



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202202-16
품목 | 죽(Porridge)
HS CODE | 1901.90-9091
국가 | 러시아(Russia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 러시아 간편조리식품 시장규모	06
2. 러시아 상온 간편조리식품 시장규모	07
3. 러시아 간편조리식품 시장점유율	08
4. 러시아 즉 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 러시아 전통 죽, 오토밀로 만든 ‘까샤’	12
2. 러시아 죽 시장, 자국 브랜드 다수	13
3. 죽 패키징, ‘종이 곱’ 포장 1위	14
4. 죽 주요 홍보문구, ‘간편’과 ‘건강’	15
5. 러시아 죽 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 러시아 죽 유통채널 비교	18
2. 러시아 죽 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 죽 온라인 유통채널 종합분석	23
2. 러시아 죽 주요 온라인 유통채널	29

VI. 진입장벽

1. 러시아 죽 통관 및 검역 절차	38
2. 러시아 죽 품질 인증	41
3. 러시아 죽 라벨링	42
4. 러시아 죽 성분 및 유해물질	48

VII. 수입·유통업체 인터뷰

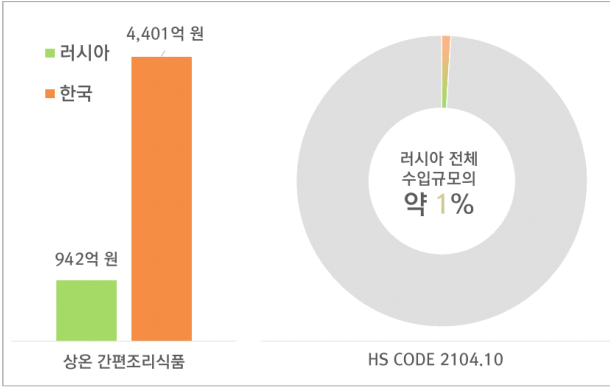
Interview ① 코머스(Komus)	53
Interview ② 코르샵(KorShop)	55
Interview ③ 레드 드래곤(Red Dragon)	57

VIII. 시사점

※ 참고문헌	61
--------	----

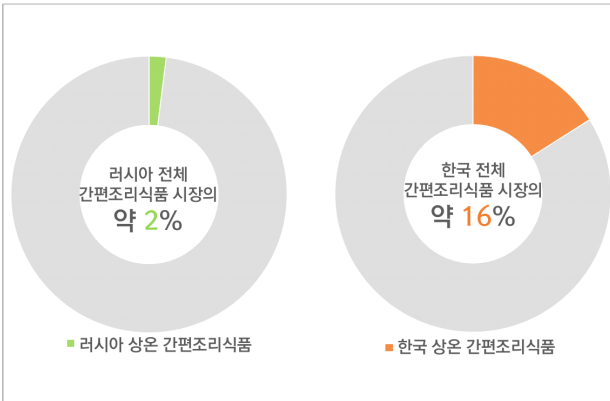
Summary

■ 수요 분석



	러시아	한국
간편조리식품 시장규모	4조 709억 원	2조 6,878억 원
상온 간편조리식품 시장규모	942억 원	4,401억 원
수입액		점유율
러시아 對한국 HS CODE 2104.10 수입 현황	2.5억 원	1%

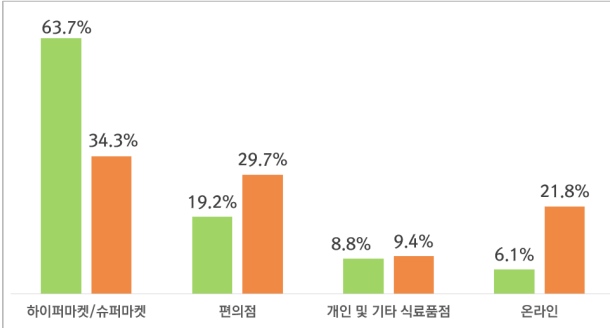
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 상트페테르부르크 위치 오상, 죽 코너 별도 구비 - 조사된 11개 제품 모두 러시아 생산 제품
아시안/한인마트	- 러시아 주요 한인마트, 꼬르삼 및 자스민 - 진입 초기 주요 유통채널로 예상
온라인	주요 온라인 쇼핑몰 '오존', '와일드베리스' 내 구매 상위 죽(까샤) 제품, 주로 현지산, 스위스산, 독일산으로 확인

■ 진입장벽

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

■ 수입·유통업체 평가

소비 방식	생곡물을 구입해 집에서 요리
제품 용량	생곡물 제품은 200~500g, 편의점 간편죽은 100~200g이 보편적
인증	ISO, FDA, HACCP 인증 중요

■ 요약

Point 01.	- 러시아 내 죽은 남녀노소 누구나 섭취하는 대중적인 음식으로, 수요 매우 높은 편 - 다만 고객사 제품과 같은 간편조리식품 형태보다 생곡물 형태를 구매하여 집에서 끓이는 소비 방식이 대중적으로, 고려할 필요 있음
Point 02.	- 러시아 진출 시 TR-CU 인증(EAC) 인증 취득 필수이며 라벨은 러시아어로 표기해야 함 - 고객사 제품과 유사하게 쌀 기반 육류, 야채 등을 추가한 제품 이미 판매 중이며, 건강한 원료에 대한 수요가 증가하고 있는 현상은 기회 요인으로 확인

II. 시장규모

1. 러시아 간편조리식품 시장규모
2. 러시아 상온 간편조리식품 시장규모
3. 러시아 간편조리식품 시장점유율
4. 러시아 즉 수입규모

1. 러시아 간편조리식품 시장규모

러시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	1,709만 km ²
인구	1억 4,681만 명
GDP	1조 4,736억 달러
1인당 GDP	1만 37달러

▶ **러시아 간편조리식품 시장규모 4조 709억 원, 한국 시장의 1.5배**
2020년 기준 러시아 간편조리식품 시장규모는 약 4조 709억 원으로 약 2조 6,878억 원을 기록한 한국 간편조리식품 시장의 1.5배 규모임. 러시아 간편조리식품 시장은 최근 5년(2016-2020년)간 매년 꾸준히 성장하여 연평균성장률 9%를 기록함

▶ **러시아 간편조리식품 시장규모, 향후 5년간 꾸준한 성장세 예상**
러시아 간편조리식품 시장은 향후 5년(2021-25년)간 속도는 다소 둔화되나 꾸준한 성장세를 유지하며 연평균 6%씩 성장할 것으로 전망됨²⁾

[표 2.1] 러시아 '간편조리식품' 시장규모³⁾⁴⁾

단위 : 백만 루블



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '죽'은 한국산 쌀과 단호박, 전복 등 다양한 식재료를 함께 끓여 부드럽게 만든 제품으로 전자레인지 등으로 간편하게 조리해 먹을 수 있는 상온 보관 파우치 포장 제품임. 이에 제품의 종류를 기준으로 '상온 간편조리식품'과 상위품목인 '간편조리식품' 시장규모를 조사함

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 1루블=15.85원(2021.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 러시아 상온 간편조리식품 시장규모

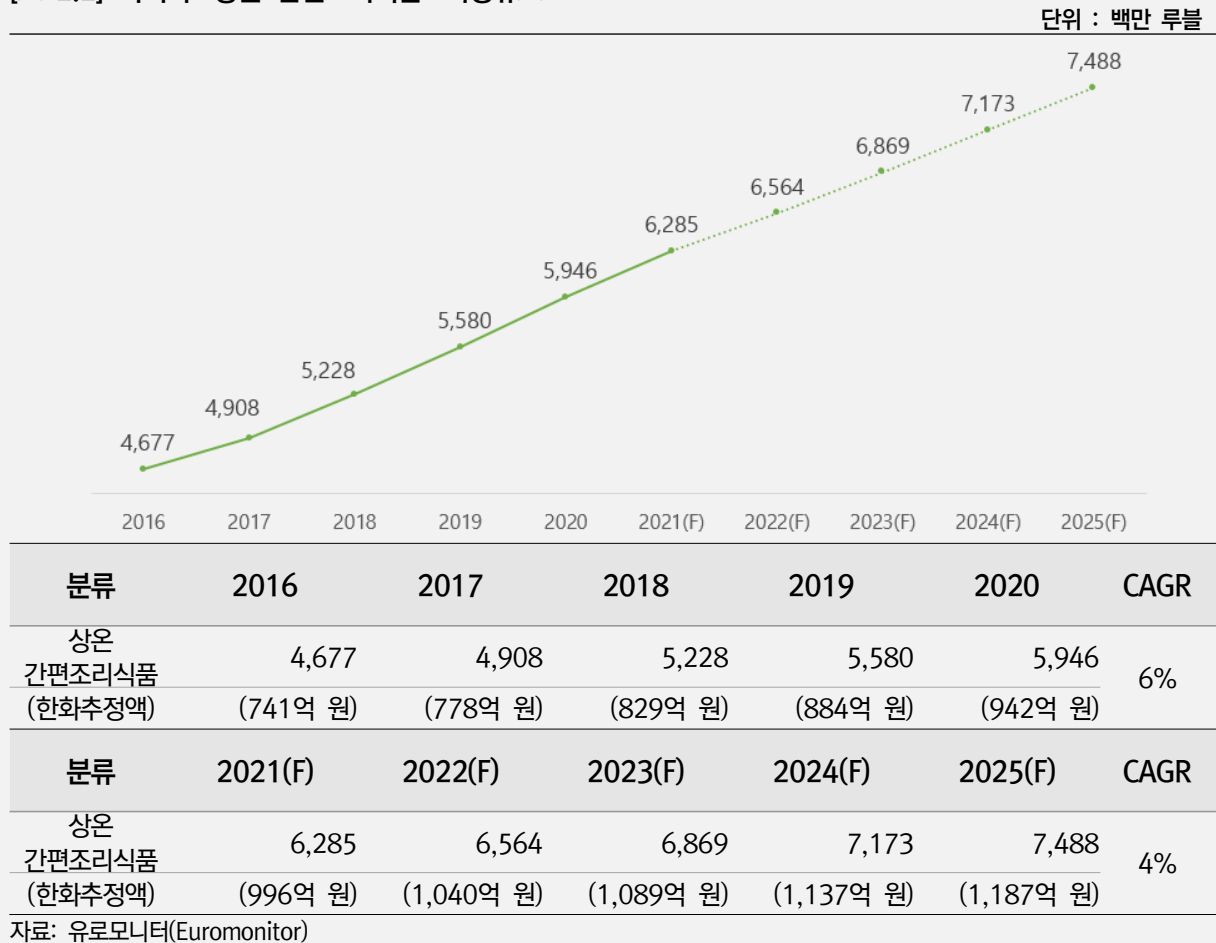
▶ 러시아 상온 간편조리식품 시장규모, 한국의 21% 수준

2020년 기준 러시아 가공 간편조리식품 시장규모는 약 942억 원으로, 약 4,401억 원을 기록한 한국 시장의 21% 수준인 것으로 확인됨. 최근 5년(2016-20년)간 간편조리식품 시장의 성장과 함께 꾸준히 성장하여 연평균성장률은 6%로 집계됨

▶ 러시아 상온 간편조리식품 시장규모, 지속적인 성장세 유지 전망

러시아 상온 간편조리식품 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 4%씩 성장해 2025년에 1,187억 원을 기록할 것으로 예측됨. 편리함을 강점으로 하는 간편조리식품 시장은 향후 제품 다각화를 기반으로 모든 카테고리가 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망됨⁶⁾

[표 2.2] 러시아 '상온 간편조리식품' 시장규모 ⁷⁾



6) 자료: 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Russia」, 2021.12

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

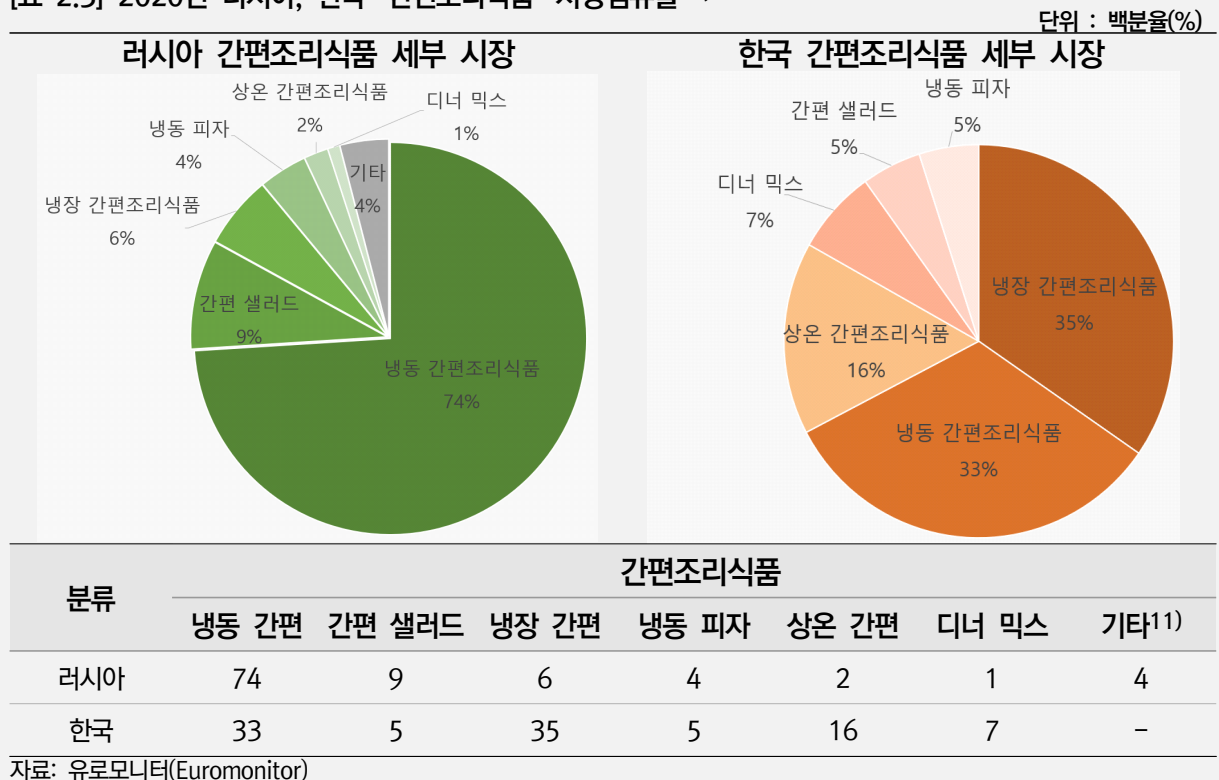
3. 러시아 간편조리식품 시장점유율

▶ 러시아의 '상온 간편조리식품' 점유율 2%로 낮은 수준

러시아 간편조리식품(약 4조 709억 원) 세부 시장과 한국 간편조리식품(약 2조 6,878억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 러시아 간편조리식품 시장 내 '상온 간편조리식품' 점유율은 2%로 한국의 16% 대비 낮은 수준을 기록함. 두 국가의 점유율 구성은 매우 상이한 편으로, 러시아는 '냉동 간편조리식품'이 시장의 3/4을 차지하고 있으며 '간편 샐러드'가 9%로 2위를 기록함. 한편, 한국은 비교적 고루 분포된 점유율을 보임⁸⁾

코로나19의 확산으로 인해 러시아 간편조리식품 시장은 단기간에 큰 성장을 이루었으며, 이러한 성장세는 2차 확산세가 지속되는 한 유지될 것으로 보임. 특히, 러시아에서 건강하고 간편한 식사 트렌드가 확산되어 제품의 간편한 조리법과 원재료의 건강상 효능으로 차별화한다면 러시아 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 예측됨⁹⁾

[표 2.3] 2020년 러시아, 한국 '간편조리식품' 시장점유율¹⁰⁾



8) 유로모니터상 러시아 간편조리식품 시장(약 4조 709억 원)과 한국 간편조리식품 시장(약 2조 6,878억 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 「오미자 죽 우리밀라면...케이푸드, 러시아시장 노크」, 한국농어민신문, 2021.11.23

10) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

11) '기타'에는 '냉장 런치 키트', '냉장 피자', '건조 간편조리식품'이 포함됨

4. 러시아 죽 수입규모

HS CODE 2104.10

조사제품 '죽'은 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식품품'으로 규정된 제 2104호에 속함. 이에 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품'에 해당하는 HS CODE 2104.10를 지표로 선정함

▶ 러시아 HS CODE 2104.10 對글로벌 수입액, 연평균 4%씩 감소

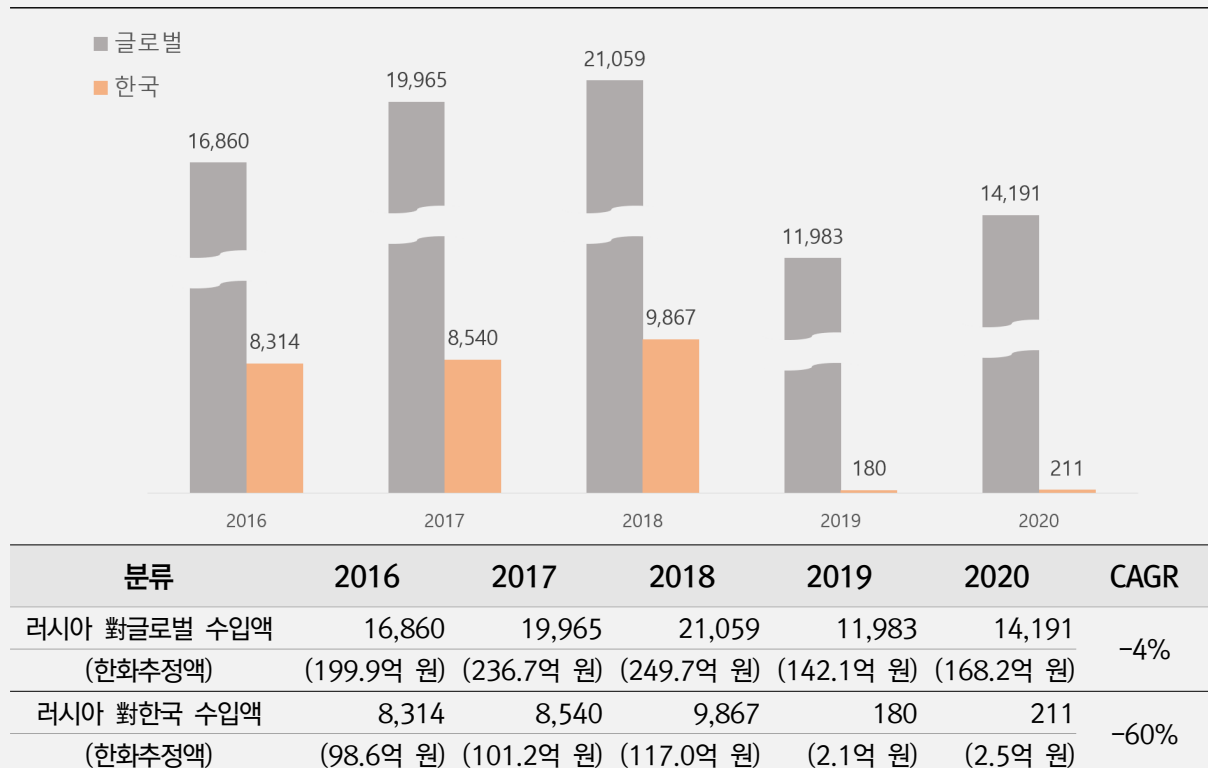
2020년 기준 러시아 HS CODE 2104.10 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 18% 증가한 약 168.2억 원을 기록함. 최근 5년(2016-2020년) 중 2018년까지 꾸준히 성장하다 2019년에 대폭 감소했으나 2020년 다시 성장세로 전환되어 연평균 4%씩 감소한 것으로 집계됨

▶ 러시아 HS CODE 2104.10 對한국 수입액 10위

2020년 기준 러시아 HS CODE 2104.10 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 17% 증가한 약 2.5억 원으로, 이는 對글로벌 수입액의 1% 규모이며 전체 10위에 해당하는 수치임. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 우크라이나(약 85.5억 원, 51%)이었으며, 이어서 크로아티아(약 17.5억 원, 10%), 독일(약 16.5억 원, 10%) 순으로 집계됨

[표 2.4] 러시아 HS CODE 2104.10 수입규모 12)13)14)

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2104.10 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,185.50원 (2021.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 러시아 전통 죽,オート밀로 만든 ‘까샤’
2. 러시아 죽 시장, 자국 브랜드 다수
3. 죽 패키징, ‘종이 곱’ 포장 1위
4. 죽 주요 홍보문구, ‘간편’과 ‘건강’
5. 러시아 죽 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 러시아 온라인매장 입점 측 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 죽(к а ш а)
- 데이터 수집량 : 1,325건
- 데이터 수집원 : 러시아 온라인매장

▶ 러시아 온라인매장 입점 측 특징 분석

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

항목	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
성분	오트밀	овсяные	674	메밀	гречневая	257
	우유	молока	341	베리류	ягод	230
	밀	пшеница	307	곡물	злаки	184
경쟁 브랜드	우벨카	увелка	72	헤인즈	Heinz	31
	고스트	гост	55	마티	Matti	26
	미스트랄	мистраль	32	네슬레	нестле	20
	프루토니아니아	фрутоняня	32	엘리	Yelli	12
패키징	종이 곱	упаковка картонная коробка	94	강통	упаковка жестяная	42
	200g	200 г	67	호일 백	фольгированный пакет	26
	스탠드업 파우치	дой пак	57	상온 보관	комнатной температуре	24
	40g	40 г	56	250g	250 г	18
홍보문구	빠르게	быстро	937	인스턴트	моментального приготовления	121
	비건	вегетарианский	189	자연의 맛	натуральный ароматизатор	65
	비조리 식품	не требующие варки	156	아침	завтраком	25

1. 러시아 전통 죽,オート밀로 만든 ‘까샤’

▶ 죽 성분 1위, ‘オート밀’

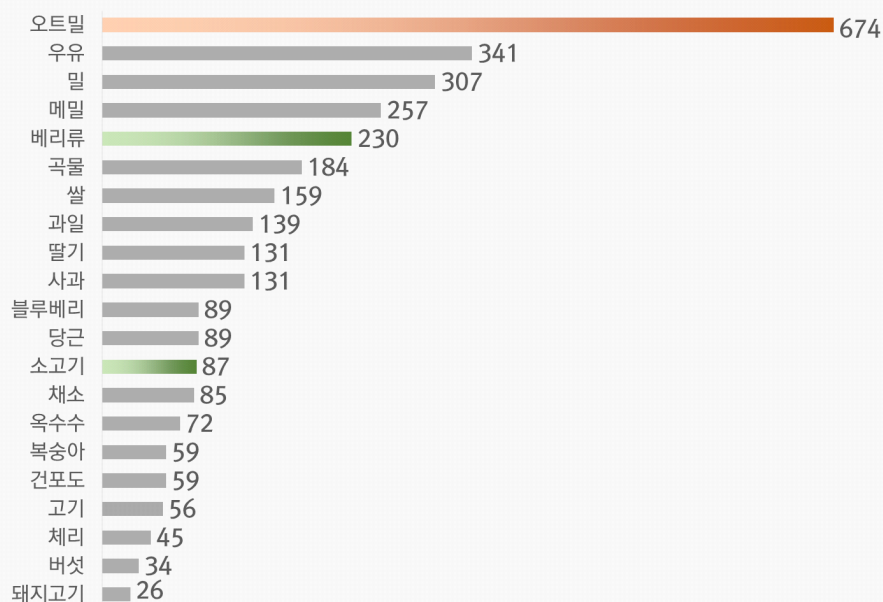
- ‘オート밀’ 성분 키워드 빈출 수 674건으로 압도적 1위
- 러시아 전통 죽 ‘까샤(каша)’는オート밀, 귀리 등의 곡물을 물과 우유에 넣어 끓인 요리로 한국의 죽과 매우 유사한 형태의 음식임
- 까샤에 곁들여 먹는 ‘과일’, 성분 관련 키워드 139건 빈출

▶ ‘소고기’, ‘쌀’ 등 고객사 제품 키워드 빈출

- ‘쌀’ 159건, ‘소고기’ 87건, ‘채소’ 85건, ‘버섯’ 34건 빈출

1위オート밀		5위 베리류		13위 소고기	
					
제품명	파라스オート밀 죽	제품명	즉석 죽 베리모듬 맛	제품명	소고기 메밀죽
브랜드	밀린(Myllyn)	브랜드	미스트랄(Мистраль)	브랜드	마이스니치(Мясничий)
가격	500g/₽91(1,442원) ¹⁵⁾	가격	40g*6/₽121(1,918원)	가격	340g/₽235(3,725원)

[표 3.1] 러시아 죽 성분 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘죽’ 관련 게시물 1,325건 분석

15) 1루블=15.85원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 러시아 죽 시장, 자국 브랜드 다수

▶ 죽 경쟁 브랜드 ‘우벨카’ 최다 빈출

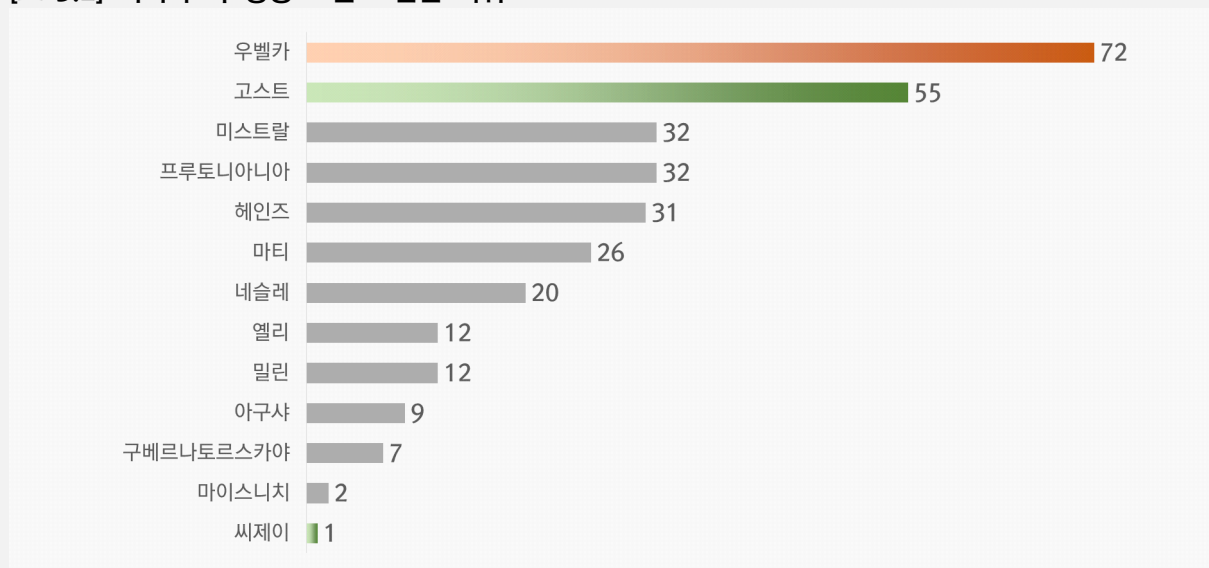
- ‘우벨카(увелка)’ 경쟁 브랜드 키워드 빈출 수 72건으로 1위
- ‘고스트(гост)’, ‘미스트랄(мистраль)’, ‘프루토니아니아(фрутония)’ 등 러시아 브랜드 다수 빈출

▶ 글로벌 및 한국 브랜드 키워드 빈출

- 글로벌 브랜드 ‘헤인즈(Heinz)’ 31건, ‘네슬레(Nestle)’ 20건 빈출
- 한국 브랜드 ‘씨제이(CJ)’ 1건 빈출
- 원문 추적 결과, 씨제이 비비고 브랜드로 소고기 죽, 전복 죽, 단호박 죽, 동지 팔죽 총 4개 제품 검색

1위 우벨카		2위 고스트		13위 씨제이	
					
제품명	인스턴트 죽 모듬 산딸기	제품명	돼지고기 죽	제품명	비비고 소고기 죽
브랜드	우벨카(Uvelka)	브랜드	고스트(Gost)	브랜드	씨제이(CJ)
가격	40g*5/₽100(1,585원)	가격	340g/₽123(1,950원)	가격	450g*2/₽664(10,524원)

[표 3.2] 러시아 죽 경쟁 브랜드 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘죽’ 관련 게시물 1,325건 분석

3. 죽 패키징, '종이 곱' 포장 1위

▶ 죽 패키징 키워드 최다 빈출 '종이 곱'

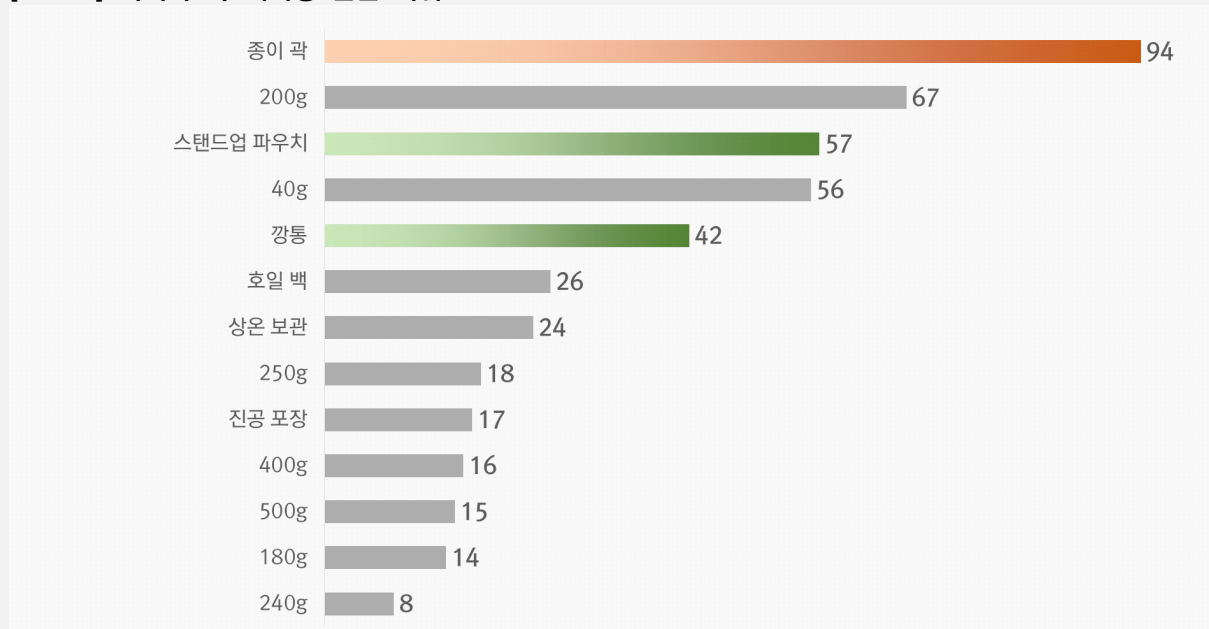
- '종이 곱' 패키징 키워드 빈출 수 94건
- 원문 추적 결과, 일반 시리얼 제품과 같이 비닐 내포장과 종이 외포장 형태의 패키징이 일반적임

▶ '상온 보관' 가능한 '스탠드업 파우치', '강통' 패키징

- '스탠드업 파우치' 키워드 빈출 수 57건, '강통' 빈출 수 42건
- 원문 추적 결과, 고객사 제품과 같은 형태의 제품은 강통 패키징 사용

1위 종이 곱		3위 스탠드업 파우치		5위 강통	
					
제품명	무지방 아마씨 죽	제품명	복숭아 오트밀 죽	제품명	아마씨 내추럴 까샤
브랜드	바실레바 슬로보다 (Василева Слобода)	브랜드	헤인즈(Heinz)	브랜드	엘파(Эльфа)
가격	500g/₽185(2,932원)	가격	200g/₽103(1,633원)	가격	400g*2/₽299(4,739원)

[표 3.3] 러시아 죽 패키징 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 '죽' 관련 게시물 1,325건 분석

4. 죽 주요 홍보문구, ‘간편’과 ‘건강’

▶ 홍보문구 관련 키워드 빈출 수 2위, ‘비건’

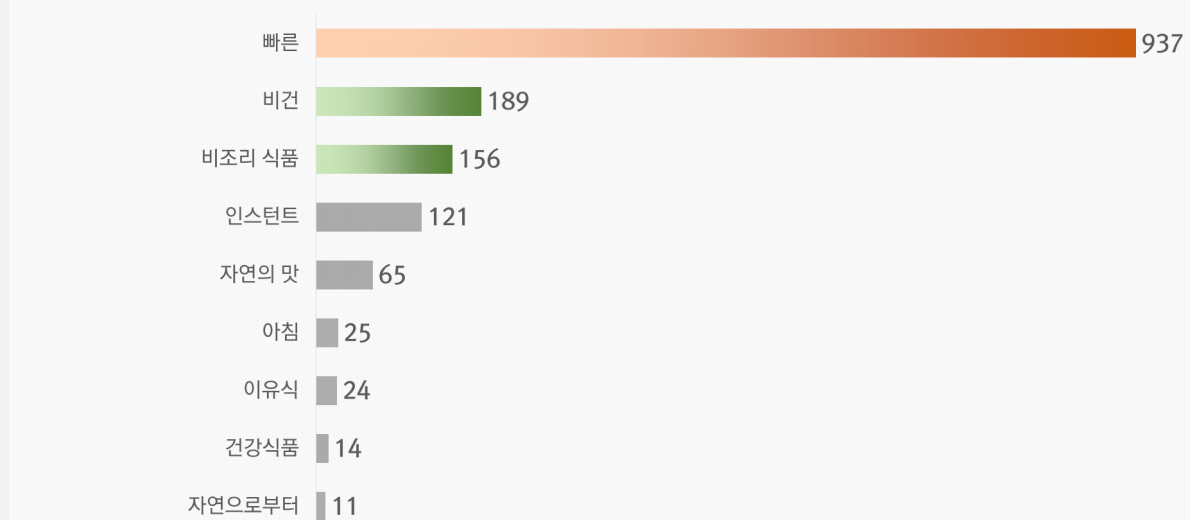
- ‘비건’ 홍보문구 키워드 189건 빈출로 2위
- ‘자연의 맛’ 65건, ‘건강 식품’ 14건 빈출로 건강 키워드 다수
- 원문 추적 결과, 현지 소비자 건강에 대한 관심 높아 비건 식품 인기

▶ 조리하지 않아도 ‘빠르게’ 먹을 수 있는 ‘비조리 식품’ 죽

- ‘빠른’, ‘비조리 식품’ 키워드 937건, 156건 빈출
- ‘인스턴트’ 키워드 121건, ‘아침’ 키워드 25건
- 원문 추적 결과, 바쁜 시간대에 간편하게 먹을 수 있는 제품으로 홍보

2위 비건		3위 비조리 식품		7위 이유식	
					
제품명	오트밀 죽 딸기 크림 맛	제품명	멀티 시리얼 죽	제품명	메밀 우유 죽
브랜드	마티(Matti)	브랜드	그리나디니(Greenadini)	브랜드	아구샤(Arysha)
가격	40g*6/P215(3,444원)	가격	35g*45/P594(9,516원)	가격	200g/P31(497원)

[표 3.4] 러시아 죽 홍보문구 관련 키워드



자료: 러시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘죽’ 관련 게시물 1,325건 분석

5. 러시아 죽 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 간편하게 즐길 수 있는 건강 식사, 조이앤 본죽

- 홍보문구 키워드 빈출 156건 ‘비조리 식품’, 121건 ‘인스턴트’ 활용
- 번거로운 조리과정을 생략하고 싶은 현지 소비자 공략

▶ 컨셉 ② _ 신선한 야채로 맛 낸 비건 음식, 조이앤 본죽 야채죽

- 성분 키워드 빈출 85건 ‘채소’, 홍보문구 키워드 빈출 189건 ‘비건’ 활용
- 비건과 건강에 관심 많은 현지 소비자에게 고객사 제품 적극 어필

▶ 컨셉 ③ _ 이유식 · 환자식으로도 좋은 한국식 까샤, 조이앤 본죽

- 홍보문구 키워드 빈출 24건 ‘이유식’ 활용
- 현지 소비자가 친숙하게 느낄 수 있도록 현지 홍보문구 키워드 활용

성분	패키징	홍보문구	★결합 키워드 발생량	제품 컨셉
채소	(-)	인스턴트	16건	→ [채소]와 곡물로 건강하게, 전자레인지 조리로 [빠르게], 조이앤 본죽
쌀	(-)	비조리 식품	10건	→ 번거로운 조리 과정 없는 [비조리 식품]으로 간편하게, [쌀]로 든든하게, 조이앤 본죽
버섯	스탠드업 파우치	비건	9건	→ [버섯]으로 맛을 낸 [비건] 쌀 죽! [스탠드업 파우치]로 상온 보관도 가능한 조이앤 본죽
곡물	(-)	이유식	8건	→ [곡물]로 정성껏 만든 아이 [이유식] 조이앤 본죽
곡물	스탠드업 파우치	아침	5건	→ 든든한 [아침]을 위한 [곡물] 쌀 죽 [스탠드업 파우치]에 담아 보관도 쉬워요 조이앤 본죽

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

IV. 유통채널 특징

1. 러시아 죽 유통채널 비교
2. 러시아 죽 유통채널 특징

1. 러시아 죽 유통채널 비교

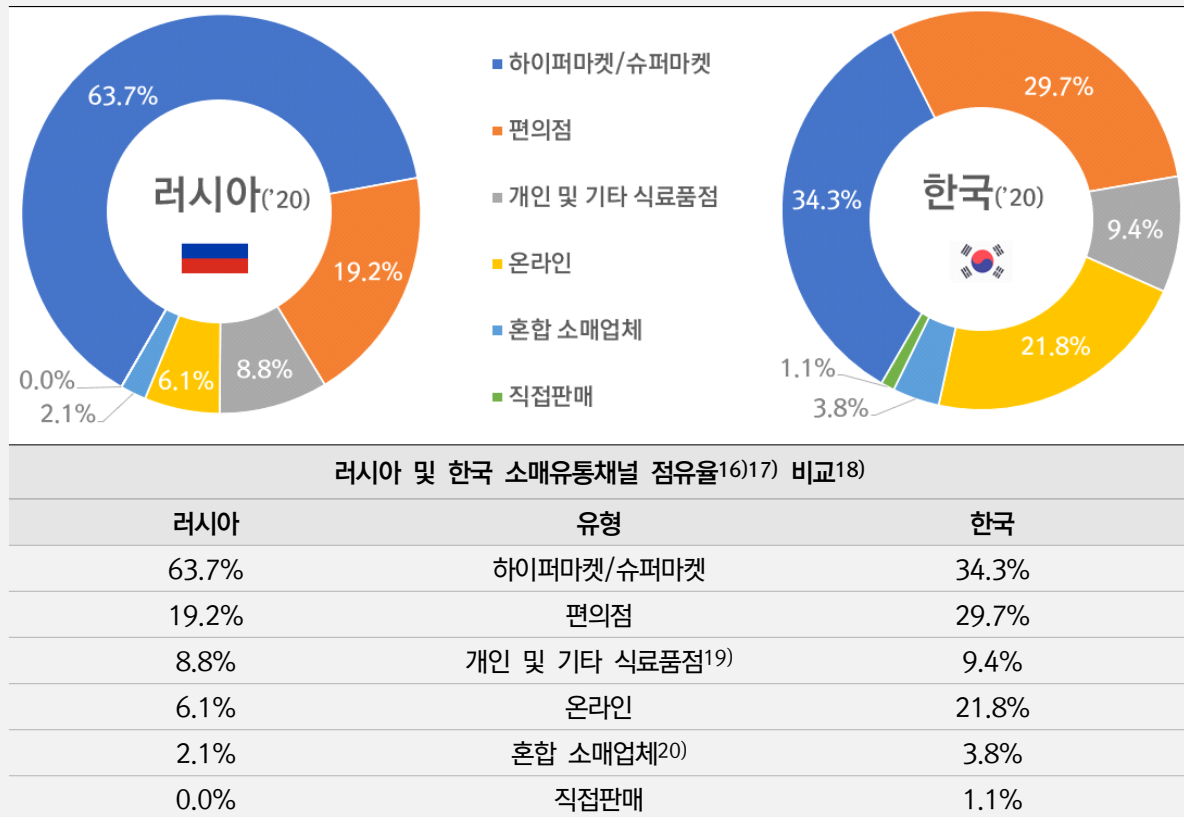
▶ 러시아 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 절반 이상 차지

2020년 러시아 ‘죽’ 유통채널은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 63.7%로 조사되어 전체 유통채널의 절반 이상을 차지하는 것으로 나타남. 한국도 마찬가지로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율이 34.3%로 1위를 차지했음. 다음으로 ‘편의점’과 ‘개인 및 기타 식료품점’이 각각 19.2%, 8.8%로 뒤를 이었음. 한국은 ‘편의점’이 29.7%로 러시아보다 10.5%p 높았으며 ‘개인 및 기타 식료품점’은 9.4%로 0.6%p 높게 나타났음. 그 외로 러시아에서 ‘혼합 소매업체’는 2.1%, ‘직접판매’는 0%로 나타났으나 한국에선 각각 3.8%, 1.1%의 점유율을 보였음

▶ 러시아 ‘죽’ 온라인 시장, 아직 발전 단계

러시아 ‘온라인’ 점유율은 6.1%로 한국(21.8%) 대비 15.7%p 낮은 것으로 나타남.

[표 4.1] 러시아 죽 소매유통채널 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 2020년 기준, 러시아 및 한국 ‘즉석 식품(Ready Meals)’의 소매유통채널 점유율임

17) ‘죽’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘즉석 식품(Ready Meals)’의 정보를 확인함

18) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

19) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

20) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 러시아 주 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

오상 매장 전경('20)



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 렌타 및 오상²¹⁾²²⁾

러시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 렌타(Lenta), 엑스파이브(X5), 마그닛(Magnit) 등이 있음. 렌타는 2020년 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액인 5조 6,000억 루블(약 88조 7,600억 원)²³⁾의 8.5%를 점유함. 엑스파이브(X5)는 의 6.8%를 점유했으며, 산하에 페레크레스톡(Perekrestok), 카루셀(Karusel) 등의 브랜드를 보유하고 있음

▶ 러시아 하이퍼마켓 오상, 본격적인 온라인 판매 진입²⁴⁾

오상(Auchan)은 최근 마그닛과 렌타 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 3,170억 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) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	렌타 (Lenta)	8.5%	렌타(Lenta)
2	엑스파이브리테일그룹 (X5 Retail Group)	6.8%	카루셀(Karusel), 페레크레스톡(Perekrestok)
3	마그닛 (Magnit)	4.5%	마그닛 (Magnit)
4	오상 (Auchan)	4.3%	오상(Auchan), 오상시티(AuchanCity), 라두가(Raduga)
5	오케이 (O'key)	2.8%	오케이(O'key), 오케이익스프레스(O'keyExpress)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Russia Country Report」, 2021.02

22) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Russia Country Report」, 2021.02

23) 1루블=15.85원 (2022.01.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

25) 러시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

Tiko 매장 전경('20)



Tiko 매장 제품 매대('20)



사진자료: 식품외식경영

▶ 러시아 주요 한인마트, 꼬르샵 및 자스민

2020년 러시아 주 유통채널 소매 유통채널 중 한인마트가 포함된 개인 및 기타 식료품점의 점유율은 8.8%로, 한국(9.4%)과 유사하게 나타남. 아시안마트/한인마트는 러시아 내에서 다양한 동양 식품의 주요 유통채널 중 하나임. 러시아 주요 한인마트 업체로는 꼬르샵(Korshop) 및 자스민(Jasmine) 등이 있음. 꼬르샵은 모스크바에 2개 점포를 보유하고 있으며, 다양한 종류의 한국 빵을 판매함. 자스민은 모스크바에 1개 점포를 보유하고 있으며, 식료품을 중심으로 러시아 기념품 등 다양한 한국제품을 판매하는 것으로 나타남

▶ 러시아, 한류 붐과 초코파이 등의 한국식품 수요 증가로 노보시비르스크에 한국식품 전문매장 개점²⁶⁾

러시아 노보시비르스크에 한국식품 전문매장인 티코(Tiko)가 오픈함. 러시아 전역에 도시락, 초코파이로 시작된 한국산 제품의 인기와 러시아 내 K-POP의 인지도 상승에 따라 한국식품에 대한 수요가 증가한 것이 계기임. 티코를 찾는 소비층은 만두, 떡볶이 등 한국산 즉석식품에 큰 관심이 있는 것으로 나타남

[표 4.3] 러시아 주요 한인마트 업체

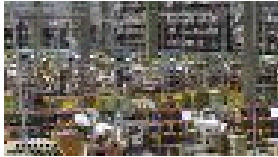
순번	기업명	보유 점포 수('20)	매장 위치
1	자스민(Jasmin)	1	모스크바
2	마루마트(Marumart)	1	카스피스크
3	꼬르샵(Korshop)	2	모스크바

자료: 기업 홈페이지

26) 식품외식경영(Foodnews) 홈페이지

3) 온라인

러시아 내 물류센터 전경



사진자료: 로이터

▶ 러시아 주요 온라인 유통채널, 와일드베리스 및 미아넬로

러시아 주요 온라인 유통채널 와일드베리스(Wildberries)는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 2조 4,556억 루블(약 38조 9,213억 원)의 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 온라인마켓 시장, 코로나 이후 크게 성장²⁷⁾

러시아의 인터넷 상거래 매출액은 2020년 2조 4,556억 루블(약 39조 원)까지 증가하여 전년 대비 약 45% 증가함. 이러한 성장은 코로나19 사태로 소비자들이 온라인 쇼핑 등의 비대면 소비를 늘렸기 때문으로 분석됨. 모든 품목에서 온라인 구매 비중이 증가했으며 특히 식료품과 생필품의 매출이 크게 증가한 것으로 나타남. 오존은 2019년부터 전국에 5,500개의 배송 센터를 확보했으며, 와일드베리스는 현재 보유한 4,600개의 배송 센터에 2,000개소를 추가할 계획이라고 발표함

[표 4.4] 러시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁸⁾	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)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Russia Country Report」, 2021. 02.

28) 러시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 러시아 즉 온라인 유통채널 종합분석
2. 러시아 즉 오프라인 유통채널 종합분석

1. 러시아 죽 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 회	
		앱다운로드수('20)	30만 회 이상	
매출('20)		약 8억 5,000만 달러 (약 1조 77억 원 ²⁹⁾)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	뉴트리론(Nutrilon), 옐리키즈(Yelli Kids)
		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

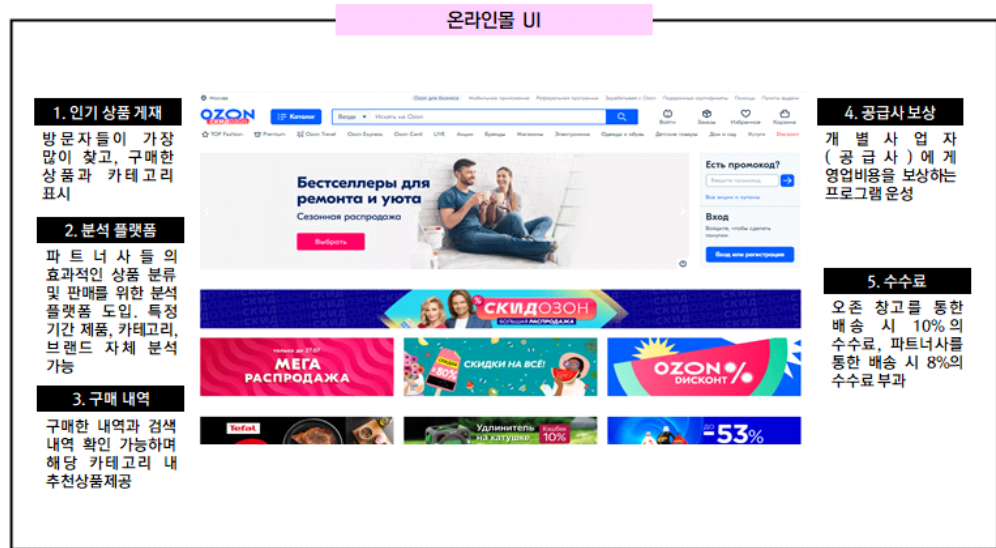
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 다음 웹 주소에서 마켓플레이스에서 제품 판매, 공급업체 신청, 다른 판매자에 대한 판매 개발 지원 중 해당 항목 선택 (www.business.ozon.ru/?perehod=header) - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 웹주소, 담당자명, 전화번호, 이메일) ② 제품 정보 (품목, SKU 번호, 브랜드명) - 공급 업체로 등록을 완료한 후에는 공급자 포털에서 자세한 정보 확인 가능 (supplier.ozon.ru) • 벤더 등록 - 로컬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

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

사진 자료: 오존(Ozon)

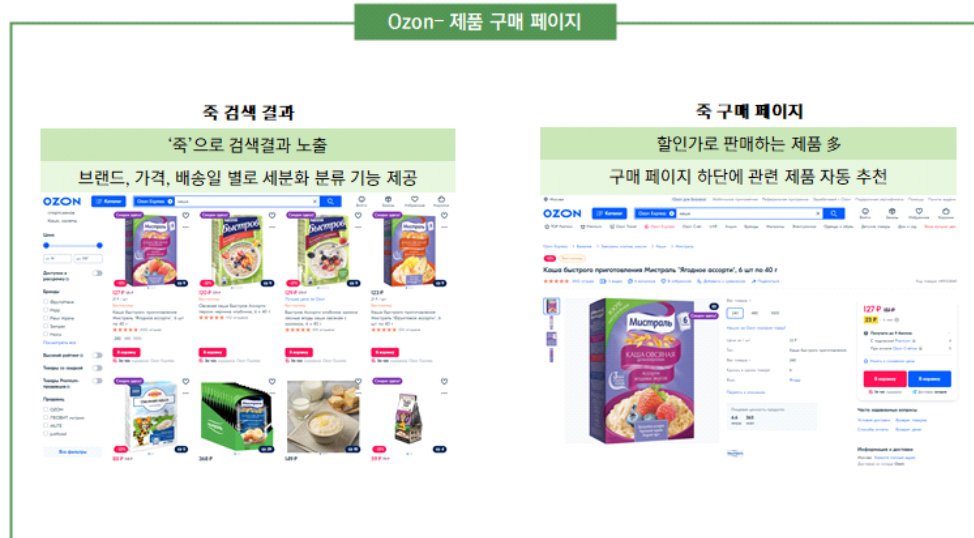
29) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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) 죽 조사

사진 자료: 오존(Ozon) 죽 조사

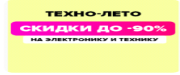
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	죽	뉴트리론 (Nutralon)	카샤 베즈몰로치나야 (Каша безмолочная) *글루텐프리 *쌀	러시아	144루블 (약 2,282원)	180g	
2	죽	엘리키즈 (Yelli Kids)	리소바야카시카 (Рисовая кашка) *납작쌀, 코코넛	러시아	60루블 (약 951원)	100g	
3	죽	아즈쿠사브쿠사 (Azkusa Vkusa)	카샤리소바야몰로치나야 (Каша рисовая молочная) *쌀, 우유	러시아	149루블 (약 2,362원)	250g	
4	죽	마일린파라스 (Myllyn Paras)	카샤리소바야 (каша рисовая) *쌀	러시아	139루블 (약 2,203원)	400g	
5	죽	플뢰르알파인 (Fleur Alpine)	카샤베즈몰로치나야데츠키야 (Каша безмолочная детская) *글루텐프리 *홀그레인	독일	202루블 (약 3,202원)	175g	
6	죽	네슬레 (Nestle)	리소바야카샤 (Рисовая каша) *쌀, 말토덱스트린	스위스	97루블 (약 1,537원)	200g	
7	죽	프루토냐냐 (ФрутоНяня)	카샤리소바야베즈몰로치나야 (каша рисовая безмолочная) *non-GMO *쌀, 비타민	러시아	91루블 (약 1,442원)	200g	

자료: 오존(Ozon) 죽 조사

사진 자료: 오존(Ozon) 죽 조사

30) 조사일(2022.01.26) 기준 오존 죽 조사

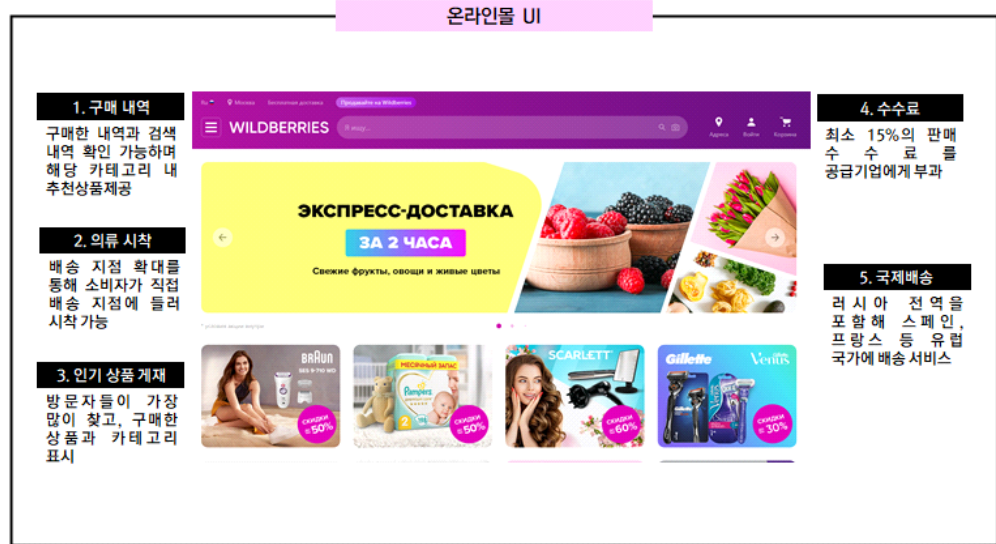
② 와일드베리스

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 9,122억 원)
		운영방식	온라인 마켓
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	
		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)

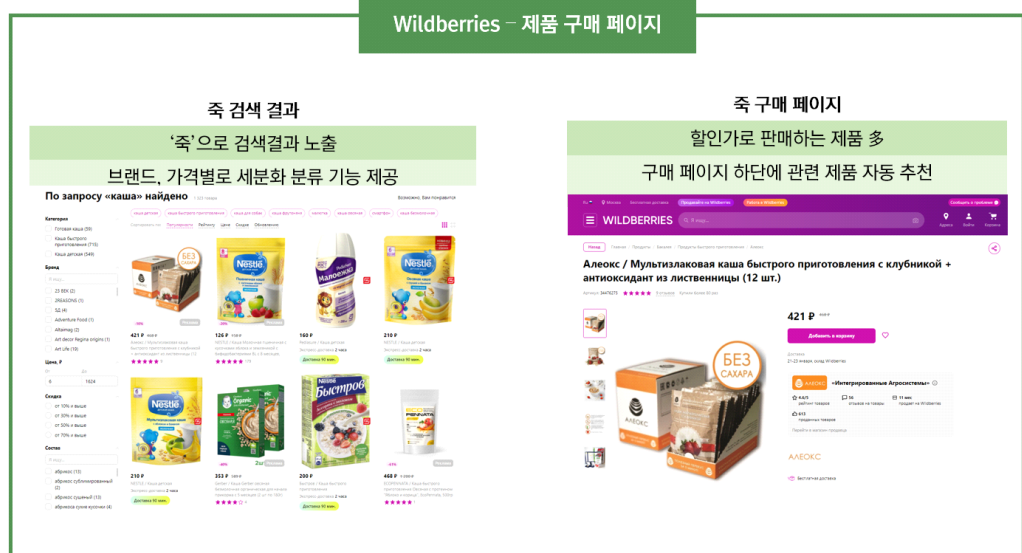
사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



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

자료: 와일드베리스(Wildberries)

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries)

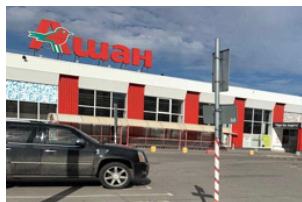
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	죽	게르베르 (Gerber)	옵샤냐 베즈몰로치냐야 (овсяная безмолочная) *쌀	러시아	471루블 (약 7,465원)	180g * 2개입	
2	죽	뉴트리론 (Nutrilon)	카샤 베즈몰로치냐야 (Каша безмолочная) *글루텐프리 *쌀	러시아	144루블 (약 2,282원)	180g	
3	죽	프루토냐냐 (ФрутоНяня)	카시카 젓카야 (Кашка жидкая) *non-GMO *쌀, 비타민	러시아	517루블 (약 8,194원)	20g * 18개입	
4	죽	플뢰르알파인 (Fleur Alpine)	카샤베즈몰로치냐야데츠키야 (Каша безмолочная детская) *글루텐프리 *홀그레인	독일	480루블 (약 7,608원)	175g * 2개입	
5	죽	네슬레 (Nestle)	리소바야카샤 (Рисовая каша) *쌀, 말토덱스트린	스위스	241루블 (약 3,802원)	200g * 2개입	
6	죽	하인즈 (Heinz)	몰로치냐야리소바야카샤 (Молочная рисовая каша) *쌀, 오메가3	독일	119루블 (약 1,886원)	200g	
7	죽	프루토냐냐 (ФрутоНяня)	카샤리소바야베즈몰로치냐야 (каша рисовая безмолочная) *non-GMO *쌀, 비타민	러시아	94루블 (약 1,490원)	200g	

자료: 와일드베리스(Wildberries) 죽 조사

사진 자료: 와일드베리스(Wildberries) 죽 조사

31) 조사일(2022. 01.26) 와일드베리스 죽 조사

2. 러시아 주 주요 오프라인 유통채널 ① 오상

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.auchan.ru			
	위치	모스크바(Moscow)			
	규모	매출액('20)	약 458억 유로 ³²⁾ (약 61조 6,830억 원 ³³⁾)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 314개 • 직원 수('20): 약 32만 9,694명		
기업 요약	• 1961년 프랑스에서 설립된 슈퍼마켓 체인으로 2002년 러시아 진출 • 17개 국가에서 매장 운영 • 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓, 편의점 형태의 약 300개 이상의 매장 보유				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	남성, 여성	직업	직장인, 주부
		연령대	20대~50대	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	08:00~11:00			
	주소	Боровая ул., 47, Санкт-Петербург, 192007			
	상권	도심에 가장 근접해있는 슈퍼마켓으로 주거지역과도 가까워 유동인구가 많음			
	VMD	취급 브랜드	네슬레(Nestle), 에브리데이(Everyday)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
	매장 전경				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 하단 Партнерам 클릭 후 입점 문의 진행 - 다음 웹주소에서 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 поставщика에서 조건 및 샘플 양식 확인 가능 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 주소 등) ② 공급 제품 정보 (창고 주소, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지 등) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호 : +8-800-700-5-800			

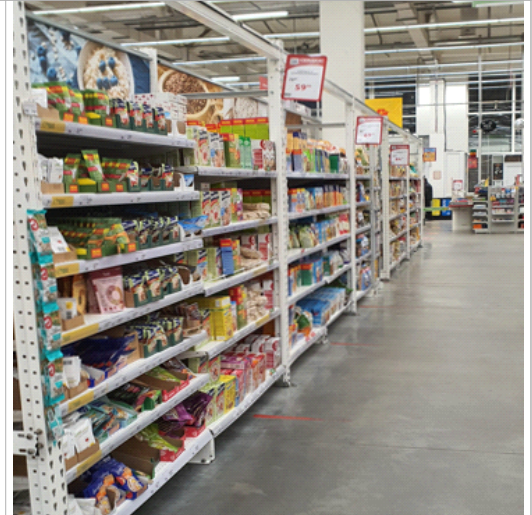
자료: 오상(Auchan)

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

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



오상 현지 매장에선 죽(까샤) 코너가 따로 있으며, 제조사별로 상온 매대에 진열 중인 것을 확인하였음. 죽 또는 즉석식품을 포함한 전체 식음료 카테고리에서 한국 제품은 찾아볼 수 없었음

자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

32) 글로벌 통합 매출

33) 1유로=1,346.79원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	죽	네슬레 (Nestle)	리소바야까사기포알레르겐나베즈모로체나 (Рисовая каша гипоаллергенная безмолочная)	러시아	96루블 (약 1,522원)	200g	
2	죽	네슬레 (Nestle)	비스트로프클루브니카몰로ком (Быстров клубника с молоком)	러시아	172루블 (약 2,726원)	240g	
3	죽	네슬레 (Nestle)	비스트로프아쏘르티체르니카클루브니카베 에르시크 (быстров ассорти черника, клубника, персик)	러시아	151루블 (약 2,393원)	240g	
4	죽	에브리데이 (Everyday)	까샤옘사나야베에르시크쏘슬리브카미베즈 바르키 (Каша овсяная; персик со сливками без варки)	러시아	30루블 (약 476원)	40g	
5	죽	에브리데이 (Everyday)	까샤옘사나야바닐메드민달베즈바르키 (Каша овсяная; ваниль, мед, миндаль без варки)	러시아	30루블 (약 476원)	40g	
6	죽	비오비오 (Био Био)	까샤옘사나야스레스니미야고다미 (Каша овсяная с лесными ягодами)	러시아	199루블 (약 1,886원)	200g	

자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
7	죽	오상 (Auchan)	클로피아잔니 (Хлопья ржанные)	러시아	39루블 (약 618원)	400g	
8	죽	야스노솔니슈코 (Ясно солнышко)	까샤옵샤냐야아쏘르티아브리꼬샤블로 코이쭈스몰로콤 (Каша овсяная Ассорти: абрикос, яблоко, изюм с молоком)	러시아	119루블 (약 1,886원)	270g	
9	죽	우벨카 (Увелка)	옵샤냐까샤스클루브니코이슬리브카미 (Овсяная каша с клубникой, сливками)	러시아	99루블 (약 1,569원)	200g	
10	죽	미스트랄 (Мистраль)	스미스클로프에프즐라코픽코데일 (Смесь хлопьев злаковый коктейль)	러시아	86루블 (약 1,363원)	400g	
11	죽	루스키 프라독트 (Русский продукт)	게르쿨레스아쏘르티레스노예 (Геркулес Ассорти Лесное)	러시아	113루블 (약 1,791원)	210g	

자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

사진 자료: 오상(Auchan) 현지 매장 방문 조사

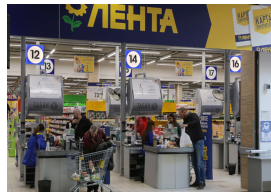
② 글로버스

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 7,435억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 17개		
기업 요약	• 1828년 독일에서 설립된 슈퍼마켓 기업으로 2006년 러시아 진출 • 식료품 코너의 다양한 자사 PB 제품과 독일산 제품				
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등			
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품			
	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) - 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: 모스크바타임즈(The Moscow Times)

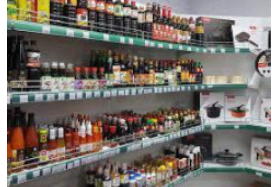
③ 렌타

기업 기본 정보	기업명	렌타(Лента)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lenta.com	
	위치	상트페테르부르크(Saint-Petersburg)	
	규모	매출액('20)	약 4,175억 루블(약 6조 6,174억 원)
기타 규모		- 매장 수('20): 약 393개 - 직원 수('20): 약 4만 명	
기업 요약	- 러시아 내 최대 규모의 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 - 러시아 내 약 88개의 도시에 매장 보유 7개의 자체 유통센터, 3,000개의 협력 공급 업체 보유 - 다양한 자체 브랜드 상품 보유		
매장정보	입점 가능 품목	신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 하단 Поставщикам 클릭 - 페이지 내 Оставить коммерческое предложение 눌러 입점 지원서 작성 (lenta.com/postavshchikam/ostavit-kommercheskoe-predlozhenie) - 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 - 소요시간 : 약 2주 - 문의사항 연락처 - 전화번호 : +7-8-800-700-4-111	

자료: 렌타 (Lenta)

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

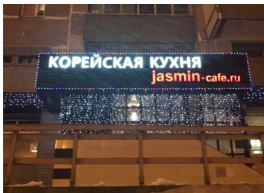
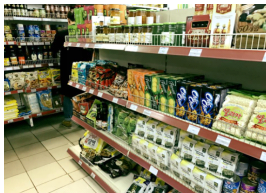
④ 꼬르샵

기업 기본 정보	기업명	꼬르샵(Korshop)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.korshop.ru	
	위치	모스크바(Moscow)	
	규모	기타 규모	- 매장 수('20): 2개 2개 매장 모두 모스크바에 위치
	기업 요약	- 한국 제품과 그 외 중국, 베트남, 태국, 일본 제품 취급하는 아시안마트 - 온라인 판매 시 모스크바 지역에 한해 직접 배송 서비스를 운영하며 제품 온라인 구매 시 구매 가격별 차등 할인율과 배송비 무료 혜택 - 타 한인마트 대비 비교적 저렴한 가격에 판매	
매장정보	입점가능품목	신선식품, 스낵류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 유제품, 건강식품 등	
	선호제품	냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 건강식품	
	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) - 벤더 등록 - 로컬 에이전트를 통한 소싱 및 등록 - 문의사항 연락처(도매담당부서) - 이메일 : korshop7@gmail.com - 전화 : +7-909-949-3254	

자료: 꼬르샵(Korshop)

사진 자료: 망치(Maangchi)

⑤ 자스민

기업 기본 정보	기업명	자스민(jasmin)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.jasmin-cafe.ru		
	위치	모스크바(Moscow)		
	규모	기타 규모 • 매장 수('20): 1개		
	기업 요약	• 한식당, 베이커리와 함께 식료품점 운영 • 마트 내에서 러시아 제품도 취급 • 배송서비스(8시-22시) 제공 • 온라인 물 운영		
매장정보	입점가능품목	• 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품, 등		
	선호제품	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 상단 메뉴 Контакты 클릭 - 홈페이지 양식대로 정보 기재하여 제출 (www.jasmin-cafe.ru/contacts) - 홈페이지 가입 정보: 담당자명, 연락처, 문의내용 등 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락처, 연락담당자, 홈페이지 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) • 입점관련 담당 - 이메일 : info@jasmin-cafe.ru - 전화번호 : +7-495-438-2366 / +8-499-749-6702 - 카카오톡 : stayinmoscow		

자료: 자스민(Jasmin)

사진 자료: 자스민(Jasmin) 페이스북

VI. 진입장벽

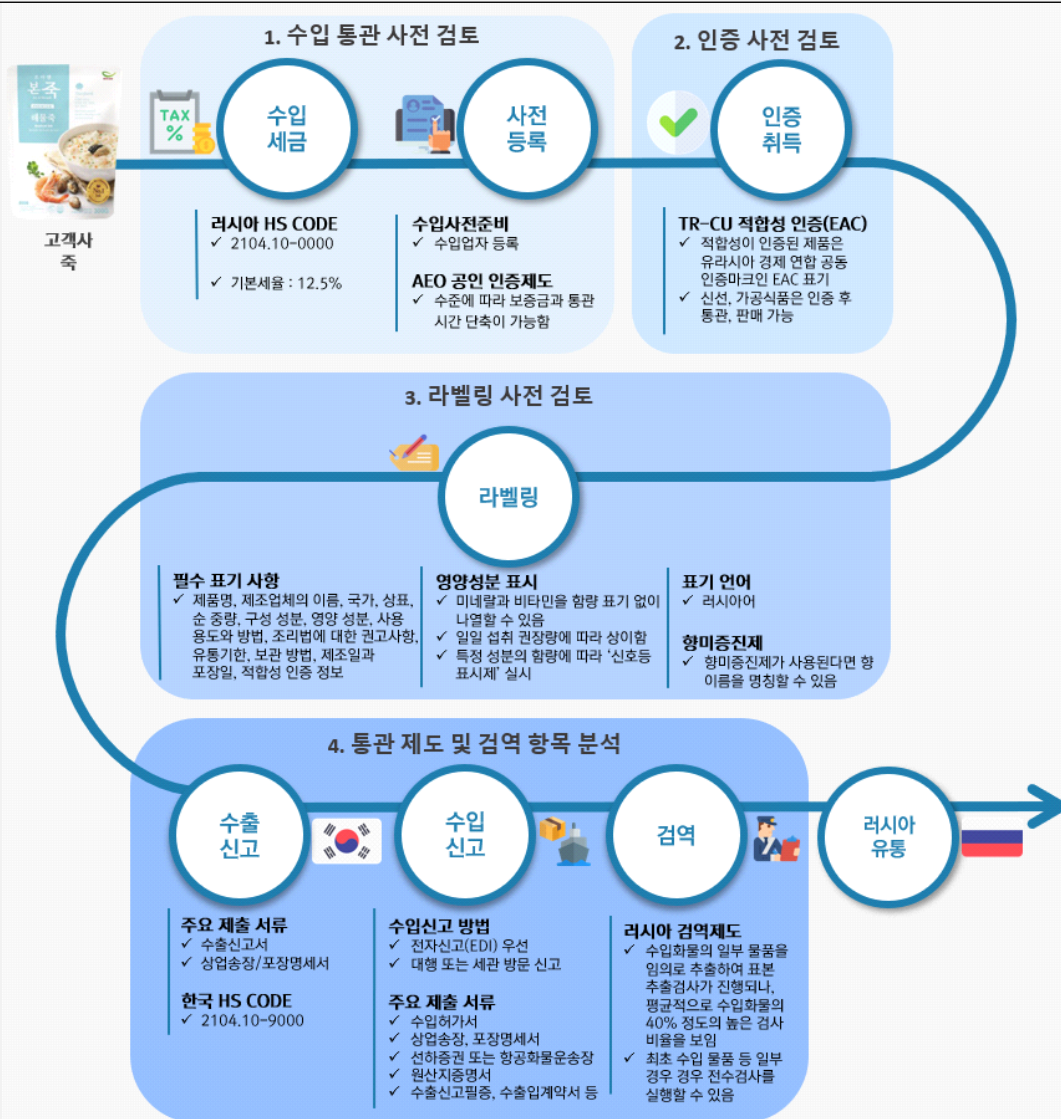
1. 러시아 죽 통관 및 검역 절차
2. 러시아 죽 품질 인증
3. 러시아 죽 라벨링
4. 러시아 죽 성분 및 유해물질

1. 러시아 측 통관 및 검역 절차³⁴⁾

▶ 러시아 측 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 측 통관 검역 절차



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

34) 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 죽 품질 인증

▶ 러시아 죽, 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 인증에서 TR-CU 인증으로 변경하는 중임. 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

2. 러시아 죽 품질 인증

[표 6.4] 러시아 죽 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 족 라벨링

[표 6.5] 러시아 족 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 족 라벨링

식품 성분 규정 예시 - 즉석 건조 유제품이 없는 죽 (즉석 준비)	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

출처: 유라시아 경제위원회(EEC), TR-CU 022/2011

▶ 러시아 죽 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[앞면 - 러시아어]

- ① мистраль
- ② смесь хлопьев
- ③ злаковый коктейль
- ④ время 3 мин
- ⑤ природная клетчатка для похудения и очищения
- ⑥ комплекс аминокислот для иммунитета и молодости
- ⑦ витамины и минералы для кожи и волос

[앞면 - 국문]

- ① 미스트랄
- ② 플레이그 믹스
- ③ 잡곡 셰이크
- ④ 끓는 물에 3분
- ⑤ 다이어트와 클렌징을 위한 천연 섬유질
- ⑥ 면역과 젊음을 위한 아미노산 콤플렉스
- ⑦ 피부와 헤어를 위한 비타민과 미네랄

[뒷면 - 러시아어]

- ① яркий и продуктивный день начинается с полезного и вкусного завтрака

[뒷면 - 국문]

- ① 밝고 생산적인 하루는 건강하고 맛있는 아침 식사로 시작됩니다

② 1. Добавьте к хлопьям кипящую воду или молоко в соотношении 1:2 2. Перемешайте, закройте крышкой и дайте настояться 3 минуты ③ ВМЕСТЕ ВКУСНЕЕ - тростниковый сахар - Малина - йогурт - яблоко - ананасы в сиропе - клубничное варенье	② 1. 시리얼에 끓는 물 혹은 우유를 1:2 비율로 첨가하세요 2. 휘저은 다음 뚜껑을 닫고 3분간 기다리세요 ③ 함께 곁들이면 더 맛있습니다 - 설탕수수 - 산딸기 - 요거트 - 사과 - 시럽이 있는 파인애플 - 딸기잼
[옆면 1 - 러시아어]	[옆면 1 - 국문]
① смесь хлопьев ② злаковый коктейль ③ Комплексная забота о здоровье вместе с мультизлаковым коктейлем 7в1 ④ смесь злаков в идеальной пропорции для красоты, молодости и здоровья ⑤ - содержание витаминов и минеральных веществ - B1 0.19мг 13.6% улучшает пищеварение - PP 4.5 мг 25.0% для сильного сердца - магний 49 мг 12.5% против бессоницы и стресса	① 시리얼 믹스 ② 시리얼 칵테일 ③ 7 in 1 잡곡 웨이크로 종합 건강 관리 ④ 아름다움, 젊음, 건강을 위한 이상적인 비율의 시리얼 혼합물 ⑤ - 비타민 미네랄 요소 함유 - B1 0.19mg 13.6% 소화 촉진을 위한 비타민 b1 - pp 4.5mg 강한 심장을 위한 비타민 pp - 마그네슘 49mg 12.5% 불면과 스트레스에 좋은 마그네슘

- Р фосфор 662.0mg 82.8% для хорошей памяти
- железо 2.96 mg 21.1% для бодрости, энергии

- ⑥ состав :
хлопья, овсяные, пшеничные, ячменные, рисовые, гречневые, пшеничные, ржаные

- ⑦ пищевая ценность (средние значения) на 100 г

калорийность	363,5 ккал
белки	11,4 г
жиры	3,1 г
углеводы	69,8 г
клетчатка	5,4 г

- ⑧ годен до на верхнем клапане коробки. Хранить в сухом месте.

- ⑨ Не содержит гмо

- ⑩ срок годности 9 месяцев

- ⑪ масса нетто 400г

- ⑫ изготовитель
1. 000 (мистраль трейдинг)
Адрес производства:
142115, Россия,
Московская обл.
Подольский р-н, с/
пос. Лаговское,
вблизи д. Коледино.
Юр. адрес:
119285, Россия, г.
Москва, ул.
Пудовника, д. 4.

- 662.0mg 82.8% 기억력을 위한 인
- 기력과 에너지를 위한 철

- ⑥ 구성 :
곡물, �트, 수수, 보리, 쌀, 메밀, 밀, 호밀

- ⑦ 100그램당 영양 성분

칼로리	363.5kcal
단백질	11.4g
지방	3.1g
탄수화물	69.8g
섬유질	5.4g

- ⑧ 유통기한은 상자의 상단 뒷면에 있습니다.
건조한 장소에 보관하세요.

- ⑨ GMO를 함유하고 있지 않습니다

- ⑩ 9개월의 유통기한

- ⑪ 포장지를 제외한 400그램

- ⑫ 제조사
1. 유한 책임회사 (미스트랄 트레이딩)
생산지 주소 :
142115, 러시아, 모스크바 지역.
Podolsky 지구, s / pos. Koledino
마을 근처의 Lagovskoe. 주르. 주소:
119285, Russia, Moscow, st.
푸도브니카, 4.

[옆면 2 - 러시아어]

- ① Легко открывать
- ② просто протяните
- ③ удобно насыпать и хранить
- ④ не просыпается
- ⑤ почему завтрак мистраль полезный и такой быстрый?
- ⑥ мы используем уникальную технологию bio steam, понимая как мало времени с утра для приготовления быстрого и вкусного завтрака с пользой для всей семьи.
- ⑦ bio system как это работает? мы берем только цельные злаки, выращенные в России bio system как это работает?
- ⑧ Очищаем от шелухи, не затрагивая отборную оболочку
- ⑨ Бережно обрабатываем паром и плющим зерно
- ⑩ Хлопья Министраль bio system это же зерно, только плоское!
- ⑪ Оно остается цельным и полезным, а завтрак готовится всего за 3 минуты

[옆면 2 - 국문]

- ① 쉽게 열립니다
- ② 당기세요
- ③ 따르기 쉽고 보관도 편리합니다
- ④ 흘리지 않으셔도 됩니다
- ⑤ 왜 미스트랄의 아침 식사가 유용하며 빠른가?
- ⑥ 우리는 독특한 바이오 스팀 기술을 사용하여 온 가족의 편의를 위해 빠르고 맛있는 아침 식사를 준비하는 시간이 얼마나 짧은지를 깨닫습니다.
- ⑦ 바이오 시스템은 어떻게 일하나요? 러시아산 통곡물만을 취급합니다
- ⑧ 우리는 선별된 곡물의 껍질에 손상을 주지 않으면서 세척합니다
- ⑨ 우리는 증기와 타작기로 알곡을 조심스럽게 가공합니다
- ⑩ 미스트랄 바이오 시스템 곡물은 알곡이며 납작합니다
- ⑪ 온전하고 건강한 상태로 유지되며 단 3분 만에 아침 식사가 준비됩니다

4. 러시아 죽 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 죽이 분류될 수 있는 수프, 수프와 브로스의 식품첨가물 목록 일부이며, 전체 목록은 KATI농식품수출정보 홈페이지나 해당 러시아 규정에서 확인 가능함

[표 6.6] 죽에 적용되는 러시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	수크로글리세리드	Sucroglycerides	2g/kg	수프와 브로스
2	자당지방산에스테르	Sucrose esters of fatty acid(s)	2g/kg	
3	폴리소르베이트20 모노스테아린산 소르비탄	Polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate	1g/kg	
4	라이코펜	Lycopene	100mg/kg	수프
5	루테인	Lutein	100mg/kg	
6	퀴놀린 옐로우	Quinoline yellow	100mg/kg	
7	커큐민	Curcumin	100mg/kg	
8	그린 S	Green S	100mg/kg	

출처: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

▶ 유해물질

러시아는 ‘식품의 안전 및 영양가에 대한 요구사항’ 규정에서 식품의 유해물질 잔류기준을 규정하고 있음. 러시아로 수입되는 식품은 사전에 단일 위생규정에 따라 평가되며, 식품의 안전성을 입증하는 제조업체의 문서가 첨부되어야 함. 하기 표는 고객사 측에 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] 죽에 적용되는 러시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	대장균군	Coliforms	불검출/0.1g(cm ³)	즉석섭취 요리(점심식사용) 농축물 (인스턴트 수프)
2	황색포도상구균	Staphylococcus aureus	불검출/0.1g(cm ³)	
3	곰팡이	Mold	100 CFU/g(cm ³) 이하	
4	중온성 호기성 및 조건혐기성 미생물	Mesophilic aerobic and facultative anaerobic microorganisms	5x10 ⁴ CFU/g(cm ³) 이하	

출처: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

[표 6.8] 죽에 적용되는 러시아 유해물질 기준³⁵⁾ (어린이용 - 즉석 건조 유제품이 없는 죽)

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	대장균군	Coliforms	불검출/1.0g(cm ³)	어린이용 - 즉석 건조 유제품이 없는 죽 (즉석 준비)
2	중온성 호기성 및 조건혐기성 미생물	Mesophilic aerobic and facultative anaerobic microorganisms	1x10 ⁴ cfu/g(cm ³) 이하	
3	바실루스 세레우스	Bacillus cereus	2x10 ² cfu/g(cm ³) 이하	

출처: KATI 농식품수출정보, 유라시아 경제위원회(EEC)

35) 분유·살균 우유 등 어린이용 제품의 경우, 동일 규정 내 ‘부록 3. 어린이용 제품의 안전 및 영양에 대한 위생 기준’에 별도 유해물질 기준이 마련되어 있음. 고객사 제품과 가장 유사한 식품 유형을 선택한 후 해당 기준을 기재함

▶ 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 ‘페닐알라닌 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 측은 의무 표시 성분을 함유하지 않은 것으로 확인되나, 참기름을 첨가하는 경우 ‘깨 함유’, 각종 해산물을 함유한 경우 ‘갑각류 함유’ 또는 ‘어류 함유’ 기재를 권장함

[표 6.9] 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 코머스(Komus)

Interview ② 코르샵(KorShop)

Interview ③ 레드 드래곤(Red Dragon)

러시아(Russia)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

· 수입 · 유통업체 ○

코머스
(Komus)코르샵
(KorShop)레드 드래곤
(Red Dragon)

업체 ▶

유통업체

유통업체

수입유통업체

취급 ▶



오트밀



죽



죽

사진 자료: 제품 판매 페이지

러시아(Russia)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	소비 방식	제품 용량	인증
코머스 (Komus) ----- 유통업체	생곡물을 구입해 집에서 요리함	100g~500g, 1kg 다양함 200g 가장 많음	- ISO, FDA, HACCP 인증 중요 - 러시아어 라벨 부착
코르샵 (KorShop) ----- 유통업체	생곡물을 구입해 집에서 요리함	다양함	- 인증 중요 - 유통업체에서 인증획득 도움
레드 드래곤 (Red Dragon) ----- 수입유통업체	생곡물을 구입해 집에서 요리함	- 생곡물 200g~500g - 편의점 간편죽 100~200g	인증 필수

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 코머스(Komus)

36)

코머스
(Komus)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 모스크바에 설립된
 - 가전제품, 식품, 화장품
 - 취급 유통업체

담당자 정보

Customer Manager

코머스(Komus)
Customer Manager

Q. 러시아의 최근 죽에 대한 수요와 한국 죽에 대한 인지도는 어떠한가요?

러시아에서 죽에 대한 수요는 항상 높았습니다. 아이들뿐만 아니라 모든 연령대가 소비하고 있으며, 죽이 필수 음식 중 하나가 될 것이라고 생각합니다. 하지만 한국산 죽에 대한 인지도가 매우 낮으며, 저희는 한국산 죽에 대해 들어본 적이 없습니다.

Q. 죽의 주요 소비자층과 소비 방식은 어떻게 되나요?

러시아에서는 남녀노소 누구나 죽을 섭취하는 만큼 특별한 소비 연령층이나 성별은 없습니다. 죽은 주로 아침 식사 음식입니다. 하지만 러시아 문화가 집에서 요리해서 먹는 문화이기 때문에 가공 식품에 대한 수요는 생곡죽보다 적습니다.

Q. 고객사의 경쟁제품과 현지에서 인기 있는 제품은 무엇인가요?

러시아 고객이 주요 소비층이기 때문에 외국 브랜드와 현지 브랜드가 많습니다. 인기 브랜드로는 '크노르(Knor)', '에브리데이(Everyday)', '우벨카(Uvelka)'가 있습니다. 가격은 보통 1.30~1.60달러(한화 약 1,541~1,897원³⁷⁾) 정도로 제품 간의 큰 차이가 없습니다. 러시아에서 아침 식사로 가장 많이 소비되는 죽은 귀리죽입니다. 귀리죽은 간편한 아침 식사를 위해 미리 만들어진 즉석식품 포장, 보통 편의점에서 판매되는 소량 포장, 홈 쿠킹용 곡식 포장 등 다양한 포장 방식으로 판매됩니다. 또한 기본맛 외에도 마른 과일맛, 혼합맛이 있습니다.

Q. 러시아 죽의 평균 용량은 어떻게 되나요?

죽은 러시아에서 자주 소비되는 음식 중 하나로, 100g부터 500g 또는 1kg까지 용량이 다양합니다. 이 중 200g 용량 제품이 가장 많습니다.

Q. 러시아에서 어떤 인증을 필요로 하나요?

고객사가 러시아에서 죽을 판매하려면 ISO, FDA, HACCP과 같은 인증이 매우 중요합니다. 이 외에도 러시아어로 라벨을 붙이는 것이 중요하며, 러시아어로 설명과 성분도 표기해야 합니다.

36) 사진자료: 코머스(Komus)

37) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q. 고객사가 러시아에 죽을 수출할 때 주의해야 할 점은 무엇인가요?

우선 러시아 죽 시장 선도업체들과의 경쟁을 고려해야 합니다. 지금도 러시아 소비자들은 다양한 종류의 죽을 선택할 수 있으며 가격대도 다양합니다. 그 외 한국 기업들이 러시아 내 아시안 매장으로 유통하고 아시아 소비자를 목표로 진출할 것을 추천합니다.

Interview ② 코르샵(KorShop)

38)



코르샵
(KorShop)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 모스크바에 설립된
아시아 식품 취급
유통업체

담당자 정보

Sales Manager

코르샵(KorShop) Sales Manager

Q. 러시아의 최근 죽에 대한 수요와 한국 죽에 대한 인지도는 어떠한가요?

러시아 내 죽 소비 수준은 매우 높습니다. 하지만 즉석식품 형태의 죽보다는 죽을 만들기 위한 곡물에 대한 수요가 더 많습니다. 대부분의 러시아 소비자들은 포장 음식으로 식사하기보다 집에서 직접 요리해서 먹습니다. 그리고 러시아 소비자의 한식에 대한 인지도는 전반적으로 상당히 높지만, 죽의 경우 그리 높지 않습니다.

Q. 죽의 주요 소비자층과 소비 방식은 어떻게 되나요?

보통 아침 식사로 죽을 먹고, 일부는 아플 때 죽을 먹습니다. 모든 연령대가 죽을 소비하는 만큼 어린이만이 주요 소비자층이라고 보기는 어렵습니다. 그리고 보통 죽을 집에서 끓이는 것을 선호하기 때문에 러시아 가게들은 생곡물 형태로 팔고 있으며, 이러한 제품은 가공 식품에 비해 유통기한이 훨씬 깁니다.

Q. 고객사의 경쟁제품과 현지에서 인기 있는 제품은 무엇인가요?

러시아에서 다양한 종류의 죽을 먹는 문화는 항상 있었습니다. 세월이 흘러도 식문화는 크게 바뀌지 않았지만, 브랜드는 점차 다양해졌습니다. 현재 판매 중인 죽이 고객사 제품의 주요 경쟁자이고 앞으로도 그럴 것입니다. 러시아 죽 제품은 조리된 것보다 생곡물 그 자체로 팔기 때문에 유통기한이 더 길다는 장점이 있습니다. 인기 제품의 시장 점유율은 일정하며, 세몰리나죽, 메밀죽, 귀리죽 등이 주요 제품입니다. 가격은 0.8달러(한화 약 948원)에서 5달러(한화 약 5,928원)까지 다양합니다.

Q. 러시아 죽의 평균 용량은 어떻게 되나요?

시장에는 다양한 용량의 제품이 판매되고 있습니다. 가족 단위에 따라 소비자가 구매하는 용량이 다릅니다. 고객사 제품 취급 시, 한국산 죽이 널리 보급되어 있지 않아 재고 소진에 시간이 걸릴 것이기 때문에, 유통기한이 만료되는 상황이 다소 염려됩니다.

Q. 러시아에서 어떤 인증을 필요로 하나요?

러시아에서 인증은 중요한 사항입니다. 일반적으로 유통업체들이 러시아 유통 시 필요한 인증을 획득하는 데 도움을 주고 있습니다.

Q. 고객사의 제품을 수입할 의향이 있으신가요?

저희는 현지 유통업체와 쌀죽을 거래해 판매하고 있습니다. 그렇지만 러시아에서는 아직 잘 팔리지 않고 있습니다. 따라서 고객사가 홍보 전략을 생각해 낸 다음 러시아로 수출하는 것을 제안하며, 저희는 고객사와 거래할 의향이 있습니다.

Q. 현지 한인 및 아시아인들이 한국 죽 제품을 많이 구매하나요?

러시아에서 구할 수 있는 한국산 죽의 양이 많지 않기 때문에 많은 구매가 일어나고 있지는 않습니다.

Interview ③ 레드 드래곤(Red Dragon)

39)

레드 드래곤
(Red Dragon)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 모스크바에 설립된
아시아 식품 취급
유통업체

담당자 정보

Purchase Manager

레드 드래곤(Red Dragon)
Purchase Manager

Q. 러시아의 최근 죽에 대한 수요와 한국 죽에 대한 인지도는 어떠한가요?

최근 죽에 대한 수요는 늘어났습니다. 수요가 늘어난 가장 큰 이유는 소비자들이 러시아산 죽이 건강에 좋으며 면역력을 높이는 데 도움이 된다고 생각하기 때문입니다. 한국 죽에 대한 인지도는 러시아에 살고 있는 아시아인들을 제외하고는 높지 않습니다.

Q. 죽의 주요 소비자층과 소비 방식은 어떻게 되나요?

러시아에는 많은 종류의 죽이 있으며, 종류에 따라 주요 소비자가 다를 수 있습니다. 예를 들어 쌀과 세몰리나 죽의 경우, 주요 소비자층은 영유아층입니다. 메밀죽이나 귀리죽은 주로 아침 식사로 먹는 어른들이 주요 소비자층입니다. 그리고 보편적인 러시아의 죽 소비 방식은 생곡물을 사서 집에서 요리하는 것입니다.

Q. 고객사의 경쟁제품과 현지에서 인기 있는 제품은 무엇인가요?

현지의 죽 제품은 시장에서 확고한 소비자층을 잡고 있어 고객사 제품의 주요 경쟁자가 될 것입니다. 현재 네슬레(Nestle), 우빌카(Uvilka), 막파(Makfa) 등 해외 브랜드와 현지 주요 브랜드들이 큰 시장 점유율을 차지하고 있습니다. 대부분의 죽 제품은 비닐봉지에 포장되어 있습니다.

Q. 러시아 죽의 평균 용량은 어떻게 되나요?

제품 특성에 따라 시장에서 판매하는 용량이 다릅니다. 생곡물의 경우 대부분 200~500g으로 판매되고 있으며, 소규모 편의점에서 판매하는 간편 죽은 100~200g으로 용량이 적습니다.

Q. 고객사가 러시아에 죽을 수출할 때 주의해야 할 점은 무엇인가요?

러시아 소비자들은 현지 죽을 많이 소비하기 때문에 경쟁력 있는 제품을 만드는 것이 매우 중요합니다. 또한 고객사 제품의 경우 인지도가 매우 낮기 때문에 러시아 시장 홍보에 많은 투자를 해야 합니다. 그 외 러시아 유통을 위해 반드시 필수 인증을 취득해야 합니다.

Q. 현지 한인 및 아시아인들이 한국 죽 제품을 많이 구매하나요?

죽 제품은 라면에 비해 구매율이 훨씬 낮습니다. 한국 죽 제품이 널리 유통되고 있지 않고 많은 가게에서 판매되고 있지 않기 때문인 것으로 파악됩니다.

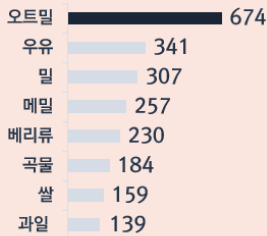
VIII. 시사점

시장수요



러시아 상온 간편조리식품 시장규모는 약 942억 원으로, 한국 시장규모의 약 21% 수준이며, 향후 5년(2021~25년)간 연평균 4%씩 성장할 것으로 전망됨. 또한, 러시아 대한국 HS CODE 2104.10 수입액은 2020년 기준 2.5억 원으로, 아직 미미한 수준임. 한편, 러시아 내 죽은 매우 수요가 높은 대중적인 제품으로, 영유아층이나 아픈 사람 외에도 남녀노소 아침식사로 많이 섭취하는 제품임. 특히나 곡물을 물이나 우유에 넣어 끓여 먹는 '까샤'가 매우 대중적이며, 주로 생곡물을 구매해 집에서 끓여먹는 소비 습관을 갖고 있음. 또한, 까샤에 과일을 곁들여 먹는 식습관이 존재함

소비 특징



러시아 죽 성분 키워드

'죽' 키워드 기반 러시아 온라인 쇼핑물을 분석함. 죽 성분으로, 오트밀이 674건으로 압도적 1위를 차지함. 이 외에도 밀, 메밀, 쌀 등의 곡물 키워드가 빈출하여, 러시아 전통 죽 '까샤'의 높은 수요를 확인함. 또한, 곡물 죽과 곁들여먹는 베리류, 말기, 사과, 블루베리, 복숭아 등 과일 키워드도 빈출함. 고객사 제품 성분과 유사한 성분으로 소고기, 채소, 돼지고기 키워드가 확인됨. 패키징 키워드 확인 결과, 생곡물 기반 제품은 일반 시리얼 제품과 같이 비닐 내포장, 종이 외포장 형태로 판매되고 있으며, 고객사 제품과 유사하게 소고기, 돼지고기 기반 제품은 캔에 담겨 판매되고 있음

죽 경쟁 브랜드로는 우벨카, 고스트, 미스트랄, 프루토니아니아 등 현지 브랜드가 대다수이며, 한국 브랜드는 씨제이가 1회 출현함. 키워드 분석 결과 '간편하게 빨리 먹을 수 있는 제품', '비건, 자연의 맛, 건강 식품' 위주로 홍보되고 있음

진입전략



러시아 온라인 쇼핑물 내 판매되는 돼지고기 죽 제품

러시아 내 죽 제품의 수요는 매우 높으며, 남녀노소 섭취하는 대중적인 제품임. 반면, 고객사 제품과 같은 죽 제품은 비비고 제품 외에는 확인되지 않았으며, 대부분 종이박스에 담긴 생곡물이나, 캔에 담긴 육류 기반 죽 제품임. 또한, 러시아 현지, 글로벌 브랜드의 경쟁이 치열하여 주의할 필요가 있음. 하지만 고객사 유사 제품이 시장에 많이 출시되지 않은 상황으로, 고객사 제품의 건강한 원료와 간편한 조리 방법을 중점적으로 홍보한다면 시장성은 긍정적으로 예상됨. 특히 생곡물 제품과 다르게 별도 조리 없이 전자레인지만으로 섭취 가능하며, 캔 제품과 다르게 스텐드업 파우치로 열기 쉬운 것을 강조할 수 있음. 또한, 최근 건강한 죽 제품에 대한 수요가 증가하는 만큼, ISO, FSSC, HACCP, FDA 등의 기취득 인증과 버섯, 단호박, 야채, 해물 등 건강한 원료를 중점적으로 홍보한다면 수요가 있을 것으로 예상됨. 하지만 아직 브랜드 인지도가 낮은 편으로, 고객사 제품을 맞출 수 있는 대대적인 오프라인 판촉 전략이나 온라인 마케팅이 필수적으로 수반되어야 할 것임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in Russia」, 2021.12
2. 「오미자·죽·우리밀라면…케이푸드, 러시아시장 노크」, 한국농어민신문, 2021.11.23
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Russia Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Russia Country Report」, 2021.02
5. 로이터(www.reuters.com), 「French retailer Auchan outlines online expansion in Russia」, 2021
6. 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in Russia Country Report」, 2021. 02.
7. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Russia Country Report」, 2021.02
8. KATI농식품수출정보, 「2020 농식품 신 북방시장 진출 가이드(러시아)」, 2020
9. KATI농식품수출정보, 「러시아 식품첨가물/유해물질 규정 번역본」, 2019

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.tw)
5. 피씨홈(PC Home) (pchome.com.tw)
6. 로이터(Reuters) 홈페이지 (www.reuters.com)
7. 식품외식경영(Foodnews) 홈페이지 (www.foodnews.news)
8. 시밀러웹(Similarweb) 홈페이지 (www.similarweb.com)
9. 센서타워(Sensortower) 홈페이지 (www.sensortower.com)
10. 오존(Ozon) 홈페이지 (www.ozon.ru)
11. 와일드베리스(Wildberries) 홈페이지 (www.wildberries.ru)
12. 오상(Auchan) 홈페이지 (www.auchan.ru)
13. 러시아비즈니스투데이(Russia Business Today) 홈페이지 (www.russiabusinesstoday.com)
14. 모스크바타임즈(The Moscow Times) 홈페이지 (www.themoscowtimes.com)
15. 글로버스(Globus) 홈페이지 (www.globus.ru)
16. 렌타 (Lenta) 홈페이지 (www.lenta.com)
17. 꼬르샵(Korshop) 홈페이지 (www.korshop.ru)
18. 자스민(Jasmin) 홈페이지 (www.jasmin-cafe.ru)
19. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
20. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
21. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
22. 세계법제정보센터 (world.moleg.go.kr)
23. 유라시아 경제위원회(EEC) 홈페이지 (www.eurasiancommission.org)
24. 러시아 연방 관세청 홈페이지 (www.customs.gov.ru)
25. 유라시아 경제 연합 위원회(Eurasian Economic Union) (www.eaeunion.org)
26. 코머스(Komus) 홈페이지 (www.komus.ru)
27. 코르샵(KorShop) 홈페이지 (korshop.ru)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.02.04

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