




신품종 옥수수 『청춘찰』의 유통시장 평가결과

» 배경 및 필요성

- 개발된 신품종의 시장평가(유통인)를 통해 시장요구를 반영한 품종개발, 시장정보 수집 및 대응, 신품종 소개 및 홍보, 시장런칭 정보제공 등으로 신품종의 안정적인 시장 정착 유도

» 정보 내용

구 분	내 용
○ 시장평가 (종합)	<ul style="list-style-type: none"> - (기술보급) 재배방법(시비, 수확시기), 수확 후 관리(삶는 방법, 유통기간) 등 종합적인 기술보급을 병행하는 것이 필요 - (차별화) 기능성 향산화물질 안토시아닌의 고함유 품종으로 소비계층을 차별화한 목표시장을 선정하는 것이 바람직함 - (유통) 호흡으로 인하여 마대자루로 유통되고 있으나 향후 고급화를 위한 포장재는 개발되어야 할 과제임 - (가공성 이용) 유색찰은 껍질균음현상이 빠르고 맛이 일반찰에 비해 감소경향 높아, 가공품으로 이용하는 것이 유리
○ 기타사항	<ul style="list-style-type: none"> - 당도는 보통, 옥수수 끝이 차지 않는 것이 단점으로 보임 - 짙은 자색으로 소비자 선호 유색옥수수와 차이가 좀 있음
○ 주요특성	- 중만생종, 고품질, 식미우량, 채종용이, 검정색(자색) 찰옥수수
○ 청춘찰 사진	  

» 파급효과

- 컨설팅 및 농업인의 영농 의사결정 자료로 제공하여 농가 안정성 확보

<세부 연구결과>

○ 시장평가

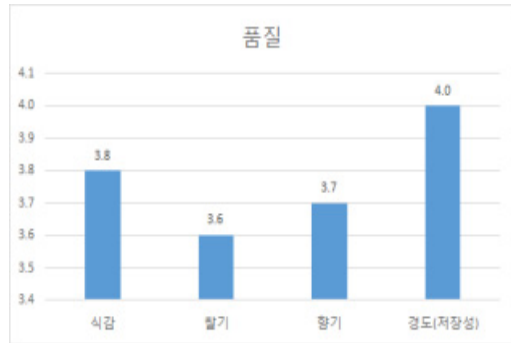
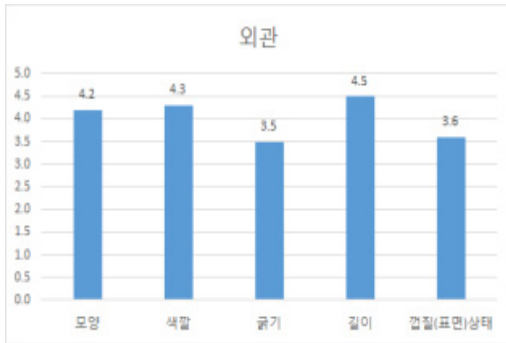
- (기술보급) 찰옥수수는 기호식품으로 맛(찰기, 단맛 등)을 중요시 하므로 신제품인 청춘찰의 최고품질 생산을 위한 재배방법(시비, 수확시기), 수확 후 관리(삶는 방법, 유통기간) 등 종합적인 기술보급을 병행하는 것이 필요
- (차별화) 청춘찰옥수수는 기능성 향산화물질인 안토시아닌의 고함유 품종으로 소비계층을 차별화한 목표시장을 선정하는 것이 바람직함
- (유통) 도매시장의 찰옥수수 유통은 호흡으로 인하여 박스는 어려워 마대자루로 유통되고 있으나 향후 고급화를 위한 포장재는 개발되어야 할 과제임
- 일반적으로 유색찰옥수수는 찰기, 단맛이 적은 특성으로 보이는데 색깔로 소비유도에는 한계가 있어 목표로 하는 소비자 타깃을 분리하여 대응하는 것이 중요(기능성, 색깔 관심이 높은 소비계층)
- 시장의 3대 찰옥수수는 흰색으로 미백2호, 대학찰, 유색은 미흑찰이 대표적인 품종이며, 외관 및 맛에 차별성을 갖춘 품종육성 필요
- 찰옥수수로써 출사 후 25일 정도가 수확적기로 알려져 있으나 생육기상 환경에 따라 2~3일 정도 조기 수확하는 것이 맛 등의 품질특성을 높게 받을 것으로 보임
- (가공성 이용) 유색찰은 특성상 삶은 후 시간경과에 따른 껍질 굳음 현상이 빠르고, 맛(식미)이 일반찰에 비해 감소경향이 높아, 가공품으로 이용하는 것이 유리(빵, 과자 등)

○ 기타사항

- 단기 유통되는 옥수수는 품종육성(육종가), 고품질생산(농가), 수확 후 관리(유통단계)가 유기적인 관계로 최상의 생산물을 소비자에 공급할 수 있음
- 신제품으로 당도는 보통이며 시장에서 상품성으로 중요시 하는 옥수수 끝이 차지 않는 것은 단점으로 보이나 재배적인 방법(시비)으로도 개선할 수 있다고 보임. 예로 대학찰옥수수는 대가 가늘고 식어버리면 맛이 떨어지는 현상으로 뚜렷한 소비감소 현상을 보임

- 신제품은 시장조사자(중도매인, 경매사 등)에게 주기적인 홍보 등으로 인지도를 높이는 것이 중요함

○ 외관 및 품질특성 평가(5점 척도)



○ 품종특성 설명 및 유통인 신제품 평가



[품종특성 설명 및 홍보]



[유통인 신제품 평가]