

소비자를 사로잡는 신품종 농산물

도쿄지사

새로운 농산물이 물려온다

• 소비자의 다양한 니즈를 고려한 유니크한 신품종 농산물이 계속해서 등장하고 있다. 씨까지 먹을 수 있는 수박, 베란다에서 재배 할 수 있는 멜론, 병에 강한 오이, SNS에서 화제를 모을 수 있는 다양한 색상의 농산물, 선물용으로 인기가 높은 하트모양 과일 등 소비자의 마음을 사로잡는 농산물이 연이어 주목을 받고 있다.

먹기 편하도록 품종을 개량한 농산물

피노걸

ピノ・ガール

(씨까지 먹을 수 있는 수박)

씨가 작아지도록 개량해 일반 수박씨의 1/4 크기이며, 두께도 매우 얇아 그대로 먹어도 전혀 싫은 느낌이

들지 않는다. 수박씨는 미네랄, 비타민, 지방산, 단백질 등 영양소가 풍부하며 아연, 철, 엽산 등 빈혈 예방에도 효과적이다. 또한 불포화지방산은 혈중콜레스테롤을 저하시키는 효과가 있다.



베란다de멜론

ベランダdeメロン

(베란다에서 재배 가능한 멜론)

난토종묘 주식회사의

“베란다de 채소밭 시리즈(de는 일본어로 ‘~에서’라는 뜻의 조사)”이며 화분을 사용해 손쉽게 베란다에서 재배 할 수 있는 것이 특징이다. 멜론 이외에도 물과 비료 이외에 특별히 신경 쓰지 않아도 잘 자라는 수박, 토마토, 가지 등의 시리즈가 있다. 또한 불포화지방산은 혈중콜레스테롤을 저하시키는 효과가 있다.



핑크

ピンキー

(껍질이 얇은 미니토마토)

껍질이 얇아 입 안에 잘 남지 않는 토마토로 큰 인기가 있는 제품이다. 빨간색과 노란색이 있다.

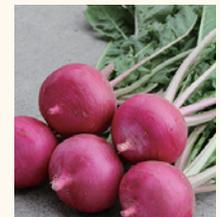


모모노스케

もものすけ

(복숭아처럼 껍질이 벗겨지고 단맛이 나는 순무)

달고 수분이 많으며 부드러운 것이 특징이다. 복숭아와 같은 식감에 손으로 껍질을 벗길 수 있는 후르츠 순무.



산도파루

サンドバル

(절단해도 과즙이 잘 흘러내리지 않는 신품종 토마토)



아이치현 농업종합시험장이 개발한 가공용 토마토의

신품종 “산도파루”. 개발 담당자는 샌드위치에 사용했으면 싶어 이름을 산도파루(샌드위치의 일본 발음은 산도잇치(サンドイッチ))로 지었다고 한다. 산도파루는 절단해도 과즙이 잘 흘러내리지 않는 것이 가장 큰 특징으로 샌드위치에 넣었을 때 먹기 쉽고, 샐러드에 넣어도 과즙이 흐르지 않아 보기에 좋다. 가공야채의 수요확대를 예측하여 10년 가까이 개발에 착수해 2015년 판매를 시작했다.

나루나루

なるなる

(병충해에 강한 오이)



2011년 나가노현에서 치러진 제62회 전일본 야채품종 심사회에서 1등특별상을 수상한 제품. 백분병, 노균병

등 병에 강하고, 이름처럼(나루나루: 열매 등이 열리다, 맺히다는 뜻의 “나루”를 연이어 사용) 간단히 많이 수확할 수 있는 품종이다. 비료만 정기적으로 주면 병충해에 강해 누구라도 장기간 재배가 가능하다. 영리재배는 물론 가정재배에서도 인기 있는 품종이다.

독특한 색상과 모양의 농산물

마나무스메 히나타

愛娘ひなた

(껍질이 황색인 작은 사이즈의 수박)



난토종묘 주식회사에서 올해 새로 발매한 신품종 수박. 수박에서는 보기 힘든 노란색의 껍질로, 색깔도 사이즈도 귀여운 품종이다.

블랙문

ブラックムーン

(검은색 껍질, 황색 과즙의 씨없는 수박)



난토종묘 주식회사의 블랙잭 시리즈 중 하나.

수박에서는 드문 검은색 껍질에 황색 과즙의 씨없는 수박이다. 블랙잭 시리즈의 특징은 씨가 없어도 저온착과성이 좋으며, 공동(空洞) 및 변형이 거의 일어나지 않으며, 정구형에 줄무늬가 없는 칠흑 같은 검은색이 특징이다.

쿨 차지준

クールチャージ潤

(과즙이 새하얀 수박)



새하얀 과육이 특징. 농도와 산미의 밸런스가 좋고,

“먹는 스포츠 음료”와 같은 풍미로 여름철 땀을 흘린 뒤에 최적이다.

모미지 스틱

もみじスティック

(속살까지 전부
붉은 무)



스틱 샐러드에 사용 시
색상을 즐길 수 있으
며, 배와 같은 식감이 있다.

하트형 수박

ハート型スイカ

(하트모양 수박)



구마모토 현의 농가,
기무라 히로이치(木
村洋一)씨가 개발한 하트모양 수박. 1통에 만 팔천 엔
(약 18만원)으로 고가의 제품이나 선물용으로 인기가
높다.

히로시마산

하트레몬

広島産

ハートレモン

(하트모양 레몬)



레몬 산지로 유명한
히로시마 현 세토다쵸(瀬戸田町)에서 재배되고 있는
하트레몬. 농약 및 화학비료의 사용을 50% 삭감해 안
심·안전의 에코레몬으로 주목을 받고 있는 곳으로 하트
모양 레몬을 개발해 화제를 모았다. 선물용으로 큰 인
기를 얻고 있는 제품이다.

농산물의 색다른 부가가치 모색해야

- 과거에 비해 생활수준이 높아지고 구매력이 향상될수록 소비자들은 기존의 맛과 품질뿐 아니라, 더욱 많은 부가 가치를 지닌 농산물을 찾게 된다. 이런 니즈를 발 빠르게 캐치해 모양, 색깔, 편리함 등에서 한층 업그레이드 된 신 품종을 개발하는 사례가 잇따르고 있다.
- 최근의 홍보 트렌드에서 가장 중요시 여기는 것 중 하나가 SNS를 활용한 홍보 방식이다. SNS에 올려 화제가 되면 급속도로 전파되어 매출 증대로 이어지기 때문에, SNS인플루언서나 SNS바에(SNS映え:소셜 네트워크 서비스의 약자 “SNS”와 “映える(하에루: 빛나다)”가 합쳐진 것으로 SNS에 사진을 올렸을 때 이목을 끌 수 있는 것을 말함) 등 신조어가 생겼으며, 많은 제조업체들은 SNS 마케팅을 중요시 여기고 있다. 농산물에서도 이와 같은 트렌드가 나타나고 있는 것을 알 수 있는데, 건강을 위해 먹는 야채와 과일에 이제는 소비자의 눈을 즐겁게 한다는 새로운 역할이 부여되고 있다.
- 파프리카와 토마토 등, 한국산 농산물이 올 한 해 일본시장에서 좋은 성과를 얻었다. 일본의 소비자를 사로잡기 위해 새로운 품종개발과 SNS를 통한 홍보로 일본 시장을 공략해본다면 한국산 농산물의 입지가 더욱 확고해질 수 있을 것이다.