

엑상조미료, 소비자는 선택할까 ?

고가에 유통 · 보관성 난점 ... 일본은 전체시장의 25% 차지

LG화학이 기존의 분말조미료와는 다른 엑상조미료를 출시, 조미료시장 재편 여부에 비상한 관심이 쏠리고 있다.

LG화학(대표 성재갑)에 따르면, LG맛그린 엑상조미료의 96년 생산계획량은 564톤, 10억원으로 국내 조미료시장 2000억원 중 5% 점유를 목표로 하고 있다.

국내 조미료 판매추이				
구분	1993	1994	1995	증감률
화학조미료	1,053	1,171	1,117	▽4.6
복합조미료	918	900	831	▽7.7
합 계	1,971	2,071	1,948	▽5.9

LG화학이 3년간 20억원의 연구비를 투입, 96년 1월부터 판매에 들어간 맛그린 엑상조미료는 LG화학 식품연구소에서 엑상타입의 조미료시장이 확대될 것으로 전망, 천연지향의 건강 취향에 맞도록 제조한 조미료이다.

특히 조미료시장이 화학조미료에서 복합조미료로, 복합조미료에서 천연지향의 조미료로 진행되어온 가운데 LG맛그린 엑상조미료가 엑상조미료로의 변천 계기를

마련할지 초점이 되고 있다.

LG맛그린 엑상조미료는 분말 제조시 실시하는 건조과정을 거치지 않음으로써 영양분과 향미의 손상을 최대한 막을 수 있다는 점과 음식 제조시 편리하게 사용할 수 있다는 장점을 지니고 있다.

더불어, MSG와 방부제를 첨가하지 않음으로써 소비자들의 천연지향 욕구에 더욱 접근했다는 평가를 받고 있다.

그러나 방부제를 첨가하지 않아 냉장고 보관이 필수적인데다 용기 개봉후에는 유통기간이 짧아지는 점과 유리용기를 사용해 무겁고 깨지기 쉽다는 단점을 안고 있다.

LG화학은 93년말 「맛그린」을 출시해 조미료시장에 획기적 돌풍을 몰고올 것으로 기대했으나, 소비자들로부터 외면, 연간 매출액이 100억원에 머무르고 있다.

이러한 맛그린의 시장공략 실패요인이 일반조미료보다 30%정도 고가였다는 점을 감안할 때, 엑상조미료가 그보다 더 비싸다는 점에서 판매에 실효를 거둘 수 있을지는 의문시되고 있다.

실제로 235g 맛그린 엑상조미료 쇠고기와 230g 맛그린 엑상조미료 가다랭이는 각각 2500원으로 일반조미료보다 고가에 출시, 거대시장 공략에는 상당한 난제가 예상되고 있다.

가격이 높은 이유는 원료검사 - 엑상원료 혼합 - 1차살균 - 여과 - 균질 - 2차혼합/살균 - 저장 - 살균/충진 - 냉각 - 포장 - 출시에 이르는 복잡한 제조과정과, 제조과정상에서 저온살균을 2차례 거친데 따른 비용증대가 원인이다. 또한 조미료 원료가 일반조미료와 달리 천연계가 많이 첨가된데 따른 것으로 풀이되고 있다.

한편, LG화학은 일본의 경우 엑상조미료가 전체시장의 25%를 점유하고 있다는 점을 염두에 두고 홍보강화를 통해 판매확대에 주력할 계획이다.

<화학저널 1996/3/4>

