

2025년  
소비자 맞춤형 제품개선 사업

# 우수 사례집



FOODPOLIS  
한국식품산업클러스터진흥원

2025년  
소비자 맞춤형 제품개선 사업

# 우수 사례집

발행일 2025.12

발행처 한국식품산업클러스터진흥원

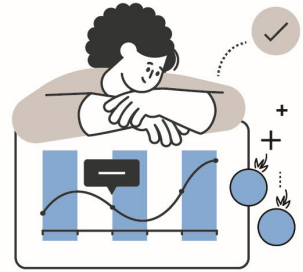
진행 (주)모라비안앤코

본 책자의 내용에 관한 사항은 한국식품산업클러스터진흥원 기술혁신처  
기술지원부(T 063-720-0615)에 문의하여 주시기 바랍니다.

# 한국식품산업클러스터진흥원 소개

## 대한민국 식품산업 곁에 한국식품산업클러스터진흥원이 있습니다

한국식품산업클러스터진흥원은 식품산업의 발전과 미래가치 창출을 목표로 하는 국내 유일의 원스톱 식품기업 전문 기술지원기관으로서, 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 나뉘 14대 기업 지원시설을 운영하고 있습니다.

### 기업지원

진흥원 본부, 식품벤처센터,  
농식품원료중계공급센터

### 기술지원

품질안전센터, 식품패키징센터,  
식품기능성평가지원센터,  
기능성원료은행

### 생산지원

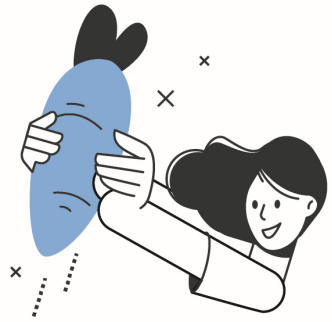
파일럿플랜트, 소스산업화센터,  
HMR 기술지원센터,  
기능성식품제형센터

### 특화지원

청년식품창업센터,  
푸드테크연구지원센터,  
식품문화복합혁신센터



# 소비자 맞춤형 제품개선 사업이란?



## 사업목적

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

## 지원대상/규모

전국 식품기업 총 16개사

## 지원요건 및 지원내용

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)

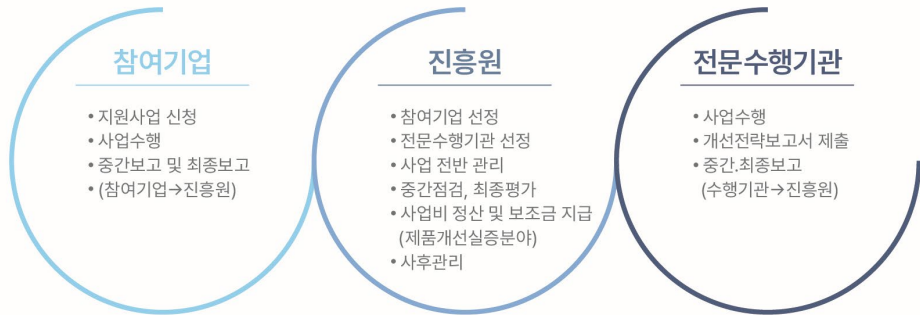
## 지원절차

1년차	1.제품진단 및 시장분석	제품을 진단하고 시장환경을 분석합니다. 이를 통해 제품의 개선방향 가설을 도출하고, 솔루션 방향을 논의합니다.
	2.소비자 조사	제품의 시장 잠재력을 확인하기 위해 타겟 소비자 대상 맛 품질 테스트를 진행합니다. 이를 통해 제품에 대한 소비자들의 의견을 확인하고 강조할 점과 개선해야 할 점을 제공합니다.
	3.기술코디네이션	상품화 과정에서 겪는 기술 애로는 식품진흥원의 기술컨설팅을 통해 문제를 해결합니다. 이를 통해 실패 확률은 최소화하고 소요비용과 시간을 절감할 수 있습니다.
	4.유통MD품평회 (온오프라인 유통채널 10개사)	현직 유통업체 바이어와 1:1 심층상담을 진행합니다. 이 과정에서 기업은 유통입점에 필요한 요소를 점검하고, 보완이 필요한 부분에 대한 의견을 청취합니다.
	5.제품개선전략 도출	실제 기업의 진단, 상황, 환경분석, 소비자 의견, 유통MD 인사이트를 종합 분석하여 최종 개선전략을 제공합니다.
2년차	1.사업 수행	1년 차에 도출된 개선 전략을 기반으로 하여, 제품을 개선하기 위한 실증 사업을 기업이 직접 수행합니다. 시제품 생산, 패키지 개선, 영양성분 분석, 판로 확대를 위한 마케팅 활동 등을 통해 안정적으로 시장에 안착합니다.
	2.지원금 지급	최종보고결과와 선지출한 비용 정산 검토 후, 지원금을 지급 받습니다

사업 수행  
모식도



추진체계





# 2025년 소비자 맞춤형 제품개선 사업 우수사례선정기업

## 목차

---

1. 오키드컴퍼니	06
2. 두드브루어리	08
3. 어메스	10
4. 넷	12
5. 드레스푸드	14
6. 맑은상회	16
7. 영글어농장	18
8. 초이리브루어리	20
9. 옐로우데이즈	22
10. 부산낙동양조	24

---

# 오키드컴퍼니

대표 이윤희      주소 경상북도 경산시      홈페이지 smartstore.naver.com/agriim  
 대표번호 0507-1358-0122      설립일 2022년      지원제품 에이그림 시즈닝 솔트 프리미엄ギフト 세트

## 01 회사소개

오키드컴퍼니는 국산 천연 시즈닝&솔트 전문 브랜드 '에이그림'을 운영하며, 독자적인 로스팅 공정을 통해 인공색소와 향료 없이도 자연스러운 감칠맛과 풍미를 구현하는 기술력을 보유하고 있다.

## 02 지원제품



### 에이그림 시즈닝 솔트 프리미엄ギフト 세트

- ✓ 100% 추적 가능한 국내산 원료를 사용한 국산 천연 조미료 브랜드
- ✓ 나트륨 섭취량 감소에 탁월한 독자적 나트륨 저감화 공정 기술 적용
- ✓ 선물세트 선택 3종 구성(와사비 소금, 새우 소금, 구운 마늘 소금, 옥미(쌀) 소금)
- ✓ 선물하기 좋은 디자인으로 집들이, 생일 선물 등 인기

## 03 지원동기

소비자와의 소통(팝업행사 등)을 통해 우수한 원료와 깔끔한 맛에 대한 긍정적인 반응을 확인했으나, 고객이 먼저 찾아 선택하는 제품으로 성장하기 위해 제품 컨셉, 차별화 요소 등 전반적인 기술적 지원이 필요했다.

### [소비자가 선택한 제품의 장점과 맛 품질 개선의 힌트 확인]



와사비·구운마늘·새우 소금 맛 종류별 평가비교

시료명	에이그림 와사비소금	B사 소금	C사 소금	D사 소금	E사 소금
시료사진					

Sample	AHS	PKS	CTS	NMS	CPS	ANS	SCS
W1	9.5	2.8	4.7	5.6	8.2	5.9	2.6
W2	6.6	4.9	5.6	6.2	4.7	2.6	5.1
W3	5.4	6.9	3.8	3.2	6.5	6.2	6.8
W4	4.3	8.0	6.8	6.4	7.2	7.7	7.8
W5	4.2	7.4	9.1	8.6	3.4	7.7	7.7

맛 패턴 비교 및 차별화 방향 도출

와사비·구운마늘·새우 소금의 맛과 선물세트 구성을 평가한 결과, 모든 제품이 높은 소비자 호감도를 보였으며, 육류 및 한식과의 조화와 편의성도 긍정적으로 평가되었다.

와사비 소금은 일부 '짠맛이 강하다'는 의견이 있었으나, 소비자 의견만으로 품미 특성의 객관적 확인에 어려움이 있어 전자혀 기술지원을 통해 타사 제품과의 맛 특성을 비교하고 짠맛·감칠맛 등 핵심 맛에 대한 객관적 데이터를 확보하였다. 또한, 세계적인 미식 전문가들에게 맛·품질을 평가받기 위해 국제 식음료 품평회(ITI)에 참가하여, 향의 강도 개선이 필요하다고 평가받았다. 이들을 기반으로 향미 개선 포인트를 확인하여 제품 개선 전략에 반영하였다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 심층평가를 통한 제품 차별화 전략 및 인사이트 확보]

다양한 채널의 바이어로부터 종합 피드백을 받고, 마켓컬리, 카카오선물하기 등 진출 희망 채널의 소스류 전문 바이어와 1:1 심층 미팅을 통해 제품의 맛 경쟁력과 상품성은 긍정적으로 평가받았으나, 명확한 차별화 포인트의 필요성과 페어링 가이드 및 활용법 제안에 대한 인사이트가 도출되었다. 또한, 패키지 디자인 관련 니즈를 파악하여 향후 제품 개선 및 브랜드 전략에 반영했다.

#### 차별화 포인트 필요성

“원물 맛 굉장히 좋으며 건강 니즈 고객 수요 높을 것 예상”  
 \_마켓컬리

“제품 완성도 높으나 다소 평범한 디자인”  
 \_카카오선물하기

#### 페어링 가이드 인사이트



유통 바이어 품평회 현장

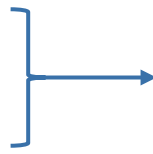
[전략적 제품 개선 인사이트로 재정립한 '고기 요리 맞춤형 프리미엄 시즈닝' 선물세트]



04

지원내용

고기요리맞춤형  
프리미엄 시즈닝솔트,  
Premium Grill&Meat  
Signature Salt



- 소금별 페어링 고기 제안
- 고급스러운 선물용 패키지 개선
- 테이스팅 노트/활용법 전달

환경 트렌드, 자사 역량, 고객 니즈, 경쟁사 분석을 통해 도출한 전략적 인사이트를 기반으로 에이그림 시즈닝 솔트의 포지션을 '고기 요리 맞춤형 프리미엄 시즈닝'으로 재정립하였다. 이를 '에이그림 그릴&미트 시그니처 세트'라는 제품명으로 구체화하고, 소비자와 바이어의 피드백을 반영해 프리미엄 감성을 담은 고급 선물용 패키지로 전면 리뉴얼하였다. 패키지 리뉴얼 과정에서는 **부피 최적화를 통해 수출·유통 효율성**을 개선하였으며, 하단에 페어링 요리를 명시하고 전면에 고기 요리를 시각적으로 표현해 '고기별 맞춤 페어링 소금'이라는 가치를 직관적으로 전달하도록 구성하였다. 더불어, 소비자의 다양한 기호를 반영하기 위해 트러플 소금을 신규 추가하고, 스테이크-트러플, 삼겹살-와사비, 치킨 스테이크-구운 마늘로 구성된 세트를 완성하여 라인업을 확장하였다.

05

기업성과

신규 유통채널 입점 및 매출확대



신세계백화점(본점, 강남점) 입점  
및 기업 매출 396% 증가

해외 진출



홍콩, 싱가포르 등  
해외 시장 진출 성과

국제제품평회 수상



2025 ITI 국제식품평회 수상

06

기업  
한마디



오키드컴퍼니  
이윤희 대표

이번 사업을 통해 시장과 고객을 직접 마주하며 제품의 강점과 한계를 동시에 확인할 수 있었고, 이는 앞으로의 전략과 방향을 더욱 선명하게 만드는 데에 큰 밑거름이 되었습니다.

또한 이번 경험이 다음 도약을 준비할 수 있는 기반이 되었습니다.

본 사업을 통해 자사 제품의 현위치를 객관적으로 확인할 수 있었고, 개선해야 할 방향을 함께 고민하며 앞으로 나아가야 할 길을 열어주었습니다.

앞으로도 저처럼 어려움 속에서도 꿈을 키우는 많은 소상공인분들이 이 사업을 통해 더 크게 성장하시길 진심으로 기대합니다. 감사합니다.

# 2

# 두드브루어리

대표 신창엽

주소 전라남도 곡성군

홈페이지 -

대표번호 010-2335-1858

설립일 2023년

지원제품 베리나이스 딸기막걸리

## 01 회사소개

두드브루어리는 전통주를 일상에서 더 맛있고 세련되게 즐길 수 있도록 젊은 양조인들이 설립한 양조장으로, 곡성의 지역 특산물을 포함한 100% 국산 원료만을 사용해 무방부제의 건강하고 트렌디한 막걸리를 만든다.

## 02 지원제품



### 베리나이스 딸기막걸리

- ✓ 곡성산 1등급 딸기의 산미·단맛·탄산을 최적 배합한 청량한 맛
- ✓ 4.9% 저도주로 가볍게 즐기기에 좋으며 MZ세대 맞춤형 제품
- ✓ 100% 국산 원료 사용, 무감미료·무첨가물로 건강하게 즐기는 막걸리

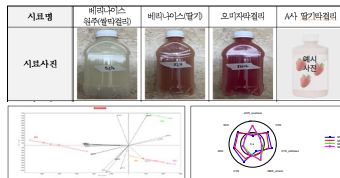
## 03 지원동기

소비자 반응을 통해 브랜드의 젊고 트렌디한 이미지가 긍정적으로 평가되었으나, 소비자가 선호하는 경쟁력 있는 제품으로 성장하기 위해 맛, 가격, 디자인 등 전반에 대한 기술적 지원이 필요했다.

### [소비자 반응과 전문 장비 분석을 통해 맛의 강점과 개선점 도출]



베리나이스 전반적 맛 호감도 및 이유



자사 및 경쟁사 제품간 맛-향 패턴 비교

베리나이스 딸기막걸리는 적당한 단맛과 막걸리·딸기의 자연스러운 조화가 긍정적으로 평가되었지만, 전반적으로 딸기 풍미가 약하다는 의견과 함께 딸기 맛과 향의 강도 등 맛의 명확성에 대해 보완이 필요하다는 피드백을 받았다. 객관적 데이터 확인을 위해 전자코·전자혀 분석을 통해 베리나이스의 딸기·쌀·오미자 막걸리와 경쟁 제품의 향·맛 패턴을 비교한 결과, 단맛·감칠맛은 우수했으나 과일 향미의 강도는 강화가 필요하다는 것을 확인했다. 이러한 소비자 의견과 객관적 데이터는 두드브루어리가 추구하는 맛 기준을 구체화하는 근거가 되었으며, 딸기 향미 강조와 향의 볼륨감 보완 등 차별화 포인트를 확인하고 향후 레시피 개선 방향을 마련하는 데 중요한 인사이트가 되었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 평가를 통해 발견한 제품 차별화 방향성과 인사이트]

다양한 유통 채널의 바이어로부터 제품 방향성에 대한 전반적 의견을 수렴하고 대동여주도(주류 전문 플랫폼)와 마켓컬리 주류 전문 바이어와의 심층 미팅을 진행한 결과, 맛·디자인 차별화 필요성과 지역 기반 스토리 강화에 대한 시사점을 얻을 수 있었다. 이를 바탕으로 바이어 의견을 반영해 제품 전략과 브랜드 경쟁력 강화 방향을 마련했다.

#### 로컬·양조장 특성 강화

“양조장 정통성 확보 필요”

·마켓컬리

“맛, 디자인 등 특색있는 제품으로 경쟁력 강화”

·대동여주도

#### 맛 차별화 강화



유통 바이어 품평회 현장

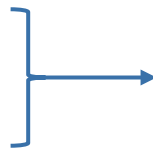
[타깃 소비자 취향을 반영한 '가볍게 즐기는 생과일 과즙막걸리' 제품 차별화 전략]



04

## 지원내용

1등급 딸기의 신선함 그대로,  
갓 짜낸 과즙을 담은  
딸기 등백 과즙 막걸리  
베리나이스



- 과즙 등 음료처럼 맛있는 맛 강조
- 인기 과일 기반 제품 포트폴리오 확장
- 타깃 선호 반영한 트렌디 패키지 리뉴얼

종합 분석을 바탕으로, 2040 여성층이 가볍게 즐길 수 있는 '맛있게 즐기는 과즙 막걸리'라는 제품 포지션을 재정립하였다. 기존 '베리나이스' 네이밍은 유지하되, 소비자 선호를 기반으로 맛·가격·디자인을 전반적으로 검토해 리뉴얼 방향을 수립하였다. 로컬 양조장의 특성과 1등급 딸기 선별 과정 등 제품의 강점을 발굴하고, 과즙·과육감 강화 요소를 더해 제품 경험의 차별화를 도모하였다. 패키지 리뉴얼 과정에서는 소비자 조사 결과를 반영해 용기 형태를 새롭게 설계하고, 제품의 **과일 특성을 직관적으로 전달**하는 일러스트 기반 디자인을 적용하였다. 또한 선호 용량 및 가격대에 맞춰 제품 규격을 조정하고, 인기 과일을 중심으로 한 제품 확장 전략을 제안하여 향후 베리나이스 제품군의 선택 폭과 활용 가능성을 넓힐 수 있는 기반을 마련하였다.

05

## 기업성과

신제품 출시



기존 딸기막걸리 제품 외에  
5종 신상품 출시

박람회, 팝업 마켓 등 참가 매출



전통주 박람회 및 팝업 마켓을  
통한 매출 발생

06

## 기업 한마디



두드브루어리  
신창업 대표

이번 소비자 맞춤형 제품개선 사업은 저희에게 가장 실질적인 변화의 계기가 되었습니다. 고객 좌담회와 관능평가, 유통 바이어 품평회를 통해 제품의 강점과 개선점을 명확히 파악할 수 있었고, 이를 바탕으로 베리나이스의 브랜드 방향성과 메시지를 다시 정립하는 중요한 전환점이 마련되었습니다. 특히 2025 우리술 대축제에서도 개선점을 강화한 결과, 관람객으로부터 많은 관심과 유의미한 매출로 연결될 수 있었습니다. 이번 경험을 기반으로 제품력과 브랜드 완성도를 더욱 높여 시장 확장에 속도를 내겠습니다.

대표 권대원

주소 전북특별자치도 익산시 홈페이지 <https://amass.kr/>

대표번호 070-8844-1388

설립일 2023년

지원제품 끈치즈고구마빵

## 01

## 회사소개

어메스는 지역 구황작물을 엄선해 온 가족이 안심하고 즐길 수 있는 건강 간식을 만드는 식품 기업이다. 농사 경험을 기반으로 맛과 영양이 뛰어난 원물을 선별해 고구마빵·감자빵 등 특색 있는 제품을 선보이고 있다.

## 02

## 지원제품



## 농담꾼 끈치즈고구마빵

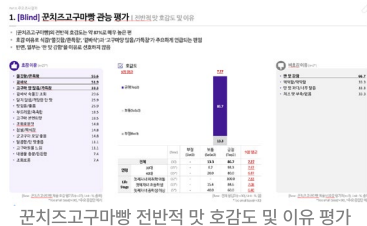
- ✓ 프리미엄 국산 고구마 한 개를 통째로 사용한 영양 만점 제품
- ✓ 쌀가루와 타피오카 전분으로 만든 무글루텐, 무방부제 건강 간식
- ✓ 3종 치즈(모차렐라, 체다, 고다) 블렌딩으로 단짠(단맛+짠맛)의 완벽한 밸런스 구현

## 03

## 지원동기

기존 인기 제품인 고구마빵을 업그레이드한 신제품 '치즈고구마빵'의 출시를 앞두고, 유통시장에서의 경쟁력을 확보하기 위해 소비자 조사와 바이어 평가를 통한 전반적인 제품 전략 지원이 필요했다.

## [소비자 반응과 글로벌 미식 전문가 평가를 통해 확인한 제품 강점과 개선 요소]



끈치즈고구마빵 전반적 맛 호감도 및 이유 평가

시료명	끈치즈고구마빵	B사 제품	C사 제품	D사 제품	E사 제품		
시료사진							
Sample	AHS	FKS	CFS	NMS	CPIS	ANS	SCIS
A	6.4	5.9	6.0	6.4	5.8	5.5	5.9
B	7.7	4.1	4.7	6.7	4.5	4.4	4.9
C	6.2	5.4	5.9	6.9	5.9	5.4	5.8
D	7.4	4.8	4.9	7.8	4.4	4.8	4.8
E	2.2	3.9	5.5	2.2	9.7	9.8	9.8

고구마빵 제품간 맛 패턴 비교 및 개선 방향 도출

끈치즈고구마빵은 소비자의 맛 평가에서 전반적 호감도 87%로 높은 선호도를 보였으며, 특히 '쫄득한 식감'과 '풍성한 고구마 맛'이 주요 강점으로 확인되었다.

일부 소비자가 지적한 짠맛 편차에 대해서는 객관적 데이터 확인을 위해 지원제품과 타사제품을 대상으로 전자혀 기술지원을 진행해 객관적 데이터를 확보하였다.

또한 전 세계의 전문가들이 평가하는 국제 식품로 품평회(ITI)를 통해 전반적 품질을 평가받은 결과 종합 77.8%로 우수한 평가를 받았고, 자연스러운 고구마 풍미는 특히 높게 평가되었으나 향·외피 식감 보완 등 제안된 개선 포인트는 소비자 평가와 함께 제품 경쟁력 강화에 활용 가능한 핵심 인사이트로 이어졌다.

## 04

## 지원내용

## [유통 바이어 관점에서 확인한 제품 경쟁력 및 개선 과제 도출]

다수의 유통 바이어로부터 '맛이 좋고 식사대용으로 우수하다'는 긍정 평가를 받은 후, 진출 희망 채널인 세븐일레븐과 현대백화점 냉동식품 카테고리 바이어와 1:1 심층 미팅을 진행해 뚜렷한 셀링포인트 필요성에 대한 피드백을 받을 수 있었다. 유사 상품이 존재하는 시장 환경 속에서 소비자가 원하는 재미·신선함·차별화 요소를 강화한다면 더 큰 시장 경쟁력을 확보할 수 있다는 건설적인 의견을 받았고, 이를 제품 확장 전략에 반영할 수 있었다.

## 뚜렷한 셀링포인트 필요

## 가져 및 패키지 조정 제안

“제품의 강점을 차별적으로 제시 필요”

\_세븐일레븐

“경쟁브랜드와 구별되는 USP(차별화되는 고유한 장점) 필요”

\_현대백화점



유통 바이어 품평회 현장

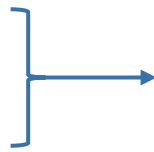
[소비자 선호 제품 강점을 강조하는 '농담꾼 꾀치즈 고구마빵' 상세페이지]



04

지원내용

가장 좋은 재료를 담은  
꾀치즈고구마빵,  
농담꾼만의 좋은 품질을  
고객에게 알리다



- 유럽산 3종 치즈 블렌딩
- 프리미엄 국산 고구마 + 3無첨가
- 셀링 포인트 적용 상세페이지 개선

종합 환경 분석과 소비자 니즈를 반영해 농담꾼 치즈고구마빵의 포지션을 '자연 유래 재료 기반의 건강한 맛과 현대적 감각을 갖춘 간식'으로 재정립하였다. 소비자 조사에서는 우리 농산물 사용에 대한 신뢰, 밀가루 없이 쌀가루와 타피오카만으로 만든 반죽 구성, 한 끼 대용 간식이라는 인식이 구매 의향을 높이는 요인으로 확인되었으며, 이러한 강점을 상세페이지 제작 과정에 반영해 핵심 정보를 정리하고 **맛·식감·원재료 스토리가 직관적으로 이해**되도록 구성하였다. 또한 바이어의 차별화 요구와 다양한 소비자 기호를 고려해 한 입 크기 소형 제품과 맛 버리에이션에 대한 수요를 반영한 라인업 확장 방향을 마련하였으며, 이를 통해 온 가족이 함께 즐길 수 있는 건강 간식이라는 제품 전략을 강화하였다.

05

기업성과

<p>신규 유통채널 입점 및 매출확대</p>  <p>킴스클럽 입점 및 기업 매출 58% 증가</p>	<p>해외 진출</p>  <p>태국·필리핀 수출 성과</p>	<p>국제식품평회 수상</p>  <p>2025 ITI 국제식품평회 수상</p>
--	--	---

06

기업  
한마디



어메스  
권대원 대표

소비자맞춤형 제품개선 사업을 통해 가장 크게 얻은 결과물은 제품의 시장 타당성 검증이었습니다. 이를 위해 관능평가, 제품 분석, MD 품평회 등 시장에 신제품 (또는 첫 제품)을 출시할 경우 확인해야 하는 소비자, 유통업체 등의 피드백과 내용을 종합적으로 검토 받을 수 있어 유익했습니다.

또한 상세페이지 제작이나 제품 사진 촬영 등 실제 판매를 위한 작업까지 함께 진행할 수 있었던 점도 좋았습니다.

예비 혹은 초기 사업자, 신제품 출시를 앞둔 분들은 꼭 진행해보시기 바랍니다.

대표 김예성

주소 경기도 안성시

홈페이지 <https://pockettonic.imweb.me/>

대표번호 010-3005-5107

설립일 2021년

지원제품 포켓토닉

## 01 회사소개

2023 식품기술대상으로 기술 경쟁력과 혁신성을 공식적으로 인정받은 넷(NET)은 세계 최초 발포정 형태의 토닉워터 '포켓토닉'을 제조·판매하며, 혁신적인 제조 기술을 기반으로 차별화된 음료 경험을 제공한다.

## 02 지원제품



### 넷 포켓토닉

- ✓ 세계 최초의 발포정 형태의 토닉워터로, 작고 가벼워 휴대와 보관 용이
- ✓ 회식, 캠핑, 여행, 홈파티 등 어디에서나 활용 가능
- ✓ 물에 넣으면 10초 만에 120~200ml의 토닉워터 완성
- ✓ 1통에 10정 구성으로 뛰어난 가성비와 실용성 제공

## 03 지원동기

넷은 고체형 음료라는 새로운 유형의 제품으로 초기 성장을 이루었으나, **시장 경쟁력 강화를 위해** 시장 트렌드와 고객 피드백을 반영한 제품 개선 전략 및 브랜드 전략에 대한 전반적인 지원이 필요했다.

### [소비자 선호 분석을 통해 제품 경쟁력과 맛 품질 개선 포인트 도출]



소비자 평가를 통한 맛 특성/술 어울림 선호도 분석

시료명	포켓토닉	D1 토닉워터	C1 발포정음료	D2 토닉워터	D3 토닉워터
시료사진					

Sample	AHS	PKS	CTS	NMS	CPS	ANS	SCS
N1							
N2							
N3							
N4							
N5							

맛 패턴 비교 및 차별화 방향 도출

포켓토닉과 토닉 워터 시장 내 1위 제품의 맛·향·어울림 항목에 대한 소비자 평가를 각각 진행하며, 포켓토닉의 맛에 대해 달고 상큼하다는 피드백과 함께 특히 복숭아 술과의 어울림에서 높은 호감도 평가를 받았다.

또한 맛에 대한 소비자의 피드백 뿐 아니라 객관적 데이터를 함께 확보하기 위해 전자혀 기술지원을 진행했다. 신맛·단맛 등 핵심 맛에 대해 지원제품과 4개의 타사 제품과의 맛 패턴을 비교 분석해 데이터 기반 개선점을 도출하였다.

소비자 평가와 전문 장비 기반의 객관적 분석을 통해 타사 제품과 차별화되는 포켓토닉 제품의 개선 포인트를 도출하여 제품 품질 향상 전략에 활용할 수 있었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 심층평가로 확인한 제품 차별성과 홍보 시사점]

기업이 진출 희망하는 유통채널인 세븐일레븐 바이어와 1:1 미팅 진행 시, 바이어는 제품이 최근 주류 트렌드에 부합하며 휴대성과 보관성 면에서 차별화된 강점을 지녔다는 긍정적인 평가를 주었다. 다만 소비자 니즈는 충분히 존재하나 신제품 특성상 브랜드 인지도가 낮은 만큼 전략적인 홍보 마케팅이 시장 진입에 필요하다는 실질적인 조언을 받을 수 있었고, 바이어 피드백을 기반으로 제품 포지셔닝 및 커뮤니케이션 전략을 구체화했다.

#### 홍보 마케팅 전략

#### 고객 테스트 필요

“트렌드에 맞고 차별적인 특성 좋으나 제품 인지도 위해  
홍보 마케팅 전략 필요”

—세븐일레븐



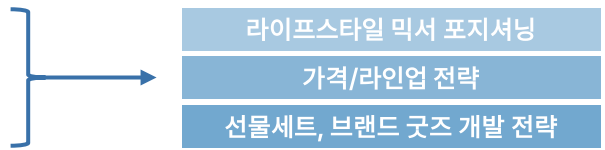
유통 바이어 1:1 미팅 진행

[트렌드와 고객 분석을 기반으로 '라이프스타일 믹서' 포지셔닝에 맞는 브랜드 전략 수립]



## 04 지원내용

어디서든 간편하게  
즐기는 포켓토닉,  
My Handy Pleasure

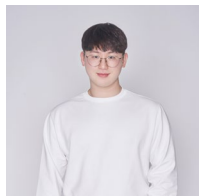


최근 몇 년간 떠오르는 믹솔로지 트렌드와 소비자 조사를 통해 도출된 고객 니즈를 반영해 '어디서든 간편하게 즐기는 My Handy Pleasure, 포켓토닉'이라는 새로운 제품 포지션을 정립하였다. 이를 통해 단순 믹서용 토닉워터에서 일상을 편리하게 만드는 라이프스타일 믹서로서 전략을 구체화하고, **일상 속에서 감각적으로 즐길 수 있는 토닉워터**라는 브랜드 방향성을 명확히 하였다. 이를 기반으로 패키지 디자인 전면 리뉴얼을 추진하고 있으며, 타이포그래피 중심의 구조와 선명한 컬러를 적용해 제품 특성이 직관적으로 전달되도록 준비하고 있다. 또한 소비자 조사에서 확인된 경쟁력 있는 가격 전략과 인기 맛 중심의 라인업 확장, TPO별 선물세트 구성 등 통합 브랜드 전략을 마련하여 제품의 활용성과 브랜드 체계를 고도화하였다.

## 05 기업성과

해외 시장 진출	매출 확대	신규 유통 채널 진출
싱가포르 수출 성과	기업 매출 104% 증가	국내 캠핑샵, 바틀샵 진출 등 유통 입점 성과

## 06 기업 한마디



넷  
김세성 대표

이번 사업은 제품 경쟁력과 시장 확장 가능성을 검증하는 중요한 기회였습니다. 소비자 조사, 관능평가, 타깃 분석 등을 통해 제품 개선 방향을 명확히 하고 리뉴얼의 실질적 근거를 확보했습니다. 패키지 시각화와 유통 전략은 향후 제품 확장과 마케팅에 큰 도움이 되었으며, 특히 체험형 콘텐츠와 TPO 기반 포지셔닝 전략은 실행 가능한 성장 로드맵이 되었습니다. 이를 기반으로 제품 리뉴얼, 라인 확장, 유통 확대, 글로벌 진출 등 후속 과제를 이어갈 계획입니다. 기업의 성장 단계에서 이런 사업이 단순한 컨설팅을 넘어 실행 기반을 마련해주는 의미 있는 과정임을 경험했습니다. 지원해주신 관계자분들께 감사드립니다.

대표 성나겸

주소 경상남도 의령군

홈페이지 <https://dressfood.com/>

대표번호 055-574-9716

설립일 2023년

지원제품 고(GO) 고추장 소스

## 01 회사소개

드레스푸드는 3대째 전통음식을 만드는 가정에서 자란 성나겸 대표가 설립한 K-소스 전문 기업으로, 자연 재료를 활용해 인공 첨가물이 들어가지 않는 건강하고 깊은 한국의 맛을 담은 소스를 개발한다.

## 02 지원제품



### 드레스푸드 고(GO) 고추장 소스

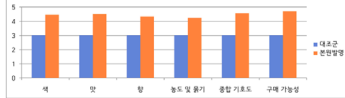
- ✓ 100% 국산 원재료 사용 및 인공첨가물 무첨가로 건강한 소스
- ✓ 조청, 감귤, 한우 등 프리미엄 원료 조합으로 깊고 풍부한 맛 구현
- ✓ 전통 무쇠 가마솥과 맥아 당화로 천연당만 사용한 독창적 제조 방식

## 03 지원동기

무첨가 천연 소스의 강점을 갖추었으나, **프리미엄 제품으로서의 가치를 명확히 전달**하고 소비자의 진입장벽을 완화하며 제품을 한층 더 개선하기 위해 소비자 니즈 기반의 개선포인트 도출과 차별화 전략이 필요했다.

### [객관적 데이터에 기반한 차별화 가능성 및 맛 향상 전략 수립]

구분	색	향	맛	농도 및 용기	종합 기호도	구매 가능성
타사	30	45	30	44	30	41
드레스푸드	30	44	30	44	30	42
평균	30	44	30	44	30	44
표준편차	3.18	3.81	3.00	4.47	3.00	4.47
합계	300	134	300	135	300	137
평균	3.46	3.45	3.43	4.23	3.45	4.17



드레스푸드와 타사 고추장 소스 평가 비교

구분	색	향	맛	농도 및 용기	종합 기호도	구매 가능성
타사	30	45	30	44	30	41
드레스푸드	30	44	30	44	30	42
평균	30	44	30	44	30	44
표준편차	3.18	3.81	3.00	4.47	3.00	4.47
합계	300	134	300	135	300	137
평균	3.46	3.45	3.43	4.23	3.45	4.17

전자현미경을 통한 제품 외관 색 차이 비교

드레스푸드의 고추장 소스를 타사 고추장 소스와 소비자 블라인드 평가를 통해 비교한 결과, 색, 맛, 향, 농도 및 용기, 종합 기호도, 구매 가능성 등 모든 항목에서 타사 제품 대비 높은 점수를 받았다.

더 나아가 객관적 데이터를 확보하기 위해 전자현미와 전자현 등 전문 장비를 활용해 타사 제품과의 비교 분석을 진행했다. 전자현 분석을 통해서도 타사 제품과 단맛, 짠맛, 감칠맛, 쓴맛 등 맛 프로필을 수치화해 맛 패턴 차이를 파악했으며, 전자현 분석으로는 상대적인 시료 외관 색상을 수치적으로 비교했다. 이러한 결과를 기반으로 제품의 차별화 가능성을 검증하는 동시에 구체적인 데이터를 기반으로 제품 품질 향상 전략 수립에 활용할 수 있었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 심층평가를 통한 제품 개선점 및 포트폴리오 전략 인사이트 확보]

다수의 바이어들에게 고추장 소스 제품의 맛과 건강 지향성에 대한 긍정적 피드백을 받은 후, 1:1 미팅을 진행한 마켓컬리는 단가 조정 및 명확한 셀링포인트 커뮤니케이션에 대한 필요성을 강조했다. 또한 경쟁력 확보를 위한 가격 조정, 맵기 옵션 및 실용적 용기(튜브형, 스틱형) 개발, 명확한 포지셔닝과 사용법 안내 등 브랜드 전략이 보완될 경우 시장성이 높다는 바이어들의 건설적인 의견을 바탕으로 제품 개선 및 브랜드 전략 수립을 진행하였다.

### 가격 조정 및 맵기/용기 다양화      커뮤니케이션 전략 강화

“전통 장류와 차별화된 소스의 참신하나 소비자 설득 필요”

\_자연드림

“입점 긍정적이거나 단가 조정 필요”

\_마켓컬리



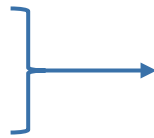
유통 바이어 품평회 현장

[범용 고추장소스에서 요리 맞춤형 고추장소스로, 고객 니즈에 맞춘 제품 개선]



04  
지원내용

비빔밥, 비빔면, 삼겹살에 딱 맞는  
나의 요리솔루션  
Go! 고추장소스



- 요리별 세분화 고추장소스 제안
- 맛/기능별 포트폴리오 및 가격 전략
- 셀링 포인트 적용 상세페이지 개선

시장 트렌드, 고객 니즈, 자사 역량을 종합해 '나의 요리 솔루션, GO! 고추장 소스'라는 새로운 제품 포지션을 정립하고, 이를 기반으로 제품 전략 고도화와 상세페이지 전면 리뉴얼을 추진하였다. 제품 전략 측면에서는 소비자 조사에서 확인된 2030 여성층의 간편 조리 니즈를 반영해 기존 범용 고추장소스를 비빔밥·비빔면·삼겹살 등 인기 메뉴 중심의 조리 용도별 특화 소스로 세분화하고, 맵기·기능성 등 옵션을 추가해 사용 편의성을 높였다. 또한 스틱형 등 소용량 형태를 제안해 접근성과 활용도를 높이는 방향으로 제품 구성을 보완하였다. 상세페이지 리뉴얼에서는 '요리에 맞는 최적의 조합', '간편한 조리 경험', '건강한 원료 구성' 등 소비자가 중요하게 평가한 요소를 중심으로 정보를 정리하고, 음식별 사용 이미지를 강화해 제품 가치가 명확하게 전달되도록 개선하였다.

05  
기업성과

신규 유통채널 입점	매출 확대	국내외 박람회 참여
 와디즈 글로벌 입점	 기업 매출 116% 증가	 메가쇼, LA박람회 등 국내외 박람회 매출 발생

06  
기업  
한마디



드레스푸드  
성나경 대표

이번 사업을 통해 기존 예측에 의해 판단해왔던 고객들의 니즈에 대해 명확히 알게 되었습니다. 인공첨가물이 들어가지 않고 건강하고 맛있는 소스라는 자부심으로 소스의 맛을 강화하기 위한 노력에 집중해 왔었는데, 트렌드 분석과 객관적인 고객 데이터를 바탕으로 실제 저희 제품이 가야 하는 방향성을 알려주셔서 감사했습니다. 특히 고객 좌담회와 관능평가, 감각분석을 통해 제품 개선에 필요한 구체적인 포인트를 발견할 수 있어 제품의 맛 개선에도 실질적인 도움이 되었습니다. 앞으로도 많은 기업이 이 사업을 통해 성장할 수 있길 바랍니다.

# 6

# 맑은상회에프앤비

대표 김지항 주소 전북특별자치도 순창군 홈페이지 <https://www.ssangchi.com/>  
 대표번호 063-653-1834 설립일 2018년 지원제품 유기농 작두콩차

## 01 회사소개

맑은상회에프앤비는 전국에서 엄선한 유기농 농산물을 직접 로스팅해 '쌍치로스터' 브랜드로 건강차를 판매하는 기업이다. 부담 없이 즐길 수 있는 합리적 가격으로 유기농차 본연의 풍부한 향과 깊은 맛을 전달한다.

## 02 지원제품



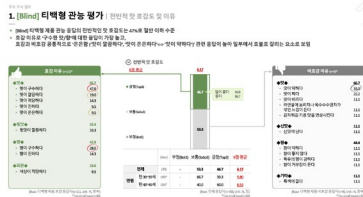
### 쌍치로스터 유기농 작두콩차

- ✓ 5년 이상 유기농 공법으로 관리된 순창 쌍치 청정지역에서 재배
- ✓ 화학비료와 농약을 사용하지 않은 고품질 유기농 원료
- ✓ 원물 입고 즉시 세척 후 저온차고 보관으로 최상의 신선도 유지
- ✓ 검증된 제조공정과 친환경 패키지 사용으로 안전성 확보

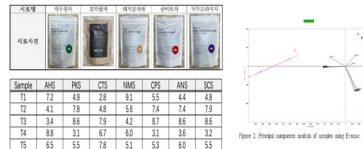
## 03 지원동기

유기농 작두콩차는 기존 고객에게 긍정적인 평가를 받았으나 **선물용 제품으로 확장 시 경쟁력 강화**를 위해 차별화 요소 확보와 핵심 타겟의 제품 인식·맛·패키지 분석을 기반으로 한 전략적 지원이 필요했다.

### [종합적 평가와 객관적 데이터를 통한 제품 개선 방향성 도출]



제품 전반적 맛 호감도 및 이유 평가



맛·향 패턴 비교 및 차별화 방향 도출

작두콩차 티백 제품과 액상 제품에 대해 소비자 대상 맛·향 블라인드 평가를 진행한 결과, 작두콩차 특유의 구수함과 깔끔함이 호감도를 높이는 핵심 속성으로 확인되었다. 추가로 전자코와 전자혀 기술지원을 통해 각 제품의 향·맛 패턴을 객관적으로 비교함으로써 제품 개선 전략에 필요한 데이터를 확보하였다.

또한, 소비자 평가 시 확인한 내용을 이후 전략에 적용할 수 있었다. 특히 블라인드 테스트 이후 작두콩차의 컨셉을 제시했을 때 구입 의향이 상승한 점을 통해 제품 차별화 강점 정립 및 커뮤니케이션 인사이트를 발견할 수 있었다. 패키지 디자인 평가에서는 차별성 및 제품 특징 전달 측면의 개선 필요성이 확인되었고, 이는 이후 제품 개선에 반영되었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 심층평가를 통한 제품 차별화 전략 및 패키징 개선 포인트 도출]

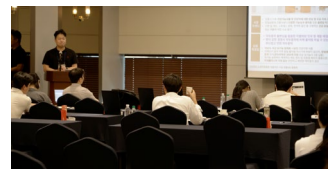
다양한 채널의 바이어로부터 제품의 맛이 대중적으로 선호되는 것이며 유기농 사양에 대해 긍정적이라는 피드백을 받았으나, 선물용 제품으로서 타 작두콩차 대비 명확한 차별성 확보와 패키지 고급화 필요성이 과제로 도출되었다. 특히 1:1 미팅을 진행한 자연드림 바이어의 경우 소포장 패키징을 제안했고, 카카오톡 선물하기 바이어는 소비자 친화적 컨셉 및 커뮤니케이션이 필요하다는 피드백을 주어 브랜드 전략 및 패키지 개선에 적극 반영했다.

#### 차별화 포인트 필요성

“유기농 특성 긍정적이나 고객친화적 패키징(소포장) 제안”  
\_자연드림

“상품은 우수하나 소비자에게 친근한 카피라이팅 필요”  
\_카카오톡 선물하기

#### 소포장 패키징 제안



유통 바이어 품평회 현장

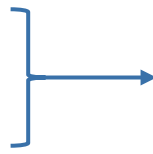
[맞춤형 맛·효능 블렌딩 웰니스티 컨셉에 기반한 제품 차별화 전략 수립]



04

지원내용

필요한 맛과 효능만 골라  
완벽히 블렌딩한 작두콩차  
오늘의 나에게 필요한 한잔,  
맑은숨 웰니스티






맞춤형 맛·효능 블렌딩 웰니스티 컨셉  
핵심 강점 정립 및 포트폴리오 전략  
고급스러운 선물용 패키지 개선

환경 트렌드, 경쟁사 분석, 고객 니즈 등을 종합해 쌍치로스터 제품의 강점을 유지하면서도 차별화된 방향성인 '맛과 기능성을 조화롭게 블렌딩한 작두콩차'라는 신규 제품 포지션을 정립하였다. 이를 기반으로 고객에게 필요한 조합으로 일상 속 건강한 한 잔을 제안할 수 있도록 기능성과 블렌딩별 특성이 분명한 제품 포트폴리오 전략을 재구성해 경쟁 제품 대비 차별화 포인트를 강화하였다. 패키지 전략 측면에서는 '맑은숨 웰니스티'라는 제품명으로 브랜드 이미지를 구체화하고, 소비자 선호도 조사에서 높은 평가를 받은 고급스럽고 모던한 디자인을 적용해 선물 시장에서도 경쟁력이 확보된 패키지를 완성하였다. 또한 소비자 및 바이어 피드백을 반영해 기존 파우치형 봉투를 슬라이딩 박스 구조와 소포장 티백 방식으로 전환함으로써 프리미엄 이미지를 한층 강화하였다.

05

기업성과

신규 유통채널 입점	매출 확대	수상 성과
		
전국 온누리약국 300개 지점 입점	기업 매출 22% 증가	청년스타트업 BM경진대회 장관상 수상

06

기업  
한마디



맑은상회에프앤비  
김지향 대표

이 사업은 저희에게 더 큰 시장으로 나아가기 위한 중요한 디딤돌이 되어주었습니다. 새로운 아이디어가 떠오를 때마다 설렘과 함께 '과연 이걸 실현할 수 있을까?' 하는 걱정이 뒤따르곤 했지만, 본 사업은 그런 고민을 현실로 바꾸는 힘이 되어주었습니다. 이번 사업을 통해 저희 제품의 현 위치를 객관적으로 확인할 수 있었고, 저희가 개선해야 할 방향을 함께 고민하며 앞으로 나아가야 할 길을 열어주었습니다. 앞으로도 저희처럼 어려움 속에서도 꿈을 키우는 많은 소상공인분들이 이 사업을 통해 더 크게 성장하길 진심으로 기대합니다.

대표 김윤재

주소 전라남도 화순군

홈페이지 <https://youngfarm.co.kr/>

대표번호 061-373-0969

설립일 2008년

지원제품 엄마만점 설아복숭아칩

## 01 회사소개

영글어농장은 농림축산식품부가 선정한 전국 5대 농촌 스케일업 기업으로, 철저한 품종 선별과 정밀한 당도 관리, 과학적이고 정직한 재배 과정을 통해 프리미엄 과일을 생산해 수년째 백화점·친환경 마트에 공급하고 있다.

## 02 지원제품



### 엄마만점 설아복숭아칩

- ✓ 겨울에만 만날 수 있는 프리미엄 국내산 설아복숭아 1개가 통으로 들어간 제품
- ✓ 평균 17 Brix 이상의 극강의 당도를 함유한 설아복숭아를 그대로 말린 건강 간식
- ✓ 동결건조 공법으로 맛과 영양, 과일향까지 98% 보존한 원물 간식

## 03 지원동기

프리미엄 원물 과일칩이라는 차별성으로 제품을 경험해본 소비자에게는 긍정적인 피드백을 받았지만, 낮은 인지도와 높은 가격대로 인한 시장 확장 한계를 해결하기 위해 소비자 니즈 검증 및 프리미엄 가치 정립 등의 지원이 필요했다.

### [소비자 평가 기반 개선 인사이트와 글로벌 미식 전문가 평가를 통한 제품 경쟁력 입증]



복숭아·블루베리·딸기칩 맛 비교 평가

시료명	설아복숭아칩	딸기칩	블루베리칩	A사 블루베리	B사 사과칩	
시료사진						
Sample	A/S	P/S	C/S	N/S	O/S	S/S
A	3.2	8.8	6.7	4.3	8.4	8.8
B	7.6	4.5	6.4	8.4	3.7	4.4
C	6.9	5.1	5.4	5.4	5.4	5.3
D	8.2	3.6	4.3	8.3	4.3	3.8
E	4.8	8.0	7.2	3.7	8.3	7.8

자사 및 경쟁사 제품 맛 비교 및 차별화 방향 도출

영글어농장의 설아복숭아·블루베리·딸기칩 중 설아복숭아칩이 가장 높은 맛 호감도(73%)를 기록하며 핵심 제품임이 드러났다. 달달한 복숭아 맛과 향, 바삭한 식감이 주요 강점으로 확인 되었으나, 일부 소비자는 바삭함이 충분하지 않다고 평가해 개선 여지가 나타났다. 이후 맛에 대한 객관적 데이터 확보를 위해 진행된 전자혀 기술지원에서는 단맛·신맛 등에서 설아복숭아칩의 우수한 맛 밸런스를 다시 한 번 확인하였으며, 타사 제품과의 맛 패턴 비교 데이터를 확보할 수 있었다. 또한 세계적 전문가들에게 맛·품질 평가를 받기 위해 참가한 국제 식음료 품평회 (ITI)에서 83.7%의 종합평가를 받아 투스타를 획득하며 우수한 상품성이 입증되었으나 색감 및 향미 개선 필요성을 확인하여 제품 개선 전략에 반영할 수 있었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 평가를 통해 제품 경쟁력 확인 및 개선 포인트 도출]

다양한 채널의 바이어로부터 맛과 원물 차별성은 전반적으로 좋으나 가격 및 패키지 디자인 개선이 필요하다는 의견을 받았다. 이후 마켓컬리·자연드림 등 진출 희망 채널의 간식류 전문 바이어와의 1:1 심층 미팅에서도 높은 원물 퀄리티는 긍정적으로 평가되었으나 높은 가격대를 수용할 명확한 타겟 설정과 차별화 포인트가 필요하다는 피드백을 받았고, 이는 제품 개선과 브랜드 전략에 반영되었다.

원물, 맛 차별성 보유

가격 및 용량 조정 필요

“상품 원물 퀄리티 훌륭, 가격용량 조정 제안”

·마켓컬리

“높은 가격을 설득하는 보완 요소 필요”

·자연드림



유통 바이어 품평회 현장

[골드키즈맘이 기꺼이 선택하는 프리미엄 과일칩, 베베도르 설아복숭아칩]



**베베도르 설아복숭아칩**

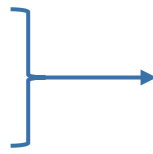
황금처럼 소중한 아이를 위한 특별한 간식

\* 프랑스어  
Bebe : 아기  
Doré : 황금, 빛남

04

**지원내용**

소중한 내 아이를 위한 가장 달콤한 선물, 프리미엄 과일칩 베베도르 설아복숭아칩






- 프리미엄 감성 포지셔닝 정립
- 아이 중심의 명확한 타겟 전략
- 원물 희소성·품질 차별화 요소 강화

과일칩 카테고리에서 확실한 차별화를 위한 포지셔닝이 필요하다는 점을 확인하고, 시장 변화와 고객 니즈, 자사 강점을 종합적으로 검토하였다. 이를 바탕으로 설아복숭아의 고품질 원료 가치를 중심으로 골드키즈맘을 주요 타겟으로 한 '아이 전용 프리미엄 원물 간식'으로 제품 포지션을 재정립하였다. 또한 기존 브랜드명보다 프리미엄 이미지를 강화할 필요가 있다는 판단 아래, '엄마의 사랑' 감성은 유지하면서도 더 고급스럽고 현대적인 이미지를 제시하는 '베베도르(Bebe Doré)'로 네이밍을 리뉴얼하였다. 패키지 개선 과정에서는 복숭아의 색깔과 식감을 강조한 디자인과 차별화된 시각적 요소를 적용해 프리미엄 이미지를 강화하였으며, 프리미엄 선물 세트와 실속형 토폰·믹스 구성 등 제품 라인업 확장 전략을 마련해 소비자 선택 폭을 넓혔다.

05

**기업성과**

<p>신규 유통채널 입점</p>  <p>뚜레쥬르 등 온·오프라인 채널 신규 입점</p>	<p>매출 확대</p>  <p>지원제품 매출액 244% 증가</p>	<p>국내외 박람회 참여</p>  <p>2025 ITI 국제식품평회 우수미각상 2스타 수상</p>
---	--	--

06

**기업 한마디**



영글어농장 김윤재 대표

이번 제품개선 사업을 통해 국제식품평회, 제품진단, 관능평가 등 현장에서 얻기 어려웠던 전문적인 의견을 받을 수 있어 큰 도움이 되었습니다. 특히 패키지·브랜드 전략 등 그동안 고민하던 문제의 방향성을 명확히 찾을 수 있었고, 제품의 경쟁력을 다시 정리하는 계기가 되었습니다. 사업 참여 이후 소비자 반응과 시장 진입 가능성이 더욱 구체화되며, 제품에 대한 자신감도 높아졌습니다. 앞으로도 중소 규모의 농식품 기업이 실질적으로 성장할 수 있도록 이런 전문적이고 현실적인 지원이 계속되기를 기대합니다. 도움을 주신 모든 분들께 감사드리며, 이번 개선을 기반으로 더 사랑받는 제품을 만들겠습니다.



[‘직접 만들고 함께 즐기는’ 초이리 막걸리 키트 컨셉에 맞는 제품 및 전략 개선]



04

지원내용

만드는 과정부터 마시는 순간까지  
함께 즐기는 술  
Crafted for Our Moments,  
초이리막걸리키트

함께 즐기며 마시는 소셜 드링크 컨셉  
고객조사 기반 제품 구성 변경  
막걸리 특성이 강조된 따뜻한 디자인

해외 시장과 소비자 조사를 통해 소셜 드링크링 확산, 경험 소비 증가 등 트렌드와 새로운 문화 경험을 선호하는 해외 소비자의 니즈를 확인하고, 이를 기반으로 기능적 술을 넘어 ‘함께 즐기는 라이프스타일형 주류’로 제품 포지션을 새롭게 정립하였다. 이에 따라 ‘직접 만들고 함께 즐기는 체험 가치’를 핵심 셀링 포인트로 강화하고, 초이리브루어리가 가진 전통 발효 스토리와 자연스러운 풍미가 명확히 전달되도록 커뮤니케이션 전략을 재정비하였다. 패키지 측면에서는 소비자 조사에서 확인된 따뜻하면서도 막걸리 고유 특성이 강조된 디자인 선호를 반영해 패키지를 리뉴얼하고, 키트 구성을 기존 1개입에서 **해외 시장 선호에 맞춘 3개입**으로 확장하였다. 또한 선물세트 등 포트폴리오 확장 방안을 마련해 해외 시장 진출을 위한 제품 전략 기반을 강화하였다.

05

기업성과

신규 유통채널 입점 및 매출 확대	해외 진출	수상 및 기타 성과
		
GS25은, 솔마켓 등 입점 및 기업 매출 95% 증가	해외 MOU 체결 3건	대한민국 주류 대상 수상 및 전북특별자치도 건배주 선정

06

기업  
한마디



초이리브루어리  
최상은 대표

소비자 맞춤형 제품개선 사업을 통해 막걸리 키트에 대한 실제 소비자 반응을 데이터로 확인할 수 있었고, 이를 기반으로 제품의 강점과 보완점을 명확히 파악할 수 있었습니다. 또한 전문가·MD 품평회를 통해 시장성 검증과 구체적인 개선 방향을 제시받으며, 브랜드 분석부터 패키징 리뉴얼까지 실제적인 변화를 이끌어낼 수 있었습니다. 이번 개선 결과는 내년 해외 판로 개척에도 큰 밑거름이 될 것으로 기대합니다. 소비자의 의견을 제품에 반영하고, 브랜드 경쟁력을 강화할 수 있었던 매우 의미 있는 경험이었습니다.

대표 노량 주소 전북특별자치도 익산시 홈페이지 smartstore.naver.com/yellowdays24  
 대표번호 010-2861-0520 설립일 2024년 지원제품 옐로우데이즈 그레놀라

## 01 회사소개

옐로우데이즈는 사람들의 일상에 작은 달콤함을 전하고자 시작된 브랜드로, 자연 그대로의 프리미엄 재료를 사용해 고급스럽고 건강한 맛의 수제 그레놀라를 판매하고 있다.

## 02 지원제품



### 옐로우데이즈 시그니처 그레놀라

- ✓ 타사 그레놀라보다 많은 6종의 견과류/씨앗 포함, 청치하게 문쳐져 크런치한 식감
- ✓ 엄선해 고른 최고급 재료 사용 (유기농 귀리, 햇견과, 유기농 올리브 오일, 천연 벌꿀 등)
- ✓ 첨가물 없이 100% 수제방식으로 굽는 그레놀라

## 03 지원동기

시그니처 그레놀라는 고급스러운 맛과 프리미엄 재료로 긍정적인 피드백을 받아왔으나, 제품 인지도를 높이기 위해 소비자의 구매 목적·선호 특성, 트렌드를 반영한 셀링포인트 정립과 차별화 전략이 필요했다.

### [높은 제품 맛 호감도 확인 및 맛 차별화 필요성 도출]



시그니처 그레놀라 맛 호감도 및 이유 분석



국제 식음료 품평회 1스타 수상

옐로우데이즈의 시그니처 그레놀라에 대한 맛, 컨셉, 구매의향 평가 시 전반적으로 맛과 컨셉에 대한 호감도가 높았고 특히 맛에 대한 평가 중 견과류 다양성과 적당한 단맛이 주요 호감 요인임을 확인할 수 있었다.

세계적인 미식 전문가들에게 맛·품질을 평가받기 위해 참가한 국제 식음료 품평회 (ITI)에서는 안정적인 품질에 대한 긍정적 피드백과 함께 향미 강화 및 맛 차별화 필요성이 제시되어 이를 기반으로 향후 제품 전략을 수립할 수 있었다.

또한 그레놀라 제품의 유통 안전성 확보를 위해 온도 조건별로 8주간 저장하며 미생물 시험분석을 진행했으며, 기존 소비기한 대비 연장 가능성(1개월→2개월)이 확인되어 유통 단계에서 안전성 확보 가능성을 도출하였다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 심층평가를 통한 제품 트렌드 및 차별화 인사이트 확보]

유통 바이어들은 옐로우데이즈 제품의 뛰어난 맛과 건강한 원재료 사용을 높이 평가하면서도, 명확한 차별화 필요성을 공통적으로 제시했다. 1:1 미팅을 진행한 현대백화점 바이어는 우수한 맛과 원료를 인정하며 경쟁 제품 대비 뚜렷한 차별 포인트 강화를 강조했고, 마켓컬리 바이어는 저당 등 최신 그레놀라 트렌드를 반영한 기능성 확대를 제안했다. 이러한 바이어 인사이트는 향후 브랜드 전략 수립에 적극 반영되었다.

#### 차별화 포인트 필요성

“좋은 재료, 높은 견과류 함량 긍정적이나 명확한 USP 필요”  
 \_현대백화점

“재료 퀄리티와 식감 우수하나 트렌드 반영 제안”  
 \_마켓컬리

#### 기능성 트렌드 반영



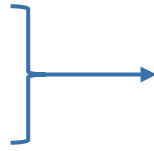
유통 바이어 품평회 현장

[천연재료의 강점에 기능성 트렌드를 결합한 Natural Benefit Granola로의 제품 확장]



04  
지원내용

무첨가 천연재료로 만들어내는  
수제 기능성 그레놀라,  
Natural Benefit Granola



- 건강한 천연 기능성 그레놀라 컨셉
- 기능성 트렌드 반영 제품 확장 전략 제안
- 핵심 강점 정립 및 상세페이지 개선

엘로우데이즈의 기존 제품은 맛의 완성도는 높게 평가되었으나, 그레놀라 시장에서 소비자가 인지할 수 있는 명확한 차별점 마련이 필요한 상황이었다. 바이어 피드백과 고객 니즈, 해외 사례 분석 결과를 토대로, 웰빙 트렌드와 기능성 요구를 결합한 '천연 기능성 프리미엄 그레놀라'로 제품 포지션을 고도화하였다. 이를 기반으로 기존 시그니처·초코시나몬·코코넛 제품 외에 소비자 조사에서 구매 의향이 높았던 단백질·비건 등 기능성 라인업을 추가하는 방향으로 제품 라인업을 확장을 제안하였다. 상세페이지 리뉴얼 과정에서는 브랜드 고유의 따뜻하면서도 감각적인 톤앤매너를 유지하면서, '6종 견과류 구성, 프리미엄 원재료, 정성과 건강이 살아있는 제조 방식' 등 제품의 핵심 강점이 명확히 드러나도록 정보 구조를 재정비하여 브랜드 가치와 제품 이해도를 강화하였다.

05  
기업성과

기업 매출 확대	국제식품평회 수상	다수 프리마켓 참가 매출
 기업 매출 150% 증가	 2025 ITI 국제식품평회 수상	 프리마켓 30개 참가를 통한 매출

06  
기업 한마디



엘로우데이즈  
노랑, 이도원 대표

소비자 맞춤형 제품개선 사업은 저희에게 제품과 브랜드를 객관적으로 점검할 수 있는 기회가 되었습니다. 소비자 조사와 품평 결과를 통해 맛 부문에서 높은 평가를 받은 것은 자신감이 되었으며, 동시에 패키지·스토리텔링·브랜드 인지도는 보완이 필요하다는 점을 확인했습니다. 사업 가운데 작은 브랜드로서는 쉽게 접하기 어려운 전문적 분석과 조언을 받으며 엘로우데이즈가 다음 단계로 도약할 수 있는 동력을 얻었습니다. 그리고 이를 기반으로 체험팩 출시, 상세페이지 개선, 신규 채널 진입 등 실질적인 변화를 추진하고 있습니다. 앞으로도 더 많은 소비자에게 건강한 한 끼의 가치를 전하는 브랜드로 꾸준히 성장해 나가겠습니다.

대표 유승현

주소 부산광역시 금정구

홈페이지 smartstore.naver.com/nakdongyangjo

대표번호 0507-1367-8497

설립일 2024년

지원제품 절영주

## 01 회사소개

부산낙동양조는 부산의 전통·자연·사람들의 이야기를 술에 담아 지역의 매력을 전하는 청년 양조장으로, 한 잔의 술을 통해 부산의 향취와 이야기를 현대적으로 풀어내는 지역 기반 전통주 브랜드를 지향하고 있다.

## 02 지원제품



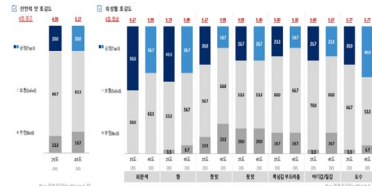
### 절영주

- ✓ 부산 지역의 옛 지명 '절영도'에서 이름을 따온 지역 특산 증류식 소주
- ✓ 부산 강서 들녘의 황금쌀로 빚어낸 깊고 맑은 품미
- ✓ 세 번 증류로 착향·착색·보존제 없이 본연의 맛과 향 완성

## 03 지원동기

'절영주'는 부산의 정체성을 담았지만, 소비자에게 브랜드 가치를 보다 명확히 전달하고 경쟁력 있는 지역 기반 증류주로 발전하기 위해, 지역성을 직관적으로 표현한 브랜드 리뉴얼과 통합적 제품 개선이 필요했다.

### [소비자 평가와 전문 장비 분석을 기반으로 맛 개선 포인트 도출]



증류주 도수별 맛 세부 평가

시료명	절영주	A 증류주	B 증류주	C 증류주	D 증류주		
시료사진							
Sample	AHS	PKS	CPS	NMS	CPS	ANS	SCS
S1	8.3	4.5	5.1	6.5	7.9	5.1	3.7
S2	5.7	9.2	5.9	6.8	7.2	5.5	4.2
S3	5.9	5.3	5.7	5.5	5.0	5.2	6.2
S4	9.0	5.8	6.6	5.9	4.5	6.9	5.8
S5	4.0	8.5	7.0	5.3	5.3	7.2	6.1

경쟁 제품과의 맛 특성 비교 기반 차별화 방향 도출

주 1회 이상 음주하는 소비자를 대상으로 절영주 25도·45도 제품의 맛과 전반적 호감도를 조사한 결과, 두 제품 모두 깔끔한 향과 뒷맛은 긍정적으로 평가되었으나, 일부 소비자는 알코올 향과 쓴맛이 상대적으로 두드러져 맛의 균형감 개선 여지가 있다는 의견을 제시하였다.

이에 쓴맛·단맛 등 핵심 맛에 대한 객관적 데이터를 확보하기 위해 절영주와 타 지역 증류주 4종에 대한 전자혀 기술지원을 진행했으며, 이를 통해 절영주 제품의 차별화된 맛 포인트와 개선 방향을 파악했다.

소비자 평가와 전문 장비 분석을 종합하여 지원 제품인 절영주의 고유한 맛 개선은 유지하면서도 평가 결과를 반영해 제품 품질 향상 전략에 반영할 수 있었다.

## 04 지원내용

### [유통 바이어 평가를 통한 구체적 제품 개선 요소 및 방향성 확보]

다수 채널의 바이어로부터 종합 피드백을 받은 후 진행된 진출 희망 채널 바이어와의 1:1 심층 미팅에서는 로컬 양조장의 특성과 정통성을 더욱 매력적으로 드러낼 필요가 있다는 의견이 주로 제시되었다. 대동여주도(주류 전문 플랫폼)와 롯데백화점 바이어와의 1:1 미팅에서는 디자인 개선과 함께 지역성 강조 스토리 개발 및 홍보 마케팅 중요성이 확인되었으며, 이를 이후 제품 개선과 브랜드 전략 구체화에 적용할 수 있었다.

#### 디자인 개선

“디자인 및 효과적인 홍보 콘텐츠 구상 필수”

—대동여주도

“로컬 스토리 강화 및 마케팅 활용 제언”

—롯데백화점

#### 로컬 스토리, 콘텐츠 강화



유통 바이어 품평회 현장

[부산 미식과 로컬 스토리를 입힌 프리미엄 페어링 증류주 '해운'으로 재정의]



부산 프리미엄 증류주  
해운 海雲

부산 대표 지역인  
해운대에서 딴 네이밍

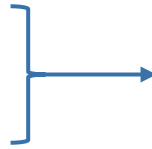
바다와 구름이 만나는 곳에서  
태어난 술,  
강하고 자유로운 항구인들의  
정신을 담은 프리미엄 증류주



04

지원내용

부산의 미식을  
더맛있게 즐길 수 있는  
부산미식페어링 증류주, 해운



- 부산의 미식을 완성하는 술
- 음식별/취향별 믹솔로지 레시피
- 부산 로컬·관광 경험의 완성

'부산다운 로컬성'을 더욱 선명하고 매력적으로 드러내기 위해 로컬 주류 성공 사례와 시장 트렌드를 검토하고, 이를 기반으로 적용 가능한 전략적 방향을 도출하였다. 그 결과 부산의 해산물·향토 음식과 조화를 이루는 '부산 미식 페어링 증류주'를 새로운 제품 포지션으로 설정하고 브랜드 방향성을 구체화하였다. 부산 대표 해변인 해운대에서 영감을 받은 '해운(海雲)'으로 네이밍을 리뉴얼하고, 두 가지 도수 제품에는 해운대를 상징하는 숫자 스토리텔링과 부산의 현재·과거를 담은 일러스트를 적용해 지역 정체성이 직관적으로 전달되도록 패키지를 구성하였다. 또한 회·낙곱새 등 부산 대표 음식 페어링과 믹솔로지 활용법 등 부산 경험 요소를 제안하여, 관광객과 로컬 모두에게 '부산에서 즐겨야 하는 프리미엄 로컬 증류주'로 자리매김할 수 있는 기반을 마련하였다.

05

기업성과

기업 매출 확대



기업 매출 260% 증가

주류박람회 참가 매출 발생



주류박람회 참가를 통한  
매출 상위권 달성

06

기업  
한마디



부산낙동양조  
유승현 대표

이번 소비자 맞춤형 제품개선 사업에 참여하며, 제품 경쟁력 강화와 브랜드 정체성 확립의 중요성을 다시 한 번 깊이 느낄 수 있었습니다. 제조 중심의 시각으로 제품 개발을 진행해 왔으나, 본 사업을 통해서 실제로 제품은 소비자를 가장 우선시 해야 한다는 방향성을 명확하게 이해할 수 있었습니다. 또한, 전문가 컨설팅과 객관적인 피드백을 통해 기존에 내부적으로는 확인할 수 없었던, 개선점을 체계적으로 확인할 수 있었습니다. 앞으로도 지속적인 연구와 소비자 중심의 품질 개선을 통해, 부산을 대표하고 대한민국을 넘어 세계 시장에서도 경쟁력 있는 전통주 브랜드로 성장할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

2025년

소비자 맞춤형 제품개선 사업

# 우수 사례집

---

소비자가 믿고 선택할 수 있는

제품 개발과 경쟁력 강화를 위해

식품진흥원이 함께하겠습니다





**FOODPOLIS**

한국식품산업클러스터진흥원