과제구분	기본연구		수행시기	전반기	
연구과제 및 세부과제		연구분야 (Code)	수행기간	과제책임자 및 세부책임자	
웰빙 채소류의 생산·유통체계구축을 위한 경기도 대응전략		농업경영 SS0101	'07~'08	경기도원 작물연구과	이진홍
1) 새싹채소·베이비채소의 소비자선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립		농업경영 SS0101	'07	경기도원 작물연구과	이진홍
2) 피클용 오이·고추의 소비자선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립		농업경영 SS0101	'08	경기도원 작물연구과	이진홍
색인용어	새싹채소, 베이비채소, 오이피클, 고추피클, 소비자선호, 마케팅, 수량화이론, 선택형 실험				

1. 연구개요

가. 연구의 필요성

○ 최근 웰빙식품으로 신선채소류에 대한 관심이 증가하고 있는 가운데, 국내 채소생산액이 2000년에는 6조 7천억원에서 2005년에 6조 9천억원으로 2000년 이후 연평균 0.5% 증가하고 있음.

- 감소하는 채소류 : 근채류 (-3.9%), 엽채류(-3.7%), 조미채소류(-4.6%)
- 증가하는 채소류 : 새싹채소류(23.9%), 양채류(21.9%), 쌈채류(5.2%), 과채류(4.7%)

※ 새싹채소류 품목별 비중 : 무순 31%, 순무 30%, 알팔파 10%, 샐러드 6%, 로메인 5%순임

○ 새싹·베이비채소 및 피클용 채소류 생산유통 실태

구 분	새싹·베이비채소	피클용 오이·고추
생산규모(생산량)	65ha	피클오이 933톤, 고추절임 259톤
전체대비 비중	0.02%	피클오이 16.5%, 고추절임 0.2%
업체수	7개소	피클오이 5개소, 고추 1개소
유통특징	500g팩으로 유통 (도매 30%, 대형마트 30%, 호텔등 30%, 기타 10%)	가공업체와 농가계약 생산 유통

자료 : 1) 2005 채소류가공현황, 농림부, 2006

2) 김연중외, "새싹·쌈채소 생산·유통실태 및 육성방안", 한국농촌경제연구원, 2006.

○ 2006년 현재 새싹채소 및 베이비 채소는 경기도내 7개업체(또는 농가)가 전체시장을 60~70%이상 차지하고 있어, 대부분의 업체들이 신규사업자의 시장진입을 꺼리고 있음.

- 경기도 광주 (건강나라***, 대농바이오***), 고양(녹색마을***), 파주(참한싹*), 수원 (새싹농장*), 안성(다라물농원*), 김포(고재평쌈마을**) [1)]

○ 피클용 채소류는 오이(평택 근홍식품외 4개업체), 고추(포천 승화식품) 등 5개업체의 생산비중이 높음 (2005 채소류가공현황, 농림부, 2006)

○ 새싹·베이비채소 및 피클용 채소류에 대한 생산, 유통, 소비에 대한 연구가 거의 없으며, 이들 채소에 대한 정책지원도 미미한 실정임.

- 이에 본 연구에서는 지속가능한 발전전략을 마련하기 위한 생산, 유통 실태에 대한 기초연구와 경기도의 대응전략으로서 소비자선호도 및 구매행동을 정확하게 예측하여, 농업인들이 쉽게 접근할 수 있는 생산유통 모델 및 마케팅전략을 제시하고자 함.

나. 연차별·단계별 종합연구목표

구 분	종 합 연 구 목 표
1년차/단계	o 새싹 및 베이비채소의 소비자 구매행동 및 선호도 조사분석 o 새싹 및 베이비채소의 생산·유통실태 조사분석 o 새싹 및 베이비채소의 농가맞춤형 생산·마케팅 전략수립
2년차/단계	o 피클용 오이, 고추의 소비자 구매행동 및 선호도 조사분석. o 피클용 오이, 고추의 생산·유통실태 조사분석. o 피클용 오이, 고추의 농가맞춤형 생산·마케팅 전략수립

1) * 새싹채소, ** 베이비채소, *** 새싹채소+베이비채소

2. 연구추진내용

가. 종합연구내용

세 부 과 제	주 요 연 구 내 용	연 구 목 표	수행기간
1) 새싹채소·베이비채소의 소비자 선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립	o 새싹채소 및 베이비채소의 소비자 구매행동 및 선호도 조사 o 새싹채소 및 베이비채소 생산유통실태조사 o 새싹·베이비채소의 생산 및 마케팅 전략 수립	o 새싹·베이비채소의 소비자구매 행동 예측 및 프리미엄 가격예측 o 새싹·베이비채소의 농가맞춤형 생산 및 그린 마케팅 모델설정	'07
2) 피클용 오이·고추의 소비자 선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립	o 피클용 오이 및 고추 소비자 구매행동 및 선호도 조사 o 피클용 오이 및 채소의 생산·유통 실태조사 o 피클용 오이 및 채소의 마케팅 전략수립	o 피클용 오이 및 고추의 소비자구매 행동 예측 및 프리미엄 가격예측 o 피클용 오이·채소의 농가맞춤형 생산 및 그린 마케팅 모델설정	'08

나. 당해년도 세부연구내용

세 부 과 제	연 구 내 용
1) 새싹채소·베이비채소의 소비자 선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립	o 조사방법 : 문헌, 현지면접, 설문조사 o 조사대상 - 종자생산농가 : 전남(나주) - 새싹·베이비채소 생산업체 : 광주, 고양 등 7개소 - 대형유통업체 유통실태 : 농협하나로 - 소비자선호도 조사 : 200명(대도시 학부모) o 주요조사항목 - 새싹채소·베이비채소의 소비자 구매행동 및 프리미엄가격 예측을 위한 소비자 선호도 조사 - 새싹채소 및 베이비 채소 생산유통실태조사

3. 연차별 예상연구결과 활용계획

연도(연차)	활용구분	제 목
2007년도(1년차)	영농활용	새싹채소·베이비채소의 소비자 선호예측 정보제공으로 농가영농의사결정 지원
	시책건의	새싹채소·베이비채소의 그린마케팅전략을 이용한 경기도 생산유통 전략수립
	학술성과	새싹채소·베이비채소의 소비자구매행동 예측 및 마케팅 전략에 관한 연구
2008년도(2년차)	영농활용	피클용 오이·고추의 소비자 선호예측 정보제공으로 농가 영농의사결정 지원
	시책건의	피클용 오이·고추의 그린마케팅전략을 이용한 경기도 생산유통 전략수립
	학술성과	피클용 오이·고추의 소비자구매행동 예측 및 마케팅 전략에 관한 연구

4. 세부과제 연구원 편성

세 부 과 제	구 분	소 속 (과/팀)	직 급	성 명	수 행 업 무	참여 기간
1) 새싹채소·베이비채소의 소비자 선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립	책임자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	이진홍	과제책임	'07
	공동 연구자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	정구현	자료검토	'07
	공동 연구자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	전명희	자료조사	'07
	공동 연구자	경기도원 원예연구과	농업 연구사	서명훈	연구자문	'07
	공동 연구자	한국농촌 경제연구원	연 구 위 원	김연중	연구자문	'07
2) 피클용 오이·고추의 소비자 선호도 예측을 통한 경기도의 생산 및 마케팅 전략수립	책임자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	이진홍	과제책임	'08
	공동 연구자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	정구현	자료검토	'08
	공동 연구자	경기도원 작물연구과	농업 연구사	전명희	자료조사	'08
	공동 연구자	경기도원 원예연구과	농업 연구사	이수연	연구자문	'08
	공동 연구자	한국농촌 경제연구원	전문 연구원	신용광	연구자문	'08

5. 기대 및 파급효과

○ 새로운 수요 창출형 소득작목 육성

- 새싹・베이비채소 '05년) 160억원 → '06년) 198억원 → '10년) 465억원 (연평균 24% 성장)

○ 소비자 선호 예측을 통한 고부가가치 브랜드 상품 마케팅 전략 수립

- 500g당 새싹채소 가격전망(원) : 06년) 5,000원 → 향후 6,200~7,000원
- 500g당 베이비채소 가격전망(원) : 06년) 7,500원 → 향후 9,300~9,500원

○ 그린마케팅 전략 수립 : 제품, 용기・포장, 가격, 유통, 판촉 등

- 생산(농가) : 새싹・베이비채소 공동생산
  → 단일품목으로 분화, 자가채종포 확보
- 제도 : 친환경농산물 인증 및 품질인증
  → GAP인증(생산이력제포함) 품목 확대
- 기술 : 하절기(녹색), 동절기(붉은색) 품목 제한
  → 붉은색채소 연중생산 기술 개발
- 유통 : 소비자구매행동 변화 (친환경 → 친환경+기능성)
  신뢰할 수 있는 유통시스템 구축 : GAP (생산이력제 포함)
- 제품 용기・포장 : 프라스틱 팩 → 자연친화형 포장재