

# 롯데제과 ‘꼬깔콘’ 옥수수 스낵 시장 1위



스낵시장은 전체 과자 시장에서 가장 규모가 크다. 자그마치 1조6천억 원에 달한다. 스낵 시장은 원료에 따라 옥수수 스낵, 감자 스낵, 소맥 스낵 등으로 구분한다.

옥수수 스낵 시장을 대표하는 제품은 롯데제과 꼬깔콘이다. 꼬깔콘은 지난해에도 850억 원에 달하는 실적으로 인기 정상에 있음을 보여줬다.

꼬깔콘이 첫선을 보인 1983년부터 지난해 12월까지 38년간 거둔 누적 매출액은 무려 1조4천850억 원에 달하는 것으로 추정된다. 과자 시장에는 무수히 많은 장수 제품들이 있지만 1조 원 이상 매출을 올린 제품은 손으로 꼽을 만큼 찾기 힘들다.

꼬깔콘 실적을 봉지 개수로 환산하면 약 28억 봉지에 달한다. 일렬로 늘어놓으면 지구 둘레를 약 열일곱 바퀴 이상 돌 수 있는 많은 양이다.

꼬깔콘의 인기가 좋은 것은 모방할 수 없는 맛과 형태 때문이다. 고소한 옥수수 맛과 꼬깔 모양 등 꼬깔콘은 다른 과자들과 비교해 독창적인 스낵이다.

꼬깔콘은 1982년 5월 롯데제과와 미국 제너럴 밀즈 사와의 기술 제휴로 탄생했다. 롯데제과는 꼬깔콘 생산을 위해 1983년 평택에 대규모 생산 공장을 설립하고 같은 해 9월부터 본격 생산했다.

꼬깔콘은 첫해인 1983년 약 30억 원의 매출을 기록할 만큼 출시 초기부터 폭발적인 인기를 얻었다. 이듬해에는 전년보다 2배 높은 70

억 원의 매출을 올려 소비자로부터 더욱 뜨거운 사랑을 받았다. 2000년대 들어서는 꾸준히 400억~500억 원대 매출을 올렸다. 2015년부터 지난해까지 매년 850억~1천억 원에 이르는 높은 실적을 기록했다. 30여 년 만에 30배 규모로 성장한 것이다.

꼬깔콘은 처음에 고소한 맛으로 시작했다. 그러다가 군옥수수 맛, 매콤달콤 맛 등 다양한 제품을 개발해 판매 중이다. 고소한 맛과 군옥수수 맛은 아이들부터 장년층까지 폭넓은 소비층으로부터 사랑을 받는다. 매콤달콤 맛은 20~30대층에서 선호한다.

주력 제품 외 꼬깔콘은 매년 시즌용 제품을 선보여 소비자 니즈를 만족시킨다. 최근에 출시한 ‘꼬깔콘 스테이크 화이타 맛’은 고소하고 매콤한 맛이 일품인 단맵(단맛+매운맛) 스낵으로 기대를 모으고 있다. 화이타는 소고기나 닭고기를 구운 채소와 함께 토르티야에 싸서 먹는 요리로 젊은 층에 인기를 끌고 있다.

꼬깔콘은 출시 초기 독창적인 포장 형태로도 시선을 끌었다. 초창기 포장은 습기 방지를 위해 알루미늄 지로 포장한 후 다시 육각 종이 케이스에 넣어 시각적 볼륨감과 디자인이 돋보이도록 설계했다. 이는 진열에 편리한 구조였고 보관에도 유용했다.

1990년대 이후 꼬깔콘 포장에 종이 케이스가 사라지고 재질이 폴리에틸렌으로 바뀌었다. 많은 장년층 소비자들은 아직도 꼬깔콘 향수로 종이 케이스를 꼽는다. ⑤