

신품종 적색 포도 ‘레드클라렛’ 소비자 선호도 분석

홍나경*, 남효훈*, 임기환*, 김상국*

*경상북도농업기술원

e-mail: tophnk99@korea.kr

Analyzing Consumer Preferences for the New Red Grape Cultivar ‘Red Claret’

Na-Kyoung Hong*, Hyo-Hoon Nam*, Ki-Hwan Lim*, Sang-Kuk Kim*

*Gyeongsangbuk-do Agricultural Research & Extension Services

요 약

본 연구는 기존 샤인머스켓 품종 이후 소비시장을 겨냥하고, 동남아 등 주요 해외시장 등을 종합적으로 고려하여 새롭게 개발된 신품종 포도에 대한 국내 소비자의 선호도 등을 설문조사한 결과이다. 신품종인 레드클라렛의 관능평가 결과 크기와 모양에 대한 선호도는 대체로 높게 나타나 샤인머스켓의 대항마로 충분한 가능성이 있지만, 적색 품종 특성이 잘 발현되도록 하여 소비자에게 확실한 차별적인 요소로 각인시킬 필요가 있을 것이다. 그리고 신품종에 대한 응답자들의 가격 프리미엄은 샤인머스켓 가격 대비 10~20% 높게 형성된 것으로 확인되었다.

1. 서론

국내 포도 재배면적은 껍질 상태로 먹는 샤인머스켓 도입 이후 증가세를 보이다가 최근 당도 및 전반적 품질 하락에 따른 소비 감소와 과잉 생산으로 감소세로 전환되고 있다. 국내 생산량은 2000년 이후 연 평균 4% 정도 감소하고 있고, 주산지는 경북, 충북, 경기 등이 차지하고 있다.

포도 샤인머스켓의 재배 비중은 본격적으로 생산되기 시작한 2017년부터 2024년까지 4%에서 43%까지 비약적으로 증가하였지만, 기존의 주요 생산 품목인 캠벨얼리와 거봉의 비중은 감소했다(농업전망 2025).

포도는 경상북도의 특화작물에 해당하는 중요하고 차별화되는 작목이다. 재배면적과 생산량 및 수출량 모두 전국 1위를 차지하는 우리나라 대표적 주산지이다. 하지만, 재배면적의 59%(4,829ha), 수출의 90%가 샤인머스켓이 점유하고 있는 실정으므로 포도 산업이 단일 품종에 편중되어 있는 것이 현실이다. 따라서 ‘샤인머스켓’ 중심의 국내 포도 산업 구조를 개선하고 다양한 소비자의 기호 변화에 대응하기 위해 경상북도에서는 포스트 ‘샤인머스켓’ 품목으로 신품종 레드클라렛을 육성하였다. ‘레드클라렛’은 베니바라드와 샤인머스켓을 교배한 품종이며, 평균 당도 20.5브릭스(노지 재배 기준)로 당도가 높고 머스켓향이 강하며, 껍질이 얇고 과육이 아삭하고 과즙이 많아 껍질째 먹기 적합한 적색 포도이다.

본 연구에서는 관능 평가를 통해 신품종 ‘레드클라렛’의 소비자 선호도를 파악하여 신품종 포도의 유통 확대와 품종별 재배기술 매

뉴얼 보급을 위한 사전 자료를 구축하는 것이다. 그리고 마케팅 정책대안 마련에 필요한 기초자료 및 현장 맞춤형 컨설팅 자료로 활용하는 것이 주요한 목적이다. 또한, 샤인머스켓 대비 소비자의 신품종 포도의 가격 프리미엄을 활용하여 본격적인 소비시장 판매시 신품종 포도의 가격에 대한 사전 예측에 활용코자 한다.

2. 조사 개요 및 분석 방법

2.1 조사 개요

신품종 포도(레드클라렛)의 소비자 선호도 조사는 전국의 성인 남녀 251명을 대상으로 2025년 8월 18~28일(10일)동안 진행되었다. 설문조사는 사전 교육을 받은 조사자가 직접 레드클라렛 포도를 소비자들에게 제공하고 시식하게 한 후 조사를 진행하였다.

신품종 포도 ‘레드클라렛’의 소비자 선호도 조사내용에는 구매 빈도, 구입 용도 등 구매행태와 선택 기준 등을 우선 조사하고, 구체적으로 신품종에 대한 소비자 시식을 통한 항목별 만족도 및 선호도를 조사하였다.

2.2 분석방법

신품종 포도에 대한 관능평가 결과를 분석하기 위해서 구매 행태 등에 대한 선호도는 빈도 등 기초분석과 함께 신품종 과립에 대한 소비자 선택 선호도를 요인분석 등과 함께 수행하였다. 그리고 포도 구입 선택기준과 구입처 등의 우선순위 등을 추가 분

석하였다.

3. 분석결과

3.1 설문조사 일반현황

포도에 대한 소비자 선호도 조사에 참여한 응답자는 총 251명으로 남자는 105명(41.8%), 여자는 142명(56.6%), 무응답 4명(1.6%)이다. 연령대별 가장 높은 비중을 차지하는 그룹은 50대로 73명(29.7%)이고, 다음으로 20대가 70명(27.9%), 30대(48명), 40대(30명) 순이다. 응답자의 평균 가구원 수는 2.49명 수준이고, 월평균 가구소득은 200~400만원 수준이 전체 응답자의 30.7%(77명)로 가장 높고, 다음으로 400~600만원대가 20.7%(52명) 순으로 조사되었다. 또한, 응답자의 평균 학력수준은 대학졸업이 57.8% 정도이다.

신품종 포도에 대한 소비자 관능평가를 통하여 선호도를 파악하기에는 응답자의 연령대가 적절히 분포되어 있음을 알 수 있을 것이다. 본 연구에서는 현재 주 소비 주도층인 50대와 미래 소비 세대인 20대가 전체 응답자 중 다수 분포되어 있는 것이 특징이다.

3.2 일반적 포도 구매행태

설문조사 응답자의 지난 1년간 포도 구입 빈도, 구입량 등 구입행태의 결과는 <표 1>과 같다. 응답자들의 1년간 포도 구입 빈도는 평균 3.6회이고, 1회 포도 구입량은 1.9kg 정도이다. 그리고 연간 포도 구입량은 9.3kg 수준이다.

[표 1] 응답자의 포도 구매행태

구 분	빈도(회)	구입량(kg)	연간 구입량(kg)
구입 실태	3.6	1.9	9.3

※ 최근 1년간 포도 구입 행태의 설문조사 응답자 결과를 요약함.

포도 구입용도는 ‘간식 및 디저트용’이라고 답한 소비자가 전체 80.5%로 가장 큰 비중을 차지하였다. 그리고 주 구입처는 대형마트가 52.6%로 가장 높았고, 포도 선택기준으로 ‘단맛정도’가 가장 고려되고 있음을 알 수 있다.

[표 2] 포도 구입시 주요 고려 사항

구 분	1순위	2순위	3순위
구입 용도	간식, 디저트용 (80.5%)	선물용 (10.4%)	건강목적 (8.4%)
구입처	대형마트 (52.6)	대형마트 (22.1%)	과일전문매장 (19.6%)
선택 기준	단맛정도 (47.8%)	단맛정도 (19.1%)	가격 (19.8%)

※ 다양한 선호를 우선순위로 정리한 표임.

소비자의 포도 ‘단맛’에 대한 선호도는 64.1%로 가장 높았고, 포도 섭취 방법에서는 씨없는 포도를 생과 그대로 먹는 것을 선호

하고 있다. 즉, ‘씨없는 포도’의 선호도가 75.7%이고, ‘껍질째 먹는’ 포도에 대한 선호도는 69.7%로 높다. 그리고 껍질은 ‘얇은 것’(76.1%)을 더욱 선호하고, 과립의 크기는 ‘굵은 것’(74.4%)을 선택하였다.

일반적으로 소비자들이 포도를 선택할 때 구입 용도, 구입처, 선택 기준 등을 종합적으로 고려하여 마케팅 정책과 현장 컨설팅 자료에 적극 활용되어 생산과 소비가 유기적인 관계를 형성할 수 있도록 해야 할 것이다.

[표 3] 포도 구입시 주요한 선택기준

구분	선호도		
맛	단맛 (64.1%)	신맛 (0.8%)	신맛과 단맛조화 (33.5%)
씨앗 유무	씨가 없는것 (75.7%)	씨가 있는것 (4.8%)	상관없음 (19.5%)
껍질 식용 여부	껍질째 (69.7%)	껍질분리 (8.4%)	상관없음 (21.9%)
껍질 두께	얇은것 (76.1%)	두꺼운것 (4.4%)	상관없음 (19.5%)
과립(알) 크기	작은것 (4.8%)	굵은것 (74.1%)	상관없음 (21.1%)

3.3 신품종 관능평가 및 가격 프리미엄

실제 신품종을 시식한 후 해당 포도의 관능평가를 진행한 결과는 <표 4>와 같다. 일반적으로 설문조사에 제시한(500~800g/송이) 크기와 모양에 대해 응답자는 대체로 만족도가 높게 나타났다.

포도알(과립)에 대한 소비자들의 평가에서 포도알의 크기와 모양에 대한 선호도는 80% 이상이 ‘우수’ 또는 ‘매우 우수’를 선택하였지만, 포도의 착색도(과피색)는 상대적으로 65% 정도 선호하는 것으로 파악되었다. 또한, 과립에 대한 9개 항목에 대해 평가하고 요인분석을 실시한 결과 과립의 ‘크기와 모양에 대한 고유값이 1 이상으로 전체 분산의 약 58%를 설명할 수 있을 정도로 중요도가 높은 변수임을 확인할 수 있었다.

향후 본격적인 신품종 레드클라렛 판매확대를 위해서는 샤인머스켓과 차별화되는 품종인 만큼 재배단계에서 고른 적색 과피색 발현에 대한 품질관리가 꾸준히 이루어져야 할 것이다.

[표 4] 레드클라렛 주요 관능평가 결과

구분		미흡(%)	보통(%)	우수(%)	매우 우수(%)
송이	크기	0.4	11.6	52.2	35.9
	모양	1.6	12.4	51.4	34.7
과립	크기	0.4	11.6	43.8	44.2
	모양	0.4	15.9	43.8	39.8
	색감(착색도)	5.2	29.5	44.6	20.7
	과피두께	1.2	17.1	43.4	38.2

신품종 포도인 ‘레드클라렛’의 가격 프리미엄은 기존의 샤인머스켓의 평균 가격 대비 약 10% 높게 지불할 의향이 있다고 응답한 비율이 61%(153명)으로 가장 높다. 그리고 최대 20% 정도의

가격 프리미엄을 갖고 있다는 응답자는 62명(24.7%) 정도이다. 따라서 신품종 포도의 본격적인 출하시 시장 가격은 기존 샤인머스켓보다 10-20% 정도 높은 가격에 판매 될 수 있도록 품질 리 및 마케팅 노력이 수반되어야 할 것이다.

[표 5] 샤인머스켓 대배 레드클라렛 가격 프리미엄

구 분	빈도(명)	비율(%)
0-10%	153	61.0
11-20%	62	24.7
21-30%	23	9.2
31-40%	6	2.4
41-50%	3	1.2
51% 이상	4	1.6
전체	251	100.0

4. 요약 및 결론

본 연구는 경상북도 육성 신품종 포도인 ‘레드클라렛’에 대한 소비자들의 선호도를 관능평가를 통해 분석하였다. 국내 포도 시장은 현재 샤인머스켓이 주를 이루고 있지만, 품질 저하 및 가격 경쟁 등으로 소비자들의 기호에서 멀어지는 경향이 최근 보이고 있기에 선제적으로 경상북도가 신품종을 개발하여 대응하고 있다.

소비자들이 포도를 선택하는 과정에서 다양한 기호에 부합할 수 있도록 본 연구의 결과를 기초 자료로 활용할 필요가 있다. 또한, 신품종 레드클라렛의 선택 시 고려되는 다양한 선호도 요인들을 종합적으로 고려하여 마케팅 정책과 현장 컨설팅 자료에 적극 활용하여 생산과 소비가 유기적 관계를 형성할 수 있도록 해야 할 것이다.

※ 본 연구는 농촌진흥청 지역특화작목기술개발(과제번호: RS-2025-15002977)의 지원을 받아 적색 포도 신품종 재배 농가의 경제적 효과 분석 세부과제로 수행되었음.

참고문헌

- [1] 경상북도 농업기술원, “레드클라렛·골드스위트·글로리스타 프리미엄 품종, 차세대 포도 주자로 우뚝” 보도자료, 2025. 8. 18.
- [2] 한국농촌경제연구원, 농업전망 2025.
- [3] 통계청, 국가통계포털(www.kosis.kr)