

땅두름 백미향 소비자평가 결과 및 마케팅 전략

배경 및 필요성

- 백미향 땅두름의 소비자패널 대상 시장성평가를 통해 소비자 의견을 반영한 품종 개발, 시장정보 수집 및 대응, 신품종 소개 및 홍보, 시식이벤트 등으로 신품종의 안정적인 시장 정착 유도

정보 내용

구 분	내 용
품종육성	산채연구소 안수용, 김종환
평가결과	<ul style="list-style-type: none"> - 식감이 부드럽고 줄기 잔털이 적어 두릅을 선호하지 않는 사람이 먹기에도 적절했다는 평가 - 부드러운 식감과 씹싸름한 맛도 너무 강하지 않아 만족스러웠다는 평가 - 참두릅과 비교해 '백미향' 향이 약했다는 의견이 많았고, 소비자들이 두릅은 향을 기준으로 평가하는 것으로 판단됨 - 백미향 줄기가 너무 굵고 길이가 길며 잎 수가 적은 것은 부정적 평가, 참두릅에 익숙한 소비자에게 땅두릅은 전체적으로 외형이 크다는 의견이 많았고, 집에서 사용 한다면 잎과 줄기 부분을 나눠서 활용해야 할 것 같다는 의견 - 포장은 플라스틱 팩이 내용물을 확인할 수 있어 좋았음
마케팅전략	<ul style="list-style-type: none"> - 4인 가족 기준으로 300g 이하의 판매 포장규격이 적당 - 전체 길이를 조금 줄이거나 잎과 줄기 부분을 나누어 활용하는 방안을 강구할 필요가 있음

파급효과

- 백미향 땅두릅의 마케팅 방향 제시로 신품종의 시장경쟁력 제고

② 세부 연구결과

- 백미향에 대한 소비자의 설문평가를 확인한 결과, 순의 굵기, 표면상태, 식감, 맛, 색깔, 향기 등에서 우수한 평가를 받았고, 특히 순의 굵기와 표면 상태에 대한 평가가 가장 좋았음

<땅두릅의 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	5	6	4	8	6	30(31)	1.03
색깔	-	-	1	9	8	7	5	30(36)	1.20
순의 굵기	-	-	1	3	12	7	7	30(46)	1.53
순의 길이	-	1	5	6	6	6	6	30(29)	0.97
표면 상태	-	-	2	4	8	11	5	30(43)	1.43
맛	-	1	1	7	7	7	7	30(39)	1.30
식감	-	-	2	5	9	10	4	30(39)	1.30
향기	-	3	-	8	4	7	8	30(36)	1.20
저장성	-	-	2	10	8	7	3	30(29)	0.97

* 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)

- 땅두릅 인식 조사 결과, 먹은 경험이 있으며 요리 방법을 안다고 말한 응답자는 26.7%(8명), 먹은 경험은 있지만 요리 방법을 모른다고 응답한 응답자는 26.7%(8명), 잘 모른다는 40.0%(12명), 알고 있으나 먹어본 적 없다는 응답자는 6.6%(2명)로 나타남
- 판매전략 조사 결과, 요리방법 소개가 30.0%로 가장 많은 비율을 차지 하였고, 소량 판매가 25.0%, 손질 후 판매가 23.3%, 효능설명이 1.7%, 가공 판매가 10.0%로 나타남
- 적정 포장단위는 46.7%(14명) 응답자가 300g을 택했고, 26.7%(8명)는 200g 이하, 400g은 20.0%(6명), 500g과 500g 초과는 각각 3.3%(1명) 이었음

작물연구과
산채연구소

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