

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202308-03

품목 모듬해초(Assorted seaweed)

HS CODE 1212.21-3090

국가 미국(United States)

구분 소비자조사형



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 조사개요	
1. 조사 설계 및 응답자 특성	05
III. 설문결과	
1. 소비자 인식	07
2. 구매의 동기	09
3. 정보의 탐색	10
4. 대안의 평가	11
5. 구매의 경로	15
6. 가격의 평가	16



응답자 조건

내 30, 40대 여성 소비자

30대
48.5%40대
51.5%중간소득
54.5%고소득
45.5%미혼
42.4%기혼
57.6%

미국 모듬해초 소비자 설문조사 결과

소비자 인식

1. 모듬해초는 건강에 좋은 식품이다 Y: 74.2%
2. 나는 모듬해초를 먹는 것을 좋아한다 Y: 48.5%
3. 모듬해초는 미국에서 인기 있는 식재료이다 Y: 45.5%

모듬해초 구매 빈도

28.8% 71.2%

주 1회 이상 주 1회 미만

모듬해초와 함께 먹는 음식

1. 밥류 (59.1%)
2. 해산물 (45.5%)
3. 수프류 (43.2%)

선호 가공 형태

1. 스낵형 (56.1%)
2. 조미 (47.0%)
3. 건조 (37.9%)

정보 탐색 경로

1. 가족이나 지인 (45.5%)
2. SNS (31.8%)
3. 매장 내 진열 (30.3%)



제품 인지 경로

1. 가족이나 지인 (39.4%)
2. 매장 내 진열 (34.8%)
3. SNS (27.3%)

선호 원산지

1. 선호 원산지 없음 (39.4%)
2. 미국산 (30.3%)
3. 일본산 (28.8%)

선호 포장 형태

1. 플라스틱 파우치 (50.0%)
2. 플라스틱 통 (33.3%)
3. 종이상자 (22.7%)

구매 고려 요소

맛	54.5%
가격	53.0%
효능	43.9%
성분	37.9%
용량	28.8%

건미역 구매 경로

1. 시장 (54.5%)
2. 한인마트 (28.8%)
3. 편의점 (22.7%)



건미역 가격민감도

1. 최저가격(OPP) : 11.5달러
2. 무관심가격(IPP) : 13달러
3. 최저 한계 가격(PMC) : 10달러
4. 최고 한계 가격(PME) : 14.5달러

가격 지불 의향

1. 10달러 미만 (45.5%)
2. 10~20달러 (34.8%)
3. 21~30달러 (15.2%)

고객사 제품 구매 의향

60.6% 39.4%

있다 없다

▶ Survey Analysis

① 모듬해초 섭취 이유,
건강을 위해 '61.4%'

그 다음으로 '맛있어서', '요리하기 편리해서'로 응답해

② 모듬해초와 함께 먹는 음식
밥류 '59.1%'

그 다음으로 '해산물', '스프류', '면류'로 응답해

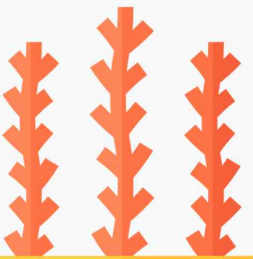
③ 제품 구매 의향 있음 '60.6%'

가격 지불 의향은 '10달러 미만'이 45.5%로 가장 많아

④ PMC 기법에 의한 모듬해초
구매 의사 가격은 '11.5~13달러'

최적 가격(OPP)의 교차점은 '11.5달러'

무관심 가격(IPP)의 교차점은 '13달러'



2023

수산물 수출기업

맞춤형 시장조사



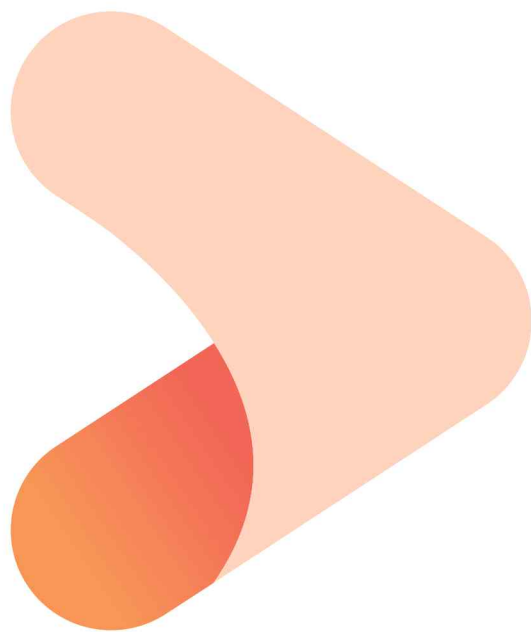
해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

II 조사개요

1. 조사 설계 및 응답자 특성



1. 조사 설계 및 응답자 특성

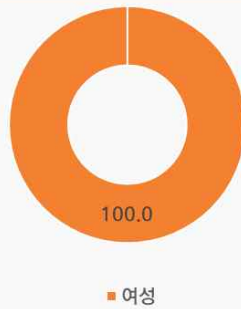
1) 조사 설계

조사 방법	온라인 조사(Online Survey)					
조사 지역	미국					
조사 대상	성별	□ 남성 ■ 여성				
	연령대	□ 10대 □ 20대 ■ 30대 ■ 40대 □ 50대				
	선정이유	미국 모듬해초 구매 결정 요소 파악을 위해 30대와 40대 여성을 조사 대상으로 선정함				
표본 구성	총 66명 단위: 명					
		30-34세	35-39세	40-44세	45-49세	합계
	남성	0	0	0	0	0
	여성	16	16	18	16	66
	계	16	16	18	16	66
조사 기간	2023.06.26. ~ 2023.08.04					

2) 응답자 특성

단위: %

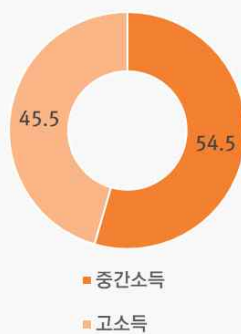
1. 성별



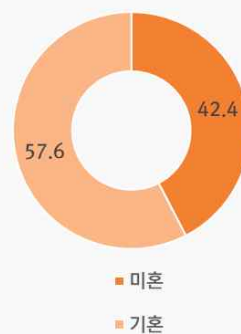
2. 연령



3. 소득 수준



4. 결혼 여부



2023

수산물 수출기업

맞춤형 시장조사



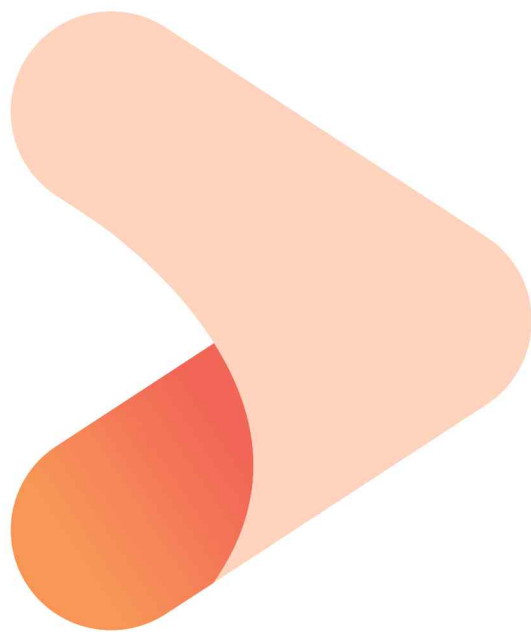
해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

III 설문결과

1. 소비자 인식
2. 구매의 동기
3. 정보의 탐색
4. 대안의 평가
5. 구매의 경로
6. 가격의 평가



1. 소비자 인식

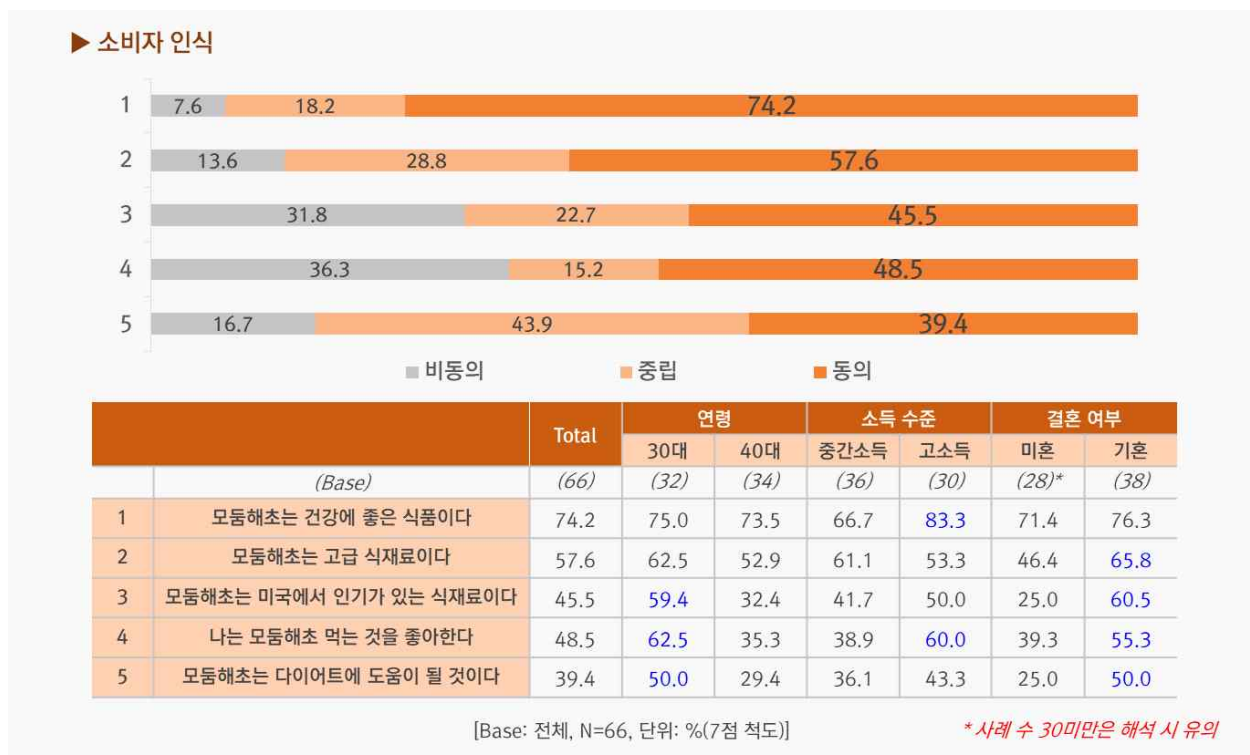
▶ 미국 소비자, 모듬해초에 대한 인식 긍정적인 편

미국 소비자들의 모듬해초에 대한 인식을 파악하는 설문을 진행한 결과, ‘모듬해초는 건강에 좋은 식품이다’의 동의율이 74.2%로 높게 나타남. 이를 통해, 미국 소비자들의 모듬해초에 대한 인식은 긍정적인 편임을 확인함. ‘모듬해초는 고급 식재료이다’의 동의율도 57.6%로 과반을 차지함. 한편, ‘모듬해초는 미국에서 인기가 있는 식재료이다’의 동의율은 45.5%로 비교적 낮아 미국 내 모듬해초에 대한 인식은 긍정적이나 이에 비해 선호도는 비교적 낮은 것으로 조사됨

▶ 미국 내 모듬해초 효능에 대한 마케팅 필요

이어서 ‘나는 모듬해초 먹는 것을 좋아한다’의 동의율이 48.5%로, 앞서 미국 내 모듬해초의 인기와 비슷한 수준의 동의율을 기록함. 다음으로 ‘모듬해초는 다이어트에 도움이 될 것이다’의 동의율이 39.4%인 것으로 미루어 보아 미국 내 모듬해초의 효능에 대해 모르는 소비자들이 많은 것으로 보임. 미국 시장에서 모듬해초의 효능에 대해 알리는 마케팅을 진행한다면 모듬해초의 인지도 및 선호도를 높일 수 있을 것으로 예상됨

[표1] 모듬해초에 대한 소비자 인식¹⁾



1) 1, 2, 3점은 ‘비동의’, 4점은 ‘중립’, 5, 6, 7점은 ‘동의’인 것으로 표기함

1. 소비자 인식

▶ 모듬해초를 주 1회 이상 섭취하는 소비자, 27.3%

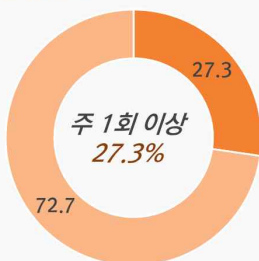
미국 소비자들의 모듬해초 섭취 빈도를 묻는 설문을 진행함. 그 결과, ‘주 1회 이상’의 응답률이 27.3%, ‘주 1회 미만’의 응답률이 72.7%로 높은 비중을 차지함. 연령대별로 살펴보면 30대(34.4%)가 40대(20.6%)보다 모듬해초 섭취 빈도가 상대적으로 높게 나타남. 결혼 여부에 따라서는 기혼의 동의율이 42.1%로, 응답자 그룹 중 가장 높은 응답률을 기록함

▶ 미국 소비자, 모듬해초 섭취하는 이유는 ‘건강을 위해’

모듬해초 섭취 경험자를 대상으로 섭취하는 이유에 대해 설문함. 그 결과, 모든 보기의 응답 비율이 크게 튀지 않고 비교적 고르게 분포된 것으로 나타남. 그중에서 ‘건강을 위해’ 섭취한다고 답한 응답자가 61.4%로 유일하게 과반을 차지함. 뒤이어 ‘맛있어서’가 43.2%를 차지했으며, 40대(35.0%)보다 30대(50.0%)가, 미혼(29.4%)보다 기혼(51.9%)의 응답률이 높게 나타남

[표2] 모듬해초 섭취 빈도 및 섭취 이유

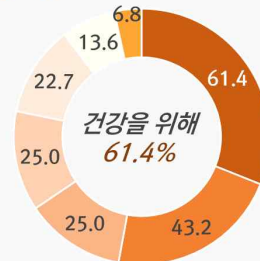
▶ 모듬해초 섭취 빈도



	Total	연령		결혼 여부	
		30대	40대	미혼	기혼
(Base)	(66)	(32)	(34)	(28)*	(38)
주 1회 이상	27.3	34.4	20.6	7.1	42.1
주 1회 미만	72.7	65.6	79.4	92.9	57.9

[Base: 전체, N=66, 단위: %]

▶ 모듬해초 섭취 이유



	Total	연령		결혼 여부	
		30대	40대	미혼	기혼
(Base)	(44)	(24)*	(20)*	(17)*	(27)*
건강을 위해	61.4	58.3	65.0	64.7	59.3
맛있어서	43.2	50.0	35.0	29.4	51.9
요리하기 편리해서	25.0	25.0	25.0	11.8	33.3
식감이 좋아서	25.0	37.5	10.0	17.6	29.6
인기있는 식품이라서	22.7	33.3	10.0	23.5	22.2
향이 좋아서	13.6	16.7	10.0	-	22.2
평소 좋아하는 식품이라서	6.8	4.2	10.0	-	11.1

[Base: 모듬해초 섭취 경험자, N=44, 단위: 중복 %, 주요 응답값 제시]

* 사례 수 30미만은 해석 시 유의

2. 구매의 동기

▶ 모듬해초를 주 1회 이상 구매하는 소비자, 28.8%

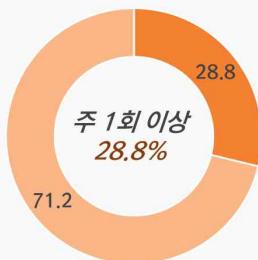
다음으로 미국 소비자들의 모듬해초 구매 빈도를 알아보는 설문을 진행함. 그 결과, ‘주 1회 이상’의 응답률이 28.8%, ‘주 1회 미만’의 응답률이 71.2%인 것으로 나타남. 대체적으로 미국 소비자들의 모듬해초 구매 빈도가 높지 않으나, 앞서 모듬해초의 섭취 빈도와 마찬가지로 기혼(44.7%)의 응답률이 응답자 그룹 중 가장 높으며, 30대(34.4%)가 40대(23.5%)보다 높게 나타남

▶ 미국 소비자, 평소 밥류와 함께 모듬해초 섭취해

이어서 미국 소비자들에게 모듬해초와 함께 먹는 음식에 대해 설문함. 그 결과, ‘밥류’의 응답률이 59.1%로 유일하게 과반을 차지했으며, 30대(70.8%)와 고소득자(68.2%)의 응답률이 특히 높게 나타남. 뒤이어 ‘해산물’과 ‘수프류’가 각각 45.5%와 43.2%를 기록함. 한편, ‘모듬해초만’ 섭취하는 응답자도 31.8%로 적지 않았으며, 특히 40대의 응답률이 40.0%로 비교적 높게 나타남

[표3] 모듬해초 구매 빈도 및 함께 먹는 음식

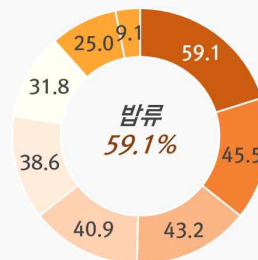
▶ 모듬해초 구매 빈도



	Total	연령		결혼 여부	
		30대	40대	미혼	기혼
(Base)	(66)	(32)	(34)	(28)*	(38)
주 1회 이상	28.8	34.4	23.5	7.1	44.7
주 1회 미만	71.2	65.6	76.5	92.9	55.3

[Base: 전체, N=66, 단위: %]

▶ 모듬해초와 함께 먹는 음식



	Total	연령		소득 수준	
		30대	40대	중간소득	고소득
(Base)	(44)	(24)*	(20)*	(22)*	(22)*
밥류	59.1	70.8	45.0	50.0	68.2
해산물	45.5	50.0	40.0	31.8	59.1
수프류	43.2	54.2	30.0	45.5	40.9
면류	40.9	54.2	25.0	45.5	36.4
육류	38.6	41.7	35.0	40.9	36.4
모듬해초만	31.8	25.0	40.0	31.8	31.8
과일 및 채소	25.0	25.0	25.0	27.3	22.7
빵류	9.1	12.5	5.0	9.1	9.1

[Base: 모듬해초 섭취 경험자, N=44, 단위: 중복 %, 주요 응답값 제시]

* 사례 수 30미만은 해석 시 유의

3. 정보의 탐색

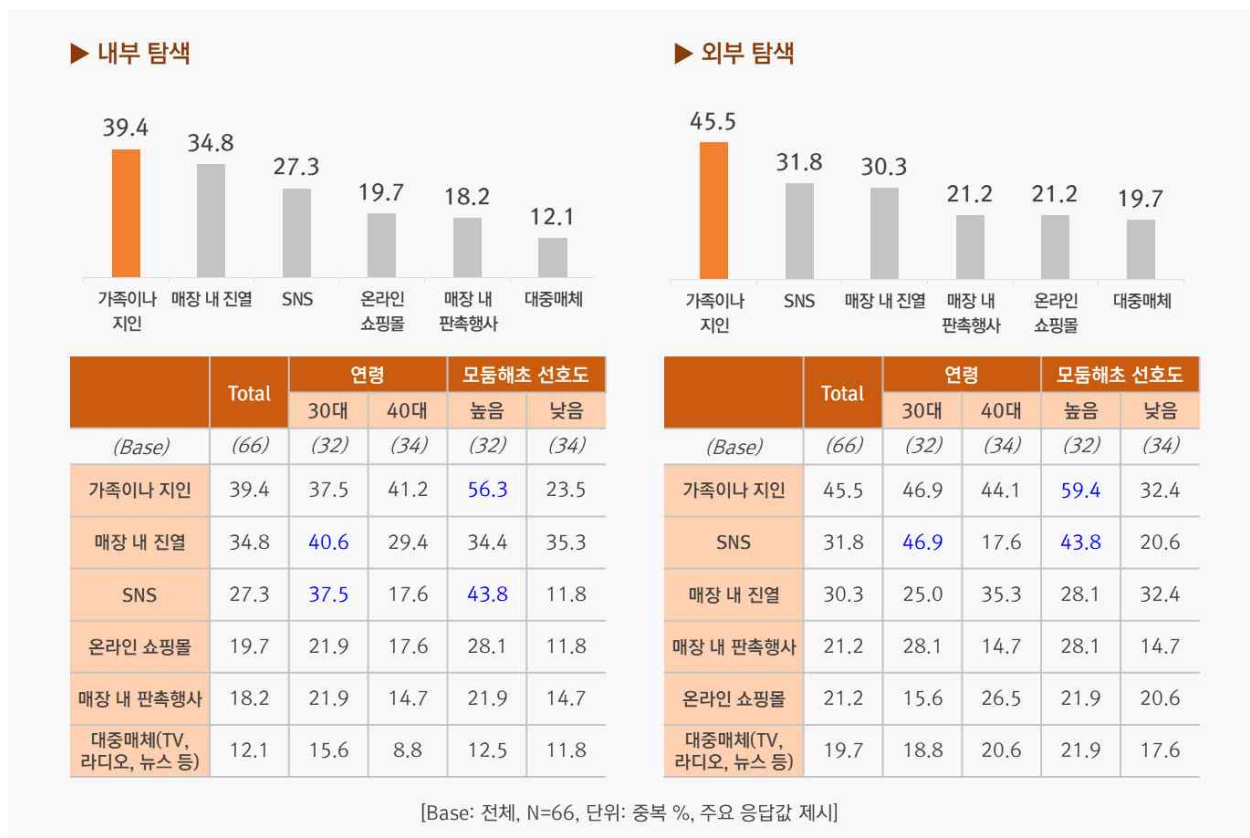
▶ 미국 소비자, 가족이나 지인을 통해 제품 인지

미국 소비자들에게 제품을 처음으로 인지하게 되는 경로에 대해 설문한 결과, ‘가족이나 지인’이 39.4%로 가장 높은 응답률을 기록함. 특히, 모듬해초 선호도가 높은 응답자의 ‘가족이나 지인’의 응답률이 56.3%로 응답자 그룹 중 유일하게 과반을 차지하며 높게 나타남. 다음으로 ‘매장 내 진열’과 ‘SNS’ 응답률이 각각 34.8%, 27.3%로 높게 나타남. ‘매장 내 진열’의 경우, 30대(40.6%)가 40대(29.4%)보다 응답률이 높게 나타났으며, ‘SNS’는 30대(37.5%)와 모듬해초 선호도가 높은 소비자(43.8%)의 응답률이 상대적으로 높음

▶ 미국 소비자, 주로 가족이나 지인을 통해 제품 정보 탐색해

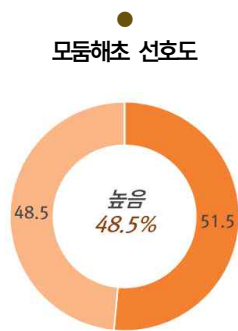
다음으로 제품 인지 후 정보를 탐색하는 경로에 대해 조사함. 그 결과, ‘가족이나 지인’의 응답률이 45.5%로 1위, ‘SNS’가 31.8%로 2위를 차지함. 특히, 모듬해초 선호도가 높을수록 가족이나 지인 또는 SNS를 통해 제품 정보를 탐색하는 것으로 보이며, 그중 ‘SNS’는 30대(46.9%)가 40대(17.6%)보다 월등히 높은 응답률을 기록함

[표4] 정보의 탐색²⁾



2) 정보의 탐색은 처음 제품을 인지하게 되는 과정인 ‘내부 탐색’과 제품 인지 후 정보를 탐색하는 과정인 ‘외부 탐색’으로 구분됨

4. 대안의 평가



[Base: 전체, N=66, 단위: 중복 %]

▶ 미국 소비자, 선호하는 모듬해초 종류 없어

다음으로 미국 소비자들이 선호하는 모듬해초 종류를 알아보는 설문을 진행함. 그 결과, '선호 종류 없음'의 응답률이 54.5%로 유일하게 과반을 차지함. 이는 미국 내 모듬해초의 인지도 및 선호도가 상대적으로 낮은 것에 영향을 받은 것으로 보임. 그나마 선호도가 높은 모듬해초의 종류는 다시마(27.3%)와 미역(21.2%)인 것으로 보이나, 이는 선호도보다도 응답자가 인지하고 있는 모듬해초 종류를 선택했을 것으로 유추됨

▶ 한국산 모듬해초 선호하는 소비자, 19.7%

이어서 미국 소비자들에게 선호하는 모듬해초 원산지에 대해 설문함. 그 결과, '선호 원산지 없음'의 응답률이 39.4%로 가장 높았으며, 마찬가지로 모듬해초의 낮은 인지도 및 선호도에서 비롯된 것으로 보임. 한편, 한국산 모듬해초의 선호도는 19.7%를 기록했으며, 고소득자(26.7%)가 중간소득자(13.9%)보다, 기혼자(31.6%)가 미혼자(3.6%)보다 상대적으로 선호도가 높게 나타남

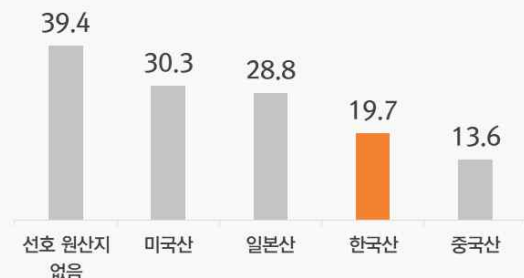
[표5] 선호 모듬해초 종류 및 원산지

▶ 선호 모듬해초 종류



	Total	연령		소득 수준	
		30대	40대	중간소득	고소득
(Base)	(66)	(32)	(34)	(36)	(30)
선호 종류 없음	54.5	50.0	58.8	47.2	63.3
다시마	27.3	31.3	23.5	33.3	20.0
미역	21.2	31.3	11.8	16.7	26.7
미역줄기	12.1	12.5	11.8	13.9	10.0
한천	12.1	9.4	14.7	13.9	10.0
세모가사리	10.6	18.8	2.9	8.3	13.3
불등가사리	4.5	6.3	2.9	2.8	6.7

▶ 선호 모듬해초 원산지



	Total	소득 수준		결혼 여부	
		중간소득	고소득	미혼	기혼
(Base)	(66)	(36)	(30)	(28)*	(38)
선호 원산지 없음	39.4	47.2	30.0	53.6	28.9
미국산	30.3	33.3	26.7	25.0	34.2
일본산	28.8	13.9	46.7	17.9	36.8
한국산	19.7	13.9	26.7	3.6	31.6
중국산	13.6	8.3	20.0	3.6	21.1

* 사례 수 30미만은 해석 시 유의

[Base: 전체, N=66, 단위: 중복 %, 주요 응답값 제시]

4. 대안의 평가

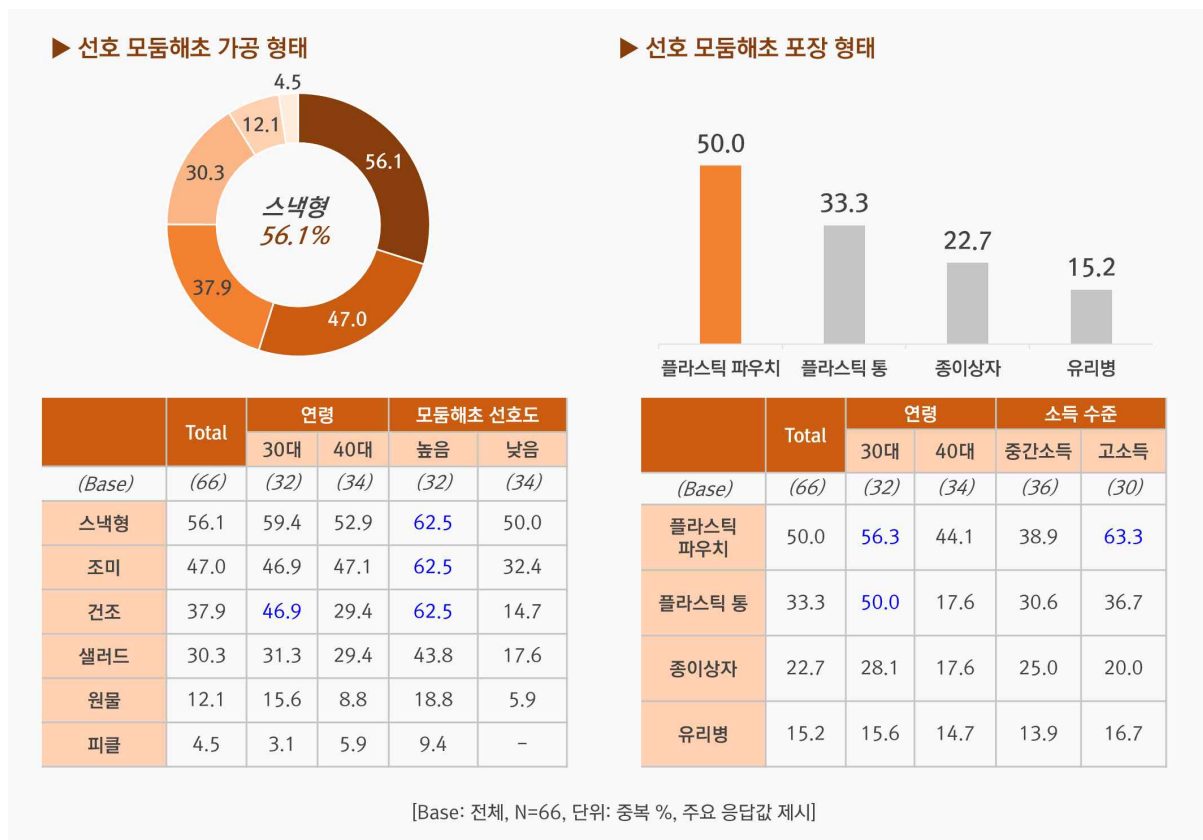
▶ 미국 소비자, 모듬해초 가공 형태로 ‘스낵형’ 가장 선호

미국 소비자들이 선호하는 모듬해초 가공 형태에 대해 조사함. 그 결과, ‘스낵형’이 56.1%로 유일하게 과반을 차지하며 가장 높은 응답률을 기록함. 특히, 미국 온라인쇼핑몰에서 ‘Seaweed snacks(김 스낵류)’가 활발히 판매되고 있는 것을 확인함. 스낵형, 조미, 건조의 상위 세 가지 가공 형태 모두 모듬해초 선호도가 높은 그룹에서 응답률 62.5%로 공동 1위를 기록함. 그러나 ‘스낵형’의 경우, 모듬해초 선호도와 무관하게 50.0% 이상의 응답률을 차지하며 선호도가 높은 점은 주목할만함

▶ 미국 소비자 선호 모듬해초 포장 형태, ‘플라스틱 파우치’

미국 소비자들의 선호 모듬해초 포장 형태에 대해 조사한 결과, ‘플라스틱 파우치’가 50.0%로 1위, ‘플라스틱 통’이 33.3%로 2위를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, ‘플라스틱 파우치’는 30대와 고소득 그룹에서 과반의 응답률을 차지하며 상대적으로 높은 응답률을 기록했으며, ‘플라스틱 통’은 40대(17.6%)보다 30대(50.0%)의 선호도가 높은 것으로 확인됨

[표6] 선호 모듬해초 가공 형태 및 포장 형태



4. 대안의 평가

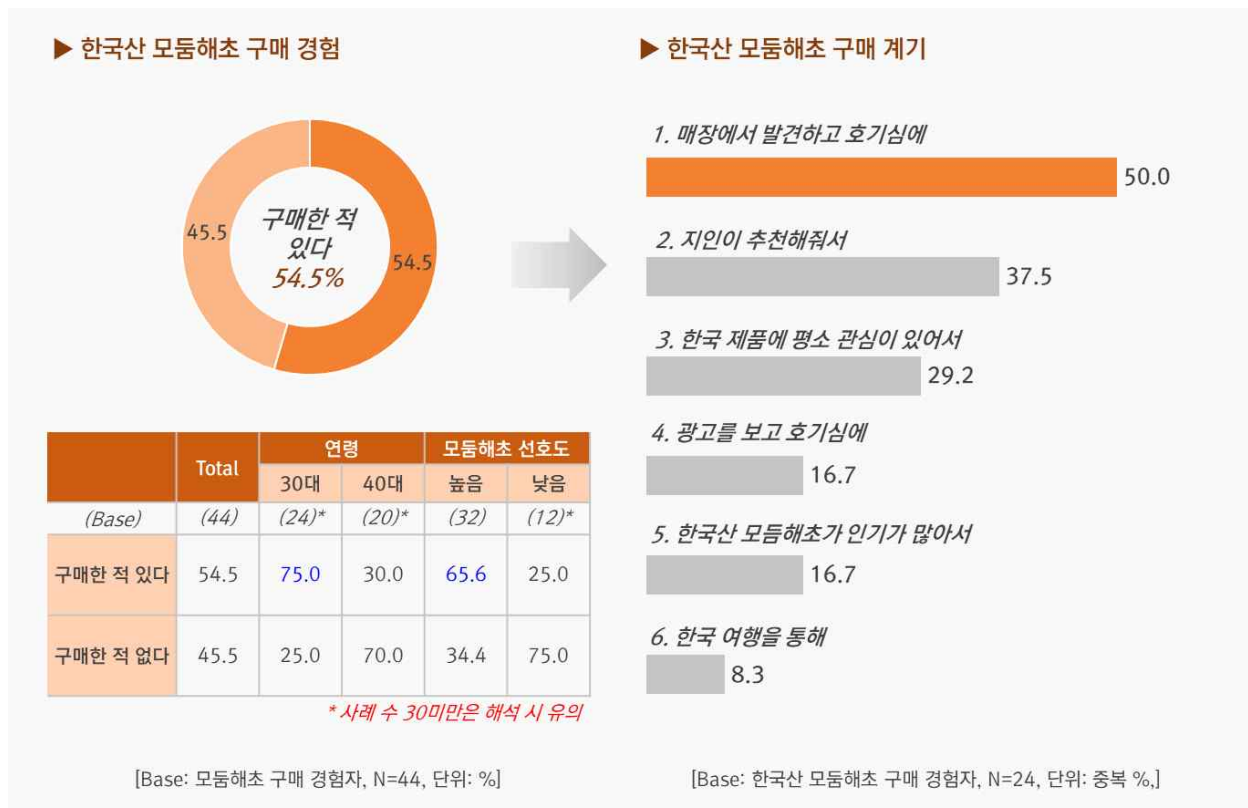
▶ 미국 소비자의 54.5%, 한국산 모듬해초 구매 경험 있어

한국산 모듬해초의 구매 계기를 알아보기 위해, 먼저 한국산 모듬해초를 구매해본 경험이 있는지에 대해 설문함. 그 결과, 미국 소비자의 과반인 54.5%가 한국산 모듬해초를 구매해본 경험이 있는 것으로 조사됨. 응답자 특성별로 살펴보면, 30대와 모듬해초 선호도가 높은 그룹의 응답률이 상대 그룹 대비 두 배 이상 높게 나타남. 30대 중 75.0%, 모듬해초 선호도가 높은 응답자 중 65.6%가 한국산 모듬해초를 구매해 본 것으로 조사됨

▶ 한국산 모듬해초 구매 계기로 ‘매장에서 발견하고 호기심에’

한국산 모듬해초를 구매한 경험이 있는 소비자들을 대상으로 구매 계기를 조사한 결과, ‘매장에서 발견하고 호기심에’가 50.0%로 가장 높은 응답률을 보임. 뒤이어 ‘지인이 추천해줘서’와 ‘한국 제품에 평소 관심이 있어서’의 응답률이 각각 37.5%와 29.2%로 2, 3위를 기록함

[표7] 한국산 모듬해초 구매 경험 및 계기



4. 대안의 평가

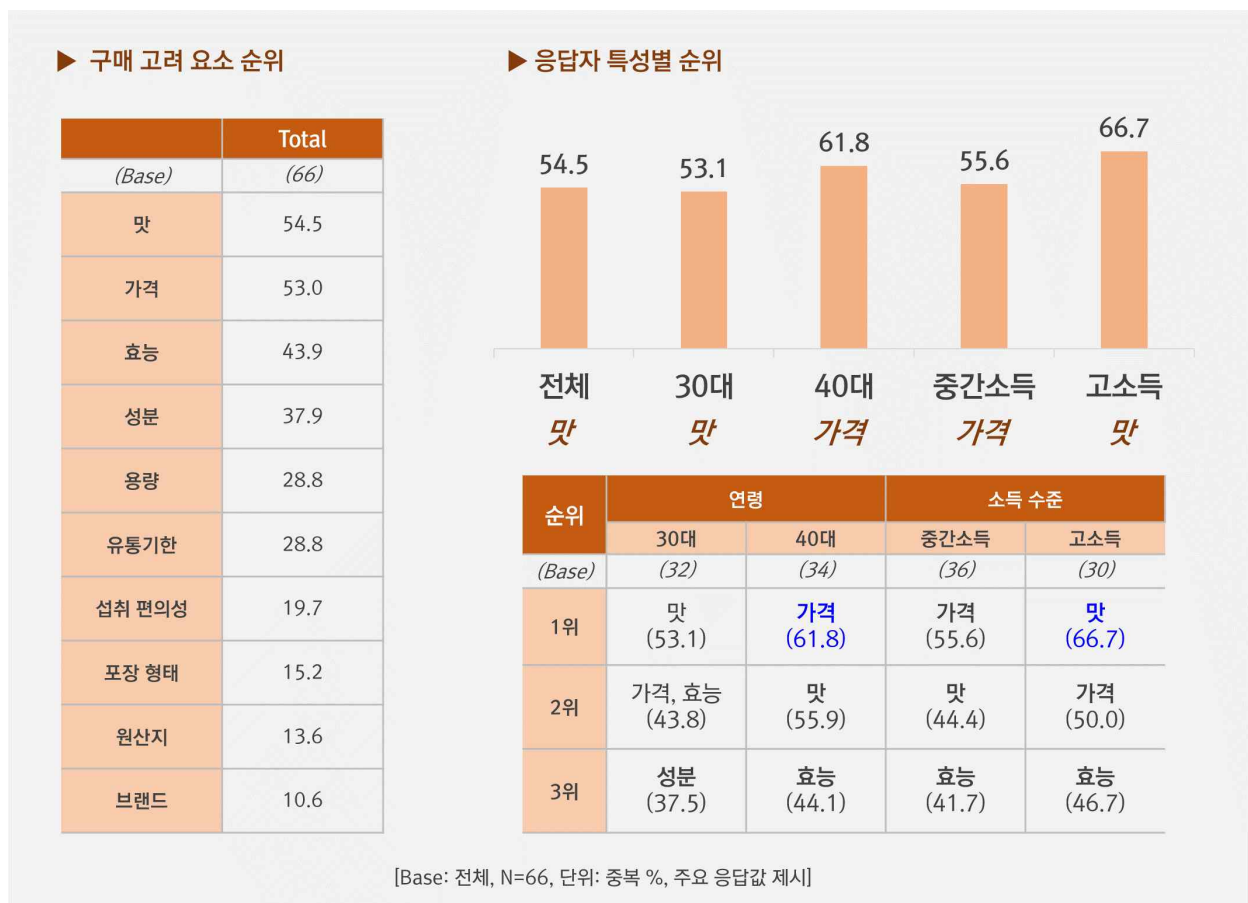
▶ 미국 소비자, 모듬해초 구매 시 ‘맛’을 주로 고려해

미국 소비자들에게 모듬해초를 구매할 때, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 설문함. 그 결과, ‘맛’과 ‘가격’의 응답률이 각각 54.5%와 53.0%로 과반을 차지함. 뒤이어 ‘효능’이 43.9%, ‘성분’이 37.9%를 차지함

▶ 응답자 특성별 1순위 구매 고려 요소, ‘맛’ 또는 ‘가격’

응답자 특성별로 미역을 구매할 때, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 조사한 결과, 모든 응답자 그룹에서 ‘맛’과 ‘가격’이 상위를 차지함. 30대와 고소득자는 ‘맛’, 40대와 중간소득자는 ‘가격’을 가장 중요한 요소로 선정함. ‘가격’은 40대(61.8%)가 30대(43.8%)보다, 맛은 고소득자(66.7%)가 중간소득자(44.4%)보다 상대적으로 높은 응답률을 기록함

[표8] 구매 고려 요소



5. 구매의 경로

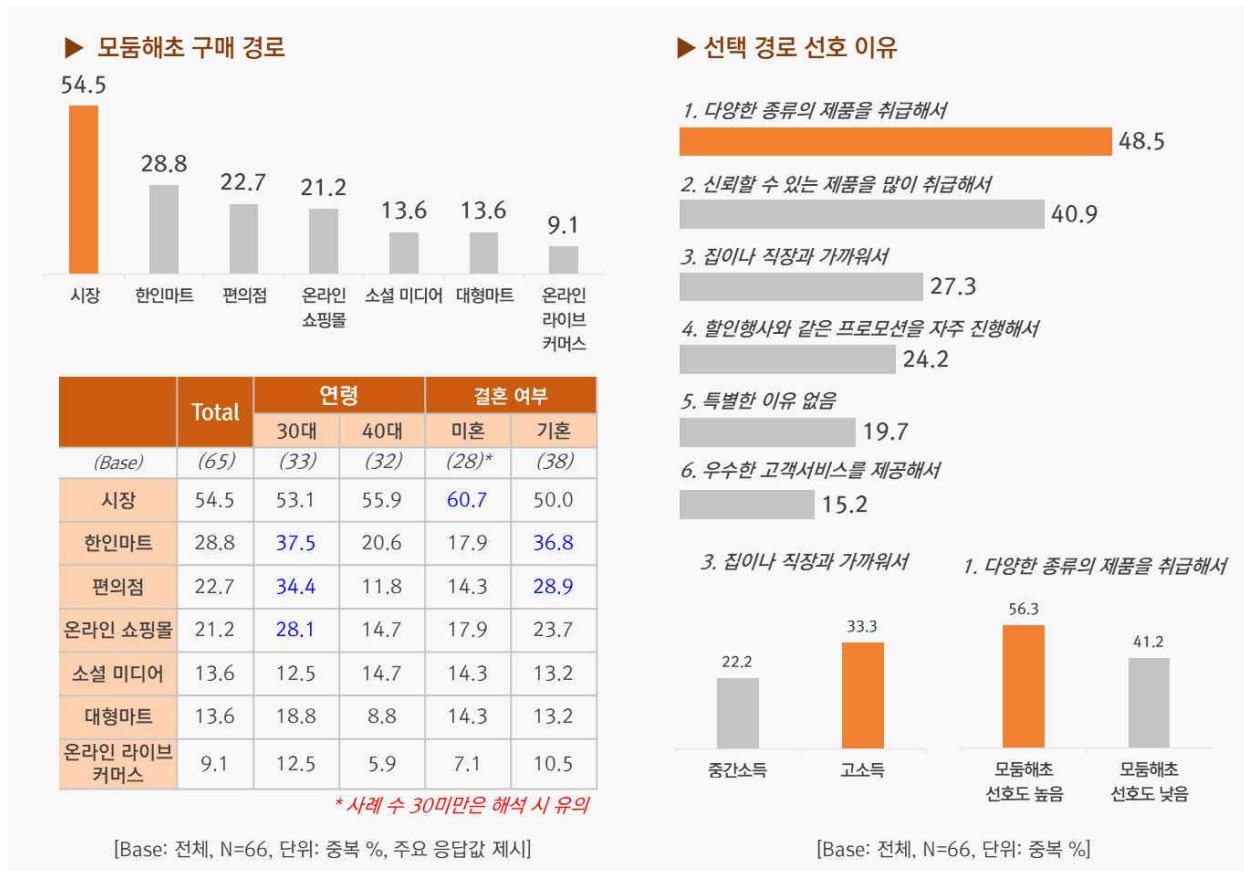
▶ 미국 소비자, '시장'에서 모듬해초 구매할 것

미국 소비자를 대상으로 모듬해초 구매 시 어떠한 경로를 이용할 것인지에 대해 설문함. 그 결과, '시장'이 54.5%로 1위를 차지했으며, 유일하게 과반을 차지함. 뒤이어 '한인마트'가 28.8%, '편의점'이 22.7%를 기록했으나, 비교적 낮은 응답률을 기록함. 응답자 그룹과 관계없이 '시장'이 가장 높은 응답률을 기록했으며, 그중에서도 미혼의 응답률(60.7%)이 가장 높음. 한편, 30대와 기혼은 시장 외에도 상대적으로 다양한 경로를 이용하는 것으로 조사됨

▶ 선택 경로 선호 이유, '다양한 종류의 제품을 취급해서'

앞서 설문한 구매 경로와 관련하여 선택한 경로를 선호하는 이유에 대해 조사함. 그 결과, '다양한 종류의 제품을 취급해서'가 48.5%로 가장 높았으며, 뒤이어 '신뢰할 수 있는 제품을 많이 취급해서'가 40.9%로 2위를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, 중간소득자(22.2%)보다 고소득자(33.3%)가 가까운 거리를 이유로 선택 경로를 선호하는 경향이 있었으며, 모듬해초 선호도가 높을수록 취급 제품의 다양성을 선호 이유로 꼽는 경우가 많은 것으로 조사됨

[표9] 구매의 경로



6. 가격의 평가

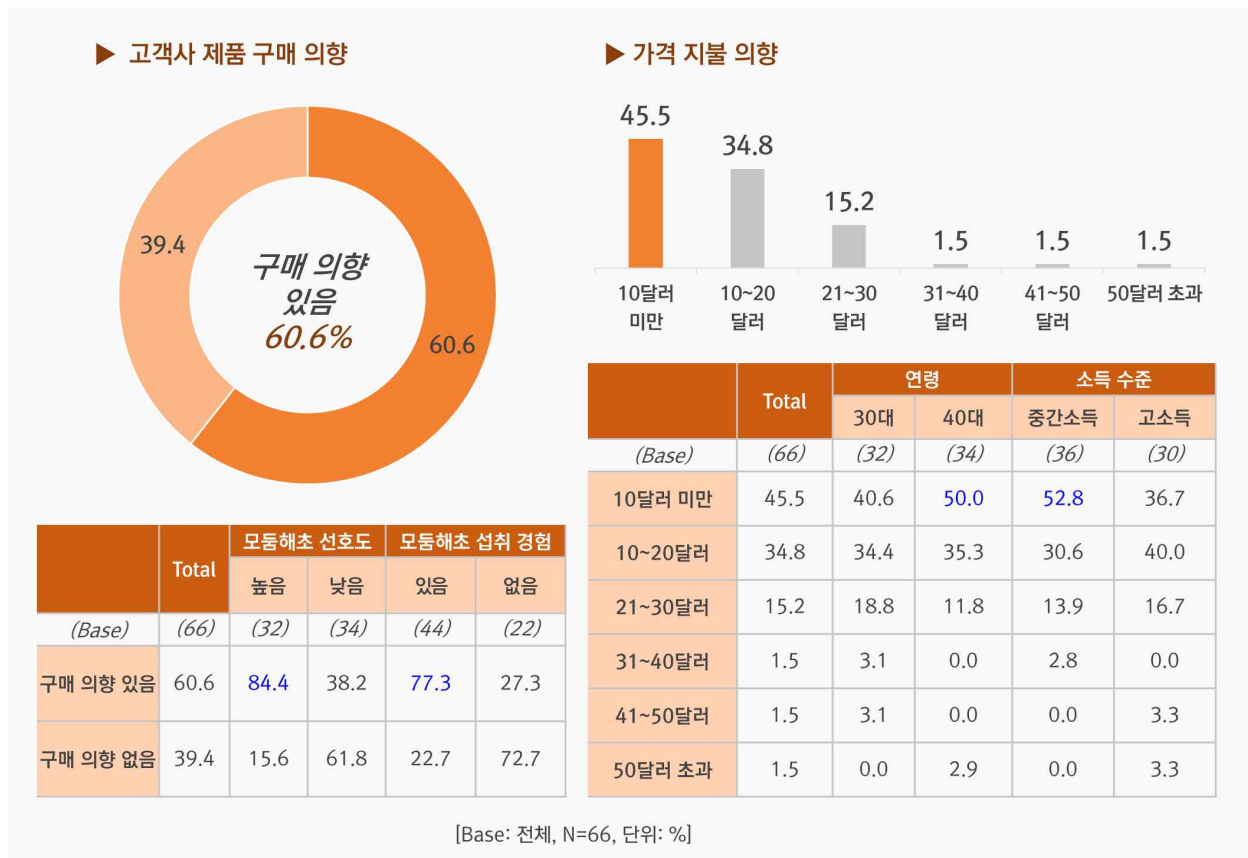
▶ 제품 구매 의향, 60.6%로 과반 차지

미국 소비자들에게 고객사 제품의 정보(용량, 가격, 포장 형태, 원료, 원산지, 특징)를 제공한 후 제품을 구매할 의향이 있는지에 대해 설문함. 그 결과, '구매 의향 있음'의 응답률은 60.6%로 과반을 차지함. 그중 모뎀해초 선호도가 높거나, 설치 경험이 있는 응답자의 경우 구매 의향이 각각 84.4%, 77.3%로 비교적 높게 나타남

▶ 고객사 모뎀해초 '10달러 미만'일 경우, 45.5%로 구매 의향 가장 높아

다음으로 미국 소비자들에게 제품에 대해 얼마까지 지불할 의향이 있는지에 대해 설문한 결과, '10달러 미만'의 응답률이 45.5%로 가장 높으며, 특히 그중 40대(50.0%)와 중간소득자(52.8%)의 응답률이 상대적으로 높음

[표10] 제품 구매 의향



6. 가격의 평가

▶ PSM 기법

PSM(Price Sensitivity Meter)은 특정 제품에 대한 소비자의 가격 민감도를 측정하여 수용 가격 범위를 파악하는 조사이며, 수용 가격 범위란 소비자가 해당 제품에 대해 얼마까지 지불할 의향이 있는지를 나타낸 구간임

구체적인 문항 질문지는 다음과 같으며, 80g(2.82oz)의 모듬해초를 기준으로 함

- Q1. 너무 저렴해서 품질이 의심되기 시작하는 가격은 얼마입니까?(Too Cheap)
- Q2. 합리적이라고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Cheap)
- Q3. 비싸다고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Expensive)
- Q4. 너무 비싸서 구매할 수 없다고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Too expensive)

▶ PSM 가격 수요 곡선의 이해

PSM 가격 수요 곡선에는 각 그래프가 교차하는 총 4개의 교차점이 생성됨

PSM에서는 해당 교차점을 기준으로 소비자의 수용 가격 범위를 파악함

- PMC(Point of Marginal Cheapness, 최저 한계 가격):

‘너무 싸다’와 ‘비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 지점보다 낮은 가격에서는 오히려 너무 저렴하여 구매하지 않는 소비자의 수가 많아져 PMC보다 높은 가격을 책정하는 것이 바람직함

- PME(Point of Marginal Expensiveness, 최고 한계 가격):

‘너무 비싸다’와 ‘싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 지점보다 높은 가격에서는 너무 비싸 구매하지 않는 소비자가 많아져 PME보다 낮은 가격을 책정하는 것이 바람직함

- OPP(Optimal Price Point):

‘너무 싸다’와 ‘너무 비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 가격에 제품을 구매하고자 하는 소비자가 가장 많아 판매량을 극대화할 수 있는 지점임

- IPP(Indifference Price Point):

‘싸다’와 ‘비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 가장 균형 잡힌 가격대를 가질 수 있는 지점으로 해석됨

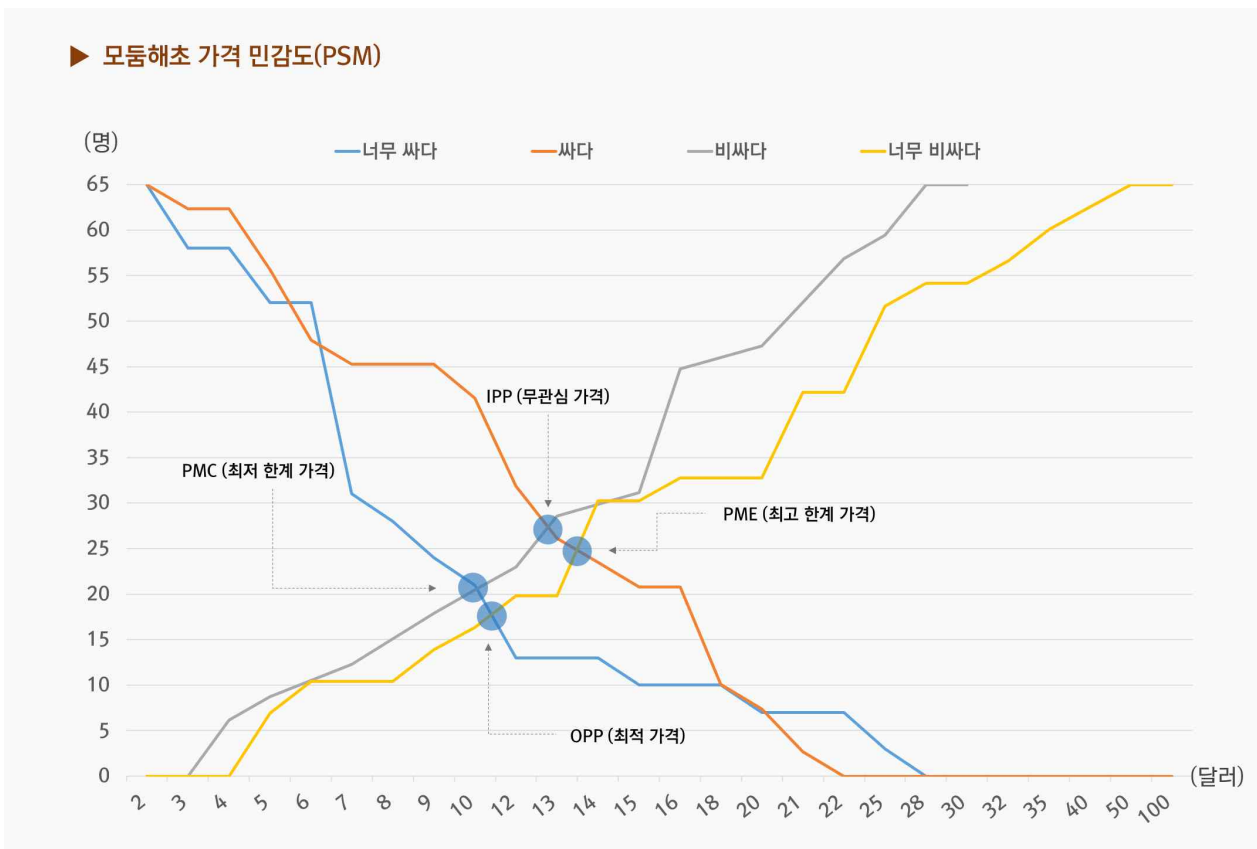
6. 가격의 평가

▶ 고객사 제품 최적 가격, ‘11.5달러’

한국산 모듬해초의 가격 민감도 그래프에 따르면 무관심 가격(IPP)은 13달러이며, 최적 가격(OPP)은 11.5달러인 것으로 확인됨. 또한, 최저 한계 가격(PMC)은 10달러, 최고 한계 가격(PME)은 14.5달러로 나타남. 따라서, PSM 기법에 의한 모듬해초 구매 의사 가격은 11.5달러(OPP)~13달러(IPP)이며, 수용 가능한 가격 범위의 하한 가격은 10달러(PMC), 상한 가격은 14.5달러(PME)로 분석됨

이는 앞서 미국 소비자를 대상으로 가격 지불 의향을 설문한 결과에서 20달러 이하 구간(‘10달러 미만’, ‘10~20달러’)의 누적 응답률이 80.3%를 기록했던 것과도 상통한 결과임. 최적 가격이 11.5달러, 무관심 가격이 13달러이며 ‘10달러 미만’에서 지불 의향이 45.5%로 가장 높았던 것을 고려했을 때, 10~13달러 내외의 가격을 설정하는 것이 시장에 적합할 것으로 판단됨

[표11] 모듬해초 제품 적정 가격 조사 결과



발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.08.04

2023 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.