



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202108-11
품목 | 말차파우더(Matcha Powder)
HS CODE | 2101.20.1000
국가 | 러시아(Russia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 러시아 차(茶) 시장규모	06
2. 러시아 녹차 시장규모	07
3. 러시아 차(茶) 시장점유율	08
4. 러시아 말차파우더 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 말차 성분 키워드, ‘인공첨가제 무첨가’, ‘유기농’ 빈출	12
2. 러시아 말차파우더 포장, ‘파우치+박스’ or ‘개별스틱+종이박스’	13
3. 러시아 내 말차 유사제품, ‘우롱차’ 1위, ‘실론티’ 2위	14
4. 말차 생산 브랜드 빈출 키워드, ‘차이앤에오블라카’ 1위, ‘세러모니’ 2위	15
5. 러시아 말차파우더 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 러시아 말차파우더 유통채널 비교	18
2. 러시아 말차파우더 유통채널 특징	19

Contents

V. 온라인 유통채널

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 러시아 말차파우더 온라인 유통채널 종합분석 | 25 |
| 2. 러시아 말차파우더 주요 온라인 유통채널 | 26 |

VI. 오프라인 유통채널

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 러시아 말차파우더 오프라인 유통채널 종합분석 | 33 |
| 2. 러시아 말차파우더 주요 오프라인 유통채널 | 34 |

VII. 진입장벽

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 러시아 말차파우더 통관 및 검역 절차 | 42 |
| 2. 러시아 말차파우더 품질 인증 | 43 |
| 3. 러시아 말차파우더 라벨링 | 44 |
| 4. 러시아 말차파우더 성분 및 유해물질 | 49 |

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

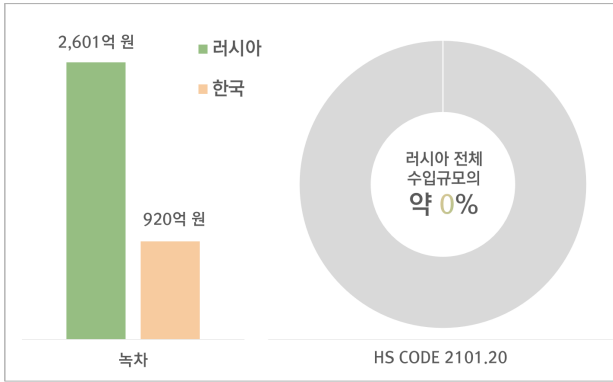
- | | |
|----------------------------------|----|
| Interview ① 커피스테이트(Coffee State) | 56 |
| Interview ② 티(Tea.ru) | 59 |
| Interview ③ 베스트 티(Best Tea) | 62 |

IX. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 69 |
|--------|----|

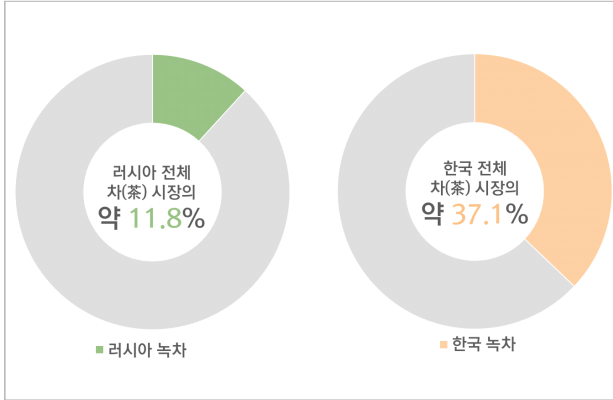
Summary

■ 수요 분석



	러시아	한국
차(茶) 시장규모	2.2조 원	2,480억 원
녹차 시장규모	2,601억 원	920억 원
수입액		
점유율		
러시아 對한국 말차파우더 수입 현황	0원	0%

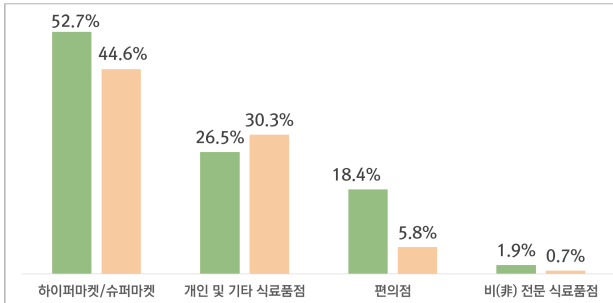
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 모스크바 아즈부카 브쿠사와 글로버스, 독일산 식료품산 모로코산 등 다양한 수입산 제품 판매
유기농매장	• 슈퍼마켓 체인 '브쿠스빌', '신선' 과 '유기농' 세일즈
온라인	• 주요 온라인 쇼핑몰 '오존', '와일드베리스' 내 구매 상위 말차파우더, 주로 현지산, 중국산, 일본산으로 확인

■ 진입장벽

인증	TR-CU 인증(EAC 인증) 필수
라벨링	러시아어 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/잔류농약/유해물질

■ 수입·유통업체 평가

수요	• 녹차 및 말차파우더, 최근 수요 상승 중
제품 피드백	• B2B 시장은 중국산, B2C 시장은 일본산 위주로 형성되어 한국산 제품 수요 낮은 편
패키징	• 캔 또는 포일봉지 형태가 보편적

■ 요약

Point 01.	- 최근 건강에 대한 관심 증가하며 러시아 녹차 시장은 향후 5년간 연평균 6% 성장 예상 - 주로 20~40대 여성, SNS 포스팅 용으로도 소비하며 가정용으로는 소포장 스틱 형태 선호
Point 02.	B2B 시장은 가격이 저렴한 중국산, B2C 시장은 프리미엄으로 인식되는 일본산 위주로 시장이 형성되어 있음. 한국산 제품은 일본산보다 품질이 낮으나 가격이 비싸다는 인식이 있어 이에 대한 대책이 필요할 것으로 예상됨

II. 시장규모

1. 러시아 차(茶) 시장규모
2. 러시아 녹차 시장규모
3. 러시아 차(茶) 시장점유율
4. 러시아 말차파우더 수입규모

1. 러시아 차(茶) 시장규모

러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,708만km ²
인구	1억 4,681만 명
GDP	1조 4,736억 달러
GDP (1인당)	10,037달러

▶ 러시아 차(茶) 시장규모 2조 원, ‘한국 시장 대비 9배 규모’

2020년 기준 러시아 차(茶) 시장규모는 약 2.2조 원으로, 약 2,480억 원을 기록한 한국 차(茶) 시장의 약 9배에 해당함. 특히 최근 5년(2016-2020년) 간 평균 약 2.1조 원의 꾸준한 차(茶) 소비량을 보이고 있으며, 2020년 전년 대비 9%의 시장 성장을 보임

▶ 러시아 차(茶) 시장규모, 향후 5년간 6%씩 성장 예상

러시아 차 시장은 2025년까지 연평균 6%씩 성장하여 2025년 약 3.0조원을 기록할 것으로 예상됨. 러시아 차(茶) 시장은 차가 주는 건강한 이미지와 효능이 대두되면서 식음료 산업 중 유일하게 코로나19의 영향을 받지 않았고, 앞으로 더 큰 성장세를 보일 것으로 예상됨²⁾³⁾

[표 2.1] 러시아 ‘차(茶)’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 루블



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '말차파우더'는 가루 형태의 말차로 액체류를 첨가하여 뜨겁거나 차갑게 섭취 가능한 제품임. 이에 제품의 종류와 원재료를 기준으로 '차와 하위품목인 '녹차' 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Russia」, 2021.01

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1루블=15.46원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 러시아 녹차 시장규모

▶ 러시아 녹차 시장규모 2,601억 원, ‘한국 시장 대비 3배 규모’

2020년 기준 러시아 녹차 시장규모는 약 2,601억 원으로, 약 920억 원을 기록한 한국 녹차 시장의 약 3배에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 평균 약 2,504억 원의 꾸준한 녹차 소비량을 보이고 있으며, 전년 대비 8%의 시장 성장을 보임

▶ 러시아 녹차 시장규모, 향후 5년간 6%씩 성장 예상

러시아 녹차 시장은 2025년까지 연평균 6%씩 성장하여 약 3,595억 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19로 건강과 웰빙의 중요성이 급부상하면서, 녹차가 주는 건강상의 이점으로 향후 꾸준한 성장세를 이어갈 것으로 예측됨⁷⁾

[표 2.2] 러시아 ‘녹차’ 시장규모⁸⁾⁹⁾



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 『Tea in Russia』, 2021.01

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

9) 1루블=15.46원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 러시아 차(茶) 시장점유율

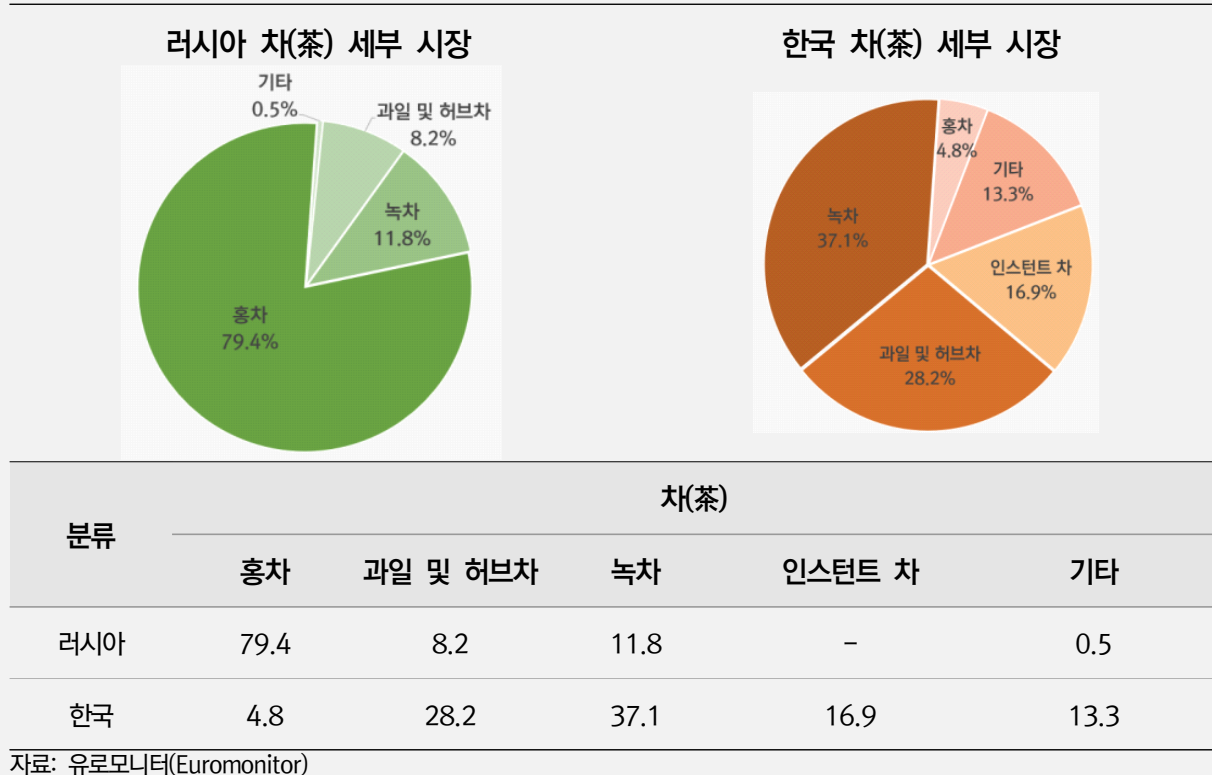
▶ 러시아, '홍차' 시장점유율 79.4%로 압도적

러시아 차(茶)(약 2.2조 원) 세부 시장과 한국 차(茶)(2,480억 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 전반적으로 한국 차(茶)시장이 다양하게 구성되어 있음.¹⁰⁾ 한국의 차(茶) 시장 중 '녹차' 점유율이 37%로 가장 높으며, 다음으로 '과일 및 허브차', '인스턴트 차', '기타 차', '홍차' 순으로 높은 점유율을 보임

반면 러시아 차(茶) 시장은 '홍차'가 시장점유율 79.4%로 압도적인 수요를 보이고, 그에 비해 '녹차', '과일 및 허브차'의 점유율은 작은 것으로 확인됨. 코로나19로 인해 격리 및 재택근무 기간이 길어지며 유통기한이 긴 식품을 비축하는 습관이 확산되었고, 이에 차(茶)를 생활 필수 품목으로 여기는 러시아 소비자들 사이에서 차(茶) 소비가 증가함. 특히 '녹차'는 건강 및 웰빙 트렌드에 따라 더욱 수요가 높아졌으며, 코로나19 사태 이후에도 재택근무 문화가 한동안 지속되어 완만한 시장 성장이 예측됨¹¹⁾

[표 2.3] 2020년 러시아, 한국 '차(茶)' 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)



10) 유로모니터상 러시아 차 시장규모(약 2.2조 원)와 한국 차 시장규모(2,480억 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 『Tea in Russia』, 2021.01

4. 러시아 말차파우더 수입규모

HS CODE 2101.20

조사제품 '말차파우더'는 녹차 가루와 각종 첨가물을 혼합한 분말 형태의 제품임. 이에 제품의 원료(차 추출물)를 기준으로 '차, 마테의 추출물, 에센스, 농축액'을 기반으로 한 조제품인 HS CODE 2101.20을 지표로 선정함

▶ 2016-20년 러시아 對글로벌 말차파우더 수입액 연평균성장률 8%

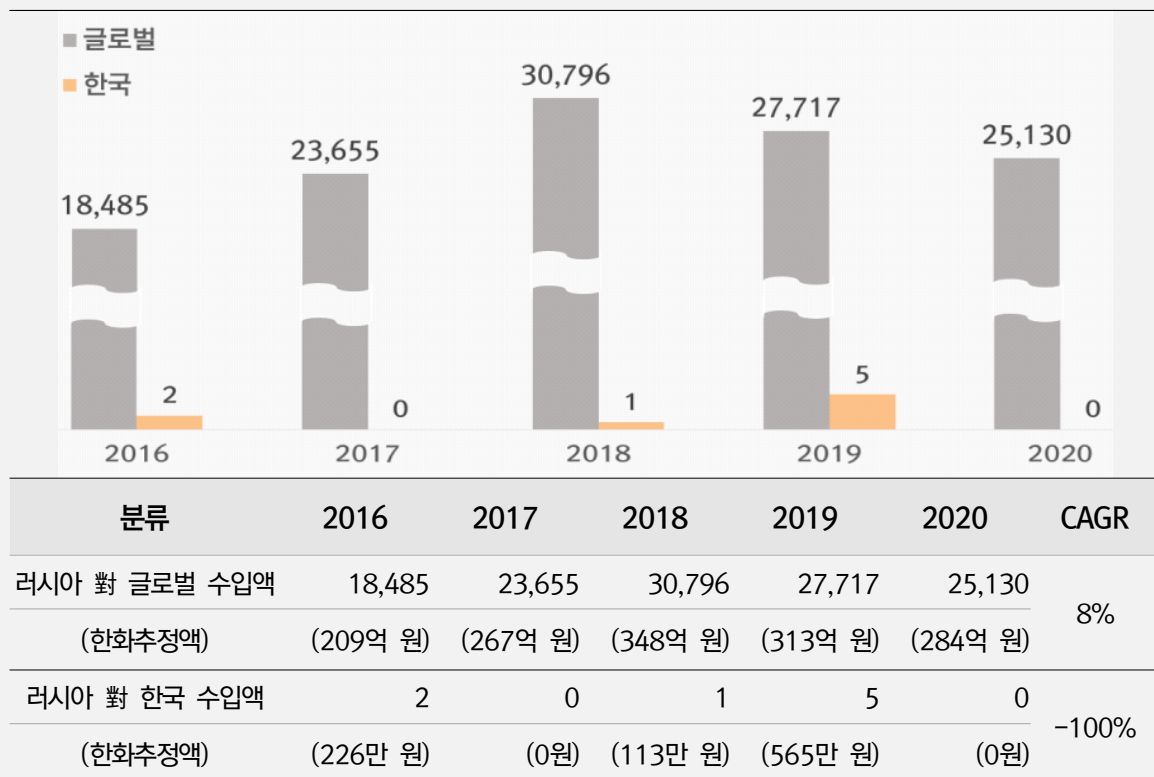
러시아 HS CODE 2101.20 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 8%를 보이면서 2020년도에는 284억 원의 수입액을 기록함. 2018년까지 글로벌 수입액은 매년 두 자릿수 성장세를 보이다가, 2019년도부터 감소 추세로 전환되어 2020년 전년 대비 9% 감소함

▶ 러시아 내 수입 말차파우더 중 한국산 점유율 미미한 수준

2020년 기준 해당 HS CODE 품목의 러시아 對한국 수입은 이루어지지 않은 것으로 집계되며, 최근 5년간 평균 對한국 수입액은 약 181만 원으로 미미한 수준임. 글로벌 수입액 점유율 1위국은 아일랜드(약 178억 원, 63%)로 전체 수입액 중 절반 이상을 차지함. 다음으로 세르비아(약 36억 원, 13%), 미국(약 30억 원, 11%) 순으로 이어졌으나 아일랜드와 격차가 큰 것으로 확인됨

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2101.20 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2101.20 기준

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 말차 성분 키워드, ‘인공첨가제 무첨가’, ‘유기농’ 빈출
2. 러시아 말차파우더 포장, ‘파우치+박스’ or ‘개별스틱+종이박스’
3. 러시아 내 말차 유사제품, ‘우롱차’ 1위, ‘실론티’ 2위
4. 말차 생산 브랜드 빈출 키워드, ‘차이앤에오블라카’ 1위, ‘세러모니’ 2위
5. 러시아 말차파우더 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 말차파우더

- 데이터 수집 키워드 : 말차(маття) / 녹차(зеленых чаев)
- 데이터 수집량 : 523건
- 데이터 수집원 : 러시아 온라인쇼핑몰

▶ 러시아 온라인매장 입점 말차파우더 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 말차파우더 첨가물 ② 패키징
 - ③ 경쟁제품 ④ 경쟁브랜드

항목	키워드 (국문/러시아어)		빈도	키워드 (국문/러시아어)		빈도
첨가물	인공첨가제	искусственные	91	설탕	сахар	36
	유기농	органический	87	크림	сливки	33
	우유	молоко	91	인삼	женьшенья	24
	착색제	красители	45	생강	имбирь	19
패키징	파우치+박스	мешочек+коробка	39	스틱+종이박스	стиках+картонная	27
	100g	100g	36	100개입	10pcs	35
	200g	200g	14	20개입	20pcs	25
	250g	250g	7	15개입	15pcs	4
	40g	40g	5	50개입	50pcs	3
	50g	50g	4	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	차이엔에 오블라카	Чайные облака	61	무드로스치 나로드나야	Мудрость Народная	11
	세러모니	ceremony	36	티 딜러	Tea Dealer	5
	그린포물라	greenformula	11	컬리너리	culinary	3
경쟁제품	우롱차	улун	145	허브티	травы	39
	실론티	цейлон	133	로즈힙	шиповник	39
	말차	маття	79	커피	кофе	15
	녹차	чая зеленого	64	히비스커스	гибискус	13

1. 말차 성분 키워드, ‘인공첨가제 무첨가’, ‘유기농’ 빈출

▶ 러시아 말차 성분, ‘유기농’ 앞서는 ‘인공첨가제’ 키워드 건수

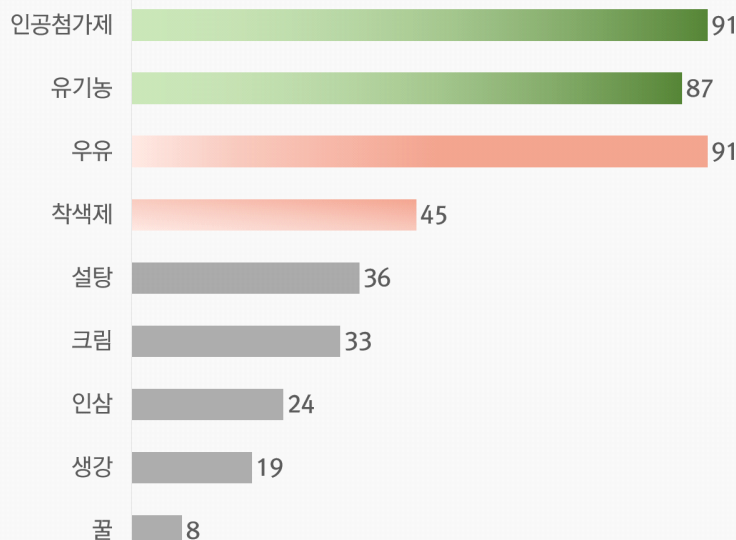
- ‘인공첨가제’, ‘유기농’ 관련 키워드 각각 91, 87건
- ‘인공첨가제’ 키워드 도출 실제 제품 확인 결과, ‘인공첨가제 무첨가’ 제품이 대부분, 홍보문구로 사용 중

▶ 첨가물 중 빈출 키워드 1위 ‘우유’, 2위는 ‘착색제’

- ‘우유’를 포함한 말차 라떼도 다수 발견
- 개별 스틱 포장 말차 라떼, 성분 중 말차분말 2% 내외 함유
- ‘착색제’ 관련 키워드 45건, 첨가물 중 키워드 2위
- 마찬가지로 ‘착색제 무첨가’ 홍보문구로 사용 중

유기농		우유		착색제	
					
제품명	일본 유기농 말차 분말	제품명	인스턴트 말차 라떼 진저 10팩	제품명	인스턴트 말차 라떼 10팩
브랜드	차이나야 마스터스카야 (Чайная мастерская)	브랜드	골드 킬리(Gold Kili)	브랜드	골드 킬리(Gold Kili)
가격	50g/285루블(4,406원) ¹⁶⁾	가격	250g/429.50루블(6,640원)	가격	250g/429.50루블(6,640원)

[표 3.1] 러시아 판매 말차파우더 성분 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차, 녹차파우더’ 관련 게시글 523건 분석

16) 1루블=15.46원(2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 러시아 말차파우더 포장, ‘파우치+박스’ or ‘개별스틱+종이박스’

▶ 알루미늄 소재의 ‘파우치+박스’ 포장, 관련 키워드 39건

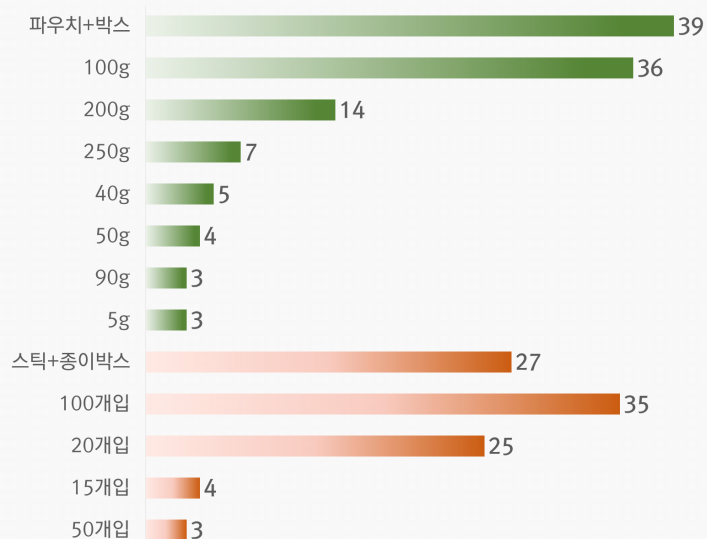
- 용량 관련 키워드, 100g, 200g, 250g 순으로 빈출
- 100g 이하 소포장 패키징 관련 키워드도 발견

▶ 1회분 ‘스틱+종이박스’ 포장, 관련 키워드 27건

- 편리성 추구하는 러시아 최신 트렌드, 간편한 포장 인기¹⁷⁾
- ‘100개입’ 관련 키워드 수 최다, 35건
- ‘20개입’, 개별 포장 중 2위로 키워드 25건

파우치		개별스틱		파우치+박스	
					
제품명	일본 녹차 말차	제품명	인스턴트 말차 라떼 (10x16g)	제품명	프리미엄 말차 파우더
브랜드	그린포물라(Greenformula)	브랜드	트루슬렌(Truslen)	브랜드	와우푸드(WOWFOODS)
가격	100g/536루블(8,287원)	가격	160g/648루블(10,018원)	가격	50g/273루블(4,221원)

[표 3.2] 러시아 판매 말차파우더 패키징 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차, 녹차파우더’ 관련 게시글 523건 분석

17) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Russia - Analysis」, 2021.01

3. 러시아 내 말차 유사제품, ‘우롱차’ 1위, ‘실론티’ 2위

▶ 러시아 온라인 쇼핑몰 ‘말차’ 관련 경쟁제품, ‘우롱차’ 1위

- 반발효차 우롱티, 관련 키워드 145건

▶ 웰빙 음료 ‘말차’, ‘녹차’ 각각 3, 4위

- 말차 관련 키워드 79건, 녹차 64건으로 각각 3, 4위

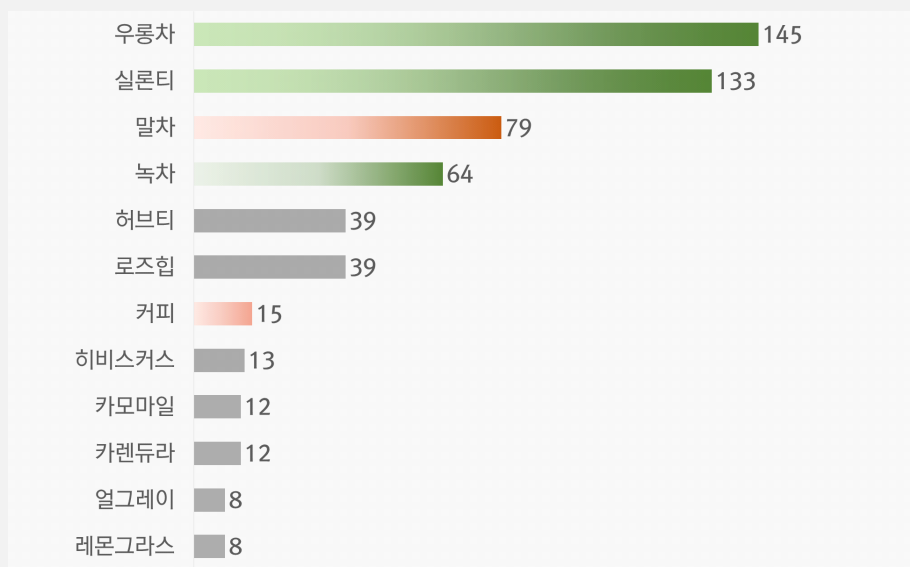
- 러시아 내 건강 및 웰빙 트렌드, 녹차 산업 성장에 긍정적 영향¹⁸⁾

▶ 증가하는 커피 소비 트렌드, ‘커피’ 키워드 7위

- 러시아 커피 소비, 2019년 최초로 차 소비 4만 톤 앞섬¹⁹⁾

1위 우롱차		3위 말차		7위 커피	
					
브랜드	신농차(Shennong Tea)	브랜드	무드로스치 나로드나야 (Мудрость Народная)	브랜드	스타벅스(Starbucks)
가격	100g/225루블(3,479원)	가격	55g/164루블(2,535원)	가격	200g/418루블(3,092원)

[표 3.3] 러시아 말차파우더 경쟁제품 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차, 녹차파우더’ 관련 게시물 523건 분석

18) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Russia - Analysis」, 2021.01

19) 더모스크바타임즈(themoscowtimes), 「Tea-Loving Russians Become Coffee Drinkers: Research」, 2020.05

4. 말차 생산 브랜드 키워드, ‘차이앤에오블라카’ 1위, ‘세러모니’ 2위

▶ ‘차이앤에오블라카’, 빈출 키워드 1위

– 관련 키워드 58건

▶ 블렌딩 말차로 눈길 끄는 ‘세러모니’

– 동결 건조한 과일 등을 블렌딩 해 가루로 만든 컬러풀한 제품도 판매

① 핑크 말차 티(파타야 함유)

② 블루 말차 티(식용 꽃 함유)

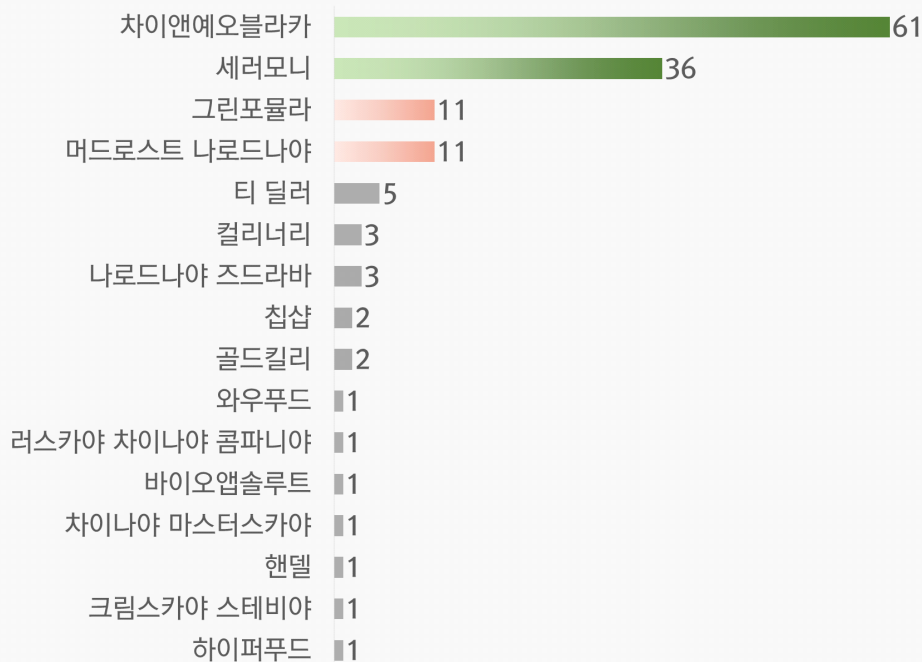
③ 우지 말차 티(허브 함유)

▶ 그 외, 키워드 검출 건수 1건인 브랜드 7개

– 다양한 차 브랜드, 말차 생산 및 판매에 합류

1위 차이앤에오블라카		2위 세러모니		3위 그린포물라	
					
제조국	러시아	제조국	일본	제조국	일본
가격	100g/269루블(4,159원)	가격	50g/420루블(6,493원)	가격	100g/536루블(8,287원)

[표 3.4] 러시아 말차파우더 생산 브랜드 관련 키워드



자료: 러시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차, 녹차파우더’ 관련 게시물 523건 분석

5. 러시아 말차파우더 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 우롱차와 블렌딩한 스틱 타입 유기농 말차

- 우롱차를 블렌딩한 제품, 경쟁제품 1위인 우롱차의 인기 이용

▶ 컨셉 ② _ 우롱차가 지겨울 땐, 우유를 첨가해 라떼로 즐기는 말차

- 첨가물 중 우유 키워드 91건으로 압도적 1위
- 우유 함유한 말차 라떼의 인기 활용
- 우유를 따로 넣지 않는 제품 특성상 간편한 스틱 타입 강조

▶ 컨셉 ③ _ 인공첨가제를 넣지 않은 100% 말차 파우더

- 러시아 최대 온라인쇼핑몰인 오존(Ozon), '인공첨가물' 없는 제품도 따로 검색 가능
- 건강 이슈에 민감한 소비자를 타겟, 식품 안전 이미지 강조

첨가물	패키징	경쟁제품	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
유기농	(스틱)	(우롱차)	16건	→ [우롱차] 와 블렌딩한 [스틱] 타입 [유기농] 말차
우유	(스틱)	(우롱차)	14건	→ [우롱차] 가 지겨울 땐 [우유] 를 첨가해 라떼로 즐기는 [스틱형] 말차
인공첨가제	(스틱)	(말차)	10건	→ [인공첨가제] 를 넣지 않아 안심할 수 있는 100% [말차] 파우더
유기농	(스틱)	(허브티)	10건	→ [유기농] [허브] 와 블렌딩 해 꽃 향이 나는 간편한 [스틱] 타입 말차
유기농	(스틱)	(말차)	8건	→ 1회분 [스틱] 포장으로 간편하게 마시는 프리미엄 [유기농] 말차

★ 결합 키워드 발생량 : 첨가물/패키징/경쟁제품 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 러시아 말차파우더 유통채널 비교
2. 러시아 말차파우더 유통채널 특징

1. 러시아 말차파우더 유통채널 비교

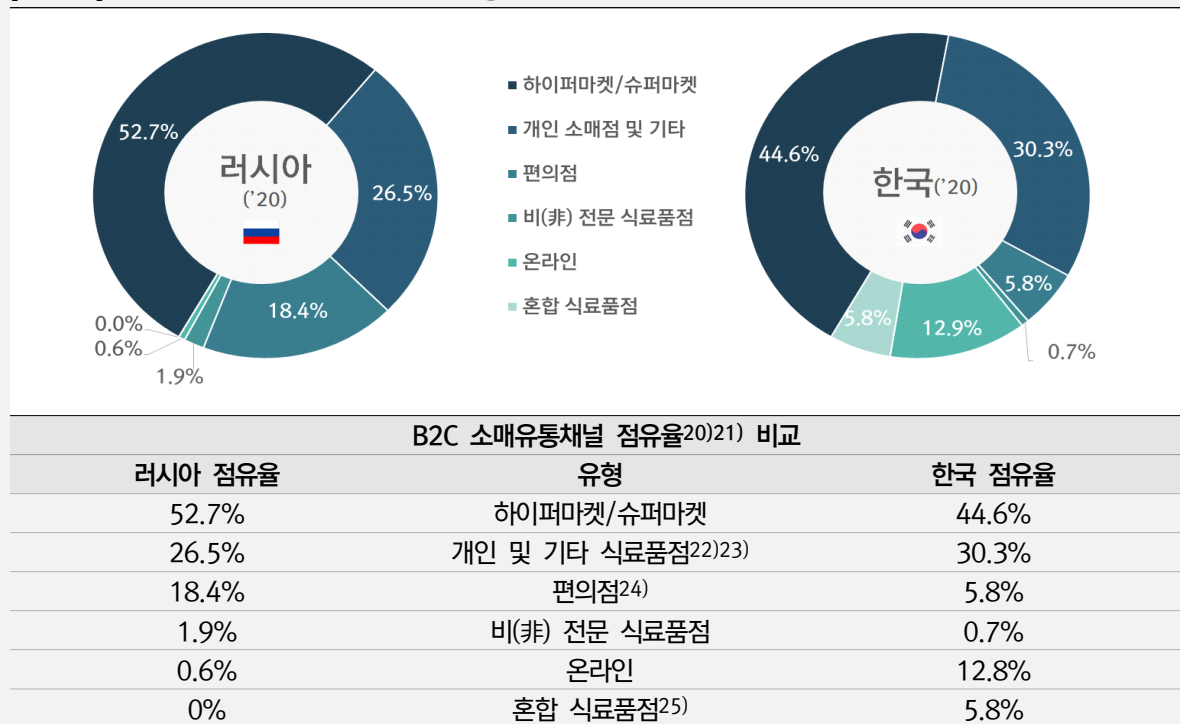
▶ 러시아 말차파우더 비롯한 차(茶) 제품, 상위채널 한국과 유사

2020년 러시아 말차파우더 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.7%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율인 44.6%와 유사한 것으로 나타남. 식자재 도매시장과 대부분의 유기농매장을 포함하는 ‘개인 및 기타 식료품점’ 유통채널 점유율 또한 각각 26.5%와 30.3%로 큰 차이를 보이지 않음. 그러나 ‘편의점’ 점유율은 러시아가 18.4%로 한국의 5.8%보다 높은 것으로 나타남

▶ 러시아 말차파우더 온라인 소비시장, 아직 발전단계

2020년 러시아 말차파우더의 온라인 채널 점유율은 0.6%로, 한국 온라인 채널 점유율인 12.8%보다 현저히 낮아 한국 대비 러시아의 말차파우더 온라인 소비시장은 아직 발전단계인 것으로 나타남, 또한, 백화점을 포함하는 ‘혼합 식료품점’ 채널의 한국 점유율은 5.8%인 반면, 러시아는 0%로 확인됨

[표 4.1] 러시아 말차파우더 B2C 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

20) 2020년 기준, 러시아 및 한국 ‘말차파우더’의 B2C 소매유통채널 점유율임

21) ‘말차파우더’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘차(Tea)’의 정보를 확인함

22) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 유기농매장을 포괄함

23) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 식자재 도매시장을 포괄함

24) 본 보고서에서 편의점은 주유소매점을 포괄함

25) 본 보고서에서 혼합 식료품점은 백화점을 포괄함

2. 러시아 말차파우더 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

오상 매장 전경('20)



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 렌따 및 오상

러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 렌따(Lenta), 오상(Auchan), 오케이(O'key) 등이 있음. 렌다는 2020년 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 5조 6,000억 루블(약 86조 5,760억 원)²⁶⁾의 16.3%를 점유했음. 오상은 2020년 전체 매출액의 6.4%를 점유했으며, 산하에 오상시티(Auchan City), 라두가(Raduga) 등의 브랜드를 보유하고 있음. 오케이는 2020년 전체 매출액의 5.1%를 점유했으며, 산하에 오케이 익스프레스(O'key Express) 1개 브랜드를 보유하고 있음

▶ 러시아 하이퍼마켓 오상, 본격적인 온라인 판매 진입²⁷⁾

오상은 최근 마그니트(Magnit)과 렌따 등 온라인 판매를 활성화한 러시아 소매업과 온라인 배달 기업들의 등장에 대응하기 위한 전략으로 온라인 매장을 확대함. 오상은 온라인 매장 확대 및 자사 디지털 서비스 발전을 위해 2024년까지 200억 루블(약 3,092억 원)을 투자할 예정임. 더불어, 기존의 하이퍼마켓을 변해가는 소비자 취향에 맞추어 업그레이드하며 소규모 매장 활성화에 집중하고 있음. 소비자들의 구매 트렌드를 공략한 대형마트들의 온라인화 현상은 전자기기 이외 제품의 온라인 구매를 용이하게 할 것으로 예상됨

[표 4.2] 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	렌따(Lenta)	16.3%	렌따(Lenta)
2	오상(Auchan)	6.4%	오상(Auchan), 오상시티(AuchanCity), 라두가(Raduga)
3	오케이(O'key)	5.1%	오케이(Okey), 오케이익스프레스(OkeyExpress)
4	글로버스홀딩스(Globus)	4.3%	글로버스(Globus)
5	X5	2.5%	카루셀(Karusel), 페레크레스토크(Perekrestok)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 1루블=15.46원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021

2) 유기농매장

▶ 러시아 주요 유기농매장, 브쿠스빌 및 에코마켓

2020년 러시아 말차파우더 B2C 소매유통채널 중 유기농매장이 포함된 개인 및 기타 식료품점의 점유율은 26.5%로 높은 편임. 러시아 내 주요 유기농매장으로는 브쿠스빌(Vkusvill), 에코마켓(Ekomarket), 스펜(Sferm) 등이 있음. 브쿠스빌은 러시아 전역에 1,200여 개의 점포 수를 보유한 대형 슈퍼마켓 체인으로, ‘신선’과 ‘유기농’을 세일즈 포인트로 삼고 있음. 에코마켓은 모스크바에 단 1개의 매장을 두고 있으며, 유기농 푸드코트와 유기농 푸드마켓을 운영중임. 스펜은 온라인 매장 형태로 12개 이상 국가에서 유기농 식품들을 수입하여 판매하고 있는 것으로 나타남

▶ 러시아 내 유기농매장의 수입산제품, 정부 통제 시작²⁸⁾

러시아에서는 최근 유기농 식품에 대한 수요가 급증하고 있는 것으로 나타남. 발전 초기 단계인 러시아 유기농 식품 시장은 지난 5년 간 60% 이상의 성장률을 보였으며, 계속해서 수요가 증가할 것으로 예상됨. 그러나 유기농 식품의 최대 85%가 외국에서 수입되고 있어, 러시아 정부는 이를 규제하기 위해 새로운 유기농 식품 규정과 까다로운 서류 절차를 제정했음. 이를 통해 현지 유기농제품 제조업체들을 장려할 것으로 예상됨

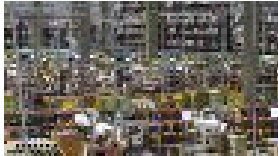
[표 4.3] 러시아 주요 유기농매장

순번	기업명	보유 점포 수 ('20)	주요 거점
1	브쿠스빌(Vkusvill)	약 1,200여 개	러시아 전역
2	에코마켓(EkoMarket)	1개	모스크바
3	스펜(Sferm)	온라인매장	온라인

28) 마켓오퍼튜니티(www.marketopportunities.fi), 「Demand for organic, ecological and vegetarian/vegan food in Russia.», 2021

3) 온라인 쇼핑물

러시아 내 물류센터 전경



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 온라인 유통채널, 와일드베리스 및 미아넬로

러시아 주요 온라인 유통채널은 와일드베리스(Wildberries), 미아넬로(Mianello), BVCP 등이 있음. 와일드베리스는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액의 15.1%를 점유했으며, 산하에 동명의 브랜드를 보유하고 있음. 미아넬로는 2020년 전체 매출액의 8.3%를 점유했으며, 산하에 전자기기 관련 유통 플랫폼인 엠비디오(M video) 브랜드를 보유하고 있음. BVCP(Baring Vostok Capital Partners)는 2020년 전체 매출액의 3.5%를 점유했으며, 산하에 오존(Ozon) 브랜드 1개를 두고 있음

▶ 러시아 온라인마켓 시장, 최근 2년 내 60% 증가²⁹⁾

러시아의 인터넷 상거래 매출액은 2020년 3조 2,000억 루블(49조 4,720억 원)까지 증가하여 최근 2년 간 약 60% 증가함. 이러한 성장은 코로나19 사태에 따른 물리적 제약을 극복하기 위해 러시아 기업의 45%가 인터넷으로 운영을 전환했기 때문으로 나타남. 이로 인해 은행, 교통, 소매, 통신, 언론 등 다양한 분야에 걸쳐 온라인 산업이 성장하고 있으며, 생필품을 비롯한 식료품 관련 산업이 가장 큰 성장세를 보인 것으로 나타남

[표 4.4] 러시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)	산하 주요 브랜드
1	와일드베리스(Wildberries)	15.1%	와일드베리스(Wildberries)
2	미아넬로(Mianello)	8.3%	엠비디오(M Video)
3	바링보스톡 (Baring Vostok Capital Partners)	3.5%	오존(Ozon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

29) 알타뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021

4) 식자재 도매시장

푸드시티 전경



사진자료: 옥스스

▶ 러시아 주요 식자재 도매시장, 푸드시티

2020년 러시아 말차파우더 B2C 소매유통채널 중 식자재 도매시장이 포함된 개인 및 기타 식료품점의 점유율은 26.5%로 높은 편임. 러시아 주요 식자재 도매시장으로는 푸드시티(Food City)가 있으며, 푸드시티는 일일 유통인구 15만 명, 모스크바 식품 유통의 30%를 책임지고 있는 124헥타르 면적의 러시아 내 최대 식품센터이자 동유럽 최대 규모의 식자재 도매시장임. 푸드시티는 B2B, B2C 판매장에 한국식품을 비롯한 전 세계 제품을 선보이고 있으며, 극동 지역과 시베리아 지역 등 기타 지역에 체인 매장을 준비 중에 있는 것으로 나타남

▶ 유럽 최대 식자재 도매시장 푸드시티, 배송 서비스 시작³⁰⁾

러시아 최대 식자재 도매시장인 푸드시티는 2020년 12월부터 배달 서비스 기업 스베르마켓(Sbermarket)과 협업하여 모스크바 전역에 B2B 고객 대상으로 배송 서비스를 시작하였음. 푸드시티는 과일, 야채, 할어, 육류 등의 신선식품과 주변 지역의 농산물 등을 포함한 전 세계 50개국의 식료품을 취급하는 것으로 나타남. 푸드시티는 신선 식품과 더불어 일반 식품 또한 취급하고 있으며, 배송 서비스의 시작으로 모스크바 시외 지역 도소매점들의 공급 현황이 수월해질 것으로 예상됨

[표 4.5] 러시아 주요 식자재 도매 유통채널

순번	기업명	주요 거점	특징
1	푸드시티 (Foodcity)	모스크바(Moscow)	124헥타의 면적의 동유럽 통틀어 최대 규모, 러시아 내 최대 도매/소매 식품센터 - 유통인구 일일 15만 명, 모스크바 식품유통의 30% 차지 - 대부분 품목 판매를 진행하며 B2B, B2C 판매장에서 한국식품 비롯 전 세계 제품을 취급 - 도소매 판매장을 비롯해 냉장창고를 겸한 판매장과 매장 내 세관 갖추 - 극동과 시베리아 지역 등 기타 지역에 매장 준비 중

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 푸드시티(www.foodcity.ru), 「ПРОДУКТЫ ИЗ «ФУД СИТИ» БУДЕТ ДОСТАВЛЯТЬ «СБЕРМАРКЕТ»», 2020.12

4) 기타 유통채널

▶ 러시아 재래시장과 음료/담배 전문점

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안마트, 유기농매장 외에도 ‘편의점’과 ‘비(非)전문 식료품점’ 또한 러시아 내 말차파우더의 유통채널임

▶ ‘옴니채널형’ 매장, 러시아의 차세대 유통전략으로 부상³¹⁾

2020년 비식료품점 유통채널의 주요 트렌드는 ‘옴니채널형’ 운영 모델임. 옴니채널형 매장은 구매 프로세스 디지털화와 목표고객과의 소통을 중심으로 온라인과 오프라인 환경을 자유롭게 오갈 수 있는 형태의 유통채널이며, 이러한 형태의 유통채널은 전자제품과 가전제품 및 의류 등에 효과적인 것으로 나타났음

식품류 또한 옴니채널형 매장에 진입 중임. 젊은 소비층은 원하는 시간과 장소에서 온라인으로 상품 주문하는 것을 선호하기 때문에 해당 소비자층을 겨냥하기 위해 옴니채널형 매장 전략의 중요도가 커지고 있음. 러시아 내 주요 옴니채널형 매장으로는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 부문에서 높은 점유율을 가지고 있는 렌타와 오상이 있음. 이들은 모두 자체 온라인 스토어를 운영하며 오프라인과 온라인을 결합한 시스템을 갖추고 있음

[표 4.6] 러시아 말차파우더 유통채널 현황

채널 유형	차(茶) 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	52.7%	렌타(Lenta), 오상(Auchan), 오케이(O'key)
	개인 및 기타 식료품점	26.5%	브쿠스빌(Vkusvill), 에코마켓(Ekomarket), 푸드시티(Food City)
	편의점	18.4%	페레크레스톡(Perekrestok), 마그닛(Magnit)
	비(非)전문 식료품점	1.9%	36.6파마시(36.6Pharmacy), 오비따(O'vita)
	온라인	0.6%	와일드베리스(Wildberries), 오존(Ozon)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

31) 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing in Russia Country Report」, 2021.02

V. 온라인 유통채널

1. 러시아 말차파우더 온라인 유통채널 종합분석
2. 러시아 말차파우더 주요 온라인 유통채널

1. 러시아 말차파우더 온라인 유통채널 종합분석

▶ 온라인 유통매장별 말차파우더 제품, ‘러시아산’과 ‘동북아산’ 대부분

러시아 내 말차파우더의 주요 온라인 유통채널로 온라인 쇼핑몰 오존(Ozon)과 와일드베리스(Wildberries)를 조사한 결과, 오존에서 ‘말차파우더’ 키워드로 검색 시 동북아권 국가인 중국산, 일본산이 대다수인 것으로 나타남. 반면, 와일드베리스 내 말차파우더 제품은 대다수가 러시아 현지산으로 집계됨

▶ 오존, 러시아 외 소비자들에게 제품 노출 용이하며 구매 순위에도 영향

러시아 내 말차파우더를 취급하는 온라인 채널 2곳인 오존과 와일드베리스를 비교한 결과, 오존은 영어번역기능을 지원해주어 러시아 외 소비자들 또한 보기 수월하기 때문에 오존이 말차파우더의 온라인 진출 채널로 용이한 것으로 예상됨. 오존은 구매순위 상위 7개 제품 중 5개 제품이 중국산, 일본산이며 2개 제품이 러시아 현지산인 반면, 와일드베리스는 7개 제품 중 5개 제품이 러시아 현지산임. 일부 프리미엄화를 표방하는 제품들을 제외한다면, 말차파우더 제품의 가격은 러시아 현지산과 수입산 간 차이가 적은 것으로 나타남. 그럼에도 불구하고 각 사이트 별 선호 국가 제품이 존재하는 원인들 중 하나는 각 사이트 별 방문자의 국적지가 있음. 와일드베리스와는 달리, 오존은 영어번역기능을 지원해 주기 때문에 해외 소비자들의 방문이 용이함. 중국과 일본 등 해외 소비자들의 자국 제품 구매 경향과 러시아 국민이 가지는 ‘애국소비’로부터의 자유로움 등이 구매 순위에 영향을 미친 것으로 예상됨

[표 5.1] 러시아 말차파우더 온라인 유통매장 종합분석

매장명	입점 품목		입점 제품 특징
	수입산	러시아산	
오존 (Ozon)	5	2	50g 중량의 제품 상위권 위치 - 수입산 제품 모두 동북아산(중국, 일본) - 차(茶) 제품 전문 판매자 존재
와일드베리스 (Wildberries)	2	5	- 러시아산 제품 다수 존재 ‘유기농’ 셀링 포인트 제품 다수 존재

자료: 온라인 유통매장 조사 결과

2. 러시아 말차파우더 주요 온라인 유통채널 ① 오존

기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)		
	홈페이지	www.ozon.ru		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문자수(최근 1개월)	1억 900만 명	
		앱다운로드수('20)	30만 회	
매출('20)		약 8억 5,000만 달러 ³²⁾ (약 9,600억 원)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	구르만 바자르(Gurman Bazar)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	시간대별 할인 이벤트, 3+1 이벤트, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

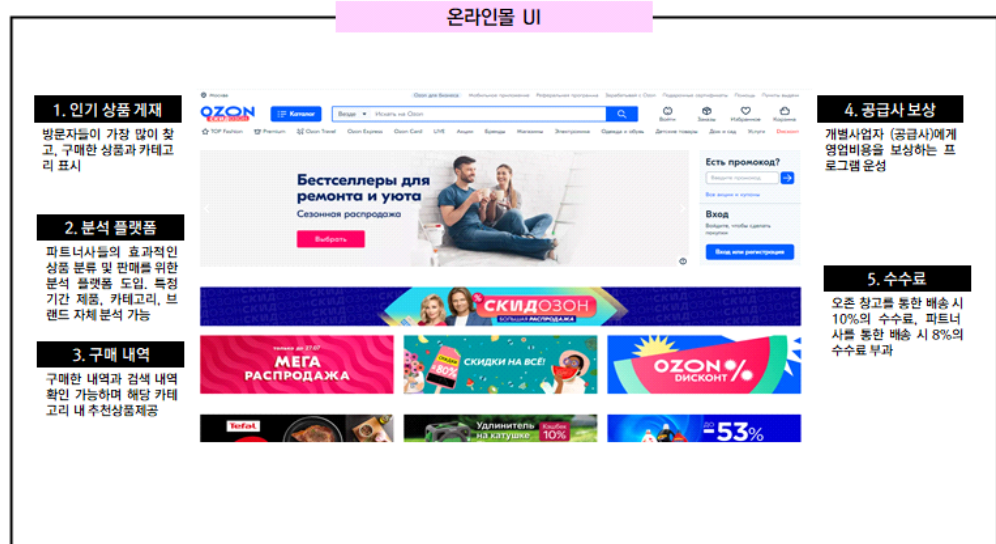
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 다음 웹 주소에서 마켓플레이스에서 제품 판매, 공급업체 신청, 다른 판매자에 대한 판매 개발 지원 중 해당 항목 선택 (www.business.ozon.ru/?perekhod=header) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 웹주소, 담당자명, 전화번호, 이메일) ② 제품 정보 (품목, SKU 번호, 브랜드명) - 공급 업체로 등록을 완료한 후에는 공급자 포털에서 자세한 정보 확인 가능 (supplier.ozon.ru) • 벤더 등록 - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항
		이메일 : help@ozon.ru

자료: 오존(Ozon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 오존(Ozon)

32) 1달러=1,129.50원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 오존(Ozon)
사진 자료: 오존(Ozon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³³⁾						
순번	브랜드명 ³⁴⁾	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	구르만 바자르 (Gurman Bazar)	하이퍼푸드 일본 말차 분말 (Настоящий Японский Чай Матча Зеленый Порошковый)	일본	220루블 (3,401원)	50g	
2	컬투라 커피로스터 (Cultura Coffee Roaster)	말차 우지 세레모니 (Чай Матча Удзи Церемониальная)	일본	391루블 (6,045원)	50g	
3	구르만 바자르 (Gurman Bazar)	하이퍼푸드 중국 칵테일 말차 분말 (Настоящий Китайский Чай Матча Зеленая Коктейльная)	중국	243루블 (3,760원)	100g	
4	우스페크 (Успех)	말차 세레모니 (Чай Матча зелёная, Мудрость Народная)	러시아	155루블 (2,400원)	55g	
5	구르만 바자르 (Gurman Bazar)	하이퍼푸드 중국 칵테일 말차 분말 (Настоящий Китайский Чай Матча Зеленая Коктейльная)	중국	168루블 (2,600원)	50g	
6	구르만 바자르 (Gurman Bazar)	하이퍼푸드 중국 칵테일 말차 분말 (Настоящий Китайский Чай Матча Зеленая Коктейльная)	중국	402 루블 (6,215원)	200g	
7	와우푸드 (Wowfoods)	말차 (Чай Матча)	러시아	273루블 (4,220원)	50g	

자료: 오존(Ozon)

사진 자료: 오존(Ozon)

33) 조사일(2021.07.28) 기준 오존 말차파우더 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

34) 해당 제품의 브랜드가 아닌, 판매자 브랜드만 표시된 제품 존재

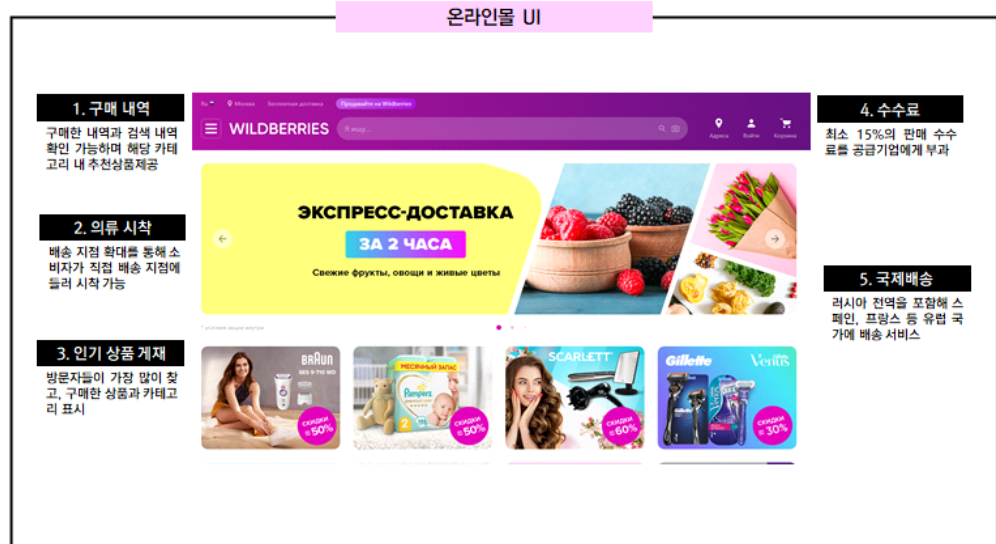
② 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스 (Wildberries)			
	홈페이지	www.wildberries.ru			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문자수(최근 1개월)	1억 7,000만 명		
		앱다운로드수('20)	80만 회		
매출('20)		약 33억 달러 (약 3조 7,274억 원)			
운영방식		온라인 마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	비건노바(VeganNova)		
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보					
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 직접 등록 - 포털 로그인 페이지 내 회원 가입 (필수) (suppliers.wildberries.ru/promo/partners) - 파트너십 신청은 5단계로 이루어짐 1) 견적서 작성 2) 협력 조건 확인 3) 상대방 설문지 양식 작성 4) 법적 문서 포털에 업로드 5) EDI(Electronic Data Interchange) 제출 - 벤더 등록 - 로컬 에이전트 소싱, 로컬 에이전트를 통한 등록 - 등록정보 ① 공급자 정보 (이름, 연락처, 이메일 주소, 카테고리) ② 필수 법적 문서 (회사의 국가 등록 증명서, 세무 당국 등록 증명서, CEO 여권 사본, 창고 또는 사무실 임대 계약서 사본, 가격표 등) - 문의사항 연락처 메일: info-portal@wildberries.ru 전화: +7-495 663-72-96			

자료: 와일드베리스(Wildberries), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
페이지 자동번역이 안돼 외국인 불편 초래

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트 (구매 순위 기준) ³⁵⁾						
순번	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량/개수	이미지
1	비건노바 (VeganNova)	일본 프리미엄 유기농 말차 (Японский премиальный органический зеленый чай матча)	러시아	239루블 (3,695원)	50g	
2	비건노바 (VeganNova)	일본 프리미엄 유기농 말차 (Японский премиальный органический зеленый чай матча)	러시아	380루블 (5,975원)	100g	
3	에코푸드 (Ecofood)	일본 말차파우더 (Японский зелёный чай Матча)	러시아	128루블 (1,980원)	50g	
4	밍룬티 (Minglun Tea)	중국 말차 우롱 인삼차 (Настоящий Китайский Улун Женьшень/ Чай Зеленый Листовой)	중국	216루블 (3,339원)	100g	
5	커티스(Curtis)	디저트 티 컬렉션 (Подарочный набор ассорти чая)	러시아	229루블 (3,540원)	30입	
6	눌카(Nulka)	말차 티 블루 (матча голубая)	러시아	525루블 (8,120원)	100g	
7	티랩(TeaLab)	프리미엄 유기농 일본 말차 (Премиум Чай Матча зеленый Маття)	일본	248루블 (3,830원)	100g	

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

35) 조사일(2021.07.28) 기준 와일드베리스 말차파우더 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

VI. 오프라인 유통채널

1. 러시아 말차파우더 오프라인 유통채널 종합분석
2. 러시아 말차파우더 주요 오프라인 유통채널

1. 러시아 말차파우더 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 러시아 말차파우더 유통채널 ‘하이퍼/슈퍼마켓’, ‘유기농매장’, ‘식자재 도매시장’ 조사
러시아 차(茶)류 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 러시아 말차파우더 유통채널 유형으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘유기농매장’, ‘식자재 도매시장’을 조사함

▶ 러시아 오프라인 매장 중 ‘아즈부카 브쿠사’, ‘글로버스’ 방문 조사

러시아 오프라인 유통매장 중 모스크바 거주지역 중심지에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 글로버스, 아즈부카 브쿠사를 방문 조사함. 매장 근처 거주민들이 생필품 등의 구매를 위해 많이 방문하는 것으로 알려짐. 방문 조사 결과 말차파우더는 러시아 내 소비자들에게 건강식품, 미용식품으로 인식되어 찾는 소비자들이 특징적이며, 20대와 40대 여성이 가장 많이 소비하는 것으로 나타남. 아즈부카 브쿠사와 글로버스에서 판매 중인 말차파우더는 독일산, 싱가포르산, 모로코산 등 다양한 수입산들이 존재하며, 러시아 현지산 또한 판매 중임

[표 6.1] 러시아 말차파우더 주요 오프라인 유통채널

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁶⁾ /매장 수 ³⁷)	유사제품 취급경험
1	아즈부카 브쿠사 (Azбука Vkusa)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	약 9억 1,216만 달러 (약 1조 300억 원)	0
2	글로버스(Globus)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1,100억 루블 (약 1조 7,000억 원)	0
3	브쿠스빌(Vkusvill)	유기농매장	17억 달러 (약 1조 9,200억 원)	0
4	에코마켓(Ekomarket)	유기농매장	매장 수('20): 1개	0
5	푸드시티(Food City)	식자재 도매시장	매장 수('20): 1개	0

자료: 오프라인 유통매장 현지조사 결과

36) 1달러=1,129.50원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

37) 1루블=15.46원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 러시아 말차파우더 주요 오프라인 유통채널 ① 아즈부카 브쿠사

기업 기본 정보	기업명	아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)			
	기업형태	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.av.ru			
	위치	모스크바 (Moscow)			
	규모	매출액('20)	약 9억 1,216만 달러 (약 1조 300억 원)		
기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 약 102개			
	기업 요약	• 약 18,000개의 제품 판매하며 약 500개의 공급업체 보유 • 70개국의 약 900개의 제조업체와 계약 체결 • 1992년 설립			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	30대~50대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	09:00~23:00			
	주소	str. Pokryshkina 4, Moscow			
	상권	주요 거주지역 중심가, 아파트 밀집지역			
	VMD	취급 브랜드	할센 앤 리온 (Hälssen & Lyon), 골드킬리(Gold Kili)		
		진열 방식	카테고리별, 상품별 진열		
매장 전경	 				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 통한 입점 문의 - 자사 홈페이지에 첨부되어 있는 업체 선정 절차 확인 후 계약서 초안 작성하여 이메일로 입점 문의 (av.ru/about/suppliers) - 입점 문의 시 필요한 정보 - 제품 카탈로그, 제품 가격, 제품 설명, 제품보증서 - 입점 승인 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사주소, 사업자등록증, 연락 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 계좌번호, 계약 담당자명) ② 공급제품 정보 (제품 제조업체 정보, 제품 카탈로그, 프로모션 정보, 제품보증서 등) • 문의사항 연락처 이메일: mliberman@azbukavkusa.ru 전화: +7-495-504-3478			
-------------	---------------------	--	--	--	--

자료: 아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)

사진 자료: 아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)

② 글로버스

기업 기본 정보	기업명	글로버스(Globus)			
	기업형태	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.globus.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	약 1,100억 루블 (약 1조 7,006억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 17개		
기업 요약	• 1828년 독일에서 설립 • 2006년 러시아 진출 • 식료품 코너의 다양한 자사 PB 제품과 독일산 제품				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	30대~50대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	09:00~23:00	
	주소	Kievskoe Hwy 23km, Moscow, 119297	
	상권	주요 거주지역 중심가, 아파트 밀집지역	
	VMD	취급 브랜드	릴즈디스(Lealzdís), 폴레즈노(Polezzno)
		진열 방식	카테고리별, 상품별 진열
매장 전경			
			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 상단 for partners 클릭 - 페이지 내 information for suppliers 눌러 입점 지원서 작성 - (https://www.globus.ru/partners/suppliers/) • 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 설립연도, 매출액, 연락처) ② 제품 관련 내용 (러시아 내 유통 채널, 연간 예상 입고량) ③ 상세내용 (회사소개서, 제품 카탈로그 등 자유기재) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일 : VM.smirnova@globus.ru

자료: 글로버스(Globus), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 글로버스(Globus)

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



매대 형식은 차(茶) 제품을 한 곳에 모아, 종류 별로 구분하여 진열하고 있으며 말차파우더 외에도 홍차, 민트차 파우더 등 다양한 제품을 함께 취급함. 골드 킬리(Gold Kili) 제품과 할센 앤 리온(Halsen & Lyon) 등을 포함한 브랜드의 말차파우더가 일부 매대를 차지하고 있음

아즈부카 브쿠사 판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	골드 킬리의 진저 즉석 말차 라떼 제품이 가장 잘 팔린다. 기존에 말차 라떼에 진저 맛을 가미한 제품인데, 심심하다고 느껴질 수 있는 말차의 맛을 진저로 다시 잡아줘서 소비자들에게 인기가 많은 것 같다
Q2. 주요 소비 고객은?	아무래도 여성들, 그리고 20대와 40대에게 가장 잘 팔린다. 미용과 다이어트에 관심이 많은 20대와, 건강에 관심이 있는 40대가 말차파우더의 주요 소비자이다. 차(茶)의 효능이 최근에 널리 알려지며 찾는 고객들이 많아졌다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	제품에 대한 할인 행사나 프로모션은 딱히 진행하고 있지 않다. 필수품이 아닌 기호식품에 분류되는지라 제품을 찾는 소비자가 특정적인 편이다. 그렇기 때문에 따로 프로모션을 통해 판매량 증가 등의 효과를 보기 어렵다고 생각한다

자료: 글로비스, 아즈부카 브쿠사 현지매장 방문조사

사진 자료: 글로비스, 아즈부카 브쿠사 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	방문매장	브랜드명	제품명	원산지	가격	이미지
1	말차파우더	아즈부카 브쿠사 (Azbuka Vkusa)	할센 앤 리온 (Hälssen & Lyon)	티피그 순수 말차 (Teapigs. MATCHA PURE)	독일	1,285루블 (19,876원)	
2	말차파우더	아즈부카 브쿠사 (Azbuka Vkusa)	골드 킬리 (Gold KILI)	진저 즉석 말차라떼 (Instant Matcha Latte with Ginger)	싱가폴	539루블 (8,333원)	
3	말차파우더	아즈부카 브쿠사 (Azbuka Vkusa)	골드 킬리 (Gold KILI)	즉석 말차라떼 (Instant Matcha Latte)	싱가폴	539루블 (8,333원)	
4	말차파우더	페레크레스톡 (Perekrestok)	폴레즈노 (Polezzno)	녹차 말차 (Зеленый чай Матча)	러시아	749루블 (11,580원)	
5	말차파우더	글로버스 (Globus)	릴즈디스 (Lealzdis)	나딘 말차 (Nadin Matcha)	러시아	408루블 (6,308원)	
6	말차파우더	페레크레스톡 (Perekrestok)	사이토 (Saito)	사이토 일본 말차 (Saito JAPANESE MATCHA)	모로코	393루블 (6,076원)	

자료: 글로버스, 아즈부카 브쿠사 현지매장 방문조사

사진 자료: 글로버스, 아즈부카 브쿠사 현지매장 방문조사

③ 브쿠스빌

기업 기본 정보	기업명	브쿠스빌(Vkusvill)		
	기업형태	유기농매장		
	홈페이지	www.vkusvill.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	매출액('20)	약 17억 달러(약 1조 9,200억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 1,200여 개(러시아 전역)	
기업 요약	• 유기농 식품을 기반으로 한 대형 슈퍼마켓 체인. 농장에서 공급해온 각종 식품들 판매 • '신선'과 '유기농'을 홍보 문구와 세일즈 포인트로 삼음			

매장정보	입점가능품목	신선식품, 과일, 면류, 캔디류 빵류, 음료류, 주류, 소스류 등	
	선호제품	유기농 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 등록 - 수출입 절차에 필요한 문서, 회사와 관련된 모든 종류의 문서 제출 필요 - 제품 검토 후 공급업체로 선정된 후에 상세 안내 진행 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 소비자가격, 할인가 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처: pr@vkusvill.ru
-------------	---------------------	--

자료: 브쿠스빌(Vkusvill)

사진 자료: 브쿠스빌(Vkusvill)

④ 에코마켓

기업 기본 정보	기업명	에코마켓(Ekomarket)	
	기업형태	유기농매장	
	홈페이지	www.eko-market.ru	
	위치	모스크바 (Moscow)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	- 모스크바 내 유기농 푸드코트와 유기농 푸드마켓을 운영 - 웹사이트에서 각종 유기농 제품들로 만든 레시피 제공(한국 음식 레시피 존재)	
매장정보	입점가능품목	신선 식품 및 유기농 제품	
	선호제품	유기농 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 전화번호: +7-495-424-0122 이메일: konkovo@konkovo.ru	

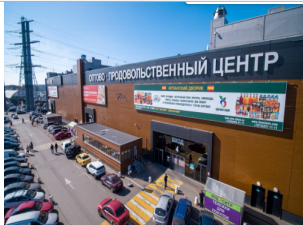
자료: 에코마켓(Ekomarket)

사진 자료: 에코마켓(Ekomarket)

⑤ 푸드시티

기업 기본 정보	기업명	푸드시티(foodcity)	
	기업형태	식자재 도매시장	
	홈페이지	foodcity.ru	
	위치	모스크바	
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개	
	기업 요약	- 러시아 내 가장 큰 도매/소매 식품센터이자 동유럽 통틀어 최대 규모 - 유통인구 일일 15만명, 모스크바 식품유통의 30% 커버 - 대부분 품목 판매 및 B2B, B2C 판매장에서 전 세계 제품 취급 - 도소매 판매장을 비롯해 냉장창고를 겸한 판매장과 자체 내 세관 - 극동과 시베리아 지역 등 기타 지역에 체인 매장 준비 중 - 모스크바를 비롯한 주변 지역 내 대형유통망 중 상품의 주요공급 기지	



매장정보	입점가능품목	신선식품, 생화, 면류 및 곡물류, 견과류, 소스류, 유제품, 육류가공품, 음료류, 캔디류 등 다양한 식품 품목 제품	
	선호제품	신선 식품 및 농식품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락, 또는 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 일반적으로 필요한 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락 담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 이메일: arenda@foodcity.ru 전화: +7-495-266-32-51
-------------	---------------------	---

자료: 푸드시티(Foodcity)

사진 자료: 푸드시티(Foodcity)

Ⅶ. 진입장벽

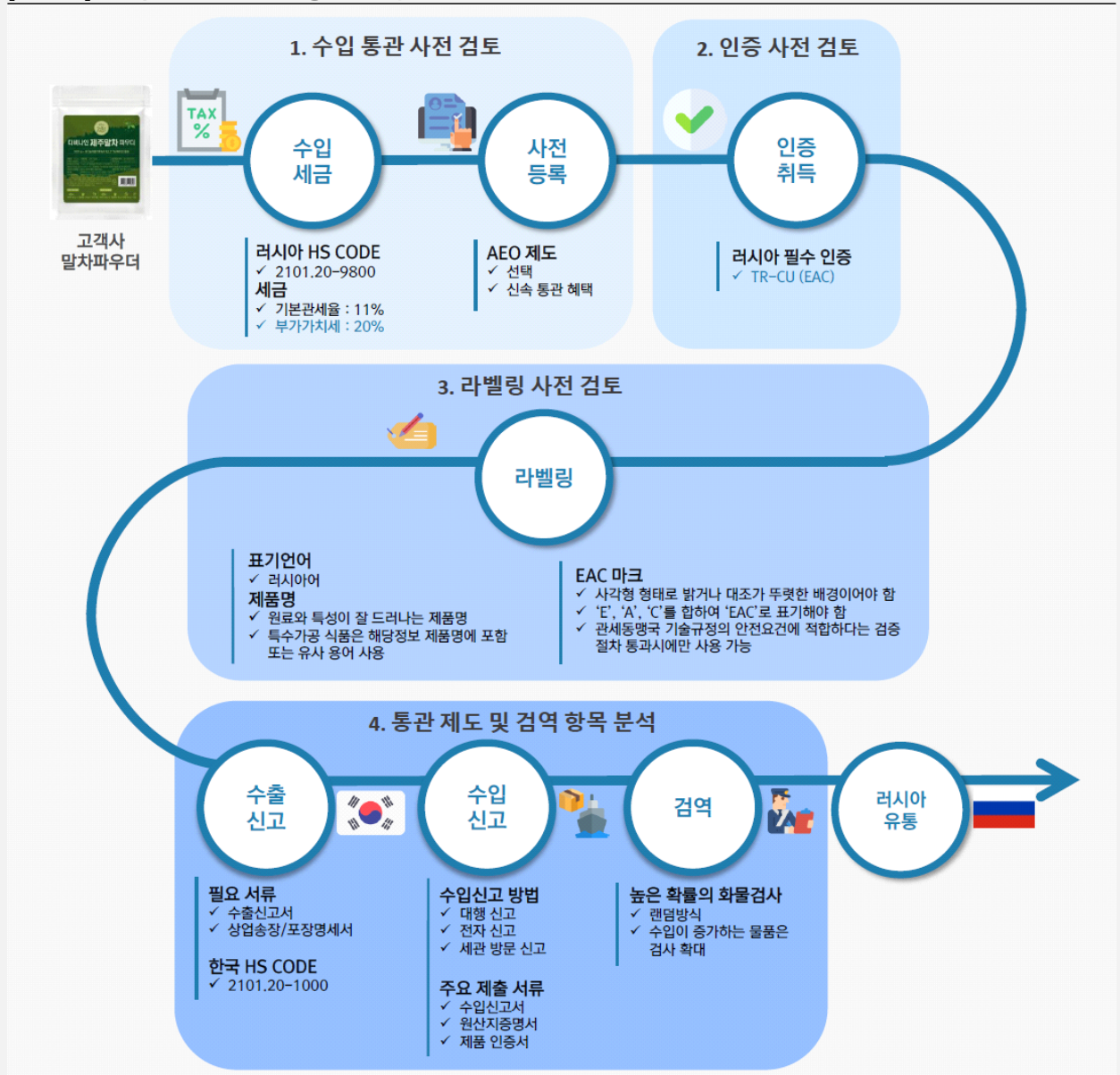
1. 러시아 말차파우더 통관 및 검역 절차
2. 러시아 말차파우더 품질 인증
3. 러시아 말차파우더 라벨링
4. 러시아 말차파우더 성분 및 유해물질

1. 러시아 말차파우더 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 러시아 말차파우더 수출 통관 단계별 주요사항

러시아에 말차파우더를 수출하기 위한 과정은 하기 표와 같음. 러시아에서 말차파우더를 유통하기 위하여 필요한 인 증은 유라시아 경제연합에서 공유하는 TR-CU(EAC) 인증임. 라벨링 기준에 따라 정보를 표기한 후 수출신고, 수입신고, 검역 등의 절차를 걸쳐 러시아 유통이 가능함

[표 7.1] 고객사 말차파우더 통관 검역 절차



자료: 관세청, 러시아 연방세관, 유라시아 경제위원회(EEC)

38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 러시아 말차파우더 품질 인증

▶ 러시아 말차파우더, 'EAC 인증' 필수

러시아 현지 진출을 위해서는 반드시 EAC(Eurasian Conformity) 인증을 취득해야 함. 러시아가 가입국으로 있는 유라시아 경제연합(EAEU, Eurasian Economic Union)에서 공유하는 인증이며, 인증서에 EAC 마크가 부착되기 때문에 EAC 인증으로 불림. 러시아에서 TR-CU 인증을 취득할 현지 법인이 없는 경우, 한국 TR-CU 인증 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음

[표 7.2] 러시아 말차파우더 인증 취득 정보

TR-CU(EAC) 	취득 정보	
	목적	러시아를 포함한 유라시아 경제연합(EAEU, Eurasian Economic Union) 가입국 현지 식품 수출
	기관	유라시아 경제연합 집행위원회(EEC, Eurasian Economic Commission) 지정 인증기관
	절차	- 인증기관으로 신청서 제출 - 신청서 검토 (신청서에 대한 적합성 검토 진행) - 제품 분류 확정 및 샘플 수취 (제출 서류 바탕으로 제품 유형 분류) - 서류 심사 및 제품 테스트 진행 - 제조 공장 조사 (규정에 따라 공장 조사를 진행하도록 정해진 품목에 한하여 진행) - 인증서 발행 - 사후 관리 진행 (규정에 따라 사후 관리 필요한 품목에 한해 진행)
	필요서류	- 제품 설명 서류 (제품의 보관과 운반에 관한 정보 및 기타 제품과 관련된 모든 정보) - 제조 공정에 관한 자세한 정보 (HACCP 기준에 부합하도록) - 라벨 정보 - 시험 성적서 - 기타 기관이 요구하는 서류 - 서류는 러시아어로 작성
한국 인증 기관	- 한국화학융합시험연구원 - 한국산업기술시험원 - 한국SGS - 세르콘스 한국지사 (Sercons)	

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

3. 러시아 말차파우더 라벨링

[표 7.3] 러시아 말차파우더 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기언어	반드시 러시아어로 표기되어야 함
	2. 제품명	- 식품의 원료와 특성이 명확히 드러날 수 있는 제품명이어야 함 - 특수가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 해당 정보를 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용해야 함 - 향미증진제가 포함된 경우 ‘~맛(with the flavor of)’, ‘~향(with the aroma of)’와 같이 표기하여 향미증진제가 포함되었음을 표시
	3. 식품성분	- 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 표시할 것 - 식품첨가물이 함유된 경우 기능(산도조절, 유화제 등)과 명칭을 기재해야 함 - 복합된 모든 성분은 괄호 안에 추가 기재해야 함(단, 2% 이하인 경우 식품첨가물, 향미증진제, 생물학적 활성 첨가물, 약초, GMO 원료에서 나온 의약품 식물성분, 생물활성물질 및 식품첨가물의 성분을 제외하고는 명시하지 않아도 됨) - 알레르기 유발 성분 정보를 표기할 필요는 없으나 아스파탐이 포함된 경우 ‘페닐알라린의 원료가 포함되어 있다’ 표기해야 함 - 염료를 함유한 경우 경고 라벨 부착해야 함 - 딸기를 포함한 신선과일과 감자를 포함한 채소는 식품 성분 목록 표기할 필요 없음 - 다른 재료 첨가 없이 한 종류의 가공되지 않은 식품에서 얻은 식초는 식품 목록 표기할 필요 없음 - 단일 성분으로 구성된 식품은 식품 성분 목록 표기할 필요 없음
	4. 식품용량	- 용량(밀리리터, 센티리터, 리터), 중량(그램, 킬로그램), 개수 단위로 표기하며 약어 표기 가능함 - 개수 단위로 판매되는 제품은 용량 표기 불필요함 - 액체, 점성, 끈적임 있는 반죽은 부피 또는 질량 명시해야 함 - 고체 및 고체와 액체의 혼합물은 질량 명시해야 함 - 두 가지 값 동시 사용 가능 - 분명히 규정되지 않은 수 또는 수의 범위를 명시하는 것은 불가

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

[표 7.3] 러시아 말차파우더 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	5. 제조일자	- 유통기한에 따라 제조일자 표기 - 제조일자와 유통기한이 함께 표기되어야 함 - 제조일자는 생산일자(Production date) 또는 유사 단어로 대체 가능함
	6. 유통기한	72시간 미만인 경우 : 시간, 일, 월 3개월 미만인 경우 : 일, 월, 연도 3개월 이상인 경우 : 일, 월, 연도 또는 월, 연도 - 유통기한은 'best before', 'pass', 'best before end' 등 유사 단어로 대체 가능
	7. 보관방법	- 모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건 표기해야 함 - 필요에 따라 사용 설명서 제공해야 함
	8. 제조자/수입자	- 제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 함 - 제3국에서 제공되는 식품은 수입업체 상호와 주소도 같이 기재해야 함
	9. 영양정보	- 열량, 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄 양 표기해야 함 - 별도 규제가 없을 경우 향미증진제, 겼, 커피, 천연 미네랄워터, 병포장 생수, 식품첨가물, 신선 농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 - 영양값은 100g, 100ml 또는 1인분 기준으로 표기해야 함
	10. 권고사항/제한사항	권고사항이나 제한사항이 없을 경우 섭취가 어렵거나 소비자의 건강에 영향을 미치는 경우, 식품 성분이 손상될 수 있는 경우 권고사항이나 제한사항 표기해야 함
	11. EAC 마크	- 사각형 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경이어야 함 'E', 'A', 'C'를 합하여 'EAC'로 표기해야 함 - 관세동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차 통과 시에만 사용 가능

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

▶ 러시아 말차파우더 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[뒷면 라벨링]



[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 영어]

- ① Instant Matcha Latte, Smooth & Creamy
- ② GOLDKILI

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : 인스턴트 마차 라떼
(부드러운 크림형)
- ② 제조사 : 골드키리

[옆면1 - 러시아어]

- ① масса нетто : 250г
(10шт x 25г)
- ② Пищевая ценность на 100г:

энергетическая ценность	1848kj/440kcal
белки	2.7g
жиры	15g
углеводы	69g
из которых сахара	5g

- ③ Способ приготовления:
в горячем виде 280мл,
в холодном виде 140мл

[옆면1 - 국문]

- ① 순중량 : 250g (10개 x 25g)
- ② 100g당 영양성분:

열량	1848kj/440kcal
단백질	2.7g
지방	15g
탄수화물	69g
당분	5g

- ③ 제조 방법:
뜨거운 물 280ml, 차가운물 140ml

④ условия хранения : хранить в сухом прохладном,защищенном от попадания прямых солнечных лучей месте. ⑤ информация о возможных аллергенах : аллергены выделены жирным шрифтом. ⑥ Продукт может также содержать пшеницу,овес,ячмень,ку нжут и сою ⑦ Произведено в Сингапуре ⑧ дата производства : 2020-10-12 ⑨ употребить до : 2022-10-11	④ 보관방법: 직사광선을 피하여 건조하고 서늘한 곳에 보관하세요. ⑤ 알레르기 유발 가능 성분: 굵은 글씨로 표기되어 있음 ⑥ 밀, 귀리, 보리, 깨, 콩이 포함될 수 있음 ⑦ 제조국 : 싱가포르 ⑧ 제조일자 : 2020-10-12 ⑨ 유통기한 : 2022-10-11
[옆면2 - 러시아어] ① Напиток латте<МАТЧА> Быстрорпстворимый Приготовлен с использованием высоко качественной пудры<Матча>с применением традиционных способов обработки, благодаря которым сохранится свежесть, аромат зеленого чая и питательные вещества. ② Не содержит ГМО.	[옆면2 - 국문] ① 인스턴트 라떼 <마차>는 신선도와 말차의 향, 그리고 영양소를 보존하기 위하여 전통 가공법을 사용하여 고품질 <말차> 파우더를 생산합니다. ② GMO를 포함하지 않습니다.

③ На лицевой стороне
избрпжения носят
иллюстративный
характер

③ 전면의 이미지는 예시입니다.

[뒷면 - 러시아어]

[뒷면 - 국문]

① состав:
- кремная основа
(49%)
- сироп глюкозы
- полностью
гидрогенизированные
растительные масла
(кокосовое
масло, пальмоядровое
масло)
- сухое обезжиренное
молоко
- стабилизатор(E340ii)
- эмульгатор: E471
- противозадирный
агент-диоксид
кремния(E551)
- краситель
(каротины)
- сахар
- порошок зеленого
чая
- пудра матча(2%)
- соль
- ароматизатор
- молоко.

① 원재료:
- 크림 베이스(49%)

- 포도당 시럽
- 완전 경화 식물성 유지

(코코넛 오일, 팜 커널 오일)

- 탈지 분유

- 안정제(E340ii)
- 유화제: E471
- 극압제-이산화규소(E551)

- 염료(카로틴)

- 설탕
- 녹차 가루

- 말차 가루(2%)
- 소금
- 향료
- 우유가 함유되어 있습니다.

4. 러시아 말차파우더 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

러시아의 식품첨가물 규정은 관세동맹 기술규정(TR-CU 029/2012)에 따라 시행됨. 식품첨가물, 향료, 가공보조제가 해당 요건에 부합되지 않으면 마크 부착 불가하며 해당 제품을 시장에 유통할 수 없음. 관세동맹의 단일 관세 영역에 유통하기 위해서는 식품첨가물, 향료, 가공보조제의 안전성을 확인할 수 있는 서류, 출처, 추적 가능한 정보, 유통기한을 첨부해야 함

[표 7.4] 고객사 말차파우더 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
1	아스코르브산	β -cyclodextrin	TD 기준 적용 ³⁹⁾	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
2	제이인산암모늄	ammonium phosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
3	인산골	bone phosphate	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
4	인산칼슘제	calcium phosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
5	이인산염	diphosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
6	제삼인산마그네슘	magnesium phosphate	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
7	인산	phosphoric acid	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
8	다중인산	polyphosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
9	인산수소포타슘	potassium phosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
10	인산나트륨	sodium phosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
11	삼인산염	triphosphates	10 g / kg	설탕, 포도당, 기타 농산가공품류
12	아황산수소칼슘	calcium hydrogen sulphite	15 mg / kg	설탕
13	아황산나트륨	calcium sulfite	15 mg / kg	설탕
14	아황산수소칼륨	potassium hydrogen sulphite	15 mg / kg	설탕
15	메타중아황산칼륨	potassium metabisulfite	15 mg / kg	설탕

자료: KATI농식품수출정보

39) 해당 식품첨가물의 사용기준을 제조업체의 기술사양을 따른다는 의미로 제조업체에서 정한 식품첨가물, 향신료, 가공보조제 규정 등의 사용기준을 포함하며, 기술 효과를 이루는데 반드시 필요한 양을 초과하지 않는다는 의미

[표 7.4] 고객사 말차파우더 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	한국식품유형
16	아황산칼륨	potassium sulfite	15 mg / kg	설탕
17	아황산수소칼슘	sodium hydrogen sulfite	15 mg / kg	설탕
18	메타중아황산나트륨	sodium metabisulfite	15 mg / kg	설탕
19	아황산나트륨	sodium sulfite	15 mg / kg	설탕
20	이산화황	sulfur dioxide	15 mg / kg	설탕
21	제이인산암모늄	ammonium phosphates	10 g / kg	설탕
22	인산골	bone phosphate	10 g / kg	설탕
23	인산칼슘제	calcium phosphates	10 g / kg	설탕
24	이인산염	diphosphates	10 g / kg	설탕
25	제삼인산마그네슘	magnesium phosphate	10 g / kg	설탕
26	인산	phosphoric acid	10 g / kg	설탕
27	다중인산	polyphosphates	10 g / kg	설탕
28	인산수소포타슘	potassium phosphates	10 g / kg	설탕
29	인산나트륨	sodium phosphates	10 g / kg	설탕
30	삼인산염	triphosphates	10 g / kg	설탕

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

러시아의 유해물질 규정은 ‘식품의 안전 및 영양 규정’에 따라 시행됨. 수입식품은 단일위생규정에 따라 평가된 후 관세동맹 국가로 반입 가능하며 유통 식품에는 안전성 입증을 위한 제조업체 문서가 첨부되어야 함. 식물성 원료는 유해물질 및 살충제에 관한 정보가 첨부되어야 함. 기타 자세한 내용은 유라시아 경제위원회 홈페이지 또는 관세동맹 기술규정에서 확인 가능함

[표 7.5] 고객사 말차파우더 주원료인 녹차에 대해 별도로 설정된 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	함량정보	식품유형
1	세슘 137	137 Cesium(137Cs)	40 Bq/kg	식물성 기름
2	스트론튬 90	90 Strontium (90Sr)	80 Bq/kg	
3	아플라톡신 B1	Aflatoxin B1	0.005 mg/kg	식물성 기름, 식물성 기름 분획물, 식물성 기름 및 동물성 지방 가공품, 정제 탈취 어유 포함
4	아세닉	Arsenic (As)	0.1 mg/kg	
5	카드뮴	Cadmium (Cd)	0.05 mg/kg	
6	납	Lead (Pb)	0.1 mg/kg	
7	살충제, 살충제 화합물	DDT, DDT metabolites	0.1 mg/kg	가공 식물성 기름 및 동물성 지방, 정제 탈취 어유 포함
8	수은	Mercury (Hg)	0.05 mg/kg	
9	비에이치시	hexa chlorocyclo hexane (α , β , γ isomers)(HCH)	0.05 mg/kg	
10	다이옥신	Dioxin	0.00000075 mg/kg	식물성 기름 및 분획물
11	수은	Mercury (Hg)	0.03 mg/kg	식물성 기름, 식물성 기름 분획물, 식물성 버터 스프레드, 녹인 식물성 버터 혼합물, 동물성 지방, 돈지제품

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

▶ 잔류농약

러시아는 녹차를 주원료로 함유하는 말차파우더에 대하여 농약에 따른 별도의 함유 기준을 제시하고 있음. 각 농약 성분당 다수의 품목 기준을 제시하는데, 그중에서 말차파우더와 연관된 농약명을 발췌하여 표로 작성하였음. 항목별 허용기준 범위는 최대 30.0에서 최소 0.01로 범주가 큰 편에 해당하므로 농약명에 따른 세부기준을 반드시 확인해야 함

[표 7.6] 고객사 말차파우더 주원료인 녹차에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준

순번	농약명	영문명	기준(ppm)
1	0-메틸-0-(2, 4, 5-트리클로로페닐)-0-에틸티오인산	0-methyl-0-(2, 4, 5-trichlorophenyl)-0-ethylthiophosphate	0.5
2	1,1-디-(4-클로로-페닐) - 2,2,2-트리클로로에탄 (디디티)	1,1-di-(4-chlore- phenil) - 2,2,2-trichloroethane (DDT)	0.1
3	알드린 및 디엘드린	Aldrin and dieldrin	0.02
4	헥사클로로시클로헥산	Hexachlorocyclohexane (α, β, γ isomers) (HCCH)	0.01
5	헵타클로르	Heptachlor	0.02
6	달라폰	Dalapon	0.2
7	델타메트린	Deltametrin	5.0
8	디코폴	Dicofol	20.0
9	디클로포스	Dichlorphos	0.05
10	클로티아니딘	Clothianidin	0.7
11	말라티온	Malathion	0.5
12	메티다티온	Methidathion	0.5
13	패러콧	Paraquat	0.2

자료: 미국 농무부 해외식품서비스 (USDA FAS)

[표 7.6] 고객사 말차파우더 주원료인 녹차에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준

순번	농약명	영문명	기준(ppm)
14	퍼메트린	Permethrin	20.0
15	피리미포스메틸	Pirimiphos-methyl	0.5
16	프로파자이트	Propargite	5.0
17	프로페노포스	Profenfos	0.5
18	시마진	Simazine	0.01
19	페니트로티온	Fenitrothion	0.5
20	펜프로파트린	Fenpropatrine	2.0
21	포모치온	Formothion	0.2
22	포스핀	Phosphine	0.01
23	클로르피리포스	Chlorpyrifos	2.0
24	사이퍼메트린	Cypermethrin (ζ - and β -Cypermethrines)	20.0
25	엔도설판	Endosulfan	30.0

자료: 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

▶ 알레르겐

러시아의 알레르겐 관련 규정은 TR CU 022/2011의 제14조와 제15조에 포함되어 있음. 표의 성분 중에서 표시 의무 대상은 아스파르테임과 아스파르테임-아세실팜염 뿐이며, 그 외 성분은 권장 대상이기 때문에 라벨링 의무는 없음. 식품 제조 시 구성을 표시한 후 ‘페닐알라닌 공급원을 함유함’이라는 문구를 표시해야 함. 식품 제조에 포함되는 성분의 존재를 완전히 배제할 수 없는 경우 해당 성분의 함유 가능성을 표시할 수 있음. 글루텐 혹은 글루텐이 함유된 곡물 성분을 사용하지 않은 경우에는 ‘글루텐이 포함되지 않음’을 표시할 수 있음

[표 7.7] 고객사 말차파우더 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 말차파우더 포함 여부
1	권장	땅콩 및 그 제품	-
2	의무	아스파르테임과 아스파르테임-아세실팜염	-
3	권장	겨자 및 그 제품	-
4	권장	이산화황, 황산염 (kg 혹은 L당 10mg 이상인 경우)	-
5	권장	글루텐 및 글루텐을 함유한 곡물 및 제품	-
6	권장	깨 및 그 제품	-
7	권장	루핀 및 그 제품	-
8	권장	조개류 및 그 제품	-
9	권장	우유 및 유제품(유당 포함)	-
10	권장	견과류 및 그 제품	-
11	권장	갑각류 및 그 제품	-
12	권장	어류 및 가공 제품 (비타민 및 카로티노이드에 함유된 어류 젤라틴 제외)	-
13	권장	셀러리 및 그 제품	-
14	권장	콩 및 그 제품	-
15	권장	달걀 및 그 제품	-

자료: 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS)

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 커피스테이트(Coffee State)

Interview ② 티(Tea.ru)

Interview ③ 베스트 티(Best Tea)

Interview ① 커피스테이트(Coffee State)

40)

●
커피스테이트
(Coffee State)

수입유통업체

담당자 정보

Manager



커피스테이트(Coffee State) Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

커피스테이트는 수입 및 유통업체로, 러시아 모스크바에 본사가 있습니다. 현재 온라인 매장을 운영하고 있으며, 커피전문점에도 제품을 납품하고 있습니다. 주된 수입국은 유럽, 일본, 중국이며, 차와 커피, 말차, 그리고 커피머신 등을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 러시아에서 말차파우더 및 한국산 말차파우더의 수요는 어떠한가요?

러시아에서 말차가 인기 있는 이유 중 하나는 건강상의 이점이라고 생각합니다. 또한, 아시아 문화가 유행한 이후로 말차의 인기가 더욱 높아졌습니다. 러시아인들은 아시아 음식과 음료가 독특하다고 여깁니다. 다만, 러시아 시장에 말차파우더를 유통하는 한국 업체가 많지 않습니다. 러시아에는 일본이 말차의 모국이기 때문에, 일본산 말차파우더의 품질이 좋다는 인식이 있습니다. 또한, 중국의 말차파우더는 저렴한 가격 때문에 수요가 높습니다.

Q. 음료 또는 베이커리 매장에 제품을 유통하고 있나요?

우리는 주로 커피전문점에 커피콩과 커피머신, 디저트, 그리고 커피 제조에 필요한 기타 장비들을 납품합니다. 과거 러시아 소비자들은 가족들과 식사 전에 함께 보내는 시간을 중요하게 여겼기 때문에, 지금처럼 커피전문점에서 커피를 마시는 문화가 생긴 지는 그리 오래되지 않았습니다. 최근에는 상트페테르부르크와 모스크바 같은 대도시에서 커피전문점이 많이 생기고 있습니다.

Q. 러시아 소매업자들이 한국산 말차파우더에 관심이 있을까요?

말차 음료는 맛과 건강상의 이익 때문에 인기가 점점 높아지고 있습니다. 다만, 많은 고객들이 가격 면에서 중국 제품을 선호합니다. 특히, 러시아 중하위층 사람들은 음료에 대한 가격 부담을 줄이기 위해 비교적 저렴한 중국산 말차파우더를 선호합니다. 한국산 말차파우더는 중국산 말차파우더에 비해 가격이 높다고 알려져 있습니다. 다만, 원산지만큼 맛도 매우 중요합니다. 어떤 말차파우더는 어취가 나고, 대부분의 소비자들은 이를 좋아하지 않습니다. 또한, 소비자들은 매력적이고 포장이 최소화된 제품, 포일 봉지에 포장된 제품, 또는 종이박스에 포장된 제품을 선호합니다.

Q. 한국산 말차파우더를 취급해 본 적이 있나요?

한국 제조업체로부터 직접 수입해본 경험은 없지만, 주로 현지 유통업체로부터 공급받아 유통합니다. 러시아에서 일본산 말차파우더는 프리미엄 제품으로 알려져 있습니다. 이 때문에 비교적 비싼 말차 음료를 판매하는 커피 체인점은 주로 일본 제품을 사용합니다. 한국산 말차파우더 또한 프리미엄 제품으로 알려져 있으나, 가격이 저렴하지 않기 때문에 주로 가정에서 사용합니다. 대부분의 커피전문점이 저렴한 가격 때문에 중국산 말차파우더를 사용하는 것으로 보입니다.

Q. 공급업체를 고를 때 고려하는 사항은 무엇인가요?

공급자를 고를 때 가장 먼저 고려하는 점은 바로 제품의 품질입니다. 다만, 러시아 시장에서 한국산 제품의 수요는 확실하지 않습니다. 다음으로 고려할 점은 납품일입니다. 고객들의 가장 중요한 요구사항이 납품일자를 잘 지키는 것이기 때문입니다. 가격 또한 중요한 고려사항입니다. 러시아 고객들은 비싼 말차 제품을 사려고 하지 않을 것입니다. 말차가 점점 유명해지고는 있지만, 커피에 비하면 그 인기가 매우 높다고 할 수는 없기 때문입니다.

Q. 품질이 좋은 제품의 가격은 어떻게 설정해야 할까요?

제품의 가격에 영향을 미치는 사항은 매우 많습니다. 먼저, 제품의 원산지입니다. 대체로 일본산 말차파우더는 중국산 말차파우더보다 비쌉니다. 품질과 패키징 종류 또한 가격에 큰 영향을 미칩니다. 예를 들면, 포일 봉지에 포장된 일본산 말차파우더 200그램이 소매가 기준 4,300루블(약 6만 6,478원)⁴¹⁾이고, 플라스틱 통으로 포장된 일본산 말차파우더 40그램이 소매가 기준 44달러(약 4만 9,698원)⁴²⁾입니다.

41) 1루블=15.46원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

42) 1달러=1,129.50원(2021.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 추천하는 제품 패키징 종류가 있나요?

우리는 다양한 패키징의 말차파우더를 유통합니다. 가장 일반적인 형태는 종이 상자 안에 비닐백이 든 형태로, 200~250그램 정도의 용량입니다. 또한, 가정용으로 사용하거나 소비자들에게 음료를 파는 소매업자들에게는 플라스틱 통이 인기가 많습니다. 또 다른 인기 있는 패키징 종류는 포일 봉지에 포장된 350~500그램 용량의 제품입니다.

Q. 추천하는 제품 용량이 있나요?

가정에서 음료나 디저트를 만드는 데에 말차파우더를 사용하는 사람들은 보통 적은 용량을 선호합니다. 말차 디저트가 아직 러시아에서 크게 유행하지 않고 현지에서 말차파우더를 이용한 요리가 아직 흔하지 않기 때문이라고 생각합니다. 특히, 음료를 만드는 데에는 많은 양의 말차파우더가 필요하지 않기 때문에 가격이 합리적이라면 사람들은 보통 1~2개의 제품을 구매합니다.

Q. 한국산 고품질 말차파우더 유통에 관심이 있나요?

현재로서는 확실히 대답하기 어렵지만, 고객에게 더욱 다양한 선택의 폭을 제공할 수 있다는 면에서는 한국산 말차파우더 유통에 대해 긍정적으로 생각합니다. 하지만 한국산 제품에 대한 공급이나 수요가 많을지 확신할 수는 없습니다.

Interview ② 티(Tea.ru)

43)

티
(Tea.ru)

유통업체

담당자 정보

Manager

TEA.ru

티(Tea.ru)
Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

티는 2017년 설립된 유통업체로, 러시아 모스크바에 본사가 있습니다. 현재 온라인 홈페이지와 오프라인 매장을 모두 운영하고 있으며, 커피, 차, 주방용품, 가정용품 등의 제품을 취급하고 있습니다. 주로 일본, 중국, 인도에서 제품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 러시아에서 말차파우더의 수요는 어떠한가요?

러시아에서 말차가 매우 유명한 데에는 두 가지 이유가 있다고 생각합니다. 첫 번째는 말차가 스트레스를 해소하고 살을 빼는 데에 도움을 주는 등 건강에 좋은 영향을 미치기 때문입니다. 또 다른 이유는 소셜 미디어에 사진을 포스팅할 때 초록색 음료가 미관상 매우 좋아 보이기 때문입니다. 실제로 인스타그램에서 말차 음료를 포스팅하는 것이 트렌드가 되었고, 이로 인해서 말차 음료의 수요가 증가하였습니다. 다만, 건강상의 이점에도 불구하고 말차파우더의 인기는 젊은 사람들에게만 한정되는 것으로 보입니다. 러시아에서 인기 있는 말차파우더의 원산지는 인도, 영국, 일본, 그리고 중국입니다. 원산지 이외에도 가격, 맛, 그리고 패키징이 주요 고려사항이라고 생각합니다. 특히 소매업자들은 선반에 진열했을 때 손님들의 마음을 사로잡는 패키징을 선호합니다.

Q. 러시아에서 한국산 말차파우더의 수요나 평판은 어떠한가요?

러시아에서 한국산 제품보다 일본산이나 중국산 제품이 더 흔합니다. 한국 기업들은 러시아 시장에 그렇게 큰 관심이 없고, 러시아에서는 일본산이나 중국산 말차파우더에 대한 수요가 훨씬 더 높습니다. 한국산 제품은 소매 판매가 가능하며, 소비자들은 주로 가정용으로 한국산 말차파우더를 구매합니다. 이는 아시아 마켓이나 한국 온라인 상점에서 구매할 수 있습니다.

43) 사진자료: 티(Tea.ru) 홈페이지

Q. 음료 또는 베이커리 매장에 제품을 유통하고 있나요?

우리는 소매업자이면서 커피전문점에 제품을 납품하는 공급업자이기도 합니다. 커피전문점을 운영하는 사람들이 우리의 대형 고객입니다. 하지만 대부분이 커피와 디저트 모두 판매하는 매장을 운영하기 때문에, 커피전문점만 운영하는 고객과 베이커리만 운영하는 고객을 구분하기는 쉽지 않습니다. 러시아에서 말차를 이용한 디저트는 유명하지 않으며, 이는 보통 아시안 마켓이나 아시안 온라인 상점에서 구매할 수 있습니다.

Q. 러시아 소매업자들이 한국산 말차파우더에 관심이 있을까요?

한국산 말차파우더의 가격이 합리적이라면 그들도 관심을 가질 것이라고 생각합니다. 다만, 한국산 제품은 비교적 비싸고 러시아 고객들은 일본산 제품의 품질이 더 좋다고 생각하기 때문에 상점들이 한국산 제품을 거의 판매하지 않습니다. 하지만 좋은 가격에 납품하는 것을 제안한다면 소매업자들도 관심을 보일 것이라고 생각합니다. 지역적으로는 모스크바나 상트페테르부르크가 가장 좋다고 생각합니다. 블라디보스토크나 사할린에도 아시아인이 많이 살기 때문에 추천합니다.

Q. 한국산 말차파우더를 취급해 본 적이 있나요?

한국 기업과 직접 거래해본 적은 없지만, 이전에 거래를 제안받은 경험이 있습니다. 러시아인들은 일본산 말차파우더가 가격이 높은 프리미엄 제품이라고 생각합니다. 다만, 많은 커피 체인점들이 저렴한 중국산 말차파우더를 사용합니다. 한국산 말차파우더가 고품질이면서 일본산 제품보다 가격이 낮다면 수요가 충분히 생길 것이라고 예상합니다. 또한, 유명하지는 않지만 블루 말차파우더를 판매하는 상점들도 있습니다.

Q. 공급업체를 고를 때 고려하는 사항은 무엇인가요?

가격은 공급업체를 선택할 때 최우선으로 고려하는 사항들 중 하나입니다. 이전에 한국산 말차파우더 수입을 제안받은 적이 있지만, 가격대가 너무 높아서 거래가 성사되지 않았습니다. 한국산 말차파우더가 일본산 말차파우더 만큼 가격이 높다면, 한국산 제품의 수요는 커지지 않을 것이라고 생각합니다.

Q. 품질이 좋은 제품의 가격은 어떻게 설정해야 할까요?

예시로, 러시아의 많은 상점에서 가장 인기가 많은 상품은 'Origami Tea'라는 일본산 말차파우더입니다. 이 제품은 40그램에 15달러 정도의 가격이 형성되어 있으며, 맛이 좋고 집에서 보관하기 편한 패키징 타입 때문에 인기가 많습니다.

Q. 추천하는 제품 패키징 종류가 있나요?

대다수의 고객들이 캔 형태의 패키징을 선호합니다. 이러한 타입이 패키징이 집이나 상점에서 보관하기 편리하기 때문입니다. 반면에, 플라스틱 통 패키징은 친환경적이지 않기 때문에 인기가 낮습니다. 비닐백은 많은 용량을 구매하는 고객들이 선호하지만, 보관하기에 불편하다는 단점이 있습니다. 또 다른 인기 있는 패키징 타입은 포일 봉지에 포장된 제품입니다. 포일 패키징은 비닐백에 비해 보관이 간편하다는 장점이 있습니다.

Q. 추천하는 제품 용량이 있나요?

온라인 홈페이지를 이용하는 소매업자들은 큰 단위로 주문하지 않습니다. 보통 300그램 또는 500그램의 제품 1-2개 정도를 주문합니다. 커피전문점이나 베이커리를 운영하는 고객들은 대량으로 10kg까지 구매하기도 합니다. 다만, 사업이나 매출의 규모에 따라 구매량도 천차만별입니다.

Q. 한국산 고품질 말차파우더 유통에 관심이 있나요?

한국산 말차파우더 유통에 앞서, 공급업체와의 의사소통과 가격, 품질 등의 제품 정보가 필요합니다. 또한, 해당 제품의 인증 취득 여부와 러시아에서의 유통 가능 여부도 알아야 합니다. 가장 중요한 고려사항은 고객의 수요가 있는가입니다. 좋은 품질의 제품을 좋은 가격에 제공할 수 있는지도 중요합니다.

Interview ③ 베스트 티(Best Tea)

44)

베스트 티
(Best Tea)

식품도매업체

담당자 정보

Wholesale Import
ManagerBest Tea
Нам 15 лет베스트 티(Best Tea)
Wholesale Import Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

베스트 티는 2006년 설립된 식품도매업체로, 현재 온라인 홈페이지와 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 본사는 러시아 모스크바에 있으며, 커피, 차, 디저트, 주방용품 등의 제품을 취급합니다. 주로 일본, 중국, 인도에서 제품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 음료 또는 베이커리 매장에 제품을 유통하고 있나요?

커피전문점이나 베이커리 매장을 운영하는 고객들이 있습니다. 그들은 다양한 국가에서 생산된 다양한 종류의 커피와 차를 구매하는 데에 관심이 많습니다. 이 고객들은 대체로 중국산 말차파우더를 구매하는 것으로 보입니다.

Q. 러시아 소매업자들이 한국산 말차파우더에 관심이 있을까요?

대형 고객들이 다른 국가의 제품보다 중국산 말차파우더를 선호하는 이유는 바로 저렴한 가격입니다. 프리미엄 제품과 저렴한 제품의 차이는 분명하지만, 그들은 사업을 위해 저렴한 중국산 제품을 선택합니다. 따라서 한국산 말차파우더를 경쟁력 있는 가격에 공급한다면 소매업자들도 관심을 보일 것입니다.

Q. 공급업체를 고를 때 고려하는 사항은 무엇인가요?

일본산 말차파우더와 중국산 말차파우더는 가격 면에서 큰 차이를 보이므로, 타겟 고객층을 정할 필요가 있습니다. 한국산 제품과 일본산 제품의 가격대가 같다면, 대형 고객이 한국산 제품을 구매할 가능성은 낮습니다. 많은 양을 구매하기에 너무 비싸고, 같은 가격에 일본산 제품을 구매할 수 있기 때문입니다. 반면에, 타겟을 소매업자로 잡는다면 판매량이나 매출이 적어진다는 단점이 있습니다.

Q. 러시아에서 말차파우더의 수요는 어떠한가요?

러시아 시장에는 프리미엄 잎차, 압축 및 가공 과정을 거친 차, 인공적인 향을 추가한 차, 허브 블렌드, 커피 등 다양한 종류의 음료가 있습니다. 주로 일본, 중국, 스리랑카, 또는 인도에서 수입한 제품들입니다. 러시아에서 말차는 새롭게 유행하는 제품입니다. 최근에는 커피전문점에서는 물론, 가정에서도 사용할 수 있는 파우더 믹스의 형태로도 판매되고 있습니다. 블루, 핑크, 레드, 그린, 파우더 믹스, 그리고 잎차 등 선택의 폭이 매우 넓습니다. 말차파우더는 특히 건강한 라이프스타일을 지향하는 사람들에게 인기가 좋습니다. 말차 음료는 맛뿐만 아니라 비주얼까지 소비자들의 마음을 사로잡고 있습니다. 사진으로 보기에 좋아 그 인기가 더욱 커지고 있습니다.

Q. 러시아에서 한국산 말차파우더의 수요나 평판은 어떠한가요?

러시아 시장에는 한국을 포함한 아시아 국가들의 제품이 점점 많아지고 있기 때문에 말차파우더를 포함한 한국 식품을 아시안 마트나 온라인 상점에서 구매하는 것은 어렵지 않습니다. 하지만, 현지 식당이나 커피전문점에서는 한국산 말차파우더를 거의 사용하지 않습니다. 한국산 제품은 대부분 한국인이나 아시아인 고객들이 구매합니다. 이미 시장에 진출해있는 중국 제조업체들이 많기 때문에 중국산 제품이 구매하기도 쉽고 가격대의 폭도 다양합니다. 반면 러시아에서 판매되고 있는 한국산 제품이 많지 않기 때문에 그 선택이 매우 제한적입니다.

Q. 한국산 말차파우더를 취급해 본 적이 있나요?

한국 기업으로부터 직접 말차파우더를 수입해본 적은 없지만, 현지 다른 유통업체를 통해 한국산 제품을 공급받아 판매한 경험은 있습니다. 하지만 기대한 만큼 매출이 크지 않아서 판매를 중지했습니다. 수입업체들은 반드시 제품에 필요한 인증을 모두 취득하였는지 그리고 러시아로 수입할 수 있는지를 고려해야 합니다. 면허가 없는 업체들은 시장에서 제품을 홍보하기가 매우 어렵기 때문에 많은 유통업체들이 이러한 기업과 거래를 하지 않기 때문입니다.

Q. 품질이 좋은 제품의 가격은 어떻게 설정해야 할까요?

말차파우더는 중간 정도의 가격대를 형성하고 있습니다. 중국산 인기 제품의 온라인 소매가는 500그램에 약 20달러(약 2만 2,590원)이고, 일본산 제품의 온라인 소매가가 100그램에 약 17달러(약 1만 9,201원)입니다. 중국산 말차파우더는 커피전문점이나 식당에 도매로 납품하는 경우가 많고, 일본산 말차파우더는 가정에서 음료나 디저트를 직접 만드는 고객을 위한 경우가 많습니다.

Q. 추천하는 제품 패키징 종류가 있나요?

러시아는 일반적으로 친환경 패키징과는 거리가 멉니다. 하지만 젊은 세대는 플라스틱을 사용하지 않는 패키징을 사용하려고 노력하고 있기 때문에, 친환경 포장을 가장 추천합니다. 또한, 말차 음료는 건강한 유기농 음료가 컨셉이므로 고객들은 종이 박스나 포일 봉지와 같은 유기농 패키징을 선호합니다.

Q. 추천하는 제품 용량이 있나요?

중국 제조업체 광후티(Guang Fu Tea) 제품은 러시아에서 가장 인기 있는 말차파우더 중 하나입니다. 대규모 사업체를 운영하는 고객들과 가정에서 제품을 사용하는 고객들 모두 이 제품을 선호합니다. 가정용으로 구매하는 고객들은 보통 500그램 용량의 제품 1개를 주문하고, 사업을 위해 구매하는 고객들은 사업체의 규모에 따라 다르지만, 평균적으로 약 6kg의 제품을 구매합니다.

Q. 한국산 고품질 말차파우더 유통에 관심이 있나요?

과거에 한국 말차 제조업체와 거래한 경험은 없지만, 앞으로의 가능성은 열어두고 싶습니다. 하지만 중국산 말차파우더와 비교할 때, 러시아에서 한국산 말차파우더에 대한 수요가 그리 높지는 않습니다.

러시아(Russia)

말차파우더 인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 말차파우더 수입·유통업체 ○
- 말차파우더 B2C 소매채널 ○

말차
파우더 ▶
취급

커피스테이트
(Coffee state)

수입·유통업체



말차파우더

티
(Tea.ru)

유통업체



말차파우더

베스트 티
(Best Tea)

식품도매업체



말차파우더

사진 자료: 커피스테이트, 티, 베스트 티 제품 판매 페이지

러시아(Russia)

말차파우더 수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	말차파우더 수요	한국산 제품 피드백	추천 패키징
커피스테이트 수입·유통업체	· 건강상의 이점과 아시아 문화의 유행으로 최근 인기가 많아짐	· 한국산 말차파우더가 많지 않은 편 · 일본산 또는 중국산 제품에 비해 수요가 낮은 편	· 종이상자 안에 비닐백이 든 패키징 · 포일봉지 또는 플라스틱 통
티 유통업체	· 건강에 좋다는 인식 · 소셜 미디어에 음료 사진을 포스팅하는 트렌드 · 젊은 사람들에게 한정된 인기	· 일본산 또는 중국산 제품에 비해 수요가 낮은 편 · 주로 가정에서 사용	· 캔 또는 포일봉지 · 비닐백도 인기가 있으나 보관이 어려움
베스트 티 식품도매업체	· 좋은 맛과 비주얼로 최근 새롭게 유행하는 제품 · 건강한 라이프스타일을 지향하는 사람들에게 인기	· 러시아 시장에 한국산 제품이 많지 않음 · 주로 아시안 마켓이나 온라인 상점에서 구매 · 가격 경쟁력이 필요	· 친환경 또는 유기농 패키징 · 종이박스, 포일봉지

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

IX. 시사점

Export Insights

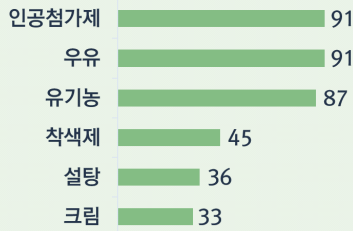
시장수요

러시아
녹차 시장,
한국의 약 3배



차(茶) 시장 내 '녹차' 점유율이 40%에 달하는 한국 시장과 달리, 러시아 시장은 '홍차' 점유율이 압도적이며(약 80%) 녹차 점유율은 약 12%에 불과함. 그러나 최근, 러시아 녹차 시장은 건강 및 웰니스 트렌드와 함께 그 규모가 성장 중이며, 특히 코로나19 기간 면역력 및 건강에 대한 인식이 증가함에 따라, 2019년 전년 대비 6%의 감소세를 극복하고 2020년 8% 반등함. 또한 러시아 녹차 시장규모는 2,601억 원으로, 한국의 약 3배에 달하는 거대 시장임

주의할 점은 중국산, 일본산, 현지산 제품 위주로 이미 시장이 형성되어 있으며, 원산지로 B2B, B2C 시장 내 어느 정도의 포지셔닝이 고착화되었다는 점임. 중국산 제품은 저렴한 가격으로 인해 주로 카페, 베이커리 등 B2B 시장에서 높은 수요를 보이며, 일본산 제품은 프리미엄으로 포지셔닝 되어 주로 가정용으로 소비됨. 인터뷰를 시행한 3개 수입유통업체 모두 한국산 제품은 품질 면에서 일본산보다 떨어지나, 가격은 비싸다는 인식을 보임. 이에 B2B 시장보다는 아시안, 한인 소비자 위주로 소량 가정용 소비가 이루어지고 있어, 이에 대한 대안이 필요함



러시아 온라인 쇼핑물 말차파우더 성분 키워드

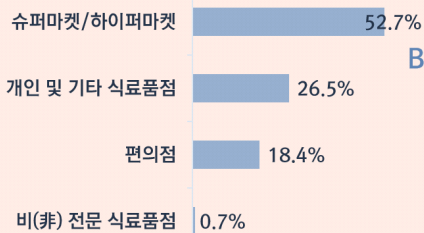
소비 특징

러시아 말차 성분
키워드,
인공첨가제와
유기농 빈출



온라인 쇼핑물에 판매되는 말차, 녹차파우더 523건을 분석한 결과, 주요 성분 키워드 중 '인공첨가제', '착색제'가 빈출함. 실제 제품 확인 결과 해당 성분 '무첨가' 제품이 대다수로, 건강 및 웰니스 트렌드와 함께 말차파우더의 천연 성분이 주요 구매 고려 요인임을 알 수 있음. 또한, '유기농' 키워드도 빈출하여 고객사 제품의 '유기농 차광가루녹차' 성분이 기회요인으로 작용할 것으로 예상됨

기타 키워드로 '우유', '인삼', '생강' 등이 빈출한 점도 주목할만함. '우유'의 경우 성분 외에도 '우유와 타먹는 말차' 등의 홍보 키워드로 사용됨. 한국과 달리 '인삼', '생강' 성분이 포함된 골드 킬리(Gold Kili) 제품이 베스트셀러로 확인되어 제품 성분 현지화 시 참고할 필요가 있음



러시아 차(茶)
유통채널 점유율

유통채널

B2B 유통 고려 시,
중국산 제품과
경쟁 필요



러시아 차(茶) 유통채널 점유율 확인 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율이 50% 이상으로 압도적이며, 다음으로 '개인 및 기타 식료품점', '편의점' 순으로 확인됨. 실제 오프라인 매장(모스크바 아즈부카 브쿠사, 글로버스)과 온라인 쇼핑물 판매 순위를 확인했을 때, 현지산, 일본산, 중국산, 모로코산 등 다양한 제품들이 판매 중이었으나 한국산 제품은 확인되지 않았음

수입유통업체 인터뷰에 의하면, 주로 일본산 제품이 프리미엄으로 인식되어 가정용으로 소비되며, 소포장 스틱 형태가 보편적임. B2B 유통의 경우 중국산 제품이 저렴한 가격으로 인해 높은 수요를 보며, 카페 및 베이커리 납품 원할 시 중국산 제품과의 가격 경쟁이 예상됨



Export Insights

수출 확대 전략

일본산 제품보다
높은 품질,
저렴한 가격으로
포지셔닝 필요



Point 01 포지셔닝 한국산 말차파우더 러시아 진출 시, B2C 시장은 일본산과의 경쟁이, B2B 시장은 중국산과의 경쟁이 예상됨. 카페 및 베이커리 유통 원할 시 가격 인하가 선행되어야 할 것으로 예상됨. 가격 인하가 불가할 경우 일본산 제품과 유사하거나 더 높은 퀄리티, 더 낮은 가격을 셀링포인트로 선정하여 B2C 시장 점유율을 늘려갈 필요가 있음. 현재로서는 러시아 거주 한인 및 아시아인 사이에서 소량으로 판매되고 있으므로, 러시아 소비자 대상 한국산 제품의 인지도와 신뢰를 쌓는 것이 매출 증대를 위해 선행되어야 할 것임

수출 확대 전략

20-40대 여성 타겟,
트렌디한 패키징 추천



Point 02 디자인 B2B 시장 진입 시 패키징의 중요성은 B2C 시장보다 낮을 것으로 예상되나, B2C 시장 진입을 고려한다면 타겟층에 맞는 패키징 및 디자인 현지화가 필요함. 말차파우더의 주요 소비자는 건강 및 피부미용에 관심이 많은 20-40대로, SNS를 통해 말차파우더의 이쁜 색감을 전시하는 소비트렌드를 보임. 또한, 가정용으로 소비할 시 스틱 형태의 소포장 제품이 종이 박스 안에 담긴 패키징을 선호함. 성분 관련, '유기농' 제품에 대한 수요가 증가 중이나, 고객사 제품의 '백설탕' 함유에 대해 부정적인 인식이 있을 수 있어 주의가 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Russia», 2021.01
2. 푸드시티(www.foodcity.ru), 「ПРОДУКТЫ ИЗ «ФУД СИТИ» БУДУТ ДОСТАВЛЯТЬ «СБЕРМАРКЕТ»», 2020.12
3. 알티뉴스(www.rt.com), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce», 2021
4. 마켓오퍼튜니티(www.marketopportunities.fi), 「Demand for organic, ecological and vegetarian/vegan food in Russia», 2021
5. 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia», 2021
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Retailing in Russia Country Report», 2021.02
7. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Russia Country Report», 2021.02
8. 농림축산식품부 및 한국농수산식품유통공사, 「농식품 신북방시장 진출가이드 러시아», 2020
9. 식품의약품안전처, 「식품의 농약 잔류허용기준», 2016.10
10. 농식품수출정보, 「러시아, 유제품 라벨링 의무화 실시», 2021.06
11. KOTRA 해외시장뉴스, 「러시아 국제포장전시회 'RosUpack' 참관기», 2021.07
12. 농식품수출정보, 「[러시아] 5월 수입제도 모니터링», 2016.06
13. 식품의약품안전처, 「러시아 및 카자흐스탄 수입식품관리 및 기준규격 체계», 2016.05
14. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 029/2012 Safety requirements of food additives, flavorings and processing aids», 2012
15. 유라시아 관세동맹(Eurasian Economic Union), 「TR-CU 022/2011 Food Products Labeling», 2012

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 유로모니터(Euromonitor) (euromonitor.com)
5. 오존(Ozon) (www.ozon.ru)
6. 오케이도스타프카(Okeydostavka) (okeydostavka.ru)
7. 글로버스(Globus) (online.globus.ru)
8. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
9. 옥시스(Aucxis) 홈페이지 (<https://www.aucxis.com/en>)
10. 푸드시티(Foodcity) 홈페이지 (<https://foodcity.ru/>)
11. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
12. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
13. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
14. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
15. 오상(Auchan) (www.auchan.ru)
16. 위키데이터(Wikidata) (www.wikidata.com)
17. 에코마켓(Ekomarket) (www.eko-market.ru)
18. 브쿠스빌(Vkusvill) (www.vkusvill.ru)
19. 식품안전정보원 글로벌 식품법령기준규격정보시스템 (www.foodlaw.foodinfo.or.kr)
20. 통합무역정보서비스 국가별 통관절차(www.tradenavi.or.kr)
21. 식품의약품안전처 국가별 규제정보 목록(www.mfds.go.kr)
22. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
23. 유라시아 경제위원회(EEC) (www.eurasiancommission.org)
24. 미국 농무부 해외식품서비스(USDA FAS) (www.fsis.usda.gov)
25. 러시아 연방세관(Federal Customs Service) (customs.ru)
26. 커피스테이트(Coffee State) 홈페이지 (www.coffeestate.ru)
27. 티(Tea.ru) 홈페이지 (www.tea.ru)
28. 베스트 티(Best Tea) 홈페이지 (www.besttea.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.08.27

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea