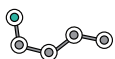


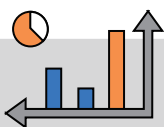
# 2024년 소비자 맞춤형 제품개선 사업



# 우수 사례집



**FOODPOLIS**  
한국식품산업클러스터진흥원



# 한국식품산업클러스터진흥원 소개

## 대한민국 식품산업 곁에 한국식품산업클러스터진흥원이 있습니다

한국식품산업클러스터진흥원은 식품산업의 발전과 미래가치 창출을 목표로 하는 국내 유일의 원스톱 식품기업 전문 기술지원 기관으로서, 입주기업을 대상으로 기술 지원 및 제조지원, 교육·컨설팅·정보제공 등 맞춤형 컨설팅을 통해 기업하기 좋은 환경을 제공합니다.

식품진흥원은 언제나 한결같이 대한민국 식품기업의 성공파트너로 함께하겠습니다.



## 한국식품산업클러스터진흥원에는 식품기업을 위한 지원시설이 있습니다

국가식품클러스터는 입주기업 지원을 위해 기업지원, 기술지원, 생산지원, 특화지원으로 나눠 14대 기업 지원시설을 운영하고 있습니다.

- **기업지원** (진흥원 본부, 식품벤처센터, 농식품원료중계공급센터)
- **기술지원** (품질안전센터, 식품패키징센터, 식품기능성평가지원센터, 기능성원료은행)
- **생산지원** (파일럿플랜트, 소스산업화센터, HMR 기술지원센터, 기능성식품제형센터)
- **특화지원** (청년식품창업센터, 푸드테크연구지원센터, 식품문화복합혁신센터)



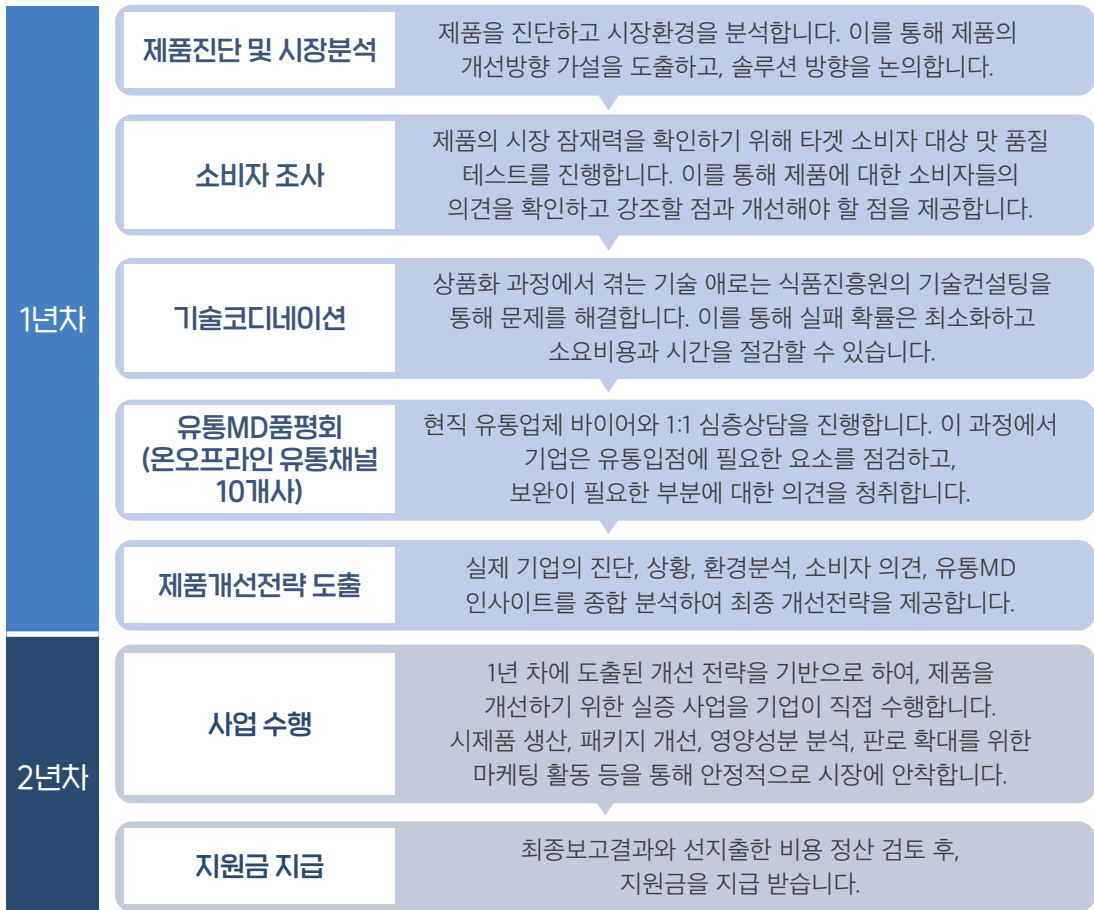
# 소비자 맞춤형 제품개선 사업이란?

국내 식품기업의 출시(예정포함) 가공식품을 대상으로 소비자 평가와 유통 컨설팅을 통해 시장맞춤형 제품으로 개선하여 시장에 안착하는 것을 지원하고 있습니다.

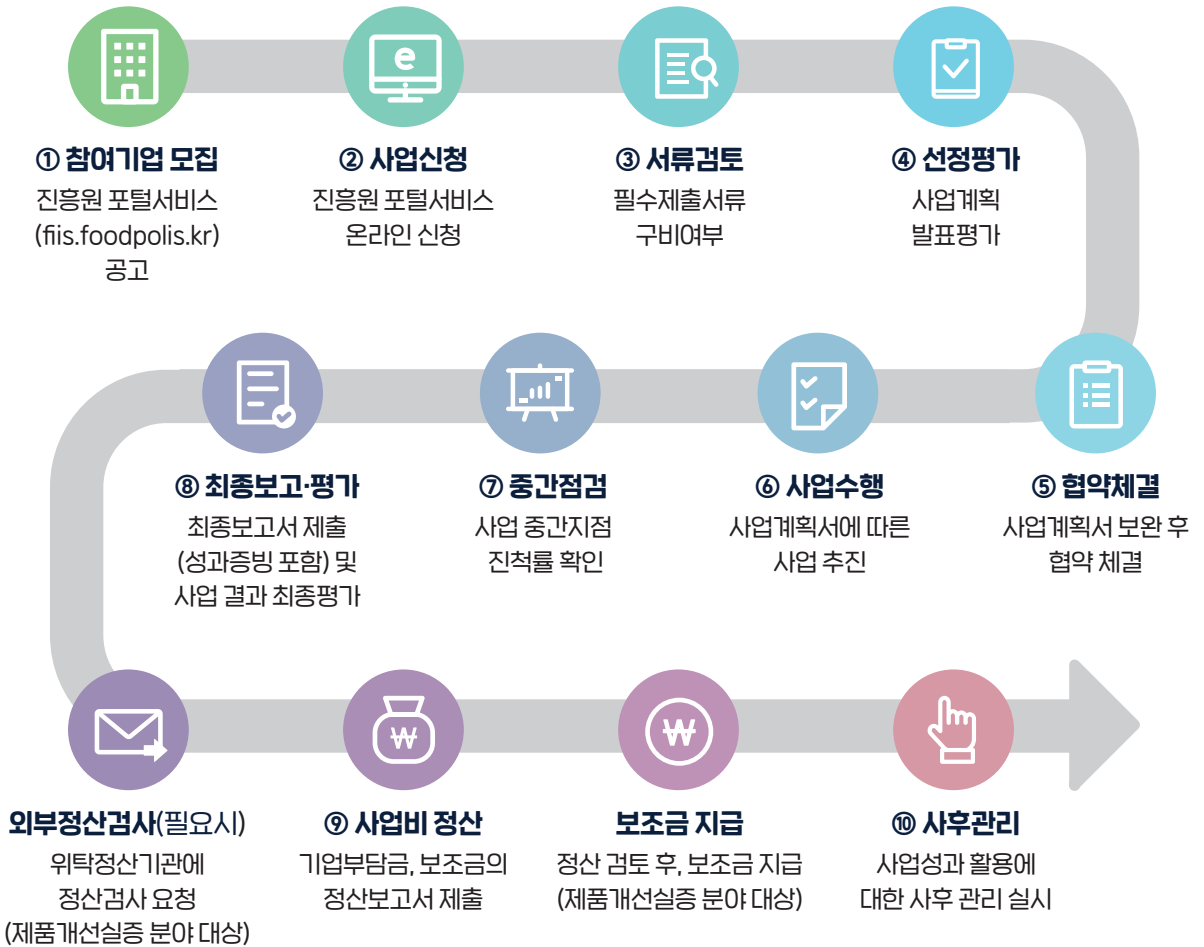
- 지원대상: 전국 식품기업
- 지원규모: 총 16개사
- 지원요건 및 내용

구분	지원분야	지원요건	모집규모	지원내용
1년차	소비자 맞춤형 제품개선	전국 식품기업 (B2C제품, 1품목)	10개사	프로그램 지원
2년차	제품개선실증	전년도 소비자 맞춤형 제품개선 (1년차) 참여기업	6개사	지원금 지급 (기업 선지급 必)

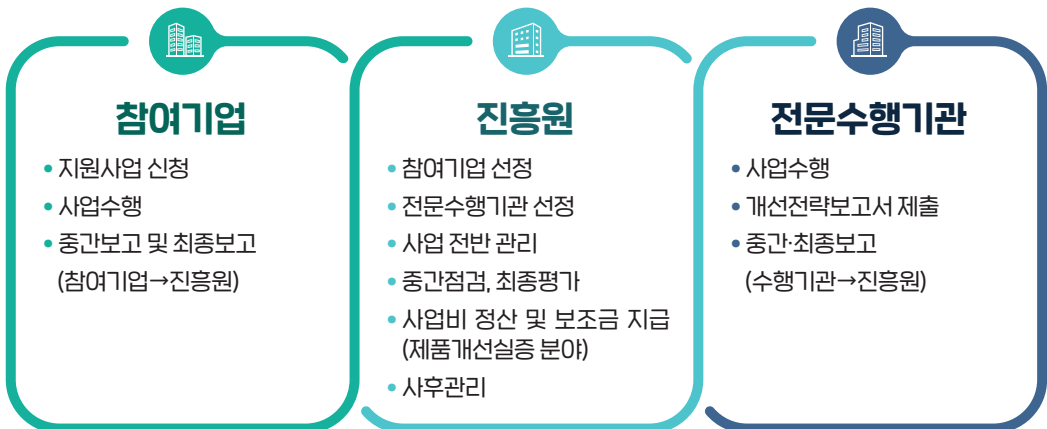
## ■ 지원절차



## ■ 사업 수행 모식도



## ■ 추진체계





## 2024년 소비자 맞춤형 제품개선 사업 우수사례 선정 기업

### 목 차

1. 한국네스트 .....	6
2. 아이엔비솔루션즈 .....	8
3. 메타텍스처 .....	10
4. 위가코리아 .....	12
5. 담꽃 .....	14
6. 카카오파이브 .....	16

<b>대표명</b>	한성호	<b>주소</b>	경기도 포천시	<b>홈페이지</b>	www.nestkorea.co.kr
<b>대표번호</b>	031-541-3311	<b>사업 참여기간</b>	(23년) 1년차 (24년) 2년차	<b>지원제품</b>	셀러리유산균침향환 (백세청명환)

**회사 소개** 한국네스트는 오랫동안 다양한 기업의 환(丸) 제품을 제공하는 OEM 제조사로 B2B전문 기업이다. 환, 과립, 스틱 액상 등 다양한 제품 제조 기술력 및 생산시설을 보유하고 있어 생산 역량에 큰 강점이 있는 기업이다.

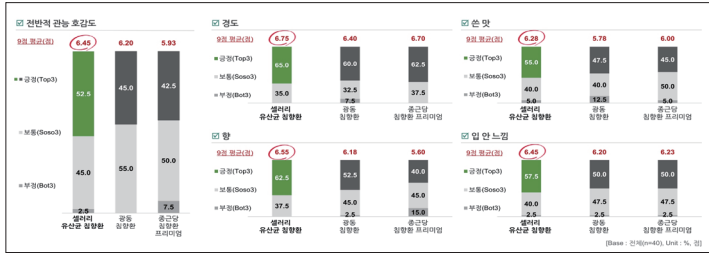
**지원 동기** 환 제조 노하우를 바탕으로 자사 브랜드 제품을 출시했지만, 매출은 5% 미만으로 개선이 시급했다. 어디서부터 어떻게 진행해야 할지 막막한 마음에 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 신청하였다.

**지원 제품**

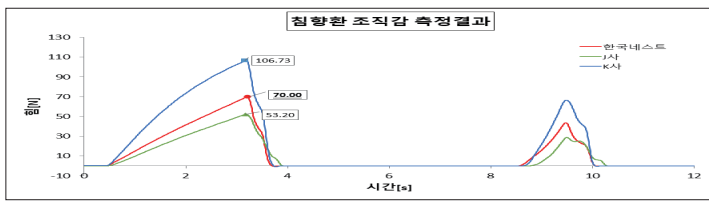


- ▶ 침향, 감초, 계피, 녹용과 13종의 국산 한방소재 함유
- ▶ 연년익수 관련 한방 원료 및 텔로미어 관련 향기, 녹차 울금 사용
- ▶ 산화질소 셀러리 추출 발효 농축액으로 혈관 근육 강화, 혈행 촉진, 혈류량 개선 등에 효과

**지원 내용** [소비자의 평가 및 조직감 분석 지원을 통해 개선점 도출] 관능평가를 통해 자사 제품이 타사 제품 대비 맛 품질 경쟁력이 있음을 확인했으나, 비호감 요인으로 도출된 '쓴맛'에 대한 개선이 필요했다. 더하여, 환의 단단한 정도를 측정하여 조금 더 부드럽게 조절할 필요가 있음을 확인하였다.



관능평가 결과 타사 제품 대비 맛 품질 경쟁력 있음



침향환(자사, 타사 2종) 조직감 측정 결과

## [제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]

침향환의 가치를 높이기 위해 시장 분석부터 브랜드 컨셉 도출, 브랜드 방향성까지 면밀한 진단이 이루어졌다. 이후 유통MD 10인의 객관적인 평가·코칭을 통해 최종적인 개선 전략과 시각화 자료(패키지 디자인)를 제공받았다.



사업 수행사와 대면 미팅



유통MD품평회 컨설팅 현장

## [환 전문가만의 가치를 담은 브랜드 개발 및 제품 개선: 백세까지 청명하게, 백세청명]

‘백세청명’이라는 브랜드를 개발하여, 이를 중심으로 제품의 품목을 확대하고 있다. 특히, 지원사업 중 MD품평회 결과로, 기존 환 제품에 바나바잎추출물을 첨가하여 건강기능식품을 개발하여 제품의 라인업을 확대하였다.

### ✦ 제품 개선 및 확대 지원



기존제품 개선 및 브랜드개발로 상품성 증가



신제품(건강기능식품) 개발

### ✦ 홍보·마케팅 추진 지원



기존제품 개선 및 브랜드개발로 상품성 증가



홍보영상 제작 지원



홍보영상 제작 지원



백세청명의 가치를  
국내를 넘어 세계로  
해외시장 진출

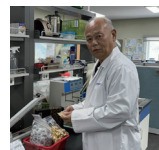
전년 대비 약 5% 증가



매출 증가  
내수 시장

MD를 설득하던 제품에서, 이제는 MD가 먼저 관심을 보이는 제품으로!

중소기업에게 가장 필요한 것은 거창한 지원이 아닌, 실질적인 도움입니다. 물론 더 많은 금전적 지원이 주어진다면 환영할 일이지만, 무엇보다도 중소기업이 홀로 헤쳐 나가기 어려운 소비자 의견을 기반으로 한전략 수립, 컨셉 개발, 품평회 등과 같은 부분에서 집중적인 지원이 필요합니다. 앞으로도 이런 실질적인 도움을 주는 지원 사업이 더욱 많아지기를 기대합니다. 감사합니다.



(주)한국네스트  
김진수 연구소장

대표명	정광호	주소	전북 완주군	홈페이지	http://www.innoenbio.com/
대표번호	063-714-3203	사업 참여기간	(23년) 1년차 (24년) 2년차	지원제품	지은 쌀 아이스크림 (라이스잇바닐라)

회사  
소개

아이엔비솔루션즈는 농식품 R&D 전문기업으로 쌀을 활용한 우유/분유 대체 순수미분과 설탕 대체 쌀엿기스를 개발하였다. 또한, 쌀음료(라이스유)와 '지은(JIEUN)' 브랜드의 식물성 100% 쌀아이스크림을 출시하여 시장에서 차별화된 제품을 선보이고 있다.

지원  
동기

비건 아이스크림을 개발 중이었으나 효과적인 홍보와 마케팅 방법에 대한 고민이 많았다. 식품진흥원 입주기업으로서 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 참여하여, B2C 시장 진입과 판로 개척을 위한 전문적인 지원을 받고자 개선 사업에 신청하였다.

지원  
제품

- 쌀을 원료로 한 100% 식물성 아이스크림
- 우유가 들어가지 않았지만, 크리미하고 쫄쫄한 젤라또 같은 아이스크림
- 쌀 엿기스와 순수미분 등 자체 개발 원료 사용
- 유당불내증 및 견과류 알러지 프리

지원  
내용

## [맛 품질 평가를 통해 타겟 소비자가 느끼는 제품의 특징점 도출]

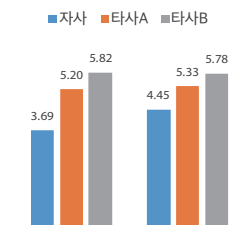
아이스크림을 즐기는 20대 남녀 소비자 대상 자사 제품과 타사 식물성·동물성 아이스크림의 맛 평가한 결과, 자사 제품의 전반적인 기호도가 매우 낮음을 확인하였다.

소비자가 자사 제품에서 좋아하는 감각적 속성은 담백한 맛, 순한 맛, 입안에서 녹는 느낌 등인 반면, 싫어하는 속성은 전반적으로 맛이 약하다는 것이었다. 이를 보완하기 위해 우유·바닐라 향미와 단맛을 강화하고 제품의 식감을 부드럽게 개선하였다.

	기호도				
	전반	색상	맛	입안 감촉	뒷맛
p-value	<.001***	<.001***	<.001***	<.001***	<.001***
자사	3.88 <sup>a</sup>	6.57 <sup>a</sup>	3.55 <sup>a</sup>	4.65 <sup>a</sup>	4.04 <sup>a</sup>
타사A	4.90 <sup>b</sup>	6.10 <sup>a</sup>	4.58 <sup>b</sup>	6.16 <sup>b</sup>	4.71 <sup>a</sup>
타사B	7.47 <sup>c</sup>	7.31 <sup>b</sup>	7.47 <sup>c</sup>	7.35 <sup>c</sup>	6.86 <sup>b</sup>

※ 9점 척도 : 1점 '대단히 많이 싫다', 5점 '중지도 싫지도 않다', 9점 '대단히 많이 좋다'

※ \* < 0.05, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001, 시료별 유의적 차이가 있는 특성의 경우 굵은 글씨로 표시



아이스크림 3종의 '기호도' 및 '맛 특성 강도' 결과

## [제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]

쌀 아이스크림의 원재료 맛을 느낄 수 있고 누구나 안심하고 즐길 수 있는 '100% 식물성', '합성 첨가물 없는', '자연 그대로의 맛'을 가진 순한 프리미엄, 자연 아이스크림으로 컨셉을 개선하였다. 유통 MD 품평회를 통해 신규 유통채널 입점을 위한 제품 라인업의 중요성을 확인하였고, 카카오메이커스와 컬리와의 후속 연계로 유통 네트워크를 확장할 수 있었다.



참여기업 방문 제품진단 회의



유통MD품평회 현장

## [비건 아이스크림, 새로운 시장 진출의 발판을 마련하다]

'라이스잇' 브랜드를 개발하여, 이를 중심으로 비건 아이스크림 제품 라인업을 확대하고 있다. 특히, MD 품평회 결과를 반영하여 다양한 맛의 비건 아이스크림을 개발하고 온/오프라인 입점을 준비 중이다. 현재는 제품 홍보와 마케팅에 집중하며 국내시장 뿐만 아니라 호주, 미국, 싱가포르, 유럽 등 해외 시장 수출을 준비하고 있다.

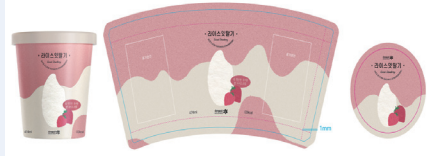
### ✦ 제품 개선 및 확대 지원



좋은 재료 본연의 맛을 느낄 수 있는  
'순수 아이스크림'



기존제품 개선 및 브랜드개발로 상품성 증가



신제품(라이스잇 딸기) 개발

### ✦ 홍보·마케팅 추진 지원



박람회 3건 참가 지원



온라인 마케팅(SNS, 배너광고, 온라인 영상광고) 지원 및 자사몰 개설



호주 및 미국  
(25년 4월)

해외시장 진출



카카오메이커스.  
마켓컬리, 소부당(예정)

유통 네트워크 확장

## 無에서 有를 만들어준 소비자 맞춤형 제품개선 사업

소비자 맞춤형 제품개선 사업은 비건 아이스크림 시장에 진입하는 중소기업에게 실질적인 마케팅 지원과 네트워킹 기회를 제공해 주었습니다. 특히 소비자 의견을 기반으로 한 전략 수립, 컨셉 개발, 품평회 등은 홀로 헤쳐 나가기 어려운 부분에 큰 도움이 되었습니다. 이러한 실질적인 지원으로 성공적인 시장 진출의 발판을 마련할 수 있었습니다. 앞으로도 이와 같은 중소기업 맞춤형 지원 사업이 지속되기를 희망합니다.



(주)아이엔비솔루션즈  
정광호 대표

대표명	문주인	주소	서울시 동작구	홈페이지	www.metatexture.co.kr
대표번호	07087110211	사업 참여기간	(‘23년) 1년차 (‘24년) 2년차	지원제품	식물성 계란 (식물성 지단)

회사  
소개

메타텍스처는 국내 유일 식물성 계란 전문 푸드테크 기업으로, SWEET EGG 브랜드를 통해 일반 계란의 식감을 90% 수준으로 재현한 식물성 계란을 개발했다. 환경적 가치와 지속가능성을 추구하는 미래형 식품 기업으로 주목받고 있다.

지원  
동기

‘SWEET EGG’ 브랜드명과 맛의 불일치로 인해 변경을 고려하고 있다. 또한, 새로운 제품 카테고리를 소비자에게 효과적으로 인식시키고 B2C 시장 진입과 시장확대를 위한 전문적인 지원을 받고자 개선 사업에 신청하였다.

지원  
제품

- 국내 최초 식물성 삶은 달걀
- 계란과 동일한 단백질 함량과 낮은 지방 함량
- 콜레스테롤 제로, 동물성 단백질 알러지 프리 계란
- 동물복지, ESG, 탄소배출절감 등 사회적 가치 실현
- 살모넬라 균 등 위해요소로부터 안전

지원  
내용

## [식물성 계란 vs 일반 계란 제품의 품질력을 확인하다]

가치소비를 지향하는 수도권 2030 여성 대상 자사 식물성 계란으로 제조된 에그마요와 타사 일반 계란으로 제조한 에그마요 2종을 비교하였다. 일반 계란으로 제조된 타사 제품과의 차이가 적은 경향이었으며, 조직감에서는 가장 높은 값을 나타내었다. 본 실험을 통해 확인된 비선호 인자인 이미·이취 등을 개선하여 식물성 지단, 에그마요 제품을 출시하였다.

시료	기호도 <sup>1)</sup>				
	전반**	외관*	향*	맛/향미***	조직감
<i>p</i> -value	.001	.016	.034	.000	.503
자사	5.8 <sup>b</sup>	5.7 <sup>b</sup>	5.8 <sup>ab</sup>	5.7 <sup>b</sup>	6.3
타사A	6.4 <sup>a</sup>	6.0 <sup>ab</sup>	6.2 <sup>a</sup>	6.4 <sup>a</sup>	6.2
타사B	5.6 <sup>b</sup>	6.4 <sup>a</sup>	5.7 <sup>b</sup>	5.2 <sup>b</sup>	6.0

1) 80명 소비자의 평균값: 9점 기호척도 (1=대단히 싫음, 5=중지도 싫지도 않음, 9=대단히 좋음)  
2) 분산분석 결과. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

## 에그마요 제품 3종의 소비자 조사 결과

시료	선호 유도인자	비선호 유도인자
자사	부드러움	22 (27.5)
	와사비/톡쏘는느낌	11 (13.8)
	식감/쉽힘성	8 (10.0)
타사	와사비/톡쏘는느낌	15 (18.8)
	마요네즈/느끼함	10 (12.5)
	이취/이질적인느낌	8 (10.0)

## 자사 제품(식물성 에그마요)의 선호 및 비선호 유도인자 평가 결과

## [제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]

유통 매력도를 높이기 위해 비건 인증, 패키지 개선 등에 대해 피드백을 받았다. 샌드위치, 김밥 등 가공식품 제조 기업과의 협업 등 제품의 활용도를 높이기 위한 방안을 모색할 수 있었다. 제품의 시장성과 차별화 전략을 분석하고, 합리적인 가격 설정의 필요성을 확인했다. 또한, 타겟 소비자의 특성을 고려한 높은 수준의 품질 개선 및 유지 전략을 수립하여 최종적인 개선 방향을 도출했다.



참여기업 방문 제품진단 회의



전략 수립 과정

### [알록(ALOK), 식물성계란 계란으로 지속 가능한 식탁을 만들어 가다]

전략개선방향에 기반하여 기업의 방향성인 ‘ESG’를 내포한 ‘대체계란의 대중화’, ‘다양성 존중’, ‘지속가능한 음식’이라는 뜻을 내포하여 브랜드명을 ‘ALOK’으로 개선하였다. 이를 통해 식물성 계란 제품 라인업을 확대하고 있다. 더불어 ALOK은 식감과 품질을 보완한 식물성 지단을 개발하여 김밥, 샐러드 등 다양한 요리의 재료로 활용될 수 있도록 하고 있다. ALOK은 B2C 시장 진입을 위해 오프라인 프랜차이즈 토스트 매장과의 협업을 준비하고 식품 박람회 등에 참가하는 등 홍보에 주력하고 있다. 이를 통해 식물성 계란의 판로를 확대하고, 지속 가능한 식탁 문화를 조성하는 데 기여하고 있다.

#### ✦ 리브랜딩 및 제품 라인업 확대

ALOK®

리브랜딩을 통한 소비자 인식 개선으로 브랜드 가치 향상

식물성지단 적용 제품군(김밥 등) 확장

#### ✦ 홍보·마케팅 추진 지원

SNS 온라인 마케팅(인스타) 활동 및 홍보물(브로슈어) 제작

자사몰 개설

대형 물류 유통업체 계약,  
식물성 계란 김밥 납품  
(바르다 김선생, 고봉민 김밥 등),  
이케아 푸드코트 입점 예정  
국내 매출 증가

한·아랍 스타트업  
경진대회 1위 수상

#### 메타텍스처의 식물성 계란 혁신과 시장 확장의 발판

소비자 맞춤형 제품개선 사업을 통해 실질적인 제품을 개선하고 브랜드 전략을 제공받았 습니다. 특히 식감과 품질을 개선한 식물성 지단을 개발 후, 활용도가 높아져 시장 확대의 기회를 잡을 수 있었습니다. 메타텍스처는 해당 사업 결과 기반, 식물성 계란 제품으로 시장을 선도해 나갈 것입니다. 앞으로 해당 사업이 더욱 확대되어 혁신적인 스타트업들이 시장에 안착할 수 있는 기회가 많아지길 바랍니다.

(주)메타텍스처  
문주인 대표

# 4


## 위جا코리아

크로롤,  
빵의 새로운 패러다임을 열다

대표명	우지안	주소	서울 강동구	홈페이지	-
대표번호	-	사업 참여기간	(‘23년) 1년차 (‘24년) 2년차	지원제품	크로롤

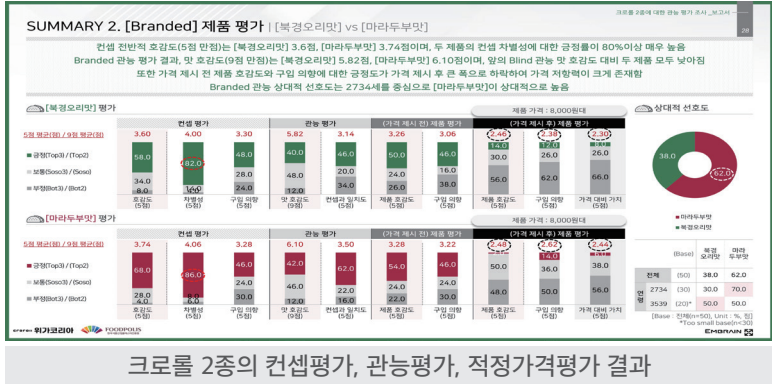
**회사 소개**  
위جا코리아는 새로운 HMR 식품 '크로롤'을 제조하는 식품기업이다. 크로롤은 다양한 속재료를 사용해도 형태를 유지하며 겉바속촉의 식감을 구현하는 특허 기술이 포함된 제품이다. 현재 회사는 투자 유치, 판로 개척, OEM 시설 협의 등 사업 기반 조성과 함께 브랜드 마케팅 준비에 주력하고 있다.

**지원 동기**  
크로롤 출시 후 새로운 카테고리 식품임에도 불구하고 비주얼을 제대로 보여주지 못하는 패키지 디자인이 주요 문제점으로 지적되었다. 이에 베이커리 겸 HMR 카테고리의 대표 브랜드로 자리 잡기 위한 슬로건 및 컨셉 보드 개발, 브랜드 스토리 개발 등이 필요하다고 판단했다. 이를 전문적으로 해결하고자 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 참여하게 되었다.



- ▶ 크로아상 롤에 요리가 들어간 간편식
- ▶ 속재료의 수분함량에 관계없이 빵이 눅눅해지지 않는 겉바속촉 특허 공정과정으로 제조된 새로운 냉동 HMR
- ▶ 푸드업사이클링 실현 가능 제품

**지원 내용**  
**[새로운 형태의 HMR에 대한 소비자 검증으로 제품 품질의 완성도를 높이다]**  
개발 중인 크로롤 2종의 맛 품질, 컨셉, 적정가격 등을 타겟 소비자 대상 평가하였다. '크로롤' 제품에 대한 차별성은 높은 편이었으며, 2종의 전반적인 맛 품질은 양호했으나, 단맛-짠맛에 대한 개선점이 확인되었다. 하지만 가격 저항력이 매우 높게 나타나, 이를 해소하고 섭취 편의성을 높이기 위해 제품의 두께↓, 길이↑방향으로 개선하였다.



**[제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]**  
기존에 없는 새로운 유형의 HMR 제품으로 소비자가 제품을 인식하도록 만드는 작업이 선행되었다. 차별적이면서 제품의 차별성을 나타낼 수 있도록 정확한 표현과 가치 전달을 최우선으로 한 컨셉이 개발되었다. 유통 MD 품평회를 통해 가격 조정 필요성과 온라인 전용 벌크 단량 설계에 대한 피드백을 받았다. 차별화를 위해 다양한 부재료 활용과 카테고리 확장 방안을 제시받았으며, 겉바속촉 품질 유지를 위한 포장 개선이 필요하다는 점도 제시되었다.



참여기업 방문 제품진단 회의



유통MD품평회 컨설팅 현장

### [크로롤, 빵의 새로운 패러다임을 열다]

'요리를 품은 크리아상 롤, 크로롤' 제품 라인업을 확대하고 있다. MD 품평회 결과 기반 직관적인 슬로건과 컨셉을 개발하고, 브랜드 스토리와 패키지 디자인을 완성하였다. 특히, 온라인용 제품을 생산하기 위해 소비자 의견 기반 롤의 형태를 개선하여 출시까지 완료가 되었다. 현재는 제품 홍보와 마케팅에 집중하며, 오프라인 매장 운영과 동시에 온라인 유통채널 입점을 준비 중이다. 올해 2차년도 사업을 통해 팝업 행사, 정식 스토어 오픈, 박람회 참가 등 다양한 홍보 활동을 수행했으며, 브랜드 인지도를 높였다.

#### ✦ 제품 개선 및 확대 지원



개선 전 (시제품 단계)



개선 후 (브랜드 슬로건 개발 및 온라인 3종 제품 출시)



#### ✦ 홍보 및 오프라인 매장 운영 지원



브랜드 팸플릿 3종 제작



오프라인 팝업·정식 스토어 오픈 지원



박람회 참가 지원



컬리 입점 예정

신규 유통채널 입점



오프라인

팝업 매장을  
오픈하여  
매출 형성



온라인

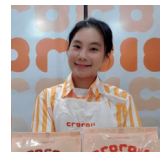
채널 입점 등  
판로 매출  
확대 계획

매출 확대

### 창의적 아이디어에서 K-빵의 새로운 패러다임으로 도약하다

소비자 맞춤형 제품 개선 사업은 위가코리아에게 시제품 단계에서 제품 출시까지의 전 과정을 지원해 주는 귀중한 기회였습니다. 처음 사업에 지원했을 때는 제품의 형태만 있었지만, 이 사업을 통해 브랜드 개발부터 온라인 제품 출시까지의 과정을 성공적으로 완수할 수 있었습니다.

특히 제품에 대한 관평기부터 브랜드에 대한 기획까지 모두 진흥원의 차별화된 지원으로 차근차근 단계를 밟아 나갈 수 있었습니다. 덕분에 OEM을 통해 3종으로 온·오프라인 제품을 출시할 수 있었습니다. 한국 산업의 미래를 이끌어갈 신생 기업에게 소비자 맞춤형 제품 개선 사업은 큰 힘이 될 것입니다.



(주)위가코리아  
우지안 대표

# 5


## 담꽃

물음표?에서 느낌표!로 바뀐  
담꽃의 브랜딩 여정

대표명	오숙경	주소	전북 익산시	홈페이지	www.damccot.com
대표번호	063-832-0009	사업 참여기간	(‘24년) 1년차	지원제품	CCOT 팔잼

**회사 소개** 담꽃은 2014년에 설립된 팔 전문 브랜드로서, 팔과 떡을 활용한 디저트를 선보이고 있다. 서래 마을 오프라인 매장에서부터 쌓아온 인지도와 명성을 보유하고 있으며, 생산 공장 등 안정적인 사업 인프라를 갖추고 있는 기업이다.

**지원 동기** 담꽃은 40~50대에게 인기 있는 팔 브랜드로, 앙버터 유행을 계기로 젊은 층을 겨냥한 팔잼 개발을 시작했다. 새로운 소비자층을 타겟으로 하려는 과정에서 어려움을 느끼고, 소비자의 언어로 다가 가 제품을 발전시키기 위해 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 참여하게 되었다.



- 국내산 팥을 체에 두 번 내려 더 곱고 진한 맛의 팔잼
- 유기농 메이플 시럽만으로 더한 달콤한 풍미
- 냉장 보관의 한계로 유통기한이 짧음.

**지원 내용** [소비자가 인식하는 맛 품질 개선점을 확인하고 기술 애로해결 실마리를 찾다]  
주 소비자인 2040여성을 대상으로 팔잼의 품질력을 확인한 결과, 전반적인 맛 품질과 컨셉은 양호했으나, ‘단맛’은 줄이고 ‘팥 향미’는 강하게 개선되면 좋을 것 같다는 의견이 확인되었다. 제품의 패키지와 컨셉을 노출한 뒤 전반적인 호감도가 높아져, 소비자를 타겟으로 컨셉이 잘 만들어진 제품으로 확인되었다. 가격에 대한 저항을 줄이기 위해 ‘국산 팥 사용’ 등 소구점을 전달하기 위한 고민이 필요했다. 제품의 소비기한을 늘리기 위한 기술 애로에 대해 미생물 분석을 지원받았으며, 실험 결과를 통해 후살균 제품의 상온유통 가능성을 확인했다.



**소비자 평가를 통한 팔잼의 맛 품질 개선점 확인**

순	분석시료	분석항목	분석결과(CFU/g)		
			0일차	45일차	90일차
1	팔잼 (냉장)	일반세균	0	0	0
		대장균군	0	0	0
		진균(효모·곰팡이)	0	0	0
2	팔잼 (상온)	일반세균	0	170 000	370 000
		대장균군	0	0	0
		진균(효모·곰팡이)	0	0	0
3	후살균 팔잼 (상온)	일반세균	0	0	0
		대장균군	0	0	0
		진균(효모·곰팡이)	0	0	0

**제조공정·보관조건별 팔잼의 미생물 분석 결과**

## [제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]

담꽃의 브랜드 가치정립을 통해 팔렘뿐만 아니라 담꽃의 다양한 제품을 아우를 수 있는 브랜드 기반의 사업 전략을 수립하였다. 유통MD들의 객관적인 평가·코칭을 통해 전반적으로 우수한 평가를 받았으나, 유통 호감도와 가격 경쟁력 개선이 필요함을 확인했다. 차별적인 제품력과 브랜딩 요소는 긍정적으로 평가받았으며, 시장 활성화를 위한 제품력 개선 및 브랜드 커뮤니케이션 강화에 대한 최종적인 개선 전략을 제공받았다.



사업 수행사와 대면 미팅



유통MD품평회 컨설팅 현장

## [소비자의 마음에 꽃을 피우다]

담꽃의 기업 방향성과 제품의 특성을 잘 나타내기 위해 자사몰 상세페이지를 개선하였다. 개선된 상세페이지를 통해 브랜드 정체성과 제품이 만들어지는 과정을 소비자에게 효과적으로 전달하고 있다. 식품진흥원의 지원을 받아 제품 개선과 홍보 활동을 이어가 소비자들과 한층 더 가까워지고 담꽃만의 가치를 소비자에게 전달할 수 있었다

### ✦ 제품 개선



개선 전



개선 후

### ✦ 젊은 소비자층을 겨냥한 브랜드 커뮤니케이션 강화



브랜드 아이덴티티 정립 지원



자사몰 상세페이지 개발 지원



소비자 의견 반영 품질개선



해외시장 진출

## 소비자 맞춤형 제품 개선 사업은 소비자와 '연결시켜 주는 다리'이다

많은 생산자들이 소비자에 대해 막연하게 추측하고, 자신이 가진 지식만으로 판단하는 경우가 많습니다. 이번 사업은 소비자에게 직접적으로 다가갈 수 있는 연결 고리를 만들어줬다고 생각해요. 이 사업이 무엇을 목표로 하는지와 결과적으로 어떤 성과를 도출해야 하는지를 분명히 이해하고 시작하는 것이 중요하다고 생각합니다. 추후 2차로 지원사업에 참가한다면, 지금까지 정립된 가치를 보다 효과적으로 소비자들에게 전달하는 방법을 찾고, 국내를 넘어 해외로도 그 가치를 전달할 수 있으면 좋겠습니다.



(위) 담꽃 오숙경 대표

# 6

## 카카오파이브


비건 초콜릿,  
소비자에게 한 발 더 가까이

대표명	장금자	주소	세종시 조치원읍	홈페이지	www.cacaofive.com http://smartstore.naver.com/cacao5
대표번호	044-866-5508	사업 참여기간	(24년) 1년차	지원제품	비건크런키초콜릿 세트

**회사 소개** 카카오파이브는 연간 최대 생산량 36,000톤의 역량을 갖춘 기업이다. 비건 다크 초콜릿이 매출의 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그 외 비건 현미 크런키, 비건 복숭아 크런키, 세종 피치렛, 그레놀라, 브이아망드초코볼 등 다양한 비건 초콜릿 제품을 판매한다.

**지원 동기** 카카오파이브의 비건 현미/복숭아 크런키 선물세트는 소비자 평가를 받아본 경험이 없어 본 사업을 통해 확실한 소비자 피드백을 받고자 했다. 제품의 큰 용량과 높은 가격대, MD의 관심 부족, 패키지 디자인 등 전문가의 진단을 통해 전반적인 개선이 필요하다고 판단하였다. 이러한 문제들을 해결하기 위해 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 참여하게 되었다.

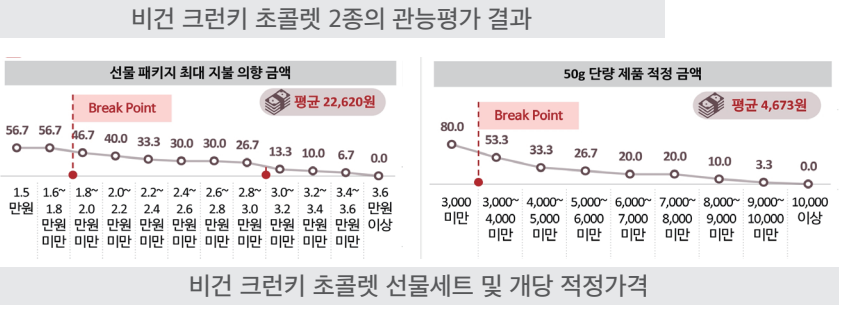
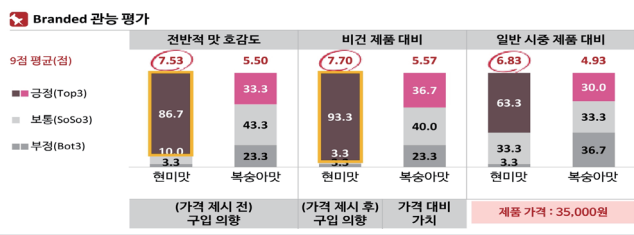
**지원 제품**



- 콩으로 만든 비건 복숭아, 현미 크런키
- 카카오파이브에서 엄선된 품질의 국내산 원료를 사용한 비건 수제 초콜릿
- 화학, 합성 첨가물 등 불필요한 첨가물 0%

**지원 내용** [비건 초콜릿에 대한 해답을 소비자에게 찾다]

초콜릿 주 구매자를 대상으로 '비건 초콜릿' 컨셉과 맛 품질을 확인한 결과, 일반 초콜릿과 비교했을 때의 기호도가 높게(긍정 응답률 63.3%) 나타나 제품의 맛 품질이 우수하다는 것을 확인하였다. 더하여, '순식물성 콩 분말을 사용한 비건 초콜릿' 컨셉이 가장 선호되었으며, 50g 용량으로 변경시 적정 금액은 약 5,000원 및 선물 패키지는 약 23,000원대로 확인되었다. 해당 결과를 토대로 제품의 품질과 형태를 개선했고, '비건'을 제품명으로 앞세워 소구점으로 사용하는 것에 대한 의구심을 소비자 관능평가를 통해 해소할 수 있었다.



## [제품진단부터 유통MD품평회까지, 제품의 매력도를 높이다]

유통MD들의 객관적인 평가와 코칭을 통해 차별화된 비건 초콜릿 제품으로서의 가치와 소비자 접근성을 높게 평가받았으며, 시장 활성화를 위한 패키지 디자인 개선, 가격 전략 검토 그리고 비건 초콜릿의 차별화 포인트를 강조한 마케팅 전략 수립에 대한 최종적인 개선 방안을 제공받았다.



사업 수행사와 대면 미팅



유통MD품평회 컨설팅 현장

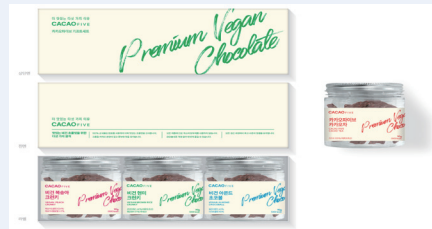
## [비건 초콜릿의 새로운 가치를 창조하다]

카카오파이브는 브랜드 포지셔닝을 '더 맛있는 비건 초콜릿'으로 명확히 하고, 다섯 가지 브랜드 원칙을 수립하여 소비자에게 카카오파이브만의 가치를 효과적으로 전달하고 있다. 또한, 새로운 브랜드 슬로건 개발과 패키지 디자인 개선을 통해 프리미엄 비건 초콜릿 브랜드로서의 이미지를 강화하였다. 이러한 노력으로 카카오파이브는 소비자들과 더욱 가까워지고, 비건 초콜릿 시장에서 차별화된 가치를 제공하는 브랜드로 자리매김하고 있다.

### ❖ 제품 개선

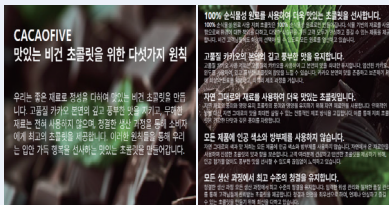


개선 전



개선 후 (패키지 디자인 개선 지원)

### ❖ 젊은 소비자층을 겨냥한 브랜드 커뮤니케이션 강화



카카오파이브 다섯가지 원칙 설정 지원



브랜드 원칙 전달을 위한 3가지 슬로건 개발 지원

## 소비자 맞춤형 제품개선 사업은 '성공의 지도를 그려 주는 사업'이다

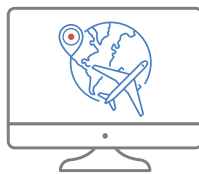
소상공인으로서 가장 큰 어려움은 우리만의 브랜드가 없고, 홍보마케팅을 위한 전문 인력이나 자금이 부족하다는 점인데, 이번 지원사업을 통해 우리 브랜드-제품만의 가치를 정립하고, 그 가치를 소비자에게 전달하는 방법을 알 수 있었습니다. 1차년도도 넘어 2차년도 지원사업도 참여하게 된다면, 지금까지 구축한 가치들을 보다 효과적으로, 널리 알려 국내외로 시장을 확대할 수 있지 않을까, 기대하고 있습니다. 기회가 주어진다면 망설이지 말고 도전해보세요. 저희도 그 기회를 통해 많은 성장을 이뤄냈으니까요.



(주)카카오파이브  
장금자 대표



카카오메이커스  
유통 진출 예정



일본 (온라인) 수출 계획  
해외시장 진출



**FOODPOLIS**  
한국식품산업클러스터진흥원