



새싹보리 가공품 소비자평가 결과 및 마케팅 전략

배경 및 필요성

- 새싹보리 가공품의 소비자패널 대상 시장성평가를 통해 소비자 의견을 반영한 품종 개발, 시장정보 수집 및 대응, 신제품 소개 및 홍보, 시식이벤트 등으로 신제품의 안정적인 시장정착 유도

정보 내용

구 분	내 용
제품개발	삼척시농업기술센터 및 가공업체
평가결과	<ul style="list-style-type: none"> - “새싹보리 분말” <ul style="list-style-type: none"> · 새싹보리 분말은 쓴맛이 강하고 향이 좋지 않아 먹기가 힘들다고 하였지만, 색상이 누룽지 색깔과 비슷하고 고소한 맛이 난다고 하였음 · 새싹보리 분말은 색상이 누런색으로 불호감을 일으킬 수 있으므로 뿌리까지 가공한 건강에 좋은 제품이라는 안내 필요 - “새싹보리 라떼” <ul style="list-style-type: none"> · 새싹보리 라떼는 단맛만 나는 녹차 라떼보다 건강한 느낌이며, 많이 달지 않아서 좋다고 하였음 · 새싹보리 라떼는 건강식품이라는 취지에 맞게 감미료를 유기농 설탕으로 첨가하면 소비자들에게 신뢰를 받을 것임
마케팅전략	<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 먹는 방법, 활용방법 등을 담은 레시피를 포함시키고, 계량스푼을 넣어 주면 소비자들이 접근하기 쉬울 것임 - 제품구매 시 리플렛을 제공하여 다양한 새싹보리 활용방법을 안내함 (예: 새싹보리워터, 새싹보리밥, 새싹보리면요리 등)
새싹보리가공품 사진	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>새싹보리 분말</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>새싹보리 가공품 세트</p> </div> </div>

파급효과

- 새싹보리 가공품의 마케팅 방향 제시로 신제품의 시장경쟁력 제고

세부 연구결과

- 건강보조식품의 복용 개수는 2종류, 4종류 각각 24.2%, 먹지 않음 21.2%, 1종류 18.2%, 3종류 12.1%의 순으로 나타났음
- 오크지장 새싹보리 가공품 구매 의향 있음(25명, 75.8%), 없음(8명, 24.2%) 총 33명

<건강보조식품 복용 개수>

순위	개 수	인원	비율(%)
1	2종류	8	24.2%
	4종류	8	24.2%
3	먹지 않음	7	21.2%
4	1종류	6	18.2%
5	3종류	4	12.1%
		총 33명	100.0

- 새싹보리 가공품의 구매경험으로는 구매경험 없음이 63.6%(21명), 구매경험 있음이 36.4% (12명)로 조사되었음
- 새싹보리 가공품 구매 이유는 구매자의 91.7%가 양질의 다양한 영양소와 풍부한 생리활성 물질이 건강에 도움이 될 것 같아서였고, 이어서 체중관리와 피부미용에 좋을 것 같아서가 41.7%, 끝으로 간편하게 복용할 수 있는 영양제 대응으로 16.7%를 차지하였음

<새싹보리 가공품 구매 이유(중복허용)>

순위	이유	선택	비율(%)
1	양질의 다양한 영양소와 풍부한 생리활성 물질이 건강에 도움이 될 것 같아서	11	91.7
2	체중관리와 피부미용에 좋을 것 같아서	5	41.7
3	간편하게 복용할 수 있는 영양제 대응으로	2	16.7

작물연구과

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