



# 2021 해외시장 맞춤형조사 월간 식품 이슈 보고서

러시아



## CONTENTS



**03**

CONSUMPTION TRENDS  
식품 소비트렌드



PRODUCT ANALYSIS  
인기 제품 분석

**11**



**18**

DISTRIBUTOR INTERVIEW  
수입유통업체 인터뷰



**20**

DISTRIBUTION TRENDS  
식품 유통트렌드





# Consumption Trends

## 러시아 식품 소비트렌드

### 러시아 식품 소비 이슈 TOP 10

분석뉴스대상 : 러시아 식품 산업 뉴스 1,821건 · 분석기간 : 20.08.01~21.07.31

순위	이슈	빈도
1	이상고온현상, 아이스크림 매출 및 수입액 급성장	209건
2	러시아, 닭고기 산업 육성에 50억 루블 보조금 투입 결정	125건
3	코티즈치즈 식품안전문제 이슈화 ‘금지효소 및 대장균’ 등	84건
4	양계장보험 지출 금액 중 97%는 ‘조류인플루엔자 피해 보상’	78건
5	러시아, 온라인 소비재 매출 2배 이상 증가	72건
6	생산자협회, 러시아 계란 공급 차질 우려	46건
7	고품질 베이커리 수요 증가 ‘글루텐프리 공장 설립, 품질 평가 핫라인 운영’	44건
8	러시아 사워크림, 5년만에 요구르트 수요량 근접	23건
9	코로나19 기간, 통조림 가공 육류 소비 지속 증가	25건
10	저품질 지방 대체식품으로 인한 안전문제 이슈화	19건

## 소비트렌드 ①

# 러시아 이상 고온 현상, 아이스크림 매출 및 수입액 급성장

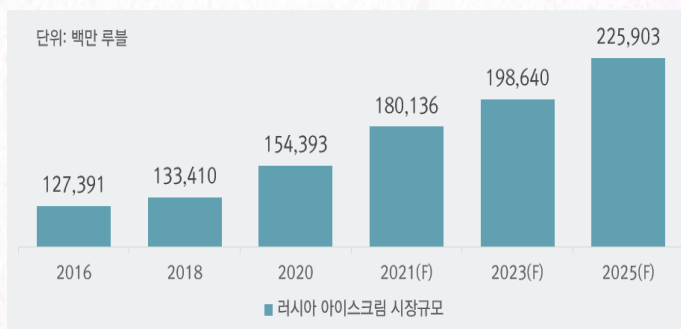
러시아, 올해 역대 최고 아이스크림 소비 예상

올해 러시아의 아이스크림 소비량은 44만 8천 톤(1인당 약3.1kg)으로 전 지역에서 소비가 급증하여 역대 최고의 소비를 기록할 것으로 보임, 향후에도 웰빙 트렌드에 부합하는 아이스크림 제품의 개발과 온라인 식품 구매의 증가로 러시아 아이스크림 시장은 성장할 것으로 예상됨. 유제품 생산 업체에 대한 지원과 러시아 식품 품질에 대한 국제적 관심으로 해외 수출량도 증가할 것으로 전망됨

원인은 이상 고온 현상과 전자상거래 통한 비대면 구매 증가

러시아에서 아이스크림 소비량이 증가한 것은 먼저 올여름의 이례적 더위에서 비롯된 것으로 확인됨. 올해 러시아 모스크바의 6월 기온은 120년 만에 최고 기온을 기록했으며, 시베리아 지역에서도 이상 고온 현상이 지속되고 있음. 러시아 현지 매체에 따르면, 기록적인 더위로 인해 2021년 6월 14일부터 20일까지 모스크바 아이스크림 일일 평균 거래량은 전주 대비 47% 증가했으며, 상트페테르부르크 내 주요 하이퍼마켓인 렌타(Lenta)의 아이스크림 주말 매출 또한 기존 대비 25% 가량 증가했음. 이 외에도 카잔, 니즈니 노브고로드 등에서 가장 큰 성장을 기록함

### 러시아 아이스크림 시장규모 전망



출처: 유로모니터(Euromonitor)

러시아 정부의 자가 격리 정책으로 비대면 온라인 식품 구매가 확대된 것도 아이스크림 소비 증가에 힘을 실었음. 러시아 농업은행 산업전문센터(ИОС) 대표 안드레이 달노프에 따르면, 러시아 정부의 자가 격리 조치로 실내 생활이 증가하여 전반적인 간식 소비와 함께 전자상거래를 통한 비대면 간식 구매가 증가했음. 이러한 소비 습관도 아이스크림의 수요 증가에 영향을 끼친 것으로 나타남(1)(2)(3)

(1) Kati 농식품수출정보, 러시아, 올해 역대 최고 아이스크림 소비 예상, 2021.05.11  
 (2) 러시아알티(Russian.RT), Продажи мороженого в Москве выросли ... погоды, 2021.06.24  
 (3) 러시아알티(Russian.RT), Продажи мороженого в Пете ... аномальной жары, 2021.06.25



## 러시아 소비자, 유제품 풍부하게 함유된 아이스크림 선호

러시아인들은 유지방 함유량이 풍부한 아이스크림을 선호하는 것으로 나타남. 러시아 소비자들에게 가장 인기 있는 아이스크림은 유지방 함유량이 12~20%에 해당하는 ‘플롬비르(Plombieres)’류 아이스크림으로 조사됨. 유지방 함유량이 10%인 한국의 바닐라 아이스크림과 비교할 때 플롬비르는 유지방 함유량이 상대적으로 높아 풍부한 우유의 맛을 느낄 수 있음<sup>(1)</sup>

## 밤바(Bombbar) 단백질 아이스크림



출처: 오존(Ozon.ru)

## 오존(Ozon) 아이스크림 카테고리 1위 플롬비르 제품



출처: 오존(Ozon.ru)

**상품명**  
플롬비르 초콜릿맛  
(Пломбир в шоколаде)  
**브랜드**  
라콤카 필레프스코예  
(Лакомка Филевское)  
·지방함량 25.6%  
·고전적인 GOST 조리법에 따라 신선한 우유로 제조.  
·역사적인 기술과 생산 레시피로 변하지 않는 맛

**상품명**

무설탕 프로틴 아이스크림 믹스  
(Смесь для протеинового мороженого без сахара)

**브랜드**

밤바(Bombbar)

## 최근 트렌드는 저칼로리, 저당, 고단백, 비건 아이스크림

최근 러시아에서도 웰빙이 주요 소비 이슈로 떠올랐음. 아이스크림 기업들도 이러한 웰빙 트렌드에 맞추어 저당, 저칼로리, 고단백, 비건 및 천연·건강 재료 아이스크림을 개발하고 있음. 소비자들의 변화된 수요에 맞추어 다양한 제품이 출시되고 있는데, 특히 ‘레나(Renna)’ 무가당 아이스크림과 ‘밤바(Bombbar)’ 고단백 아이스크림 등이 러시아에서 주목받고 있음<sup>(2)</sup>

(1) Kati 농식품수출정보, 지구촌리포트 102호, 2020.10

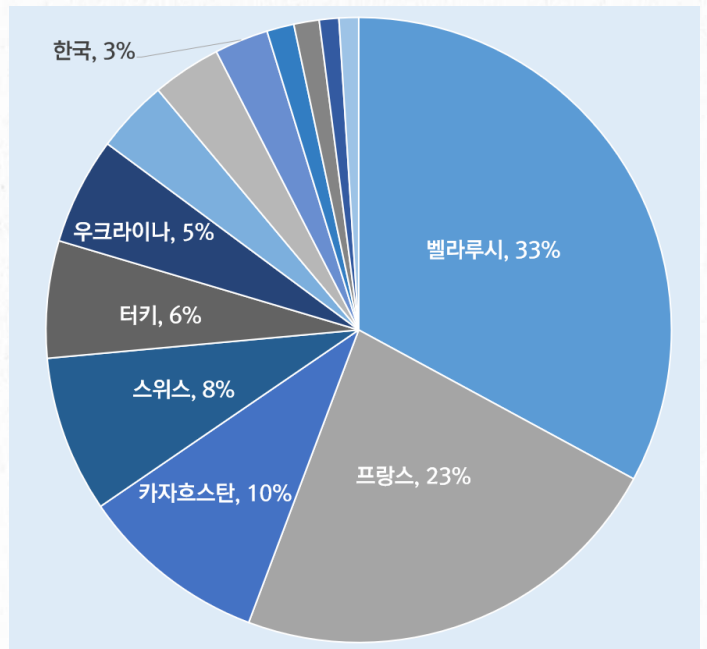
(2) 유로모니터(Euromonitor), Ice Cream and Frozen Desserts in Russia country report, 2021.07



### 러시아 對한국 아이스크림 수입규모, 전체 수입액의 3%

2020년 러시아의 아이스크림(HS CODE 2105.00) 주요 수입국은 벨라루스, 프랑스, 카자흐스탄, 스위스, 터키 등으로 대부분 유럽국 또는 인접국임. 특히 수입액 기준 1위국 벨라루스와 2위국 프랑스로부터 50% 이상을 수입하는 것으로 확인됨. 한편 한국은 2014년부터 상위 국가에 포함되어, 2020년 아시아 국가 중 유일하게 3%의 점유율로 상위 10위국 안에 위치했음. 러시아 對한국 아이스크림 수입액은 2016년 전년 대비 4% 증가한 후, 2017-20년까지 매해 두 자릿수 이상의 성장률을 보이며 연평균 34%의 성장률을 기록함. 러시아의 극동지역은 한국에서 지리적으로 접근이 용이하여 한국 기업이 제품을 수출하는 데 유리함. 실제로 러시아 세관 자료에 의하면 한국 제품의 수입 경로는 극동, 사할린, 하바롭스크 등으로 나타남. 향후 이 지역들을 기반으로 러시아 전역에 한국 아이스크림을 수출할 수 있을 것으로 예상되며 이를 대비하여 한국 기업의 러시아 수출 마케팅 전략이 요구됨<sup>(1)</sup>

### 2020년 러시아 아이스크림 수입국 점유율

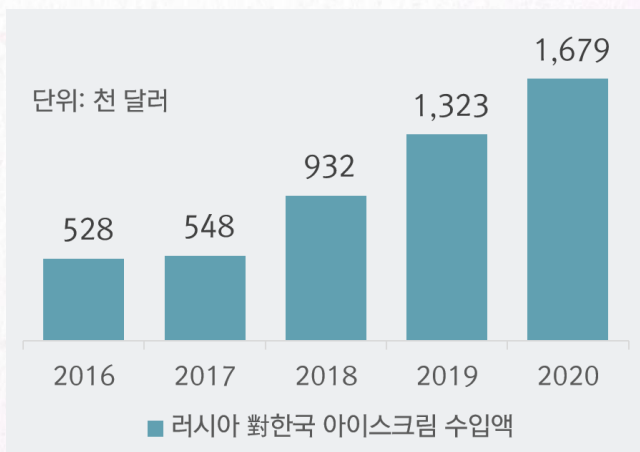


자료: ITC Trademap

### 국내 아이스크림 제조 선도기업, 러시아로의 수출국 다변화 성공

국내 제과류 선도기업 A사의 2020년 상반기 對러시아 아이스크림 수출액은 전년 동기 대비 55% 증가하며 對글로벌 수출량과 비슷한 수준의 상승세를 보였음. 2020년 기준 러시아 對한국 아이스크림 수입액은 약 168만 달러(약 19억 원)로, 對글로벌 수입액과 비교했을 때 미미한 수준임. 그러나 A사의 對러시아 아이스크림 수출액은 2020년 3분기 기준 전년 전체 수출액을 추월해, 수출량이 전혀 없다시피한 상황에서 실적을 거두었음. 주요 수출국인 미국, 중국, 동남 아시아에 집중된 수출국에서 러시아가 추가됨. 앞에서 살펴본 바와 같이 러시아 소비자들은 유지방이 높은 아이스크림을 선호하는데, 한국형 아이스크림 또한 유지방이 10% 내외로, 현지인의 입맛과 크게 다르지 않은 점이 긍정적으로 작용한 것으로 예상됨<sup>(2)</sup>

### 러시아 對한국 아이스크림 수입액 추이



자료: ITC Trademap

(1) Kati 농식품수출정보, 지구촌리포트 102호, 2020.10  
 (2) 이데일리(edaily), '얼음의 나라' 러시아로 팔리는 韓아이스크림, 2020.11.05



## 소비트렌드 ②

# 코로나19, 러시아 식품시장에 끼친 영향은?

### 러시아, 소비재 제품의 온라인 매출 2배 이상 증가

코로나19의 확산으로 소비재 제품의 온라인 매출이 2배 이상 증가함. 시장조사기관 닐슨 러시아(Nielsen Russia)에 따르면 2020년 2월까지만 해도 소비재 제품들에 대한 수요 증가세가 나타나지 않았으나, 코로나19 확산세가 강해짐에 따라 러시아 소비자들의 구매행동이 변화했으며 루블화의 약세도 이러한 현상에 영향을 끼침

특히 온라인 채널에서 이러한 소비 양상이 눈에 띄었음. 2020년 3월 첫째주의 온라인 매출액 중 파스타는 전년 동기 대비 209%, 시리얼류 125%, 즉석 스프 150%, 차(茶)류 102% 증가세를 보였으며 전체 온라인 식품 시장 평균 성장률인 50%를 압도적으로 앞섰음. 이는 해당 품목들이 코로나19 기간 동안 장기적으로 보관하기 용이하기 때문으로 해석됨

반면, 닐슨 러시아 컨설팅 분야 전문가 마리나 볼코바(Marina Volkova)는 러시아 소비자들 사이에서 안전성을 이유로 자국 생산 소비재 제품을 선호하는 현상이 나타나기 시작했다고 전해, 한국 수출업자들의 유의가 필요할 것으로 예상됨<sup>(1)</sup>

### 가공식품 카테고리별 코로나19 영향은?

유로모니터에 따르면, 대부분의 러시아 가공식품은 코로나19 기간 장기간의 폐쇄 및 자택 격리의 수혜를 받았으며 지속적인 소매량 증가세를 보일 것으로 예상됨. ‘쌀, 파스타 및 면류’, ‘가공 육류’, ‘냉동 가공 채소’ 등은 봉쇄 기간 초기 비축 소비의 혜택을 받은 것으로 확인됨

가정 요리를 통해 외식을 대체하려는 양상이 보임에 따라, ‘식용유’, ‘소스, 드레싱 및 조미료’, ‘버터 및 스프레드’, ‘식용 유제품 및 기타 유제품’ 등 가정용 요리 재료들의 매출이 증가함. 특히 전자상거래 전반에 대한 신뢰와 가정식 요리의 다양성에 대한 수요가 높아지면서 집에서 요리할 수 있는 고품질 밀키트(디너믹스) 시장이 큰 성장을 보였으며, 이 외에도 조리하기 편하며 이국적인 요리로 인식되는 라면 제품도 큰 성장을 보임

가정에서 가족들이 함께 TV 프로그램을 보며 간식을 먹는 소비 습관 덕분에 ‘초콜릿’, ‘간식류’, ‘테이크 홈 아이스크림(가정용 포장 아이스크림)’, ‘비스킷류’ 등의 수요도 증가했으며, 가족과의 아침 식사 시간이 길어짐에 따라 ‘아침식사용 시리얼’과 ‘요구르트’, ‘유제품’ 등의 소비도 증가한 것으로 확인됨<sup>(2)</sup>

(1) 스페라(sfera.fm), Продажи продуктов питания с длительным сроком хранения выросли в два раза, 2020.03.18

(2) 유로모니터(Euromonitor), PACKAGED FOOD IN RUSSIA – ANALYSIS country report, 2020.12



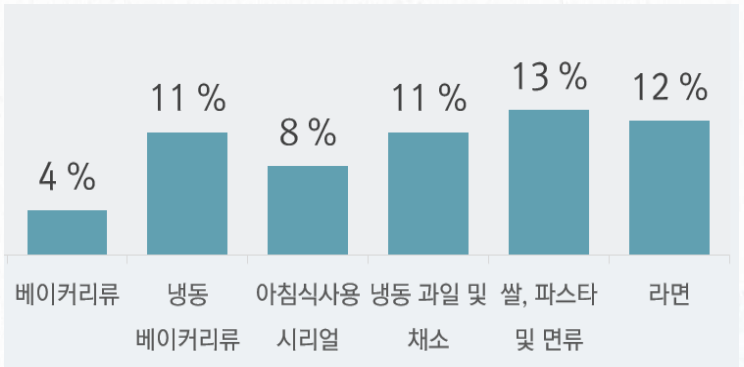
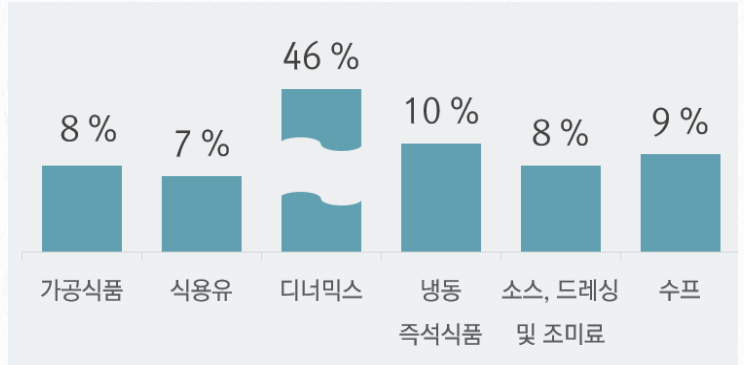
반면 ‘베이커리류’의 경우, 많은 소비자가 비포장 제품 및 짧은 유통기한의 제품을 기피하는 현상이 나타남에 따라, 코로나19 기간 동안 상온 보관 베이커리류 소비가 감소할 것으로 예상되며 대신 ‘냉동 베이커리류’가 대체재로 부상함

쇼핑 횟수가 감소함에 따라 충동구매 기회가 줄어드는 현상은, 주로 야외 활동 중에 구매되는 ‘임펄스 아이스크림(막대 형태의 주로 밖에서 소비하는 아이스크림)’과 ‘껌류’ 소비에 부정적인 영향을 미침

건강 트렌드는 코로나19 기간 동안 러시아를 비롯, 전 세계적으로 강화되고 있으며, 설탕의 잠재적 위험성 및 강화 제품(Fortified-Product)<sup>(1)</sup>의 건강상 이점이 저당 초콜릿 및 비스킷류, 유제품류에 긍정적인 영향을 끼치고 있음. 러시아 내 ‘건강한 제품’으로 포지셔닝된 제품들의 출시가 이어지고 있는데, 러시아 제과류 제조기업 아베디노예 콘다이어(Obyedinennye Kondiery)는 무당 초콜릿을 중심으로 하는 우크랄리 사하르(Ukrali Sahar) 브랜드를 출시했으며, 마찬가지로 제과류 제조기업 KDV 그룹 또한 오지라(O’Zera) 브랜드를 저당 버전으로 확장함

2019년, 거의 모든 가공식품 카테고리에서 유통업체 자체 개발 상품(PL, Private Label)<sup>(2)</sup> 매출이 감소했으나, 2020년 코로나19의 직접적인 영향으로 가처득 소분이 감소함에 따라 PL 제품의 수요가 증가함

러시아 주요 가공식품 소매가치 전년대비 성장률(2019-2020년)



출처: 유로모니터(Euromonitor)

러시아 가공식품 시장, 다음 단계는?

코로나19 기간 비축 소비로 수혜를 받은 ‘소스, 드레싱 및 조미료’와 ‘쌀, 파스타 및 면류’ 등은 전망 기간 초기 조정을 받을 것으로 예상됨. 또한, 가계 예산이 감소함에 따라 러시아 소비자들은 전망 기간 초기 가성비(가격 대비 가치)를 추구하는 경향을 보일 것이며, 이에 따라 합리적인 가격에 좋은 품질을 제공하는 유통업체 자체 상표 브랜드가 수혜를 받을 가능성이 클 것으로 전망됨<sup>(3)</sup>

(1) 특정 영양소가 기존 제품들보다 초과되어 함유되거나, 보통은 함유되지 않는 영양소가 추가된 제품을 뜻함. 예로 비타민 함유 우유, 요오드가 포함된 소금 등이 있음  
 (2) 유통업체가 제조업체에 주문하여 생산한 제품에 자사의 상표를 붙여 판매하는 자체개발상품을 뜻하는 말로, PB(Private Brand) 상품이라고도 함  
 (3) 유로모니터(Euromonitor), PACKAGED FOOD IN RUSSIA – ANALYSIS country report, 2020.12



## 소비트렌드 ③

# 고품질 베이커리류 수요 증가 ‘글루텐 프리 공장 설립 · 품질 평가 핫라인 운영’

### 모스크바 최대 글루텐 프리 베이커리 공장 설립

푸드코드(Foodcode)사의 러시아 최대 글루텐 프리 베이커리 공장이 2020년 10월 볼로콜람스크(Volokolamsk) 지역에 설립됨. 해당 공장은 하루 최대 22톤의 글루텐 프리 베이커리 제품을 생산하며 2022년에는 50톤까지 생산량을 증대할 계획임. 해당 공장에서 생산되는 모든 베이커리 제품은 셀리악병(소장에서 발생하는 유전성 알레르기 질환)을 보유한 소비자나 단백질 함유 곡류에 과민증을 보유한 소비자들에게 적합하며, 이 외에 건강한 라이프 스타일을 지향하는 소비자들에게 인기를 끌고 있음. 해당 공장의 1단계 투자 규모는 약 10억 루블(한화 약 157억 원), 2단계 투자 규모는 약 7억 루블(한화 약 110억 원) 이상으로 계획됨. 러시아 소비자들의 건강 및 다이어트 식품에 대한 수요 증가를 반영한 것으로 보임<sup>(1)</sup>

### 모스크바 내 베이커리 품질 평가 핫라인 신설

2021년 6월, 러시아 모스크바에 베이커리류 품질 평가를 위한 핫라인 시스템이 시작됨. 러시아 소비자 관리감독보호청(Rospotrebnadzor)은 2021년 6월 21일부터 2021년 7월 2일까지 베이커리류 품질과 규범에 대한 핫라인 상담을 진행함. 다양화 및 고급화되고 있는 러시아 소비자들의 식품 수요에 맞추어 러시아 베이커리류 제조 기업들이 자사 제품의 품질 및 유통기한에 대한 조언을 얻었을 것으로 예상됨<sup>(2)</sup>

### 코로나19 기간 베이커리류 수요 감소, 반면 건강 트렌드로 신제품 출시 활발

코로나 19 기간 발효 베이커리를 비롯한 베이커리류의 짧은 유통기한은 베이커리 제품의 판매에 부정적인 영향을 끼쳤음. 또한 포장되지 않은 베이커리류의 위생 문제와 격리 기간 가정에서 직접 베이커리류를 만드는 소비 습관이 확산된 현상도 둔화된 성장에 영향을 끼침. 반면, 앞에서 살펴본 바와 같이 거대 글루텐프리 베이커리 공장이 모스크바에 설립되고, 품질 평가 핫라인이 신설되는 등 고품질 및 건강한 빵에 대한 수요는 증가하는 추세임

러시아 전반에 확산되고 있는 건강 트렌드는 이미 성숙기에 들어선 러시아 베이커리류 시장에 변주를 가져다줄 것으로 예상됨. 예를 들어 통곡물 제품, 야채 조각 베이커리류, 비타민 및 미네랄을 보유한 베이커리류 등의 판매가 증가하고 있는 추세임

글루텐 프리 베이커리, 무염 베이커리, 저탄수화물 베이커리, 미네랄 비료를 사용하지 않고 재배된 곡물로 만든 수제 베이커리 등 새로운 형태의 ‘다이어트’ 제품들도 연이어 출시되고 있음<sup>(3)</sup>

(1) 스페라(sfera.fm), В Подмосковье открылся крупнейший ... без глютена, 2020.10.22  
 (2) 러시아알티(Russian.RT), В Подмосковье ... хлебобулочных изделий, 2021.06.21  
 (3) 유로모니터(www.euromonitor.com) BAKED GOODS IN RUSSIA - ANALYSIS, 2020.11



러시아 베이커리류 제조업체들은 이러한 다변화를 통해 글루텐 불내증이 있거나 탄수화물 섭취를 줄이고자 하는 소비자들, 또는 전통적인 형태의 빵을 식단에서 완전히 배제하려고하는 소비자들을 붙잡기 위해 노력하고 있음

이러한 트렌드를 잘 반영하고 있는 러시아 베이커리류 제조업체는 페이저(Fazer)사로, 야рки 믹스(Яркий микс)라는 채소 기반 토스트를 2019년 출시함. 해당 제품은 비트와 강황을 각각 11%, 10% 함유한 제품으로, 비트와 강황의 건강 효능과 함께 빵에 밝은 색상을 주어 신선한 느낌을 더했음. 또한, 인공 향미 증강제와 염료를 사용하지 않았으며 신선한 재료를 사용하고 품질을 강조함

또 다른 러시아 베이커리류 제조업체인 카라바이 OAO(Каравай OAO), 보스코-Л OOO(Боско-Л OOO) 모두 2019년 새로운 종류의 통곡물 빵을 출시하며 이러한 시장 환경 변화에 적응하고 있는 것으로 확인됨. 카라바이사는 신진대사를 정상화하고 몸을 정화하는데 도움이 되며, 콜레스테롤 수치의 균형을 유지해 날씬한 몸매를 유지할 수 있다는 점을 소구점으로 삼은 HLS(Healthy Lifestyle) 빵을 출시한 바 있음. 보스코사는 통밀을 75% 함유한 빵을 포함해 다양한 통곡물 빵을 출시함

페이저(Fazer)사의 야рки 믹스(Яркий микс)



출처: 페이저(Fazer)

카라바이(Каравай OAO)사의 HLS(Healthy Lifestyle) 식빵



출처: 카라바이 OAO(Каравай OAO)

러시아 베이커리 시장 향후 전망은?

향후 러시아 베이커리 시장 내 냉동 베이커리 제품들이 급격하게 성장할 것으로 전망됨. 소매가치 기준 2020년 러시아 베이커리 제품의 전년 대비 성장률은 4%였던 것에 반해, 냉동 베이커리 제품은 11%의 성장을 보였으며, 코로나19 기간 긴 유통기한과 가정 내 제과제빵 소비 습관의 수혜를 받았음. 향후 미니 베이커리 및 카페의 지속적인 성장, 유통업체 자체 베이커리 제품 등의 출시는 냉동 베이커리류 시장의 지속적인 확대를 뒷받침할 것으로 예상됨. 냉동 베이커리류 제품은 러시아 소비자들에게 비교적 새로운 제품군이기에 때문에, 카테고리 내 선도기업과 소비자들 모두 새로운 유형의 냉동 베이커리류 제품에 대한 관심을 보일 것으로 전망됨. 도넛, 슈트루델<sup>(1)</sup>, 머핀, 치즈케이크 등 새로운 형태의 냉동 베이커리류가 지속적으로 출시 및 확장되며 성장을 견인할 것으로 보임<sup>(2)</sup>

(1) 얇게 늘여 편 반죽에 과일을 얹어 말아 구운 오스트리아 전통 명과

(2) 유로모니터(Euromonitor), BAKED GOODS IN RUSSIA - ANALYSIS, 2020.11





# Russia Product Analysis

## 러시아 인기 식품 분석

### 러시아 인기 한국식품 TOP 10

분석 대상 쇼핑몰 : OZON (www.ozon.ru) · 랭킹 기준일 : 21.8.10

순위	이미지	제품명	브랜드	가격 / 용량
1		딸기셸 아이스크림 (Strawberry Shell Icecream)	롯데	1,100원/80g
2		물엿 (Corn Syrup)	청정원	6,300원/700ml
3		메론 맛 아이스크림 (Melon Flavored Icecream)	롯데	1,500원/75g
4		컵에 담긴 짜장소스 떡볶이 (Topokki Cup With Black Bean Sauce)	영풍	3,950원/120g
5		컵에 담긴 매운맛 떡볶이 (Topokki Cup With Hot Spicy)	영풍	3,950원/120g
6		수박맛 아이스크림 (Watermelon Flavor Ice Cream)	롯데	1,300원/70g
7		우리집 고추장 (Korean Chilli Paste)	오복	29,300원/500g
8		쌀떡볶이 (Rice Topokki)	하얀 햇살	6,400원/500g
9		콜드브루 아메리카노 커피 음료 (Cold Brew Coffee Beverage)	한국 야쿠르트	3,700원/270ml
10		까르보 불닭볶음 컵라면 (Carbo Fried Spicy Chicken Cup Noodle)	삼양	3,800원/105g

## 인기 식품 분석 ①

### K-POP 내세운 한국 RTD 인스턴트 커피 온라인 판매 증

#### 제품 개요

- 브랜드: HY
- 상품명: BTS 콜드브루 아메리카노  
(BTS Cold Brew Americano)
- 제조국: 한국
- 가격: 371루블 (한화 약 5,817원/270ml)
- 제품 특징: 단맛, 신맛, 감칠맛 등 맛이 다양하고 향기 또한 뛰어난 에티오피아 & 르완다 원두를 블렌딩. 15°C 찬물에서 고압력을 가해 우려낸 콜드브루 추출액을 함유한 아메리카노



#### 제품 개요

- 브랜드: 롯데칠성(Lotte Chilsung)
- 상품명: 레쓰비 라떼  
(Let's be Latte)
- 제조국: 한국
- 가격: 390루블 (한화 6,115원/240ml\*4)
- 제품 특징: 부드럽고 달콤한 마일드 커피 맛이 특징인 RTD 커피 음료



#### 러시아 진출 STORY

##### 뜨겁고 달콤한 한국 캔 커피, 러시아 내 인기 고

B사는 2005년부터 러시아에 RTD<sup>(1)</sup> 캔커피 제품을 수출하고 있으며 2019년 기준 3,240만 캔 가량 수출하여 사상 최대 판매량을 기록함. B사의 RTD 캔커피 제품은 해외 30여 개국으로 수출되고 있으나 전체 해외 매출에서 러시아가 약 80%의 비중을 차지함. B사는 러시아 내 성공적 수출을 위해 현지의 수요에 맞게 다양한 전략을 펼침. 수출 초기 B사는 175ml의 RTD 캔커피 제품을 선보였으나 ‘양이 적다’는 현지 반응을 반영하여 2013년 240ml로 용량을 늘린 제품을 판매하기 시작했으며 2016년에는 175ml 제품의 판매를 완전히 중단함. 또한 러시아는 추운 기후로 인해 커피를 차갑게 마신다는 개념이 생소하다는 것을 고려하여 30억 원 가량을 온장고에 자원을 투자함. 온장고 지원 이후 현지 판매량은 급증하여 2009년 기준 19만 상자를 수출하여, 2007년 기준 판매량인 8만 상자를 2배 이상 뛰어넘었음. 판매량 증가에 따라 B사는 2009년 러시아 블라디보스톡 현지 사무소를 열면서 보다 적극적으로 시장 확대에 임했고 현재까지 제품 수출이 활발히 이어지고 있음<sup>(2)</sup>

(1) 구입해서 바로 마실 수 있는 캔·컵·병 등의 형태로 된 커피를 총칭

(2) 한국경제, [넥스트K] 뜨겁고 달콤한 'K캔커피'...러시아 빵의 단짝, 2020.02.13



제품 인기 요인

• 인기 K-Pop 아이돌을 모델로 한 인스턴트 커피 인기

한국 유명 K-Pop 아이돌 그룹 ‘방탄소년단’을 모델로 발탁한 C사의 RTD 콜드브루 커피가 국내 뿐 아니라 러시아에서도 큰 인기를 끌고 있음. 러시아 온라인 쇼핑몰 내 소비자 리뷰를 분석한 결과 제품 모델인 방탄소년단을 통해 제품을 접하고 구매한 경우가 대다수임. 모델이 인쇄된 라벨 이외에도 우수한 포장에 대한 호평이 많으며 해당 제품의 쓰지 않은 맛과 풍부한 향에 대한 선호도가 높음



• 러시아 현지인, 달콤한 맛의 캔커피 선호

러시아 현지인은 단 맛의 제품에 대한 수요가 높은 국가임. 달콤한 마일드 커피 RTD 음료가 현지인의 입맛을 사로잡자 B사는 카푸치노, 마일드 아라비카, 아메리카노 등 제품을 다양화해 수출에 박차를 가함. 현재 러시아 내 가장 인기있는 제품은 카푸치노로 카카오 분말, 유제품 등을 넣어 부드럽고 달콤한 맛으로 현지인의 입맛을 사로잡음



Interview



- 윈터그린(Wintergreen)
- 2020년 설립 차&커피 도매업체
- 슈퍼마켓, 레스토랑, 카페 유통

Q. 러시아 내 인스턴트 커피 수요는 어떤가요?

거의 모든 러시아 소비자들은 매일 다양한 종류의 커피를 마시고 있으며 하루에 1잔 이상의 커피를 마십니다. 가정 혹은 직장에서 인스턴트 커피를 주로 마시는데, 아침에 잠을 깨기 위해 마시거나 하루를 마무리하는 느낌으로 밤에 마시기도 합니다.

Q. 러시아 내 판매되고 있는 인스턴트 커피의 특징과 인기 브랜드는 무엇인가요?

러시아에서 판매되고 있는 인스턴트 커피는 대부분 분말 형태이며, 특히 아주 고운 가루 형태입니다. 주로 유리병 용기를 사용하고 있으며 최근에는 거의 볼 수 없지만, 캔에 포장되기도 합니다. 러시아에서는 말롱고(Malongo), 에고이스트(Egoiste), 그란도스(Grandos), 네스카페(Nescafe) 등의 브랜드가 가장 인기 있습니다.

Q. 러시아 내 인스턴트 주요 소비자는 누구인가요?

러시아 내 인스턴트 커피의 주요 소비자는 커피를 마실 수 있는 대부분의 성인입니다. 주로 20-50대 층이며, 해당 소비층은 공부, 일, 기타 활동 등으로 바쁜 라이프스타일을 보내고 있기 때문에 일상생활 중 커피를 많이 섭취합니다. 60대 이상의 연령층의 경우, 퇴직이나 건강 문제로 상대적으로 여유시간이 많아 커피보다는 따뜻한 차(Tea)를 주로 마시는 편입니다.<sup>(1)</sup>

(1) Kati 농식품수출정보, 러시아 인스턴트커피 시장분석형 보고서, 2020.12.04

Interview



- 로스트토르그 (Рост Топр)
- 2010년 설립 커피 및 음료 제조 및 유통업체
- 도매 납품, 자사 홈페이지 운영

Q. 러시아 내 인스턴트 커피의 소비 동향은 어떤가요?

대도시에 거주하는 러시아 소비자들은 커피를 많이 소비하지만, 인스턴트 커피의 소비량은 교외 지역에서 더 많습니다. 대도시의 경우, 생활 수준 및 기술 수준이 높고 커피 체인점이 매우 많아 쉽게 원두커피를 구매할 수 있기 때문에 인스턴트 커피의 수요는 상대적으로 낮습니다. 인스턴트 커피 중 가장 인기 있는 형태는 동결건조 커피이며 주로 유리병 용기에 포장됩니다. 일반적으로 러시아 내 가정에서 쉽게 찾아볼 수 있으며, 집을 제외하고는 주로 교외 지역의 농장, 지하철역, 버스터미널에서 장-노년층 승객이 앉아서 대중교통을 기다릴 때 마시기도 합니다.

Q. 러시아로 인스턴트 커피 수출 시, 필요한 통관 절차는 무엇인가요?

러시아로 커피 품목 수출 시, 로스팅이 된 원두인지 생두인지가 중요하며 EAC 인증 중 적합성인증(Coc, Certificate of Conformity)이 필요합니다. 만약 수출하고자하는 제품이 러시아에 처음 수출하는 새로운 브랜드라면 이미 수출이 진행된 제품보다 통관 절차가 더 엄격하고 오래 걸릴 것입니다. 또한, 러시아 통관 서류 및 라벨링은 모두 러시아어로 기재되어야 합니다.<sup>(1)</sup>

Interview



- 커피매그(COFFEEMAG)
- 온라인 수입 및 유통 전문업체
- 인스턴트 커피, 커피 캡슐 등 판매

Q. 현지 소비자가 선호하는 포장 형태와 디자인은 무엇인가요?

네슬레(Nestle)나 야콥스 다우에 에그버트(Jacobs Douwe Egberts) 같은 대형 제조사들은 지속적인 마케팅 조사를 통해 타겟 소비자나 시장에 맞추어 계속해서 포장 방법이나 단위를 바꾸고 있습니다. 그들은 커피에 대한 충분한 설명과 직관적인 이미지를 사용합니다. 그리고 일반적으로 유리병에 담아 제품을 판매하고 있기 때문에, 소비자가 깔끔한 디자인의 유리병에 담긴 제품을 선호한다는 것을 알 수 있습니다.

Q. 커피 제품의 성공 여부가 어떤 요소로 결정된다 보시나요?

러시아에서 커피 제품의 성공은 제품을 어떻게 홍보하느냐에 달려있다고 생각합니다. 광고나 홍보, 할인 행사로 고객을 끌어들이는 게 가장 효과적인 방법입니다. 실례로 자사에서 진행한 두 달간의 설문조사에 따르면, 소비자들의 선택에 있어 행사 여부가 많은 영향을 줍니다. 대형 제조사들은 자본력과 높은 시장점유율을 바탕으로 공격적인 영업, 마케팅 전략을 실행하고 있습니다.<sup>(2)</sup>

(1) Kati 농식품수출정보, 러시아 인스턴트커피 시장분석형 보고서, 2020.12.04

(2) Kati 농식품수출정보, 러시아 인스턴트커피 경쟁력분석형 보고서, 2020.09.11



## 인기 식품 분석 ②

### 간장, 된장 등 한국 장류 수출 유망

#### 제품 개요

- 브랜드 : 신송식품(Sinsong food)
- 상품명 : 재래 된장  
(Traditional Korean Soybean Paste)
- 브랜드 국가 : 한국
- 가격 : 255루블 (한화약 3,998원/500g)
- 제품 특징 : 저염 발효기술을 사용해 구수하고 담백한 것이 특징임



#### 제품 개요

- 브랜드 : 청정원(Cheong Jeong Won)
- 상품명 : 햇살 담은 양조 진간장  
(Brewed Dark Soy Sauce)
- 브랜드 국가 : 한국
- 가격 : 183루블 (한화약 2,869원/200ml)
- 제품 특징 : 기존 진간장 대비 진한 맛의 자연 숙성발효 간장으로 국요리를 제외한 모든 요리에 첨가할 수 있음



#### 러시아 진출 STORY

##### 한류 확산에 따라 러시아 내에서도 K-소스류 소비 증가

전세계적으로 K-Pop, 한국 드라마 등 한류의 확산에 따라 한식 등 한국문화가 전반으로 확대되고 있음. 지난해 한국의 對글로벌 소스류 수출규모는 3억 172만 달러(약 3,462억 원)로 역대 최고기록을 갱신했으며 2019년 대비 수출액이 약 26% 증가했음. 다양한 국가 내 한국 소스류 제품의 비중이 높아지는 가운데 러시아가 한국의 주요 소스류 수출 국가 중 하나로 등극할 잠재가능성이 보임. 한편 한국의 러시아 소스류 수입시장 점유율은 2020년 기준 10.4%로 2016년 대비 7% 성장함. 對러시아 소스류 제품 수출국 1위인 독일과의 점유율 격차는 같은 기간 19.5%포인트<sup>(1)</sup>에서 9.8%포인트로 격차가 좁혀짐. 이러한 성장에 힘입어 현지인의 입맛에 맞는 제품 개발과 브랜드 강화를 통한 해외 시장 공략이 중요할 것으로 보임<sup>(2)</sup>

(1) %포인트(퍼센트포인트): 백분비(퍼센트)간의 절대적인 차이를 나타냄. 예를 들어 50%에서 60%로 증가한 경우 '10%포인트 증가함'으로 표현  
 (2) 조선비즈, 'K-양념' 지난해 수출 3000억원... 역대 최고치, 2021.02.05

제품 인기 요인

• 코로나19 여파로 ‘홈콕’ 트렌드 확산

최근 러시아 내 코로나19 확산방지를 위해 러시아 정부가 강력한 자가 격리 정책을 펼침에 따라 가정에서 요리를 즐기는 홈콕(가정 내 요리) 트렌드가 확산함. 넷플릭스, 유튜브 등 콘텐츠 플랫폼을 통해 현지의 한국 문화와 한식의 인지도가 상승했으며 직접 가정에서 간편하게 한국 요리를 시도할 수 있는 한국식 소스 수요가 증가하는 추세인 것으로 파악됨. 실제로 러시아 온라인 쇼핑몰 내 고추장 등 한국 소스 제품 리뷰를 분석했을 때 떡볶이 등 한국 음식을 시도하기 위해 제품을 구매한 소비자들이 다수 확인됨

• 한국 소스류, 고추장 등 매운 소스 인기

러시아 온라인 쇼핑몰 내 판매되고 있는 한국 소스류 제품 중 고추장, 쌈장 등 장류의 인기가 높으며 특히 고추장과 같은 매콤한 소스에 대한 선호도가 높음. 고추장 제품을 구매한 소비자들은 ‘적당히 매콤하다’, ‘볶음밥이나 파스타 등 다양한 음식에 첨가할 수 있다’ 등 맛과 활용도에 긍정적인 평을 남김. 장류 이외에도 C사의 고기 양념, D사의 매운 볶음 닭고기 소스 등 다양한 한국 소스류 제품이 유통되고 있음



Interview



- 쿠마스터(Кухмастер)
- 2000년 설립 소스, 간식 전문 수입유통업체

Q. 러시아 내 인기있는 매운 소스는 무엇인가요?

매운 소스 중 러시아 내 가장 인지도가 높은 소스는 고추, 마늘, 허브, 향신료로 만든 아지카 소스(Adjika Sauce)입니다. 요리 재료로도 많이 사용하지만 주로 감자튀김이나 디핑소스로 주로 사용되고 있습니다.

Q. 러시아 내 한국 음식의 인지도는 어떠한가요?

러시아 사람들은 기름지고 매운 음식을 선호하지는 않으나, 한류 문화의 유행으로 인해 한국 음식에 대한 인지도는 꾸준히 증가하고 있습니다. 그러나 고추장 제품을 비롯한 한국산 매운 음식이 러시아 시장의 수요를 얻기 위해서는 반드시 러시아 사람들의 입맛에 맞게 매운맛을 완화하는 등 제품의 현지화가 이루어져야 합니다.

Q. 러시아 내 고추장의 주요 소비자는 누구인가요?

매운 소스의 주 소비계층은 20-30대로, 젊은 층들은 짭짤하고 매운 음식을 선호합니다. 한국에서는 거의 모든 세대에서 매운 음식을 주로 먹기 때문에 특정 연령대를 타깃 소비자 계층으로 설정하긴 어렵지만, 고추장은 러시아에서 거주하는 한국인들과 한국계 러시아인들의 수요가 있을 것으로 예상됩니다.<sup>(1)</sup>

(1) Kati 농식품수출정보, 러시아 고추장 시장분석형 보고서, 2020.10.02



Interview



- 푸쿠쉬(Ф у к у ш и)
- 아시안 식품 취급 수입유통업체
- 자사 온라인 홈페이지 운영

**Q. 러시아 내 고추장의 인지도는 어떤가요?**

모스크바나 상트페테르부르크에 거주하고 있는 러시아 사람들의 한국 소스에 대한 인지도와 수요는 낮은 편입니다. 그러나 러시아 동부 블라디보스토크 지역에서는 한인인 많이 거주하고 있기 때문에 해당 지역으로 먼저 시장 진출을 하는 것이 효과적입니다. 고추장은 한국 음식에서만 사용되기 때문에 대부분의 러시아 사람들에게 고추장의 맛은 익숙하지 않으며 생소한 편입니다.

**Q. 러시아에서 튜브 형태의 소스에 대한 인식은 어떤가요?**

러시아에서는 튜브 타입보다는 병 제품의 선호도가 더 높습니다. 튜브 형태의 용기는 주로 와사비나 타바스코 같이 한 티스푼으로도 강한 맛을 내는 제품에 사용됩니다. 그러나 요리에 많은 양이 사용되는 소스류의 경우 튜브 타입은 사용하기에 불편함이 있어 소비자들은 병 타입을 더욱 선호하고 있습니다.<sup>(1)</sup>

Interview



- 아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)
- 약 170개 매장 보유 소매업체
- 주로 모스크바와 상트페테르부르크에서 매장 운영

**Q. 최근 러시아 내 간장 수요가 어떻게 되나요?**

러시아 내 간장의 수요는 많지 않지만, 꾸준히 증가하는 추세입니다. 주로 고기를 재우거나 샐러드 드레싱으로 간장을 사용합니다.

**Q. 선호하는 용량 및 포장방식에는 무엇이 있나요?**

150ml의 간장이 가장 많이 팔립니다. 러시아 사람들은 짧은 기간 내에 다 사용 할 수 있는 소용량의 식료품을 선호하는 경향이 있습니다. 1L나 5L의 대용량을 구매하는 소비자들은 플라스틱 형태를 선호하며, 150ml의 작은 용량에는 유리병 형태를 선호합니다.

**Q. 현지 소비자들은 제품 구매 시 무엇을 고려하나요?**

대부분의 소비자들은 간장 구매 시, 제품의 자연 발효 여부를 확인합니다. 이외에도 화학 방부제 등의 첨가물이 들어있는지 확인합니다. 소비자들은 품질이 입증된 제품이라면 가격과 상관없이 구매하는 경향이 있습니다. 키코만 제품은 비싼 편이나 글루텐프리(Gluten-Free) 제품이며, 좋은 품질을 갖춘 것으로 유명해 인기가 높습니다.<sup>(2)</sup>

(1) Kati 농식품수출정보, 러시아 고추장 시장분석형 보고서, 2020.10.02

(2) Kati 농식품수출정보, 러시아 간장 시장분석형 보고서, 2020.02.07

# 러시아 식품 수입유통업체 인터뷰

## Ms. Yana(Sales Manager)

- 러시아 수입 및 도매업체 Mir Postavok 소속
- 업력 16년 이상
- zakaz@mir-postavok.ru



### Q. 코로나19가 러시아 식품시장에 끼친 영향은?

A. 첫째로, 소비자들의 주요 구매채널이 변화하였다. 코로나19 이전, 러시아 소비자들은 오프라인 매장을 주로 방문하여 제품을 직접 보고 구매하였다. 온라인은 편리하다는 장점이 있지만, 오프라인 매장보다 가격이 높게 판매되기 때문에<sup>(1)</sup> 가격보다 편리함을 중시하는 일부 소비자들에게만 수요가 있었다.

그러나, 코로나19 사태 이후 온라인 쇼핑물의 판매량이 증가하였고, 락다운(Lockdown)으로 인하여 오프라인보다 온라인에서 구매하는 소비자들이 늘어났다. 원래 전통시장을 선호하던 소비자들도 감염을 최소화하기 위해 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓을 이용하였다.

그러나, 다행히도 코로나19로 인한 소비습관의 변화는 한국 제품의 판매량에 크게 영향을 끼치지 않았다. 한국 식료품의 수요는 코로나19 이전과 이후에 관계없이 일정한 편이다.

둘째로, 식품별 수요도 변화하였다. 러시아인의 주식인 과자, 빵, 고기등의 수요는 코로나19 확산 이후에도 일정한 수준으로 보이며 견과류, 샐러드, 과일, 주스 등의 건강식품과 특히 프로바이오틱스, 비타민 등 보충제의 수요가 상승하고 있는 추세다.



코로나19는 러시아를 포함하여 세계 경제 전반에 타격을 입혔지만, 러시아 식품업계는 크게 타격을 받지 않는다고 생각한다. 특히 락다운 기간에는 오히려 식품 수요가 증가하였다. 소비자들이 집 안에 머무는 시간이 늘어나다보니 집에서 요리하여 식사를 하는 횟수가 잦아졌고, 이로 인하여 식음료의 수요가 크게 늘었다. 또한, 건강에 대한 인식이 높아지다보니 이전보다 견과류, 건조과일 등 건강, 천연 식품의 판매량도 증가하였고 음료 시장에서도 건강이 트렌드로 자리잡기 시작했다.

### Q. 그렇다면 최근 러시아의 유기농 시장 동향은?

A. 러시아는 다른 유럽 국가에 비해 친환경 및 유기농 제품 시장이 활성화되어 있지 않다. 그러나 유기농 제품의 수요가 빠르게 상승하고 있으며 오프라인 유기농 전문 매장도 점차 늘어나고 있다. 러시아 유기농 시장이 확대되기 위해서는 정부의 지원이 더욱 필요하다고 생각한다.

2020년부터 러시아 정부는 화학성분 표기 규정을 강화하였다. 일부 브랜드들은 유기농 생산 규칙을 모두 준수하지 않으면서 홍보용으로만 바이오 및 유기농 라벨을 부착하고 있는데, 정부가 관련 법안을 제정하여 이를 규제하고 있기는 하지만 완전한 근절까지는 시간이 더 걸릴 것으로 예상된다.

(1) 시장조사기관 닐슨 러시아(Nielsen Russia)의 발표에 따르면 코로나19 기간 주로 온라인 채널이 프리미엄 브랜드의 주요 판매 채널로 대표되었으며, 이에 따라 주요 가공식품 온라인 평균 가격은 오프라인 평균 가격보다 높은 경향을 보임(초콜릿 바 1.7배, 버터 및 마가린 1.5배, 오일류 3.4배 등)



〈러시아유기농 라벨〉



출처: 러시아농무부 홈페이지

**Q. 나이대 별 식품 소비 행태는 어떠한가?**

A. 러시아 소비자들은 식품 구매 시, 제품 품질을 매우 까다롭게 본다. 그러나, 특히 40대 이상의 중장년층 소비자들은 제품 품질에 비해 가격대가 지나치게 높다면 구매하려 하지 않는 경향이 있다. 반면, 젊은 세대의 경우 구매의 편리함을 중시한다. 직접 매장을 방문하지 않고 온라인으로 구매하여 편리하게 배송받을 수 있다면 비교적 더 가격대가 있는 제품을 구매하기도 한다.

**Q. 러시아 내 한국 식품 수요는 어떠한가?**

A. 아시안 식품 중, 한국 제품에 대한 선호도가 가장 높다. 러시아에는 한식당, 한인마트 등이 많이 있으며, 일반 러시아 슈퍼마켓 체인점에서도 아시안 식품을 다양하게 판매하고 있다. 한국 식품 중 가장 인기 있는 제품은 라면으로 농심, 오투기, 팔도 제품이 유명하다.

〈한국 라면〉



출처: 농심, 팔도 홈페이지

김밥용 김도 인기 있는 한국 식품 중 하나로, 러시아 내 거의 모든 마트에서 판매하고 있다. 한국 브랜드 중에서는 농심, 네이처릿 등의 제품의 수요가 높다.

또한, 김 과자는 독특한 맛과 식감 때문에 젊은 층에게 매우 인기 있으며 음료 중에서는 롯데, OKF의 알로에 음료가 유명하다.

〈한국 김〉



출처: 농심, CJ 홈페이지

**Q. 프로모션 및 마케팅은 어떻게 이루어지고 있는가?**

A. 정보화 시대로 접어들면서, 온라인 마케팅의 영향이 거대해졌다. 특히 러시아 내 거의 모든 젊은 층 소비자들은 SNS를 이용하기 때문에 블로거나 인플루언서의 영향력이 매우 크다. 이러한 경향으로 인해 광고 가격도 상승하고 있다.

그러나 아직 일부 업체에서는 길거리에서 전단지를 나눠주거나 배너광고를 하는 등의 전통적인 오프라인 홍보 방법을 사용하기도 한다.

**Q. 식품 물가 및 가격 이슈에는 무엇이 있는가?**

A. 러시아는 인플레이션 문제로 인해 환율 변동이 크다. 달러 환율에 따라 제품 가격을 조절해야하며 가격은 제품에 따라 10-25% 정도 변동한다. 러시아로 수출하고자 한다면 사전에 물가 관련 시장 조사가 반드시 필요하며 러시아 내 한국 식품 수요 조사도 철저히 해야 한다.

## Distribution Trends

## 러시아 식품 유통트렌드

## 러시아 식품 유통 이슈 TOP 10

분석뉴스대상 : 러시아 식품 산업 뉴스 1,821건 · 분석기간 : 20.08.01~21.07.31

순위	이슈	빈도
1	러시아 유제품 디지털 라벨링 규제 도입	201건
2	러시아 식용유 등에 수출관세부여 '국내 공급 강화, 수출 억제'	121건
3	끝없는 러시아 농식품 가격 상승과 정부의 통제	112건
4	높아지는 비만율에 패스트푸드 '광고제한, 경고표시 정책' 논의	71건
5	식료품 배송 서비스 산업 성장	54건
6	러시아 최초, 유기농식품매장 모스크바 인근 설립	51건
7	타타르스탄 등 아프리카 돼지열병 검역체계 도입	51건
8	러시아 국가 차원의 팜유 사용 제한 계획	39건
9	급식업계 성장 전망 '러시아 초등학생 대상 무료급식 의무화제 도입'	31건
10	러시아 외국 브랜드는 스파클링 와인에 '삼페인' 키워드 라벨 금지	30건



## 유통트렌드 ①

## 러시아 유제품 디지털 라벨링 규제 도입

러시아 유제품 라벨링,  
한국 수출업체 영향은?

러시아는 2019년 이후 모든 제품에 디지털 라벨을 적용하는 것을 목표로 순차적으로 디지털 라벨링 제도를 시행하였으며, 식품군 중에서는 유제품에 처음 도입됨. 해당 규제의 주목적은 유제품 유통의 투명성으로, 특히 빈번하게 발생했던 유통기한 속임을 방지하기 위함임. 이에 따라 2021년 6월 1일부터 치즈 및 아이스크림에 대한 디지털 라벨링 의무화가 시행되며, 9월 1일부터는 유효기간 40일 이상인 유제품, 12월 1일부터는 유효기간 40일 미만인 제품까지 디지털 라벨링 의무화가 확대됨. 따라서 러시아로 유제품 함유 식품을 수출하고자 하는 업체는 변화한 규제에 유의하여야 하며, 공정한 제품 유통으로 경쟁력 및 수입 확대 등의 긍정적인 효과를 기대할 수 있을 것으로 보임<sup>(1)</sup>

## 러시아 디지털 라벨링 수출 절차

- ① 필요한 라벨 수량 확인
- ② 디지털 라벨링 코드 (데이터 매트릭스 코드) 신청 대행업체에 라벨 주문
- ③ 라벨 수령 후, 제품에 부착
- ④ 라벨링이 완료된 제품은 러시아로 수출이 가능함
- ⑤ 러시아 세관 통과 시 라벨링 코드 대행업체에 과정 전달

러시아 유제품 라벨링 도입에  
따른 판매가 상승 전망

유제품 라벨링 의무화에 따라 제조사에서 포장 시 고유한 데이터매트릭스(Data Matrix) 코드를 표시하거나 스티커로 부착해야 하는데, 체스니즈낙(Chestny Znak) 시스템을 통해 라벨 코드 제작을 별도로 신청해야 하는 등 과정이 복잡하여 유통 과정 지연이 발생할 수 있다는 지적이 나오고 있음. 해당 규제가 비관세장벽<sup>(2)</sup>으로 작용하여 수출 장벽 생성의 가능성도 제기되고 있으며, 포장 라벨링 컨베이어나 인쇄 장비 등 인프라 구축 비용을 전적으로 제조사들이 부담해야 하는 상황 속에서 상품 판매가가 2~5% 정도 상승할 것으로 전망됨<sup>(3)</sup>

## 러시아 디지털 라벨링 유형



디지털 라벨링 코드  
(데이터 매트릭스 코드)



RFID 태그

출처: 온라인 까사(online-kassa.ru)

- (1) 한 국가의 정부가 국내 생산품과 국외 생산품을 차별하여 수입을 억제하기 위해 관세를 부과하는 방법을 제외한 정책
- (2) Kati 농식품수출정보, 러시아, 2021년부터 유제품에 디지털 라벨링 제도 시행, 2021.07.27
- (3) 스페라(sfera.fm), За две недели до старта маркировки молочной продукции к ней присоединились 14 тыс. компаний, 2021

## 유통트렌드 ②

## 러시아 식료품 배송 서비스 성장세

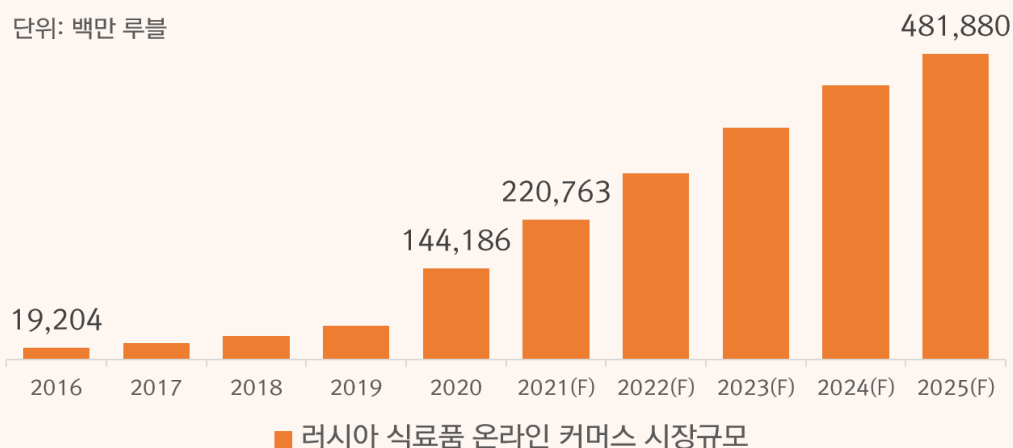
코로나19 기간, 식료품  
온라인 쇼핑 및 배달 서비스  
두드러진 성장세 보여

러시아 스베르마켓(Sbermarket),  
매출 전년대비 1,500% 증가

코로나19로 작년 대비 즉석조리식품과 식료품 배달에 대한 수요가 각각 23%와 41% 증가하는 등 온라인 쇼핑 및 배달 서비스의 성장세가 두드러진 것으로 나타남. 온라인 시장규모가 전년 대비 2배 이상 성장한 품목도 있으며, 소비자들의 구매 형태 변화로 온라인 몰에서 취급하는 상품의 종류도 다양화되는 등 코로나19를 기점으로 온라인 커머스가 러시아에서 주요한 유통 루트로 자리 잡은 것으로 조사됨. 또한 러시아 식료품 배달 서비스는 한국과는 조금 다른 형태로, 장보기 배달까지의 과정을 대행해주는 애그리게이터(Aggregator)의 활동이 활발하며, ‘스베르마켓(Sbermarket)’과 ‘아이굿즈(Igoods)’가 대표적인 것으로 확인됨<sup>(1)(2)</sup>

스베르마켓(Sbermarket)은 전년 대비 상점 수 12배 증가, 매출 상승률 1,500%를 달성한 장보기 대행 서비스 스타트업으로, 현재 58개 슈퍼체인과 협업 중이며 러시아 전국 147개 주요 도시에서 서비스를 제공함. 휴대폰 어플리케이션이나 인터넷을 통해 상품을 주문하면 2시간~7일 이내에 시간을 선택하여 배달을 신청할 수 있고 코로나19 상황을 고려한 비접촉 배달 서비스도 선택 가능함. 배달료는 최초 이용 시 98루블(약 1,537 원), 이후부터는 158루블(약 2,477 원)로 부담이 없어 최근 일일 주문횟수 2만 회를 기록하는 등 노약자, 직장인 및 비대면 쇼핑을 원하는 사람들에게 선호도가 높은 것으로 나타남<sup>(3)</sup>

단위: 백만 루블



러시아 식료품  
온라인 커머스  
시장규모

출처:  
유로모니터  
(Euromonitor)

- (1) 러시아알티(Russian RT), В России за год увеличился... еды и продуктов, 2021.05.13  
 (2) 식품외식경제(Foodbank), 러시아, 코로나19로 배달서비스 대세, 202103.09  
 (3) 로이터통신(Reuters), Russia's Sbermarket braces for e-grocery boom, 2020.07.19



## 온라인 채널 ① 스베르마켓(Sbermarket)

기업 정보	기업명	스베르마켓(Sbermarket)	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	sbermarket.ru	
	매출액	약 2,741만 달러(약 315억 원)	
	취급제품	식료품, 화장품, 생필품 등	
	유통지역	모스크바 외 145개 지역	
	최근 프로모션	 	
최근 이슈	<p>온라인 전용 할인, 프로모션 위크, 스버프라임 10% 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행</p> <p>스베르마켓(Sbermarket)의 주요 파트너사인 오상(Auchan)이 러시아 하이퍼마켓의 개념을 바꾸겠다고 선언하며 외부기관에 임대로 제공하던 매장 내 공간을 줄이고 있음. 러시아 내에서 온라인 쇼핑 시장에 급성장하면서 소비자들의 수요에 대응하기 위해 해당 공간을 다크스토어(Dark Store)로 전환할 것으로 보임. 다크스토어는 고객이 주문한 상품을 도심 내 물류거점에서 배송하는 오프라인 매장으로, 고객 방문이 없으며, 오프라인 매장의 일반적인 고정비가 크게 감소하는 효과를 노린 방법임. 오상은 스베르마켓 등의 배송 서비스를 통해 받는 주문을 전담하는 직원들도 추가로 배치하여 온라인 주문의 배송 속도를 높일 예정임<sup>(1)</sup></p>		

(1) 에프유씨에이에이(fucaa), Auchan is changing the concept of its hypermarkets in russia, 2021.08.30

## 온라인 채널 ② 아이굿즈(Igogoods)

기업 정보	기업명	아이굿즈(Igogoods)	<b>igogoods</b>
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	igogoods.ru	
	매출액	약 1,150만 달러(약 132억 원)	
	취급제품	식료품, 화장품, 생필품 등	
	유통지역	모스크바 외 19개 지역	
	최근 프로모션	 <p>시간대 별 할인, 친구 추천 무료배송 혜택 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>	
최근 이슈	<p>아이굿즈(Igogoods)의 주요 협력사인 메트로(Metro)는 러시아 내 93개의 쇼핑센터를 운영하며 주로 도매상을 대상으로 영업을 지속해왔으나 코로나19를 기점으로 점차 소매업으로 사업영역을 확장해 이커머스 시장에도 진출하여 괄목할만한 성과를 드러냄. 이커머스 분야에서는 자체 어플리케이션을 통해 B2B<sup>(1)</sup>와 B2C<sup>(2)</sup>를 모두 취급하며, B2B의 경우 메트로에서 직접 배달하고, B2C의 경우 전체 배달을 자체적으로 수행하기 어렵기 때문에 배달 파트너사와 협업하여 고객에게 물품을 배달함. 일부 점포는 온라인 쇼핑 점유율이 25%를 초과할 정도로 반응이 좋으며, 메트로는 '90분 이내 주문배송', '20분 이내 초고속 배송' 등 다양한 배송옵션을 시도하며 최적의 배송 서비스 환경을 구축하고자 시도 중임<sup>(3)</sup></p>		

(1) 기업과 기업 사이에 이루어지는 전자상거래. B2B(Business to Business)

(2) 기업과 소비자 사이에 이루어지는 전자상거래. B2C(Business to Consumer)

(3) 브이씨알유(VC.ru), Metro зарабатывает 22 млрд в год в онлайне. Это 10% всей выручки в России, 2021.08.17



## 유통트렌드 ③

## 러시아 최초 유기농 식품 매장, 모스크바 인근 설립

모스크바 최초 유기농 식품매장,  
‘브쿠스빌’과 어떻게 다를까?

러시아 모스크바에 최초의 유기농 식품매장인 로쥐다론(Rozhdalen)이 설립됨. 러시아 유기농식품 시장규모는 2021년 100억 루블(약 1,568억 원)에서 2030년 400억 루블(약 6,272억 원)까지 증가할 것으로 보이며 이에 따라 유기농 제품 특화 유통채널이 개설되고 있음<sup>(1)(2)</sup>

기존 러시아 유기농매장으로 알려진 브쿠스빌(Vkusville)과 에코마켓(Ekomarket)은 권위 기관으로부터 ‘유기농(Organic)’ 라벨을 받지 못한 제품들이 많은 반면, 로쥐다론은 유럽 민간 유기농인증기관 데메테르(Demeter)의 감독기관인 키와(Kiwa)로부터 유기농 인증을 받아 러시아 첫 정식 유기농 매장으로 지정됨. 데메테르는 유럽의 범용 유기농 인증표기인 유로리프(Euroleaf)의 상위인증서에 해당되며 해당 인증을 받기 위해서는 제품 생산 과정이 기관의 엄격한 기준을 통과해야 함<sup>(3)(4)</sup>

또한, 로쥐다론은 매장 자체에 대한 유기농 인증을 받음으로써 제품 개별 인증이 아닌 벌크(Bulk) 형태의 유기농 제품을 판매하고 있는 것으로 나타남<sup>(5)</sup>

유기농 제품 구매 보유 소비자,  
유기농 인증 및 문구 인식은 낮아

러시아 소비자 대다수가 유기농 제품 구매경험 있으나, 정식 기관으로부터 인증을 받은 제품과 그렇지 못한 제품을 구분하지 못하는 것으로 나타남. 러시아 소비자행동연구센터의 조사에 따르면, 조사 대상자 중 82%가 유기농 제품을 평소에 구매하지만 유기농 제품의 문구인 오가닉(Organic), 내츄럴(Natural), 바이오(Bio), 에코(Eco)를 구분하지 못함. 해당 문구들 중 오가닉만이 러시아에서 공식적으로 인정하는 유기농제품의 문구 및 라벨이지만 이를 알고 있는 소비자는 약 30% 수준인 것으로 나타남<sup>(6)</sup>

바이오, 에코, 내츄럴 등의 문구 사용이 법적 제지를 받지 않음을 이용한 제조업체들의 유기농 제품 행세와 소비자 기만을 우려한 러시아 정부는 유기농 제품들의 포장에 QR코드 등록을 강제하는 법안을 2020년 1월 추진했음. 해당 법안을 통해, 유기농 제품 제조업체는 당사 제품들을 러시아 농무부(Ministry of Agriculture of the Russian Federation)에 등록할 수 있으며, 소비자는 제품 포장지의 유기농 라벨과 QR코드를 통해 정식 유기농제품임을 확인할 수 있음<sup>(7)</sup>

- (1) 스페라(Sfera.fm), Первый российский магазин органических... Реутове, 2020.10
- (2) 러시아알타리(Russian RT), Эксперт рассказал о перспективах... в России, 2021.05
- (3) 스페라(Sfera.fm), Первый российский магазин органических... Реутове, 2020.10
- (4) 이코노미인사이트(Economy Insight), 유기농산물 신뢰·품질 저하 위험, 2017.07
- (5) 로쥐다론(rozhhdalen) 홈페이지
- (6) 농식품수출정보 KATI, 러시아, 2020년 부터 시작된 유기농 라벨링, 2021.01
- (7) 스페라(Sfera.fm), На упаковке органических товаров появится QR-код, 2020.03

## 유기농 매장 ① 로즈다론(Rozhdalen)

기업 정보	기업명	로즈다론(Rozhdalen)	 
	업태	유기농매장	
	홈페이지	rozhdalen.ru	
	취급제품	유기농 식료품	
	유통지역	모스크바	
최근 프로모션	<div style="text-align: center;"> <p>ЗАКАЗ НА ВТОРНИК ДО 18.00 ПЯТНИЦЫ</p> <p><b>-10%</b>  НА ПРЕДЗАКАЗ <b>ОВОЩЕЙ ФРУКТОВ ЗЕЛЕНИ</b></p> <p>ЗАКАЗ НА ПЯТНИЦУ ДО 18.00 ВТОРНИКА</p> <p>목요일-금요일 10% 할인 프로모션 등 제품 할인 상시 진행 중</p> </div>		
최근 이슈	<p>로즈다론(Rozhdalen)이 2020년 라이브 오가닉 어워드(2020 Live Organic Awards)에서 최고의 오프라인 건강식품 매장(Best Offline Health Food Store)부문에 선정됨. 라이브 오가닉 어워드는 유기농 산업 관련 여러 부문으로 나누어 매년 수상을 하고 있으며, 최고의 오프라인 건강식품 매장은 유기농식품, 천연, 천연성분의 화학제품 등을 전문적으로 취급하는 오프라인 매장에 수여하는 것으로 알려짐. 로즈다론은 러시아 내 최초 유기농매장으로 인정받은 데 이어 라이브 오가닉 어워드에서도 수상을 하며 러시아 내 유기농매장 선두자의 위치를 확고히 하는 중임<sup>(1)</sup></p>		

(1) 라이브오가닉어워드(Live Organic Awards) 홈페이지



## 참고문헌

- 1 Kati 농식품수출정보, 러시아, 올해 역대 최고 아이스크림 소비 예상, 2021.05.11
- 2 러시아알티(Russian.RT), Продажи мороженого в Москве выросли в полтора раза на фоне жаркой погоды, 2021.06.24
- 3 러시아알티(Russian.RT), Продажи мороженого в Петербурге выросли на фоне аномальной жары, 2021.06.25
- 4 Kati 농식품수출정보, 지구촌리포트 102호, 2020.10
- 5 유로모니터(Euromonitor), Ice Cream and Frozen Desserts in Russia country report, 2021.07
- 6 이데일리(edaily), '얼음의 나라' 러시아로 팔리는 韓아이스크림, 2020.11.05
- 7 스페라(sfera.fm), Продажи продуктов питания с длительным сроком хранения выросли в два раза, 2020.03.18
- 8 유로모니터(Euromonitor), PACKAGED FOOD IN RUSSIA – ANALYSIS country report, 2020.12
- 9 유로모니터(Euromonitor), PACKAGED FOOD IN RUSSIA – ANALYSIS country report, 2020.12
- 10 스페라(sfera.fm), В Подмосковье открылся крупнейший в России завод по производству хлеба без глютена, 2020.10.22
- 11 러시아알티(Russian.RT), В Подмосковье заработает горячая линия по качеству хлебобулочных изделий, 2021.06.21
- 12 유로모니터(www.euromonitor.com), BAKED GOODS IN RUSSIA – ANALYSIS, 2020.11
- 13 한국경제, [넥스트K] 뜨겁고 달콤한 'K캔커피'...러시아 빵의 단짝, 2020.02.13
- 14 Kati 농식품수출정보, 러시아 인스턴트커피 시장분석형 보고서, 2020.12.04
- 15 Kati 농식품수출정보, 러시아 인스턴트커피 경쟁력분석형 보고서, 2020.09.11
- 16 조선비즈, 'K-양념' 지난해 수출 3000억원... 역대 최고치, 2021.02.05
- 17 Kati 농식품수출정보, 러시아 고추장 시장분석형 보고서, 2020.10.02
- 18 Kati 농식품수출정보, 러시아 간장 시장분석형 보고서, 2020.02.07
- 19 Kati 농식품수출정보, 러시아, 2021년부터 유제품에 디지털 라벨링 제도 시행, 2021.07.27
- 20 스페라(sfera.fm), За две недели до старта маркировки молочной продукции к ней присоединились 14 тыс. компаний, 2021
- 21 러시아알티(Russian RT), В России за год увеличился спрос на услуги доставки еды и продуктов, 2021.05.13



- |    |   |
|----|---|
| 22 | 식품외식경제(Foodbank), 러시아, 코로나19로 배달서비스 대세, 202103.09   |
| 23 | 로이터통신(Reuters), Russia's Sbermarket braces for e-grocery boom, 2020.07.19                                   |
| 24 | 에프유씨에이에이(fucaa), Auchan is changing the concept of its hypermarkets in russia, 2021.08.30                   |
| 25 | 브이씨알유(VC.ru), Metro зарабатывает 22 млрд в год в онлайне. Это 10% всей выручки в России, 2021.08.17         |
| 26 | 스페라(Sfera.fm), Первый в России магазин органических продуктов открылся в Реутове, 2020.10                   |
| 27 | 러시안알티(Russian RT), Эксперт рассказал о перспективах развития рынка органической продукции в России, 2021.05 |
| 28 | 이코노미인사이트(Economy Insight), 유기농산물 신뢰·품질 저하 위험, 2017.07   |
| 29 | 로즈다론 홈페이지(rozhdalen.ru)   |
| 30 | 농식품수출정보 KATI, 러시아, 2020년 부터 시작된 유기농 라벨링, 2021.01  |
| 31 | 스페라(Sfera.fm), На упаковке органических товаров появится QR-код, 2020.03                                    |
| 32 | 라이브오가닉어워드(Live Organic Awards) 홈페이지(awards.liveorganic.ru)  |

