

표 18. 성별에 따른 소비자 구매의향 차이 분석

구분		차이가 존재하는 항목
와인 구입 시 중요하게 생각하는 요인	조사항목	① 가격 ② 국내산 ③ 브랜드 이름 ④ 디자인 ⑤ 맛과 향 ⑥ 용량 ⑦ 병 모양
	남 vs. 여	-
와인을 구매하는 장소	조사항목 (0,1)	① 대형 유통업체 ② 백화점 ③ 와인전문점 ④ 국내 여행지 ⑤ 제과점(빵집) ⑥ 비행기 및 해외 ⑦ 동네 슈퍼 ⑧ 기타
	남 vs. 여	③ 와인전문점* (.23 vs. .55)
축제장에서 시음한 와인들의 전반적인 만족도	조사항목	① 레드와인 ② 로제와인 ③ 화이트와인
	남 vs. 여	② 로제와인* (3.46 vs. 4.05)
옥랑 로제 와인의 향과 맛	조사항목	① 향 ② 단맛 ③ 신맛 ④ 쓴맛 ⑤ 전반적인 기호도
	남 vs. 여	-

주) \*p < 0.05, \*\*p < 0.01, ( )값은 평균을 의미함. 중복 선택 가능 항목은 0(아니오)과 1(예)의 값을 가짐

옥랑 로제와인의 시장 진입 가능성을 검토하기 위해 설문조사를 한결과, 시판되고 있는 로제와인과 유사한 선호도를 보였으며, 현재 옥랑와인은 2개 와인너리에 현장접목하여 와인양조 중이다. 와인너리와 공동연구를 통해 품질향상 및 사업화를 진행할 예정이다

### 제 3절 체험·관광용 와인과 가공품 개발 및 실용화

#### I. 재료 및 방법

##### 가. 아로니아와 캠벨얼리 혼합비율별 와인 개발

###### (1) 재료

2014년도 충북 영동에서 생산된 캠벨얼리, 아로니아(블랙초크베리), 효모, 설탕, 메타중 아황산 칼륨 등

###### (2) 와인 제조

###### (가) 제경, 파쇄

포도는 제경 파쇄기를 이용해 과경과 포도 알갱이를 분리하였고 아로니아는 분쇄기를 이용하여 분쇄하였다. 과경을 분리한 포도즙(포도즙, 과육, 씨 등을 포함)에 100ppm의 메타중 아황산 칼륨을 처리한 다음 5시간정도 방치하고, 목표 당도가 22 brix가 되도록 설탕을 첨가하였다. 효모는 30분가량 활성화를 시킨 다음 전체 무게의 0.02%를 첨가하여 발효를 시작하였다.

###### (나) 아로니아와 캠벨얼리 혼합비율별 와인 개발

아로니아 와인의 양조 적성을 알아보기 위하여 분쇄한 아로니아를 캠벨얼리와 블렌딩 비율을 달리한 후 발효한 후 랙킹공정과 숙성공정을 거쳐 여과하였다. 처리구는 캠벨얼리 100%,