

과제구분	기 분	수행시기		전반기	
증장기 code		RIMS code			
연구과제 및 세부과제명		연구분야 (code)	수행 기간	연구실	책임자
소비시장 확대에 적합한 선인장 신상품 개발연구		화훼 LS0209	'05~'07	농업기술원 선인장연구소	정재운
1) 선인장다육식물 신상품 개발		화훼 LS0209	'05~'07	농업기술원 선인장연구소	정재운
2) 측지발생에 의한 기동선인장 분화상품 기술개발		화훼 LS0209	'06	농업기술원 선인장연구소	이정진
3) 대형 유통망 이용 판매방법 및 유통전략 기술 연구		화훼 LS0209	'06~'07	농업기술원 선인장연구소	정재운
4) 개발 신상품에 대한 국내외 소비기호도 조사 및 경제성 분석		화훼 LS0209	'06~'07	농업기술원 선인장연구소	정재운
5) 선인장 신상품 농가실증		화훼 LS0209	'07	농업기술원 선인장연구소	정재운
색인용어	선인장·다육식물, 신상품, 소비자기호도				

ABSTRACT

The cactus and succulents industry has gradually developed to satisfy the consumer's demands which has encouraged by the high standard of cultural demands aroused by the growth of national economics and the increase of personal incomes. The present condition of cactus and succulents industry are explained in the three distinguished parts, i.e. production, trade and consumption. Therefore the consumer's demands is one of the most important research subject to improve the whole cactus and succulents industry. To achieve that, the investigation for consumer's behavior patterns in the selection of the cactus and succulents goods is the first order to carry out.

In this research the effective factors, which could influence to the consumer's patterns in selection of the cactus and succulents completed goods has analysed at home and abroad.

The importance of effective factors which could influence to the consumer's behavior patterns in the selection of the cactus and succulents completed goods has analysed in the sequence of quality, design, kind of cactus and price. However it has been appeared that the price factor is more important than quality, design, kind of cactus in home and abroad markets. For the conclusion, it is necessary to provide reasonable price and various new completed goods to wide selection.

Key words : Cactus and succulent new goods, Consumer's behavior pattern

1. 연구목표

소비자 지향적인 선인장 산업으로 발전하기 위해서는 상품의 종류, 품질, 가격, 디자인 및 색상에 있어서 선인장 상품의 소비 패턴과 소비동향에 대한 분석이 우선적으로 요구된다. 선인장 상품 소비자의 구매시 영향요인을 종합하여 다양한 소비자 요구도를 만족 시킬 수 있어야만 선인장 소비의 확대가 가능하고 신규 소비를 창출할 수 있을 것이다. 특히 선인장 산업은 생산, 유통, 소비의 3대 요소로 구분할 수 있는데 소비자의 동향과 유통이 중요하다. 따라서 선인장연구소 개발 신상품에 대한 국내외적으로 소비자 기호도를 조사하여 생산을 위한 기반을 조성코자 2006년부터 2년간 시험을 수행하였다.

2. 재료 및 방법

본 연구는 제1세부과제 선인장 및 다육식물 신상품 개발 결과물로 산출된 신상품을 국내시장에 시험유통 해 보거나 해외에서 개최된 박람회에 출품 전시하여 소비자의 반응을 평가하는 방법으로 수행되었으며 연구를 원활하게 수행하기 위해서 연구자를 포함한 농업기술원 관계자, 경기도 농정국, aT 서울경기지사, (주)인비트로플랜트 수출업체인 고덕원 예무역과 흥해농원, 청운농원 대표 등 생산자, 유통관계자 및 연구자 등이 유통전략 연구 협의회를 구성하여 실증적으로 추진되었다.

소비자의 반응평가는 고양꽃전시회, 선인장산업전시회, 일본 동경국제플라워엑스포, 화려 HORT FAIR 2007 등에서 실시되었다.

연구에 투입된 대상상품은 대량유통을 위한 화분패키지로 화분커버, 비닐패키지, 화분캐리어 등 이었고 완성형 신상품은 미니캐터스, 매직캐터스, 컬러캐터스 등 이었다. 국내에서는 선인장페스티벌, 대형유통망을 이용하여 심층분석되었고, 해외는 해외국제박람회에서 기호도 및 적정 판매가격 등을 조사하였다. 조사방법은 국내외 전시회 및 박람회에 참가하여 실물을 전시하였으며 기호도 및 가격에 관한 사항은 스티커 부착 방식으로 실시되었다.

3. 결과 및 고찰

대량유통을 위한 관행화분, 화분커버, 비닐패키지, 화분캐리어 등 상품패키지의 기호도 및 적정가격은 2006년 KINTEX에서 개최된 고양세계꽃박람회에서 조사하였다.

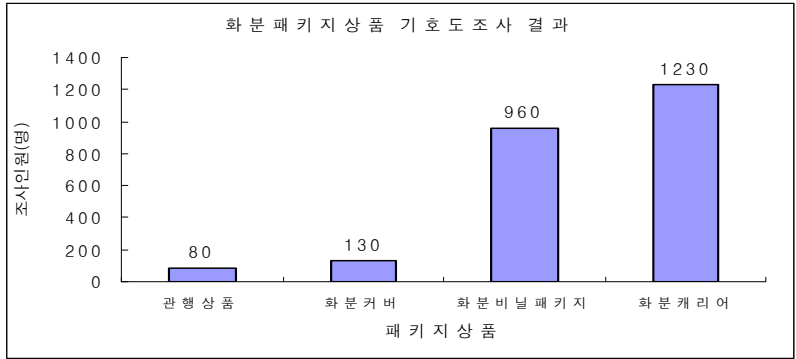


그림 1. 신상품별 기호도

화분패키지 상품중에서 화분캐리어가 1,230명으로 가장 소비자의 선호도가 높았으며, 다음으로 비닐패키지도 960명, 화분커버 130명 순이었다(그림 1).

신상품 종류별 소비자의 가격 선택은 그림 2와 같다. 대량유통을 위한 상품패키지별 적정 가격을 조사한 결과 관형상품이 2,000원, 화분커버 상품이 2,000~3,000원, 비닐패키지 상품이 3,000원, 화분캐리어 상품이 6,000~8,000원으로 화분의 패키지 이용에 의해서 관형 상품의 부가가치를 높일 수 있었다.

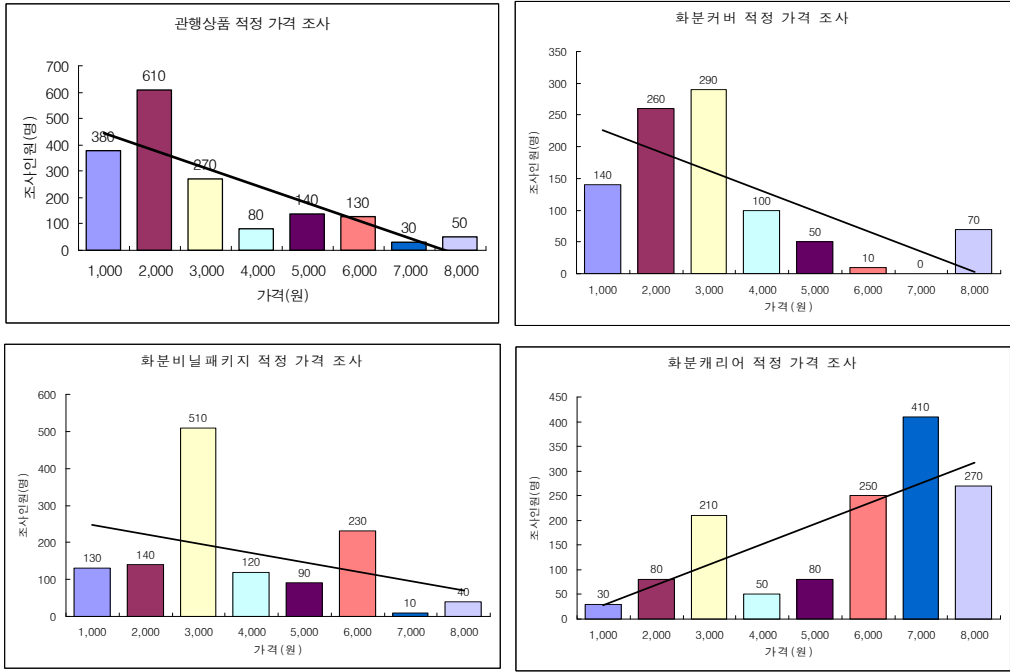


그림 2. 신상품 종류별 적정가격

선인장 완성형 신상품인 미니캐터스, 매직캐터스, 패밀리캐터스의 판매가격을 조사하기 위해 2006년 10월 19일부터 2006년 10월 21일까지 동경국제플라워엑스포에서, 2006년 11월 6일부터 2006년 11월 9일까지 런던세계관광박람회에 참가하여 실시하였다. 미니캐터스의 적합한 판매가격은 동경박람회에서는 1,000엔(10,000원), 런던박람회에서는 5파운드(9,000원), 패밀리캐터스는 동경박람회에서는 1,500엔 (15,000원), 런던박람회에서는 6파운드 (10,800원), 매직캐터스는 동경박람회에서는 4,000엔(40,000원), 런던박람회에서는 30파운드 (54,000원)가 구매하기에 적합한 가격으로 조사되었다.

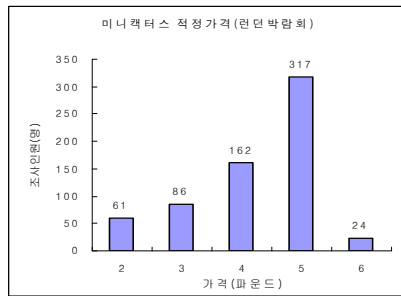
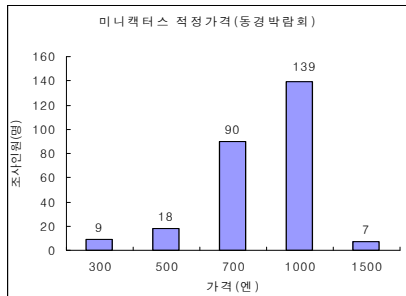


그림 3. 미니캐터스 적정가격

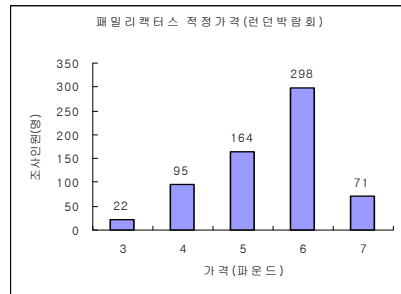
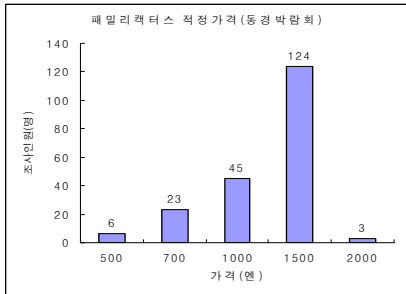


그림 4. 패밀리캐터스 적정가격

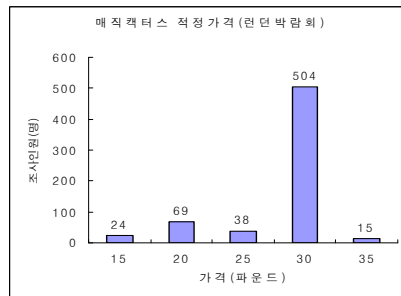
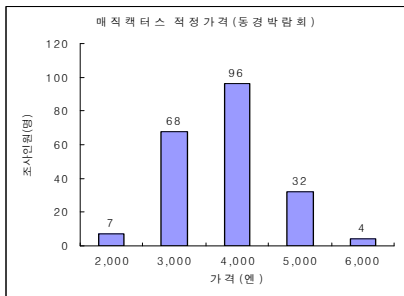


그림 5. 매직캐터스 적정가격

팬시용 신상품인 “미니캐터스”의 코즈니 및 온라인쇼핑몰을 통한 판매결과는 그림 6과 같다. 조사는 2005년 12월부터 2006년 2월까지 실시하였다.

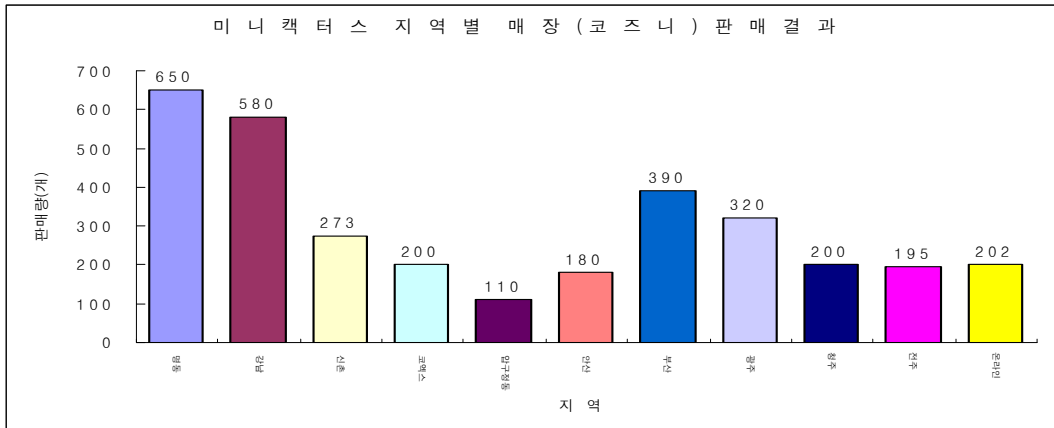


그림 6. 지역별 매장(코즈니 및 온라인 쇼핑몰) 판매결과

개발된 선인장 신상품의 원가 분석결과는 다음과 같다. 표 1은 선인장완성형 신상품 원가 분석결과로 매직캐터스는 9,940원/분, 패밀리캐터스는 3,046원/분, 미니캐터스는 2,450원, 컬러캐터스 9cm 사이즈(중)는 1,450원, 14cm는 1,850원으로 분석되었다. 분석 항목은 화분 가격, 포장재, 식물소재, 노동력 등으로 구분하여 조사하였고 매직, 패밀리 및 미니캐터스는 화분비용이 차지하는 비율이 높았다.

표 2는 대량 유통용 패키지 상품의 원가분석으로 관형 10cm 이색포트가 800원일 때 비리패키지 926원, 화분커버는 986원, 캐리어 1,496원 순이었다.

표 1. 선인장완성형 신상품 원가 분석

(단위 : 원)

구 분	매직화분	패밀리화분	미니캐터스	컬러캐터스(중)	컬러캐터스(대)
화 분	3,400	1,016	1,000	30	30
포장박스	540	180	350	400	470
식물소재	4,000	1,200	200	270	500
마감재료	500	150	800	150	250
식재노력	1,000	300	100	350	350
소포장노력	500	200	-	250	250
계	9,940	3,046	2,450	1,450	1,850

표 2. 대량유통용 패키지 신상품 원가분석

(단위 : 원)

구 분	관행	화분커버	비닐패키지	캐리어
10cm 이색포트상품	800	800	800	800
화분커버	-	176	-	176
비닐패키지	-	-	117	-
캐 리 어	-	-	-	490
포장노력	-	10	10	30
계	800	986	927	1,496

대형 유통업체별 선인장 신상품 판매현황은 표 3과 같이 집계되었으며 미니캐터스와 화분커버 상품이 많이 팔려 소비자로부터의 반응이 좋았음을 알 수 있었고 화분커버 패키지의 경우 3,000원 이하의 가격에서 더 많이 팔리는 결과를 얻었다(표 4)

표 3. 대형유통업체의 선인장 신상품 판매현황(2007년)

구분	홈플러스		롯데마트		GS마트		합 계	
	미니캐터스	화분커버	미니캐터스	화분커버	미니캐터스	화분커버	미니캐터스	화분커버
1월	950	4,600	450	550			1,400	5,150
2월	1,100	2,900	250	350			1,350	3,250
3월	1,300	3,100	600	600			1,900	3,700
4월	900	2,100	150				1,050	2,100
5월	500	1,600	11				511	1,600
6월	100	-					100	-
7월	200	1,100					200	1,100
8월	400	700					400	700
9월	100	500					100	500
10월	300	1,300			20	150	320	1,450
11월	350				5	370	355	370
합계	6,200	17,900	1,461	1,500	25	520	7,686	19,920

표 4. 대형유통업체(홈플러스) 상품패키지(화분커버) 판매가격별 수량비교

판매가격 (원)	판매수량(개)				
	7월	8월	9월	10월	합계
3,990	380 (35%)	260 (37%)	170 (34%)	290 (22%)	1,100 (31%)
2,990	720 (65%)	440 (63%)	330 (66%)	1,010 (78%)	2,500 (69%)
합계	1,100	700	500	1,300	3,600

구매고객을 대상으로 상품종류 및 판매가격별 조사한 결과는 표 5와 같다. 대상 상품은 미니캐터스, 화분커버+비닐패키지로 구성된 상품패키지 I 과 화분커버+화분캐리어로 구성된 상품패키지 II 를 대상으로 하였으며 조사방법은 상품종류별 구입고객 각 30명 대상으로 면접방식으로 2007년 9월1일~9월12일까지 홈플러스 동수원점에서 조사하였다. 각 상품별 적정하다는 반응이 46.7~60% 정도 되었으며 상품패키지 II 경우에는 비싸다란 반응도 33.3%로 나타났다.

표 5. 구매고객 대상 상품종류 및 판매가격별 소비자 조사

구 분	판매가격(원)	저렴하다	적정하다.	비싸다
미니캐터스	5,900	7(23.3)	17(56.7)	6(20.0)
상품패키지 I	2,990	9(30.0)	18(60.0)	3(10.0)
상품패키지 II	3,990	6(20.0)	14(46.7)	10(33.3)

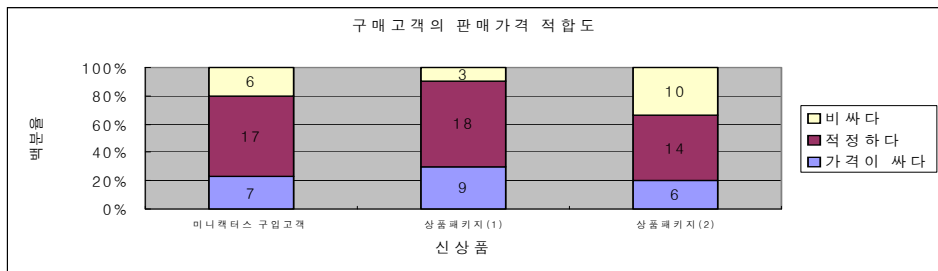


그림 7. 구매고객 대상 판매가격 분포

표 6. 신상품의 원가 및 판매가격 분석

상 품 명	생산원가(원)	판매가격(원)	생산원가 비율(%)	비 고
미니팩터스	2,450	5,900	42	원가개선 필요
화분커버 상품	986	2,990	33	부가가치가 높음
화분커버+비닐패키지	1,103	2,990	37	
화분커버+캐리어	1,546	3,990	39	포장노력이 많음
컬러팩터스 중(대)	1,450(1,850)	3,500(4,500)	41(41)	원가개선 필요
마케팅트레이2구(3구)	2,000(2,900)	5,900(9,000)	34(32)	부가가치가 높음

신상품의 생산원가와 판매가격은 표 6과 같다. 생산원가는 미니팩터스가 42%로 가장 높은 원가개선이 요구되었으며 화분커버와 마케팅트레이는 각각 33%와 34%로 부가가치가 높았다.

표 7. 화분커버 소비자 기호도(홈플러스 소비자 100명 조사)

기존 화분보다 예쁘다	별 차이가 없다.	기타(무반응)
75%	20%	5%

홈플러스 소비자 100명을 대상으로 화분커버 상품의 기호도는 “기존 화분보다 예쁘다”가 75%로 높았고 “별 차이가 없다” 반응도 25% 였다(표 7). 미니팩터스 소비자 반응을 스티커 부착방식으로 조사한 결과 “구입하겠다”는 의사가 45%로 많았으나 “가격이 비싸다”란 의견도 35%로 조사되었다. 대체로 신상품에 대한 기호도는 선호되는 것으로 나타났다(표 8).

화란 Hort Fair 2007에서 바이어들의 반응은 미니팩터스와 컬러팩터스가 45%와 40%로 선호하는 경향이였다(표 9)

표 8. 미니팩터스 소비자 반응(홈플러스 소비자 100명 조사)

좋다(구입하겠다)	가격이 비싸다	기타(모르겠다)
45%	35%	20%

표 9. 화란 Hort Fair 2007 바이어 반응(20명 조사)

미니캐터스	컬러캐터스	매직캐터스	기 타
11명 (55%)	8명 (40%)	1명 (5%)	바이어 대상 박람회로 주로 수출용 접목선인장에 관심을 둠

이상의 결과를 토대로 유통전략협의회의 토론을 통해 향후 신상품의 유통활성화를 위한 소비확대 및 기호도 증진 대안으로 표 10에서와 같이 요약 정리하여 제시하였다.

표 10. 소비확대 및 기호도 증진을 위한 대책

항 목	대 책
가격 경쟁력	완성형 신상품 유통시장의 차별화 전략
신규상품 및 신규 품목 홍보	브로셔 제작 배포
수출의 경우 생산비절감	현지 신상품 조립기지 및 유통망 개척 필요 수출물류비용(컬러캐터스) : 1,000원/개 예상
신상품 소비확대	유통포장재 등 지원으로 판매가격을 낮춤

4. 적 요

선인장 산업은 생산, 유통, 소비의 3대 요소로 구분할 수 있는데 소비자의 동향과 유통이 중요하다. 따라서 선인장연구소에서 개발된 신상품에 대해 국·내외적으로 소비자 기호도를 조사하여 생산을 위한 기반을 조성코자 2006년부터 2년간 시험을 수행하였으며 그 결과는 다음과 같다.

- 가. 대량유통을 위한 상품패키지 적정가격 조사결과 관행상품이 2,000원, 화분커버 상품이 2,000~3,000원, 비닐패키지 상품이 3,000원, 화분캐리어 상품이 6,000~8,000원으로 화분의 패키지 이용에 의한 관행상품의 부가가치 제고가 가능하였다.
- 나. 미니캐터스 적정가격 조사결과 동경박람회에서는 1,000엔(10,000원), 런던박람회에서는 5파운드(9,000원), 패밀리캐터스 동경 박람회에서는 1,500엔 (15,000원), 런던박람회에서는 6파운드(10,800원), 매직캐터스는 동경박람회에서는 4,000엔(40,000원), 런던박람회에서는 30파운드(54,000원)로 조사되었다.
- 다. 팬시용 신상품 미니캐터스의 코즈니 지역별 매장 및 온라인에서 판매한 결과 명동 및 강남 매장에서 판매량이 가장 많았다.
- 라. 선인장 완성형 신상품 원가분석결과 개당 매직화분은 9,940원, 패밀리 화분은 3,046원, 미니캐터스는 2,450원이었으며, 대량유통용 패키지 신상품 원가분석결과 관행상품은 800원, 화분커버 상품은 986원, 비닐패키지 상품은 927원, 캐리어상품은 1,496원이었다.

- 마. 대량유통형 패키지의 생산원가가 화분커버상품(986원), 화분커버+비닐패키지상품(1,103원), 화분커버+캐리어(1,546원)으로 판매가 대비 생산원가 비율을 고려시 화분커버상품이 제일 부가가치가 높았다.
- 바. 선인장 신상품에 대한 소비자의 대체로 좋은 반응을 나타냈지만 합리적인 상품가격 설정이 요구되었으며 다양한 상품의 개발 보급이 요구된다고 판단되었다.

5. 인용문헌

- 농림수산정보센터. 2002. 농산물 및 화훼류 소비자 구매 패턴 조사분석.
- 박현태, 김연중. 한국농촌경제연구원. 1998. 화훼유통 및 소비실태와 정책과제. 농촌경제 제 21권 제2호.
- 성배영, 조명기. 한국농촌경제연구원. 1992. 화훼류의 시장유통 개선방향.
- 성배영. 한국농촌경제연구원. 1984. 전국권 농수산물 유통개선 기본연구계획.
- 성진근. 한국농촌경제연구원. 1983. 화훼유통 현황과 개선방안. 농촌경제 제6권 제2호.
- 옥진주, 이정식. 한국화훼디자인학 연구 제12집. 2004. 화훼상품 소비자의 구매행동에 영향을 미치는 요인 분석.

6. 연구결과 활용제목

- 선인장 완성형 신상품 종류별 식물체 및 식재형태(2006, 영농활용)

7. 연구원편성

세부과제	구 분	소 속	직 급	성 명	수행업무	참여년도		
						05	06	07
1) 개발 신상품에 대한 국내·외 소비기호도 조사 및 경제성 분석	책임자	농업기술원 선인장연구소	농 업 연구사	정재운	세부과제총괄			○
	책임자	농업기술원 선인장연구소	농 업 연구사	조창휘	시험총괄	○	○	
	공동연구자	농업기술원 작물연구과	농 업 연구사	정구현	유통전략수립		○	○
	공동연구자	농업기술원 선인장연구소	농 업 연구사	홍승민	품질조사		○	○
	공동연구자	농업기술원 선인장연구소	농 업 연구사	이정진	시장성조사		○	○
	공동연구자	농업기술원 선인장연구소	농 업 연구관	박인태	설계 및 평가검토		○	○