

과일 가공품 소비자평가 결과 및 마케팅 전략

배경 및 필요성

- 과일 가공품의 소비자패널 대상 시장성평가를 통해 소비자 의견을 반영한 제품 개발, 시장정보 수집 및 대응, 신제품 소개 및 홍보, 시식이벤트 등으로 신제품의 안정적인 시장진입 유도

정보 내용

평가제품	과일 가공품(사과주스, 사과워터젤리, 아로니아워터젤리)
제품개발	강릉시농업기술센터
주요특성	- 사과주스 · 강릉산 사과를 원물 그대로 착즙한 건강하고 신선한 주스 - 사과워터젤리, 아로니아워터젤리 · 강릉산 사과와 아로니아로 생산한 어린이 간식의 농가형 제품
평가결과	- 사과주스 · 원물로 착즙된 주스라 건강한 느낌이고 아동에게도 좋음 · 달지 않고 은은해서 좋다와 맛과 향이 밍밍하다로 양분됨 - 사과워터젤리 · 시원하게 먹기 좋고 과육의 느껴지는 맛이 좋았다고 평가 · 젤리와 물이 따로 노는 듯 파우치 안 내용물이 잘 안 나옴 - 아로니아워터젤리 · 전반적 건강한 맛은 좋으나 떼떼름함과 씹쓸한 맛이 강함 · 연령별 선호도 나뉘고 중장년층 이상에서 호평을 받음
마케팅 전략	- 사과주스 불투명용기 추천, 원물 그대로 강조 건강마케팅 - 사과워터젤리 내용물 잘 나오게 용기 또는 형태 개선 필요함 - 아로니아워터젤리는 어린이보다 어르신 대상 마케팅 가능

기대효과

- 과일 가공품의 마케팅 방향 제시로 신제품의 시장경쟁력 제고

세부 연구결과

- 사과주스 선호도 조사 결과 색깔을 제외한 대부분의 요인이 우수 이상이라는 답변이 더 많은 것으로 나타났다

< 사과주스 선호도 >

(단위: %)

구분	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
맛	0.0	8.0	22.0	42.0	28.0
색깔	4.0	20.0	34.0	32.0	10.0
향기	0.0	4.0	34.0	50.0	12.0
이물감	2.0	6.0	22.0	50.0	20.0
목 넘김	0.0	2.0	14.0	56.0	28.0
청량감	0.0	20.0	28.0	32.0	20.0
종합평가	0.0	2.0	30.0	56.0	12.0

- 사과워터젤리 선호도 조사 결과 우수 이상으로 답변한 요인 중 색깔(68.0%)이 가장 높은 비중을 차지한 반면 청량감(30.0%)이 가장 낮은 비중을 차지하였음

< 사과워터젤리 선호도 >

(단위: %)

구분	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
맛	4.0	16.0	46.0	28.0	6.0
색깔	0.0	8.0	24.0	56.0	12.0
향기	0.0	8.0	48.0	38.0	6.0
이물감	2.0	22.0	34.0	34.0	8.0
목 넘김	0.0	16.0	40.0	34.0	10.0
청량감	0.0	24.0	46.0	24.0	6.0
종합평가	0.0	14.0	48.0	32.0	6.0

- 아로니아워터젤리 선호도 조사 결과 색깔(76.0%)이 우수 이상이라는 비중이 가장 많은 반면 청량감(26.0%)이라는 비중이 가장 적었음

< 아로니아워터젤리 선호도 >

(단위: %)

구분	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
맛	12.0	34.0	26.0	28.0	0.0
색깔	2.0	2.0	20.0	52.0	24.0
향기	4.0	10.0	52.0	28.0	6.0
이물감	6.0	20.0	30.0	40.0	4.0
목 넘김	8.0	24.0	34.0	30.0	4.0
청량감	12.0	36.0	26.0	20.0	6.0
종합평가	8.0	32.0	28.0	32.0	0.0

연구협력과

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