

구 분	기존사과 (+3)	기존사과 (+2)	기존사과 (+1)	같음	황 옥 (+1)	황 옥 (+2)	황 옥 (+3)
	← 선호도 증가 →						
종합평가	0.0	0.0	14.3	9.8	19.4	10.9	14.7
크 기	45.0	60.0	40.8	23.0	5.6	11.8	5.4
새콤달콤함	10.0	16.0	10.2	11.5	30.6	10.0	23.3
색 깔	35.0	20.0	20.4	23.0	13.9	20.0	10.9
씹 는 맛	10.0	0.0	8.2	13.1	15.3	24.5	22.5
과 즙	0.0	4.0	6.1	19.7	15.3	22.7	23.3
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

황옥 품종과 동일시기에 출하되는 기존 사과(후지 조숙계)를 대상으로 외관 및 식미 선호도를 소비자를 조사한 결과는 표 30과 같다. 대과이고 적색인 기존 사과를 선호하는 경향이었으나 새콤달콤함, 씹는맛 및 과즙 등 식미 선호도는 황옥을 선호하는 경향이었고, 종합 평가 시 황옥을 최종적으로 더 선호하는 것으로 나타났다. 그러므로 크고 붉은색에 익숙한 소비자들은 외관은 기존 사과를 선호하지만 맛을 본 후에는 맛이 좋은 품종을 선호하므로 신제품 출하 시 홍보와 계통 출하를 통해서 인지도를 향상 시키는 것이 필요하다고 생각되었다.



그림 1. 사과 신제품과 후지 품종 과일 시식 후 선호도(’15)

10월 상순에 수확되는 신제품과 대조품종 후지 과일을 시식한 후 선호도는 그림 1과 같다. 표 8에서 후지조숙계와 황옥의 선호도는 비슷하게 나왔는데, 그림 1에서는 후지를 대조품종으로 사용하여 후지 23%, 황옥 18%로 나타났다. 핑크닉의 선호도는 59%로 후지보다 월등히 선호도가 높았다.