

# ‘오뚜기 식초’ 45년 발자취 건강 트렌드 타고 ‘힐힐’

## 양조부터 다시마까지 용도·소재 다양화...식초 대중화 견인



신맛의 대명사인 ‘식초’가 음식의 풍미를 더 하는 조미료를 넘어 다양한 효능을 지닌 건강식품으로도 주목받고 있다. 특히 최근에는 코로나 팬데믹으로 건강을 우선시하는 소비 트렌드가 확산하면서 식초의 가치가 재조명되는 추세다.

1977년 식초 사업을 시작한 오뚜기는 45년간 국내 조미 식초 시장에서 1위를 수성해오고 있다. 지난 1월 누적 판매량은 7억 개를 돌파했다.

‘오뚜기 식초’는 차별화된 품질과 깔끔한 맛으로 오랜 기간 인기를 끌고 있다. 진액 함량이 높아 맛과 향이 뛰어난 뿐 아니라 6~7도 산도가 균일하게 유지돼 장시간 지속되는 것이 특징이다.

오뚜기가 처음으로 선보인 제품은 ‘양조식초’다. 160ml부터 360ml, 700ml, 1.8ℓ 업소용까지 용량을 다양화하면서 소비자 선택의 폭을 넓혔다.

오뚜기는 소비자 호응에 힘입어 1978년 ‘고산도 양조식초’를 내놔고, 이후 사과식초, 현미식초, 화이트식초, 매실식초 등 소재를 다양화하며 식초 대중화를 견인했다.

연구개발도 계속됐다. 1993년 오뚜기는 국내 최초로 ‘고산도 식초 발효공법’을 이용해 기존 식초 대비 산도가 2배 높은 ‘2배 식초’를 개발했다. 과감한 투자와 꾸준한 기술 개발을 바탕으로 독자적 발효기술

을 확보했고, 1998년 ‘3배 식초’ 개발에도 성공했다.

2011년에는 부드러운 신맛으로 음식 고유의 풍미를 살려주는 ‘저산도 식초’를 선보이는 등 용도와 소재를 더욱 다양화했다.

최근 오뚜기는 늘어나는 집밥 수요를 겨냥해 ‘다시마’를 주원료로 활용한 식초를 선보였다. 특히 국산 다시마 70% 이상을 생산하는 전남 완도군의 어촌 경제에 보탬이 되고자 ‘완도산 다시마’를 사용했다는 점에서 주목된다.

다시마 특유의 깊고 진한 감칠맛에 초점을 맞춘 식초로 양조식초 대비 몸에 좋은 아미노산 함량이 9배 이상 높아 맛은 물론 건강까지 챙길 수 있다.

재료 본연의 맛을 해치지 않으면서 풍미를 더 할 수 있다는 것도 장점이다. 다시마 식초는 냉면, 마제소바 등 면류와 신선한 해산물, 새콤한 무침 요리, 샐러드 등과 잘 어울리며 기호에 따라 물이나 탄산수에 섞어 마셔도 좋다.

오뚜기 관계자는 “앞으로도 인류 식생활 향상과 건강 증진에 이바지한다는 오뚜기 경영 이념을 기반으로 식초 용도와 소재 다양화에 힘쓸 것”이라고 말했다. ▼