

신품종 브로콜리 소비자 패널 시장성 평가

고정순, 김진영, 강태완, 이광주, 임상현, 송정흡, 강중훈
제주특별자치도농업기술원
e-mail: kojeongsoon@korea.kr

Marketability Evaluation by Consumer Panel for New Broccoli Cultivar

Jeong-soon Ko, Jin-Yeong Kim, Tae-Wan Kang, Kwang-Ju Lee, Sang-Hyeon Lim,
Jeung-Heub Song, Jong-Hoon Kang
Jeju Special Self-governing Province Agricultural Research and Extension Services

국내 브로콜리 주산지는 제주, 충청북도, 강원도이며, 2022년 제주지역 재배면적(농업경영체 등록 기준)은 885ha로 전국 재배면적의 52.7%를 차지하고 있다. 제주지역 브로콜리 재배품종은 'SK3-085', '유일2호' 등 외국산 종자 점유율이 큰 상황으로, 제주특별자치도농업기술원에서는 수입산 종자를 대체하고 국내산 브로콜리 종자 자급률을 높이기 위해 2006년부터 브로콜리 품종 육성사업을 추진하였다. 2019년 고정계통 'MSJB중모1호'와 'MY7'을 교배한 '한라그린'과 'MSJB중모1호'와 'NWB2'를 교배한 '삼다그린' 품종이 육성되어 2022년 품종보호출원되었다.

'한라그린'은 안토시아닌 발현이 없고 구색은 청록색으로 진하고, 구 표면 굴곡이 완만하여 예쁘며, '삼다그린'은 안토시아닌 발현이 없고 검은무늬병, 노균병에 강한 특성을 갖고 있다. 또한, 두 품종 모두 줄기가 다소 두꺼워 구중이 무겁고 상품율은 수입산 'SK3-085'와 비슷하였다.

본 연구는 제주특별자치도농업기술원에서 육성한 신품종 브로콜리 '한라그린', '삼다그린'에 대한 시장성 평가를 통해 개선사항 및 향후 마케팅 방향을 도출하기 위하여 농촌진흥청 소비자패널(50명)을 대상으로 온라인 설문조사와 FGI(Focus Group Interview)를 실시하였다.

우선 소비자들의 브로콜리 구매패턴을 살펴본 결과, 소비자들은 브로콜리 구매 결정에 신선도, 구의 색깔, 크기, 형태(뚝형) 등 주로 가식부위로 이용하는 구의 상태가 많은 영향을 주는 반면, 줄기 굵기, 입자 크기 등이 구매에 끼치는 영향이 상대적으로 미미하였다. 브로콜리 구매 주기는 월 1회(42.0%)로 건강·기능성(86.0%)을 구매이유로 들었으며, 데침용(44.1%)으로 주로 활용하고 있었다. 단순한 조리법, 맛의 차이가 별로 없고, 다양한 대체재가 존재하며 평소 즐기는 채소가 아니라는 점 등으로 브로콜리 소비에 있어 호불호가 존재하고 있었다.

신품종 브로콜리에 대해 리커트 5점 척도 기준으로 요인별 소비자 평가를 실시한 결과, '한라그린'은 구의 단단함, 구 크기, 청록색에 뚝 형태도 예뻐서 외관상 만족도가 높았으나 입자크기가 커서 이물감이 있었다는 점, 줄기가 다소 굵어다는 점으로 인해 만족도가 다소 낮았다. '삼다그린'은 구의 단단함, 입자크기, 구 표면(굴곡정도), 구 색깔에 대한 만족도는 높았으나 구 크기는 다른 품종에 비해 작은 데 반해 줄기는 굵은 점이 다소 아쉽다고 평가하였다. 두 품종 모두 줄기 굵기에 대한 만족도가 낮았는데, 소비자들은 비가식 부분인 줄기를 중요치 않게 평가하면서도 질길 것 같은 느낌, 손질 시 불편함, 쓰레기 발생 등을 그 이유로 꼽았다.

신품종 브로콜리의 원활한 시장진입을 위해서는 1~2인 가구 증가에 따라 다양한 사이즈, 맛·식감·색깔 등을 고려한 품종개발이 필요하며, 브로콜리 줄기·잎 등을 포함한 건강·기능성을 홍보에 적극 활용, 세척·손질·보관방법에 대한 정보 제공, 다양한 레시피 및 가공·편의식품 등 개발, 유통 중 선도유지, 위생을 고려한 개별포장, 생산자·농가명 표기 등 소비자의 신뢰를 높일 수 있는 방향으로의 접근이 필요하다.

T. 064-760-7332, F. 064-760-7399 kojeongsoon@korea.kr

§ 본 성과물은 농촌진흥청 연구사업(과제번호: RS-2020-RD009133) 지원에 의해 이루어진 것임.