있어 산미가 강해 건강빵에 사용하면 풍미가 좋고 일본이나 유럽에서 건강빵에 사용하는 '레이즌'은 커런츠를 사용합니다. (풍미가 좋으며 수율이 좋음)

골든레이즌 이란?

'톰슨 시들리스' 청포도를 건조한 프리미엄제품. 당이 응축되며 포도가 검게 변하기 전, 청포도 고유의 밝은 색감 보존을 위해 무수아황산 처리를 하여 제빵 및 데 코용으로 사용하기 좋습니다.

연락처

(주)네이처F&B 우편번호 472-901 경기도 남양주시 와부읍 덕소리 326-10

핸드폰: 010-8901-6603 이메일: naturefnb@hanmail.net

전화: (02) 464-1323(대표)

Zante Currants Raisins

잔트커런츠 99.5%, 해바라기유 0.5%

Organic Zante Currants Raisins

유기농 잔트커런츠 99.5%, 유기농 해바라기유 0.5%

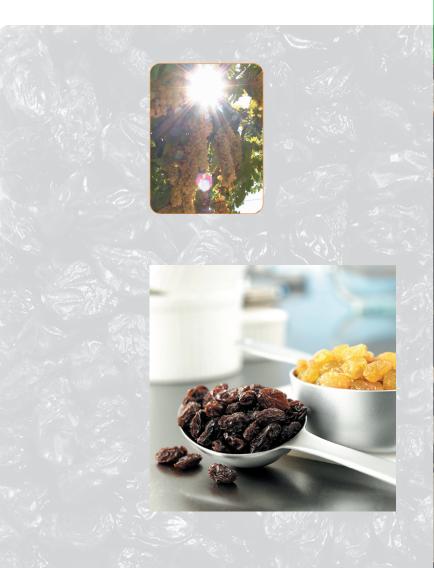
Organic Natural Thompson Seedless Raisins 유기농 건포도 99.5%, 유기농 해바라기유 0.5%

Golden Raisins

건포도 99,36%, 무수아황산 (합성보존료) 0.14%, 해바라기유 0.5%

Jumbo Flames Raisins

건포도 99.5%. 해바라기유 0.5%





주한미국대사관 농업무역관 |

U.S. Agricultural Trade Office, USATO

연락처

주한미국농업무역관 우편번호 110-755

서울시 종로구 수송동 146-1 이마빌딩 303호

전화: (02) 397-4188 팩스: (02) 720-7921

이메일: atoseoul@fas.usda.gov 홈페이지: www.atoseoul.com





기관소개

미국농무부 (USDA) 산하의 기관으로 주한미국대사관에 소속되어 미국산 농산물 및 가공식품의 교역증진 및 홍 보를 위한 다양한 활동을 하고 있습니다. 제공하는 주 요 프로그램으로는 국내 수입업체를 위한 상품 및 공급 자 정보 제공, 구매사절단, 기술 세미나, 소매 프로모션 등이 있습니다.

























