

## ‘오투기스프’ 출시 50주년



(좌)오투기가 지난 1970년 선보인 ‘오투기스프’가 출시 50주년을 맞았다. 오투기스프는 50년간 국내 1등 자리를 지키고 있다.

오투기는 1969년 즉석 카레를 출시한 직후 카레를 여름용으로 생각하고, 겨울에 잘 판매될 제품을 찾아 나섰다. 그 제품이 바로 빵과 함께 먹을 수 있는 수프였다. 1969년 10월 말부터 수프 개발에 들어갔고, 이듬해 ‘산타 포타지스프’와 ‘산타 크림스프’를 국내 최초로 출시했다. 수프 브랜드로 산타(Santa)를 선택한 것은 겨울 제품이란 정체성을 강조하면서 ‘산타가 주는 선물’이라는 뜻도 내포했다. 당시로는 파격적인 영문 상표를 붙인 것도 국내 첫 사례였다.

오투기스프가 출시된 1970년대 초반 우리나라의 주식은 쌀이었지만, 미국 구호물자로 유입된 밀가루가 주식 대체수단으로 밥상에 자주 올랐다. 당시 대표적인 서민 음식은 칼국수와 수제비였다. 이와 함께 밀가루를 주요 재료로 만든 빵도 인기를 얻기 시작했다. 해외에서는 빵에 수프를 곁들이는 것이 일반적인 식습관이다. 오투기스프는 이런 식습관에 착안해 개발한 제품이었다.

오투기스프는 당시 식생활 변화에 많은 영향을 미쳤을 뿐만 아니라 식생활 향상에도 도움을 줬다. 하지만 수프를 출시할 때 직접 접해 본 사람들이 드물어 제품 자체를 알고 있는 사람이 많지 않았던 시기였다. 제품에 대한 인식 변화를 위해 소비자를 대상으로 한 시식 행사에 많은 시간과 비용을 할애했다. 처음에는 중산층 이상을 타겟으로 서울의 주요 백화점에서 시식 행사를 열었다.

이어 새롭게 오픈한 슈퍼마켓이나, 심지어 도봉산 등산로 입구에서도 행사를 벌이며 수프 알리기에 적극적으로 나섰다. 수프는 뒤따라 나온 신제품의 출시에 길라잡이 역할을 했다. 국내 최초의 프리믹스류 개발이 그것이다. 오투기는 곧이어 500g 규격의 핫케이크 가루와 도넛 가루를 출시했고, 메이플시럽이 첨가된 제품도 출고했다.

또 ‘쇠고기스프’, ‘닭고기스프’, ‘양송이스프’ 등을 순차적으로 내놓아 제품 라인업을 한층 다양화했다. 2016년에는 냉장 수프 4종을 출시했고, 올해 출시 50주년을 맞아 간편식 트렌드를 반영한 상온 파우치 수프 4종을 선보였다. 오투기의 상온 파우치 수프 4종(양송이 크림·콘크림·베이컨 감자·단호박 크림 수프)은 전자레인지 조리 후 바로 취식이 가능하며, 전문점의 맛을 가정에서도 느낄 수 있는 프리미엄 제품이다.

국내 수프 시장은 오투기가 국내 첫 제품을 출시한 이후 꾸준히 성장하고 있다. 오투기가 분말수프 시장점유율 85%를 차지하고 있는 가운데 대상과 샘표식품 등이 경쟁을 벌이고 있다.

오투기 관계자는 “오투기스프 출시 50주년을 맞아 소비자들의 성원에 보답하는 다양한 온·오프라인 이벤트를 진행할 예정”이라고 말했다. ●