

싱가포르 안테나숍(KFZ) 제품 마켓 테스트 결과 요약 (10월)

○ 추진일자 : 24. 10. 5 ~ 6

○ 응답자 수 : 34명

제품명 Product Name	한국산 단호박	제품종류 Product type	기타신선
			

분석 결과 Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	
Male 13명, Female 21명		10~20s 1명 / 20~30s 2명 / 30~40s 8명 40~50s 8명 / 50~60s 11명 / 60대 이상 4명

제품 평가 / Product evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (12명/ 35.3%)	없다 (16명/ 47.1%)	없지만 본 적 있다 (6명/ 17.6%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는 게 무엇입니까?	가격 (15명/ 44.1%)	맛 (17명/ 50%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (2명/ 5.9%)	기타 (0명/ 0%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (3명/ 8.8%)	좋다 (27명/ 79.4%)	보통이다 (4명/ 11.8%)	좋지않다 (0명/ 0%)	매우 좋지않다 (0명/ 0%)
- 매우 좋지 않다는 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?	-				
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (21명/		아니다 (11명/	잘 모르겠다 (2명/	

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
	61.8%)		32.3%)	5.9%)	
- 그렇다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (1명/ 4.8%)	맛 (19명/ 90.5%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (1명/ 4.8%)	기타 (0명/ 0%)
- 그렇지 않다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (2명/ 100%)	맛 (0명/ 0%)	패키지 (0명/ 0%)	인지도 (0명/ 0%)	기타 (0명/ 0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (1명/ 2.9%)	좋다 (8명/ 23.5%)	보통이다 (15명/ 44.1%)	좋지않다 (9명/ 26.5%)	매우 좋지않다 (1명/ 2.9%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기 있을 것 같나요?	매우 그렇다 (2명/ 5.9%)	그렇다 (18명/ 52.9%)	보통 이다 (8명/ 23.5%)	그렇지 않다 (6명/ 17.6%)	전혀 그렇지 않다 (0명/ 0%)

보완사항 및 기타의견

- 단호박 구매 시 가장 중요한 요소로 맛(50%), 가격(44%)으로 응답
- 한국산 단호박 맛 만족도는 만족 또는 매우만족 88%, 보통 12%로 응답
- 한국산 단호박을 구매할 의사가 있다 62%, 구매의사 없다 32%, 잘모르겠다 6%로 응답
 - 구매의사 있다는 응답자 중 91%가 맛을 가장 중요한 이유로 선정
- 한국산 단호박 가격 선호도는 선호/매우선호 26%, 보통 44%, 비선호 29%로 응답
- 현지시장에서 인기가 있을지 여부에 대해 매우그렇다/그렇다 59%, 보통 24%로 응답
- 마케팅 방안
 - 우수한 맛, 품질, 영양 가치를 강조하며 일본산 단호박과 견줄 수 있는 고급 제품으로 포지셔닝
 - 건강에 좋은 성분을 마케팅 메시지로 활용해 건강을 중시하는 소비자 공략
 - 소규모 가구와 가격에 민감한 소비자를 위해 작은 포장 단위 출시해 접근성 높임