

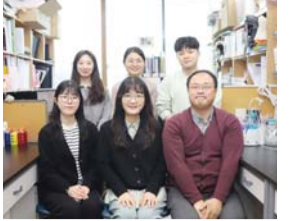


근본 챙기는 보험사  
'뇌·심장·암'  
3대질병 보장 강화  
08



Life

고순도 줄기세포  
대량 배양기술 개발  
재생치료 기대  
니



# 3분카레부터 이색카레까지... 55년 '황금빛' 밥상 책임지다

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 오뚜기 카레

1969년, 우리 입맛에 맞는 카레 출시  
강한 향에 인기 없던 음식 대중화시켜  
가정간편식 시초인 '3분카레'로 발전

특정 분야를 대표하거나 오랜 시간 사랑받는 대상 앞에는 '국민'이라는 수식어가 붙는다. 1969년 출시된 '오뚜기 카레'는 최초의 분말 형태로 시작해 가정간편식의 시초라 불리는 레토르트 형태의 '3분 카레'로 발전하며 명실공히 '국민 카레'로 자리매김했다.

올해로 출시 55주년을 맞은 오뚜기 카레는 건강한 맛과 향을 무기로 국내 시장에서 선두 자리를 공고히 지키고 있다. 국내 분말카레 시장은 약 730억원 규모로 추정되며 오뚜기의 점유율은 약 85%에 이른다.

시장조사기관 닐슨코리아에 따르면 '3분 카레'를 포함한 3분 요리류의 점유율 역시 오뚜기가 77.4%(2022년말 수량 기준)를 차지하며 선두를 유지 중이다.

오뚜기는 여기에 만족하지 않고, 상큼한 지중해산 토마토의 풍미를 더한 카레, 100% 비건 재료만 사용한 카레, 세계 각지의 맛을 살린 이색 카레 등으로 제품군을 확대하며 소비자 선택 폭을 넓히는 데 주력하고 있다.

### ◆한국인 입맛에 맞춰 대중화 선도

대표적인 인도 음식인 '카레'가 국내에 처음 소개된 것은 1940년대다. 특유의 강한 향으로 당시 국내에서 인기를 얻지 못했던 카레는 1970년대 오뚜기에 의해 대중화됐다.

1960년대까지도 카레는 한국인이 즐기는 음식은 아니었다. 살림 현행이 좋은 부유층이나 일부 고급식당에서 판매되는 메뉴의 한계를 극복하지 못하고 있었다.

그러나 함태호 오뚜기 명예회장은 카레의 가능성을 믿고 1969년 5월 5일 우리나라 최초로 우리 입맛에 맞게 분말 타입인 '오뚜기 분말 즉석카레'를 내놓았다.

당시 내놓은 오뚜기 즉석카레는 기존 타사 제품인 '스타 카레분'과 큰 차별성이 있었다. 가장 먼저 함태호 명예회장의 아이디어를 반영해 한국인이 좋아하는 매콤한 향을 살린 카레라는 특징을 꼽을 수 있다.

오뚜기 카레는 국내에서 선보인 최초의 카레 제품은 아니었지만, 보관과 긴 유통기간에 적합한 분말타입, 다른 식재료만 있으면 바로 요리가 가능한 제품으로 선보이면



오뚜기 오즈키친 세계카레 라인업 6종. ①치킨마살라, ②비프코르마, ③포크빈달루, ④키마카레, ⑤푸팟퐁카레, ⑥ 치킨마크니.

꾸준한 연구개발로 맛·품질 향상 노력  
지중해산 토마토, 이국적 고행카레 선배  
인도, 태국 등 각국의 맛 살린 '오즈키친'  
소비자 성향 맞춘 비건·웰빙제품 출시도

서 카레 대중화의 가능성을 높였고, 적극적인 홍보를 통해 카레가 우리 식생활에 깊게 뿌리내리도록 했다.

분말 형태로 출발한 오뚜기 카레는 1981년, 언제 어디서나 즐길 수 있는 레토르트 형태의 '3분 카레'로 발전했고, 이후 맛과 영양 성분을 강화한 제품이 잇따라 출시됐다.

### ◆끊임없는 연구개발로 업그레이드된 '고형 카레' 탄생

오뚜기 카레가 긴 시간 사랑받는 비결은 맛과 품질 향상을 위한 '끊임없는 연구개발'에 있다. 국내 카레 시장에서 굳건한 1위를 지키고 있는 오뚜기는 자리에 안주하지 않고 꾸준히 신제품을 출시하며 경쟁력을 강화하고 있다.

지난해 오뚜기는 독자적인 노하우로 만든 카레에 지중해 햇빛 아래 잘 익은 토마토를 더한 '지중해산 토마토 카레'를 출시했다. 2017년 '오뚜기 3일 숙성카레' 고행제품 출시 이후 6년 만에 선보인 고행카레로, 새콤달콤한 토마토의 감칠맛과 오레가노, 월계수잎, 코리안더 등 스파이스믹스의 이국적인 향미가 일품이다.

오뚜기는 토마토를 가열해 섭취할 경우 라이코펜의 체내 흡수율이 더욱 높아진다는 점을 고려해 잘 익은 토마토를 담은 카레를 개발했다고 설명했다.

신제품 '지중해산 토마토 카레'는 1인분씩 소포장돼 조리 및 보관이 간편하며, 돈가스나 오므라이스 등 다양한 음식과 잘 어울린다는 장점이 있다. 카레에 들어가는 재료를 적당한 크기로 썰어 식용유에 볶은 뒤, 물과 고행카레를 넣고 점도가 높아질 때까지 끓이면 맛있는 카레가 완성된다.

### ◆웰빙·비건·프리미엄 등 제품 라인업 확대

오뚜기는 웰빙 열풍이 한창이던 2004년에는 강황 함량을 57.4% 늘리고 로즈마리, 월계수잎 등을 넣은 '백색카레'를 선보였으며, 2009년에는 조리 편의성을 강화하고자 물에 더 잘 녹는 과립형 카레를 국내 최초로 출시했다.



오즈키친 세계카레 2종.



오뚜기 지중해산 토마토 카레.

2012년에는 발효 제품에 대한 긍정적 인식을 반영해 '발효강황카레'를 출시했고, 2014년에는 렌틸콩을 주원료로 한 '3분 렌틸콩카레'를 선보였다. 2017년에는 쇠고기와 과일, 사과를 3일간 숙성한 소스에 향신료를 더한 '3일 숙성 카레'를, 2020년에는 기존 카레 대비 나트륨은 낮추고 칼슘과 DHA를 첨가한 '어린이 카레'를 시장에 내놓은 바 있다.

2022년 5월에는 비건 전문 브랜드 '헬로베지(Hello Veggie)' 론칭과 함께 '채소가득카레'를, 8월에는 프리미엄 HMR 브랜드 '오즈키친'을 통해 세계 각국의 맛을 살린 카레를 선보였다.

오뚜기 관계자는 "국내 카레 시장 1위인 '오뚜기 카레'로 시장에 더욱 활력을 불어넣기 위해 다채로운 원료를 활용하고, 이색적인 맛을 갖춘 제품들을 출시하고 있다"며 "앞으로도 국민 식품으로써 폭넓은 소비층으로부터 꾸준히 사랑받을 수 있도록 노력할 것"이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



오뚜기 카레가 생산되고 있는 모습.

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲최강 한국 양궁, '파리올림픽 모드 ON'...국가대표 3차 선발전 /사진 뉴시스  
▲손흥민 "은퇴 전까지 결혼 생각 없어...축구에만 집중하고파"

▲이강인 소속팀 파리 생제르맹, 10일 랭스전 한글 유니폼 착용  
▲김하성, 샌디에이고와 연장 계약?... "몇 주 전보다 가능성 낙관적"



▲'첫승' U-20 여자축구, 9일 우즈베크전서 아시안컵 4강 진출 노려  
▲'K리그 흥행 카드' FC서울 링가드, 홈 개막전서 이름값 증명하나 /사진 뉴시스