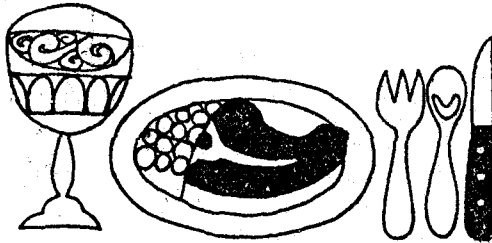


日本에서 급상승한 레토루토食品



編輯室

이미 本誌를 통하여 紹介한 바도 있으나 레토루食品이란 새로운 食品이 日本에서 인스탄트 食品의 뒤를 이어 登場하여 1970年以後 急激히 人氣가 上昇하고 現在까지도 繼續 히트하고 있기에 國內 食品工業界에 參考로 紹介코자 한다. 日本에서 1971年에 히트食品속에서도 上位에 랭크된 것中的 하나에 「레토루토食品」이란 것이 있었는데 이것은 올해에는 急上昇을 繼續할 食品이라고들 믿고 있다. 인스탄트食品이라고 말해버리면 그만이지만 內容을 좀 갖춘 인스탄트食品이란 것으로서 레토루토 食品의 앞날은 興味있는 存在라 하겠다. 多樣時代 라는 오늘날에 食品이 伸張發展하려면 그 나름의 背景이 있기마련이며, 또 히트食品을 少数의 메이카에게만 独占시킨다는 것은 있을 수 없는 일이며 必然的으로 메이카間의 競争과 先發, 後發메이카-의 激烈한 販賣競争도 予想되는 바이다.

레토루토 食品이란

日本의 어느 메이카에서 레토루토食品이라는 名稱에 對해서 主婦들과 저널리스트들에게 질의한 바 日本 主婦들의 거의가 「무슨 뜻인지 통 모르겠다」고 応答해 왔다고하며 저널리스트들 中에서도 折半 可量은 「이름은 듣고 있으며 어떤것인지도 알고 있으나 그 由來라고 하면 모르겠다」라고 応答해 왔다고 하므로 日本사람들도 잘 모르고 있는 形便이다. 그러나, 勿論 「어떤것인지 모르겠다」라고 對答한 主婦들도 現品을 보이면 「아-그것이였구나」 하고 알아 차릴 것이며 商品은 어떤 것인지는 쉽게 알수 있게 되겠지만 레토루토 라는 이름이 무엇을 가리키는지는 머리에 떠오르지 못할 것이다.

여기서 레토루토의 由來를 말한다면 레토루토란 滅菌 솥을 말하며 병조림도 아니고 통조림도 아니며 더욱 주머니에 넣은 食品도 아니다. 그래서 於 焉間 滅菌하는 製造工程의 特性을 이름으로 쓰자는 것으로 되었다고하며 이말을 듣고보면 수수께 기와

같은 이야기로 쓸모없는 일이 되었지만 아무튼 由來는 이러한 것으로 알아두기 바라며 진작 레토루토食品이란 項目으로 說明을 해야 되겠는데 食品專門誌인 本誌에서 지금에 와서 다시금 說明할 나위는 없다고 보아 그 보다 레토루토食品이란 통조림이나 병조림과 달리 加溫시키다는 調理의 한발짝을 남기고 있으며 그의 內容物은 高級이라는 點으로 인스턴트食品과 같은 食品이지만 意味를 달리하는 特色이 있다고 하겠다. 難廻한 表現이 됐는데 모두가 빠져 있다고 한다면 무엇인가 不足한 感이 있겠고, 그렇다고 얼마만큼의 調理를 必要로 한다고 하면 抵抗을 느껴 인스턴트愛好家에는 無視당하기 쉬운 食品이다. 卽 비닐 봉지에 안쪽을 알미로 카바돼 있는 주머니속에 든 食品으로서 10~12個月間은 갈수 있는 保存性과 뒤處理도 簡單하다.

그러므로 特色이라고 하면 以上말한 簡便한 飲料이라하면 좋겠고 다시금 整理해서 말하자면 주머니에 든 食品으로서 加溫만하면 먹을 수 있는 食品으로 그 맛은 一流調理士가 調理한 맛이라고 кет치프레이즈한 것이 적절한 表面을 했다고 하겠다.

業界의 樣相

레토루토食品의 손을 대고 있는 메이카는 雨後竹筍처럼 늘어나고 最近에는 큰 水産메이카까지도 着手한 것이 括目할만하고 約 20個社를 넘고 있다. 登場以來 4年째를 맞는 業界로서는 힘겨운 混戰이라고 할 수 있겠다. 業界의 말이 나왔으니 先發메이카인 大塚食品의 말을 하지 않을 수 없는 大塚食品에서는 레토루토食品에 손을 댔것은 1968年 2月이라고 하며 그 動機에 對하여 프라스티코를 그중에서도 注射液의 滅菌技術을 갖고 있었던 이 会社에 있어서는 이 技術을 무엇인가 有効하게 쓰고 싶다는 念願이 그 發端이었다고 하며 더욱 이 会社의 前身이었던 「CBC」는 日本關西地方에서 業務用을 中心으로 活躍하고 있던 香辛料메이카로서 滅菌技術을 加味한 새로운 食品을 開發하여가는 사이에 봉지에 든 카레 「봉카레」를 誕生시킨 것이다. 会社의 特殊技術을 살린다는 것은 오리지날商品을 만들어 내기 쉽고 이 会社의 경우도 그 典型的인 例가

된 셈이고 더욱 이 会社에서는 單純히 既製의 技術을 살렸을뿐 아니라 레토루토食品 그 自体가 얼마나 市場性을 갖고 있었는가 卽, 들어 맞겠는 지의 如否를 判斷함에 있어 「맛의 多樣化와 高級化 時代」인만치 손쉽게 맛 있는 飲食物을 提供한다면 반드시 ヒット할 것이라는 確信을 갖었다」고 말하고 있음을 보아 市場調査도 꽤 綿密하게 展開하면서 出發했다고 보이며 이 카레로 말하면 戰爭前에서 부터 日本사람에게는 大衆食品이었으며 그 後인 인스턴트時代에 들어서는 가루에서 루-로 移行하여 所謂 「완탕치카레」 時代에 접어들어 갔다. 카레메이카의 競争은 菓子메이카까지도 끼어 들어서 亂戰을 거듭했기 때문에 大塚食品의 풍카레는 카레業界에 새로운 波紋을 던진셈인데 이 풍카레가 登場하기 前에 日本에는 통조림으로된 카레는 있었지만 이것은 携帶用으로서 特殊한 存在였지 一般家庭에서 쓴다는 것은 極히 드문일이어서 풍카레- 出現까지는 「루-카레 全盛時代」인 셈이 되었는데, 이와같은 背景속에서 레토루토食品의 第一彈이라고도 할 풍카레가 市場에 첫발을 디딘셈인데 大塚食品에서는 「文字 그대로 큰 ヒット」였다고 하며 「벌써 4年째로 지금까지는 倍增으로 伸張을 거듭했습니다」라고하니, 그 伸張度는 予想以上이었던 것은 事實이며 그 證據로서 昨年 4月末을 時点으로해서 이 풍카레-가 100億圓의 販売成績을 올렸다고 說明하고 있으며 이에 着眼해서 第2彈으로 發射된 것이 류-의 「본시류-」이며 1970年 1월에 본시류-는 아직 關東地方에서만 테스트販売였는데 그 成績도 極히 좋았다고 하니 「레토루토食品時代」가 크게 開花됐다고 볼 수 있으며 이 大塚食品의 큰 ヒット에 탄 메이카-도 가만히 있을 수가 없음은 當然한 일이다.

于先 카레메이카가 끼어들었고 이 中에는 하우스食品과 SB食品, 오리엔탈 등이었고 거기에 綜合食品메이카를 指向하던 큰 水産메이카인 大洋 漁業의 마루하, 極洋, 日冷, 東洋水産뿐이 아니고 프리마햄이라는 畜産加工메이카와 쏘-스메이카도 戰列에 끼어 들었다. 또 異色的인 存在로서 甘露飴도 侵入해와서 레토루토食品業界는 甚한 混戰狀態를 빚어냈다. 이 사이에 製造技術問題로 多少 트라볼도 일어났지만 레토루토食品業界에는 確固不動한 基盤

을 構築하게끔까지 成長했다.

히트한 理由

이것도 先發메이카인 大塚食品의 말을 톱맛타로 登場시키지 않을 수 없는데 「손쉽게 먹을 수 있음은 勿論이지만 맛이 좋다고 하는 점이 最大의 理由가 아닌가」라고 하며 食品인 이상 맛이 없으면 팔리지 않을 것이고 大塚食品이 구태여 맛 있는 카레라고 強調하고 있는데는 理由가 있다. 「카레 처럼 맛들이기가 어려운 食品도 없는데 만들기가 簡便한 만큼, 그 맛은 어떤것도 같다고 믿기 쉽지만 어쨌든 카레의 맛들이기란 大端한 技術을 要한다」라고 말하고 있으며 여기에 着眼한 것이 봉카레의 노린 점이라고 할 수 있겠고, 어떤것도 같은 맛이지만 香辛料의 面에서 柔軟의 程度, 色 등이 有機적으로 結合되므로해서 만드는 方法에 따라 맛이 달라지므로 「一流調料士의 맛」이란 캐치프레이즈도 이와같은 兪想에서 생기게 된다고 하겠다.

구구레카레, 구구레시츄를 내고 있는 하우스食品에서도 같은 말을 들을 수 있는데 「만드는 재미 외에 먹는 재미. 이는 맛의 勝負가 되는 때문이다」라고 말하며 SB食品에서는 「맛은 当然한 것. 손쉽고 便利한 점을 놓쳐서는 안된다」라고 한다. 완탕치카레의 代表格인 루 카레도 그 나름의 特色은 있었지만 그러나 數分間 데우기만해서 먹을 수 있는 便利한 점은 당해내지 못한다.

난죽크카레-, 시츄-를 내는 大洋漁業의 마루하에서는 더욱 「뿔치리가 쉽다는 것을 添加하고 싶은 하나」라하며 비닐봉지에서 꺼내면 그것으로 마치며 다음은 봉지를 버리는 일만이며 병조림이나 통조림과 같이 남은 容器가 거치장스러워서 困難한 일은 없으므로 하우스食品에서는 부가해서 「한사람몫씩 나누어져 있는 것은 核家族에 있어 極히 重要한 세일스포인트가 아닌가」라고 말하고 있다.

消費傾向을 보면 卍마, 獨身者, 夫婦가 같이 버는 家庭, 主婦들의 主食用이란 消費傾向은 한봉지가 한사람몫이란 單位가 잘 팔리는 点임을 如實히 말해주고 있으며 卍마들이 텔레비전의 코마살을 보

고 「카레가 먹고 싶다」라고 말했다고 하면 어머니는 카레를 만드는 以上은 한사람몫만을 만들수는 없으므로 自然히 家族全体가 카레를 먹게되는 結果를 가져오게되나 레토루토카레를 쓰게되면 이 苦惱는 簡單하게 解消된다. 메이카側 말을 빌리자면 이 程度로하고 消費者의 말을 들어보면 「적은 家族로서 카레를 만들려면 적으나 많으나 材料는 다 갖추어야하고 고기도 넣고, 감자, 당근, 둥근콩도 넣는다고 하면 값이 싸지름 많고 한봉지 80円은 얼핏 보면 비싼것 같으나 利用에 따라서는 싸게 먹힌다」라고 말하고 있으며 獨身者에게 물어보면 「電氣, 솥은 태반의 獨身者가 갖고 있으므로 自炊를 하게되면 걱정거리는 반찬만들기인데 남아도 걱정없는 한사람몫의 봉지들이 카레가 便利」하다는 귀여운 말이며 또 한사람의 主婦에게 스-파마켄에서 物件을 사고 있는 것을 붙들고 인터넷 해보면 「맛을 宣傳하고 있는 關係로 맛이 좋고 主人이 밖에서 카레를 먹고 와서는 또 저녁食事に 카레를 먹어서는 가련하므로 卍마들에게는 이것이 그만입니다」라고 말하며 消費者는 저희들 타입으로 利用하겠지만 레토루토食品을 받아들이는 理由는 以上으로 明確해 졌으리라고 본다.

앞으로의 展望

大塚食品에서는 発売以來 倍增, 倍增으로 이 끌어 가다 간신히 落着을 보이고 올해에는 35%(前年比) 증을 내다보고 있다고하며 昨年에는 年間 레토루토食品만 200億円の 売商高였다고 하며 同社 에서는 앞서말한 대로 昨年 4月末로 100億円の 売上 記録이었다고하니 그 세야는 大端한 것이다. 그러므로 「当社와 같은 伸張은 卍社도 손대고 있으므로 期待할 수 없지만 繼續 急上昇할 것은 틀림없다」라고 말하고 있으며 하우스食品, SB食品에서도 같은 말투로 레토루토食品의 展望은 極히 밝다고 結論짓고 있고 具體的數字를 들어보면 각메이카의 一致한 展望은 年間 10億食에서 15億食程度가 될 것 같다고 하며 이를 1食 80円으로 換算하면 800 億円에서 1,200億円에 達한다. 메이카가 이러한 展望을 갖고 있음은 極히 自身있는 態度라 하겠고 그 中,

大塚食品에서는 일찌기 카레, 시츄 외에 16가지의 레토루토食品 開發에着手, 現在로서는 언제든지生産販賣할 수 있는 体制下에 있다고 하는 先發메이카답게 카레, 시츄 뿐 아니라 오리지날商品 開發을 進行시켜 後發메이카의 猛追擊을 봉쇄하고자 함이며 만일 16가지의 레토루토食品이 登場하면 文字 그대로 레토루토 食品時代에 突入하는 結果가 될 것이며 판 베이카에서는 이와같은 새로운 레토루토食品 開發에 對해서는 말을 들을 수가 없었지만 새로운 商品 開發에 合力을 기우리고 있음은 當然한 處事라하겠다. 그러므로 今後안에 적어도 數種類의 레토루토食品이 새로 登場할 것이고 메이카間的 販賣競爭은 激烈을 더 해갈 것으로 보이며 앞으로 어떤 레토루토食品이 登場할 것인가함에는 어느 메이카도 그 이름을 밝히지 않고 있고 冷凍食品으로서 登場하지 않겠는가함이 共通된 見解이다. 이미 이들 冷凍食品은 常溫에서의 保存에 效果를 둔다고 친다면 레토루토食品으로 形態를 바꾸어 出現시켜도 어색하지 않기 때문이다.

앞으로의 課題

히트食品의 課題라고 하면 現在까지의 人氣를 어떻게 保持하는가 그리고 그 人氣를 어떻게 더욱 上昇시키는가에 달려있다. 불꽃처럼 꺼져버린다면 모처럼의 努力도 水泡로 될 것이기 때문이며 多幸한 일은 레토루토食品의 展望은 極히 밝고 메이카側도 自信万万한 點으로 보아 앞으로의 課題는 없는 것 같이 보이니 꼬집어 말한다면 첫째는 消費者의 擴大이며 大塚食品, 하우스食品에서도 「꼬마, 獨身者, 단 特定階層뿐만 아니라 普通一般家庭에서도 消費되도록 만들고 싶다」고 말하고 있는 點을 들 수 있다. 消費層을 擴大시키려면 어떻게 할 것인가 하면 첫째는 PR이며 大塚食品의 히트한 理由는 텔레비전이라는 媒體를 써서 奇蹟을 程度까지의 宣傳도 그 하나였다고 말하고 있으며, 카레는 当初 品川隆二, 松山蓉子, 시츄는 植木等の 타렌트를 써서 한 宣傳作戰이었는데 植木の 台辭읽기도 興味 이었고 輿論아위에 아직도 그리고 또 하는식으로 흐르는

코마살은 消費者에 싫증을 주면서도 刺戟을 주게 되었고 「값은 200원, 알맹이는 400원」이란 台辭는 그야말로 電波를 利用한 宣傳文句의 히트라고 아니 할 수 없었으며 둘째 課題는 冷凍食品, 통조림類와의 競爭이며 특히 큰 水産메이카가 레토루토食品에 進出해와서 그 競爭이 甚해졌고 앞으로 登場될 것이라는 레토루토食品은 冷凍食品과 거의 비슷한 것으로 보이기 때문이다. 이렇게 되면 水産 메이카가 앞으로 戰畧上 有利하게 되고 레토루토食品은 常溫에서 保存이 可能하다는 特性을 살리는 以上 冷凍食品, 即 콜드치엔과는 다른 利點이 있고 이 點을 充分히 利用해야 할 것이다. 셋째 課題는 맛의 特性을 내는 것으로 美國에서는 통조림料理가 限界에 到達했다고하나 레토루토食品의 種類가 늘어나고, 레토루토食品을 根本으로한 調理時代가 온다고 하면 맛의 特性이야말로 히트를 持續시킬 重要한 포인트일 것이며 이와 關聯해서 레토루토食品의 利用方法도 PR해야 할 것이고 單純히 카레와같이 쌀밥 위에 치는 것만으로는 用途가 좁고 消費增加의 展望도 흐리므로 調理의 根本이 되도록 利用範圍를 넓히는 必要性은 레토루토食品의 將來를 생각할 때 考慮되어야 할 것이며 끝으로 값에 對해서는 카레가 한봉지에 80円~100円, 시츄가 200円内外로 되어 있는 것이 많은데 이것도 檢討해볼 必要가 있다고 보며 核家族이라고해도 4명이 다같이 먹었다고 해서 320円, 每日 먹을 수는 없지만 카레만으로는 안된다고치면 싸게 먹힌다고는 말할 수 없고 더욱 앞으로 消費增加를 企圖한다면 價格面의 檢討와 對 冷凍食品과의 比較에서도 必要하다고 본다.

