

얇은 껍질에 아삭한 식감...국산 포도 ‘코코볼’ 첫선

농진청 개발 신품종... 경북 상주 등 백화점 등서 판매 시작

얇은 껍질과 아삭한 식감이 특
징인 국산 포도 신품종 ‘코코볼’이
올해 처음 소비자를 만난다.

농촌진흥청(청장 이승돈)은 ‘코
코볼’이 14일부터 백화점 등을 통
해 판매된다고 밝혔다.

‘코코볼’은 농촌진흥청 국립원
예특작과학원이 개발해 2023년
품종 출원하고, 이듬해 통상실시
를 통해 보급한 껍질째 먹는 포도
품종이다. 코코아 빛을 띠는 얇은
껍질과 손으로 빤듯한 자연스
러운 열매 모양을 살려 이름을 붙
였다.

특히 껍질이 거의 느껴지지 않
을 정도로 얇아 껍질째 먹기 편하
고, 한입 베어 물었을 때 이가 박
힐 듯한 아삭한 식감의 과육이 돋
보인다.

노지 비가림 재배 기준 숙기는
9월 중순이며, 당도는 19.4브릭스
(°Bx), 신맛을 나타내는 산 함량

은 0.32%다. 이는 같은 포장에서
재배한 사인머스켓의 당도 19.0브
릭스, 산 함량 0.29%와 비슷한 수
준이다.

이번에 8월 중순부터 출하되는
초기 물량은 3중 무가온 하우스
재배를 통해 노지 비가림 재배보
다 수확 시기를 한 달가량 앞당긴
것이다.

또 포도알 사이의 간격이 비교
적 넓고 열매자루가 길어 송이가
지나치게 뻗어버리지 않는 것도
‘코코볼’의 장점이다.

이에 따라 포도알을 속아내
는 데 필요한 노동력을 줄
일 수 있고, 수확과 유통
과정에서 열매가 송이
에서 떨어지는 현상도 적어
유통 측면에서도 유리
할 것으로 기대된다.

최근 사인머스켓 가격
하락으로 국내 포도 재배

농가의 어려움이 커지는 가운데
‘코코볼’은 차별화된 품질과 시장
경쟁력을 갖춘 신품종으로 농가
수익성 회복과 포도 유통시장 확
대를 위한 대안으로 기대를 모으
고 있다.

올해 ‘코코볼’은 경북 상주 등
시범 재배 농가를 중심으로 약 2
톤이 출하될 예정이다.



이번 출하는 소비자와 유통업
계의 시장 반응을 확인하는 첫 단
계라는 점에서 의미가 있다. 농촌
진흥청은 시장 반응과 농가 재배
안정성을 확인한 뒤 보급 면적을
단계적으로 확대할 계획이다.

이와 함께 수확 후 품질을 오래
유지할 수 있는 저장 기술을 검토
하고, 착색과 열매 터짐(열과) 등
재배 과정에서 발생할 수 있는 문
제를 줄이기 위한 현장 기술 지원
도 이어갈 방침이다.

김윤경 농촌진흥청 국립원예
특작과학원 과수기초기반과장은
“‘코코볼’이 지닌 아삭한 식감
은 소비자와 유통업자 모두가 선
호하는 특성”이라며 “자연스럽게
늘어지는 송이 모양은 알숙기에
드는 노동력을 줄이는 데 도움이
되는 만큼 앞으로도 좋은 포도
품종을 꾸준히 개발하고 널리
보급하겠다”고 말했다.

김대경 기자
press@nonguplimes.com

◀ 포도 코코볼

서울우유, ‘진한 슬라이스 치즈’ 출시...체다·고다·블루치즈 조합

체다치즈·고다치즈·블루치즈 황금비율로 배합

서울우유협동조합(조합장 문
진섭)이 치즈 본연의 깊고 진한
풍미를 강조한 신제품 ‘진한 슬
라이스 치즈(168g)’를 출시했다.

최근 체다치즈 특유의 진한
풍미와 짭짤한 맛을 앞세운 ‘황
치즈’가 새로운 먹거리 트렌드
로 주목받으면서 과자와 베이커
리 등 관련 제품 출시도 이어지
고 있다. 서울우유는 이러한 소
비자 수요를 반영해 치즈 본연
의 풍미를 살리고 다양한 요리
에 활용할 수 있는 슬라이스 치

즈를 선보였다.

신제품 ‘진한 슬라이스 치즈’
는 체다치즈와 고다치즈, 블루
치즈 등 3종의 치즈를 최적의
비율로 배합해 진한 풍미를 구
현한 것이 특징이다. 특히 1장당
중량을 24g으로 기존 슬라이스
치즈보다 33% 늘려 한 장만으
로도 묵직하고 풍성한 치즈 맛
을 즐길 수 있도록 했다.

활용도도 높다. 토스트와 샌
드위치, 볶음밥, 파스타, 떡볶이
등 다양한 요리에 곁들이면 간



▲서울우유제품

편하게 치즈의 깊은 풍미를 더
할 수 있다.

‘진한 슬라이스 치즈(168g)’는

마트와 할인점 등 오프라인 매
장을 비롯해 다양한 온라인 채
널에서 판매된다.

서울우유협동조합 가공품마
케팅팀 하상원 팀장은 “신제품
은 기존 슬라이스 치즈의 부드럽
러운 맛과 차별화해 체다·고다·
블루치즈 3종을 최적의 비율로
배합해 진한 치즈 풍미를 살린
제품”이라며 “한 장만으로도 확
찬 풍미를 느낄 수 있는 ‘진한
슬라이스 치즈’로 정통 치즈의
맛을 경험해 보시길 바란다”고
말했다.

안진아 기자
midal0210@naver.com

식약처, 삼계탕·냉면·치킨 등배달 음식점 점검

식품의약품안전처(처장 오유
경)는 본격적인 여름철을 맞아
삼계탕, 냉면, 치킨 등을 조리·판
매하는 배달 음식점과 김밥, 토
스트 등 살도넬라 식중독 발생
우려가 높은 달걀을 주재료로 사
용하는 음식점 총 4,915곳을 대
상으로 7월 13일부터 17일까지
지방정부와 함께 집중점검한 결

과, ‘식품위생법’을 위반한 58곳
을 적발해 관할 기관에 행정처분
등 조치를 요청했다.

삼계탕, 냉면, 치킨 등을 조리·
판매하는 배달 음식점 2,510곳
을 점검한 결과, 18곳이 적발됐
다. 주요 위반사항은 △조리실
위생불량, 위생모·마스크 미착
용 등 위생적 취급기준 위반(7

곳) △건강진단 미실시(6곳) △
소비기한 경과 제품 보관·판매,
치킨 중량표시 위반 등 영업자
준수사항 위반(4곳) △폐기물 용
기 뚜껑 미설치 등 시설기준 위
반(1곳)이다.

김밥, 토스트 등 달걀을 주재
료로 사용하는 조리·판매 음식
점 2,405곳을 점검한 결과, 40곳
이 적발됐다.

주요 위반 사항은 △건강진단
미실시(15곳) △폐기물 용기 뚜

껍 미설치 등 시설기준 위반(13
곳) △조리실 위생불량, 위생모·
마스크 미착용 등 위생적 취급기
준 위반(11곳) △소비기한 경과
제품 보관·판매 등 영업자 준수
사항 위반(1곳)이다.

점검과 함께 조리식품 총 160
건을 수거해 식중독균 등을 검사
한 결과, 김밥 1건에서 황색포도
상구균이 기준보다 초과 검출되
어 관할 관청에서 해당 음식점에
대해 행정처분할 예정이다.

CJ제일제당 ‘미초’, K-음료 영토 넓힌다



▲일본 미초제품 라인업 (CJ그룹 제공)

시장 패러다임 전환 이끌며 K-음료 확대

CJ제일제당의 과일발효초
브랜드 ‘미초(美醇)’가 일본 일
상 음료 시장 공략에 박차를 가
한다.

CJ제일제당은 미초를 일상
속에서 즐기는 ‘데일리 웰니스
음료’로 일본 소비자에게 더 가
까이 다가가기 위해 8월 말까
지 ‘미초 일상 레시피 제안 캠페
인’을 진행한다고 13일 밝혔
다. 최근 일본 음료 시장이 기
능성을 더한 일상 음료로 영역
을 확장하는 추세에 맞춰, 건
강과 미용 목적의 음용식초를
넘어 소비자 일상 속 다양한
TPO(시간·장소·상황)에서 즐
기는 제품으로 자리매김하기
위해 기획했다.

올해 론칭 20주년을 맞은 미
초는 지난 2012년 ‘식류맛 미
초’로 음용식초 중추국인 일본
에 첫발을 내딛은 이후 최근 5

년 기준 일본 음용식초 시장 1
위를 유지하며 일본에서만 연
매출 1,500억원대의 메가 브랜
드로 자리매김했다. 특히 일본
식초 시장의 패러다임을 현미
발효 흑초에서 과일발효초 중
심으로 완전히 바꿔놓았다는
평가를 받으며, 현지 소비자 취
향에 맞춘 제품군을 지속 강화
하고 있다. 이번 캠페인을 계기
로 일본 시장에서 한 단계 더
도약한다는 계획이다.

캠페인은 미초 스테디셀러
제품인 ‘식류’와 최근 내놓은
신제품 ‘아사이’를 중심으로 진
행된다. 이를 알리기 위해 CJ제
일제당은 일본 전 연령대에서
밝고 건강하고 신뢰감 있는 이
미지로 폭넓은 인기를 얻고 있
는 배우 미츠시마 신노스케(
島真之介)를 모델로 기용했다.
‘미초 레스큐(Rescue)’를 테마

로 한 미초 영상 광고에서 미츠
시마는 소비자의 기분과 일상
고민에 맞춘 음용법을 제안하
는 ‘미초 레스큐(구조대) 대장’
역할을 맡아 제품과 함께 화제
를 모으고 있다.

이와 함께 디지털 광고를 소
비자 체험으로 연결한 ‘미초 무
료전화 이벤트’를 진행한다. 전
용 무료 번호로 전화하면 배우
의 음성 가이드에 따라 최적의
미초 레시피를 추천받고 문자
로 구매 링크까지 연결되는 방
식이다.

현장 시음을 통한 제품 인지
도 확대에도 주력하고 있다. 여
름철 시원한 음료 수요가 높아
지고 일본어 숫자 3(み, 미)이
브랜드명을 연상시킨다는 점
에 착안, 7월 3일을 ‘미초의 날’
로 정하고 주요 대형마트와 슈
퍼마켓을 중심으로 시음 이벤
트를 진행하고 있다.

정영란 기자
yunglan528@hanmail.net

농협목우촌, 프리미엄 건강즙 ‘흑염소진액 本’ 출시

‘농협염소’에 국내산 홍삼·녹용 등 전통 한방 원료 23종 더해

농협목우촌(대표이사 박철
진)은 ‘흑염소진액 本’을 출시하
고 건강즙 시장 공략에 나선다.
‘흑염소진액 본’은 농협의 관
리 기준을 적용한 통합브랜드
‘농협염소’ 원료를 사용하고, 국
내산 홍삼·녹용 등 전통 한방
원료 23종을 담은 것이 특징으
로 70ml 30포에 4만9,800원에
판매한다.

박철진 농협목우촌 대표이사
는 “이번에 출시한 흑염소진액
본이 건강즙 시장에 소비자들의
새로운 대안이 되길 기대한다”
며 “국산 축산물의 가치를 높이



▲흑염소진액 本출시(농협 제공)

고 소비자에게 신뢰받는 제품
을 지속적으로 선보이겠다”고

말했다.

강태영 기자 kya0712@daum.net

10년을 지나, 100년의 지속가능성을 바라보다.

축산환경관리원
Livestock Environmental Management Institute

**축산환경관리원은 창립 10주년을 맞아
지난 10년간의 경험을 평가하고
앞으로의 100년을 준비하여 더욱 도약하겠습니다.**

환경

**친환경
안심축산업
실현**

기술

**가축분뇨
처리
다각화**

인력

**축산환경
전문가 인력
양성·교육**

데이터

**데이터 기반
축산환경
개선**