



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-38
품목 | 알로에음료(Aloe Drinks)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 러시아(Russia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 러시아 주스 시장규모	06
2. 러시아 저농도 주스 시장규모	07
3. 러시아 주스 시장점유율	08
4. 러시아 알로에음료 수입규모	09
5. 한국 알로에음료 수출규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 러시아 알로에음료 시장, 한국 브랜드 강세	13
2. 다양한 맛 출시되는 러시아 알로에음료 시장	14
3. 러시아 알로에음료 패키징 형태, '240ml' 1위	15
4. 러시아 알로에음료, 건강 키워드 중심 홍보	16
5. 러시아 알로에음료 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 러시아 알로에음료 유통채널 비교	19
2. 러시아 알로에음료 유통채널 특징	20

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 알로에음료 주요 온라인 유통채널	25
2. 러시아 알로에음료 주요 오프라인 유통채널	29

VI. 진입장벽

1. 러시아 알로에음료 통관 및 검역 절차	38
2. 러시아 알로에음료 품질 인증	40
3. 러시아 알로에음료 라벨링	42
4. 러시아 알로에음료 성분 및 유해물질	47

VII. 수입·유통업체 인터뷰

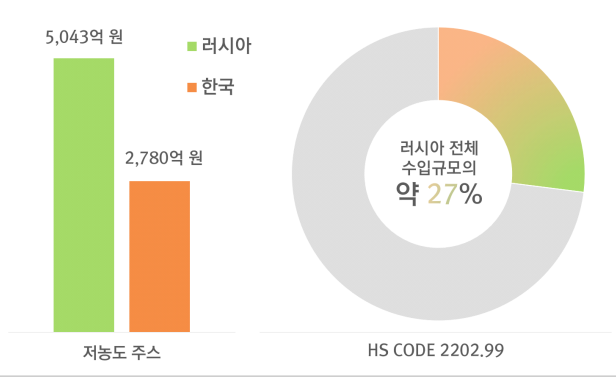
Interview ① 코르샵(Коршоп)	52
Interview ② 사쿠람(Саккурал)	54
Interview ③ 코롭트(Коропт)	56

VIII. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----

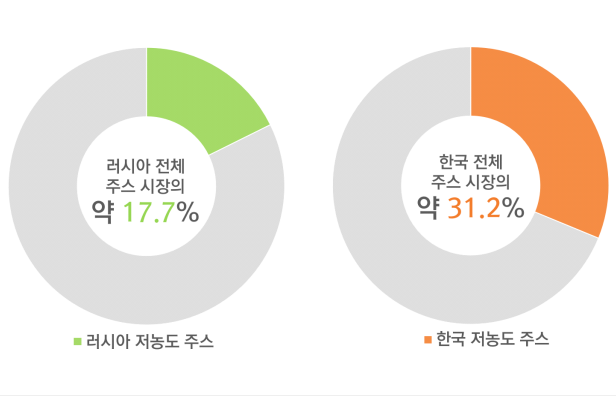
Summary

■ 수요 분석



	러시아	한국
주스 시장규모	2.8조 원	8,910억 원
저농도 주스 시장규모	5,043억 원	2,780억 원
수입액	291억 원	27%
점유율		
러시아 對한국 HS CODE 2202.99 수입 현황		

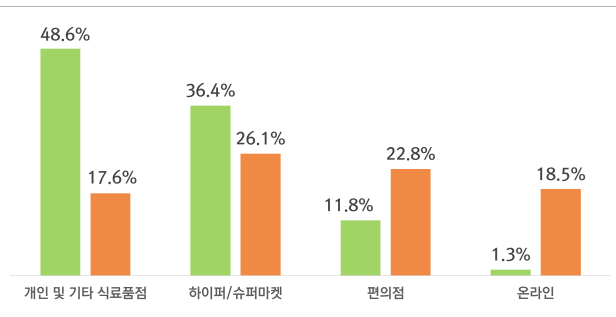
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	• 모스크바 위치 글로벌에서 다양한 한국 브랜드의 알로에 음료 취급 중. 주요 브랜드는 롯데, 프루팅, 문베리, 팔도
드럭스토어	• 러시아 주요 드럭스토어, 닥터스톨토브와 36,6파마시
온라인	• 주요 온라인 쇼핑몰 '오존', '와일드베리스' 내 롯데, 삼히타, 프루팅, 문베리 등 다양한 알로에 음료 판매 중

■ 진입장벽

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

■ 수입·유통업체 평가

수요	• 알로에 음료는 판매량이 높은 음료 중 하나이며 러시아 외 CIS 국가에서도 수요 높음
제품 피드백	• 롯데 알로에 음료와 비슷한 가격 • 대부분 페트병으로 판매
수출 조언	• 오리지널과 망고 맛이 시장성 가장 높음

■ 요약

Point 01.	• 최근 건강에 대한 관심 증가하며 탄산음료의 대체제로 러시아 내 저농도 주스 선호도 증가 • 알로에음료는 판매량이 높은 음료 중 하나이며 러시아 대형 하이퍼/슈퍼마켓에 다수의 한국 브랜드가 입점했을 만큼 대중적인 음료로 자리잡음
Point 02.	• 한국 브랜드는 물론 현지 브랜드 제품들도 다수 판매되고 있어 차별화가 중요 • 오리지널맛, 망고맛이 가장 대중적일 것으로 예상되며 이 외에 현지인의 입맛에 맞는 색다른 플레이버 제품 출시 필요

II. 시장규모

1. 러시아 주스 시장규모
2. 러시아 저농도 주스 시장규모
3. 러시아 주스 시장점유율
4. 러시아 알로에음료 수입규모
5. 한국 알로에음료 수출규모

1. 러시아 주스 시장규모

러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만km ²
인구	1억 4,681만 명
GDP	1조 4,736억 달러
1인당 GDP	10,037달러

▶ 러시아 주스 시장규모 약 2.8조 원, 한국의 3.2배 규모

2020년 기준 러시아 주스 시장규모는 약 2.8조 원으로, 약 8,910억 원을 기록한 한국 시장의 약 3.2배 규모로 집계됨. 지난 5년(2016-20년) 중 전년 대비 시장규모가 3% 성장했던 2019년을 제외하고 매년 전년 대비 시장규모가 위축되면서, 해당 기간 연평균성장률은 1% 감소세를 기록함

▶ 러시아 주스 시장, 향후 5년간 연평균성장률 3% 전망

코로나 19의 여파로 주스가 천연 건강식품으로 각광 받으면서 면역 강화 효과가 있는 제품에 대한 수요가 증가함에 따라, 러시아 주스 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 3%씩 성장해 2025년에 약 3.3조 원 규모에 이를 것으로 보임²⁾³⁾

[표 2.1] 러시아 '주스' 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '알로에음료'는 알로에 펄프가 함유된 과즙 함량 24% 이하의 저농도 주스 제품임. 이에 제품의 종류(주스)를 기준으로 '저농도 주스' 시장과 상위시장인 '주스'의 시장규모를 조사함

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

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1루블=16.48원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 러시아 저농도 주스 시장규모

▶ 러시아 저농도 주스 시장규모 약 5,043억 원, 한국의 약 1.8배

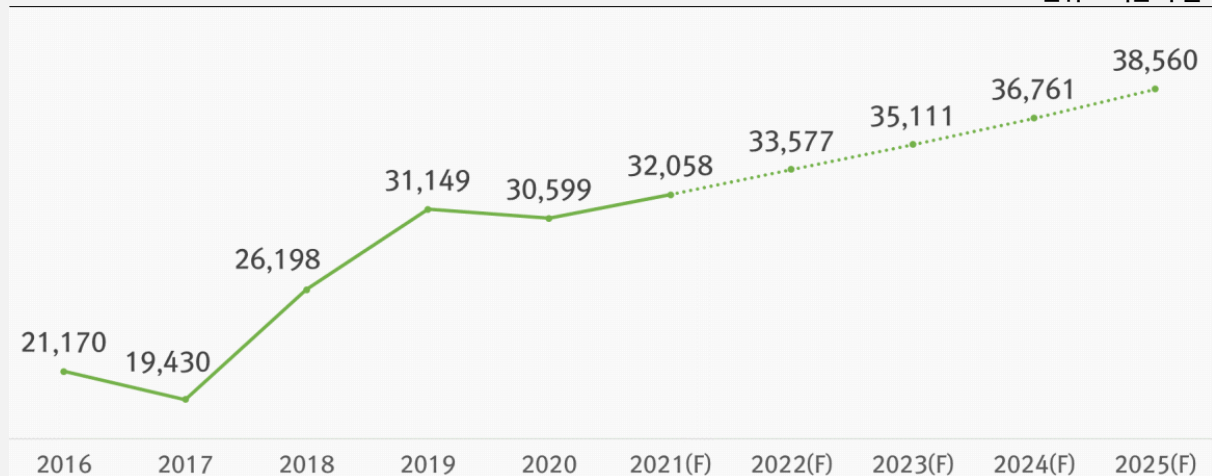
2020년 기준 러시아 저농도 주스 시장규모는 약 5,043억 원으로, 약 2,780억 원을 기록한 한국의 약 1.8배 규모인 것으로 확인됨. 러시아 저농도 주스 시장은 2017년에 전년 대비 8% 위축된 이후 2018-19년 동안 두 자릿수 성장률을 기록했으나, 2020년에 전년 대비 2% 소폭 줄어들며 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 10%를 기록함

▶ 러시아 저농도 주스 시장, 향후 5년간 연평균성장률 5% 관측

러시아 저농도 주스 시장은 향후 5년간 연평균 5%씩 성장해 2025년에 6,355억 원 규모에 이를 것으로 관측됨

[표 2.2] 러시아 '저농도 주스' 시장규모⁷⁾

단위 : 백만 루블



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
저농도 주스	21,170	19,430	26,198	31,149	30,599	10%
(한화추정액)	(3,489억 원)	(3,202억 원)	(4,317억 원)	(5,133억 원)	(5,043억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
저농도 주스	32,058	33,577	35,111	36,761	38,560	5%
(한화추정액)	(5,283억 원)	(5,533억 원)	(5,786억 원)	(6,058억 원)	(6,355억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 러시아 주스 시장점유율

▶ 러시아, '저농도 주스' 시장점유율 17.7%로 한국 대비 낮음

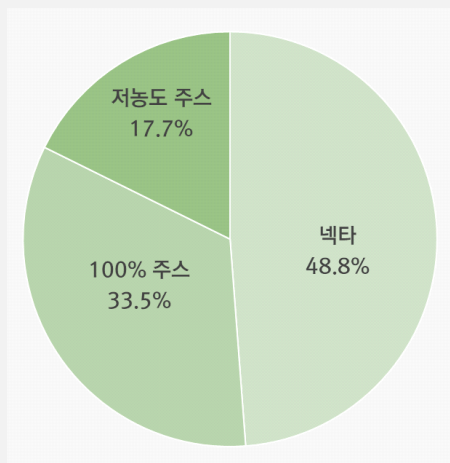
러시아 주스(약 2.8조 원) 세부 시장과 한국 주스(약 8,910억 원) 세부 시장을 비교했을 때, '저농도 주스'의 점유율은 한국(31.2%) 대비 러시아(17.7%)에서 낮은 것으로 확인됨. 한국에서는 '100% 주스' 제품의 점유율이 과반 이상을 차지하며 가장 높았던 반면 러시아에서는 '넥타(48.8%)', '100% 주스(33.5%)', '저농도 주스' 순으로 비중이 높았음⁸⁾

코로나 19로 인하여 건강에 대한 관심이 높아지면서 면역력 강화를 위해 비타민C 등 영양소가 함유된 제품이 각광을 받고 있음. 동시에 러시아 루블화 약세와 코로나19 확산 차단 조치로 인하여 소비자들의 가격 민감성이 상당히 높아지면서, 100% 주스 대신 보다 저렴한 넥타 및 저농도 주스를 찾는 경향이 나타나고 있음⁹⁾

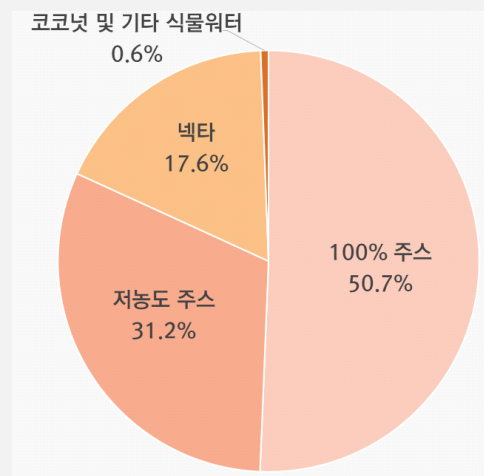
[표 2.3] 2020년 러시아, 한국 '주스' 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)

러시아 주스 세부 시장



한국 주스 세부 시장



분류	주스			
	100% 주스	저농도 주스	넥타	코코넛 및 기타 식물워터
러시아	33.5	17.7	48.8	-
한국	50.7	31.2	17.6	0.6

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 러시아 주스 시장(약 2.8조 원)과 한국 주스 시장(약 8,910억 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 'Juice in Russia', 2021.01

10) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 러시아 알로에음료 수입규모

HS CODE 2202.99

조사대상 '알로에음료'는 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)'로 규정된 제2202호에 속하며, 이에 '기타'에 해당하는 HS CODE 2202.99를 지표로 선정함

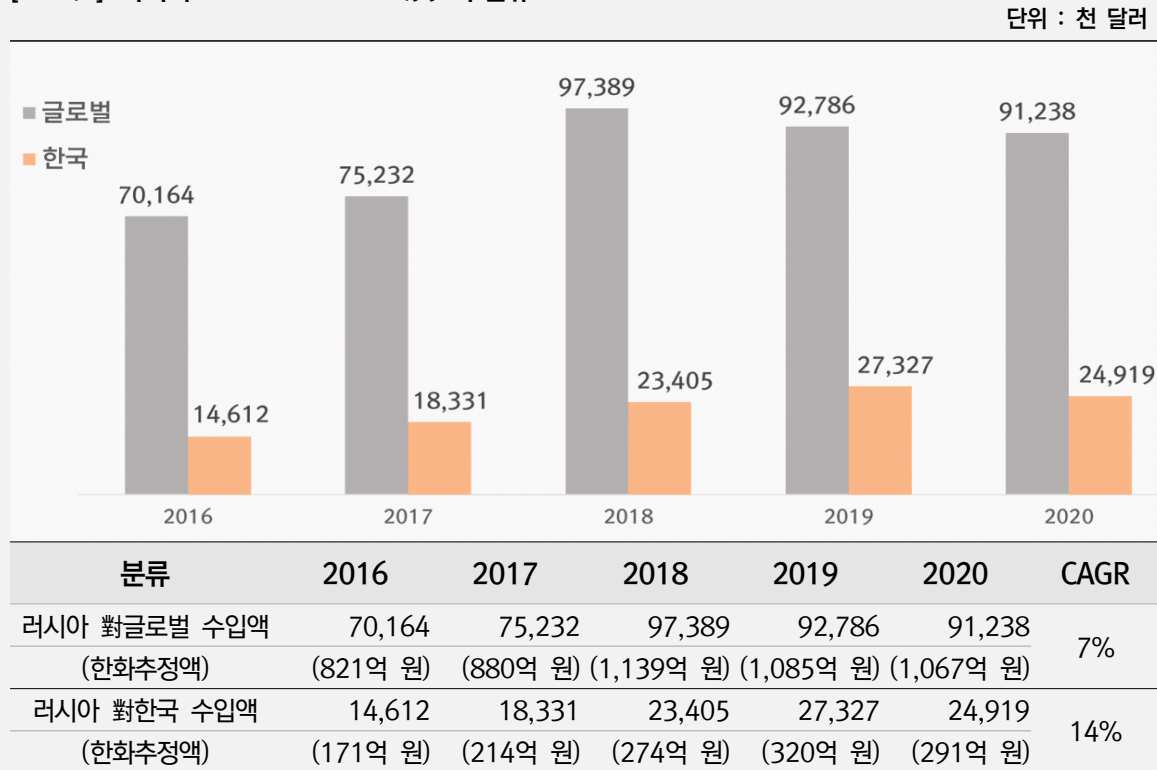
▶ 러시아 HS CODE 2202.99 對글로벌 수입액, 약 1,067억 원

2020년 기준 러시아 HS CODE 2202.99 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 2% 감소한 약 1,067억 원을 기록함. 對글로벌 수입액은 2017-18년 동안 전년 대비 증가세를 보였으나 이후 2019-20년 동안 전년 대비 한 자릿수의 감소세를 보이며 연평균성장률은 7%로 집계됨

▶ 러시아 HS CODE 2202.99 수입액 중 한국 점유율 1위

2020년 기준 러시아 HS CODE 2202.99 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 9% 감소한 약 291억 원으로, 점유율 27%를 기록해 1위로 집계됨. 앞서 4년(2016-19년)간은 두 자릿수의 증가세를 보여 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 14%를 기록함. 글로벌 수입액 점유율 기준 2위 네덜란드(약 127억 원, 12%), 3위 독일(약 126억 원, 12%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2202.99 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.99 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,169.60원(2021.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5. 한국 알로에음료 수출규모

HS CODE 2202.99-9000

조사제품 '알로에음료'에 해당하는 HS CODE 2202.99-9000 (알로에음료)의 한국 對글로벌, 對러시아 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 5%

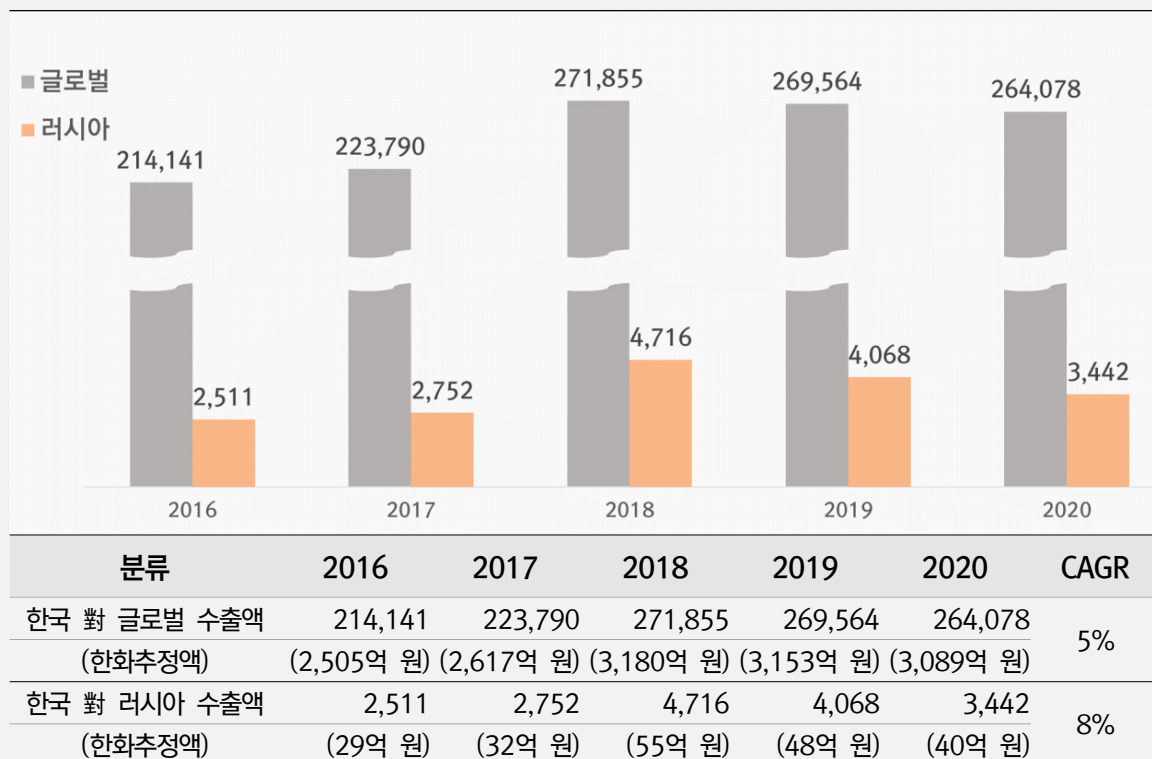
2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對글로벌 수출액은 3,089억 원으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수출액의 연평균성장률은 5%로 확인됨

▶ 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출액, 對러시아 점유율 14위

2020년 기준 한국 HS CODE 2202.99-9000 품목의 對러시아 수출액은 40억 원으로, 점유율 1%로 14위를 기록함. 對러시아 수출액은 2018년에 전년 대비 71% 급증한 이후 2019-20년에 각각 전년 대비 14%, 15% 감소하며 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 對글로벌 수출액을 웃도는 8%를 기록함. 점유율 기준 1위 미국(약 851억 원, 28%), 2위 중국(약 626억 원, 20%), 3위 베트남(약 368억 원, 12%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 한국 HS CODE 2202.99-9000 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2202.99-9000 기준

14) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 러시아 알로에음료 시장, 한국 브랜드 강세
2. 다양한 맛 출시되는 러시아 알로에음료 시장
3. 러시아 알로에음료 패키징 형태, '240ml' 1위
4. 러시아 알로에음료, 건강 키워드 중심 홍보
5. 러시아 알로에음료 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 알로에음료 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 알로에 베라(алоэ вера)
- 데이터 수집량 : 146건
- 데이터 수집원 : 러시아 온라인매장

▶ 러시아 온라인매장 입점 알로에음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁 브랜드 ② 성분 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/러시아어)		빈도	키워드 (국문/러시아어)		빈도
경쟁 브랜드	롯데	Lotte	48	문베리	Moonberry	3
	삼히타	Самхита	13	뉴스타일	New Style	2
	프루팅	Fruiting	9	폰테	Fonte	1
	알로에큐어	Alocure	3	(-)	(-)	(-)
성분	망고	манго	21	수박	арбузный	7
	키위	киви	12	오렌지	апельсин	7
	딸기	клубника	11	복숭아	персика	3
	사과	яблочный	11	석류	гранатовым	2
	파인애플	ананас	11	코코넛	кокосового	2
	체리	вишня	9	구아바	гуава	1
패키징	240ml	240 мл	28	200ml	200 мл	16
	500ml	500мл	26	캔	банок	8
	플라스틱 병	пластиковая	22	유리 병	стеклянная	5
홍보문구	무알콜	без алкогольный	44	건강	здоровье	14
	재충전	освежающий	39	면역	иммунитета	12
	정화	очищению	21	무가당	без сахара	12
	장	кишечника	18	질병	заболеваний	9

1. 러시아 알로에 베라 시장, 한국 브랜드 강세

▶ 한국 제조사 제품 키워드 빈출 수 상위권

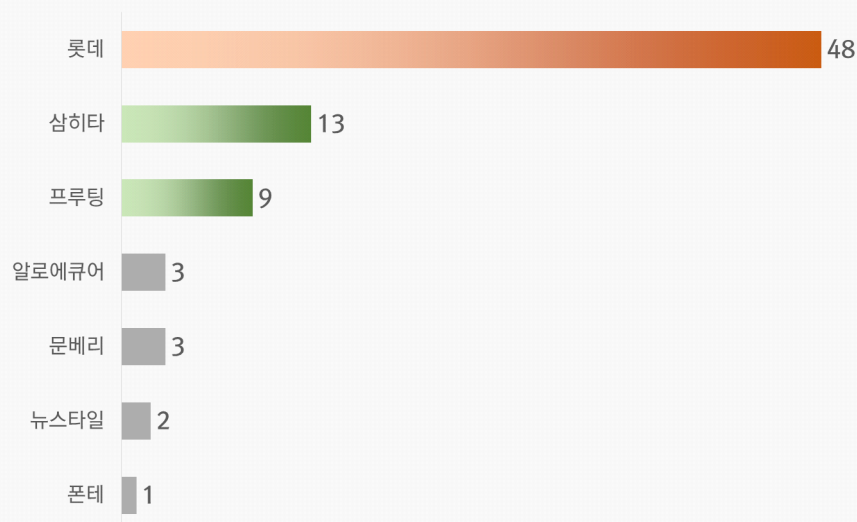
- ‘롯데’ 브랜드 키워드 빈출 수 48건으로 1위
- 키워드 빈출 수 3위(9건) ‘프루팅’, 한국 기업 ‘해태’에서 제조

▶ 건강음료로 주목받는 ‘삼히타’ 알로에 원액

- ‘삼히타’ 브랜드 키워드 빈출 수 13건으로 2위
- 원액 제품으로 물이나 주스에 희석하여 섭취할 것을 권장

1위 롯데		2위 삼히타		3위 프루팅	
					
제품명	알로에 베라 오리지널	제품명	천연 알로에 베라 주스	제품명	프루팅 알로에 주스
브랜드	롯데(Lotte)	브랜드	삼히타(Samhita)	브랜드	프루팅(Fruiting)
가격	240ml / P66(1,088원) ¹⁶⁾	가격	200ml/P275(4,532원)	가격	430ml/P99(1,632원)

[표 3.1] 러시아 알로에음료 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘알로에음료’ 관련 게시물 146건 분석

16) 1루블=16.48원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 다양한 맛 출시되는 러시아 알로에 베라 시장

▶ 알로에 베라 음료 맛, ‘망고’ 1위

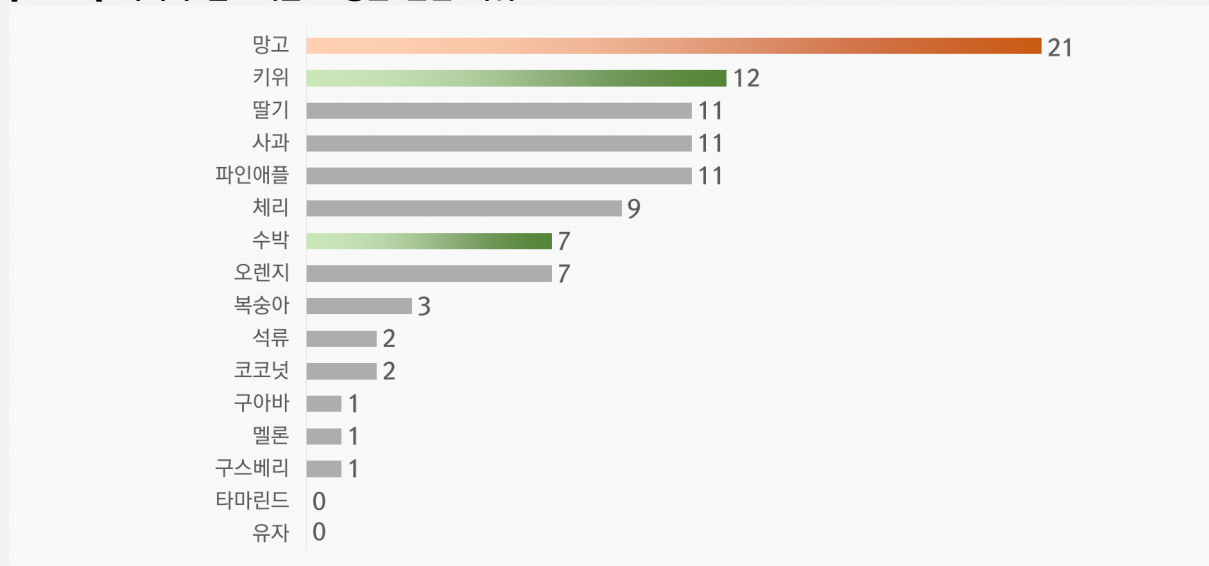
- ‘망고’ 성분 관련 키워드 빈출 수 21건으로 1위
- 2위는 키워드 빈출 수 12건인 ‘키위’ 맛
- 원문 추적 결과, 러시아 소비자 다양한 맛의 알로에 펄프 음료 소비

▶ 고객사 제품 중 ‘타마린드’, ‘유자’ 맛 키워드 빈도 0건

- ‘구아바’, ‘코코넛’ 맛도 검색 결과 3건 미만으로 하위권
- ‘사과’, ‘체리’, ‘수박’ 등 고객사 미출시 맛 상위권 분포

1위 망고		2위 키위		7위 수박	
					
제품명	문베리 알로에 베라 망고맛	제품명	알로에 베라 골드키위	제품명	알로에 주스 수박맛
브랜드	문베리(Moonberry)	브랜드	OKF	브랜드	도브리(Dobry)
가격	1.5L/₩93(1,533원)	가격	500ml/₩159(2,620원)	가격	450ml/₩55(906원)

[표 3.2] 러시아 알로에음료 성분 관련 키워드



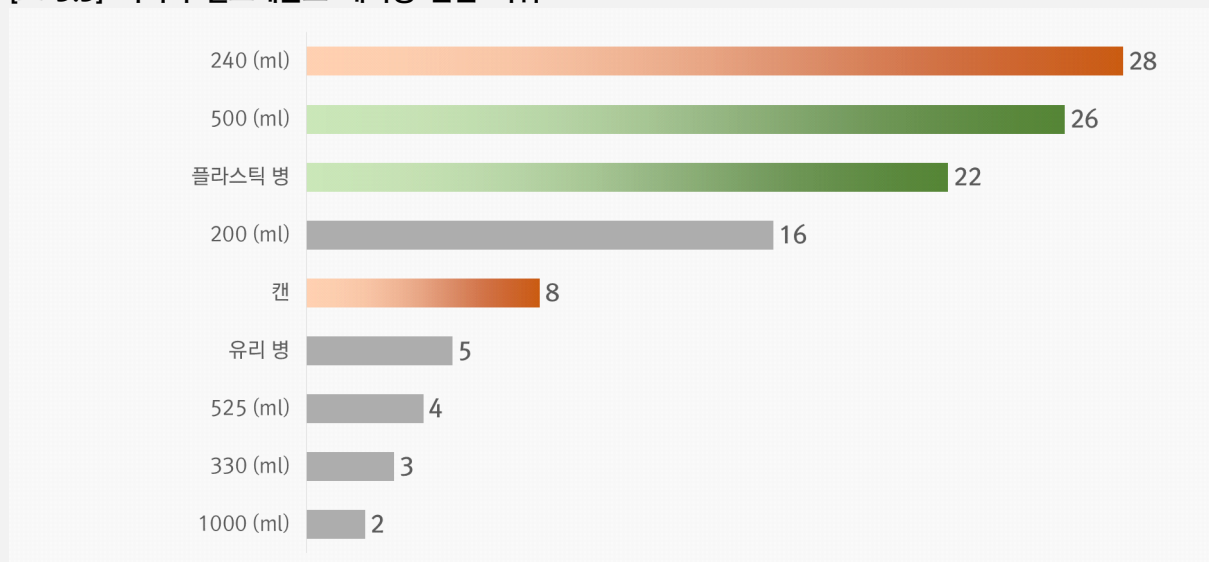
자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘알로에음료’ 관련 게시물 146건 분석

3. 러시아 알로에 베라 패키징 형태, '240ml' 1위

- ▶ '240ml' 용량의 알루마늄 '캔' 패키징 각각 1위, 5위
 - '240ml' 패키징 관련 키워드 빈출 수 28건으로 1위
 - '캔' 키워드 빈출 5위(8건)로, 원문 추적 결과 대부분 한국 제조 제품
- ▶ '플라스틱 병'에 담긴 '500ml'도 다수 발견
 - '500ml' 빈출 수 26건(2위), '플라스틱 병' 빈출 수 22건(3위)
 - 속이 비치는 플라스틱 포장으로 알로에 펄프 강조
- ▶ '유리 병' · '200ml' 패키징 모두 삼히타 제품
 - '200ml' 빈출 수 16건(4위), '유리 병' 빈출 수 5건(6위)
 - 원문 추적 결과, 모두 갈색 유리병에 담긴 삼히타 제품

1위 240ml, 5위 캔		2위 500ml, 3위 플라스틱 병		4위 200ml, 6위 유리 병	
					
제품명	알로에 베라 석류맛	제품명	엘로아 맥스 오리지널	제품명	삼히타 알로에 베라 강황과 암바 맛
용량	240ml	용량	500ml	용량	200ml
가격	₩46(758원)	가격	₩145(2,390원)	가격	₩292(4,812원)

[표 3.3] 러시아 알로에음료 패키징 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 '알로에음료' 관련 게시물 146건 분석

4. 러시아 알로에 베라, 건강 키워드 중심 홍보

▶ 홍보문구 관련 키워드 빈출 수 1위, ‘무알콜’

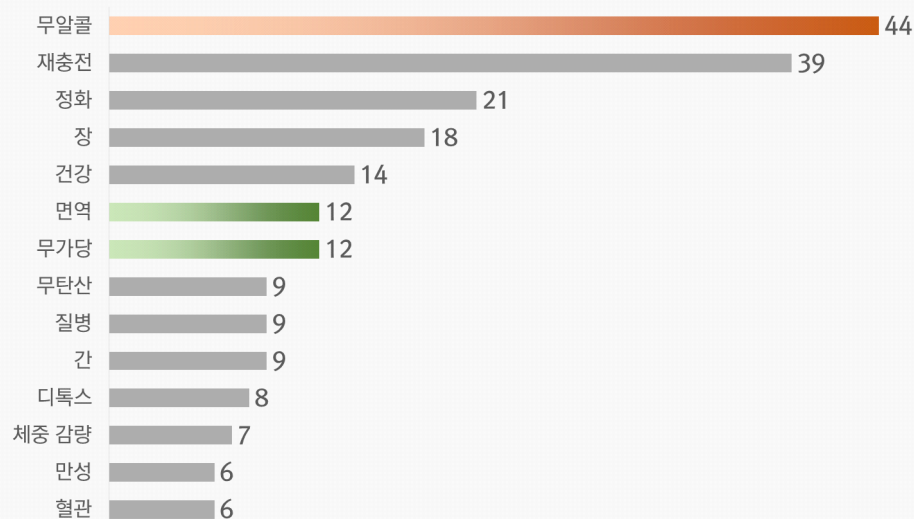
- ‘무알콜’ 키워드 빈출 수 44건으로 빈출 키워드 1위
- 빈출 수 12건 ‘무가당’ · 9건 ‘무탄산’ 등 천연 건강 음료 강조

▶ ‘정화’ ‘면역’ ‘디톡스’, 건강 관련 키워드 다수 등장

- ‘정화’ 빈출 수 21건, ‘면역’ 빈출 수 12건 등 건강 키워드 다량 빈출
- 원문 추적 결과, 알로에의 효능으로 ‘장, 혈관 등을 정화하여 만성 질병을 개선하고, 디톡스를 통해 체중 감량 효과’를 홍보

1위 무알콜		6위 면역		7위 무가당	
					
제품명	알로에 베라 음료	제품명	100% 알로에 베라 주스	제품명	무설탕 알로에 베라
브랜드	삼진(Samjin)	브랜드	라스 코로나(Las coronas)	브랜드	티베트 알로에(Tibet Aloe)
가격	500ml/₩163(2,686원)	가격	1,000ml/₩2,000(32,960원)	가격	525ml/₩110(1,813원)

[표 3.4] 러시아 알로에음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘알로에음료’ 관련 게시글 146건 분석

5. 러시아 알로에음료 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 상쾌하게 즐기는 무알콜 비스비타 알로에음료

- 홍보문구 1위 '무알콜' 활용
- 무알콜 음료를 선호하는 러시아 소비자 공략

▶ 컨셉 ② _ 천연 알로에로 면역 효능 높은 비스비타 알로에음료

- 홍보문구 6위인 '면역' 활용
- 건강을 위해 알로에 음료를 섭취하는 러시아 소비자에게 어필

▶ 컨셉 ③ _ 새로운 맛 신선한 맛, 비스비타 알로에음료 구아바 맛

- 고객사 제품 중 시장 점유율 낮은 '구아바' 맛 활용
- 다양한 맛의 알로에 음료 포진한 러시아 시장에서 차별화 전략

패키징	성분	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
플라스틱 병	(-)	무알콜	2건	→ [플라스틱 병]에 담아 상쾌하게 즐기는 [무알콜] 비스비타 알로에 베라
플라스틱 병	딸기	재충전	1건	→ [플라스틱 병]에 담긴 비스비타 알로에 베라 딸기 맛으로 신속하게 [재충전]
500 (ml)	(-)	정화	1건	→ 천연 알로에 펄프 함유한 [500ml] 비스비타 알로에 베라로 간편하게 내 몸 [정화]
500 (ml)	(-)	면역	1건	→ [면역] 효능 탁월한 천연 알로에 펄프가 들어간 비스비타 알로에 베라 [500ml]
플라스틱 병	구아바	(-)	1건	→ 새로운 맛으로 즐기는 비스비타 알로에 베라 [구아바] 맛 [플라스틱 병]

★ 결합 키워드 발생량 : 성분/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

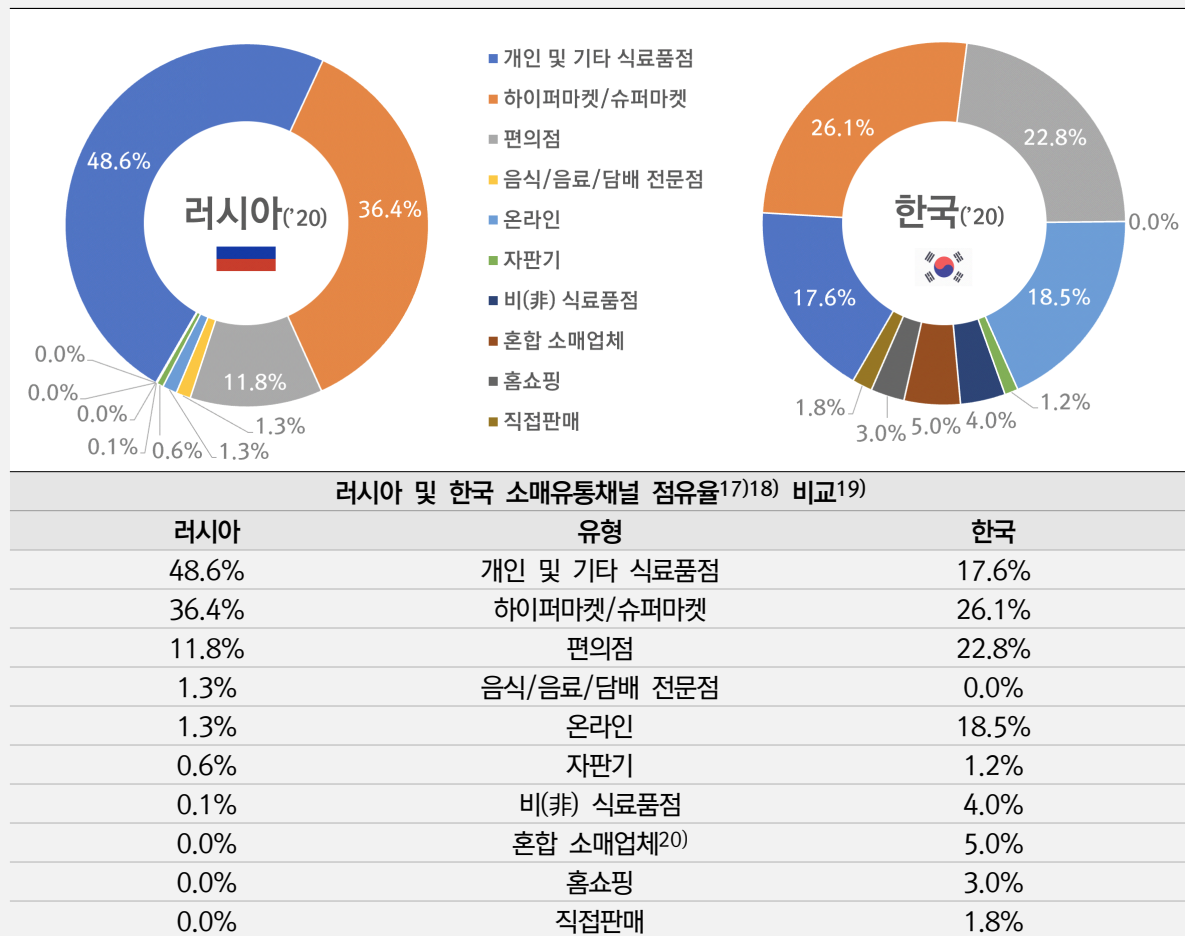
1. 러시아 알로에음료 유통채널 비교
2. 러시아 알로에음료 유통채널 특징

1. 러시아 알로에음료 유통채널 비교

▶ 러시아 ‘개인 및 기타 식료품점’ 및 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 러시아 ‘주스’ 유통채널 중 ‘개인 및 기타 식료품점’과 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 각각 48.6%와 36.4%를 차지하며, 두 채널 모두 한국(17.6%, 26.1%)대비 높은 점유율을 차지했음. 한국에서 러시아 대비 두드러졌던 유통채널은 ‘편의점’과 ‘온라인’으로, 각각 22.8%와 18.5%를 차지했으며 러시아(11.8%, 1.3%) 대비 약 10~15%p의 차이를 보임. 또한 러시아의 경우 점유율 상위 세 개 채널의 합이 96.8%를 차지하는 등 ‘주스’ 유통이 소수의 채널에 집중된 형태를 보였으나, 한국의 경우 ‘주스’ 유통이 이뤄지는 다양한 채널 중 ‘음식/음료/담배 전문점’을 제외하고는 모두 1% 이상의 점유율을 차지하여 ‘주스’ 유통의 양상이 러시아 대비 다각화되어 있는 것으로 나타남

[표 4.1] 러시아 알로에음료 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 러시아 및 한국 ‘주스(juice)’의 소매유통채널 점유율임

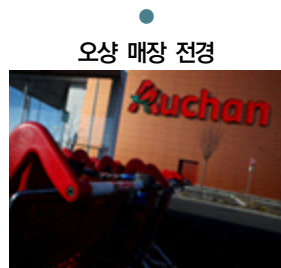
18) ‘알로에음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘주스(juice)’의 정보를 확인함

19) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

20) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 러시아 알로에음료 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



오상 매장 전경

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 92조 2,880억 원²¹⁾)의 16.3%를 점유함. 오상은 2020년 전체 매출액의 6.4%를 점유했으며, 산하에 오상시티(Auchan City), 라두가(Raduga) 등의 브랜드를 보유함

▶ 러시아 하이퍼마켓 오상, 본격적인 온라인 판매 진입²²⁾

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 3,172억 원)을 투자할 예정임. 더불어, 기존의 하이퍼마켓을 변해가는 소비자 취향에 맞추어 업그레이드하며 소규모 매장 활성화에 집중하고 있음

[표 4.2] 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²³⁾	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(O'key), 오케이익스프레스(O'keyExpress)
4	글로버스홀딩스 (Globus)	4.3%	글로버스 (Globus)
5	엑스파이브 (X5)	2.5%	카루셀(Karusel), 페레크레스토크(Perekrestok)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 1루블=16.48원(2021.11.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 로이터Reuters), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021

23) 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

러시아 주요 드럭스토어 업체
마그닛 매장 내부



사진자료: 마그닛

▶ 러시아 주요 드럭스토어 업체, 마그닛

러시아 주요 드럭스토어 업체 마그닛(Magnit)은 2020년 러시아 드럭스토어 전체 매출액 1조 7,413억 루블(약 28조 6,972억 원)의 6.8%를 점유했으며, 산하에 마그닛코스메틱(Magnit-kosmetik) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 리글라(Rigla)는 2020년 전체 매출액의 4.4%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함

▶ 온라인 소비시장 확대와 의무 전자 라벨링 제도의 영향²⁴⁾

코로나19의 경험으로 건강에 대한 전반적인 관심이 높아짐에 따라 드럭스토어 업계의 성장세는 지속될 것으로 예상됨. 다만 의약품 및 건강보조식품의 온라인 구매 경향이 확산되며 소비자들의 오프라인 매장 방문 횟수는 계속해서 감소할 것으로 보임. 이와 함께 2020년부터 새로이 적용되기 시작한 의무 전자 라벨링 제도는 드럭스토어 채널에 과세 및 품질 측면에서의 관리 수준을 높여야 한다고 규정했고, 이는 결과적으로 소비자 가격을 상승시키는 요인이 될 수 있음. 온라인 소비시장 확대 및 의무 라벨링 제도가 드럭스토어 업계에 장기적으로 어떤 영향을 미칠지 주목할만 함

[표 4.3] 러시아 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	마그닛 (Magnit)	6.8%	마그닛코스메틱 (Magnit-kosmetik)
2	리글라 (Rigla)	4.4%	리글라 (Rigla)
3	알코르&코 (Alkor & Co)	4.4%	레투와르 (L'Etoile)
4	예르카파름 (Erkapharm)	4.2%	닥터스톨토브(Doctor Stoletov), 오제르키(Ozerki), 수페랍테카(Superapteka)
5	아테치나야세티 ^{36,6} (Aptechnaya set ^{36,6})	2.9%	36,6파마시 (36,6 Pharmacy)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

24) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Russia Country Report」, 2021.02

25) 러시아 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 편의점

러시아 브쿠스빌 매장 전경



사진자료: 이에스엠매거진

▶ 러시아 주요 편의점 업체, X5리테일그룹 및 마그닛

러시아 주요 편의점 업체 X5리테일그룹(X5 Retail Group)은 2020년 러시아 편의점 전체 매출액 3조 9,000억 루블(약 64조 2,720억 원)의 39.3%를 점유했으며, 산하에 페레크레스톡(Perekrestok) 1개 브랜드를 보유하고 있음. 마그닛(Magnit)은 2020년 전체 매출액의 33.0%를 점유했으며, 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 러시아 소형 편의점 ‘미니마켓’ 및 ‘건강 편의점’, 건강 트렌드 및 코로나19의 가장 큰 수혜자²⁶⁾

코로나19의 여파로 러시아 소비자들 사이에서 ‘건강관리’가 하나의 트렌드로 떠오름. 이에 건강한 제품을 셀링 포인트로 삼는 브쿠스빌(Vkusvill)과 미니마켓들이 지속적으로 성장하고 있는 것으로 나타남. 화학적 비료 사용을 최소화한 유통기한이 짧은 제품들이 인기를 얻고 있으며 러시아 소비자들은 소규모, 잦은 구매의 쇼핑을 선호하는 것으로 나타남. 또한, 사회적 거리두기로 인해 식당들의 운영시간이 단축되자, 미니마켓에서의 포장 및 배달이 인기를 얻고 있음. 포스트코로나 시대 해당 구매 트렌드는 유지될 것으로 전망되며, 편의점 산업의 지속적인 성장이 예상됨

[표 4.4] 러시아 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	X5리테일그룹 (X5 Retail Group)	39.3%	페레크레스톡 (Perekrestok)
2	마그닛 (Magnit)	33.0%	마그닛 (Magnit)
3	딕시 (Diksi)	7.4%	딕시(Diksi), 빅토리아(Victoria)
4	브쿠스빌 (Vkusvill)	1.9%	브쿠스빌(Vkusvill), 이즈벤카(Izbenka)
5	세인트존유니온 (Saint John Union)	1.5%	베르니 (Vernyj)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

26) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Russia Country Report」, 2021.02

27) 러시아 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 러시아 주요 온라인 유통채널, 와일드베리스 및 미아넬로

러시아 주요 온라인 유통채널 와일드베리스(Wildberries)는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액의 15.1%를 점유했으며, 산하에 동명의 브랜드를 보유하고 있음. 미아넬로(Mianello)는 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 온라인 시장, 최근 2년 내 60% 증가²⁸⁾

러시아의 인터넷 상거래 매출액은 2020년 3조 2,000억 루블(52조 7,360억 원)로, 이는 최근 2년간 약 60% 증가한 수치임. 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 4.5] 러시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	와일드베리스 (Wildberries)	15.1%	와일드베리스 (Wildberries)
2	미아넬로 (Mianello)	8.3%	엠비디오 (M Video)
3	BVCP (Baring Vostok Capital Partners)	3.5%	오존 (Ozon)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 알티(RT), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021

29) 러시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 알로에음료 주요 온라인 유통채널
2. 러시아 알로에음료 주요 오프라인 유통채널

1. 러시아 알로에음료 주요 온라인 유통채널 ① 오존

기업 기본 정보	기업명	오존(Ozon)			
	홈페이지	www.ozon.ru			
	업태	온라인 종합 쇼핑몰			
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 900만 회		
		앱다운로드수('20)	30만 회 이상		
매출('20)		약 8억 5,000만 달러(약 9,942억 원 ³⁰⁾)			
	운영방식	온라인마켓			

매장 운영 정보	홈페이지 정보	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/?perehod=header) - 등록 시 필요한 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 웹주소, 담당자명, 전화번호, 이메일) 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 및 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 - 이메일: help@ozon.ru
-------------	---------------------	--

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

사진 자료: 오존(Ozon)

30) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 인기 상품 게재

방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

2. 분석 플랫폼

파트너사들의 효과적인 상품 분류 및 판매를 위한 분석 플랫폼 도입, 특정 기간 제품, 카테고리, 브랜드 자체 분석 가능

3. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품제공

4. 공급사 보상

개별사업자(공급사)에게 영업비용을 보상하는 프로그램 운영

5. 수수료

오존 창고를 통한 배송 시 10%의 수수료, 파트너사를 통한 배송 시 8%의 수수료 부과

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

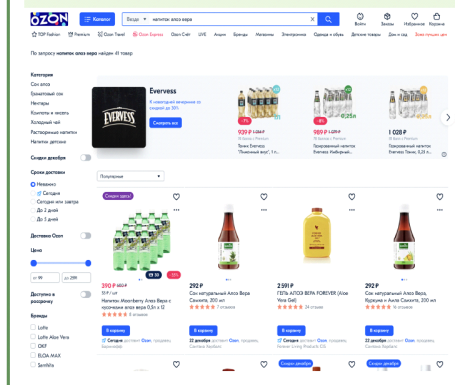
온라인몰 UI ②

Ozon - 제품 구매 페이지

'알로에음료' 제품 검색 결과

'알로에 베라 음료'로 검색결과 노출

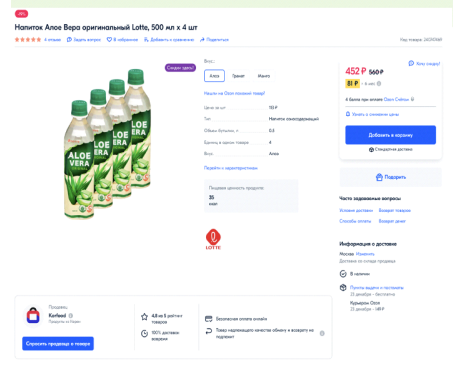
배송지역, 종류, 가격별로 세분화 분류 기능 제공



'알로에음료' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



브랜드별, 가격별, 할인 제공 여부별로 검색 가능
평점, 구매율별, 배송 시간별로 제품 정렬 가능

자료: 오존(Ozon)

사진 자료: 오존(Ozon)

② 와일드베리스

기업 기본 정보	기업명	와일드베리스(Wildberries)		
	홈페이지	www.wildberries.ru		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 7,000만 회	
		앱다운로드수('20)	80만 회	
매출('20)		약 33억 달러(약 3조 8,597억 원)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보	 Скидки до -95%  Скидки до 90%  Скидки до 40%  Скидки до 50%  Скидки до 40%  купальники женские  Шляпы  Плавки и бордшорты			
	카테고리별 프로모션 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 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 • 벤더를 통한 등록 - 로컬 에이전트 소싱 및 로컬 에이전트를 통한 등록 - 등록에 필요한 일반적 정보 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 - 전화번호: +7-495-663-72-96 - 이메일: info-portal@wildberries.ru		

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

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 구매 내역

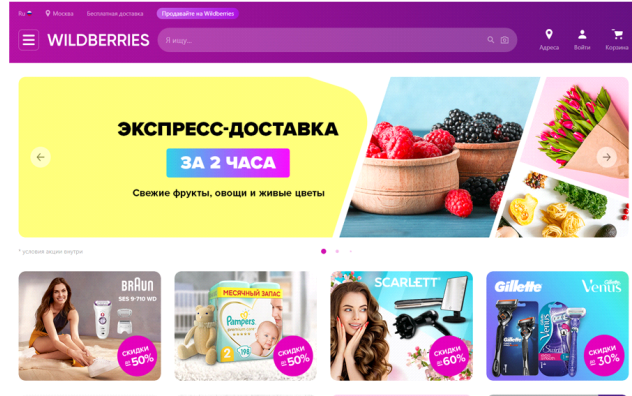
구매한 내역과 검색 내역
확인 가능하며 해당
카테고리 내
추천상품제공

2. 의류 시작

배송 지점 확대를 통해
소비자가 직접 배송
지점에 들러시작가능

3. 인기 상품 게재

방문자들이 가장 많이
찾고, 구매한 상품과
카테고리표시



4. 수수료

최소 15%의 판매
수수료를 공급처에게
부과

5. 국제배송

러시아 전역을 포함해
스페인, 프랑스 등 유럽
국가에 배송 서비스

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
자동 번역 기능 사용 불가

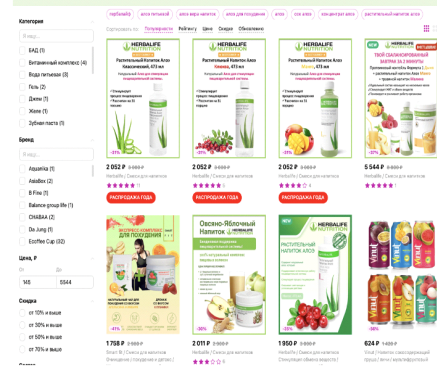
온라인몰 UI ②

Wildberries - 제품 구매 페이지

'알로에음료' 제품 검색 결과

'알로에 베라 음료'로 검색결과와 노출

배송지역, 종류, 가격별로 세분화 분류 기능 제공

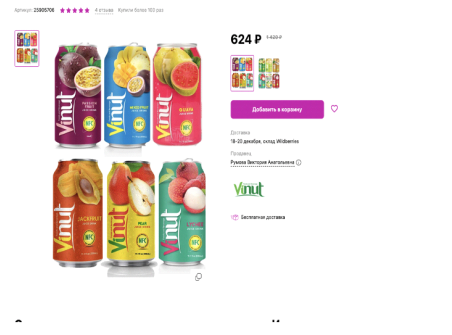


'알로에음료' 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 多

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

Vinut / Vinut Напиток сокоосодержащий безалкогольный Vinut - в набор 6 вкусов
Бшт по 330мл (Вьетнам)



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

2. 러시아 알로에음료 주요 오프라인 유통채널 ① 글로버스

기업 기본 정보	기업명	글로버스(Globus)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.globus.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	약 1,100억 루블(약 1조 7,446억 원 ³¹⁾)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 17개		
기업 요약	• 1828년 독일에서 설립되었으며 2006년 러시아 진출				
	• 식료품 코너의 다양한 PB 제품과 독일산 제품이 인기가 높음				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30~50대	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	09:00~22:00		
	주소	Kievskoe Hwy 23km, Moscow, 119297		
	상권	주요 거주지역 중심가에 위치한 대형 쇼핑몰에 입점해있어 이용객이 많고, 독일 슈퍼마켓 브랜드여서 인지도 및 신뢰도가 높게 형성되어 있음		
	VMD	취급 브랜드	롯데(Lotte), 프루팅(Fruiting)	
		진열 방식	카테고리별 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 (www.globus.ru/partners/suppliers) - 홈페이지 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) - 문의사항 연락처 - 이메일: VM.smirnova@globus.ru
-------------	---------------------	---

자료: 글로버스(Globus)

사진 자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



러시아 글로버스 현지 매장 방문 당시 한국 및 현지에서 생산된 다양한 알로에 음료를 취급하고 있었음. 제품이 비치된 곳은 상온 매대였으며, 주위에는 오렌지 주스나 토마토 주스 등 다양한 맛의 음료가 비치되어 있었음. 대부분의 알로에 음료는 한국 브랜드 제품이었고, 알로에 퍼프가 포함된 형태의 음료나 알로에를 기반으로 다양한 맛이 첨가된 제품 등이 구비되어 있었음. 알로에 맛 음료가 아니더라도 동일 브랜드의 다른 맛의 음료 또한 취급함

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?

팔도의 알로에 음료가 가장 잘 팔린다

Q2. 주요 소비 고객은?

20-30대의 젊은 여성 고객들이 주로 구매한다

Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?

현재는 할인 행사만 진행되고 있다

자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

31) 1루블=16.48원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	알로에 음료	롯데 (Lotte)	알로에베라오리지널 (Aloe Vera Original)	한국	54.99루블 (약 906원)	240ml	
2	알로에 음료	롯데 (Lotte)	알로에베라포메그네이트 (Aloe Vera Pomegranate)	한국	54.99루블 (약 906원)	240ml	
3	알로에 음료	롯데 (Lotte)	알로에베라망고 (Aloe Vera Mango)	한국	54.99루블 (약 906원)	240ml	
4	알로에 음료	프루팅 (Fruiting)	네이처알로에주스드링크 (Nature Aloe Juice Drink)	한국	94.99루블 (약 1,565원)	238ml	
5	알로에 음료	롯데 (Lotte)	알로에베라 (АЛОЭ ВЕРА)	한국	219.99루블 (약 3,625원)	1,5L	
6	알로에 음료	문베리 (MOONBERRY)	알로에베라 (Aloe Vera)	러시아	54.99루블 (약 906원)	500ml	
7	알로에 음료	팔도 (Paldo)	알로에 (Aloe)	한국	79.99루블 (약 1,318원)	500ml	

자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 글로버스(Globus) 현지 매장 방문 조사

② 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.auchan.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	매출액('20)	약 458억 유로(약 61조 9,271억 원 ³²⁾) ³³⁾
		기타 규모	- 매장 수('20): 314개 - 직원 수('20): 약 32만 9,694명
	기업 요약	17개 국가에서 매장 운영 - 러시아 내 약 4만 명의 직원 보유 - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 편의점 형태의 약 300개 이상의 매장 보유	
매장정보	입점가능품목	신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호제품	유기농 제품, 동물 복지 인증 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 하단 Партнерам 클릭 후 입점 문의 진행 - 다음 웹 주소에서 공급자 행동규정, 공급 제품 품질 규정 등 자사 관련 규정 확인 및 입점 문의 가능 (auchan-supply.ru/for-suppliers/potential) - 공급자 포탈 상단의 'анкета поставщика'에서 조건 및 샘플 양식 확인 가능 - 등록 시 필요한 일반적 정보 - 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 주소 등) - 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) - 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기 상품 정보) - 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +8-800-700-5-800	

자료: 오상(Auchan)

사진 자료: 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today), 모스크바타임즈(The Moscow Times)

32) 1유로=1352.12원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 글로벌 통합 매출

③ 닥터스톨토브

기업 기본 정보	기업명	닥터스톨토브(Doctor Stoletov)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	stoletov.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	매출액('20)	6억 2,960만 달러(약 7,364억 원) ³⁴⁾	
	기업 요약	- 러시아 주요 드럭스토어 업체 예르카파름(Erkapharm)의 자회사로, 현재 러시아 전역 12개 주에서 매장 운영 중 - 온라인스토어에서 제품 구입 시 소비자가 직접 픽업해야 함		
매장정보	입점 가능 품목	건강보조식품, 다이어트식품, 간편식품, 캔디류, 비타민류 등		
	선호 제품	품질보증을 거친 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 문의 - 홈페이지 'Write to Us'란에 'Commercial Offer' 선택 후 간단하게 입점 문의 기입 ('I want to be contacted on this issue'란 체크 필수) - 이메일로 관련 내용 회신 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (입점 담당자명, 연락처, 이메일, 회사명) ② 제품 관련 내용 (제품명, 제품 가격, 제품 소개 외 자유 기재) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +7-495-288-11-00		

자료: 닥터스톨토브(Doctor Stoletov)

사진 자료: 닥터스톨토브(Doctor Stoletov)

34) 예르카파름(Erkapharm) 전체 매출액

④ 36,6파마시

기업 기본 정보	기업명	36,6파마시(36,6 Pharmacy)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	366.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	매출액('20)	약 505억 루블(약 8,322억 원)
기타 규모		• 매장 수('18): 368개	
기업 요약	• 헬스앤티티 제품 약 1만 5,000개 이상 보유 • 엄격한 제품 보증 절차를 거친 제품을 판매함 • 온라인으로 제품 구입 시 소비자가 직접 픽업해야 함 • 유산균, 오메가3, 펩타이드 등 다양한 건강보조식품 판매		



매장정보	입점가능품목	• 간편식품, 건강보조식품, 캔디류, 비타민류, 화장품, 의료기기 등	
	선호제품	• 유기농 제품, 건강식품, 엄격한 제품인증절차를 거친 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 직접 문의 - 이메일이나 유선 연락으로 직접 문의 - 등록 기본 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제조업체, 제품 성분 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: 24@366.ru - 전화번호: +7-495-797-63-36
-------------	---------------------	---

자료: 36,6파마시(36,6 Pharmacy)

사진 자료: 비즈니스멘즈(Businessmens)

⑤ 페레크레스톡

기업 기본 정보	기업명	페레크레스톡(Perekrestok)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.perekrestok.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	매출액('20)	약 35억 2,936만 달러(약 4조 1,297억 원)
		기타 규모	• 매장 수('20): 760개
	기업 요약	• 1995년 설립 • 8,000~15,000개의 제품 종류 보유 • 러시아 내 총 131개의 도시에 매장 보유 • 최근 새로운 컨셉의 파일럿 매장 런칭	
방문매장 정보	입점가능품목	• 면류, 건조과일, 음료류, 가공식품, 신선식품, 즉석식품, 소스류, 냉동류 등	
	선호제품	• 신선도 높은 식품, 건강식품 및 유기농 식품, 가정간편식	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - X5 Retail Group 홈페이지 상단 메뉴에서 'Partners' 클릭 후 'Submitting your commercial offer' 클릭 (www.x5.ru/ru/Pages/Partners/SubmitProposal.aspx) - 공급업체 선정 조건 확인 후 공급 계약 초안 작성 - 'fields obligatory for filling' 클릭하여 X5 홈페이지 회원 가입 후 제출 • 소요시간 2주 • 제안서 검토 후 사전에 기입한 이메일을 통해 입점 관련 피드백 회신	

자료: 페레크레스톡(Perekrestok)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime)

⑥ 마그닛

기업 기본 정보	기업명	마그닛(Magnit)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.magnit-info.ru	
	위치	크라스노다르(Krasnodar)	
	규모	매출액('20) 약 210억 달러(약 24조 5,616억 원) 기타 규모 • 매장 수('20): 약 1만 8,000개 • 직원 수('20): 약 30만 명	
	기업 요약	• 1994년 설립 • 러시아에서 가장 큰 식품 소매 체인 • 2,000여개의 지역에 19,884개의 매장 보유 • 38개의 유통 센터를 포함하는 유통 네트워크 보유	
방문매장 정보	입점가능품목	• 건조과일, 캔디류, 음료류, 소스류, 신선식품, 수산물, 즉석식품, 냉동식품, 등	
	선호제품	• 캔디류, 음료류, 소스류, 즉석식품, 냉동식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.magnit-info.ru/partners/foreign) - 첨부 문서 확인 후 해외 공급업체로부터의 제품 수입 절차 SRM 시스템을 통해 진행 (srm.tander.ru 사이트 가입 필요) - 러시아 '러시아 연방의 거래 활동 규정'에 근거하여 선정 조건 공시 및 절차 진행 - 수입품 공급자를 위한 계약서 양식 참조 - 계약 상품, 배송 조건, 제품 가격 및 총 가치, 지불조건, 포장, 품질 및 보증, 상품 수납, 요구 사항 등의 항목으로 진행 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +7-861-210-98-10 - 핫라인: +7-800-200-90-02	

자료: 마그닛(Magnit)

사진 자료: 파이낸셜타임즈(Financial Times), 댄포스(Danfoss)

VI. 진입장벽

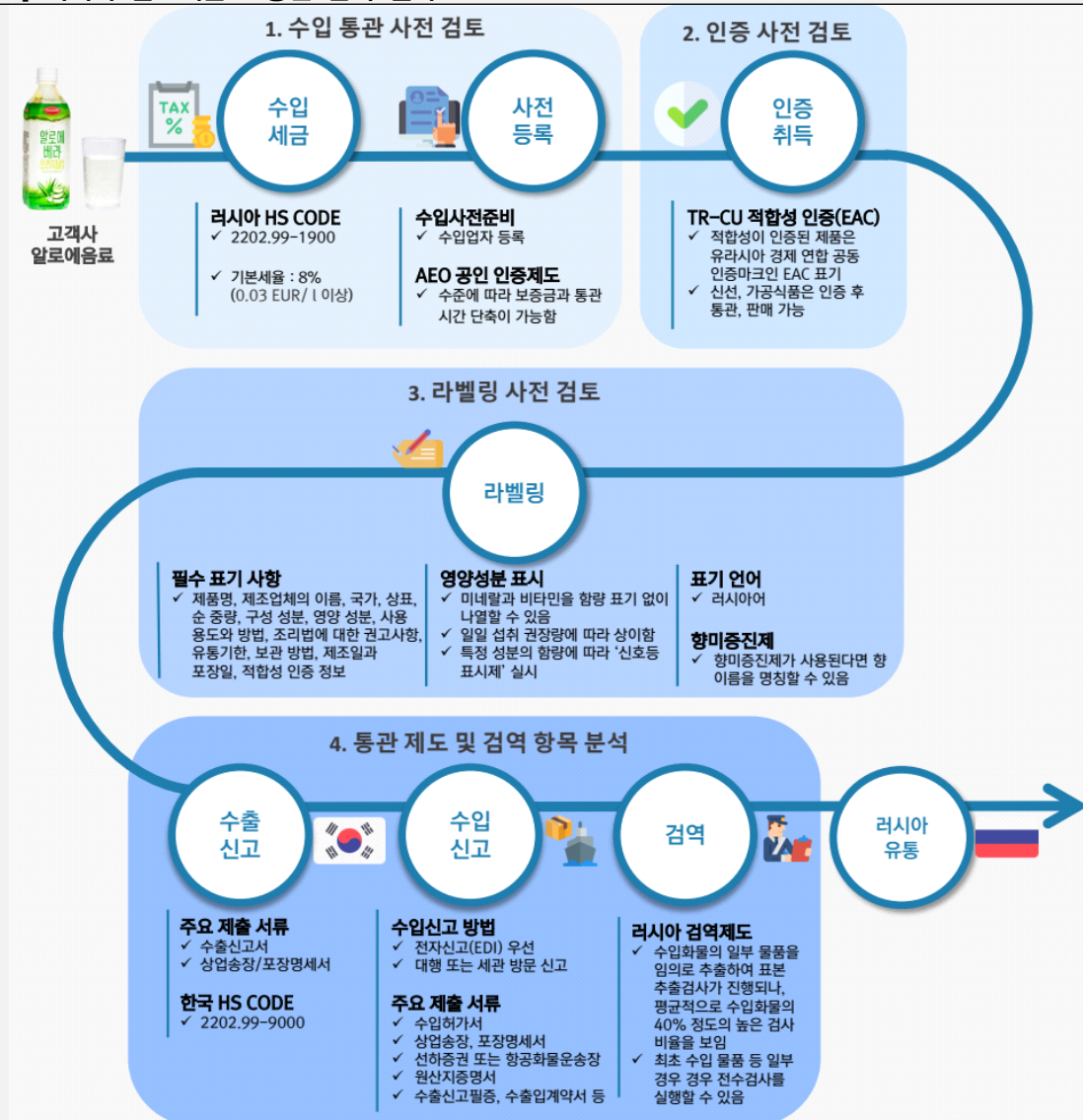
1. 러시아 알로에음료 통관 및 검역 절차
2. 러시아 알로에음료 품질 인증
3. 러시아 알로에음료 라벨링
4. 러시아 알로에음료 성분 및 유해물질

1. 러시아 알로에음료 통관 및 검역 절차³⁵⁾

▶ 러시아 알로에음료 수출 시, 수입허가 사전 심의 필요

러시아로 수입되는 식품은 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국으로 식품위생 검사를 신청해 검사 증명서를 발급받은 후 세관에서 증명서확인 및 관세 납부 확인 후 통관이 가능함. 한편, 러시아 반입 시, 육상 반입은 2시간 전, 해상 반입은 6시간 전, 연방 세관에 사전 신고가 필요함. 러시아 연방 관세위원회에 모든 서류 사본이 송부되고 연방 관세위원회의 승인을 받아 최종 통관 결정이 내려지면 반출 가능함

[표 6.1] 러시아 알로에음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 유라시아 경제위원회(EEC), 러시아 연방 세관, KATI농식품수출정보 홈페이지

35) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 6.2] 러시아 식품검사 절차

1. 식품검사 절차	- 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국에 식품검사신청서 제출 - 보건부 위생 및 전염병 검사국에서 안전 인증서와 CU 인증서를 확인하여 보건부 위생 및 전염병 검사센터에 식품위생 검사를 요청함 - 서류 검사와 식품위생 검사가 진행됨 - 위생 및 전염병 검사국에서 적합, 부적합 판정 결정을 내림
2. 제출서류	- 러시아 담당 세관에 운송 계약, 송장, 패킹 리스트를 첨부한 수입신고서 제출 - 출하원산지, 용량, 도착일, 가격을 표시한 구매자와 공급자 간의 계약서 - 물건이 저장될 장소 - 가공공장이나 도매업자가 물건을 받을 장소 - 포장목록, 선정방법을 표시한 화물계획 - 세관에 화물 가격을 표시하는 신고서
3. 인증서 목록	- 국가등록증명서(State Registration Certificate) : 종전의 위생 증명서가 강화된 형태로 2010년 7월부터 발효되어 시행 중이며 일부 농식품의 경우 GOST-R을 발급받는 데 필요한 서류임. 사람이 직접 섭취하거나 접촉하는 제품에 대하여 인체에 해가 없다는 것을 증명하는 위생검사로 표본 테스트가 필요함. 국가등록 대상 품목은 러시아 연방 소비자 보호 기구에 등록해야 함. 국가등록증명서는 인증서 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 사용 가능함. 국가등록증명서는 관세 동맹국에서도 모두 사용이 가능함 - 감정서(Expert Conclusion) : 국가등록 대상 품목에 해당하지 않는 제품은 국가등록 증명서를 발급받을 필요가 없으며 위생 감독을 받아야 함. 해당 그룹의 식품은 통합 위생요구에 제품이 적합한지 확인해주는 감정서를 발급받게 됨. 감정서는 러시아 연방 소비자 보호 기구 또는 그 산하 지역 감독국에서 발급하며, 유효기간이 없고 발급일부터 제품 공급 또는 생산 중단일까지 관세동맹 전 영토에서 사용 가능함 - 안전 인증서(Safety Certificate) : 러시아 연방 기술표준청에서 발행하는 안전규격 인증서로, 강제인증과 자율인증으로 구분되는데 식품은 강제인증품목에 해당함. 러시아 연방 표준위원회는 해외에서 SGS, MERTCONTROL 등으로 인증 업무를 위임하고 있음 - 원산지인증서 : 관세를 결정하는 데 이용되며, 인증서는 위생 인증서를 발급하는 국가 위생 역학 검사부처의 지역 사무소에서 발급받을 수 있음
4. 통관 조치	- 적합 판정이 되면, 검사 증명서가 발급되며, 러시아 세관은 출하 가격에 따라 관세 입금을 증명하는 은행 서류 등을 확인하여 통관 조치를 함 - 부적합일 경우, 반송, 폐기, 재처리 등의 조치를 함 - 수입이 지속해서 진행되고 있는 품목은 하루 만에 확인증을 발급할 수 있으나, 신규 진출 품목은 통상 2주 정도 소요될 것으로 예상함

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), KATI농식품수출정보

2. 러시아 알로에음료 품질 인증

▶ 러시아 알로에음료, EAC 인증 必

유라시아 경제연합(EAEU)이 2015년 정식 출범하며 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아와 키르기스스탄이 관세동맹으로 공통 인증체제를 도입함에 따라 기존의 러시아 필수 인증이었던 GOST-R 인증이 TR-CU 인증으로 변경됨. TR-CU 인증을 취득할 현지 법인이 없는 경우, 한국 대행기관과 연계된 러시아 현지 법인이나 현지 바이어가 그 역할을 대신할 수 있음. 식품은 적합성 선언(DoC, Declaration of Conformity)을 통해 인증을 취득할 수 있음. 이와 별개로 제품 생산 안전 인증에 관련된 글로벌 인증을 취득해 활용할 수 있음

[표 6.3] 러시아 EAC 인증 취득

인증명	TR-CU	인증 성격	유라시아 연합 내 공인인증
마크		인증기관	유라시아 경제 연합 위원회 지정 인증기관
신청 절차	• 인증기관으로 신청서 제출 • 신청서 검토 • 신청서에 대한 적합성 검토 진행 • 제품 분류 확정 및 표본 수취 • 제출된 서류를 바탕으로 제품의 유형 분류 • 서류 심사 및 제품 테스트 진행 • 제조 공장 조사 • 규정에 따라 공장 조사를 진행하도록 정해진 품목에 대하여 조사 진행 • 인증서 발행 • 사후관리 진행		
신청 서류	• 제품설명, 보관과 운반에 관한 정보, 기타 제품과 관련된 모든 정보 • 제조 공정에 관한 자세한 정보 • HACCP 기준에 부합한다는 서류 • 라벨 정보 • 시험 성적서 • 기타 기관이 요구하는 서류		
유의 사항	• 서류는 러시아어로 작성 • 한국 인증기관으로는 한국화학융합시험연구원, 한국산업기술시험원, 한국 SGS, 세르콘스 한국지사(Sercons)가 있음		
소요비용	• 약 800~1,100만 원 (+공장심사비용)		
소요기간	• 공장심사 후 약 3주		

자료: 유라시아 경제위원회(EEC), 농림축산식품부, KATI농식품수출정보

[표 6.4] 러시아 알로에음료 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	

자료: 각 인증기관

3. 러시아 알로에음료 라벨링

[표 6.5] 러시아 알로에음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	• 식품의 원료와 관계가 있고, 식품의 특성이 명확히 드러나 다른 식품과 구별될 수 있어야 함 • 특수가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 소비자가 혼동하지 않도록 해당 정보를 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용해야 함 • 식품에 향미증진제가 포함된 경우 ‘~맛(with the flavor of)’, ‘~향(with the aroma of)’과 같이 표기하여 향미증진제가 포함되었음을 표시해야 함
	2. 식품 성분	• 식품 성분 기재 시 질량의 비율에 따라 가장 많은 양부터 순서대로 기재해야 함 • 식품첨가물이 식품에 함유된 경우 그 기능(산도 조절, 유화제 등)과 명칭을 기재해야 함 • 복합성분이 포함되었을 경우, 모든 성분을 괄호 안에 추가로 기재해야 함. 단, 복합성분이 2% 이하일 경우, 식품첨가물, 향미증진제, 생물학적 활성 첨가물, 약초, GMO 원료에서 나온 의약품 식물 성분, 생물 활성 물질 및 식품첨가물의 성분을 제외하고는 기재하지 않아도 됨 • 알레르기를 유발하는 성분 정보를 표기할 필요는 없지만, 아스파탐이 포함된 경우 ‘페닐알라닌의 원료가 포함되어 있다’라고 표기해야 함 • 염료를 함유한 식품의 경우 경고 라벨을 부착해야 함 • 단일 성분으로 구성된 식품은 성분 목록을 표기할 필요 없음
	3. 식품 용량	• 식품 용량은 용량(밀리리터, 센티미터, 리터), 중량(그램, 킬로그램) 또는 개수 단위로 표기하며, 약어로 표기 가능함 • 달걀, 과일, 채소 등 개수 단위로 판매되는 제품은 용량을 표기할 필요 없음 • 액체는 질량을 명시해야 함 • 점성, 끈적임이 있는 반죽은 부피 또는 질량을 명시해야 함 • 고체 및 고체와 액체 혼합물일 경우 질량을 명시해야 함 • 두 가지 값을 동시 사용 가능함 • 분명히 규정되지 않은 수를 명시하는 것은 불가함

출처: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

[표 6.5] 러시아 알로에음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	4. 제조 일자, 유통기한	- 제조 일자와 유통기한은 함께 표기되어야 함 - 제조 일자는 생산 일자(Production date) 또는 비슷한 단어로 대체 가능함 - 유통기한이 72시간 미만일 때: 시간, 일, 월 - 유통기한이 3개월 미만일 때: 일, 월, 연도 - 유통기한이 3개월 이상일 때: 일, 월, 연도 또는 월, 연도 - 유통기한은 'best before', 'Pass', 'best before end' 또는 유사한 단어로 대체 가능함
	5. 보관방법	모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표기해야 하며, 필요에 따라 사용설명서를 제공해야 함
	6. 제조업체, 수입업체	제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 하며, 제3국에서 제공되는 식품일 경우 수입업체의 상호와 주소를 기재해야 함
	7. 영양 정보	- 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄량의 정보를 표기해야 함 - 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 껌, 커피, 천연 미네랄 워터, 병 포장 생수, 식품첨가물, 신선 농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 - 식품 영양값은 100g, 100mL 또는 1인분 기준으로 표기해야 함
	8. EAC 마크	- 유라시아 적합성 인증을 의미하는 마크로 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 'E', 'A', 'C'를 합하여 'EAC'으로 표기해야 함 - 제품이 관세 동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과한 경우에만 사용 가능함
	9. 표시 기준	- 표기언어는 반드시 러시아어로 표기해야 함 - 품목에 따라 라벨링 추가 조건이 있을 수 있음 - 권고 사항이나 제한사항이 없으면 섭취가 어렵거나 소비자의 건강에 영향을 미치는 경우 또는 식품의 성분이 손상될 수 있는 경우 권고 사항이나 제한사항을 표기해야 함 150mg/L를 초과하는 양의 카페인을 함유한 무알코올 음료나 약용 식품 및 인체에 영향을 미치는 충분한 양에 해당하는 성분은 "18세 미만의 어린이에게는 권장하지 않으며 임신 및 수유 중인 사람에게는 권장하지 않음"이라고 표기

출처: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

▶ 러시아 알로에음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① Doshirak
- ② Aloe
- ③ The nature's Drink
- ④ 500ml

[앞면 - 국문]

- ① 도시락
- ② 알로에
- ③ 천연 음료
- ④ 500ml

[뒷면 - 러시아어]

- ① Напиток
безалкогольный
негазированный
«ALOE» с натуральными
кусочками алоэ
- ② Состав
 - очищенная вода
 - кусочки алоэ (8%)
 - сироп Фруктозы
 - сахар
 - регулятор
кислотности
 - лимонная кислота и им

[뒷면 - 국문]

- ① 천연 알로에를 사용한 무알코올 무탄산
음료 "ALOE"
- ② 성분
 - 정제된 알로에 베라 절편 (8%)
 - 과당 시럽
 - 설탕
 - 산도 조절제 구연산

- регулятор кислотности лактат кальция
- ароматизатор «алоэ»
- антиокислитель аскорбиновая кислота
- загуститель геллановая камедь
- порошок алоэ

③ Хранить при температуре не выше + 25°C и относительной влажности воздуха не более 75% .
Напиток после вскрытия упаковки хранить в холодильнике не более 3-х суток.

④ Дата изготовления и розлива указана на упаковке. Срок годности : 24 месяца. Перед потреблением взболтать

⑤

Объем продукта	500мл
Пищевая ценность (на 100 мл)	
Энерг.ценность	41.34 ккал
калорийность	173кДж
Белки	0.05 г
Жиры	0 г
Углеводы	10.25 г
Сахар	9.16г
Натрий	7.72мг
Витамин С	9.6мг
Кальций	16.17мг

- 산도 조절제 젖산칼슘

- 향료 “알로에”

- 항산화제 아스코르브산

- 증점제 젤란검

- 알로에 분말

③ 온도 25°C 이하, 습도 70% 이하에서 보관한다. 포장을 개봉한 후에는 냉장고에 음료를 3일 이상 보관하지 마세요.

④ 제조 일자과 병입 일자가 포장에 표기되어 있습니다.
유통기한 : 24개월
먹기 전에 잘 흔들어 드세요.

⑤

제품 용량	500ml
에너지 소비량 (100ml 당)	
총열량	41.34kcal
칼로리	173KJ
단백질	0.05 g
지방	0 g
탄수화물	10.25 g
설탕	9.16 g
나트륨	7.72mg
비타민 C	9.6mg
칼슘	16.17mg

⑥ Изготовитель :
 SamGak FMC Wellbeing Land
 44 Haengleong, 2-gil, Yeonmu
 -eup, Nonsan - Si, Chungcheongnam
 - Do, Республика Корея.
 Тел : +82-41-742-0100

⑦ Импортёр : LLC
 «Доширак Рус»
 Адрес 119602,
 Российская
 Федерация , г.
 Москва , улица
 Мичуринский
 проспект, Олимпийск
 ая деревня дом1,
 корпус 1, помещение 1,
 комната 2.
 тел : 8-800-200-5003
 Сайт : www.doshirak.com.

⑥ 제조업체 :
 삼각 에프엠씨 웰빙랜드
 논산시 연무읍 행정2길 44 충청남도,
 대한민국
 전화번호 : +82-41-742-0100

⑦ 수입업체 :
 “도시락 루스”
 119602, 모스크바, 미추린스키 로드,
 올림픽 빌리지 하우스, 코퍼스 1, 호프
 1, 룸 2번
 전화번호: 8-800-200-5003
 웹사이트 : www.doshirak.com.

4. 러시아 알로에음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

러시아의 식품첨가물 규정은 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정인 ‘관세동맹 기술규정 TR-CU 029/2012’에 따라 시행되며, 이 규정은 사용 가능한 첨가물과 허용 한도, 사용 불가능한 첨가물 등을 규제함. 식품에 사용된 식품첨가물, 향료, 가공보조제 등이 해당 규정에 부합해야만 EAC 마크를 부착할 수 있으며, 제품을 러시아 식품 시장에 유통할 수 있음. 하기 표는 알로에음료에 해당할 것으로 예상하는 과일, 채소류 음료의 식품첨가물 목록 일부이며, 전체 목록은 KATI농식품수출정보 홈페이지나 식품안전센터의 식품법규에서 확인 가능함

[표 6.6] 알로에음료에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	규산알루미늄	Aluminium silicate	30g/kg	과일, 채소류 음료
2	아스코르브산	Ascorbic acid	TD 기준 적용	
3	인산칼슘	Calcium phosphates	500mg/L	
4	구연산 제2철 암모늄	Ferric ammonium citrate	10mg/kg	
5	네오헤스페리딘 디히드로칼콘	Neohesperidin dihydrochalcone	30mg/kg	
6	네오타메	Neotame	2mg/L	
7	베타 시클로덱스트린	β -Cyclodextrin	TD 기준 적용	
8	프로필렌 글리콜	Propylene glycol	3g/kg	

출처: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 유해물질

러시아는 ‘식품의 안전 및 영양 규정’에서 식품의 유해물질 잔류기준을 규정하고 있음. 러시아로 수입되는 식품은 사전에 단일 위생규정에 따라 평가되며, 식품의 안전성을 입증하는 제조업체의 문서가 첨부되어야 함. 하기 표는 고객사 알로에음료에 적용될 것으로 예상하는 러시아 유해물질 기준을 분석한 결과 중 일부임. 자세한 러시아 유해물질 기준 및 규정은 식품의약품안전처 또는 앞서 언급한 규정에서 확인 가능함

[표 6.7] 알로에음료에 적용되는 러시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	비소	Arsenic (As)	0.2mg/kg	과일, 채소류 음료
2	바실러스 세레우스	Bacillus cereus, B.cereus	불검출	
3	카페인	Caffeine	150mg/kg	
4	디클로로디페닐트리클로로에탄과 대사산물	DDT, DDT metabolites	0.1mg/kg	
5	납	Lead (Pb)	0.5mg/kg	

출처: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 알레르겐

러시아는 아스파탐 및 아스파탐-아세실팜염에 대한 정보를 제외하고, 기타 알레르기 특성에 대한 정보는 식품 라벨에 표시할 필요가 없음. 다만, 아스파탐을 포함하는 경우에는 식품 제조 시 구성을 표시한 후 ‘폐닐알라닌 공급원을 함유함’이라는 문구를 표기해야 함. 또한, 곡류 성분을 함유한 식품의 경우 글루텐을 함유한 곡류 성분을 사용하지 않았거나 글루텐을 제거한 경우에는 제품의 구성 성분을 표시한 후 ‘글루텐을 함유하지 않음’이라고 표기 가능함. 고객사 알로에음료는 반드시 표시해야 하는 성분은 포함되지 않은 것으로 확인됨

[표 6.8] 러시아 알레르겐 표시 성분

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

자료: 유라시아 경제위원회(EEC)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 코르샵(Коршоп)

Interview ② 사쿠람(Саккурाम)

Interview ③ 코롭트(Коропт)

러시아(Russia)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 유통업체 ○
- 수입유통업체 ○

코르샵
(Коршоп)

사쿠람
(Саккурам)

코롭트
(Коропт)

업체 ▶

유통업체

수입유통업체

수입유통업체

취급 ▶



알로에 음료

알로에 음료

알로에 음료

사진 자료: 코르샵, 사쿠람, 코롭트 제품 판매 페이지

러시아(Russia)

유통업체, 수입유통업체 인터뷰 요약

고객사	알로에 음료 수요	제품 피드백	수출 조언
코르샵 (Коршоп) 유통업체	· 밀키스, 중국 밀크티, 일본 스파클링 주스 인기 · 일반 건강 음료와는 다른 달콤한 맛 때문에 즐겨 마심	· 롯데 알로에 음료와 비슷한 가격 · 러시아에서는 캔과 페트병 주로 사용	· 오리지널과 망고 맛이 가장 시장성 높아 보임 · 러시아 내 공식 유통업체와 파트너십 체결 추천
사쿠람 (Саккурам) 수입유통업체	· 비알코올 음료 중 탄산수 인기 · 알로에 음료는 판매량이 높은 음료 중 하나	· 가격대 적절하나, 더 저렴한 가격의 경쟁 브랜드가 많음 · 주로 페트병 패키징 사용 · 라벨링 규정 준수 필요	· 오리지널이 가장 수요가 높을 것으로 예상 · 경쟁업체가 많아졌다는 점을 고려해야 함
코롭트 (Коропт) 수입유통업체	· 에너지 드링크 인기 · 러시아 및 중앙아시아 국가에서도 알로에 음료의 수요 높음 · 알로에 과육 선호함	· 가격은 약간 높은 편 · 용량이 두 가지인 점 좋음 · 대부분 페트병 사용	· 오리지널 맛 선호 · 복숭아 음료도 인기 있음

(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체, 수입유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 코르샵(Kopshop)

36)

코르샵
(Kopshop)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립된
아시아 식품 전문
유통업체
 - 쌀/국수, 해산물, 수프,
소스류, 스낵류, 음료류
등 다양한 식품 판매
 - 러시아 모스크바 내
2개의 매장 운영 중
 - 자사 온라인 홈페이지를
통해 판매 진행

담당자 정보

Owner

코르샵(Kopshop)
Owner

Q. 최근 러시아 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

아시아 음료 중에서는 최근 밀키스가 러시아로 새롭게 진출하였는데, 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있으며 페트병과 캔 패키징 모두 판매되고 있습니다. 러시아 소비자들은 이국적인 음식이나 음료를 시도해보는 것을 좋아하기 때문에 중국의 밀크티와 일본의 스파클링 주스가 트렌드로 떠올랐습니다.

Q. 러시아 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

이제 러시아에서 알로에는 이국적인 수입 음료가 아니라, 일상생활에서도 즐겨 마시는 음료 중 하나로 자리 잡았습니다. 인삼 음료 같은 다른 아시아 건강 음료와는 달리 달콤한 맛 때문에 알로에 음료를 선호합니다.

Q. 러시아에서 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

한국 브랜드 중에서는 롯데가 가장 인기 있습니다. 롯데는 오래 전 러시아에 진출하였고, 롯데만큼 다양한 식품과 음료를 판매하는 브랜드는 많지 않습니다. 알로에 음료는 한국에서 만들어진 제품이기 때문에 현지 러시아 브랜드보다는 한국 브랜드 제품의 수요가 더 높습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백은 어떠한가요?

고객사 제품의 FOB 가격은 500mL에 0.6달러(한화 약 700원³⁷⁾), 1.5L는 1.3달러(한화 약 1,520원)인데, 이는 롯데 알로에 음료 제품과 비슷한 가격입니다. 다만, 롯데 알로에 음료와 맛까지 비슷하다면 소비자들은 이미 잘 알려진 롯데 제품을 구매할 가능성이 높습니다. 다만, 맛이 다르다면 차별화될 가능성이 있습니다. 패키징의 경우, 러시아에서는 캔과 페트병이 주로 사용되며 고객사의 페트병 패키징은 러시아 시장에서 판매되기에 괜찮습니다.

36) 사진자료: 코르샵(Kopshop)

37) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품의 12가지 플레이버 중, 어떤 제품이 가장 시장성이 있을까요?

저희 업체에서 판매하고 있는 롯데 음료 중, 가장 인기 있는 제품은 1.5L 알로에 음료와 1.5L 망고 음료입니다. 고객사 제품의 맛 중에서도 오리지널과 망고 제품이 러시아에서 가장 시장성이 높을 것으로 보입니다.

Q. 러시아 시장으로 진출하기에 가장 효과적인 방법은 무엇인가요?

장기적인 관점에서 보자면, 러시아 내 공식 유통업체와 파트너십을 맺는 것이 좋습니다. 왜냐하면 차후 러시아를 비롯한 몰도바, 벨라루스, 아르메니아, 아제르바이잔, 우즈베키스탄, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 타지키스탄 등의 독립국가연합(CIS) 국가로도 유통 범위를 넓힐 수 있기 때문입니다.

Interview ② 사쿠람(Сакурам)

38)

사쿠람
(Сакурам)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1996년에 설립된 한국 식품 전문 수입유통업체
 - 김, 라면, 김치, 스낵류, 소스류, 음료 등 다양한 제품 취급
 - 슈퍼마켓/하이퍼마켓, 아시안마트, 식당 등으로 유통 중
 - 자사 온라인 홈페이지를 통한 판매 진행

담당자 정보

Customer Manager

사쿠람(Сакурам)
Customer Manager

Q. 최근 러시아 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

지난 10년간 러시아에서 소비량이 가장 높은 비알코올 음료 중 하나는 탄산수입니다. 탄산수는 특유의 청량하고 산뜻한 맛 때문에 숙취 해소용으로 마시기도 합니다. 러시아 뿐만 아니라 독립국가연합(CIS) 지역의 많은 나라에서도 탄산수의 인기가 높는데, 다른 음료에 비해 가격도 저렴하고 다양한 브랜드의 제품이 있기 때문입니다.

Q. 러시아 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

알로에 음료가 러시아로 들어온 이후, 소비자들 사이에서 인기를 끌었습니다. 현재는 아시안마트나 온라인뿐만 아니라 아즈부카브쿠사(Азбука вкуса), 메트로(метро), 피초로치카(Пятёрочка) 등의 대형마트 체인점에서도 판매되고 있습니다. 알로에 음료는 러시아에서 가장 판매량이 높은 음료 중 하나로 독특한 맛과 혈액순환, 장 건강 등의 효능으로 인기가 있습니다.

Q. 러시아에서 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

러시아에서는 롯데가 가장 유명합니다. 롯데는 알로에 음료 외에도 다양한 과자, 스낵류로도 잘 알려져 있습니다. 롯데가 러시아에서 대중적인 이유 중 하나는 러시아 내 공식 유통업체를 두고 있어 유통이 원활하고 가격도 합리적이기 때문입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품의 가격은 적절하지만, 러시아에서는 이미 더 저렴한 가격으로 판매하고 있는 경쟁 브랜드가 많기 때문에 이를 고려하여 적절한 판매 전략을 세워야 합니다. 패키징의 경우, 주로 음료류 제품들은 페트병 패키징을 사용하고 있습니다. 제품 정보를 러시아어로 표기하는 등의 라벨링 규정을 준수한다면 판매에 문제는 없습니다.

Q. 러시아에서 알로에 음료가 인기를 얻게 된 이유는 무엇이며, 가장 시장성이 높은 고객사 제품은 무엇인가요?

과거, 러시아에서 코카콜라가 크게 인기를 끌었고 심지어는 코카콜라에 중독된 소비자들도 생겨났습니다. 중독에서 벗어나기 위해 콜라를 서서히 끊으면서 대체재로 알로에 음료를 먹기도 하였습니다. 러시아 소비자들은 알로에 음료가 완벽한 건강 음료라고 생각하지는 않지만, 건강에 덜 해로운 음료로 생각하며 이러한 인식 때문에 소비량이 늘었습니다. 고객사 제품 중 오리지널 제품이 다른 맛에 비해 가장 수요가 높을 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품을 취급할 의향이 있나요?

아직 고객사 제품에 대한 정보가 부족해 이메일로 비즈니스 제안서를 보내주시면 내부적으로 검토해보겠습니다. 최근 러시아로 많은 한국 브랜드가 진출했습니다. 한국 식품에 대한 수요가 증가하면서 경쟁업체도 많아졌다는 점을 고려하여 수출 전략을 세워야 합니다.

Interview ③ 코롭트(К о р О п т)

39)

코롭트
(К о р О п т)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 러시아 블라디보스토크에 설립된 수입유통업체
 - 한국, 일본, 유럽 제품 취급 중
 - 식품, 화장품, 생활용품 등 다양한 제품 판매
 - 자사 온라인 홈페이지를 통한 판매 진행

담당자 정보

Customer Manager

코롭트(К о р О п т)
Customer Manager

Q. 최근 러시아 내 인기 있는 음료는 무엇인가요?

음료는 워낙 다양한 맛 및 타입의 제품들이 판매되고 있기 때문에, 선호하는 음료는 소비자들의 라이프스타일, 나이, 취향에 따라 다릅니다. 그러나 러시아에서 최근 몇 년 간 가장 인기 있는 음료는 몬스터(Monster)나 레드불(Red Bull) 같은 에너지 드링크였습니다. 특히 에너지 드링크는 피로 해소나 집중력 상승 등의 효과를 가지고 있어서 고등학생을 비롯한 젊은 층에게 인기가 있습니다.

Q. 러시아 내 알로에 음료의 수요는 어떤가요?

알로에 음료는 러시아 뿐만 아니라 중앙아시아 국가에서도 매우 인기 있습니다. 러시아 소비자들은 알로에 음료를 건강 음료라고 생각하며, 특유의 달콤한 맛을 좋아합니다. 다른 건강 음료와 비교했을 때 알로에 음료는 단맛이 있어서 일상적으로 마시기 좋습니다.

Q. 러시아 소비자들은 알로에 과육이 들어간 음료를 선호하나요?

러시아 소비자들은 알로에 음료 안에 들어있는 과육을 좋아합니다. 과육 덩어리가 씹히며 알로에 음료만의 독특한 맛을 내고, 말캉하지만 쫄깃한 식감으로 씹는 맛을 더해주기 때문입니다.

Q. 러시아에서 인기 있는 알로에 음료 브랜드는 무엇인가요?

러시아에는 알로에 음료를 제조/판매하고 있는 다양한 브랜드들이 있습니다. 현지 업체로는 몬베리(Monberry), 알로에라이프(Aloe Life) 등이 있으며, 글로벌 브랜드로는 롯데가 가장 인기 있습니다. 롯데는 러시아에서 잘 알려진 브랜드로, 알로에 음료 말고도 다양한 제품을 판매하고 있습니다. 또한, 러시아에 자체 유통채널을 두고 있어서 쉽게 각 소매업체로 유통할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있나요?

러시아 내 판매되고 있는 음료들은 거의 하나의 사이즈로 판매하고 있습니다. 그러나, 고객사 제품은 500mL와 1.5L로 두 가지 용량인 점이 좋습니다. 패키징의 경우, 캔 알로에 음료도 있지만 대부분 페트병을 사용합니다. 다만, 가격은 약간 높은 편이며, 더 저렴한 가격으로 판매하고 있는 업체들도 있습니다.

Q. 고객사 제품의 12가지 플레이버 중, 어떤 제품이 가장 시장성이 있을까요?

음료에 대한 수요가 상승하고 시장이 커지면서 다양한 플레이버, 가격대, 용량 등의 제품이 등장하였습니다. 특히 플레이버는 소비자의 입맛이나 취향에 따라 선호하는 스타일이 달라지는데, 저희 업체의 경우 대다수의 러시아 소비자들은 알로에 음료를 선호하고 복숭아 음료도 인기 있는 편입니다.

VIII. 시사점

시장수요



코로나19로 인해 러시아 소비자들의 건강에 대한 인식이 확산되며 탄산음료의 대체제로 주스에 대한 수요가 증가하고 있음. 더불어 러시아 루블화 약세와 코로나19로 인한 불안정한 경제 상황이 지속되며, 상대적으로 100% 주스 대비 저렴한 저농도주스에 대한 수요가 증가하고 있어 향후 5년(2021-25년)간 연평균 5%의 성장세를 보일 것으로 전망됨. 조사제품에 해당하는 HS CODE 2202.99의 러시아 수입액 기준 한국이 27%로 1위를 차지했으며, 지난 5년(2016-2020년)간 연평균 14%의 높은 성장률을 보임

수입유통업체 인터뷰 결과 알로에음료는 러시아 소비자들이 선호하는 음료 중 하나로, 이국적인 음료가 아닌 일상생활에서도 즐겨 마시는 제품으로 자리 잡음. 실제로 모스크바에 위치한 대형 슈퍼마켓 글로버스 방문 결과 일반 음료 판매 매대에서 롯데, 프루팅(해태), 팔도, 문베리 등 다양한 브랜드의 제품이 판매되고 있었음. 러시아 소비자들은 알로에음료를 건강에 덜 해로운 음료로 인식하며, 특유의 달콤한 맛과 쫄깃한 과육 덩어리가 인기 요인인 것으로 확인됨

제품 트렌드



러시아 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 알로에음료 확인 결과, 국내 선도기업 롯데가 압도적인 1위를 차지했으며 다음으로 삼히타, 프루팅, 알로에큐어, 문베리 등이 빈출함. 알로에음료는 공식 유통업체를 통한 안정적인 유통망, 합리적인 가격으로 높은 수요를 보임. 국내 브랜드 해태의 '프루팅(Fruiting)'은 국내에서는 잘 찾아볼 수 없는 원형 플라스틱 패키징과 귀여운 패키징이 특징임

알로에음료의 플레이버로는 망고맛이 최다 빈출하였으며, 고객사 미보유 플레이버인 사과, 체리, 수박 등도 빈출함. 고객사 보유 플레이버 중 구아바, 코코넛, 타마린드, 유자 등은 제품이 출시되지 않았거나 키워드수가 매우 적었음. 패키징 관련 온라인 채널에서는 240ml 캔 형태가 가장 많았으나, 인터뷰 결과 고객사 제품과 같은 500ml, 1.5l의 페트병 형태가 인기인 것으로 확인됨. 홍보문구 키워드로 무알코올, 장 건강 등이 빈출했으며 실제로 러시아 내 알로에음료는 혈액순환, 장 건강의 효능이 셀링 포인트로 작용하는 것으로 확인됨

고객사 알로에음료 진출전략



현지 수입유통업체로부터 고객사 제품에 대한 피드백을 수취한 결과, FOB의 경우 적절하다는 답변과 다소 높은 편이라는 답변이 모두 확인됨. 특히, 한국 브랜드 중 더 저렴한 가격에 판매되는 제품이 다수로 주의할 필요가 있음. 플레이버의 경우, 가장 대중적인 오리지널 알로에 맛, 망고맛과 더불어, 현지에 아직 출시되지 않은 플레이버 중 현지 선호도가 높은 신제품 출시를 제안함. 특히, 고객사 제품 중 구아바, 타마린드, 유자, 코코넛 등은 생소한 것으로 확인되어 현지인 입맛에 맞다면 시장 선점 가능할 것임

유통채널 관련 러시아는 한국에 비해 온라인을 통한 음료 구매가 대중화되지 않았음. 이미 알로에음료가 현지 대형 하이퍼/슈퍼마켓에서 판매되는 대중적인 음료인 만큼 공식 유통업체와의 계약을 통해 아즈부카브루사, 메트로, 피초로치가 등 대형마트로의 유통을 추천함. 이 외에도 러시아 진출 시 TR-CU 인증이 필수이며 러시아어 라벨링에 주의해야 함. 현지 소비자들이 선호하는 눈에 띄는 패키징으로의 현지화도 고려할 수 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in Russia」, 2021.01
2. 로이터Reuters), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Russia Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Russia Country Report」, 2021.02
5. 알티(RT), 「Covid pandemic propels record growth of Russian e-commerce」, 2021
6. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 신 북방시장 진출 가이드」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 오존(Ozon) (ozon.ru)
5. 윗코노스(Utkonos) (utkonos.ru)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 센서타워 (Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 와일드베리스(Wildberries) (www.wildberries.ru)
9. 로이터(Reuters) (www.reuters.com)
10. 이엠에스매거진(EMS Magazine) (www.emsmagazine.com)
11. 마그네틱(Magnit) (www.magnit.com)
12. 파벨릭(Faberlic) (new.faberlic.com)
13. 글로버스(Globus) (www.globus.ru)
14. 오상(Ошан) (www.auchan.ru)
15. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) (www.russiabusinesstoday.com)
16. 모스크바타임즈(The Moscow Times) (www.themoscowtimes.com)
17. 닥터스톨토프(Doctor Stoletov) (stoletov.ru)
18. 36,6파마시(36,6 Pharmacy) (366.ru)
19. 비즈니스멘즈(Businessmens) (www.businessmens.ru)
20. 페렉레스톡(Perekrestok) (www.perekrestok.ru)
21. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
22. 파이낸셜타임즈(Financial Times) (www.ft.com)
23. 댄포스(Danfoss) (www.danfoss.com)
24. 마그네틱(Magnit) (www.magnit-info.ru)
25. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
26. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
27. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
28. 세계법제정보센터 (world.moleg.go.kr)
29. 유라시아 경제위원회(EEC) 홈페이지 (www.eurasiancommission.org)
30. 러시아 연방 관세청 홈페이지 (www.customs.gov.ru)
31. 유라시아 경제 연합 위원회(Eurasian Economic Union) (www.eaeunion.org)
32. 코르샵(Коршоп) (www.korshop.ru)
33. 사쿠람(Сакурам) (www.sakkuram.ru)
34. 코로프트(Коропт) (www.koropt.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.12.24

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