

대보 다래 소비자평가 결과 및 마케팅 전략

▶ 배경 및 필요성

- 대보 다래의 소비자패널 대상 시장성평가를 통해 소비자 의견을 반영한 품종개발, 시장정보 수집 및 대응, 신제품 소개 및 홍보, 시식이벤트 등으로 신제품의 안정적인 시장 정착 유도

▶ 정보 내용

구 분	내 용
품종육성	원주시농업기술센터 김수재
평가결과	<ul style="list-style-type: none"> - 크기, 당도 등에는 대부분 만족하나 모양과 맛이 균일하지 못하다는 평가 - 후숙정도에 따라 산도, 당도 차이가 컸다는 의견이 많았음 - 다른 토종다래보다 크지만 어린이를 제외한 대부분의 연령대에서 먹기 불편한 정도는 아니라는 의견이 많았음
마케팅전략	<ul style="list-style-type: none"> - 맛이 과실마다 편차가 있으므로 이를 균일화 할 수 있는 재배법을 개발하고, 소비자들이 잘 후숙할 수 있게 안내 및 홍보를 하여야 함 - 후숙 이후 먹을 때 당도는 괜찮았으나 식감이 물컹거린다는 의견이 많으므로 이의 개선을 위해 노력해야 함 - 토종다래의 품종 개량품에 대한 인지도가 높지 않고, 외관만으로는 구매의향이 낮기 때문에 대형마트 또는 직매장 등에서 시식활동을 통해 홍보가 구매로 이어지도록 하는 방향으로 전략이 필요함

▶ 파급효과

- 대보 다래의 마케팅 방향 제시로 신제품의 시장경쟁력 제고

④ 세부 연구결과

- 다래 대보의 요인별 평가결과는 먹기 편리함, 과즙, 크기, 당도, 씹는맛, 색깔, 향, 모양 순으로 나타났음

<다래 대보 요인별 평가결과>

요인	매우미흡 (1점)	미흡 (2점)	조금미흡 (3점)	보통 (4점)	조금우수 (5점)	우수 (6점)	매우우수 (7점)	평균
씹는 맛	.	3	.	6	12	4	5	4.97
모양	.	1	3	13	5	4	4	4.67
당도	.	1	3	3	10	11	2	5.10
크기	.	1	2	6	6	7	8	5.33
색깔	1	.	2	8	11	4	4	4.87
과즙	.	.	.	4	6	15	5	5.70
향	.	2	1	8	10	7	2	4.83
먹기 편리함	.	.	2	.	8	7	13	5.97

- 총 30명 중 구매의향이 있다 66.7%(20명), 없다 16.7%(5명), 모르겠다 16.7%(5명)

<토종다래 '대보' 구매 의향>

구 분	빈도	퍼센트
① 구매할 의향이 많다	20	66.7
② 구매할 의향이 없다	5	16.7
③ 모르겠다	5	16.7
전 체	30	100.0

- 적정 판매용량으로는 500g단위의 선호도(53.3%)가 높았음

<토종다래 '대보'의 적정 판매용량>

용 량	빈도	퍼센트
① 200g	4	13.3
② 300g	9	30.0
③ 400g	1	3.3
④ 500g	16	53.3
전 체	30	100.0

작물연구과

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