

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 병크기(용량) ⑦ 병 모양
	남 vs. 여	③ 브랜드 이름* (2.20 vs. 2.96)
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	① 대형 유통업체** (.38 vs. .75) ④ 국내 여행지* (.19 vs. .00)
축제장에서 시음한 와인들의 전반적인 만족도	조사항목	① 레드와인 ② 로제와인 ③ 화이트와인
	남 vs. 여	③ 화이트와인* (4.30 vs. 3.71)
아로니아 와인의 향과 맛	조사항목	① 향 ② 단맛 ③ 신맛 ④ 쓴맛 ⑤ 전반적인 기호도
	남 vs. 여	④ 쓴맛* (3.00 vs. 2.34)

주) \*p < 0.05, \*\* p < 0.01, ( )값은 평균을 의미함

중복 선택 가능 항목은 0(아니오)과 1(예)의 값을 가짐

아로니아 와인 소비자 기호도에 참여한 와인 소비자 구매의향을 분석한 결과 와인 구매시 가장 중요하게 생각하는 요인은 맛과 향인 것으로 나타났으며, 선호하는 와인은 58%가 레드와인 28%가 화이트 와인으로 나타났다. 과거 1년간 와인을 마셔본 횟수는 3회가 24%, 6회 이상이 54%로 와인을 자주 접해본 사람들이었으며, 한회 마시는 양은 2잔과 4잔이 가장 많았고 와인 구매시 적당하다고 생각하는 가격은 1~3만원이 56%로 가장 높았다. 와인을 구매하는 장소는 주로 대형 유통업체 인 것으로 나타났다. 아로니아 와인 시음결과 기호도는 3.6으로 시판 레드 와인과 유사한 선호도를 보였으며, 아로니아 와인의 상품화 가능성은 맛이 38%로 가장 높게 나타났다. 시음한 아로니아 와인은 아로니아 20%+캠벨얼리 80%로 블렌딩하여 와인을 제조한 후 1년간 숙성시켰으며, 당 함량은 3%로 건강지향에 약간 탄닌감 있는 와인이다. 소비자 기호도 조사 결과 타깃으로 하는 소비자층을 좀 더 구체화하고 짙은 맛을 선호하는 소비자를 중심으로 오크 숙성 등 품질을 향상시켜 시판한다면 가능성이 있을 것으로 생각한다. 현재 와이너리 4개소에 현장접목중으로 교육을 거쳐 현재 발효중인 와인을 모니터링 중이다.