

# 53년 맛에 진화 양념..‘국민카레’로



오뚜기 카레 청립 당시 제품



국내 최초의 레트로트 제품 3분 카레

카레는 오랜 기간 학교의 급식메뉴로 사랑받는 음식이자, 가정에서도 한끼를 간편하게 해결할 수 있는 ‘국민 식품’이다. 소비자들의 수요가 수십 년간 꾸준한 만큼 다양한 식품업체에서도 카레 제품을 내놓으며 경쟁을 벌이고 있다. 그 중 올해 출시 53주년을 맞은 오뚜기 카레는 ‘국내 카레 1위’ 명성을 이어가는 정수 제품이다. 반세기 넘는 세월 동안 꾸준히 ‘국민 카레’로 자리매김한 오뚜기 카레의 인기 비결과 소비 트렌드에 따른 변화를 살펴봤다.



오뚜기 카레 모델 송민호,  
오뚜기 제공



양지원의 백투더퓨처

## ⑤ '53살' 오뚜기카레 장수비결은

### 1970년대 '오뚜기 카레' 첫 대중화·시대 흐름에 맞게 변화

흔히 카레하면 가장 먼저 떠오르는 제품은 ‘오뚜기 카레’다. 특정업체의 제품명이 먼저 떠 오르는 이유는 오뚜기 카레로 일찌감치 소비자들에게 각인됐기 때문이다.

카레는 1940년경 국내에 처음 소개됐으나 1970년대 오뚜기의 의해 대중화됐다. 회사 설립과 함께 생산한 최초의 품목이다. 건강한 맛과 향이 어우러진 ‘오뚜기 카레’는 압제 최초 분말 형태로 시작해 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 레토르트 형태로 발전해왔다.

지난 2004년 건강에 좋은 강황의 함량을 50% 이상 증강(마르몬드 카레·간чен매운맛 대비)했다. 또 베타글루칸 및 씽어유산과 풍부한 귀리 등을 원료로 사용한 ‘백세카레’로 맛과 건강

### 1970년대 업계 최초 분말 출시 대중화·백세·과립형 등 시대 맞춰 제품 변화

최근 송민호 모델 발탁…MZ와 소통·레시피 공개 등 안주 않고 마케팅 활발

을 쟁기는 카레로 진화했다.

시대의 흐름에 따라 소비자의 편의성을 높인 제품을 선보였다. 기존 제품보다 물에 더 잘 녹고 더욱 세로워진 과립형 카레가 2009년 4월 오뚜기의 의해 국내 최초로 출시됐다. 수많은 실험과 시험으로 물에 푸는 제품으로 신기 술을 적용했다. 조리 시 바로 카레를 넣고 끓여도 덩어리가 지지 않고 잘 풀어져 조리의 편의

성을 높였다.

2012년에는 발효제품에 대한 소비자의 궁금증 인식을 접목한 ‘발효강향카레’를 출시했다. 2014년 5월에는 세계 5대 건강식품으로 히트한 렌틸콩을 주원료로 한 ‘3분 렌틸콩카레’를 내놨다. 또 최근에는 3일 숙성소스와 다양한 향신료를 직접 갈아 쑥성한 카레분을 사용한 ‘오뚜기 3일 숙성카레’를 출시하며 제품군에 변화를 줬다. 이 제품은 쇠고기와 과일, 사과를 3일간 정성껏 숙성시킨 소스와 은은한 향이 잘 조화된 숙성 카레분을 이용해 더 진하고 부드러운 카레 맛을 즐길 수 있다.

### 장수식품에 송민호 모델로 MZ세대와 소통·소비자들의 라이프 스타일에 맞춰 변화를 이어간 '오뚜기 카레'

최근 제품 모델로 위너 멤버 송민호를 발탁하기도 했다. 50년이 넘은 장수제품에 트렌디한 송민호의 이미지를 더해 MZ세대와 소통을 이어가기 위한 취지다.

인기 장수 제품이지만 안주하지 않고 R&D(연구개발)과 공격적인 마케팅을 이어가고 있다. 오뚜기는 카레와 관련한 다양한 마케팅 행사로 소비자와 소통하고 있다. ‘엄마와 아이가 함께하는 카레요리 시연회’ ‘카레 심포지엄’ 등으로 카레 알리기에 적극적으로 나섰다.

카레를 활용한 레시피도 공개하며 소비자들에게 재미를 선사하고 있다. 소비자들이 보다 간편한 방법으로 다양하게 활용할 수 있도록 카레 관련 정보와 레시피, 이벤트 소식을 담은 ‘Enjoy 카레’ 사이트를 운영 중이다.

양지원 기자 jwon04@sporbiz.co.kr



신세계백화점 여름 정기세일 돌입

신세계백화점 제공

휴가·야외활동 상품 최대 70%  
백화점 3사 내일부터 여름세일

백화점 3사(롯데·신세계·현대)가 휴가철을 앞두고 오는 24일부터 여름 정기세일에 돌입한다. 사회적 거리두기 2년 여만에 해제되고 처음 맞는 휴가인 만큼 피서용품 등을 포함한 야외활동 관련 상품 위주로 대폭 할인한다.

23일 연예계에 따르면 백화점 3사는 물놀이 용품과 뷔티 상품 등을 대폭 확대해 매출 상승에 박차를 가할 계획이다. 올해는 예년보다 일찍 찾아온 무더위로 여름 휴가와 야외활동 상품 수요 증가로 많은 소비자가 모일 것으로 예상된다.

롯데백화점은 시즌오프를 테마로 정기세일에 돌입했다. 여름 휴가 필수 아이템을 주제로 잠자리, 패션, 스포츠 등 다채로운 상품군을 판매한다. 야외활동 증가에 따라 수요가 급증한 뷔티 상품군은 7월1일부터 10일까지 총 31개 브랜드의 스킨케어 제품, 메이크업 및 환수 제품 등을 다양한 프로모션 혜택을 적용해 내놓는다.

신세계백화점은 내달 10일까지 최대 70% 할인하는 정기세일을 개최한다. SUMMER VOYAGE WITH PUILLA & FRIENDS라는 테마로 총 300여개 브랜드가 참여한다. 라이브 방송과 점포 할인 등 온·오프라인을 통해 남녀노소 고객을 모두 잡겠다는 계획이다.

신세계백화점은 워터파크·해수욕장 개장을 앞두고 나이키 스윔, 아레나, 레노마 등 인기 수영복 브랜드를 최대 30% 할인된 가격에 판매한다. 여름철 필수품인 선글라스도 라운드, 디자인, 탑포드 등 인기 브랜드의 상품을 최대 50%까지 할인한다. 휴가철 대형리风景区를 위한 패션 행사는 물론 멀티스포츠를 더하는 액세서리 이벤트도 준비돼 있다.

현대백화점은 내달 10일까지 17일간 전국 16개 점포에서 여름 정기 세일을 진행한다. 이번 세일은 패션·잡화·리빙 등 전 상품군에서 총 400여개 브랜드가 참여해 신상품을 최종 판매 대비 10~50% 할인판매다. 의류·잡화를 비롯해 유아동 상품 물량을 브랜드별로 지난해보다 최대 20% 이상 늘렸다.

현대백화점은 사회적 거리두기 해제를 맞아 가족단위 고객을 타깃으로 한 프로모션도 강화했다.박슬기 jw04@sporbiz.co.kr

# 직장인 '런치 플레이션' 부담 줄인다..‘외식구독 서비스’ 인기

### 위대한상사, 해썹 인증 당일조리 음식 배송·밴디스, 식권대장 전용앱 통해 식대 제공

치솟는 물가로 소비자들의 식비 부담이 커진 가운데 익스 푸드스타트업 기업이 다양한 외식 구독 서비스로 직장인의 공략에 나섰다.

봉豚형에 따르면 소비자 물가 지수는 지난해 4월 99.5%에서 올해 4월 약 106.85%로 대폭 상승했다.

출근하는 직장인들이 접심 외식 등 식사 비용을 줄이는 걸 쉽지 않아. 이에 외식업체는 식사 비용이 고민인 직장인들을 타깃으로 편의성을 더

한 서비스를 선보이기 시작했다.

외식업에 필요한 서비스를 제공하는 위대한상사에서 지난 달 새롭게 선보인 ‘키플로 오피스 밀서초’는 기업 전용 푸드 구독 서비스다. 5월 서비스 문정 이후 해썹(HACCP) 인증을 받은 주방에서 당일 조리한 음식을 당일 배송한다. 서비스 지역의 빅데이터를 분석해 선호도가 높은 총 9가지 카테고리와 2000여 개의 메뉴를 선정 후 푸드 엔지니어와 함께 맛과 질을 평가해 신선한 식사를 배달하고 있다.

실시간으로 구독자들의 요청 사항을 반영한 특징이다. ‘스탠다드 밀 플랜 General’, ‘스탠



위대한상사 제공

다드 밀 플랜 Healthy’, ‘프리미엄 밀 플랜’ 등 총 34개 식사 플랜 중 원하는 음식을 미리 선택 후, 배송 당일 오전 9시 이전까지 별도 앱을 통해 메뉴

변경이나 추가 주문이 가능하다.

디지털 외식 플랫폼 ‘면기’는 자사 서비스의 적용 범위를 늘렸다. 면기식구는 맞집편집플랫폼 ‘면기’를 기반으로 한 식사구독 서비스다. 지점별 평균 20개의 브랜드와 200여 개의 음식을 담당한다. 최근 5인 이상의 팀이 메뉴를 주문하면 무료 배송이 가능한 혜택을 추가했다.

밴디스가 2014년 국내 최초 모바일 식권으로 선보인 ‘식권대장’ 서비스는 직장인의 업무 생산성과 밀접한 관계가 있는 식사와 관련된 문제를 효과적으로 해결했다. 종이 식권과 식대 장부를 모바일로 플랫폼으로 옮겨 식권대장 전용 앱으로 식대를 제공하는 방식으로 전환했다.

양지원 기자 jwon04@sporbiz.co.kr

## 정관장 지니펫 “홍삼 담은 사료로 고양이 면역력 쟁겨요”

### 밸린스업 더캣 '연어&닭고기' 등 2종 출시·홍삼 성분·고품질 원료 최적 비율로 배합

정관장의 프리미엄 반려동물 건강전문 브랜드 자-펫(GINNIPET)이 고양이 사료 시장에 진출한다.

반려묘를 위한 첫 제품은 홍삼으로 ‘그레이인 프리(Grain Free) 고양이 사료’ 밸린스업 더캣’ 시리즈다. 업선된 홍삼 성분과 고품질 원료를 최적의 비율로 배합해 반려묘의 면역력에 도움을 줄었다. 각종 영양분은 원료 배합으로 균형잡힌 식단 제공을 기본으로 한 ‘그레이인 프리(Grain Free)’ 제품이다.

로 ‘더캣 연어&닭고기 WITH 홍삼’과 ‘더캣 닭고기&홍삼’ 2종으로 구성됐다. 신선하게 섭취할 수 있도록 개별포장 하였으며 전 연령의 모든 반려묘가 부담없이 먹기 좋도록 사이즈(0.9cm)를 최적화했다.

‘밸린스업 더캣’ 시리즈는 고양이 입맛에 잘 맞는 닭고기·연어·오리 등을 적절히 조합해 까다로운 반려묘의 입맛까지 고려했다.

KGC인삼공사 관계자는 “KGC인삼공사만의 독자 기술과 연구 결과를 바탕으로 정관장 6년근 홍삼 함유 프리미엄 제품인 ‘지니펫 밸린스업 더캣’이 탄생했다.”며 “자체 구축 원료 메타리베이스를 기반으로 맛과 영양을 모두 잡았다”고 밝혔다.

정관장의 6년근 홍삼을 함유해 반려묘의 면역력에 도움을 줄 수 있도록 설계했으며 다양하고 풍부한 식이소로 활발한 창 운동을 촉진시키고 에어볼 관리에 도움을 준다.

‘밸린스업 더캣’ 시리즈는 고양이 입맛에 잘 맞는 닭고기·연어·오리 등을 적절히 조합해 까다로운 반려묘의 입맛까지 고려했다.

KGC인삼공사 관계자는 “KGC인삼공사만의 독자 기술과 연구 결과를 바탕으로 정관장 6년근 홍삼 함유 프리미엄 제품인 ‘지니펫 밸린스업 더캣’이 탄생했다.”며 “자체 구축 원료 메타리베이스를 기반으로 맛과 영양을 모두 잡았다”고 밝혔다.



정관장 지니펫 ‘밸린스업 더캣’ 2종. KGC인삼공사 제공

‘지니펫 밸린스업 더캣’은 정관장이 운영하는 공식 홈페이지 ‘지니펫몰’을 비롯한 온라인에서 판매중이며 패킷 등 오프라인에서도 만나볼 수 있다.

양지원 기자 jwon04@sporbiz.co.kr

## 더맘마 “동네마트와 IT기술 결합…지역 상생”

### ESG 포커스

지역 동네마트를 기반으로 한 산생 플랫폼 더맘마가 ‘한국의 아마존’을 목표로 리테일테크 플랫폼으로 거듭나겠다고 밝혔다. 시장 규모도 대비 낙후된 시스템을 가진 동네마트의 면역력에 도움을 줄 것이다. 특히 동네마트와 가맹점을 결합해 지역 상생은 물론 젊은 서비스를 제공하겠다는 포부다.

22일 서울 영등포구 CCMM빌딩에서 더맘마 기자간담회가 열렸다. 이날 행사는 M&A를 통한 지속적인 성장과 리테일테크 사업의 완성을 알리기 위해 개최됐다. ‘더맘마’는 동네 마트와 상생

청과물시장 등 연계 풀필먼트센터 활용 내년 상장 계획..‘한국의 아마존’ 목표

하는 유통 솔루션을 제공하는 O2O 플랫폼 기업으로, 전국 550여개 식자재마트와 가맹점을 넣고 소비자들에게 서비스를 제공한다.

김민수 총괄 대표는 “더맘마는 ‘동네마트, 편의점’ 시장에서 험울적인 대응을 할 수 있다. 더맘마는 추후 라이프사이클링 앱으로 거듭나

기 위해 지난해부터 속박 예약 플랫폼 ‘호텔엔조이’, 편의점 ‘씨스페이스24’, 지역별 타임카드 풀플랫폼 ‘하팀’, 기술 전문 보안 IT기업 ‘디엔터’ 등을 인수하며 몸집을 키우고 있다.

현재 더맘마는 300억 원 규모의 시리즈C라운드 투자 유치를 진행 중으로, 기업 가치는 2500억 원으로 평가된다. 올해 더맘마의 예산 매출은 3230억 원이다. 김민수 대표는 “본 매출은 연결재무제표로 들여가면 무난하게 달성을 할 것”이라고 말했다.

내년에는 상장 계획도 가지고 있다. 김민수 대표는 “기업 가치 1조 원 규모로 잡고 있다”며 “한국의 아마존을 기워드로 동네마트 제품을 가장 빠르게 배송할 수 있도록 IT 기술을 고도화하고, 그 기술을 기반으로 글로벌 진출을 할 것”이라고 말했다.

박슬기 기자 ps04@sporbiz.co.kr