


신품종 사과 『홍금』의 소비자 평가 결과

배경 및 필요성

- 홍금 사과 신품종의 소비자패널 대상 시장성 평가를 통해 소비자 의견을 반영한 품종개발, 시장정보 수집 및 대응, 신품종 소개 및 홍보, 시식 등으로 신품종의 안정적인 시장정착 유도

정보 내용

구 분	내 용
○ 품종육성	국립원예특작과학원 사과연구소 육종, 정선군 특산단지 육성
○ 마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 외관이 우수한 것으로 평가됨 <ul style="list-style-type: none"> • 크기, 모양, 색택 등 외관이 우수하다는 평가 • 시식, 품종설명, 청정이미지를 병행해 판매하는 것이 유효 - 외관이 우수하다는 점에서 선물용으로 좋을 것이라는 의견 <ul style="list-style-type: none"> • 선물용은 평가품목보다 큰 크기(2~3번 정도)로 판매 필요 - 산도가 과도하지 않아서 장년층에서 선호할 것이라는 의견 <ul style="list-style-type: none"> • 향로 선호하는 장년층은 홍금을 선호할 것으로 예상 - 추석 이후 향로의 자리를 대신하는 역할로 홍금이 적절 <ul style="list-style-type: none"> • 추석 이후 홍금이 향로를 대체하면 시장성이 클 것으로 전망
○ 홍금사진	

파급효과

- 홍금 사과 신품종의 마케팅 전략 제시로 시장경쟁력 제고

<세부 연구결과>

○ 소비자평가 결과

- 당도는 양호한 평가이나 당산비는 소과중인 피크닉에 비해 상대적으로 낮다는 평가임
- 가정 내 소비용으로 구매할 것 같다는 응답이 63.8%로 가장 많았고, 이어서 선물용은 31.9%, 나들이용은 4.3%로 나타남
- 소비자 선호 적정 용량은 1kg이상~2kg미만이라는 응답이 37.2%로 가장 많았고, 3kg이상~5kg미만 32.6%, 1kg미만 16.3%, 5kg이상 9.3%, 2kg 이상~3kg미만 4.7% 순으로 나타나 무게에 대한 선호가 양분되었음을 알 수 있음
- 종이상자 포장을 58.1%가 선호한다고 응답했으며, 비닐 30.2%와 플라스틱 11.6%의 순으로 나타남
- 소비자 선호 판매촉진전략은 시식판매 응답이 높은 비중을 차지했으며 구매 용이한 판매처, 정보제공, 가격할인, 소포장 판매가 그 뒤를 따름

○ 마케팅 전략

- 외관이 우수한 것으로 평가됨
 - 크기, 모양, 색택 등 외관이 우수한 것으로 평가
 - 시식, 품종설명, 청정이미지를 병행해 판매하는 것이 유효하다는 의견
- 외관이 우수하다는 점에서 선물용으로 좋을 것이라는 의견
 - 단, 선물용은 평가품목보다 큰 크기(2~3번 정도)로 판매 필요
- 산도가 과도하지 않다는 점에서 장년층에서 선호할 것이라는 의견
 - 홍로를 선호하는 중장년층은 홍금을 선호할 것으로 예상
- 추석 이후 홍로의 자리를 대신하는 역할로 홍금이 적절
 - 홍로는 추석 이후 맛이 상대적으로 떨어지는 것이 출하되고 있는데, 이 시기에 홍금이 홍로를 대신한다면 시장성이 클 것이라는 의견

○ 품질요인에 대한 평가

- 종합평가에서 약간 우수 평가를 받음
- 소비자 평가 결과는 외관항목(모양, 크기, 껍질 색)에서 우수한 평가를 받았고, 과즙에 대한 평가도 가장 좋았고 육질 또한 좋은 평가를 받았음

【홍금 사과의 품질요인에 대한 평가】

구분	매우 미흡 (-3)	미흡 (-2)	약간 미흡 (-1)	보통 (0)	약간 우수 (1)	우수 (2)	매우 우수 (3)	합계 (총점)	평균
모양	1	1		11	12	12	6	43(49)	1.14
크기		1	1	5	14	13	9	43(64)	1.49
껍질 색		1	2	6	9	16	9	43(64)	1.49
껍질 두께		1	3	16	6	11	6	41(41)	0.95
당도		6	5	4	6	16	6	42(39)	0.91
당산도 비율		6	8	8	11	6	4	43(15)	0.35
육질			3	7	12	13	8	43(59)	1.37
과즙			2	5	11	18	7	43(66)	1.53
향			8	9	8	8	9	42(43)	1.02
종합평가		1	6	8	5	13	5	38(38)	1.00

* 합계 = 평가 항목별 총 응답자 수

* 총점 = 각 평가 점수(-3 ~ +3점)와 각 응답자 수를 곱한 7개 값의 합

* 평균 = 총점/합계(보통일 경우 0점)

○ 판매촉진을 위한 효과적인 방법

- 소비자가 선호하는 홍금 판매촉진 전략은 시식판매 응답이 높은 비중을 차지했으며 구매 용이한 판매처 또한 선호하는 것으로 나타났음
- 정보제공, 가격할인, 소포장 판매 전략이 그 뒤를 따름

【홍금 사과의 판매촉진을 위한 효과적인 방법】

구분	정보제공	시식판매	가격할인	소포장	판매처	기타
1순위	16.3	44.2	9.3	0	27.9	2.3
2순위	23.3	14.0	18.6	14.0	30.2	0
3순위	27.9	14.0	18.6	9.3	30.2	0

작물연구과

담당자: 안용진, 노희선, 박천규, 신동호, 정정수
(033)248-6041, ayj4783@korea.kr