

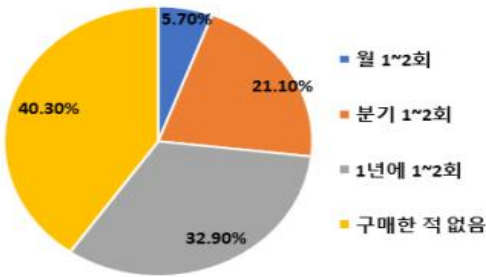
도라지 가공품 개발을 위한 소비자 인식조사

□ 배경 및 필요성

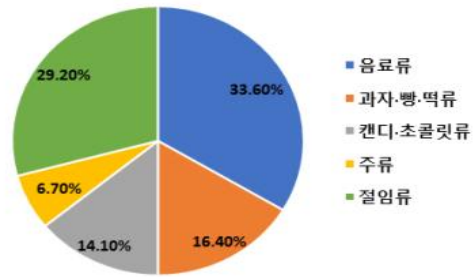
- 전국 대비 가장 많은 재배면적과 생산량을 차지하는 우리도 도라지의 가공 상품기획을 위한 소비자 사전 인식 조사 필요
- 상품기획 및 마케팅 전략에 따른 도라지 가공 상품 개발 필요

□ 정보 내용

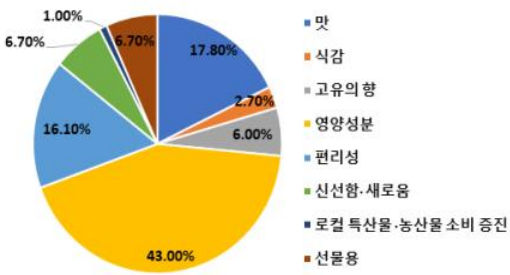
- 도라지 가공 신제품 기획을 위한 설문조사 결과
- 조사방법 : 온라인(2025. 9.), 농촌진흥청 소비자 패널 298명



【도라지 가공식품 구매 빈도】



【도라지 가공 신제품 선호도 분석】



【도라지 가공 신제품 구매 희망 이유】



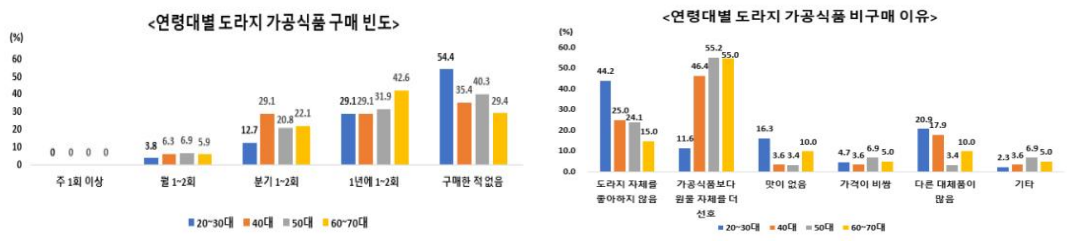
【도라지 가공 신제품 개발 시 원하는 특성】

□ 파급효과

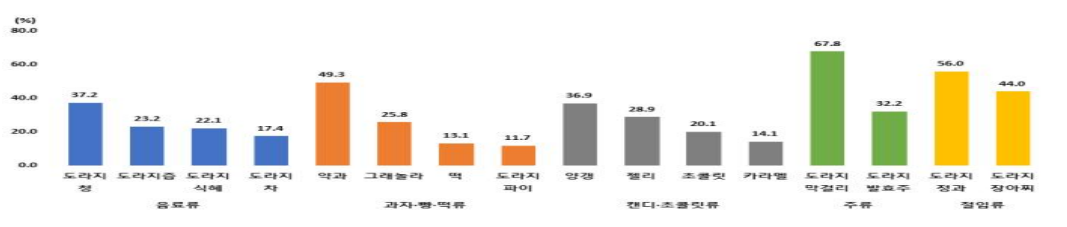
- 도라지 가공 신제품 선호도 조사를 반영한 상품개발 지원
- 도라지 가공품 소비 촉진 및 농가 소득 증대

세부 연구결과

○ 도라지 가공품 소비자 인식조사(온라인, 농촌진흥청 소비자 패널 298명, 2025. 9.)
 - 연령대별 도라지 가공식품 구매 빈도 및 비구매 이유*



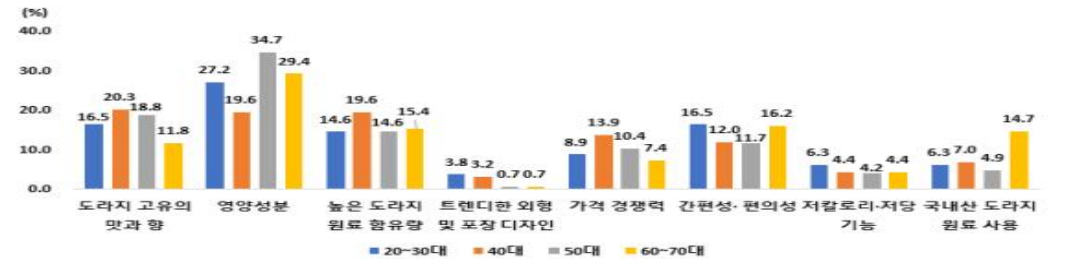
* 비구매 이유 : '구매한 적 없음' 응답자 대상 하위 질문
 - 도라지 가공 신제품 세부 유형 선호도 분석



- 연령대별 도라지 가공 신제품 구매 희망 이유



- 연령대별 도라지 가공 신제품 개발 시 원하는 특성



농식품연구소 담당자 : 김두은, 권혜정, 이효영, 임재길, 이재희, 이기연, 엄남용
 (033)248-6526, kkik25@korea.kr