다양한 식생활 문화의 요람 오뚜기

ottogi

"맛을 통한 세계의 경험 "이라는 독특한 의미를 지니고 1969년 국내 최초로 즉석 카레를 선보이면서 출범한 오뚜기는 1970년대 초반까지만 해도 외제식품 일색이었던 국내 조미식품시장에서 순수한 우리의 상표로 외국 상표와 당당히 맞서 기술의 승리, 맛의 승리, 품질의 승리를 이룩해 낸 대표적인 기업이다.

조미식품의 선두주자로서 우리의 식생활 문화를 선도해 온 오뚜기는 국내의 비약적인 경제 성장기간인 1980년대를 도약의 기회로 삼아 점차 다양화, 고급화되어 가는 우리 식생활 추세에 발맞추어 서구 음식문화의 간편성과 우리 전통 음식문화의 그윽한 풍미를 슬기롭게 조화시키면서 가공식품 분야의 새로운 영역을 끊임없이 개발하고 넓혀 왔다.

보다 좋은 품질, 보다 높은 영양, 보다 앞선 식품을 생산, 보급함으로써 국민 식생활 향상에 기여할 것을 목표로 성장을 거듭해 오고 있으며, 맛과 영양의 상징인 제품들은 국내 최초의 카레를 비롯하여 스프, 케찹, 마요네스, 식초, 유지제품, 레토르트제품, 참치를 비롯한 수산물 통조림 등 기타 각종 조미식품과 라면에 이르기까지 400여종 이상이다.

오뚜기의 모든 제품이 신선한 자연의 맛과 영양을 그대로 간직하게 된 비결은 바로 원료의 선별에서 완제품 출하에 이르기까지 전과정이 첨단시설과 철저한 위생관리에 의해 운영되고 있기 때문이다

또한 소비자의 니즈를 적극 반영한 식품을 개발, 출시함으로써 국민들에게 맛있는 식품을 제공하는데 최선의 노력을 다하고 있다.

1994년에는 중국 강소성에 현지 공장을 신설하여 중국인들에게 우리의 입맛을 전파하는 한편 96년 8월에는 뉴질랜드 오클랜드에도 공장을 지어 풍부한 자연을 배경으로 성장한 천혜의 쇠고기를 원료로 한 다양한 제품을 생산하고 있다.

2001년 8월 30일 준공한 오뚜기 대풍공장 모습 - 대풍공장을 완성함으로써 수도권, 중부권, 남부권에 보다 신선하고 좋은 제품을 공급할 수 있게 되었다.

오뚜기는 주력 업종인 식품이 고객의 식탁을 통해 가족들이 함께하는 식사 시간이 유쾌하고 생활의 활력소가 되는 "스위트홈 "을 이룩하는데 노력하고 있다.

"가화만사성 "이란 의미처럼 매사가 행복하고 화목한 가정에서 비롯되듯이 오뚜기가 지향하는 것이 바로 고객의 "스위트홈 "구현 그 자체라고 할 수 있다.

이런 취지에서 가족과 함께 할 수 있는 제품 만들기에 주력하고 나아가 가정의 달인 5월이면 해마다 "건강한 가정, 밝은 사회 "를 주제로 가족 요리 페스티발 행사를 개최하는 등 가족 사랑에 앞장서고 있다.

아울러 대표적인 공익사업 중 하나는 92년 7월부터 어려운 가정 형편으로 수술할 여력이 되지 않는 선천성 심장병 어린이 수술비 후원 사업을 펼치고 있다.

매월 15명의 어린이에게 수술비를 후원하고 있는데 그 숫자가 금년 3월로 1,101명에 달하고 있다.

다양한 식생활 문화의 요람인 오뚜기는 식품을 주업으로 하되 생활문화사업 등 21세기의 기업으로 소비자에게 광범위한 서비스를 할 수 있도록 전방위 기업으로 성장하여 한국에서 뿐만 아니라 세계 속에서도 꼭 필요한 기업으로 발전해 나가고자 한다.