

제4장

주요 품목별 시장현황

- I. 돼지고기
- II. 간장
- III. 장류
- IV. 알로에음료
- V. 조미료



상트페테르부르크
수즈달
세르게예프 파사드
블라디미르
모스크바

RUSSIA



하바로프스크
블라디보스토크



1. 돼지고기

1. 돼지고기 생산동향

가. 생산현황

□ 국내 돼지 두수 증가

- 러시아 축산업은 가축의 품종이 상대적으로 떨어지고 동물 사양에 대한 기술 부족으로 인해 가축 두수가 계속 줄어들었지만, 최근 5년간 생돈 수입 증가와 러시아 정부의 “2006-2010년, 그리고 2015년까지 러시아연방 양돈업 발전” 프로그램 채택으로 인해 국가 차원의 전면적인 지원과 지역 행정부들의 지지로 투자 유치를 이끌어냈고 양돈업 생산단지의 현대화 및 신설 등으로 인해 점차 돼지 두수는 증가하는 추세임

<개별 생산 단위별 돼지 두수>

단위: 백만 두, 연말기준

구분	1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
전체	31.5	22.6	15.7	16.0	17.3	16.0	13.4	13.5	15.8	16.1
농기업	23.5	14.7	8.5	8.7	9.2	8.3	7.0	7.3	8.4	8.7
자영농	-	-	6.8	-	7.6	7.1	5.9	5.6	6.6	6.5
소작농	-	-	0.4	-	0.5	0.6	0.5	0.6	0.8	0.8

출처 : 연방통계청

주: 2006년, 2007년 수치는 2006년 전러시아농업연보의 전망치임

- 러시아에서 돼지 사육지역은 불가연방관구, 중앙연방관구, 남부연방관구에 집중되어 있음
 - 일부 지역에서는 2006년 가금류 및 돼지 생산 증가율이 전국 평균을 크게 초과하기도 함. 모스크바, 베오그라드, 펜자, 스타브로폴 지역에서는 2006년 가금류 및 돼지 생산량이 130~160% 정도 증가하면서 전문적인 축산물 생산 지역으로 대두됨
 - 2006년 돼지 두수는 13% 증가: 그중 농기업의 돼지 두수 14.8%, 소작농 21.2%, 자영농 9.9% 증가함

<전체 생산단위 기준 러시아연방관구별 돼지두수 현황>

단위: 천두, 연말 기준

구분	2004	2005	2006	2007	대비(%) (‘07/’06)	증감(+,-) (‘07/’06)
러시아연방전체	13,412.8	13,454.6	15,792.8	15,999.8	101.3	△207.0
그중 :						
중앙연방관구	2,550.3	2,641.8	3,281.6	3,618.1	110.3	△336.5
북서연방관구	440.7	452.1	495.7	502.2	101.3	△6.5
남부연방관구	2,905.4	3,197.1	3,852.5	3,516.7	91.3	▽335.8
볼가연방관구	3,903.1	3,765.6	4,226.5	4,240.2	100.3	△13.7
우랄연방관구	802.9	768.9	959.0	976.8	101.9	△17.8
시베리아연방관구	2,579.9	2,415.1	2,736.0	2,867.4	104.8	△131.4
극동연방관구	230.4	214.0	241.5	278.4	115.3	△36.9

출처: 연방통계청

- 2009년 9월말 기준, 전체 농업생산업자들의 가축 두수는 소 21.7백만 마리 (전년 동기대비 2.3% 감소), 그 중에서 젓소 9.1백만 마리(2.5% 감소), 돼지 18.8백만 마리(6.1% 증가), 양과 염소 23.9백만 마리(3.4% 증가)로 집계됨
- 그중 자영농의 가축 두수 점유율은 소의 49.5%, 돼지의 38.3%, 양과 염소의 50.7%에 해당함(2008년 9월 말 기준, 각각 48.9%, 42.3%, 51.2%임)
- 2009년 9월말 기준, 농기업에서 소 두수는 4.1%, 젓소 3.0%, 양과 염소 1.1% 감소했으나, 돼지 두수는 14.8% 증가함

<2009년 전체생산단위기준 가축 두수 동향>

기준: 월말, %

구분	소		그중: 젓소		돼지		양과 염소	
	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비
‘09 1월	98.0	98.5	98.2	99.2	100.0	97.8	100.8	94.5
2월	97.7	101.1	97.0	98.9	102.1	103.8	101.4	102.3
3월	97.9	104.2	97.8	102.1	104.1	104.4	102.0	107.8

구분	소		그중: 젓소		돼지		양과 염소	
	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비	전년동기대비	전월동기대비
4월	97.7	101.4	97.6	100.4	103.9	102.4	100.7	104.5
5월	97.6	99.9	97.4	99.8	104.1	102.2	100.4	101.8
6월	97.7	100.4	97.6	100.3	105.2	102.2	102.3	103.5
7월	97.5	99.8	97.4	100.0	105.5	100.5	103.9	100.7
8월	97.7	99.2	97.6	99.7	106.0	101.3	103.5	98.6
9월	97.7	98.8	97.5	99.5	106.1	100.7	103.4	97.5

출처: 연방통계청

□ 돼지고기 생산지역 및 수급현황

- 2004년부터 러시아에서 돼지고기 생산은 증대되고 있음. 2008년에 돼지고기 생산은 4.9% 성장함.
 - 러시아에서 돼지고기 생산 중심지역은 중앙연방관구이고, 이 지역에서 131,357톤이 생산되었음. 러시아연방 주체들 중에서는 벨고로드 주와 크라스노다르 크라이에서 높은 돼지고기 생산량을 보이고 있음
- 러시아에서 주요 돼지고기 생산업자는 농기업이며, 몇 개의 대형 농기업으로 구분할 수 있음: GK '프로도', GK '아그로-벨로고리예', APH '미라토르그'(이들 농기업의 주요 사업 분야는 양돈업임)
 - 이들 농기업 3개사의 돼지고기 시장 점유율은 생체 기준 약 16%를 차지하고 있음(2008년 결산)

<농기업의 돼지 한 마리당 생산력>

단위: kg

1992	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
61	50	62	79	89	83	85	107	121	121

출처: 연방통계청

<러시아 돼지고기 생산, 소비 및 수급현황>

단위: 천톤

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008
돼지고기 생산*	1,710.00	1,725.00	1,735.00	1,805.00	1,880.00	2,060.00
돼지고기 소비**	2,417.00	2,338.00	2,486.00	2,639.00	2,734.00	2,718.10e
돼지고기 수급***	-707.00	-613.00	-751.00	-834.00	-854.00	-780.10e

출처: * 연방통계청, BMI, USDA, ** FAO, BMI, *** 연방통계청, FAO, BMI
 주: e=BMI 예측치

□ 2009년 돼지고기 생산 증가

- 러시아 농업부 자료에 따르면, 2009년 상반기 러시아에서 육류 생산은 전년 동기대비 6% 증가한 4.1백만 톤(생체기준)으로 집계됨. 국내 돼지고기 생산은 8% 증가하고, 가금육 생산은 12% 증가함. 이와 같이, 러시아 국내 육류 생산 증가는 육류 수입 규모를 32%에서 25%까지 감소시키는 요인이 됨
- 2009년 6월 한 달간 농기업의 도살용 가축 및 가금류 생산(생체기준)은 전년 동월대비 9.3% 성장함('08년 6월에는 전년 동월대비 14% 성장)
- 2009년 1-9월간 전체 생산단위에서 도살용 가축 및 가금류 생산(생체기준)은 6.3백만 톤, 우유 25.9백만 톤, 계란 300억 개임

<전체 생산단위에서 축산물 생산>

단위: 백만 톤, %

구분	'09. 09 (백만톤)	대비(%)		'09 1-9월/ '08 1-9월	참조		
		'09.09/ '08.09	'09.09/ '09.08		대비(%)		'08 1-9월/ '07 1-9월
					'08.09/ '07.09	'08.09/ '08.08	
도살용 가축 및 가금류(생체기준)	0.9	109.3	123.2	107.0	107.2	123.2	107.5
우유	3.0	102.6	88.3	100.2	101.3	87.1	101.2
계란(십억 개)	3.3	105.2	92.6	103.9	100.4	91.7	98.7

출처: 연방통계청 (2009년 9월 기준)

- 2009년 상반기 농기업의 도살용 가축 및 가금류 생산은 전년 동기대비 돼지 (16.3%)와 가금류(13.2%) 부문에서 생산 비중이 증가했고, 러시아연방 58개 주체의 농기업들에서 성장을 보임
 - 2009년 9월 농기업의 도살용 가축 및 가금류 생산(생체기준)은 2008년 9월 대비 15.8% 증가(2008년 9월에는 전년 동기대비 13.1% 증가), 우유 생산 4.7% 증가(변동없음), 계란 생산 6.9% 증가(0.6% 증가)
 - 2009년 1-9월간 농기업의 도살용 가축 및 가금류 생산 중에서 돼지와 가금류 생산 비중이 전년 동기대비 증가함

<농기업의 도살용 가축 및 가금류 생산동향>

구분	'09.09 (천톤)	대비(%)		도살용 가축 및 가금류 총생산량에서 개별 가축 및 가금류 생산비중(%)	'09.1-9월/ '08.1-9월	참조 '08.1-9월/ '07.1-9월
		'09.09/ '08.09	'09.09/ '09.08			
도살용 가축 및 가금류(생체기준)	468.9	115.8	105.6	100	111.7	113.3
그중: 소	86.5	95.6	112.2	18.4	95.5	100.8
돼지	118.6	129.0	106.0	25.3	119.7	113.6
가금류	257.5	118.1	102.4	54.9	114.6	119.2

출처: 연방통계청 (2009년 9월 기준)

- 2009년 1-9월간 농기업에 의한 가축 및 가금류, 계란, 우유의 판매는 전년 동기 대비 증가함. 이 기간 동안 전체 판매채널을 통해 가축 및 가금류(생체기준) 3.9백만 톤, 우유 10.3백만 톤, 계란 200억 개가 판매됨

<농기업의 주요 축산물 판매량>

구분	'09.09 (백 만톤)	대비(%)		'09.1-9월/ 08.1-9월	참조		
		'09.09/ '08.09	'09.09/ '09.08		대비(%)		'08.1-9월/ 07.1-9월
					'08.09/ '07.09	'08.09/ '08.08	
가축 및 가금류(생체기중)	0.5	111.9	106.2	111.0	115.5	106.8	112.0
우유	1.1	104.7	90.1	100.7	99.7	87.0	101.2
계란(십억 개)	2.3	103.2	101.6	105.9	104.0	105.2	96.4

출처: 연방통계청 (2009년 9월 기준)

나. 돼지고기 생산 증감원인 분석

□ 돼지고기 생산 감소 원인

- 2003년-2008년간 러시아의 돼지고기 생산규모 동향은 안정적이지 못한 편인데, 시기에 따라 성장세를 보이던 생산규모가 생산 감소로 전환되기도 함
 - 그 원인은 가축의 품종이 상대적으로 떨어지고 동물 사양에 대한 기술 부족, 낮은 수준의 돼지 증식기술, 돼지 두수 감소, 불규칙적인 투자로 인한 것임
- 2003년 수입 쿼터제 도입으로 2005년까지 러시아 국내 돼지고기 생산은 성장세를 보였음. 그러나 2005년 이후부터 양돈업 부문에 대한 상당한 투자에도 불구하고 양돈업 부문은 가금업 부문처럼 발전되지는 못했음. 그 이유 중의 하나는 가금류보다 돼지 사육 사이클이 훨씬 더 긴 특성으로 인해 양돈업체들이 완전한 생산력을 갖추는데(2-2.5년) 더 긴 기간이 요구하기 때문임 (가금업은 0.5-1년이면 가능함)
- 러시아에서는 사료가격 인상이 심각하여 러시아 돼지고기 생산의 약 절반을 차지하는 소규모 농가들이 계속 생산을 중지하고 있음
 - 2008년에는 사료가격 인상으로 인해 생산 원가도 상승되었고, 그로 인해 돼지

고기 생산자 가격이 거의 30% 상승함

- 공식통계 자료에 따르면, 돼지 사료 가격은 2008년에 42% 인상 (2006년에는 5.5%만 인상)
- 육류산업의 60% 이상이 기계설비가 노후화된 실정임. 육류 부문은 일차가공, 이차가공, 운송, 보관, 육류 원료와 가공품의 유통과 물류관리 면에 있어서 생산력의 확충과 현대화가 시급함

□ 돼지고기의 향후 생산 증가 요인

- 러시아 국내 돼지고기 생산은 2003년에 국내산업 보호주의 차원에서 도입된 수입 쿼터제로 인해 2003-2005년까지 플러스 성장을 보임. 즉, 쿼터제로 돼지고기 수입을 제한함으로써 국내제품가격이 인상되었고 그로인해 국내 양돈업 부문의 수익성이 높아지게 됨
- 러시아 정부는 국내생산을 증대시키고 국내생산업자들의 소득을 증대시킬 목적으로 수입육 쿼터를 점차 감소시키고 관세요금을 변경시키는 정책을 취하고 있음
- 러시아 정부는 “2006-2010년, 그리고 2015년까지 러시아연방 양돈업 발전” 프로그램을 채택하여 국가적 차원에서 국내 양돈업을 지원함
 - 지역 행정부들도 이를 지지하여 양돈업 분야에 대한 투자가 대폭 늘어났고, 양돈업 생산단지 규모가 확대되고 현대화되었으며 신설되는 생산단지도 늘어남
- 2005년 이후 정부사업으로 EU 가맹국 등에서 번식용 생돈 수입을 증가시킴
 - 이는 중장기적으로 자급률 향상을 도모하기 위한 생산기반 정비를 위한 것임
- 러시아의 생돈 수입 7배 증가 : 2005년-2008년간 러시아 사업가들은 생돈 반입을 7배 증대시켜 6십만 마리까지 수입함. 이는 돼지고기를 수입하는 것보다 생돈을 러시아로 반입하는 것이 더 싸게 먹히기 때문임

- 2009년 5개월간 러시아로 반입된 돼지 두수는 367천 마리로 집계됨. 양돈조합은 2009년에 백만 마리 이상의 돼지가 러시아로 수입될 것으로 전망하고 있음(2003년에는 돼지 2만5천 마리 수입됨). 돈육으로 환산한다면 올해 결산 시 이 물량은 거의 십만 톤으로 집계되며, 2009년 돼지고기 수입쿼터의 19%에 해당하는 물량임
 - 2009년 쿼터는 531.9천 톤이며 수입관세(15%)가 부과되고 있음. 2009년에 쿼터를 초과한 돼지고기 반입은 금지세(40%)로 제한되고 있음. 이에 비해 생돈 수입은 단지 5%의 관세만 부과되고 있음
- 돼지독감 전파로 인해 러시아 동식물검역국이 지시한 돼지고기 수입제한조치는 러시아 국내 양돈업 발전에 부가적인 촉진제 역할을 함
- 2009년 상반기 돼지고기 생산은 15% 증가함
- 환율변동도 국내 양돈업에 긍정적인 영향을 미침
- 글로벌 금융위기 여파로 2008년 가을 이후부터 러시아 루블화의 평가절하가 심각하였는데, 환율변동 결과 수입산 제품은 눈에 띄게 비싸졌음

다. 돼지고기 생산 전망

□ 세계 육류시장 전망

- 전 세계 육류 소비 성장은 2009년에 다소 둔화되며, 그러나 향후 10년 내에 생산이 증대되는 것처럼 유통(육류 소비) 규모도 점차 증대될 것으로 전문가들(OECD, FAO, USDA, FAPRI)은 전망하고 있음. 특히 가금육 부문에서의 생산과 소비가 크게 성장할 것으로 보임
- 향후 소비 성장의 주요 원인은 인구 증가와 경제 발전 때문인 것으로 전문가들은 손꼽고 있음. 2009년 전 세계 소비 성장률은 2008년(2.1%)보다 다소 둔화된 1.9%로 집계될 것임

- 전 세계 육류 생산은 2018년 경 328백만 톤까지 성장될 예정이며, 특히 가금육 생산 성장률은 연간 2.3%로 돼지고기와 양고기 생산(1.8%), 쇠고기 생산(1.3%)보다 높게 전망되고 있음
 - 이와 동시에 가금육 소비 비중(37%)은 처음으로 돼지고기 소비 비중(36%)을 뛰어넘을 것으로 보임
- 육류 종류에 따라 판매규모가 상이하게 나타나겠지만, 글로벌 경제위기는 전 세계 육류 교역에 부정적으로 반영될 것으로 보임. 전 세계 육류 교역 규모는 2009년에 감소할 것이며 2012년까지 하강 곡선의 상승은 나타나지 않을 것으로 전망되고 있음
 - 2018년까지의 장기전망 속에서 육류교역 성장은 연간 2.4%로 예상되며, 전 세계 육류수출에서 브라질의 점유율은 64%까지 증대되어 세계시장에서 주요 수출국이 될 것으로 보임
- 국제 육류 가격의 경우, 2018년까지 어떤 급격한 변동이 일어나지 않는다면, 2009년부터 2018년간 점진적인 가격 상승을 보일 것으로 평가되고 있음. 국제 시장 액면가는 2018년까지 현저히 상승할 것으로 전망되며, 돼지고기와 쇠고기 시세는 1999-2007년간 대비 약 30% 상승할 것으로 전문가들은 평가함. 이와 동시에 가금육 가격은 수요 성장으로 인해 훨씬 더 상승할 것으로 전망됨

□ 향후 돼지고기 생산 전망

- 시장조사업체 ‘엑스프레스 오브조르’의 “경제위기 영향 하 2008-2009년 육류 시장” 조사에 따르면, 경제위기 상황 속에서 돼지고기 생산 성장률은 4.5%까지 둔화될 수도 있고 돼지고기 소비는 2% 감소될 수 있다고 함. 가금육 시장에서와 마찬가지로 돼지고기 시장에서 이 부문 발전을 위한 전략적 목표들 중의 하나로 떠오른 것은 수입대체임. 현재 러시아 돼지고기시장에서 수입산 돼지고기의 비중은 약 20%를 차지하고 있고, 2012년까지 국내산 돼지고기 생산은 매년 200천 톤씩 증가되어 수입산을 완전히 대체할 수 있어야 한다는 계획임

- 2009년 9월초 빅토르 주브코프 제1부총리의 전망에 따르면, 러시아 자국산 돼지고기 및 가금육 생산은 2009년 470천 톤, 2010년 320천 톤, 2011년 460천 톤으로 전망되고 있음
 - 정부의 적극적인 지원과 투자로 가금류공장 37개와 돼지고기생산단지 31개가 현대화되었고, 가금육 및 돼지고기 생산은 러시아 정부의 농업단지 발전프로그램에 포함되어 있어 2011년까지 이 분야에 약 3,000억 루블이 융자금으로 할당될 예정임

- 미국측 전문가들의 자료에 따르면, 러시아는 국내 돼지고기 소비의 66%를 자국에서 생산하고 있고 그 나머지 34%는 해외에서 수입하고 있음. 그러나 러시아측 자료는 이와 상이하게 나타나고 있음. 2008년 돼지고기 생산은 2백만 톤이며(국내 돼지고기 소비량의 72% 생산, 총 2.75백만 톤 소비), 2008년 수입은 쿼터 할당 이외 공급 가격 인상과 소비 감소(15-20% 감소)로 인해 줄어들었음
 - 2009년 5개월간 미국산 돼지고기 수입량은 34% 감소했고, 올해 미국의 돼지고기 수출에서 러시아의 점유율은 9%에서 6-8%까지 줄어들 것으로 예상됨

- BMI의 전망에 따르면, 러시아의 돼지고기 생산은 2013년경 2.38백만 톤에 달하게 되어 15.59% 성장할 것으로 전망됨

<러시아 돼지고기 생산, 소비 및 수급 전망>

단위: 천톤

구분	2008	2009f	2010f	2011f	2012f	2013f
돼지고기 생산*	2,060.00	2,146.50	2,160.30	2,214.50	2,293.70	2,381.20
돼지고기 소비**	2,718.10e	2,732.30	2,760.30	2,823.60	2,920.60	3,018.90
돼지고기 수급***	-780.10e	-585.80	-600.00	-609.00	-626.90	-637.70

출처: * 연방통계청, BMI, USDA, ** FAO, BMI, *** 연방통계청, FAO, BMI

주: e/f=BMI 예측치/전망치

- 러시아 농업지주들은 국내 수요 감소로 인한 손실을 메우기 위해 수입산을 계속 몰아내고자 노력할 계획임. 러시아 육류협회 위원장 세르게이 유선의 지적에 따르면, 2009년 결산 시에 돼지고기 생산은 6-8% 성장할 것으로 예상되고 있음
 - 그러나 미국 측은 러시아가 수입육류를 완전히 거부하지 못할 것으로 평가하고 있으며, 이는 러시아내 생산이 성장하더라도 수요도 함께 성장할 것이기 때문임
 - 유선 위원장도 이 견해에 동의하고 있음: 비록 러시아 국내 양돈업이 빠른 템포로 발전되고 있음에도 불구하고 향후 10년간 러시아의 돼지고기 수입은 그대로 유지될 것으로 전망하고 있음

- 러시아 시장에 영향을 미치는 주요 요소는 돼지독감으로 인해 소비자들의 맛 선호가 변화되는 것이 아니라 바로 경제위기라 할 수 있음. 실제 돼지독감은 러시아 양돈업에 별다른 영향을 끼치지 않은 것으로 평가되고 있음
 - 글로벌 금융위기 여파로 러시아 경기는 바닥을 치고 있고 실직자 수는 급격히 증가했으며, 소득이 감소한 러시아 소비자들은 좀 더 값싼 육류로 전환하는 추세임. 예를 들어, 2009년 5개월간 미국산 쇠고기의 수입은 물량 면에서 22% 성장했으나 금액 면에서 46% 하락함

- 러시아 돼지고기 시장의 향후 발전은 다음 두 가지 요소의 영향을 받을 것으로 보임
 - 첫 번째로, 러시아 연방의 WTO(World Trade Organization) 가입 여부 하에 따라 변화될 수 있는 수입규제 정책
 - 두 번째로, 축산업 부문에서 진행되고 있는 러시아정부 프로그램이 얼마나 성공적으로 실현되는가에 따라 향후 달라질 국내 돼지고기 생산의 품질과 물량의 증대

- 첫 번째 요소와 관련하여 다음 사항만을 현재 유추할 수 있음
 - 향후 2009년까지의 돼지고기 수입 쿼터 물량은 이미 발표된 상태임
 - WTO 가맹국들 사이에 체결된 협정에 의거하여 WTO 가맹국들의 향후 러시아 시장에서의 유리한 위치 및 점진적인 성장 또한 예측 가능한 사실이라 할 수 있음

라. 러시아 육류가공품 시장

- 러시아 육류가공품 시장은 안정적인 성장을 보이고 있고 향후에도 안정세를 유지할 것으로 전망됨. 이는 러시아 주민들의 실소득 수준 성장으로 육류가공품 소비량이 증가하고 있기 때문임
 - 1999년 육류 및 다양한 육류가공품의 평균 1인당 소비량은 40kg이고, 2007년 약 57kg로 증가
- 이와 동시에, 러시아 국내시장은 포화상태에 이르고 있어 성장률은 둔화되고 있음
 - 2007년 육류가공품 시장 규모는 2.2-2.3백만 톤 수준에 도달함

<2000-2008년 육류가공품 시장 성장 동향>

단위: 백만 톤

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1.1	1.21	1.35	1.5	1.67	1.85	2.15	2.25	2.33

출처: '나비게이트 컨설팅'의 '러시아 육류가공품 시장' 조사

- 러시아 육류가공품 시장에는 다양한 가격대의 제품이 유통되고 있고, 경제 위기가 닥치기 전까지 고가의 프리미엄급 육류가공품 비중은 증가하는 추세를 보였음. 고가 부문에 속하는 소시지제품은 시장에서 20-25%의 점유율을 보이며, 그 비중은 매년 2-3% 증가하고 있음
- 러시아 육류가공품 시장의 주요 경향
 - 육류반가공품에 대한 소비자의 믿음 증대
 - 냉장 육류제품에 대한 수요 증가
- **높은 수입 원료 의존성** : 러시아 국내 육류가공업의 주요 문젯거리는 수입 원료 의존성이 높다는 것임
 - 최근 육류생산량이 증가하고 있음에도 불구하고, 자국 축산업은 러시아 국내

육류가공업체가 필요로 하는 육류를 전부 제공하지 못하는 실정임. 생산이 증대되고 있는 축산 부문은 주로 가금류(닭) 부문이며, 또한 돼지 생산도 소폭 증대되고 있으나 소 두수는 연간 평균 10%씩 줄어드는 실정임

- 따라서 대형육류가공업체들은 육류가공품 생산을 위한 주원료를 계속 수입품으로 충당하고 있음
- 러시아에서 수입육의 비중은 50%에 근접하고 있고, 대러시아 주요 수출국은 유럽국가들과 남미국가들(브라질, 아르헨티나)임. 하지만 자국 축산업 생산자들을 보호, 지원할 목적으로 정기적으로 브레이크를 걸고 있는 러시아 정부의 수입제한 조치들로 인해 러시아 육류콤비나트들은 수입원료 공급이 막히기도 함
- 게다가 외국 공급업자들과는 달리, 자국 육가공원료 생산자들의 대부분은 필요한 물량을 공급하지 못할 뿐만 아니라 요구되는 제품 품질을 안정적으로 공급하지 못하고 있는 실정임. 따라서 수입육은 가공용으로 훨씬 더 이점이 높다고 할 수 있음
- 육류가공품 시장 선도업체들이 지적하는 자국산 원료의 주요 단점
 - (1) 매우 높은 지방 함유 → 고품질 제품 생산에 부적합 : 자국 축산업에는 필요한 품종의 돼지와 소가 부재함
 - (2) 저급한 도축과 원료 가공 → 가공 가격 인상, 완제품의 외관 손상
 - (3) 원료 게이지 측정 기구 부재 → 가공 및 육류 델리카슨 제품 생산 시 불편함을 줌
- 농업마케팅연구소의 전망에 따르면, 자국산 돼지고기 및 가금육 생산량은 연간 7-10% 성장할 것으로 예상되며 쇠고기 생산은 향후 감소될 것으로 전망됨
- 러시아 정부의 수입대체 정책과 축산업 지원으로 국내 육류 생산량이 증가한다 하더라도 증가하는 수요를 만족시키기에는 아직 역부족인 실정이라, 향후 2-3년간 수입량은 계속 성장세를 보일 것으로 전망되고 있음

- 이와 같은 실정에서 러시아 정부의 수입제한 정책은 육류가공품 생산업자들을 매우 곤란하게 만들고 있는데, 이는 육가공원료의 가격 인상을 조성시키기 때문임
- 이와 같이, 원료시장의 불안정, 가격인상, 정부의 수입제한, 자국산 원료의 낮은 품질은 러시아 육류가공업체를 위협하는 주요 요소가 되고 있음
- 현재 육류가공품 시장에서 경쟁구도는 중간 정도라 평가할 수 있으나, 점차 시장이 포화상태에 이르게 되면서 향후 생산업자들 간의 경쟁 심화는 불가피할 것으로 전망됨
- 러시아 육류가공품 시장의 주요 특징
 - (1) 시장의 규합이 약하다는 점임. 즉, 몇몇 대형공장들은 2006-2008년간 시장의 20% 이하 정도를 규합 강화함
 - (2) 지역들에는 생산 발전이 불충분한데 비해, 러시아 중앙지역에는 생산력 과잉
- 육류제품은 빨리 상하는 제품이기 때문에, 대부분 육류가공업체들의 제품 판매는 지역적으로 생산 장소와 그에 접해있는 지역들로 제한되고 있음
 - 예외적인 경우는 전국적인 유통체계를 갖추고 있는 모스크바의 대형업체들임. 예를 들어, OAO '오스탄킨스키 육류산업콤비나트', OAO '차리치노', OAO '체르키조프스키 육류콤비나트' 등임
- 최근 육류가공품 시장은 훨씬 더 명확하게 세그먼트화되는 특징을 보이고 있음. 즉, 가격대에 따른 수요 배분, 소비자들의 기대와 요구의 세분화
 - 소비자들은 자신들의 입맛에 따라 제품을 고르고 생산업체들을 선택하고 있어서, 생산업체들 입장에서는 시장 세그먼트들이 더욱 분할되고 있음
- 이전에는 대부분의 생산업체들이 넓은 폭의 소비자층을 지향하는 대중적인 제품을 판매했다면, 이제는 좁은 소비자층의 요구를 지향하는 제품구색의 다양화가 대세를 보이고 있음
 - 따라서 성공을 좌우하는 주요소 중의 하나는 시장의 개별 세그먼트별로 명확하게 자리 잡을 수 있는 대표적인 제품을 생산하는 능력이라 할 수 있음

- 시장이 작은 세그먼트들로 분할되는 경향은 육류가공품 시장에서 중형 생산업체들의 브랜드가 훨씬 더 두드러지도록 촉진시키며, 결국 중형업체들의 성장률은 대형선도업체들을 성장률을 능가하게 될 것임
 - 폭이 좁게 세그먼트시킨 브랜드들을 시장에 출하할 능력이 되는 역동적인 중형업체들은 몇 년 후 시장에서 선도적인 위치에 올라서게 될 것으로 전망됨

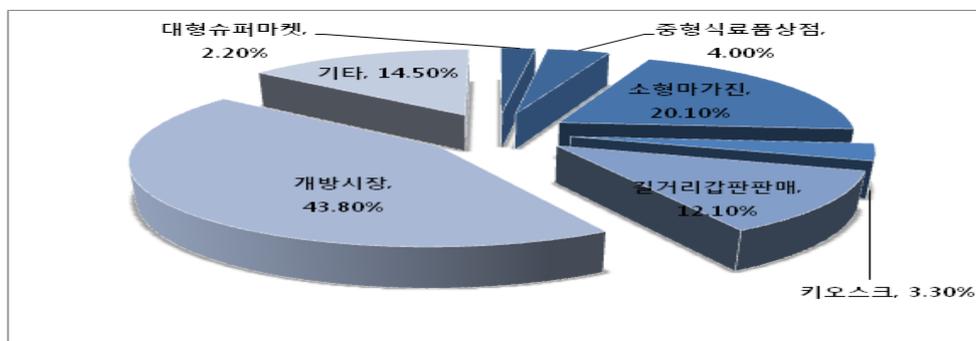
- 브랜딩이나 마케팅 측면에서 오늘날 브랜드의 중요성이 증가하고 있지만, 러시아 육류가공품 시장에는 아직 강한 브랜드들이 적은 상태임. 대부분의 업체들은 틀을 갖춘 시장 진입정책을 갖지 않으며 소비자들의 육류가공품 수요가 높은 덕택에 존재하고 있음. 대형업체들은 주로 성숙되지 않은 시장에서 특징적인 우산식 브랜딩(umbrella branding)을 이용하고 있음
 - 경쟁이 심화되면 이와 같은 상황은 점차 브랜드 구축 식으로 변경될 것으로 전망됨. 이미 생산업체들은 대중적인 시장들에서부터 점차 벗어나서 훨씬 더 폭좁은 틈새시장을 찾기 시작하고 있음

2. 돼지고기 유통동향

가. 유통구조

- 러시아 돼지고기 시장은 크게 가공처리를 위한 도매시장과 가정용 소매시장, 돼지고기 축산가공물 시장 등으로 구별됨
 - 러시아 국내산 돼지고기는 시중에 냉장육으로 주로 유통되며, 저가의 냉동 수입 돈육은 축산가공품에 주로 사용되고 있음
- 러시아의 돼지고기 유통은 크게 재래식시장(개방시장), 대형유통매장(하이퍼마켓, 디스카운터, 슈퍼마켓 등), 중소형 식료품점(мага진, 프로дукты), 간이 판매점 형태의 키오스크로 구분되고 있음
 - 재래시장 : 중저가 품질과 신선한 냉장육 중심으로 판매
 - 대형유통매장 : 중고가 품질로 다양한 형태의 축산물 구비
 - 중소형 식료품점 : 상대적으로 가격이 비싸며 냉장육은 거의 없고 가공 축산물 위주로 판매
 - 키오스크 : 규모가 작아서 가격이 비싸며 주로 육류가공품 판매
- 현대식 대형유통체인점이 러시아에 아직 많이 들어서지 않은 2000년 상반기 무렵 러시아에서 육류 유통 비중은 개방시장(도매상점, 소규모 도매 및 대규모 식품시장, 컨테이너와 키오스크에서 들여온 할인제품시장)(43.8%), 소형식료품мага진(20.1%), 기타(14.5%), 길거리 갑판 판매(12.1%), 중형식료품상점(우니베르막)(4.0%), 키오스크(3.3%), 대형슈퍼마켓(2.2%) 순을 보였음

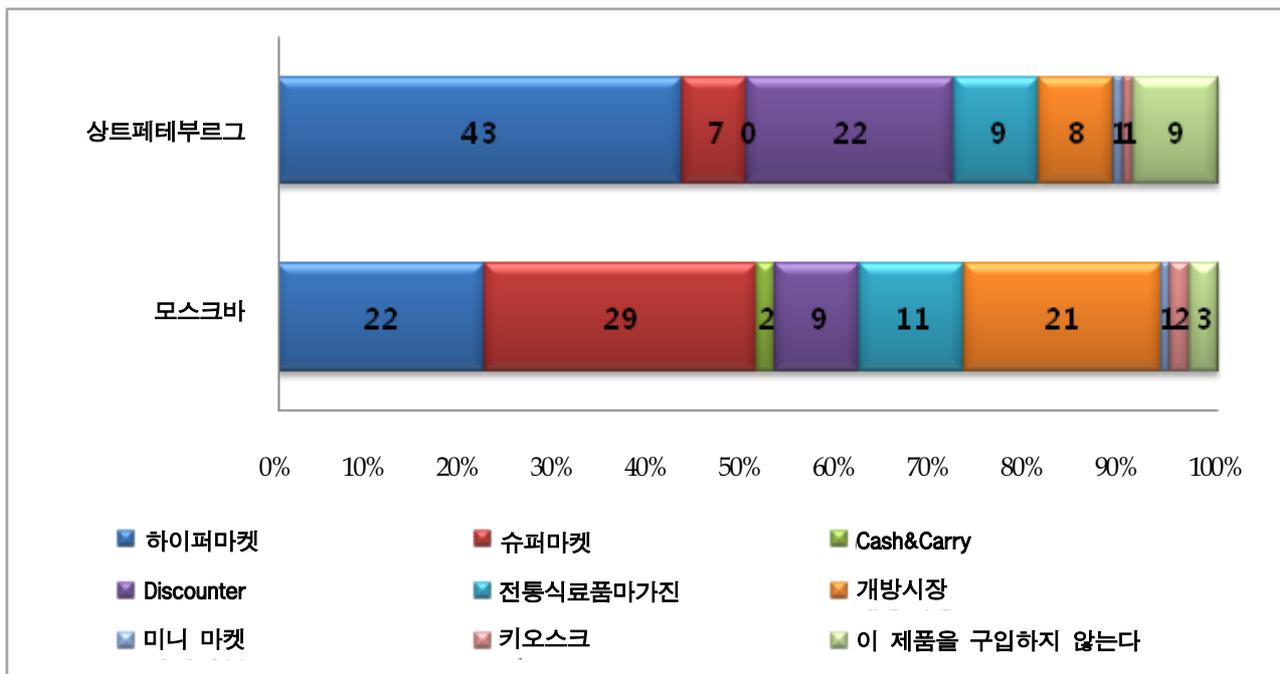
<육류 유통 비중>



주: 2000년 상반기 기준

- 2008년 1분기 기준, 신선 육류 구매 시에 소비자들이 선호하는 유통망 점유율은 도시별로 차이를 보이고 있음
 - 모스크바의 경우, 슈퍼마켓(29%), 하이퍼마켓(22%), 개방시장(21%) 등의 순을 보임. 선호되는 상위권 유통망이 한쪽으로 심하게 치우지 않는 편임
 - 상트-페테르부르크의 경우, 대형할인매장인 하이퍼마켓(43%), 디스카운터(22%)의 비중이 높고, 상대적으로 슈퍼마켓(7%)의 비중이 낮은 편임. 특히 하이퍼마켓의 선호가 압도적으로 나타남

<신선 육류와 가금육 구매 시 소비자들이 선호하는 유통망 점유율>



출처: 'Nielsen' 소매유통 감사자료 "Shopper Trends" (2008년 1분기)

- 대형할인점 구매 비중이 높아가는 이유는 냉장·냉동시설이 잘 갖춰져 있어 재래시장에 비해 위생적이며 식품 안전성이 높고 다양한 제품과 가격대를 확보하고 있기 때문임

【시장 신선 돈육코너】



【하이퍼마켓 신선 돈육코너】



【슈퍼마켓 신선 돈육코너】



【할인점 냉동 돈육코너】



□ 돼지고기 유통경로

- 러시아산 돼지고기의 유통경로는 주로 도매상층에 지육 반입과 가공업체 직 구매 등으로 분류할 수 있음
 - 대형 할인점을 겨냥한 대형 구매업체의 비중이 높아져가고 있고, 돈육 가공업체는 낮은 가격의 수입 돼지고기를 선호함
- 대형 돼지고기 집매회사는 러시아 각지 지역 유통망을 통해 돼지고기를 매집함
 - 구매된 돼지고기는 전문 냉동차를 통해 모스크바 등 대도시 도매매장으로 운반되고 재래시장이나 대형할인점, 중소형식료품점, 키오스크 등으로 분배됨

- 수입산 돼지고기의 경우 육류수입상이 수입한 돼지고기를 직접 도·소매유통망, 가공공장으로 나누어 납품, 판매하고 있음

□ 육류 및 육류제품 도매시장

- 2007년 육류 및 가금육의 소매 판매량 지수는 2006년 대비 13% 증가, 소시지 제품은 14% 증가함
 - 2007년 육류 평균가격은 8% 증가, 소시지 제품은 9% 증가함
- 연방통계청 자료에 따르면, 2007년 도매업체들은 1,075천 톤의 육류 및 가금육 판매, 670천 톤의 소시지 제품 판매
- 러시아 도매시장에서 주요 유통주체는 중앙연방관구이며, 그 중에서도 모스크바와 모스크바 주가 육류, 가금육, 소시지 제품 소비가 가장 높음
- 모스크바 도매상들(디스트리뷰터들)의 제품구색에서 가장 높은 비중을 차지하는 것은 육류 반가공품(85%), 육류 및 육류제품(식용설육 등)(76%), 육류 델리카슨(54%), 소시지 제품(50%) 순을 보이며 육류통조림의 비중은 아주 낮은 편임
- 모스크바 도매유통에서 제시되는 육류제품의 96%는 러시아국내업체들에 의해 공급되고 있고, 러시아산 제품의 디스트리뷰션 수준은 70%임. 두 번째는 브라질산이 차지하고 있고, 브라질은 러시아 시장으로의 육류 및 식용설육 주요 공급국임. 이외에 스페인, 오스트리아, 리투아니아, 프랑스, 헝가리산 제품들이 러시아 시장으로 공급되고 있음
- 모스크바 도매유통에서 주로 취급되는 제품들의 생산업체는 ZAO '미코야노프스키 육류콤비나트'(점유율 24%), OAO '체르키조프스키 육류콤비나트', OAO '클린스키 육류콤비나트'(22%), OAO '차리친스키 육류콤비나트'(22%)임
 - 상품구색 비중 면에서 주도적인 업체는 '차리친스키'(17%)와 '미코야노프스키'(13%) 육류콤비나트로 나타남

- 모스크바 도매시장의 '반가공품' 범주에서 살펴보면, 생산업체들은 냉동하지 않은 제품과 냉동제품을 납품하고 있음
 - 반가공품 부문 선도업체 : '미코야노프스키'(15%), '차리친스키'(11%), '오스탄킨스키'(10%)
- '육류 및 육류제품'(가금육과 식용설육 포함) 범주에서 살펴보면, 러시아 선도업체는 '클린스키'(31%), '체르키조프스키'(13%)이며, 외국브랜드로는 브라질의 'Doux'(4%)와 'Fazenda'(3%)임. 하지만 브랜드 없는 제품들 비중도 상대적으로 높음(17%)
- '육류 델리카슨' 범주에서는 OAO 'TAMP'(타간스키 육류가공공장)(12%)이 가장 점유율이 높고, 그 다음으로 OOO '피르마 모르타텔'(모스크바 주), '클린스키', '차리친스키'가 9%를 보임. 브랜드가 없는 제품의 비중은 10%임
- 모스크바와 모스크바 주에서 '소시지 제품'을 판매하는 생산업체는 61개가 있고, 그 중 '차리친스키'(21%), '미코야노프스키'(12%), '체르조프스키'(7%)의 점유율이 높음
- 모스크바와 모스크바 주의 도매상들의 대부분은 1-3개 제조업체들의 제품을 판매하고 있고, 이 제조업체들은 폭넓은 상품구색을 제시하는 모스크바 대형 육류가공공장임. 지역 납품업체들의 육류제품은 모스크바 도매시장에서 거의 드물다고 할 수 있음

【슈퍼마켓 소시지코너】



【하이퍼마켓 소시지코너】



□ 수입 돼지고기 포장 형태

- 이분도체의 수입 돼지고기의 경우 일반적으로 선적 및 유통에 편리한 폴리에틸렌 또는 캡론백(kapron bag)으로 포장되어 있음
- 넓적다리살, 어깨살, 허리살, 절단육은 27.2kg단위 카톤박스(carton box)로 포장되며 이는 가공에 매우 편리한 포장임. 그러나 소매거래에 종사하는 업체들은 이보다 더 작고 폴리에틸렌으로 된 약 12~16kg단위 소포장을 더 선호하고 있음

나. 가격동향

□ 생산자 및 소비자 가격

- 러시아시장에서 판매되는 육류제품 소비자가격과 가축생산 및 가공 단계에서의 가격을 비교해보면, 지난 5년간 약 8.7%p에서 39.3%p까지 상승함
 - 2004년 돼지고기 소비자가격은 생산자가격보다 2.4배 높았다면, 2008년에는 2.8배 높음

<평균가격과 소비자가격·생산자가격 대비>

단위: 연평균 기준, 루블/kg

구분	평균가격		소비자가격과 생산자가격 대비(%)	
	2008	2004	2008	2004
돼지 생산업자 가격(생체기준)	60.99	39.12	100.0	100.0
돼지 생산업자 가격(지육기준)	80.36	52.30	131.8	133.7
돈육 생산자 가격	102.05	63.05	167.3	161.2
돈육(boneless 제외) 소비자 가격	168.23	92.50	275.8	236.5

출처: 연방통계청

<생산자 및 소비자 가격지수 대비>

단위: 전년 12월 대비, %

구분	가공업 생산자가격(도매)					소비자가격				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
돼지고기	106.1	141.5	102.4	102.7	104.2	102.6	134.0	118.2	107.9	104.9
소시지류	106.5	124.2	109.5	102.9	109.2	107.8	122.0	109.9	109.0	110.1
boiled 햄류	106.6	121.6	107.0	105.0	108.1	107.1	122.1	109.6	107.8	108.3

출처: 러연방농업부

- 냉장육과 냉동육의 시장 가격 차이는 냉장육이 15-50% 이상 비싼 편이고, 소매점의 규모가 작을수록 그 차이가 큼

<부위별 돼지고기 소매가격>

단위: 루블/kg, (달러/kg)

구 분	냉동육		냉장육	
	가 격	형 태	가 격	형 태
등 심	173.63 (5.60)	Bone-in	349.90 (11.28)	Bone-in
안 심	145.74 (4.70)	Boneless	329 (10.61)	Boneless
넓적다리	253 (8.16)	Boneless	290.90 (9.38)	Boneless
어깨살	280 (9.03)	Boneless	319 (10.29)	Boneless
삼겹살	-	Bone-in	229 (7.39)	Boneless
목 심	130.45 (4.20)	Boneless	339 (10.93)	Boneless
갈 비	118.64 (3.82)	Bone-in	299 (9.65)	Bone-in

주: 2009년 9월 현지 슈퍼마켓 자체 조사, 러시아산 돼지고기 (1\$=31루블)

냉동육 중 등심, 안심, 목심, 갈비 부위는 대형할인점 'Metro'의 가격이라 특히 저렴한 편임

- 러시아 시장에서 유통되는 돼지고기는 부위별 혹은 요리 용도별로 잘라서 판매되고 있음

<러시아인들의 돼지고기 부위별 용도>

부위	용도	조리방법
목살	불고기용	업소용, 가게용으로 3mm 정도 슬라이스 해서 사용
등심	샤설릭용, 커틀렛용	러시아에서 가장 많이 사용되는 것으로 야외 꼬치구이임. 얇게 돈까스처럼 튀기거나, 고기를 갈아서 동그랑땡 형태로 튀김
삼겹살	불고기용	주로 한국인 등이 많이 먹으며 러시아에서 인기가 없어 시중에 자주 판매되지 않음
안심	불고기용, 찜용	안심 스테이크용 굴라쉬로 불리는 러시아인들의 찜 형태의 요리
다리	족발	족발 형태로 러시아인들도 먹지만 수요가 높지 않음

○ 러시아산 신선 돼지고기 소매가격(루블/kg)

굴라쉬 259루블/kg	목살 스테이크용 479루블/kg	안심 329루블/kg
		
샤설릭용 239.90루블/kg	등심 339루블/kg	구이용 299루블/kg
		

<부위별 돼지고기 도매가격>

단위 : 루블/kg

구분	모스크바			상트-페테르부르크		
	최고가	중간가	최저가	최고가	중간가	최저가
안심(Boneless)	199	188.26	180	205	185.38	173
등심(Bone-in)	165	152.91	142	160	150.25	142
목심(Boneless)	207.5	188.51	184	200	188.58	182
어깨살(Boneless)	156	146.81	135	150	144	128
넓적다리(Boneless)	157	152.17	145	160	151.53	148
넓적다리(Bone-in)	122	117.01	113	122.4	118.23	115
이분도체	125	117.33	114	120	113.36	107
식용설육(간)	65	51.12	44.9	60	48.53	44
식용설육(심장)	82	73.02	64	69	64.96	58
비계(back fat)	83	71	62	78	66.66	59.6

출처: Meatinfo

주: 인터넷 공시 도매가(2009년 5월말 가격) 환율: 1\$=31.13루블

3. 돼지고기 소비동향

□ 소비량

- 러시아 일반가정에서는 가처분 소득의 35%~40%를 식료품에 지출함
 - 러시아 소비자들의 식료품 지출 비중에서 가처분 소득의 가장 많은 부분은 육류제품(10.5%)과 제과제품(6.5%)에 할당됨
- 러시아인들의 육류 소비량은 연간 9백만400톤임
 - 러시아 국내에서 6백만200톤 생산, 해외에서 3백만200톤 수입
 - 일인당 평균 육류 소비는 연간 63kg임(2008년 기준, 전년대비 7kg 증가)

<러시아 육류 소비 구조>

구분	육류 종류별 소비 비중(%)	유형별 소비 비중(%)	
		냉동육	냉장육
닭고기	46	78	37
돼지고기	27	10	32
쇠고기	17	7	20
돼지고기-쇠고기 파르쉬	3	2	3
송아지고기	2	0	2
칠면조고기	2	2	2
토끼고기	0.7	0	1
뉴트리아 고기	1	0	1
양고기	0.7	1	1
기타	0.6	0	1

출처: '비즈니스 아날리틱'의 '남부연방관구 육류시장 동향' (2008년 기준)

- 쇠고기, 닭고기에 비해 돼지고기는 햄, 베이컨, 소시지, 조리식품 등의 가공용 원료로 많이 소비되고 있지만, 가계소비용으로서의 구성비율도 비교적 높은 편임

○ 러시아에서 돼지고기 소비량은 매년 꾸준히 소폭 증가하고 있음

<러시아의 돼지고기 소비량>

단위: 천톤, 지육기준

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
2,019	2,119	2,429	2,329	2,337	2,429	2,484

출처: USDA

주: 2006년은 잠정치, 2007년은 예상치임

<러시아의 돼지고기 1인당 소비량>

단위: kg

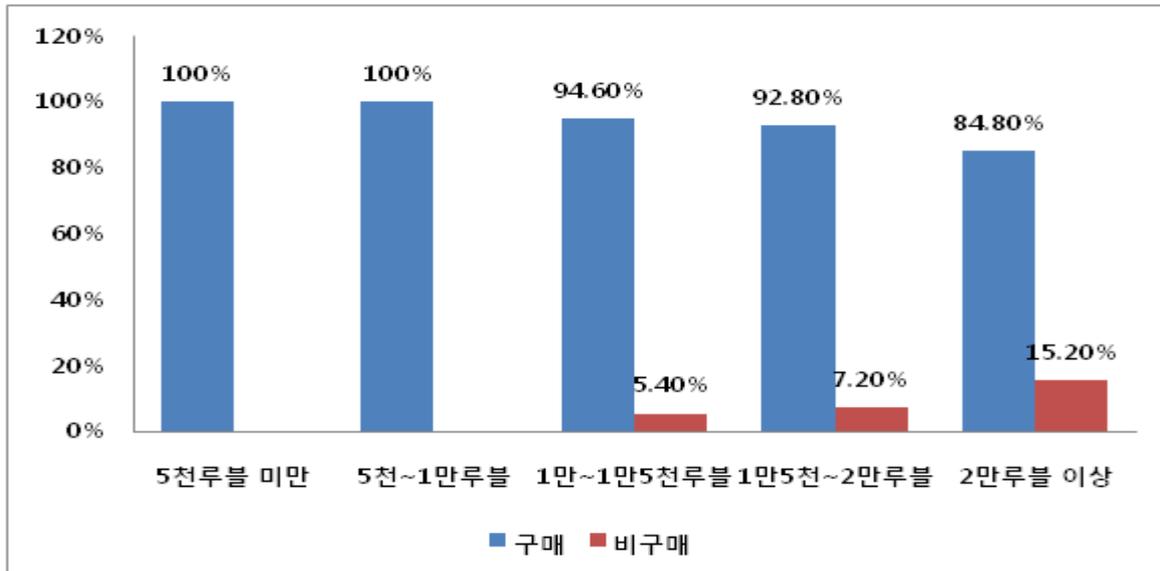
2000	2001	2002	2003	2004	2005
13.8	14.5	16.7	16.1	16.2	17.0

출처: USDA

□ 소비선호도

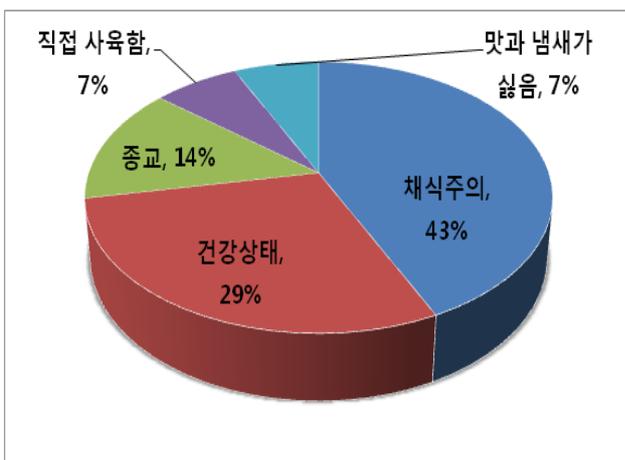
- 2006년 10월 농업마케팅연구소가 실시한 ‘돼지고기 시장에서 모스크바 시민들의 소비선호도’ 조사에 따르면, 2006년 모스크바 돼지고기 소매시장 규모는 물량 면에서 전년대비 7.7% 증가했으며 모스크바 주민들의 93.1%가 돼지고기를 구매하고 있음
 - 특히, 한 달 소득 5천 루블 미만과 5천~1만 루블 소득의 주민이 돼지고기를 가장 자주 구매하고 있음
 - 한 달 소득 2만 루블 이상의 주민이 돼지고기를 가장 드물게 구입함

<소득 수준에 따른 돼지고기 구매자 비중>

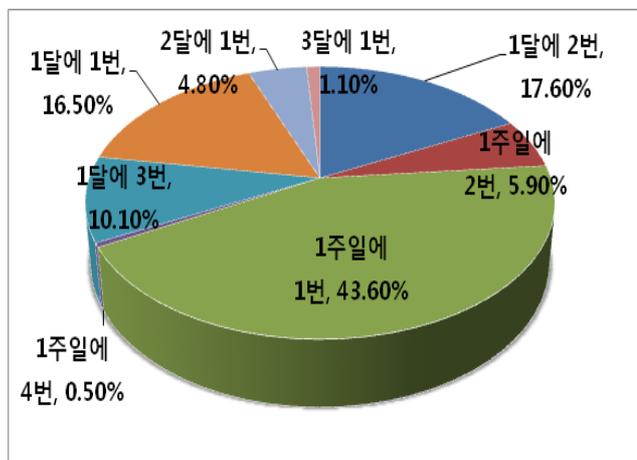


- 연간 돼지고기 구매 빈도수는 증가하고 있으며 1주일에 1번 돼지고기를 구매하는 소비자들 비중도 2005년 12%에서 2006년 43.6%까지 증가함. 소득 수준에 따른 구매 빈도수를 살펴보면, 저소득층과 고소득층의 돼지고기 구매 빈도수가 높음. 즉, 월평균 5천 루블 미만의 저소득층 응답자 중 60%와 2만 루블 이상의 고소득층 응답자 중 57.1%가 1주일에 1번 돼지고기를 구매하고 있음. 또한 2만 루블 이상의 고소득층은 1주일에 4번까지 구매함

【돼지고기를 구매하지 않는 이유】

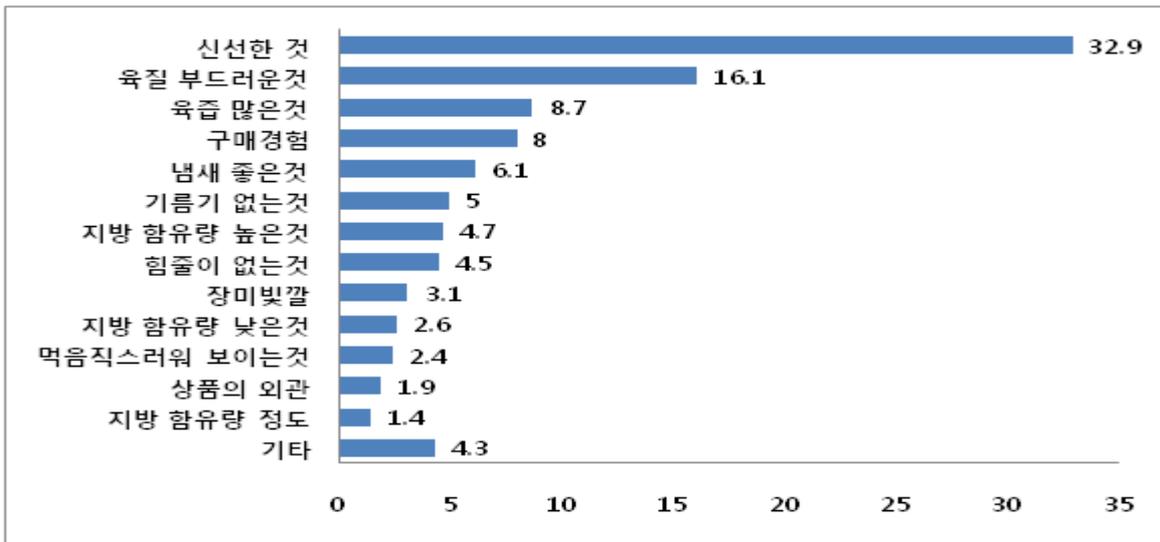


【돼지고기 구매 빈도】



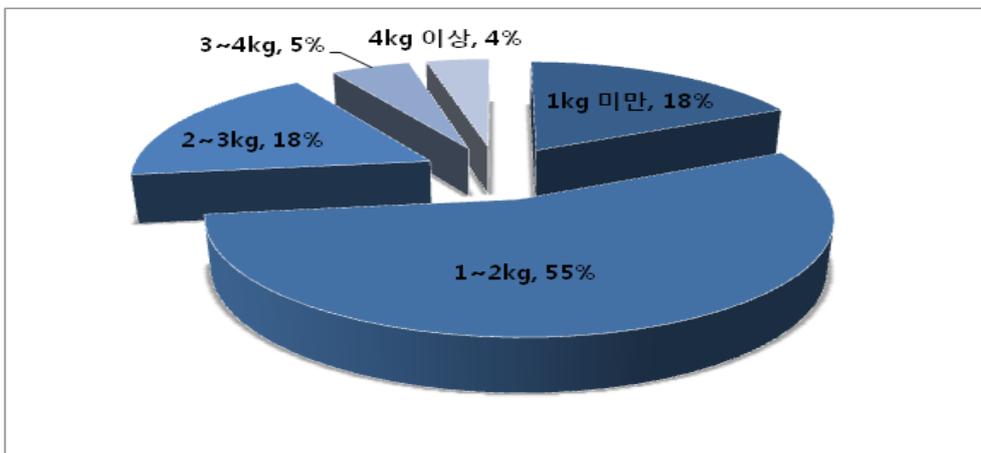
- 돼지고기 품질에 따른 소비자 선호도를 살펴보면, 모스크바 소비자들의 대부분(응답자의 32.9%)은 신선도를 가장 중시하며, 그 다음으로 육질의 부드러움, 육즙, 냄새 등을 중요하게 생각함

<돼지고기 품질에 따른 소비자 선호도>



- 대다수 소비자들(55%)은 시장이나 상점에 한번 들릴 때 1~2kg의 돼지고기를 구매하고 있음. 2006년에는 돼지고기 구매 빈도수가 증가했을 뿐만 아니라 상점 1회 방문시 1~2kg의 돼지고기를 구매하는 소비자들 수도 증가함. 이는 신선한 제품 소비에 구매자들의 관심이 증가하였음을 알려주고 있음

<1회당 돼지고기 구매량>



- 모스크바 소비자들은 일인당 연평균 17.8kg의 돼지고기를 소비하며, 2005년과 비교 시에 신선육 소비는 14% 증가하였고 냉동육 소비는 1.8배 증가함. 2006년에 냉동육 소비가 증가한 이유는 냉장육 가격이 급격히 상승했기 때문임
- 소득수준에 상관없이 대다수 모스크바 소비자들은 냉동육보다 신선육을 더 선호하고 있음(60%가 신선육 선호). 소득수준에 따라 살펴보면, 고소득층은 신선육을 더 선호하며(2만 루블 이상의 소득자 경우 일인당 연평균 신선육 18.2kg, 냉동육 8.3kg 소비), 저소득층은 냉동육을 더 선호하고 있음(5천 루블 미만의 소득자 경우 일인당 연평균 신선육 6.9kg, 냉동육 11.3kg 소비)
- 일반적으로 소비자들은 육류제품 가격 변동에 민감하게 대응하고 있으며, 신선육 가격이 상승하는 시기에 소비자들은 좀 더 가격이 싼 냉동육 구매로 대체하고 있음. 냉장육 소비가 증가하는 경우는 냉장육의 가격이 하락할 때임
- 5천 루블 미만의 저소득층은 정량 포장된 돼지고기보다 식육코너에서 직접 무게를 달아 판매하는 돼지고기가 훨씬 더 저렴하다고 생각하며 이를 더 선호함. 이에 반해 2만 루블 이상의 고소득층 소비자들은 정량 포장된 신선 돼지고기 구매를 더 선호하는데 이는 가격뿐만 아니라 제품 품질에 대한 신뢰도도 중요하게 생각하기 때문임. 따라서 가격 하락과 깨끗한 투명포장이 동시에 이루어질 경우 돼지고기 판매량은 현격하게 증가될 것으로 보임

<포장 유형별 육류 소비 비중(%)>

랩에 싼 트레이	브랜드 패키지	진공포장	기타(버킷, 박스, 폴리아미드 포장)	포장하지 않은 것
44	8	5	3	40

출처: '비즈니스 아날리틱'의 '남부연방관구 육류시장 동향' (2008년 기준)

□ 육류가공품 소비경향

- 육류가공품 시장 구조는 러시아 주민의 소득수준과 일치하고 있어서, 중간 가격대 부문이 판매량의 상당 부분을 차지함
 - 현재 러시아 주민의 90% 이상이 육류가공품을 소비하고 있고, 육류가공품 일인당 소비량은 연간 14-15kg임
 - 모스크바에서 육류가공품 일인당 소비량은 연간 28-30kg으로 다른 지역보다 현저히 높음. 이는 모스크바 주민의 소득 수준이 월등히 높기 때문임

- 모스크바와 여타 대도시들에서 두드러지는 육류가공품 소비의 주요 경향
 - 1) '가격'은 더 이상 제품 선택의 주요소로 작용하지 않으며, 제품 '품질'이 첫 번째 구매 결정요소가 됨
 - 심지어 절약형-상점(우니베르삼)을 주로 찾는 구매자들도 고품질 제품을 구매할 의사가 있음
 - 2) 고가제품 범주로 수요 전환
 - 특히, 육류 델리카스 제품과 냉훈제 소시지(깎바사) 부문의 발전
 - 3) 브랜드 인지도를 중시 여김
 - 4) 서비스 측면 중시됨
 - 포장, 제품을 볼 수 있는 가능성, 제품 커팅 서비스, 구성성분 및 신선도에 대해 판매원과의 컨설팅, 진열장 외관과 위생

- 육류가공품 소비자가 부가적으로 더 지불할 수 있게 만드는 동기요소
 - 브랜드
 - 신제품 : 수많은 제품군들에서 제품구색이 확대되는 추세
 - 제품 조리/사용의 편리성
 - 건강에 이로움

□ 러시아 육류 소비 전망

- 러시아 육류 소비를 총체적으로 평가하면, 러시아에서 쇠고기의 생산과 소비 비중은 감소하고 있으며, 가금육과 돼지고기의 생산 및 소비 비중은 증가하고 있음
 - 90년대에 쇠고기의 비중이 약 45%, 돼지고기 35%, 가금류 18%에 달했다면, 2007년 무렵엔 각각의 육류 소비 비중이 30-33% 정도로 동일화됨
- 러시아 정부의 '농업 개발' 프로그램에 입각하여 축산업으로 유입되는 투자 자금 중의 하나는 연방정부 예산에서 충당되는 보조금임. 이외에도 러시아 정부는 수입 쿼터제로 자국 육류 생산의 발전을 도모하고 있음
- 투자분석그룹 '노르게-피쉬'의 전망에 따르면, 2013-2015년경 쇠고기 소비 비중이 18-20%까지 감소, 가금육과 돼지고기 소비 비중은 각각 대략 35-37%까지 증가할 것으로 예상됨
- 향후 몇 년 내로 러시아 소비자들은 육류제품의 품질, 안전성, 원산지, 제품의 운송과 보관 등의 조건에도 주목하게 될 것이며, 그로 인해 자국 생산의 신선냉장 쇠고기, 돼지고기, 가금육이 훨씬 더 요구될 것으로 전망됨
 - 결국 이 모든 것들은 기술규정을 새로이 확립하여 완성시키게 할뿐 아니라 국내 가축 두수 증가와 생산량 증대를 촉진시키고 수입량을 줄이게 하며 궁극적으로 러시아 국내 식료품의 안전성을 높이게 하는 것임

□ 금융위기 이후 러시아의 육류 소비 전망

- **육류소비 감소, 닭고기 소비 증가** : 현재 세계적인 금융위기의 여파로 인해 향후 2년간 러시아인들의 육류 소비는 5~10% 감소할 것으로 전망됨. 게다가 소비 수요는 가격이 비싼 쇠고기의 수요는 줄어들고 가금육 쪽으로 현저하게 편중될 것으로 보이며, 특히 가장 저렴한 닭 넓적다리 부위 소비가 높아질 것으로 보임

- **중·저가 제품 선호** : 러시아육류조합장의 전망에 따르면, 2009년에는 수요의 감소로 인해 최근 몇 년간 활발하게 발전해온 프리미엄급 상품 생산의 성장을 기대하기 어려우며 소비자들은 자신들의 구매력에 부합하는 닭 넓적다리와 같은 훨씬 더 저렴한 제품 구매를 선호하게 될 것으로 보임. 또한 품질이 좋은 제품, 예를 들어 커틀렛 혹은 소시지와 같은 제품(냉훈제 햄은 제외)을 선호하게 될 것으로 보임. 이와 같은 소비 전환은 육류가공업의 수익성에 파국적인 결과를 초래할 수도 있을 것임
- **고가 제품 비중 축소** : 향후 육류시장에서 비싼 가격의 제품 비중은 30%에서 15%까지 축소될 것이며 중간가격의 제품 비중은 현재의 45%에서 50~55%까지 증가할 것으로 예상됨. 육류시장의 나머지 비중은 가장 가격이 저렴한 제품이 차지하게 될 것임
- **육류제품 판매 채널 변화** : 일반적으로 고급상점이 아닌 할인점이나 시장에서 육류 구매가 이루어질 것으로 보임

4. 돼지고기 수출입동향

가. 수출입 현황

□ 육류 수출입현황

<러시아 신선 냉동 육류 수출입현황>

단위: 천톤, 전년대비(%)

구분		2004		2005		2006		2007		2008	
		물량	대비								
수입	신선 냉동육 (가금육제외)	1,031	94.0	1,340	130.0	1,411	105.3	1,489	105.5	1,711	114.9
	그중: 신선 냉동 쇠고기	557	102.2	748	134.3	734	98.2	791	107.7	872	110.2
	신선 냉동 돼지고기	470	85.6	585	124.5	662	113.3	687	103.8	822	119.6
	신선 냉동 가금육	1,114	92.4	1,329	119.2	1,283	96.5	1,295	101.0	1,224	94.5
	그중: 신선 냉동 닭 넓적다리	26.8	...	28.6	106.7	23.8	83.1	21.8	91.6	20.6	94.8
수출	신선 냉동육 (가금육제외)	0.3	64.2	0.2	69.7	0.5	2.5배	0.3	49.5	0.2	98.3
	신선 냉동 가금육	0.4	44.7	0.3	70.8	0.4	142.1	0.9	2.2배	2.8	3.2배

출처: 연방통계청

○ 신선 냉동 육류 및 가금육의 평균수입가격은 매년 인상되고 있음

<육류 평균수입가격>

단위: USD/톤

구분	1995	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007
신선 냉동 육류 (가금육 제외)	1,525	1,145	1,159	1,232	1,402	1,460	2,336	2,440
신선 냉동 가금육	844	542	597	596	614	651	729	824

출처: 연방통계청

□ 돼지고기 수출동향

<연도별 돼지고기 수출동향>

단위: kg, USD, USD/kg

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
수출량	1,883	1,528	20,792	12,651	104,085	90,469	59,951
수출액	3,860	4,269	46,021	7,276	261,484	194,340	193,766
평균수출단가	2.05	2.79	2.21	0.58	2.51	2.15	3.23

출처: Global Trade Atlas

주: HS코드 0203, 돼지고기 신선, 냉장, 냉동

- 2008년 기준 러시아의 돼지고기 수출량은 전년대비 33.73% 감소한 약 60톤, 수출액은 전년대비 0.30% 감소한 약 194천 달러
- 수출량이 대폭 감소했으나 수출단가가 전년대비 50.46% 인상됨으로 인해 수출액 변동은 소폭에 그침

<국가별 돼지고기 수출동향>

단위: kg, USD

구분	2006		2007		2008		'08 비중(%)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	261,484	104,085	194,340	90,469	193,766	59,951	100.00	100.00
스페인	0	0	0	0	100,051	40,000	51.63	66.72
독일	248,030	98,151	64,103	21,901	83,678	18,804	43.19	31.37
아제르바이잔	0	0	0	0	9,826	1,117	5.07	1.86
한국	0	0	0	0	211	30	0.11	0.05
네덜란드	0	0	12,736	4,970	0	0	0.00	0.00
러시아	0	0	9,657	4,963	0	0	0.00	0.00
미국	0	0	43,404	20,082	0	0	0.00	0.00
그루지야	11,989	4,876	0	0	0	0	0.00	0.00
카자흐스탄	1,465	1,058	64,440	38,553	0	0	0.00	0.00

출처: Global Trade Atlas

주: HS코드 0203 돼지고기 신선, 냉장, 냉동

- 러시아의 주요 돼지고기 수출상대국은 연도별 변동이 심한 편이나 대독일 수출은 꾸준히 이루어지고 있는 편임. 2008년에는 전년대비 카자흐스탄, 미국, 네덜란드 등으로의 돼지고기 수출이 중단되고, 스페인, 아제르바이잔 등으로의 수출이 시작되었으며, 그 중에서 대스페인 수출은 전체 수출액 기준 51.63%를 차지하는 쾌거를 이룩함. 또한 2008년에는 소량이긴 하나 2004년 이후 중단된 한국으로의 돼지고기(HS코드 020329, 냉동 절단육) 수출이 재개됨
 - 2008년 기준 주요 수출상대국은 스페인(100천 달러, 40톤), 독일(84천 달러, 19톤) 순을 보이며, 돼지고기 수출부위는 모두 냉동 절단육(HS코드 020329)으로 나타남
- 러시아의 돼지고기 수출단가는 2008년 기준 평균 3.23달러이며, 전년대비 대폭(50.46%) 인상
 - 주요수출대상국인 스페인으로 저가(2.50달러)로 수출되고 있으며, 한국(7.03달러), 아제르바이잔(8.80달러)으로 고가로 수출

<국가별 돼지고기 수출단가>

단위: USD/kg

구분	평균	스페인	독일	아제르바이잔	한국	미국	네덜란드	러시아	그루지야	카자흐스탄
2006	2.51	0.00	2.53	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.46	1.38
2007	2.15	0.00	2.93	0.00	0.00	2.16	2.56	1.95	0.00	1.67
2008	3.23	2.50	4.45	8.80	7.03	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

출처: Global Trade Atlas

□ 돼지고기 수입동향

- 러시아의 돼지고기 수입은 지속적으로 증가하고 있으며 가공육의 수입보다 신선/냉장/냉동 돼지고기의 수입비중이 훨씬 높음

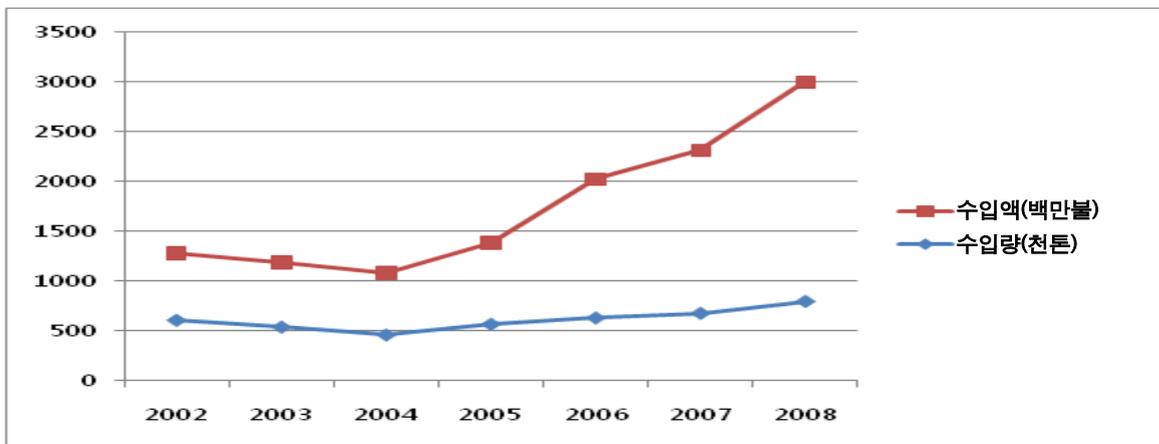
<연도별 돼지고기 수입동향>

단위: 톤, 천불, USD/kg

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
수입량	602,010	533,871	455,309	562,850	625,657	671,739	790,955
수입액	672,258	650,807	624,328	818,876	1,394,974	1,636,651	2,200,464
평균수입단가	1.12	1.22	1.37	1.45	2.23	2.44	2.78

출처: Global Trade Atlas

주: HS코드 0203, 돼지고기 신선, 냉장 혹은 냉동



- 2008년 기준 러시아의 돼지고기 수입량은 전년대비 17.75% 증가한 790,955톤, 수입액은 전년대비 34.45% 증가한 2,200,464천 달러로 집계됨

<국가별 돼지고기 수입동향>

단위: 톤, 천불

구분	2006		2007		2008		'08 비중(%)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	1,394,974	625,657	1,636,651	671,739	2,200,464	790,955	100	100
브라질	530,826	233,250	698,861	282,198	697,029	238,696	31.68	30.18
미국	148,116	68,424	180,388	75,130	435,878	159,377	19.81	20.15
캐나다	141,341	64,961	159,079	70,474	260,368	102,762	11.83	12.99
독일	87,141	43,687	97,329	43,534	189,302	68,528	8.60	8.66
덴마크	239,589	107,105	218,595	92,476	178,763	68,949	8.12	8.72
스페인	34,034	13,624	73,199	26,428	102,549	32,134	4.66	4.06
프랑스	42,266	18,086	37,611	16,006	88,437	35,607	4.02	4.50
네덜란드	40,492	16,703	46,994	17,215	53,615	18,025	2.44	2.28
핀란드	34,362	16,388	37,274	14,464	52,032	17,791	2.36	2.25
벨기에	34,046	14,335	39,426	14,654	45,559	14,428	2.07	1.82
한국	11,473	5,032	0	0	0	0	0.00	0.00

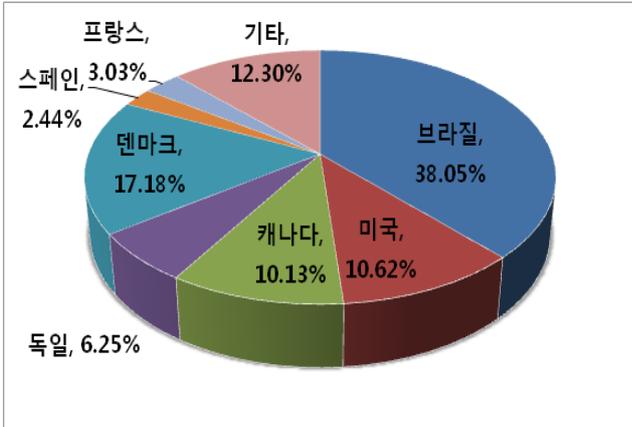
출처: Global Trade Atlas

HS코드: 0203, 돼지고기 신선, 냉장 혹은 냉동

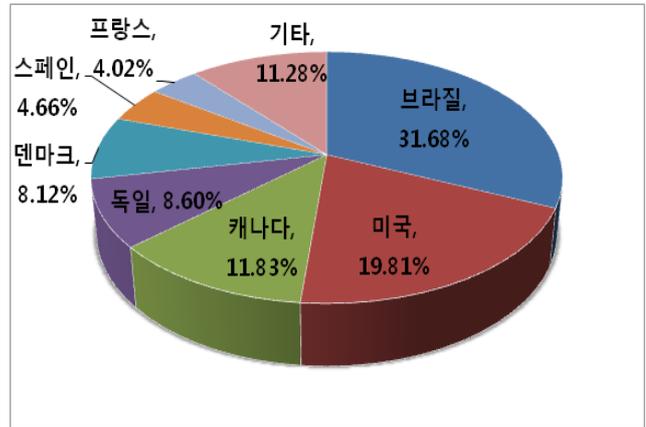
나. 경쟁국 동향

- 2008년 기준 대러 돼지고기 수출국들의 점유율을 살펴보면, 수입액의 31.68%가 브라질(697,029천 달러)에서 수입되고 있으며, 미국(435,878천 달러, 19.81%), 캐나다(260,368천 달러, 11.83%), 독일(189,302천 달러, 8.60%) 등의 순을 보임
 - 한국은 2008년 기준 대러 돼지고기 수출국 중 28위 차지

【2006년 국가별 수입비중】



【2008년 국가별 수입비중】



- 돼지고기 수입단가: 2008년 기준 평균 2.78달러 (전년대비 14.18% 상승)
 - 저가대로 수입: 노르웨이(2.11), 폴란드(2.21), 이탈리아(2.39), 프랑스(2.48), 체코(2.49), 호주(2.51), 캐나다(2.53) 등
 - 고가대로 수입: 헝가리(3.54), 파나마(3.50), 스페인(3.19), 벨기에(3.16), 영국(3.03) 등

<돼지고기 원산지별 수입단가>

단위: USD/kg

구분	평균	브라질	덴마크	미국	캐나다	독일	스페인	네덜란드	프랑스	이탈리아	한국
2005	1.45	1.48	1.25	1.47	1.17	1.62	1.55	1.57	1.28	1.57	1.42
2006	2.23	2.28	2.24	2.16	2.18	1.99	2.50	2.42	2.34	1.65	2.28
2007	2.44	2.48	2.36	2.40	2.26	2.24	2.77	2.73	2.35	1.30	0.00
2008	2.78	2.92	2.59	2.73	2.53	2.76	3.19	2.97	2.48	2.39	0.00

출처: Global Trade Atlas

■ 브라질

- 러시아의 최대 돼지고기 수입상대국은 브라질임. 고가로 유통되는 유럽산 (특히, 덴마크산) 돼지고기에 비해 브라질산 돼지고기는 러시아시장에서 저가 세그먼트를 담당하고 있음
- 러시아 돈육수입업체의 정보에 따르면, 러시아 수입돈육 중에서 브라질산 돼지고기 수입가격이 가장 낮으며, 높은 품질을 자랑하는 덴마크산의 경우 수입가격이 상대적으로 높다고 함
 - 브라질산 돈육의 경우에도 브라질 생산업체에 따라 다소 가격 차이를 보이고 있어 러시아 수입상은 적합한 가격을 제시하는 브라질 생산업체를 선별하고 있는 실정임

<브라질산 돼지고기 수입가격>

단위: 달러/kg

등심	삼겹살	목심	이분도체	어깨살
2.50	2.50	2.80	1.20-1.30	2.10-2.20

출처: 러시아 육류수입업체 "아그로임포트" 정보

주: 2009년 9월 자체 조사 (환율: 1\$=약 31루블)

- 러시아에서 브라질산과 덴마크산 간의 수입물량은 상호영향을 미치고 있음. 예를 들어, 브라질에서 2005년 말에 구제역이 발생하여 2006년 브라질산 수입물량은 크게 감소하였으며, 러시아는 이 감소분을 보충하는 형태로 덴마크나 미국에서 수입을 증가시켰음. 2007년에는 다시 브라질산 돼지고기 수입이 회복되었고, 이는 덴마크산 돼지고기의 수입 감소로 연결되었음
 - 즉, 2005년 수입액 기준 71.66%의 점유율을 보이던 브라질은 2006년 38.05%로 대폭 감소, 2007년 42.70%로 회복함. 그러나 덴마크의 경우 수입액 기준 2005년 5.5%의 점유율에서 2006년 17.18%로 증가했다가 2007년 13.36%로 다시 감소함

단위: 천불

구분	2002	2003	2004	2005	2006	2007
전체수입	672,258	650,807	624,328	818,876	1,394,974	1,636,651
브라질	405,419	410,790	368,569	586,789	530,826	698,861
덴마크	39,397	20,963	30,212	41,340	239,589	218,595

출처: Global Trade Atlas

■ 덴마크

- EU 돼지고기 수출의 약 40%를 차지하는 덴마크는 수출량의 약 1/4을 러시아로 수출하고 있고, 러시아로 수출하는 돼지고기 부위는 포어앤드(지육 반쪽의 앞부분)와 식용설육(HS코드 0206)이 많음
- 브라질산 돼지고기 수입 증감의 영향에 따라 2005년 이후 러시아로 수출하는 물량은 증감을 반복하고 있음
 - 2008년에는 러시아가 브라질의 주요 돼지고기 생산지역에 대한 돼지고기 수입 금지조치를 해제하여 덴마크는 러시아로 수출하는 돼지고기 물량 확보에 어려움을 겪기도 함
- 최근 몇 년간 러시아는 돼지고기를 비롯한 축산물의 증산에 힘을 쏟고 있어, 만일 러시아의 자급률이 향상된다면 결과적으로 수입량은 감소하게 될 것임. 또한 브라질과의 관계에 있어서 러시아 시장에서 저가 부문은 브라질산, 고가 부문은 덴마크를 비롯한 EU산으로 분리가 진행될 것임

■ 미국

- 투자분석그룹 “노르게-피쉬”의 보고에 따르면, 러시아연방으로 육류와 육류 가공품을 수출할 수 있는 미국 업체 수는 480개 이상으로 최근 대러 미국 육류 수출업자 수는 증가하고 있음
 - 미국은 육류 수출량에 있어 러시아의 주요 육류 공급국이며, 육류제품 가격 면에서 브라질에 뒤처지고 있음

- 2007년 미국의 대러 육류 수출량은 약 900천 톤, 765백만 달러를 기록했고 이는 전년대비 8.3% 증가한 것임
- 육류 수출 물량 기준으로 미국의 점유율은 약 29%에 해당함. 특히 가금육과 식용설육은 790천 톤으로 약 87%를 차지하고 있으며, 그 외 돼지고기가 주를 이루고 있음

다. 돼지고기 수입 전망

- 미국의 식품농업정책조사연구소(Food and Agricultural Policy Research Institute, FAPRI)의 자료에 따르면, 2007년~2015년 러시아의 돼지고기 수입은 500~600천 톤 수준에 머무를 것으로 전망되고 있으며, 2010년~2015년에는 순수 수입 지표의 감소가 예상됨. 이와 같은 미국 전문가들의 전망은 러시아 연방 농업부의 전망과 일치하고 있음

<2006년~2015년 러시아 돼지고기 수입량 전망>

단위: 천톤

2006	2007	2008	2009	2010	2015
609	601	596	607	606	560

출처: FAPRI, 2006, Agricultural Outlook

- 향후 예상되는 돼지고기의 국내 생산과 수출의 성장에도 불구하고 러시아에서 수입 원료에 대한 수요는 앞으로도 충분히 안정적일 것으로 보임
 - 러시아의 여러 지역에 산재해있는 육류가공업체들은 수입 원료를 더 선호하고 있으며, 이는 가축의 저품질과 높은 지방 함유량으로 인해 국내 원료로 가공된 육류제품 원가가 수입 원료로 가공된 육류제품보다 더 높기 때문임
- 러시아 육류 시장의 특징 중의 하나는 바로 수입 의존도가 높다는 사실임
 - "Agrikonsalt"의 평가에 따르면, 2006년 러시아 전체 육류 소비량에서 수입의 비중은 약 30%를 차지하고 있음
 - 수입 돼지고기의 비중은 이보다 약간 낮은 약 27%임

<2000년~2005년 러시아연방의 돼지고기 생산, 수입, 수출, 소비 동향>

단위: 천톤

구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005
소비	1849.2	1955.8	2277.1	2324.7	2124.2	2115.1
생산	1568.7	1497.8	1583.3	1706.3	1643.4	1520.1
수입	294	471.2	708.1	640	513.2	652.8
수출	13.5	13.2	14.3	21.6	32.4	57.8

출처: FAO Statistics Division, 2007년

- 러시아 시장에서 수입 돼지고기의 성공은 효율성 높은 생산의 결과로 야기된 수입 돼지고기의 낮은 원가와 돼지고기 수출 지원 프로그램에 의해 가능한 것이었음

■ 2009년 말 수입육류 비중은 30%에서 25%까지 감소될 전망

- 러시아 농업부의 전망에 따르면, 러시아로 반입되는 수입 육류의 비중은 2009년 말경 30%에서 25%까지 감소될 것으로 보임
- 러시아 관세청 자료에 따르면, 2009년 1-4월간 모든 종류의 신선육 및 냉동육의 수입은 16.5% 감소되어 933.6백만 달러로 집계됨
- 러시아 통계청 자료에 따르면, 2009년 1-6월간 러시아는 신선 및 냉동 육류 수입을 전년 동기대비 23.8% 감소시킴(585천 톤까지)
 - 러시아 관세청 자료에 따르면, 이 기간 육류 수입은 28% 감소되었고 513.5천 톤으로 집계됨

5. 수입제도

□ 돼지고기 수입쿼터 및 수입관세

- 러시아연방정부는 매년 쿼터 배분 품목과 그 물량을 정하여 품목 물량을 제한하고 있는데, 러시아 정부 기관에서 발행한 허가서를 제시해야만 세관 수속이 가능함. 또한 쿼터 배분 물량에 한하여 일반 관세율이 적용되고 있고, 쿼터 물량 이외의 물품들은 매우 높은 금지 관세율이 적용되고 있음
- 돼지고기(HS코드 0203)의 경우 러시아연방 경제발전통상부에서 발행한 허가서가 필요하며 이 허가서의 유효기간은 연장이 불가능함
- 러시아에서는 2003년부터 모든 형태의 육류 수입이 쿼터제로 조절되고 있으며, 처음 2년간 육류 수입 쿼터 제도는 러시아 국내 육류 생산을 촉진하는 등 러시아 시장에 긍정적인 영향을 끼쳤음. 그러나 2005년도에 들어서자 이미 쿼터 요금제는 수입을 억제시키는 역할을 수행하지 못했으며, 오히려 모든 육류의 가격을 상승시키는 결과를 초래하기도 함

<러시아 돼지고기 수입쿼터 배분 물량>

단위: 천톤

구 분	2006	2007	2008	2009
합 계	476.1	484.8	493.5	502.2
EU	240.5	244.9	249.3	253.4
미국	54.8	49.0	49.8	50.7
파라과이	1	1	1	1
기타 국가	179.8	189.9	193.4	197.1

출처: 러시아 관세청

주: 돼지고기 신선/냉장/냉동 (HS코드 0203 해당)

<러시아 돼지고기 수입관세율>

구분	2006	2007	2008	2009
수입쿼터물량	15% (단, 1kg당 최소 0.25유로)			
수입쿼터물량 초과분	60% (단, 1kg당 최소 1.0유로)	55% (단, 1kg당 최소 0.9유로)	50% (단, 1kg당 최소 0.83유로)	40% (단, 1kg당 최소 0.55유로) → 75% (단, 1kg당 최소 1.5유로)로 변경

출처: 러시아 관세청

주: 돼지고기 신선/냉장/냉동 (HS코드 0203)

해당 관세율은 2005년 12월 5일 법령 No.732에 고시

2008년 12월 12일 돼지고기 수입관세 인상 및 쿼터조정 : 쿼터 532천 톤 소폭 증가,
쿼터초과물량에 대한 수입관세는 75%로 인상

<러시아 돼지고기 HS코드별 수입관세율>

러시아 HS코드	품목	수입관세	부가 가치세	비고
0203 11 1001	도체와 이분도체 (신선/냉장) (제2그룹에 대한 러시아연방 별첨2에 지시된 쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 11 1009	기타 도체와 이분도체 (신선/ 냉장) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 12 1101	넓적다리살과 절단육 (신선/ 냉장/bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 12 1109	기타 넓적다리살과 절단육 (신선/냉장/bone-in) (쿼터초과 물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 12 1901	어깨살과 절단육 (신선/냉장 /bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 12 1909	기타 어깨살과 절단육 (신선/ 냉장/bone-in) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서

러시아 HS코드	품목	수입관세	부가 가치세	비고
0203 19 1101	포어엔드와 절단육 (신선/냉장) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 19 1109	기타 포어엔드와 절단육 (신선/ 냉장)(쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 19 1301	등심과 절단육 (신선/냉장/ bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 19 1309	기타 등심과 절단육 (신선/ 냉장/bone-in) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 19 1501	삼겹살과 절단육 (신선/냉장) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 19 1509	기타 삼겹살과 절단육 (신선/ 냉장) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 19 5501	기타 부분 (신선/냉장/boneless) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수입쿼터제, 수의증명서
0203 19 5509	기타 부분 (신선/냉장/boneless) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수의증명서
0203 19 5901	기타육 (신선/냉장) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 19 5909	기타육 (신선/냉장) (쿼터초과 물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 21 1001	도체와 이분도체 (냉동) (쿼터 물량)	15%, 단, 최소 0.2유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 21 1009	기타 도체와 이분도체 (냉동) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서
0203 22 1101	넓적다리살과 절단육 (냉동 /bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.2유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서

러시아 HS코드	품목	수입관세	부가가치세	비고
0203 22 1109	기타 넓적다리살과 절단육 (냉동/bone-in) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수익증명서
0203 22 1901	어깨살과 절단육 (냉동 /bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.2유로/kg	10%	수입쿼터제, 수익증명서
0203 22 1909	기타 어깨살과 절단육 (냉동 /bone-in) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수익증명서
0203 29 1101	포어엔드와 절단육 (냉동) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수익증명서
0203 29 1109	기타 포어엔드와 절단육 (냉동) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수익증명서
0203 29 1301	등심과 절단육 (냉동/bone-in) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수익증명서
0203 29 1309	기타 등심과 절단육 (냉동 /bone-in) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수익증명서
0203 29 1501	삼겹살과 절단육 (냉동) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수익증명서
0203 29 1509	기타 삼겹살과 절단육 (냉동) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수익증명서
0203 29 5501	기타 부분 (냉동/boneless) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수입쿼터제, 수익증명서
0203 29 5502	Trimming boneless (냉동) (쿼터물량), 2007.06.08부터 발효	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수입쿼터제, 수익증명서
0203 29 5508	기타 부분 (냉동/boneless), 2007.06.08부터 발효	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수익증명서
0203 29 5509	기타 부분 (냉동/boneless), 2007.06.07부터 발효	60%, 단, 최소 1유로/kg	10%(기본) (안심-18%)	수익증명서

러시아 HS코드	품목	수입관세	부가 가치세	비고
0203 29 5901	기타 부분 (냉동/boneless제외) (쿼터물량)	15%, 단, 최소 0.25유로/kg	10%	수입쿼터제, 수의증명서
0203 29 5909	기타 부분 (냉동/boneless제외) (쿼터초과물량)	75%, 단, 최소 1.5유로/kg	10%	수의증명서

출처: www.tks.ru

주: 쿼터물량은 상품분류 제2그룹에 대한 러시아연방 별첨2에 지시된 물량에 한함.

쿼터초과물량은 2010.01.01부터 새로운 관세율로 변경 적용되거나 러시아 정부령 No.918에 확정된 관세율(60%, 단, 1유로/kg)로 연장 적용될 수도 있음

□ 한국산 돼지고기 대러 수출 수의증명서

- 대 러시아 돼지고기 수출 시 '수의증명서' 필요함
 - 러시아 정부령 No.01-06/45065 (2006.12.20)에 의거하여 소시지, 육류, 육류 찌꺼기, 혈액, 어류, 갑각류, 연체류, 기타 수생 동식물 등은 중앙행정기관의 허가가 필요하며 수의(Veterinary) 관리를 받아야 함
- 한국산 돼지고기 대러시아 수출 수의증명서 기재사항
 - 수출국가(한국), 주무부처(농림부), 증명서 발급처, 관리단위, 생산증명서, 생산물 명칭, 포장갯수, 순중량, 수의위생검사에 의해 인가된 식육가공장(도축장) 또는 냉동창고의 이름(번호) 및 주소, 포장류, 인식표, 저장 및 운반상태, 목적지에 관한 사항(경유국가, 국경통과지점, 인수자의 성명과 주소, 수송수단(열차, 자동차, 항공노선, 선박의 번호를 기입할 것)), 작성일, 국립수의사(직책, 성명), 날인, 서명
- 생산품이 식용으로 적합한 것에 대한 증명으로 다음 사항이 사실로 인정되어야 함: 식육은 다음과 같은 동물전염병으로부터 감염되지 않은 농가와 지역에서 나온 건강한 돼지를 도축하고 가공한 것이어야 함
 - 아프리카 돼지 콜레라: 최근 3년 동안 전국내 발생이 없음
 - 구제역, 돼지 수포병: 최근 12개월 동안 전국내 발생이 없음
 - 돼지 콜레라, 오제스키병, 텃센병: 최근 12개월 동안 시·도내에서 발생이 없음

- 선모충증: 최근 3년간 농장내 발생이 없음
 - 돼지생식기호흡기증후군: 최근 12개월간 농장내 발생이 없음
 - 돼지단독: 최근 20일 동안 농장내 발생이 없음
- 식육과 식육가공품은 수출용 생산물 납품에 대한 국립수의기관의 허가를 받은 식육가공공장(도축장)에서 납품되며, 식육가공장은 국립수의기관의 지속적인 감시하에 있고 필요한 수의위생조건에 부합해야 함
 - 식육은 선모충증에 대하여 음성이어야 함(각각 지육마다)
 - 수의위생검사에서 식육은 구제역 등의 여타 전염병에 의한 특이 변화가 보이지 않아야 하고 기생충에 의한 이상 장애도 없으며, 장막은 깨끗하게 손질되고 림프절은 제거되면 안됨
 - 식육은 혈병, 제거되지 않은 농양, 기계적인 혼합물, 비정상적인 냄새 및 맛(어육, 약제 등)이 없어야 함. 보관 중 해동되지 말아야 하고 뼈에 가까운 두꺼운 근육에서 온도가 섭씨 영하 8도보다 높아서는 안되며, 보존제를 함유하여서는 안됨. 살모넬라나 다른 세균 감염이 없어야 되고 색소, 자외선, 이온화 처리되어서는 안됨
 - 돼지는 천연 혹은 합성 에스트론과 호르몬제, 성장촉진제, 항생제 및 도축 직전 직접적으로 투여된 진정제의 영향을 받으면 안됨
 - 식육은 식용으로 사용하기에 적합한 것이어야 함
 - 식육은 식육 가공공장(도축장)의 이름이나 고유번호가 선명하게 표시된 한국 국립수의기관의 도장이 찍혀있어야 함
 - 포장재료는 처음으로 사용되는 것이어야 하며, 보건위생규격에 맞는 것을 사용해야 함
 - 식육의 운반수반은 한국 수의규정에 적합하게 준비되고 취급되어야 함

□ 한국내 러시아 수출승인 작업장

<대러시아 돈육 및 돈육제품 수출 허가받은 한국 업체 명단>

No.	업체 등록 번호	업체명	주소	업체 프로필	비고
1	S 196 P195	농협목우촌 (NACF Moguchon Kimje Meat Processing Plant)	전북 김제시 금산면 용산리 9-13	도축장, 가공장, 보관	2008년 11월 6일부터 납품 허가(FS-NV-2/ 11224)
2	S 203 P158	한국냉장 (Korea Cold Storage Co.,Ltd)	충북 청원군 오창면 성재리 421-3	도축장, 가공장, 보관	2008년 11월 6일부터 납품 허가(FS-NV-2/ 11224)
3	S 173 P57	대상농장 (Daesang Farmsco Co., Ltd)	충북 음성군 삼성면 청룡리 575-1	도축장, 가공장, 보관	2008년 11월 6일부터 납품 허가(FS-NV-2/ 11224)
4	P 357	모든 (Modern Co., Ltd.)	경남 창녕군 대지면 효정리 432-3	가공장, 보관	2008년 11월 6일부터 납품 허가(FS-NV-2/ 11224)

출처: 러시아 동식물검역국

□ 육류 라벨링

- 러시아연방 정부령 No.1037 (1997.08.15)에 의거, 러시아 연방으로 수입되는 모든 소비재 물품은 러시아어로 제품 이름, 원산지 국가 및 제조업체, 제품 용도, 주요 특징 및 제품 사용설명서를 첨부해야 하며, 동 표기는 포장지, 라벨 또는 별지에 할 수 있으며 제품과 함께 동봉되어야 함

- 상품설명서에 기본적으로 포함되어야 하는 내용은 8가지로서 상품명, 제조업체명, 상품의 기본용도나 사용범위, 안전한 보관·운송 및 사용방법, 기본적 소비 특성 및 특징, 강제인증에 관한 정보, 제조업체와 판매업체의 법적 주소
- 육류 및 육류 가공품 라벨링 규정 : 도체(부분품 포함)의 경우 생산업체 표시와 함께 수출국 검사기관에서 검사될 도장이 반드시 있어야 함. 포장육의 경우에는 포장에 이러한 인이 찍혀있어야 함
- 고기 통조림, 소시지 등 완전 가공된 육류 라벨링 규정 : 포장에 검사될 도장이 있어야 함

□ 잔류농약 허용기준

- 러시아 정부는 내국 제품 및 수입제품에 적용되는 살충제 및 오염물질에 대한 허용기준치를 마련하였음. 이 기준치는 제품그룹별 허용 기준치를 담아 공식문서(SanPiN 2.3.2.1078-01)로 발간

<육류 잔류농약허용기준>

구분	성분	허용함량(mg/kg 이하)	비고
살충제	hexachlorocyclohexane	0.1	육류
	DDT and its metabolites	0.1	
	hexachlorocyclohexane	0.2	우육, 돈육, 양고기의 지방(냉동/냉장), salt pork(냉동/냉장)
	DDT and its metabolites	1.0	

출처: SanPin 2.3.2.1078-01

□ 수입 제한 및 금지 조치 사례

- 2004년: 조류독감으로 인해 동남아시아, 미국, 네덜란드산 가금육제품 수입 금지, 스웨덴, 핀란드산 닭고기 수입 제한, 질병으로 인해 브라질, 아르헨티나산 육류, 슬로바키아산 돼지고기 수입 중단
- 2005년: 증명서 위조로 인해 폴란드산 쇠고기, 돼지고기, 가금류 수입 금지, 몰도바산 육류 수입 금지
- 2006년: 우크라이나산 축산품과 브라질산 가금육, 돼지고기, 쇠고기 수입 금지
- 2007년: 조류독감으로 인해 체코, 헝가리, 영국, 폴란드산 가금육 수입 금지, 영국, 카자흐스탄, 아르메니아, 루마니아산 축산품 수입 중단
- 2008년: 독일, 덴마크, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 미국, 호주, 아르헨티나, 브라질 업체들의 육류제품 수입 제한 조치
- 2009년: 돼지독감으로 인해 멕시코, 미국, 캐나다, 스페인산 돼지고기 수입 금지
- 러시아 동식물검역국은 2009년 8월말 신종플루로 인한 돼지고기 공급 제한을 더 이상 지속하지 않기로 결정내림. 현 시점 러시아 국내 신종플루 감염자 수가 약 200여명으로 증가하면서 돼지고기 수입제한이 더 이상 의미가 없는 것으로 판단 내림
- 참고로, 현재 러시아 국내에 아프리카돼지콜레라가 발생하여 양돈업을 위협하고 있음. 북오세티야에서는 돼지 두수가 모두 폐사했고, 현재까지도 크라스노다르 주, 로스토프 주, 벨고로드 주에 위협이 남아있는 상태임

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

□ 한국의 대러 수출현황

<연도별 한국의 대러 돼지고기 수출 동향>

단위: kg, USD, %

연도	물량(kg)	금액(USD)	전년대비 물량(%)	전년대비 금액(%)
2000	6,537,346	6,471,061	534.8	736.9
2001	22,041,421	27,996,718	237.2	332.6
2002	10,544,857	15,142,149	-52.2	-45.9
2003	18,975,882	22,057,375	80.0	45.7
2004	7,860,732	16,188,093	-58.6	-26.6
2005	8,632,730	28,312,613	9.8	74.9
2006	4,493,086	17,065,971	-48	-39.7
2007	4,530,243	19,215,985	0.8	12.6
2008	1,818,026	9,197,402	-59.9	-52.1
2008 1-7월	7,450	23,216	5.7	-26.4
2009 1-7월	29,350	117,698	294	407

출처: 농수산물유통공사 KATI

주: HS코드 0203(돼지고기 신선, 냉장 또는 냉동), 0209(돼지비계), 16024(돼지고기 조제/ 밀폐용기에 넣은 것) 합한 수치임

- 돼지고기 전 품목에 있어서 한국의 대러시아 수출은 2005년에 최고치 (28,313천 달러)를 보인 이후 감소하는 추세를 보였으며, 특히 2008년에는 2007년보다 절반 이상 감소하는 등 부진한 결과를 보였음
- 2005년에는 돼지고기 조제품(28,056천 달러)의 수출이 대폭 증가되어 전체 실적이 높게 나온 것임

- 2008년 기준 한국의 대러 돼지고기 수출은 금액 면에서 전년대비 52.1% 감소한 9,197천 달러, 물량 면에서 59.9% 감소한 1,818톤임
- 그러나 2009년 1-7월간 수출 실적은 전년 동기대비 금액 면에서 407% 증가한 118천 달러임

<전년대비 2009년 1-7월 한국의 대러 돼지고기 수출 동향>

단위: kg, USD, %

월	2008년		2009년 1-7월		대비	
	물량(kg)	금액(USD)	물량(kg)	금액(USD)	물량(%)	금액(%)
01	0	0	28,260	113,040	0.0	0.0
02	965	5,253	28,650	114,533	2,868.9	2,080.3
03	965	5,253	28,650	114,533	2,868.9	2,080.3
04	6,275	17,243	28,650	114,533	356.6	564.2
05	6,275	17,243	28,650	114,533	356.6	564.2
06	6,750	19,499	28,650	114,533	324.4	487.4
07	7,450	23,216	29,350	117,698	294.0	407.0
08	7,450	23,216	-	-	-	-
09	883,240	3,964,534	-	-	-	-
10	884,120	3,968,116	-	-	-	-
11	1,817,726	9,196,310	-	-	-	-
12	1,818,026	9,197,402	-	-	-	-
합계	5,439,242	26,437,285	200,860	803,403	-	-

출처: 농수산물유통공사 KATI

주: 누계값, HS코드 02032990 (돼지고기 냉동/기타/기타)

- 현재 한국의 대러시아 돼지고기 수출 품목은 돼지고기(냉동/기타/기타)이며, 실제 2007년부터 현재까지 러시아에 돼지고기(냉동/기타/기타) 수출만 이루어지고 있고 그 외 돼지고기 품목들은 수출이 재개되지 않고 있는 상태임.
- 한국산 냉동 돼지고기는 주로 러시아 육류가공공장에서 사용하고 있음

<한국의 대러 돼지고기 수출품목>

단위: kg, USD

HS코드	품명	연도(물량, 금액)
	돼지고기 수출 전체	2004년(7,860,732/ 16,188,093), 2005년(8,632,730/ 28,312,613), 2006년(4,493,086/ 17,065,971), 2007년(4,530,243/ 19,215,985), 2008년(1,818,026/ 9,197,402)
0203120	돼지고기(신선, 냉장/ 넓적다리살, 어깨살 뼈채절단)	2004년(1,300,000/ 1,805,562)
0203220	돼지고기(냉동/ 넓적다리살, 어깨살 뼈채절단)	2006년(49,981/ 163,096)
0203291	돼지고기(냉동/기타/삼겹살)	2004년(175,608/ 178,442), 2006년 (1,070/ 6,316)
0203299	돼지고기(냉동/기타/기타)	2004년(207,840/ 486,921), 2005년(378,441/ 236,904), 2006년(3,696,475/ 14,138,309), 2007년(4,530,243/ 19,215,985), 2008년(1,818,026/ 9,197,402)
0209001	돼지비계(기름빼지 않은 것/ 신선, 냉장, 냉동, 염장, 염수장, 건조, 훈제)	2005년(19,447/ 19,447)
1602491	돼지고기(넓적다리살, 어깨살, 절단육 이외 기타/ 혼합물포함/조제/밀폐용기에 넣은 것)	2004년(920/ 9,875)
1602499	돼지고기(기타/ 혼합물포함/ 조제/ 밀폐용기에 넣은 것 이외 기타)	2004년(6,176,364/ 13,707,293), 2005년(8,234,842/ 28,056,262), 2006년(745,560/ 2,758,250)

출처: 농수산물유통공사 KATI

□ 러시아의 국가별 돼지고기 주요 수입 부위

<주요 국가별 대러 돼지고기 수출 부위>

구분	HS코드	부위	2008년	
			수출액(천불)	수출량(톤)
브라질	02032955	삼겹살 외 기타, boneless(냉동)	498,867	162,083
	02032110	도체 및 이분도체(냉동)	107,100	46,631
	02032913	등심 및 절단육(냉동)	50,099	14,721
	02032915	삼겹살 및 절단육(냉동)	35,281	12,570
	02032959	기타 boneless(냉동)	3,428	1,698
	02032211	넓적다리살 및 절단육 boneless(냉동)	1,709	745
덴마크	02032955	boneless, 삼겹살 외 기타(냉동)	122,912	45,039
	02032211	넓적다리살 및 절단육 boneless (냉동)	10,079	4,048
	02032959	기타 boneless(냉동)	14,215	7,442
	02032911	포어엔드 및 절단육(냉동)	15,251	7,207
	02031955	boneless(신선 냉장)	5,318	1,238
	02032915	삼겹살 및 절단육(냉동)	7,455	2,679
	02032219	어깨살 및 절단육 boneless (냉동)	1,229	601
	02032913	등심 및 절단육(냉동)	2,303	694
미국	02032955	삼겹살 외 기타, boneless(냉동)	333,201	114,556
	02032211	넓적다리살 및 절단육 boneless(냉동)	98,228	43,045
	02032219	어깨살 및 절단육 boneless(냉동)	1,201	541
	02032913	등심 및 절단육(냉동)	1,163	348
	02032959	기타 boneless(냉동)	388	180
캐나다	02032955	삼겹살 외 기타, boneless(냉동)	168,701	63,109
	02032211	넓적다리살 및 절단육 boneless(냉동)	89,376	38,776
	02032913	등심 및 절단육(냉동)	1,287	374
	02032959	기타 boneless(냉동)	528	262

구분	HS코드	부위	2008년	
			수출액(천불)	수출량(톤)
독일	02032955	삼겹살 외 기타, boneless(냉동)	92,967	34,200
	02032110	도체 및 이분도체(냉동)	35,936	15,727
	02032915	삼겹살 및 절단육(냉동)	31,512	10,731
	02031955	boneless(신선 냉장)	21,152	5,166
	02032913	등심 및 절단육(냉동)	3,504	998
	02032959	기타 boneless(냉동)	986	500

출처: Global Trade Atlas

- 대러 돼지고기 수출 상위 5위권의 국가들의 주요 수출 부위를 살펴보면, '삼겹살 외 기타, boneless(냉동)' 부위의 비중이 가장 높으며, 그 다음으로 '도체 및 이분도체(냉동)', '넓적다리살 및 절단육 boneless(냉동)'의 순을 보임

7. 한국산 수출확대방안

□ 러시아의 돼지고기 수입동향을 좌우하는 요인

- 대러 돼지고기 수출은 주로 러시아 측의 돼지고기 수급을 배경으로 하는 수입동향에 의해 좌우되고 있음
- 러시아의 수입동향을 좌우하는 요인으로 그 첫 번째는 향후 관세제도의 구조 변화라 할 수 있음
 - WTO(World Trade Organization) 가입이 예상되는 러시아가 2010년 이후 돼지고기의 관세제도를 어떻게 변화시킬지 현시점에서는 불투명함
- 두 번째 요인으로 러시아의 돼지고기 수요와 생산 동향을 들 수 있음
 - 향후 경기 동향이나 생산 동향 등에도 좌우되는 부분은 있지만, 러시아의 돼지고기 소비량은 향후 크게 증가할 것이라는 것이 일반적인 견해임
 - 따라서 러시아 국내 생산이 어느 정도까지 확대될 것인가에 따라 러시아의 돼지고기 수입량이 좌우될 것임

□ 한국의 돼지고기 수출정체 사유

- 한국의 돼지고기 수출의 장애물은 돈육과 가격, 품질, 시스템 부재 등 크게 4개 요인으로 분류할 수 있음
 - 그 해결을 위해 정책과 시설, 사양관리는 물론 종돈, 도축·가공, 포장, 육제품 개발에 이르기까지 각 장애요소 전반에 걸친 수출활성화 대책을 마련할 필요가 있음
 - 특히 연구 성과의 신속한 산업화와 관련 산업체에 대한 기술이전이 시급한 실정임
- 한국의 돼지고기 수출은 한국내 국산 돈육소비 감소와 수입증가에도 불구하고, 공급 과잉과 돈가 하락을 방지함으로써 농가 생존에 기여할 수 있는 중대한 사안임

- 특히 부가가치 증대는 물론 한국내 국내산 돈육의 품질향상으로 이어져 타국산 수입육에 대응할 수 있는 경쟁력 확보라는 순기능도 기대할 수 있을 것임
- 수출장애요소의 극복방안 제시와 연구를 위한 연구가 아닌, 실질적인 수출 추진이 이뤄져야 함
- 현재 대 러시아 수출이 정체된 이유는 러시아산에 대한 가격 열위보다는 덴마크, 미국, 캐나다, 독일 등 기타 주요 수입국에 대한 가격 열위이며 국내 시세보다 수출가격이 낮아 수출에 애로
- 또한 한국의 대 러시아 주요 수출부위가 가공용 저급 냉동육임을 고려해 볼 때 기타 다른 수입육과 비교해 가격과 품질 면에서 모두 열세임
- 러시아는 돼지고기에 대한 쿼타제를 운영하고 있는데 한국의 경우 기타 국가로 분류되어 쿼타확보에 애로
- 돼지고기 부산물 및 기타 국내 비선호 부위에 대한 수출이 동남아 등으로 다변화되어가는 추세에 따라 러시아 수출을 고집할 필요성 상실

□ 수출확대 방안

- 가격 경쟁력 : 러시아 냉동 돼지고기의 경우 품질의 차이가 거의 없고 가공 식품의 원료로 주로 사용되기 때문에 가격 경쟁력이 절대적인 요인으로 작용함
- 러시아 대형 바이어 발굴 : 러시아 대형 바이어 (최상위 딜러 혹은 디스트리뷰터)를 발굴하여 영업망을 확충하는 것이 관건
- 러시아의 대형 축산물 수입업체와 지속적인 교류를 통한 현지 시장동향을 파악하고 초기에는 소량 주문에도 적극 대응하는 시스템을 구축하는 것이 필요
- 대형 가공식품회사 및 대형 할인점의 육류 구매 담당자에게 한국산 돼지고기의 우수한 장점과 위생적이고 신속한 딜리버리 시스템을 지속적으로 홍보

- 러시아 광고 매체에 광고를 내거나 인터넷 사이트 등 다양한 마케팅 활동을 전개하여 한국산 브랜드 인지도를 높이는 것이 중요
 - 브라질의 경우 국가 이미지를 높이기 위해서 대규모 옥외 광고와 지하철 내부 광고 등으로 간접적으로 품질 이미지를 높이는 작업을 했음
- 저급육 수출에서 고급육 수출로 전환 필요 : 가공용 돈육 등 저급품 위주의 수출에는 한계가 있기에 안심, 후지, 등심 등 러시아산보다 가격 경쟁력 우위이고 상대적으로 국내 소비량이 적은 품목 위주로 고급육 수출 기반 조성과 동시에 고품질 돼지고기 생산으로 향후 신선육 등 고품질 돈육 수출로 전환
 - 러시아 소비자들은 돼지고기의 원산지보다 냉장육이나 냉동육이냐를 가장 중요한 차이로 생각하고 있음
- 쿼터 물량 확보에 국가적 지원 필요 : 러시아로 수입되는 돈육의 경우 수입 쿼터제로 물량 제한을 받고 있고 쿼터 물량 초과분에 속할 시 현재 최대 75%(단, 최소 1.5유로/kg)의 고관세를 적용 받기 때문에 가격 경쟁력이 하락하게 되며, 현재 한국은 기타국으로 분류되어 있어 쿼터확보에 애로를 겪고 있음. 생육 수출 이외에 그동안 주춤했던 육류가공품 부문 수출에도 주력할 필요가 있음
- 소모성 질병 발병을 및 물돼지 문제 해결 : 설사병 등 소모성 질병 발병에 따른 폐사율 및 물돼지(PSE) 발생을 줄이기 위한 종돈 보급 및 도축, 유통, 사육밀도를 개선해야 함
- 마블링(Marbling : 근내지방도) 개선 : 현재 2% 내외에 머물고 있는 마블링을 적정수준으로 높여야 수출시장에서 경쟁력 확보가 가능하므로 (미국 : 3~4% 목표, 일본 : 4~5% 선호) 수출용 돈육에 대해서는 사료급여체계, 출하체중 조절이 필요함
- 수요와 구매력이 높은 모스크바, 상트-페테르부르크 등의 서부러시아지역과 한국과 지리적으로 인접한 극동지역, 시베리아 등을 수출 대상지역으로 선정하는 것이 바람직함

- 초기 시장 개척 단계인 경우 모스크바 시장보다는 극동시베리아 시장이 보다 전망 있음
- 모스크바 시장의 경우, 인근 EU와 구소련 국가가 국경을 맞대고 있어 신속한 딜리버리가 가능하고 브라질, 미국 등 세계적인 경쟁력 있는 회사가 진출해 있기 때문에 운송에 있어 해상과 철도로 1개월 이상 걸리는 한국산 돼지고기의 경쟁력은 떨어지는 편임
- 극동 시베리아 현지 생산의 경우, 추운 날씨로 인한 높은 가격의 난방비와 사료 제조에 필요한 의약품 구매가 쉽지 않고 인건비가 갈수록 상승하고 있기 때문에 향후 돼지고기 수입은 증가할 것으로 예상됨. 또한 모스크바와는 달리 딜리버리가 1주일 이내에 가능하고, 가장 중요한 경쟁자인 중국보다 한국에 대한 국가 이미지가 좋아 수출시장으로서의 가능성이 높음

II. 간

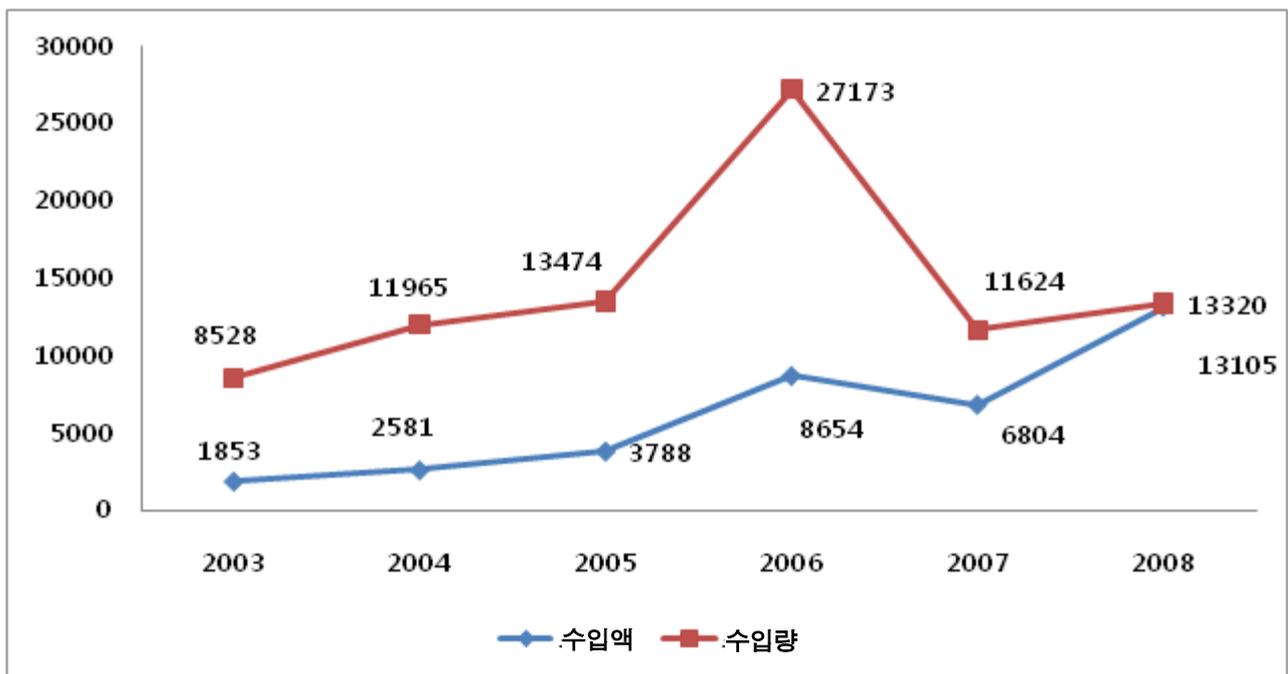
장

1. 일반개황

- **높은 수입증가율** : 자국산 간장이 소량 생산되고 있으나, 러시아 간장시장은 수입산의 점유율이 월등하게 높은 실정임. 2008년 기준 러시아의 간장 수입액 규모는 13,105천 달러로 전년대비 92.62% 대폭 증가

【러시아 연도별 간장³⁾ 수입동향】

(단위: 천불, 톤)



- **연간 30-40%로 안정적으로 성장하는 국내 간장시장** : 러시아에서 소스시장에 포함되는 간장은 매년 안정적인 성장률을 보이고 있음. ZAO ‘미스트랄 트레이딩’사(‘키코만’의 러시아 독점 디스트리뷰터)의 ‘키코만’ 간장 브랜드-매니저의 견해에 따르면, 간장 시장은 물량 면에서 연간 30-40%의 성장률을 유지하고 있음
 - 러시아인들의 동양문화에 대한 관심 증가, 모스크바뿐만 아니라 러시아 전 지역들에서의 일식 및 중식 레스토랑 증가, 러시아인들의 건강한 라이프스타일 추구 등이 간장의 인기를 드높이는 데 일조함

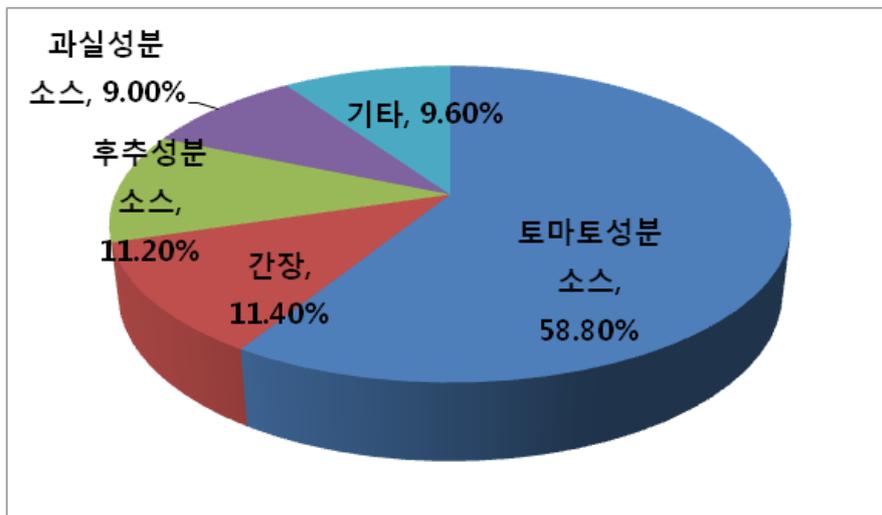
3) HS코드 2103 10 000, Soya Sauce

2. 경쟁동향

□ 소비동향

- 대두의 이로움이 알려지면서 오늘날 세계 전역에 대두 붐이 일고 있고, 러시아도 예외는 아님. 특히 간장에 대한 관심이 높아지고 있고 러시아에서 간장 소비 성장률은 연간 6.5%를 보이고 있음
- 러시아 소비자들은 주로 육류나 가금육에 넣는 소금 대용으로 간장을 이용하거나 샐러드에 첨가해서 먹고 있음. 소스시장 관계자들의 평가에 따르면, 간장은 약 337만 명이 사용하고 있고 이는 16세 이상 러시아 주민의 약 6%를 차지하는 것임

<소스시장 구조(%)>



출처: '프라도 마케팅'사 조사 '소스시장동향'

- 전문가들의 전망에 따르면, 간장 소비의 성장은 다음 요소들의 영향을 받고 있음
 - ☞ 건강한 식생활 추구, 소금 대용으로 간장 사용
 - ☞ 사용의 편리함과 보편성
 - ☞ 동양 문화와 동양 음식에 대한 흥미

- 소비자들은 자연발효법으로 생산된 간장 선호
 - 2002-2003년간 유럽, 오스트레일리아, 미국에서 떠들썩했던 대두 스캔들로 소비자들을 긴장시키는 사건이 발생했는데, 간장에서 암을 유발시키는 강한 발암물질인 클로르프로파놀이 허용함량수치를 초과한다고 비난함. 클로르프로파놀은 산 가수분해법으로 생산된 간장에서 발견됨
- 형질이입시킨 대두 문제로 인해 소비자들은 유전자변형성분 함유한 소스 구매 거부
 - 러시아에서는 형질이입(transgene)시킨 식물 재배를 법적으로 금지시키고 있음. 따라서 러시아 간장 생산자는 주로 자국산 원료를 이용 생산, 자국산 간장 내에 유전자변형성분이 함유되지 않음을 강조 광고하고 있음
- 러시아 시장에서 간장은 일정 정도 애호가 그룹을 형성하고 있지만, 경제 상황으로 인해 저가의 가짜 제품이 다수 유통되고 있음. 특히 러시아에서 저품질의 가짜 제품 비중은 다소 높은 편임. 간장 구매 시에 소비자들은 불명확한 원산지의 값싼 제품에 위험성분이 함유될 가능성이 높다고 생각하고 있기 때문에 특히 가격과 생산자에 대해 주의를 기울여 살펴보고 있음

□ 러시아 간장시장 구조 (가격 세그먼트)

- 예전에 러시아 소비자는 고가이지만 고품질의 자연산 간장을 선택하거나, 가격 면에서 적당하지만 산 가수분해법 혹은 농축간장 희석법으로 생산된 간장을 선택하는 등 선택의 폭이 좁았음.
- 2003년 2월부터 러시아산 간장 '센 소이'(OOO '소스트라' 생산) 브랜드가 출하되면서 러시아에도 중간가격대 제품이 시장에 등장하게 됨. '센 소이'는 전통적인 간장 제조법으로 생산되며 이와 동시에 적당한 가격을 러시아 일반 소비자에게 제시함
 - '센 소이'가 등장하기 전에는 러시아에서 간장 생산이 그리 활성화되지 않았고 이 시기 러시아 주요 간장 생산업체는 TD '신코'(브랜드 '스테벨 밤부카') 정도임

- 러시아 간장시장에서 고가 범주(45루블 이상/100ml)에는 '키코만', '하인츠' 및 기타 외국생산자 브랜드가 있고, 중간가 범주(18-20루블/100ml)에는 '센 소이' 등이 있으며, 저가 범주(13루블 이하/100ml)에는 영세생산자 브랜드 들이 있음
- 외국 생산자 : 브랜드 '키코만', '하인츠' 등 자연 발효법으로 생산된 자연산 간장, 프리미엄급, 고품질이며, 운송비, 관세, 브랜드 투자 등으로 인해 매우 고가로 시장에 진출해 있음
- 외국(중국, 베트남 등) 및 러시아 영세생산자 : 산 가수분해법 혹은 농축간장 희석법으로 생산된 간장임. 러시아산 '스테벨 밤부카', 베트남산 '친-수' 등

【슈퍼마켓】



【하이퍼마켓】



- 러시아에서 네덜란드산 ‘키코만’ 간장은 고가 세그먼트에 속하며 150ml당 68-209루블 정도에 유통됨. 1990년부터 가격을 인상하지 않았던 ‘키코만’은 대두의 국제가격 인상으로 인해 2008년 3월부터 전 제품 가격을 11% 인상하게 됨
 - 2007년 11월 26일 시카고 거래소에서는 최근 34년간 최대가로 대두 가격이 치솟았고 대두 시세는 톤당 318.28달러로 상승함. 2007년 초부터 대두 국제가격은 67% 성장했고 이는 미국 농장에서 대두 파종면적을 1/4 축소했기 때문임

- ‘키코만’의 주 소비자층은 고소득층으로 10루블 정도의 가격인상은 자체 브랜드 판매에 영향을 미치지 않음. 그러나 ‘키코만’ 브랜드와 같은 선도기업들이 가격인상을 발표했을 때 러시아 간장시장의 다른 브랜드들 가격에도 연쇄적으로 영향을 미치게 됨. 이 무렵 러시아 대형 간장생산업체인 TD ‘신코’(브랜드 ‘스테벨 밤부카’)와 ‘소스트라’(브랜드 ‘센 소이’)도 가격을 인상시킴

<간장 유통가격>

원산국	브랜드	소매가격
네덜란드	‘키코만’	68-209루블/150ml 78-250루블/250ml 350-379루블/500ml
네덜란드	‘하인츠’	77-144루블/200ml
미국	‘타바스코’	219루블/118ml
영국	‘블루 드래건’	86루블/150ml
일본	‘야마카’	394루블/500ml
스웨덴	‘산타 마리아’	145루블/125ml
한국	‘샘표’	129루블/300ml(라이트) 74-110루블/300ml(스탠더드) 149-225루블/300ml(프리미엄)

원산국	브랜드	소매가격
베트남	'친-수'	39루블/285ml
중국	'해천'	80루블/500ml
러시아	'센 소이'	26-91루블/250ml
러시아	'스테벨 밤부카'	26루블/280ml

주: 소매가격 자체조사 (2009. 10) (1\$=29루블)

러시아에서는 유통매장마다 같은 제품도 가격 차이가 심한 편임

□ 러시아에서 유통되는 수입산 간장 브랜드 비교분석

형상	비고
 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : 키코만(KIKKOMAN) ○ 생산국 : 네덜란드, 일본 - 300년 전통을 자랑하는 브랜드 '키코만'은 세계에서 가장 규모가 큰 다국적기업으로, 유럽에서 유통되는 제품은 네덜란드산임. 일식전문마트에서는 주로 일본산 판매 ○ 러시아 독점 디스트리뷰터 : ZAO '미스트랄 트레이딩' ○ 자연발효법으로 제조되어 간장 성분엔 방부제 및 향미강화제를 첨가하지 않음. 간장 색상도 천연색 그대로임 ○ '키코만' 브랜드는 두 가지 종류로 나뉨 <ul style="list-style-type: none"> - 첫 번째는 자연발효법의 '스위트'와 '클래식'인데, 각각의 맛은 다양한 마리네이드 및 소스 제조시에 적합함. 달콤한 맛이 강한 '스위트'는 채소 샐러드에 적합하고 육류음식을 마리네이드할 수도 있음. '클래식'은 다양한 음식에 폭넓게 사용가능 - 두 번째는 소금 함량에 따라 짠 맛과 덜 짠 맛으로 나뉨. 스시용으로 적합, 150ml 용량의 디스펜서 형

	<p>상의 병 포장으로 같은 용량의 일반 병모양보다 가격이 더 비쌘. 스시 애호가들에게는 100ml의 소용량이 인기높음. 품질 높은 간장을 구매하기 원하는 소비자에게 어필하며, 용량이 큰 제품 구매가 부담이 되는 소비자에게 선호되고 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 칼로리 : 63kcal/100g ○ 성장하는 러시아 간장시장에 맞춰 다양한 구색 (assortment)을 계속 선보이고 있음. 클래식, 스위트, 스시 및 사시미용 소스, 라이트 간장도 이미 출하되었고 쌀 및 다양한 소스-마리네이드용 간장 출하도 계획중임 ○ 러시아 유통채널에 폭넓게 진출하고 있어서 고급 슈퍼마켓, 대형할인매장 등에서 쉽게 찾아볼 수 있음. 또한 모스크바의 인기높은 일식체인점에서 테이블마다 205ml짜리 제품을 배치해 놓기 때문에 인지도가 매우 높음 ○ 네덜란드산은 유리병 포장이며, 일본산은 플라스틱 병 포장도 있음
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : 하인츠(HEINZ) ○ 생산국 : 네덜란드 ○ 수입상 : OOO 'PPK' ○ '하인츠'사는 케첩, 마요네즈에서부터 간장에 이르기까지 다양한 종류의 소스 생산업체임. 소스제품으로 유명하기 때문에 브랜드 인지도가 매우 높으나, 간장의 경우 공급량이 많지 않아 상대적으로 인지도가 낮은 편임 ○ '하인츠' 간장도 방부제 및 색소를 첨가하지 않고 오리지널 제조법에 따라 생산됨. 라벨링을 살펴보면, 단 하나의 인공첨가제도 없으며 색소로서 천연카라멜이 사용됨. 천연카라멜로 인해 오히려 일반적이지 않은 부드러운 맛을 더해주고 있음 ○ 칼로리가 높은 편임(185kcal/100g)

	<ul style="list-style-type: none"> ○ '하인츠' 브랜드는 200ml 용량의 유리병 포장에 한 가지 종류의 맛의 간장이 출하되고 있음. 이 브랜드는 가격-품질 면에서 이상적으로 밸런스를 이루는 제품으로 소비자들에게 인식되고 있음
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : 블루 드래건(Blue Dragon) ○ 생산국: 영국 ○ 150ml, 374ml 용량의 유리병 포장 ○ 아직까지 전체 유통망에서 판매되고 있지 않아 찾아보기 그리 쉽지는 않음
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : Mivimex ○ 생산국 : 베트남 ○ 묽고 달콤하면서 덜 짠 맛으로 땅콩 첨가 ○ 플라스틱병 포장 ○ 방부제 E211, E201과 맛 강화제 E621 함유 ○ 제품 자체의 질도 낮고 국가 이미지 또한 좋지않아 질적인 면에서는 소비자에게 크게 어필하지 못하지만, 저가전략으로 승부하고 있음
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : 친-수(CHIN-Su) ○ 생산국 : 베트남 ○ 플라스틱병 285ml 포장 ○ 인공향미료와 방부제 E211, E201 함유 ○ 제품 자체의 질도 낮고 국가 이미지 또한 좋지않아 질적인 면에서는 소비자에게 크게 어필하지 못하지만, 저가전략으로 승부하고 있음

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : TABASCO ○ 생산국 : 미국 ○ 러시아 독점 디스트리뷰터 : OOO TK 'U.S.T.P' ○ 유리병 118ml 포장 ○ 소스제품으로 유명하기 때문에 브랜드 인지도가 매우 높으나, 간장의 경우 공급량이 많지 않아 상대적으로 인지도가 낮은 편임
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : ABC ○ 생산국 : 인도네시아 ○ 상대적으로 매우 짠 맛의 간장임. '스위트', '중간 단맛', '짠맛' 세 가지 종류 출하 ○ 저칼로리(36kcal/100g) 간장 ○ '하인츠'의 저가 시장공략. 러시아 시장에 적응하기 위해 인도네시아어로 적힌 간장 에티켓을 러시아어, 우크라이나어, 카자흐스탄어로 한번에 3개국어로 번역, 새로운 에티켓으로 시장에 출하
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : 해천 ○ 생산국 : 중국 ○ 러시아 공식 디스트리뷰터 : OOO 중국-러시아 문화 센터 '비노그라드니크' ○ 새우, 버섯 등을 첨가한 다양한 맛의 종류 출하 ○ 650ml, 1.75ml 등 주로 대용량 유리병 포장 ○ 주로 중국인, 베트남인, 고려인이 판매하는 시장에서 유통 ○ 품질도 나쁘지 않고 중간 가격대로 유통되고 있어서 이 제품이 판매되는 장소를 아는 소비자들은 이 제품을 선호함

- 한국산 제품은 전체 상품 중 중간 가격대를 유지하고 있음. 3~4개의 다른 제품들이 유통되고 있긴 하나 회사마다 그 포장상태가 거의 비슷하게 유통되고 있음

- 그러나 몇몇 제품들은 작은 용량의 제품이 유통되고 있지 않아 소비자들로 하여금 구매를 주저하게 만드는 요인이 되고 있음
 - 제품의 질적인 면에 있어서는 고가제품에 비해 뒤쳐지지 않으나 향후 수출 확대를 위해서는 중간가격대라는 점에 있어서 다른 경쟁제품과는 차별화된 마케팅 전략이 필요할 것으로 보임
- 러시아산 제품은 주로 여러가지 다양한 맛을 출시하고 있으나, 제품의 질은 조금 조잡한 편
- 그러나 이들은 자국 상품이라는 유리한 점이 있고 가격 또한 싼 편이라 많이 판매되고 있음. 포장 또한 다른 제품들에 비해 용기 디자인이 독특하여 소비자들의 시선을 끌고 있음

□ 마케팅 성공사례

- 러시아 간장시장에서는 ‘간장이 무엇인가’ 하는 분명한 인식을 소비자에게 심어줄 수 있는 홍보 및 광고가 거의 부재한 실정임. 간장은 러시아인들에게 아직 새로우면서도 익숙하지 않은 제품이기 때문에, 끊임없이 소비자들을 계몽시킬 필요가 있음
- 간장의 이로움을 널리 알려 건강한 식생활과 연관됨을 재인식시키고 다양한 간장 사용법을 소비자들이 익히게 해야 하며, 저품질의 간장은 건강에 해로우니 간장 선별 시에 실수하는 일이 없도록 알려야 할 것임
- 러시아에서 간장 소비문화가 형성되기 위해서는 미디어 및 광고 회사에 투자할 필요가 있음
- 예를 들어, 러시아산 브랜드 ‘센 소이’는 ‘내추럴’과 ‘전통성’이라는 개념을 소비자에게 제시하고 있음. 동양에서 3천 년 전에 사용했고 오늘날까지도 변치 않은 채 내려오는 자연발효법으로 생산된 내추럴 간장이 바로 ‘센 소이’라는 인식을 소비자에게 강하게 심어주고 있음
- 서양에서는 생소한 소스이기도 한 간장을 러시아에서 직접 개발, 생산한 러시아 브랜드 ‘센 소이’의 시장 진출 성공은 전략적인 마케팅 정책에 의해

가능할 수 있었음. 우선 가장 폭이 넓으면서 유망한 소비자층을 겨냥하였고 기존 시장에서 부재하는 가격 세그먼트로 시장에 진출함

☞ 폭넓고 유망한 소비자층 선별

- 사회적으로 활동적이면서 가장 다수를 이루는 주민 겨냥
- 25-45세 남녀, 고등교육 혹은 중등특수교육을 받은 사람, 관리자, 전문가, 공무원, 주부, 건강한 라이프스타일을 추구하는 사람, 중상위의 소득수준

☞ 시장에서 부재하는 가격 세그먼트(중간가) 공략

- '센 소이' 제품 대부분이 26-50루블 가격대에서 유통



- 또한, 품질을 중시하는 소비자를 겨냥하여 최근에 프리미엄급을 시장에 선보이기 함. 가격대는 일반 '센 소이' 간장보다 비싸지만(50-91루블/220ml), 동양적인 이미지를 부각시키는 새로운 포장으로 눈길을 끌고 있음

☞ 러시아인들의 입맛을 충족시키는 다양한 간장 종류를 선보임

- 9가지 종류(클래식 오리지널, 덜 첨가 클래식, 버섯 첨가 클래식, 새우 첨가 클래식, 파프리카 첨가 클래식, 마늘 첨가 클래식, 마리네이드, 샐러드용, 스위트), 220ml 병 포장



☞ 디스트리뷰션 지원 (광고 지원, 보너스 시스템)

■ '센 소이' 브랜드의 우위경쟁력 분석

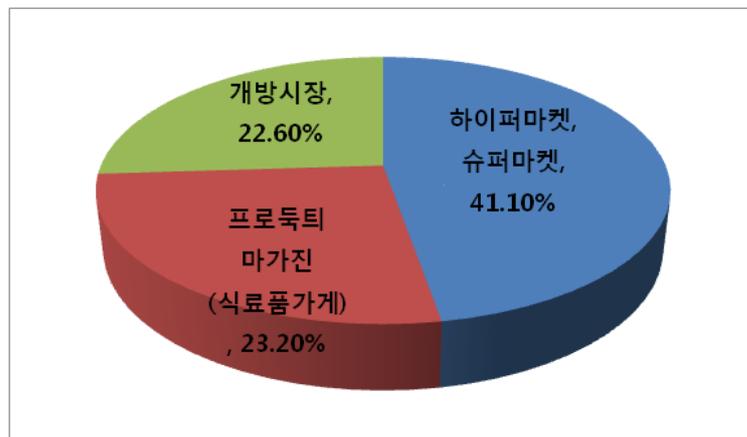
- 고대부터 내려오는 동양의 전통적인 간장 제조법을 준수하는 러시아 최초의 산업생산
 - 해로운 성분이 부재하는 대두의 자연발효법
 - 간장 제조 시 내추럴성분과 형질이입시키지 않은 원료만 이용
 - 내추럴 간장의 이로운 특성
 - 러시아 소비자가 선호하는 다양한 맛을 충족시키며 러시아시장 경향에 부합하는 폭넓은 구색(assortment)
 - Twist-off 마개의 편리한 유리병 포장
 - 광범위한 소비자층을 겨냥하는 적당한 가격대
 - 적극적인 디스트리뷰션 지원 → 러시아 전역 소매유통망에서 쉽게 찾아볼 수 있음
- '센 소이'는 실제 품질이나 맛을 평가했을 때 한국산보다 월등히 떨어지지만, 적극적인 프로모션과 마케팅 전략으로 시장진입에 성공하였고 적당한 가격대로 유통매장에 입점되어 있어서 경기침체로 구매력이 줄어든 러시아 소비자들에게 더욱 어필되고 있음

3. 유통동향

□ 소스류 유통구조

- 러시아에서 간장의 유통구조를 알기 위해서는 간장이 포함되는 소스류 유통을 살펴보아야 함. 'Nielsen'사가 2006년 2월-2007년 1월간 24개 러시아 대도시에서 실시한 '소스/샐러드조미료/마요네즈' 소매판매조사 자료에 따르면, 소스류 총판매규모에서 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 프로дук트 마가진(식료품가게)의 점유율은 개방시장의 비중이 줄어들면서 점차 성장세를 보이고 있음
 - 조사기간 동안 하이퍼마켓, 슈퍼마켓의 점유율은 판매액 규모의 41.1% 차지 (전년 동기대비 4.5%p 증가)
 - 프로дук트 마가진(식료품가게)의 점유율은 23.2%(전년 동기대비 0.8%p 증가)
 - 개방시장 점유율은 22.6%(전년 동기대비 5.6%p 감소)

<소스/샐러드조미료/마요네즈 소매유통구조>



출처: 'Nielsen'의 '소스/샐러드조미료/마요네즈' 소매판매조사(판매액 기준)

- 지역별 판매배분을 살펴보면, 모스크바와 상트-페테르부르크 시장은 다른 도시들에 비해 소스 소비가 월등히 높게 나타남. 이 지역 주민들은 훨씬 더 신제품을 잘 수용할 뿐만 아니라 새로운 맛을 시험 삼아 맛볼 준비가 되어있음
 - 이에 비해, 지방은 보수적이며 단조로우면서 익숙한 소스(예를 들어, 케첩과 마요네즈)를 선호함

□ 간장 유통현황

- 현재 러시아 시장에는 러시아산 간장이 증저가로 출하되어 다양한 유통채널을 통해 판매되고 있음
 - 수입산 간장의 경우, 저가의 베트남산과 중국산은 주로 중국인이나 고려인이 판매하는 개방시장에서 유통되고 있고, 고가의 일본산은 주로 일식레스토랑 옆에 위치한 일식마켓에서 판매됨
- 한국산의 경우, 모스크바 구 아를료복 호텔 등에 위치한 한인마켓에는 일반 시중보다 다양한 브랜드가 들어와 있고 개방시장에서는 주로 '샘표'와 '오복' 간장이 유통되고 있음. 특히 '샘표' 간장의 경우 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등 대형할인매장에도 진출해있음. 하지만 최근 2년 사이 '샘표'의 슈퍼마켓 입점 물량은 줄어들어 이전에 볼 수 있던 대용량 포장이나 프리미엄 대신에 중소용량의 스탠더드 간장이 주를 이루고 있음
- 시장에 가장 많이 유통되고 있는 간장 브랜드로는 네덜란드산 '키코만'과 '하인츠'가 대표적인데, 고가의 프리미엄급임에도 불구하고 수입물량은 계속 늘어나고 있음. 이에 비해 상대적으로 조금 늦게 시장에 진출한 미국산 '타바스코'는 칠리소스로 이미 잘 알려져서 브랜드 인지도가 높은 편이며 슈퍼마켓 등 대형매장 입점비율도 높아 최근 쉽게 찾아볼 수 있음
- 러시아 소스시장 경향 중의 하나는 간장 부문이 항구적으로 성장하고 있다는 점임. 간장시장의 성장은 동양에 대한 흥미나 러시아인들의 건강한 식생활 추구하고 연관되어있음. 간장 디스트리뷰션에 종사하는 회사들은 동양음식에만 연관 짓는 고정관념에서 벗어나 모든 음식에 다양하게 사용할 수 있는 보편적인 제품으로 자리매김하게 하기 위해 노력중임
- 전통적인 제조법으로 간장을 생산하는 회사들은 소금 함량을 낮춘 간장, 마리네이드용 간장 등 간장 구색의 폭을 넓혀 다양한 종류의 간장을 계속 시장에 출하하고 있음. 시장에는 다양한 맛(버섯, 마늘 등)을 가미한 간장이나 다양한 음식들(빨메니 등)에 이용할 수 있는 간장이 점점 더 많이 등장하고 있음

- 독보적인 간장 브랜드 '키코만'의 경우에도 성장하는 러시아 간장시장에 부응하기 위해 다양한 종류의 간장을 계속 선보이는 마케팅 전략을 구사하고 있음
 - 클래식, 스위트, 스시 및 사시미용 소스, 라이트 간장도 이미 시장에 출하되었고 쌀 및 다양한 소스-마리네이드용 간장 출하도 계획 중임
- 이에 비해, 한국산은 라이트, 스탠더드, 프리미엄 식으로, 간장 종류가 다른 러시아산, 수입산에 비해 다채롭지 않은 편임. 아직도 러시아 소비자에게 간장은 샐러드, 마카로니 등에 버무려먹는 소스로서의 성격이 강한 편이어서 다양한 간장 맛을 즐기고 싶은 욕구가 있음

□ 포장

- 러시아 소스시장에서 특징적으로 나타나는 포장 경향은 다음과 같음

1) 소스 종류에 따라서 :

- 케첩 및 차가운 소스류 : 유리용기 (각각 판매액 규모의 45.7%, 41.2% 차지)
- 마요네즈 및 샐러드조미료 : Doy-Pack (각각 판매액 규모의 58.5%, 69%)
- 데워서 먹는 뜨거운 소스류 : 유리단지 (판매액 규모의 63.6%)

2) 가격대에 따라서 :

- 프리미엄급 : 유리포장 (고품질로 연상)
- 중간가격대 : Doy-Pack (사용의 편리함과 손쉬움)
- 저가 : 플라스틱 포장

3) 용기 용량

- 친숙한 소스(마요네즈, 케첩 등) : 경제적인 대용량 포장 (500ml)
- 익숙하지 않은 소스류 : 소용량 (250ml)

- 러시아에서 유통되는 간장은 유리병 포장이 주를 이루며 한국산과 일본산 등의 경우 플라스틱병 포장으로 출하되고 있음
 - 유리병 포장의 경우 프리미엄 제품이라는 인식을 부가해주는 효과가 있는데,

러시아 소비자들은 유리병 재질이 고품질의 제품, 장기보관가능하다고 연상하는 경향이 있어서 구매결정에 현저한 영향을 미치게 됨

- 한편, 실용성을 중시하는 소비자들은 깨지지 않는 플라스틱병 포장에 대해서도 긍정적으로 평가함
- 러시아 중·저소득층을 겨냥하는 경우 유리병 포장에 지출되는 비용을 줄여 제품자체의 가격경쟁력을 높이는 것은 하나의 좋은 방법임. 하지만 프리미엄급을 출하하는 경우 주 소비자층은 제품가격에 크게 영향을 받지 않는 고소득층이기 때문에 제품 품질을 더욱 향상시키고 시선을 끌 수 있는 포장 디자인 및 재질에 신경을 써야 함
- 다양한 종류의 간장을 시장에 출하하는 생산자들은 어떤 맛이 가미되었는지 소비자들이 손쉽게 알 수 있도록 가미된 맛(버섯, 새우, 마늘 등)의 그림을 라벨링에 부가하고 있음
 - 또한 라벨링의 디자인의 경우, 간장 종류마다 각각의 맛 및 구성성분과 매치될 수 있는 색상을 택하여 그 다양성을 강조할 수 있고, 정보를 알기 쉽게 표시하거나 좀 더 현대적이면서 프리미엄 느낌을 갖게 하는 디자인으로 바꾸기도 함
- 러시아 일반매장에서 유통되는 간장은 250ml의 소용량이 많은 편임. 이는 다양한 소스 맛을 즐기길 원하는 러시아 소비자에게 적합한 사이즈이며, 대용량 포장 한 개를 구매하는 대신 소용량 포장의 다양한 종류를 구매하기를 원하고 있음
 - 소금 대용으로 간장을 사용하는 소비자는 소비량이 많아서 500ml 이상의 용량을 주로 찾는 편이고, 일식레스토랑 등 HoReCa 부문에서는 대용량 포장 소비가 높음

4. 수입현황

□ 국가별 수입동향

- 러시아로 수입되는 간장 규모는 2008년 기준 13,105천 달러, 13,320톤으로 전년대비 금액기준 92.62% 증가, 물량기준 14.59% 증가를 보임. 비록 수입량은 소폭 증가했지만, 수입단가 상승으로 인해 수입액은 대폭 증가함
- 2008년 기준 러시아의 간장은 네덜란드(6,656천 달러), 중국(1,459천 달러), 미국(1,316천 달러), 베트남(1,246천 달러), 일본(1,160천 달러), 한국(1,065천 달러) 등 다양한 국가에서 수입되고 있음

<주요 국가별 수입동향>

단위: 천불, 톤

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	8,654	27,173	6,804	11,624	13,105	13,320
네덜란드	1,015	1,529	2,569	2,355	6,656	3,029
중국	840	1,357	1,108	1,395	1,459	1,700
미국	537	753	786	876	1,316	1,390
베트남	627	3,389	684	3,297	1,246	3,553
일본	518	309	591	464	1,160	812
한국	5,045	19,716	868	3,078	1,065	2,713
독일	41	76	83	59	108	50
싱가포르	0	0	0	0	40	38
스웨덴	4	5	15	9	27	14
프랑스	7	11	61	66	12	6
홍콩	8	10	35	25	9	9
대만	0	0	0	0	4	5
기타	12	18	4	0	3	1

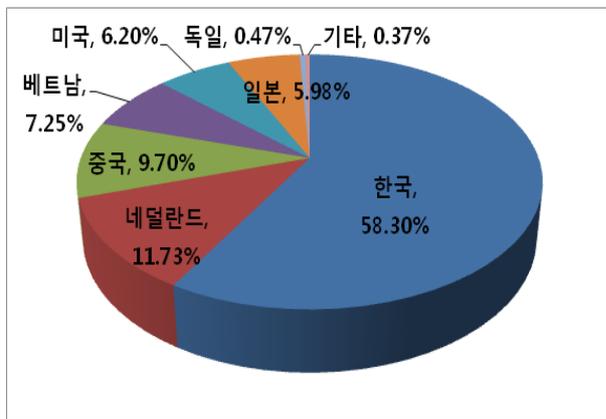
출처 : Global Trade Atlas

주: HS코드 2103 10 000, 간장

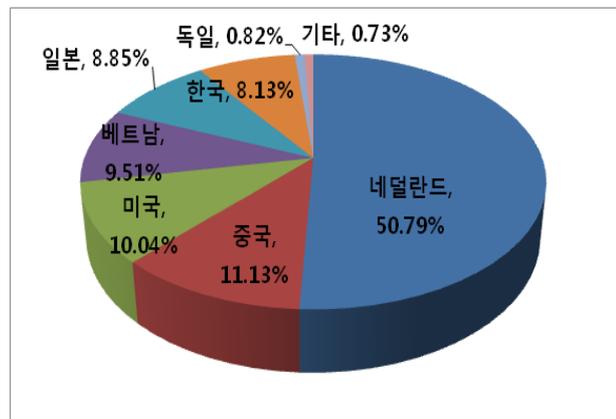
□ 국가별 시장 점유율 및 수입단가

- 2006년도와 2008년도의 간장 수입국별 점유율을 살펴보면, 네덜란드산은 11.73%에서 50.79%로 대폭 증가세를 보였고 한국산은 58.30%에서 8.13%로 대폭 감소세를 보임
- 2006년도 대러시아 최대 간장 수출국인 한국(5,045천 달러, 19,716톤)은 2007년에 접어들어 금액기준 82.80%, 물량기준 84.39% 대폭 감소되어 러시아 수입시장에서의 입지를 잃게 됨

【2006년 국가별 수입액 비중】



【2008년 국가별 수입액 비중】



- 러시아 수입 간장의 수입통계상의 단가를 비교해보면, 2008년도 간장 평균 수입단가(0.98달러)는 전년대비 68.09% 대폭 증가하였으며, 최근 6년간 계속 증가하는 추세를 보여 2003년도 0.22달러에 비해 약 4배 이상 증가함
- 러시아의 수입 간장은 한국(0.39), 중국(0.86), 홍콩(0.92), 대만(0.93), 미국(0.95)에서 저가대로 수입되고 있으며, 남아프리카(10.62), 오스트리아(9.51), 태일란드(7.25), 영국(4.24), 네덜란드(2.20), 독일(2.14), 일본(1.43) 등에서 고가대로 수입되고 있음
- 2008년도 최대 수입액을 기록한 네덜란드산 수입단가는 전년대비 101.40% 대폭 증가함. 하지만 고가에도 불구하고 네덜란드산은 물량 면에서도 전년대비 28.64% 증가한 3,029톤이 수입되어 러시아 수입 간장시장에서 두 번째 위치를 차지함

<원산지별 간장 수입단가>

단위: USD/kg

구분	평균	네덜란드	중국	미국	베트남	일본	한국	독일	싱가포르	스웨덴
2006	0.32	0.66	0.62	0.71	0.19	1.68	0.26	0.53	0.00	0.86
2007	0.59	1.09	0.79	0.90	0.21	1.28	0.28	1.42	0.00	1.60
2008	0.98	2.20	0.86	0.95	0.35	1.43	0.39	2.14	1.04	1.97

출처: Global Trade Atlas

5. 수입제도

□ 러시아의 간장 수입 관련 제도

러시아 HS코드	품 목	수입관세율	부가가치세	비고
2103 10 000 0	간 장	15%	18%	위생검역증

- 임시수입관세율 : 없음
- 소비세 : 없음
- 부가가치세 : 18%(기본)
 - 18% : 채소가공품, 감자제품 (러연방 관세위원회 공문 No.01-06/22880 (03.06.04))
- 담보 부과액 : 없음
- 특혜(preferential treatment) : 있음
 - 참조) 저개발국 또는 개발도상국에서 수입되는 경우 관세특혜가 인정되는 상품목록이 정해져 있음. 저개발국과 CIS 국가에서 수입되는 경우 관세 면제, 개발도상국에서 수입되는 경우 25% 감소됨. 특혜 시에는 필요한 조건(원산지 증명서 有, 상품의 직접 인도 등)이 충족되어야 함. 그렇지 않을 경우 일반 규칙이 적용됨.: 최혜국 대우국에서 수입되는 경우 기본관세율이 적용되고 기타국가에 대해서는 두 배 적용됨
- 수입 라이선싱 : 없음
- 이중적용, 수입쿼터제 : 없음

- Certification : 요구(기본)
 - 인증서 요구되지 않음 : 적합증명서(certificate of conformity)⁴⁾ 제출이 의무적이지 않음. 이와 동시에 코덱스 153조 5항에 의거하여 상품 신고 시 제출한 정보들이 신빙성이 없거나 검증이 안 되는 것으로 보이는 특징들을 세관기관이 적발한 경우, 세관기관은 적합증명서를 이용하는 등 코덱스에 지시된 방법으로 부가 검사를 실시할 수 있음. 상품 신고 시 제출하는 정보들은 대외무역활동정부규제에 관한 러시아 연방법에 의거하여 해당 상품에 대한 금지조치 혹은 제한조치를 취하도록 영향을 줄 수 있음 (러연방관세청 공문 No.01-11/7403 (09.02.20))
 - 인증서 요구되지 않음 : 조미료와 맛 가미제-농축제 (러연방관세청 공문 No. 06-73/44906 (06.12.19))
- 상품 분류(Classification) 확인 : 없음
- 위생검역증(Sanitary-Epidemiological Conclusion) 요구
 - 러연방관세청 공문 No.01-11/11534 (08.03.27)

□ 유전자변형식품 규제

- 현재 러시아는 유전자변형 옥수수 6종, 콩 3종, 감자 3종, 쌀 2종, 비트 2종, 미생물 5종의 사용을 허가하고 있음
- 2007년 9월 1일부터 러시아에서는 유전자변형물질을 0.9%이상 포함하고 있는 식품은 포장에 이를 표시해야 함
- SanPin 2.3.2.1078-01은 유전자변형식품임을 표시해야 하는 제품과 아닌 제품을 구분하고 있음
 - 간장은 유전자변형식품임을 반드시 표시해야 하는 제품임

4) Certificate of conformity : 단기간 유효한 서류로 어떤 제품이 그 용도에 적합한지 혹은 일치하는지 검증하는 서류임

6. 한국산 진출여건 및 확대방안

- 아직까지 '간장'이란 소스에 대해 모르는 사람들이 많기 때문에 대중화를 위해서는 간장 자체에 대한 홍보가 필요
 - 이를 위해서는 가장 효과적인 광고 매체인 TV를 통한 홍보가 필요하나 비용이 너무 비싸기 때문에, 러시아에 진출하는 대부분의 한국업체 사정상 일반 공중과 TV채널을 이용하기 보다는 일반 소비자와 친숙하면서 저렴한 케이블 TV가 효과적일 것으로 보임
- 러시아 주부들은 TV 요리 프로그램을 즐겨보기 때문에, 인기 요리 프로그램에 참가해서 한국음식 홍보와 더불어 간장을 어떻게 사용할 수 있는지 보여주는 것도 좋은 방법 중 하나임
 - 유명 식품업체 및 조리기구 제조업체들이 자사 제품 홍보를 위해 자주 사용하는 방법 중 하나는 인기 요리 프로그램에 스폰을 대는 방식으로 매회 방송마다 자사 제품을 사용하도록 하기도 함. 실제 광고보다 더 큰 홍보 효과를 주기도 함
- 소득 수준의 상승으로 인해 러시아에도 웰빙 바람이 서서히 불고 있음. 꼭 이런 영향이 아니더라도 러시아인들의 건강에 대한 관심은 매우 높은 편으로 건강에 좋은 식품임을 강조하면서 체계적으로 홍보와 판매를 병행한다면 잠재 수요층을 끌어 낼 수 있을 것으로 예상됨
- 간장을 접하고 맛 볼 수 있는 곳이 주로 음식점이라는 점을 감안해 볼 때, 음식점을 통한 홍보 또한 효과적
- 문화와 식생활이 한국과 상이한 관계로 그 용도 또한 한국과 같을 수는 없으므로 러시아인들의 소스 사용 용도를 파악하고 주 사용 용도에 맞는 맛 개발을 통해 고유의 맛을 살리면서도 보다 다양한 제품을 출시한다면 현재 최고 점유율을 가진 러시아산과의 경쟁에서도 승산이 있을 것으로 보임
 - 특히, 러시아에서 출시되는 대부분 소스류는 여러 가지 다양한 맛을 가미시킨 것이며, 실제 러시아 소비자들은 이를 선호함

- 이미 간장을 접해본 러시아인들에게 구매 장애가 되고 있는 용도나 조리 방법 등에 대해 제품과 제품설명서를 함께 첨부하는 판매 전략을 펼침으로써 구매 촉진뿐만 아니라 간장의 다용도성을 알리고 소비량을 증가시킬 수 있을 것임
- 아직 간장 소비량이 많지 않고 생소한 제품임을 감안해 소비자의 부담을 덜어 줄 수 있도록 소용량(150ml~200ml) 제품을 출시해야 함
- 러시아에는 적지 않은 수의 이슬람교도들의 라마단 기간과 더불어 종교적으로 육류를 금지하는 시간이 적지 않으며, 또한 약 2천만 명의 채식주의자들을 공략하는 것도 한 방법으로 이들에게 단백질 대체식품으로서 콩의 역할과 함께 간장의 홍보 전략을 펼침이 바람직해 보임
- 현재는 러시아 간장 소비층의 특성상 구매 시 품질에 주안을 두고 있지만 가격이 구매의사 결정의 주요 요소임을 간과할 수는 없음. 또한 소비층이 폭넓어진다면 가격 경쟁이 더욱 더 치열해질 것으로 예상되므로 좋은 품질을 유지하면서 저렴한 가격대로 출시되는 것도 중요
 - 프리미엄급과 이코노미 가격대로 나누어 시장을 공략하여 소비자층 확대
- 요즘 러시아에는 대형유통체인뿐만 아니라 중소형 슈퍼마켓과 상점들이 급속도로 증가하면서 간장 업체끼리의 경쟁이라기보다는 이런 소매점들이 고객 유치를 위해 최대한 낮은 가격으로 물건을 구매, 공급하려는 성향이 강하기 때문에 간장뿐만 아니라 모든 상품들의 경쟁이 치열하고 마진을 또한 대폭 축소된 실정이므로 적절한 가격 책정 전략이 필요한 상황임
- 아직까지 간장뿐만 아니라 한국 음식 전반에 걸쳐 그 홍보가 미약하고 인지도 또한 낮은 편임. 한국 음식은 김치나 간장 등과 같이 맛이 매우 특이하고 생소한 것이 사실이기 때문에 인지도 상승과 수출 확대를 위해서는 지속적인 홍보가 절실한 상황
 - 간장의 수출 및 판매 확대를 위해서는 단지 간장 한 상품에 국한된 홍보가 아닌 한국 식품 전반에 걸친 홍보 전략으로 추진하되, 일단 한국식품 전체의

인지도를 높이면서 간장업체 개별 홍보를 병행한다면 시너지 효과를 기대할 수 있을 것으로 보임

- 러시아 시장 중 모스크바와 상트-페테르부르그가 간장 수요의 90%를 차지함. 또한 중간 무역상이 배제된 채 생산자와 직거래를 선호하기 때문에 모스크바나 상트-페테르부르그를 중심으로 러시아내 대도시에 지사를 설립하는 것도 유리할 것으로 보임
 - 특히, 모스크바 수입상들은 대부분의 한국산 제품이 극동지역 바이어에게만 독점되는 실정에 대해 불만을 토로하며 중간상을 거치지 않고 한국으로부터 직수입을 통해 제품을 취급하기를 원하고 있으며, 한국산 제품에 대한 인지도가 높은 극동지역보다 광고 및 홍보가 더 절실하다고 함

- 러시아 바이어들은 초기 시장 진출을 위해서는 한국업체의 적극적인 프로모션을 요구하고 있음. 현지 광고 및 매장 내 프로모션, 시식 행사, 유통매장 입점비용 등이 주요 요구사항인데, 한국의 소규모업체들은 이에 대한 비용 지불이 부담으로 작용하고 있음

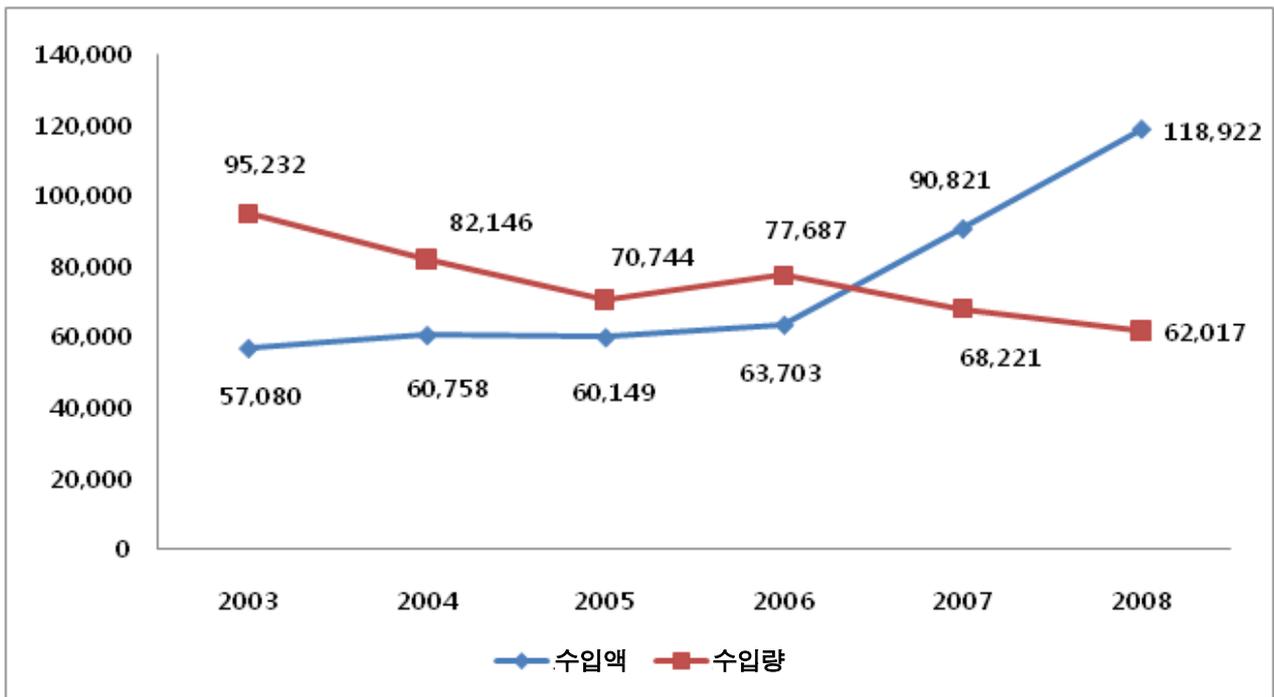
Ⅲ. 장 류

1. 일반개황

- 높은 수입액 증가율 : 러시아의 각종 소스 및 조미료(장류 포함) 수입규모는 금액기준 매년 증가하는 추세이며 최근 3년간 약 2배가량의 높은 증가율을 보이고 있음

【러시아 연도별 소스 및 조미료⁵⁾ 수입동향】

(단위: 천불, 톤)



- 러시아 시장에서 한국의 전통 장류인 고추장, 된장, 쌈장은 그 특유의 맛과 향으로 인해 러시아인들에게 대중화되지 못했고 아직 동양인 위주의 제한적인 소비를 보이고 있음

5) 장류의 정확한 수입통계는 러시아의 HS코드 체계상 명확한 구분이 불가능함. 따라서 장류(고추장, 된장, 쌈장)를 포함한 HS코드 21039090(소스와 소스용 조제품, 혼합용 조미료(토마토 케첩과 기타 토마토 소스 제외) 전반의 통계를 통해 수입규모 추정. 단, 간장은 포함되지 않음

2. 소비·유통현황

□ 수요동향

- 현재 러시아에서 수입, 유통되고 있는 장류(간장을 제외한 고추장, 된장, 쌈장, 초장)의 정확한 시장규모는 알 수 없지만, 동양인 중심으로 시장 저변이 형성돼 있음
- 최근 몇 년 동안 러시아에는 일본 음식의 인기가 높아지면서, 앞으로 러시아 내 아시안 음식을 즐기는 러시아인 수가 꾸준히 늘어날 것으로 예측되고 있어 시장(특히, 간장) 전망을 밝게 하고 있으나, 간장을 제외한 된장, 쌈장, 고추장 및 초장에 대한 수요는 단기적인 관점에서 본다면 현실적으로 한국인을 위주로 하는 동양인 시장에 한정되어 있고 러시아인 수요는 큰 변화가 없을 것으로 판단됨
- 간장은 일반 러시아 주민들의 가정에 상대적으로 폭넓게 사용되고 있지만, 한국 전통음식의 특유의 향과 맛을 지닌 한국산 된장, 쌈장, 고추장, 초장을 러시아인의 입맛에 친숙하도록 하기까지는 오랜 시간과 홍보 및 광고 등 마케팅 활동이 필요할 것임

□ 된장, 쌈장

- 된장은 러시아인에게는 한국의 고유한 전통 장류인 '된장'보다는 일본의 '미소'로 알려져 있으며, 러시아인 가정에서 직접 일식 된장을 구입해 요리하기보다는 일식 음식점에서 '미소 스프'를 먹는 것으로 파악되고 있음. 또한 예전부터 고려인들을 통해 된장이나 쌈장을 맛본 경험이 있는 러시아인들은 버터처럼 빵에 발라먹기도 함
- 현재 유통되는 된장은 한국산, 중국산, 일본산, 우즈베키스탄산(고려인이 직접 만드는 것으로 보통 '짜이'라고 불림) 등이 있음

- 된장 소비층이 고려인 및 한인 교포에 국한돼있는 실정으로 인해 한국산 된장의 유통 장소는 주로 한인마켓 및 개방시장에서 이루어지거나 아시아 음식을 취급하는 인터넷 사이트에서 주문 판매되고 있음. 일본산과 중국산의 경우 주로 미소 스프용으로 제조되기 때문에 일식재료를 취급하는 상점들에서 판매되거나 또한 아시아 음식 전문 인터넷 사이트에서 주문 판매됨
- 현재 수입되는 한국산 된장은 오복 '콩알찌게 된장', 청정원 '순창 된장' 등이 있으며, 주로 비닐팩 포장인 여타 수입산과는 달리 편리한 사각형 플라스틱 통 포장으로 가격 경쟁력도 있는 편임

중국산 'Shiro Miso'(Light) 238루블/1kg	중국산 'Miso Paste' 60루블/120g
	
중국산(매콤한 된장) 45루블/350g	중국산(중-한 합작회사) 재래식된장 190루블/1250g
	

<p>일본산 'Aka Miso'(Dark)</p>	<p>일본산 'Shiro Miso' 180루블/kg</p>
	
<p>한국산 '오복' 95-110루블/500g</p>	<p>우즈베키스탄산(고려인 생산) 셀로판봉지에 중량별 판매 160루블/1kg</p>
	

- 찜장의 경우 한국산 찜장 중심으로 유통되고 있고 '청정원'의 순창 찜장과 '오복'의 양념 찜장 등 약 95루블/500g 정도로 판매됨. 포장용기는 된장과 동일한 플라스틱 통으로 한국산 장류 제품 간에는 포장의 차별성이 없음
- CJ제일제당의 경우 찜장을 빵에 발라먹는 이색 식문화로 매출이 급증하고 있는 러시아 시장에서 아예 현지인 식성에 맞춘 스프레드형 찜장 제품을 개발해 출시할 예정인 것으로 알려져 있음

□ 고추장

- 고추장은 한국인 외에 고려인, 일본인 및 중국인에게 그 수요가 있으나, 러시아인 가운데는 한국 음식을 접해 본 소수에게만 그 수요가 있는 것으로 파악됨

- 러시아연방 내 여타 소수민족들의 음식에 익숙한 러시아인들은 서구 유럽인들보다 매운 고추(Chili Pepper)나 마늘의 맵고 자극적인 맛에 거부감을 덜 느끼는 편임. 따라서 일반 식료품점에서 유통되고 있는 다양한 핫 소스류 소비가 비교적 높게 나타나고 있어 러시아 소비자 취향에 맞게 한국 고추장을 변화시킬 필요가 있음

【슈퍼마켓 핫 소스류】



- 한국 고추장을 타바스코 소스, 스리랏차(월남쌈, 쌀국수 등에 사용하는 태국식 전통 핫소스), 칠리소스와 같은 글로벌 핫 소스로 도약시키기 위해서는 각 지역별로 매운 맛의 강도를 조절하고 맞춤형 제품 개발 등 철저한 현지화 전략을 펼쳐야 할 것임. 글로벌 핫소스로 유명한 타바스코 소스의 경우 현재 160여 국가에서 연간 2억 5천만 달러의 매출을 올리고 있음
- 러시아에서 유통되는 수입 고추장의 대부분은 한국산으로 '신송', '오복' 등 500g 플라스틱 통 포장으로 다른 장류와 동일한 유통 장소에서 판매되고 있음. 한국인들이 주로 이용하는 한인마켓에서는 2kg 대용량 포장도 입점해있음
- 최근 중국산 참쌀고추장(중국-한국 합작회사 생산)이 개방시장에서 판매되고 있으며 포장이 동일할 뿐만 아니라 한글로 라벨이 붙어있어서 얼핏 보면

한국에서 수입된 고추장과 구분하기 어려움. 제조일이 뚜껑 안에 표시되어 있어서 유통기한을 확인하기 어렵고 기한이 지난 제품이 판매되는 경우가 있음

- 러시아어 라벨이 부착되지 않은 한국산 장류도 유통되고 있는데, 이 경우 비양심적인 판매자들은 유통기한 지난 제품을 버젓이 판매하고 있어서 러시아 소비자는 제조일 날짜가 유통기한일인지 착각하고 구매하기도 함. 상한 제품을 사게 되는 러시아 소비자들에게 한국산 이미지가 나빠지게 되는 경우임
- 매운맛만 있는 중국산에 비해 한국산은 매운맛과 단맛이 적절히 조화돼 시장 가능성이 충분하다고 평가됨. 다만 한국인의 입맛에만 맞는 고추장이 아닌 글로벌 핫 소스로 러시아 시장에서 자리잡기 위해서는 러시아인들에게 익숙한 소스 용량인 소량 포장(100-150g)이나 여타 소스류(겨자, 와사비 등)에서 주로 이용되는 튜브 포장을 사용하는 것도 좋은 방안일 것으로 보임

중국산(중-한 합작회사) 90루블/500g	한국산 신송 95루블/500g
	
한국산 오복 95루블/500g	한국산 오복 회초장 170g
	

3. 수입현황

□ 국가별 수입동향

- 장류(고추장, 된장, 찜장 등)의 정확한 수입통계는 러시아의 HS코드 체계상 명확한 구분이 불가하지만, 장류를 포함한 HS코드 21039090(소스와 소스용 조제품, 혼합용 조미료) 전반의 통계를 통해 수입규모를 추정해 볼 수 있음
- 지난 3년간 러시아로 수입되는 각종 소스 및 조미료의 수입동향을 살펴보면, 전반적으로 수입금액이 증가한 것으로 나타남. 2008년 총 118,922천 달러, 62,017톤이 수입되어 2007년 대비 금액기준 30.94%의 증가율, 물량기준 9.09%의 감소율을 기록함. 비록 수입량은 줄어들고 있는 추세이지만, 수입 단가 상승으로 수입액은 증가함
- 2008년 러시아는 각종 소스 및 조미료(장류 포함)를 오스트리아(29,563천 달러), 독일(17,895), 한국(15,775), 폴란드(9,217), 크로아티아(6,232) 등 다양한 국가에서 수입함. 특히, 극동러시아에서는 한국산, 중국산이 주로 유통되고 있음

<주요 국가별 수입동향>

단위: 천불, 톤

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	63,703	77,687	90,821	68,221	118,922	62,017
오스트리아	6,719	10,523	16,108	8,250	29,563	7,363
독일	10,056	13,257	14,721	9,465	17,895	7,128
한국	11,526	23,034	12,857	23,081	15,775	23,367
폴란드	9,415	8,139	8,751	4,685	9,217	2,997
크로아티아	1,673	3,311	3,794	2,492	6,232	2,922
영국	4,918	2,355	7,420	2,336	5,024	1,488
네덜란드	2,996	1,527	4,110	2,534	4,947	2,968
이스라엘	2,938	855	2,860	769	3,152	793

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
아르헨티나	2,316	1,382	3,159	1,824	2,601	977
우크라이나	866	551	1,996	1,307	2,557	1,258
프랑스	774	1,091	493	451	2,473	853
중국	670	480	1,626	1,079	2,214	1,372
미국	1,003	1,182	1,635	1,092	2,030	860
일본	527	257	888	370	1,897	665
핀란드	1,026	1,280	1,149	832	1,725	748
벨기에	710	1,187	783	417	1,281	279
베트남	620	2,258	800	2,218	1,019	2,138

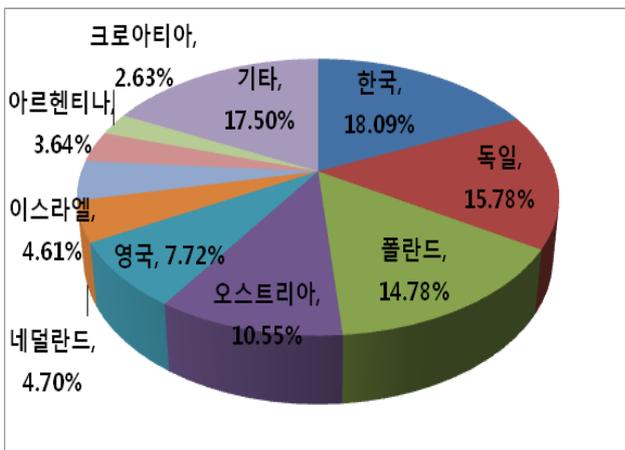
출처 : Global Trade Atlas

주: HS코드 2103 90 90 소스와 소스용 조제품, 혼합용 조미료(토마토 케찹과 기타 토마토 소스 제외)

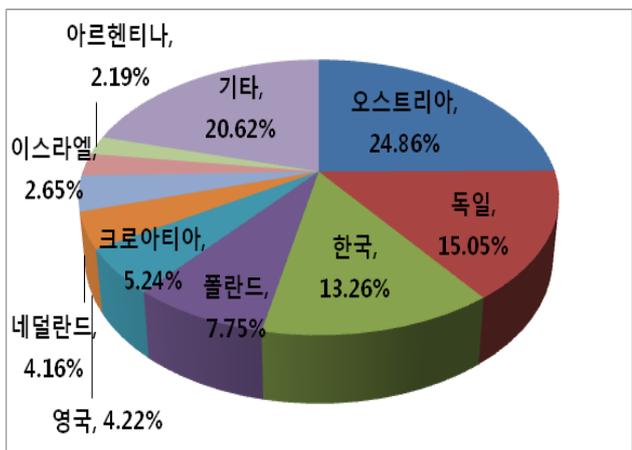
□ 국가별 시장 점유율

- 2006년과 2008년 러시아의 각종 소스 및 조미료(장류 포함) 수입국별 점유율을 보면, 금액기준 오스트리아산은 10.55%에서 24.86%로 대폭 증가하였고 독일의 비중은 약 15%로 큰 변동 없이 안정세를 유지함. 이에 비해, 한국산과 폴란드산은 각각 4.83%, 7.03%씩 감소세를 보임

【2006년 국가별 수입액 비중】

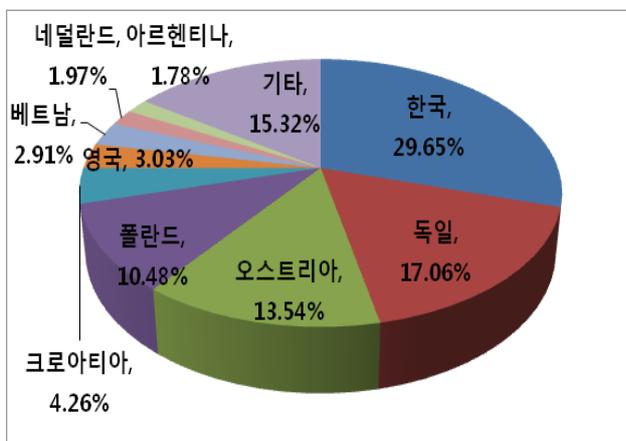


【2008년 국가별 수입액 비중】

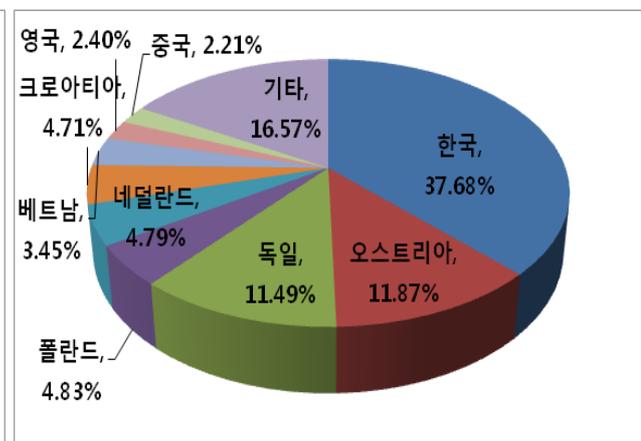


- 수입물량 기준, 러시아의 소스 및 조미료(장류 포함) 최대 수입국은 한국이며, 최근 6년간 한국산 비중이 가장 높을 뿐만 아니라 매년 소폭 증가하는 추세를 보임. 2008년에는 전년대비 1.24% 증가한 23,367톤의 한국산이 수입되어 전체 수입시장에서 37.68%의 시장점유율을 보임. 한국산 다음으로 오스트리아, 폴란드, 독일산 순을 보이고 있으나, 수입물량은 줄어드는 추세로 전년대비 각각 10.74%, 36.02%, 24.69% 감소함

【2006년 국가별 수입량 비중】



【2008년 국가별 수입량 비중】



□ 국가별 수입단가

- 2008년 소스 및 조미료(장류 포함) 수입단가(1.92불)는 전년대비 44.04% 대폭 증가하였으며, 최근 6년간 계속 증가하는 추세를 보여 2003년 0.60불에 비해 2배 이상 증가함
- 소스 및 조미료(장류 포함)는 베트남(0.48), 한국(0.68), 중국(1.61), 아르메니아(1.23), 네덜란드(1.67) 등에서 저가대로 수입되고 있으며, 북한(7.60), 아일랜드(5.26), 그루지야(4.94), 벨기에(4.59), 오스트리아(4.01) 등에서 고가대로 수입되고 있음. 덴마크산(1.92) 등은 중간 가격대를 형성하고 있음

<원산지별 소스 및 조미료(장류 포함) 수입단가>

단위: USD/kg

구분	평균	오스트리아	독일	한국	폴란드	영국	네덜란드	중국	일본	베트남
2006	0.82	0.64	0.76	0.5	1.16	2.09	1.96	1.4	2.05	0.27
2007	1.33	1.95	1.56	0.56	1.87	3.18	1.62	1.51	2.4	0.36
2008	1.92	4.01	2.51	0.68	3.08	3.38	1.67	1.61	2.85	0.48

출처: Global Trade Atlas

□ 한국산 수입규모 및 점유율

- 러시아의 각종 소스 및 조미료(장류 포함) 수입시장에서 한국산은 13.26%를 점유하고 있음

<품목별 수입규모 및 한국산 점유율>

단위: 천불, %

HS코드	수입액		한국산 점유율	수입산 점유율(%)
	전체	한국		
2103 소스와 소스제조용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품	173,315	17,117	9.88%	오스트리아(17.43), 네덜란드(15.50), 독일(11.43)
2103 90 기타소스	118,923	15,775	13.26%	오스트리아(24.86), 독일(15.05), 폴란드(7.75)
2103 90 90 장류 포함	118,922	15,775	13.26%	오스트리아(24.86), 독일(15.05), 폴란드(7.75)

출처: Global Trade Atlas

주: 2008년 기준

- 한국산 소오스류의 수입은 2008년도에 약 51,273천 달러가 수입되어 전년 대비 32% 증가하였으나, 2009년 1-9월간 26,858천 달러가 수입되어 전년 동기대비 32.3% 감소하는 등 한국산 장류 전 품목 수입이 감소세를 보임
- 2008년 한국산 간장 수입은 약 2,073천 달러로 전년대비 48.8% 증가, 2009년 1-9월간 1,696천 달러로 전년 동기대비 6% 감소
- 2008년 한국산 고추장 수입은 150천 달러로 전년대비 11.3% 증가, 2009년 1-9월간 99천 달러로 32.7% 감소
- 2008년 한국산 된장 수입은 약 190천 달러로 전년대비 6.6% 소폭 감소, 2009년 1-9월간 62천 달러로 65.6% 대폭 감소
- 2008년 한국산 춘장 수입은 약 385달러, 2009년도에는 춘장 수입이 이루어지지 않음
- 2008년 한국산 기타장(간장, 된장, 춘장, 고추장 이외 기타) 수입은 약 381천 달러로 전년대비 148.3% 대폭 증가, 2009년 1-9월간 76천 달러로 79.7% 대폭 감소

4. 수입제도

□ 러시아의 장류 수입 관련 제도

러시아 HS코드	품목	수입관세율	부가가치세	비고
2103 90 900 9	기타 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 → 장류(고추장, 된장, 쌈장) 포함	15%	18%	위생검역증

- 러시아 HS코드 분류상 장류(고추장, 된장, 쌈장)는 따로 구분되지 않고, ‘기타 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료’(HS코드 2103 90 900 9)로 분류됨
- 임시수입관세율 : 없음
- 소비세 : 없음(기본)
 - 100% 주정 L당 121루블 : 에틸주정 1.5%~9% 함량의 알코올제품 (러연방 관세청 지령 No.217 (09.02.16))
 - 100% 주정 L당 191루블 : 에틸주정 9%이상 함량의 알코올제품 (러연방 관세청 지령 No.217 (09.02.16))
- 부가가치세 : 18%(기본)
 - 18% : 채소가공품, 감자제품 (러연방 관세위원회 공문 No.01-06/22880 (03.06.04))
- 담보 부과액 : 없음(기본)
 - L당 197루블 : 에틸주정 1.5% 이상 함유한 기타 향겨자와 에틸주정 1.5% 이상 함유한 기타 맛 가미제. 소비세 대상 상품들에 대한 관세비용 지불을 담보하기 위한 부과액 (러연방 관세청 지령 No.663 (09.04.13))

- 특혜(preferential treatment) : 있음
 - 참조) 저개발국 또는 개발도상국에서 수입되는 경우 관세특혜가 인정되는 상품목록이 정해져 있음. 저개발국과 CIS 국가에서 수입되는 경우 관세 면제, 개발도상국에서 수입되는 경우 25% 감소됨. 특혜 시에는 필요한 조건(원산지 증명서 有, 상품의 직접 인도 등)이 충족되어야 함. 그렇지 않을 경우 일반 규칙이 적용됨.: 최혜국 대우국에서 수입되는 경우 기본관세율이 적용되고 기타국가에 대해서는 두 배 적용됨

- 수입 라이선싱 : 없음

- 이중적용, 수입쿼터제 : 없음

- Certification : 요구(기본)
 - 인증서 요구되지 않음 : 적합증명서(certificate of conformity)⁶⁾ 제출이 의무적이지 않음. 이와 동시에 코덱스 153조 5항에 의거하여 상품 신고 시 제출한 정보들이 신빙성이 없거나 검증이 안 되는 것으로 보이는 특징들을 세관기관이 적발한 경우, 세관기관은 적합증명서를 이용하는 등 코덱스에 지시된 방법으로 부가 검사를 실시할 수 있음. 상품 신고 시 제출하는 정보들은 대외무역활동정부규제에 관한 러시아 연방법에 의거하여 해당 상품에 대한 금지조치 혹은 제한조치를 취하도록 영향을 줄 수 있음 (러연방관세청 공문 No.01-11/7403 (09.02.20))
 - 인증서 요구되지 않음 : 조미료와 맛 가미제-농축제 (러연방관세청 공문 No. 06-73/44906 (06.12.19))
 - 인증서 요구 혹은 적합여부 신고 : 소스와 소스용 조제품 ---> 식물성기름을 토대로 한 소스, 마요네즈, 마요네즈 소스
; 러시아연방 내에서 해당 상품들이 그 용도에 입각하여 이용가능한지 혹은 압류할 것인지 그 가능성을 살펴보는 통관과정 중에 적합함을 확인시켜야 함 (정부령 No.1039 (08.12.27))

6) Certificate of conformity : 단기간 유효한 서류로 어떤 제품이 그 용도에 적합한지 혹은 일치하는지 검증하는 서류임

- 상품 분류(Classification) 확인 : 없음
- 위생검역증(Sanitary-Epidemiological Conclusion) 요구
 - 러연방관세청 공문 No.01-11/11534 (08.03.27)
- 식물위생관리
 - 도매유통용으로 정량포장된 것을 제외한 혼합조미료는 식물위생관리를 받아야 함. 러시아 영토내로의 반입은 수입검역허가서에 근거하여 실행됨 (관세청 공문 No.14-82/31991 (09.07.10))
- 통관장소
 - 에틸 주정 1.5%이상 함량하는 식품의 경우, 2009년 11월 2일부터 통관장소는 러연방 관세청 지령 No.931 (09.05.25)에 의해 규정됨
 - 2009년 11월 2일 전까지는 관세청 지령 No.721 (07.06.13)에 따름

□ 유전자변형식품 규제

- 현재 러시아는 유전자변형 옥수수 6종, 콩 3종, 감자 3종, 쌀 2종, 비트 2종, 미생물 5종의 사용을 허가하고 있음
- 2007년 9월 1일부터 러시아에서는 유전자변형물질을 0.9%이상 포함하고 있는 식품은 포장에 이를 표시해야 함
- SanPin 2.3.2.1078-01은 유전자변형식품임을 표시해야 하는 제품과 아닌 제품을 구분하고 있음
 - Soya Paste 및 관련 식품은 유전자변형식품임을 반드시 표시해야 하는 제품임

5. 한국산 진출여건 및 확대방안

- 문화와 식생활이 한국과 상이한 관계로 그 용도 또한 한국과 같을 수는 없으므로 러시아인들의 소스 사용 용도를 파악하고 주 사용 용도에 맞는 맛 개발을 통해 고유의 맛을 살리면서도 보다 다양한 제품을 출시한다면, 현재 동양인 중심의 제한적인 소비에서 러시아인들을 상대로 소비층을 확대시킬 수 있을 것임
 - 특히, 러시아인들은 소스 소비량이 높고 전통적인 익숙한 소스(마요네즈, 케첩 등)뿐만 아니라 이국적인 소스에도 관심이 높은 편임. 러시아에서 출시되는 대부분 소스류는 여러 가지 다양한 맛을 가미시킨 것이며, 실제 러시아 소비자들은 이를 선호하고 있음. 장기적인 관점에서 러시아인 입맛에 맞는 맞춤형 제품 개발 등 철저한 현지화 전략을 펼쳐야 할 것임
- 한국산 전통 장류를 접해보지 못한 러시아인들은 기존 소스들과는 확연히 차이가 있는 제품특성으로 인해 요리 사용법 등 식용방법을 몰라 구매를 주저하고 있으므로 용도나 조리 방법 등에 대한 제품설명서를 함께 첨부하거나 대형매장에서의 판촉전 개최 등 적극적인 판매 전략을 펼침으로써 한국산 장류의 이로움과 다용도성을 알리고 구매를 촉진시켜야 할 것임
- 쉽게 찾아볼 수 있는 일본 음식점과는 달리 한국 음식점들은 일부 호텔 내부에 위치하는 약점으로 인해 한국음식점 자체가 있는지도 모르거나 한국 음식을 맛보지 못한 러시아인들도 상당수 있어서 전통 장류뿐만 아니라 한국 음식 전반에 걸쳐 그 홍보가 미약하고 인지도 또한 낮은 편임. 한국 음식은 맛이 매우 특이하고 생소한 것이 사실이기 때문에 인지도 상승과 수출 확대를 위해서는 지속적인 홍보가 절실한 상황임
- 아직 러시아인들의 장류 소비량이 많지 않고 생소한 제품임을 감안해 소비자의 부담을 덜어 줄 수 있도록 소포장 제품을 출시해야 하며, 일반적으로 소스 구매 시 러시아 소비자들은 소스 선택을 상점에서 바로 결정하기 때문에 시선을 끌 수 있는 포장 디자인을 고안할 필요가 있음. 또한 한국산 장류는 거의 플라스틱 통 포장인데, 러시아에서 유통되는 프리미엄 소스류는

주로 유리병 포장이라는 점도 감안해야 하며 고추장의 경우 치약 튜브 포장도 소비자들의 호감을 얻을 것으로 보임

- 한국산 제품 전체의 주요 문제점 중의 하나가 제한적인 유통채널을 통해서만 판매되고 있다는 것임. 장기적인 관점에서 수출을 확대하기 위해서는 일반 러시아인들도 이용 가능한 유통망 확보 및 확대에 투자를 해야 할 것임

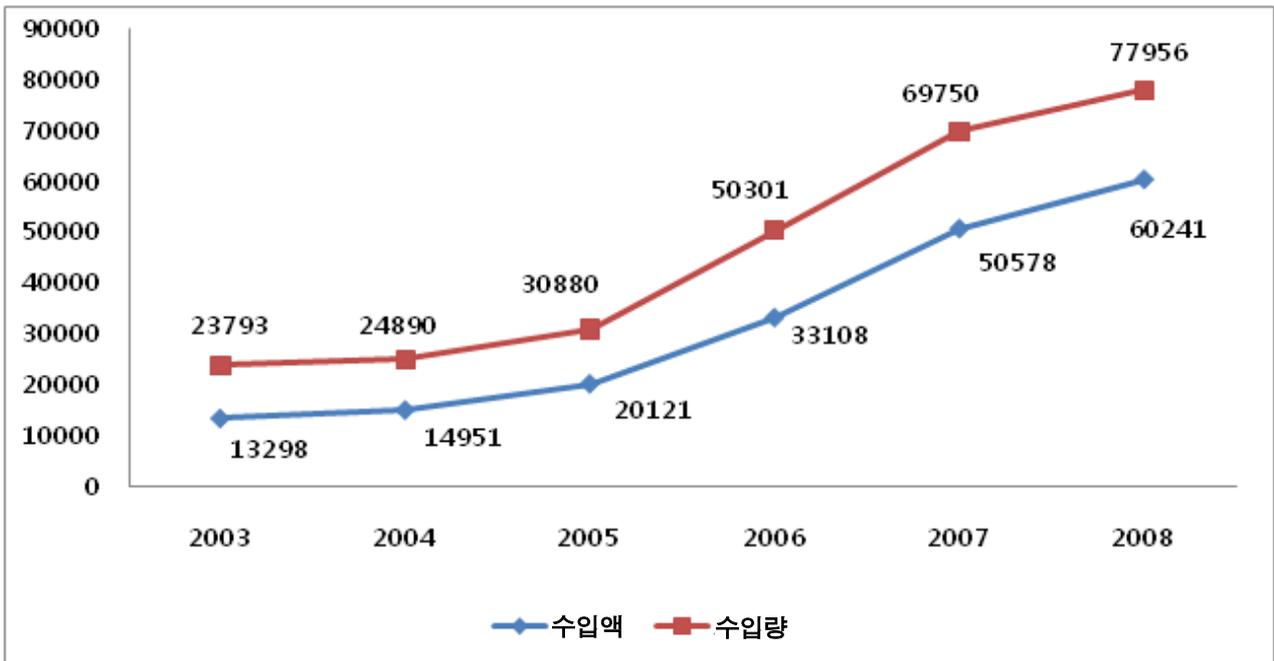
IV. 알로에 음료

1. 일반개황

- **높은 수입증가율** : 알로에음료는 러시아 자체 생산은 없기 때문에 절대적으로 수입에 의존하고 있고, 한국산이 전체 수입의 대부분을 점유하고 있음. 알로에음료를 포함한 기타 무알코올음료의 수입동향을 살펴보면, 최근 6년간 수입 금액, 물량 면에서 모두 성장세를 보이고 있음

【러시아 연도별 기타 무알코올음료 수입동향】

(단위: 천불, 천리터)



- **건강음료 소비 증가 예상** : 최근 몇 년간 건강음료(주스, 넥타, 모르스, 생수) 소비자 비중이 성장하고 있고, 탄산음료의 비중이 감소하고 있음. 특히 추가 특성들을 갖는 제품, 특히 비타민과 다른 유용한 물질들을 첨가한 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망됨

7) 알로에음료의 정확한 수입통계는 러시아의 HS코드 체계상 명확한 구분이 불가능함. 따라서 알로에음료를 포함한 HS코드 22029010(기타 무알코올음료(HS코드 제2009호의 과실주스, 채소 과실주스, 채소주스 제외), HS코드 제0401-0404호의 제품 혹은 지방을 함유하지 않은 것) 전반의 통계를 통해 수입규모 추정

2. 소비·유통현황

□ 소비동향

- 러시아에서 알로에음료는 알코올을 함유하지 아니한 비탄산의 주스함유음료로 분류되고 있고, 또한 러시아의 거대한 무알코올음료시장 및 주스시장의 극히 작은 부분을 이루는 틈새시장 품목임
- 러시아의 음료시장은 가장 역동적으로 발전하고 있는 부문으로 이는 제품 자체에 대한 적극적인 광고, 건강한 삶에 대한 관심 증가, 러시아인들의 생활 수준 향상과 연관되어 있음. 5년 전만 해도 러시아인들은 평균적으로 연간 10-11리터 주스를 소비했고, 현재는 거의 두 배 이상을 소비하고 있음
- 러시아 무알코올음료시장에서 소비자 비중을 살펴보면, 최근 몇 년간 건강 음료(주스, 넥타, 모르스, 생수) 소비자 비중이 성장하고 있고, 비건강음료(탄산음료)의 비중이 감소하고 있음
- ‘유로모니터 인터내셔널’의 자료에 따르면, 2008년 무알코올음료시장 규모는 3십억 리터를 기록함. 하지만 금융위기 영향으로 2009년 무알코올음료시장 성장률은 둔화될 것으로 전망되며, 향후 5년간 연간 5%를 넘어서지 않을 것으로 분석가들은 점치고 있음
- ‘유로모니터 인터내셔널’의 시장 분석가는 2009년 4월말 FMCG(일용소비생활용품) 시장조사에서 러시아 소비자들이 탄산음료에서 주스와 비탄산생수 부문으로 소비전환이 예상되고, 추가특성들을 갖는 제품, 특히 비타민과 다른 유용한 물질들을 첨가한 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 전망한 바 있음
- 현재 알로에음료는 러시아 자체 생산이 거의 없는 상태이기 때문에 수입에 절대적으로 의존하고 있으며, 현지에서 소량 유통되는 알로에음료는 대부분 한국산이 주를 이루고 있어 한국업체간의 경쟁이 심한 편임

- 수입품의 유통매장 입점 물량이 그리 많지 않은 실정이어서 러시아 소비자들이 알로에음료 자체에 대해 잘 알지 못하거나 판매 사실을 모르는 경우도 많음. 하지만 러시아인들의 알로에 베라에 관한 관심은 비교적 높고 그 효용성에 대해 익히 잘 알고 있는 편인데, 이는 이전부터 러시아에서는 알로에음료 형태가 아닌 알로에 베라 엑스트랙트 혹은 겔 형태의 알로에제품이 유통되어 왔기 때문임. 이러한 알로에제품은 약국에서 고가(1,224루블/473ml)로 판매되고 있음
- 비록 알로에음료는 아직 러시아인에게 생소하고 친숙하지 않은 편이지만 건강에 대한 관심이 높아지고 있고 알로에 베라 엑스트랙트보다 현격히 가격이 저렴하며 간편하게 먹을 수 있는 음료 형태이기 때문에, 충분한 홍보와 적극적인 유통망 확대 전략을 펼침으로써 건강음료인 알로에음료는 충분히 러시아시장에서 인기를 얻을 수 있고 전망이 높을 것으로 보임

□ 유통동향

- 러시아에서 음료 및 주스제품 유통은 크게 대형유통매장, 중소형 식료품점(프로덕트), 키오스크, 개방시장으로 구분되고 있음
 - 대형유통매장 : 중고가 프리미엄급 제품, 수입산 제품까지 다양한 종류 구비, 수시로 실시되는 할인행사로 간혹 저렴하게 구입가능
 - 중소형 식료품점, 키오스크 : 규모가 작아서 상대적으로 가격이 비싸며 대다수 러시아산 브랜드 구비
- 2008년에는 주스제품 구매 장소 중에서 슈퍼마켓의 점유율이 현저하게 증가하였고(2007년: 46% → 2008년: 61.9%), 이는 최근 몇 년간 슈퍼마켓 등 대형 유통매장이 급속도로 많이 생겨났고 주스제품 주 소비층인 젊은 층과 중년층이 슈퍼마켓 이용을 선호하기 때문임
- 수입산 알로에음료는 한국산과 타이산 등이 유통되고 있음. 여러 제조업체(OKF, 롯데칠성, 한국야쿠르트, 해태음료 등)의 한국산 알로에음료는 다른 한국산 식품과 마찬가지로 주로 러시아 극동지역 수입상을 통해서 공급되고

있어서 모스크바 지역보다 극동지역에 유통물량이 많은 실정임. 모스크바와 상트-페테르부르크 지역의 수입상을 통해서도 소량 수입되고 있음

- 현재 중국 공장에서 생산되어 수입되고 있는 ‘프루팅’은 대형유통체인점들 뿐만 아니라, 중·소형 식료품점, 키오스크, 개방시장 등 여러 유통채널에서 판매되고 있어 시장진입에 성공한 것으로 보임. 다만, 러시아인들의 입맛에 더 친숙한 ‘프루팅’의 오렌지, 사과 등 과즙함유음료가 주를 이루고 알로에는 상대적으로 소량 유통되고 있음

【슈퍼마켓에 진열된 ‘프루팅’】

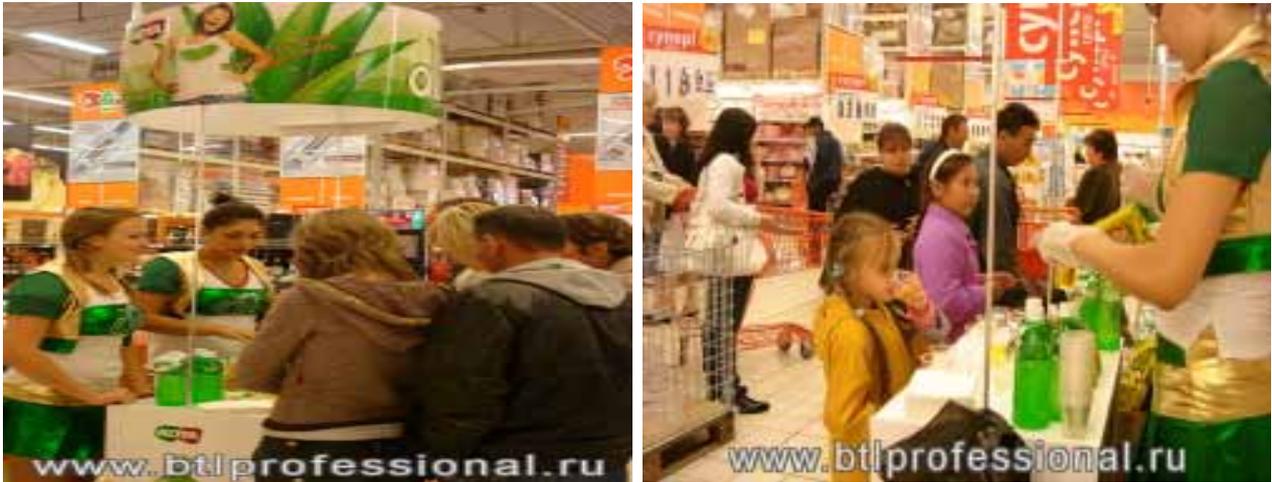


【슈퍼마켓에 진열된 ‘도시락 알로에’】



- 라면으로 러시아에서 인지도 높은 브랜드인 ‘도시락’도 알로에음료를 한국에서 수입하고 있는데, 처음 모스크바 한인마켓에서 판매를 시작한 ‘알로에’는 최근에 모스크바 대형식료품매장에서도 판매되고 있고 시음행사 등 적극적인 프로모션을 보임

<도시락 알로에음료 시음행사>



- 러시아 현지에서 생산되는 알로에음료 유사제품으로는 '네스티 비타오'(알로에 베라와 딸기즙 가미한 녹차)와 '프루스타일'(선인장-라임즙 함유음료)을 찾아볼 수 있음

□ 가격동향 및 제품비교

- 러시아 주스시장은 프리미엄급 트렌드가 실제 뿌리내리지 못하고 항상 저렴한 제품 세그먼트가 우세한 경향을 보이는 특징이 있음. 중간가와 저가 세그먼트는 러시아 주스시장의 약 70%를 차지하고 있음. 시장성장은 우선 중간가 세그먼트의 발전에 의해 좌우되고 있는 실정임
- 틈새시장에 위치한 알로에음료는 여타 주스함유제품과의 가격 경쟁력도 유지할 필요가 있는데, 실제 일반 주스함유제품보다 10-20루블 정도 가격이 더 비싸기 때문에 건강음료라는 특성을 더욱 홍보해야 할 것으로 보임

형상	비고
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : OKF Aloe Vera King ○ 생산국 : 한국 ○ 알로에 함유 30%, 알로에 pulp 有 ○ 내추럴 알로에 음료 이외에도 레몬, 파인애플, 오렌지, 포도, 복숭아, 바나나, 키위 등 가미시켜 Assortment 다양함 ○ 인터넷 주문(상트-페테르부르크 비즈니스센터 '레닌그라드' +7-812-324-6549) ○ 알루미늄캔 포장, 플라스틱병 포장 ○ 가격 : 40루블/240ml, 72루블/500ml
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : Fruiting Aloe (해태음료) ○ 생산국 : 중국 (Shenyang Tianli Beverage) ○ 알로에즙 10%, 알로에 piece 8% 함유 ○ 모스크바 대형유통매장에서 쉽게 찾아볼 수 있음 ○ 알루미늄캔 포장, 플라스틱병 포장 ○ 가격 : 61루블/430ml
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : Doshirak aloe ○ 생산국 : 한국 (한국야쿠르트) ○ 수입업체 : OOO '도시락 F&B' ○ 알로에 Nature's drink, Sugar Free, Pomegranate (석류농축액가미) 등 3가지 종류 ○ 알로에즙(내추럴과 슈가프리 경우 명기하지않음, 석류맛의 경우 알로에즙 7%), 알로에 piece 7-8% 함유 ○ 최근 모스크바 대형유통매장 입점 ○ 플라스틱병 포장 ○ 가격 : 27루블/500ml(내추럴), 30루블/500ml (슈가프리), 34루블/500ml(석류맛)

형상	비고
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : LOTTE Aloe Vera ○ 생산국 : 한국 (롯데 칠성) ○ 알로에 내추럴, 키위, 망고, 체리, 석류 등 다양한 종류 ○ 알루미늄캔 포장, 플라스틱 병 포장 ○ 수출업체 : BTM 주식회사
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : FOCO Aloe Vera Drink ○ 생산국 : 타이 (Taj Agri Food Public) ○ 알로에 베라 40% 함유, 꿀, 코코넛, 열매, 포도, 리치 등 다양한 종류가 있음 ○ 알루미늄캔 포장 ○ 가격 : 49루블/350ml ○ 인터넷 주문 판매, 시중 유통매장에 소량 입점
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드명 : NESTEA Vitao ○ 생산국 : 러시아 (OOO '코카콜라 HBC') ○ NESTEA는 세계적 기업 코카콜라와 네슬레의 전략적 동맹인 Beverage Partners Worldwide (BPW)사 제품으로 2009년 봄 딸기와 알로에 베라 맛의 녹차를 신제품으로 출시 ○ 플라스틱병 포장 ○ 가격: 46.4루블/1L, 53루블/1.5L

주: 소매가격 자체조사 (2009. 10) (1\$=29루블)

- 러시아에서 주로 유통되는 주스 및 주스함유제품들에는 한국산 알로에음료와 같이 Piece가 함유된 제품이 상대적으로 적은 편이며 입자가 아주 고운 정도에 불과함. 따라서 러시아 소비자들은 마실 때 느껴지는 알로에 Piece가 익숙하지 않고 그리 좋은 느낌만을 주는 것이 아니라고 평가하고 있음. 각 나라마다 소비자 취향이 다르듯이 러시아 소비자들의 입맛에 맞게 제품 개발을 할 필요가 있음

3. 수입현황

가. 국가별 수입동향

□ 러시아 주스 수입동향

- 러시아의 주스 수입은 지난 6년간 꾸준히 증가 추세를 보이고 있음

<연도별 러시아 주스 수입동향>

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008
수입량(톤)	199,152	213,079	273,399	324,262	377,977	288,977
수입액(천불)	142,493	173,263	219,781	299,064	371,454	417,778
평균수입단가(USD/kg)	0.72	0.81	0.8	0.92	0.98	1.45

출처: Global Trade Atlas

주: HS코드 제2009호 과일주스(포도즙 포함)와 채소주스(설탕 혹은 기타 감미료를 첨가 혹은 첨가하지 않은 것 포함, 발효하지 아니하였거나 주정을 함유하지 아니한 것에 한함)

- 러시아의 과일주스와 채소주스 전체 수입규모는 2008년에 417,778천 달러, 288,977톤으로 전년대비 금액기준 12.47% 증가, 물량기준 23.55% 감소를 보이고 있음
- 러시아의 주요 수입상대국은 중국, 브라질, 네덜란드, 이스라엘이며, 2008년 중국산 수입규모는 68,080천 달러, 62,827톤으로 전년대비 금액기준 15.49% 증가했으나 물량기준 49.58% 대폭 감소를 보이기도 함. 중국산과 거의 유사한 점유율을 보이는 브라질산은 2008년에 67,282천 달러, 26,789톤이 수입되었고 전년대비 각각 26.06%, 41.36% 증가함

<국가별 러시아 주스 수입동향>

단위: 천불, 톤

구분	2006		2007		2008		'08 점유율(%)	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	299,064	324,262	371,454	377,977	417,778	288,977	100	100
중국	40,823	88,111	58,948	124,604	68,080	62,827	16.30	21.74
브라질	48,105	20,684	53,372	18,951	67,282	26,789	16.10	9.27
네덜란드	50,578	38,148	51,290	32,893	39,791	19,674	9.52	6.81
이스라엘	21,554	23,347	32,788	32,123	37,791	30,237	9.05	10.46
독일	23,500	9,975	28,498	11,655	31,093	10,818	7.44	3.74
EU	3,802	4,269	0	0	29,380	19,343	7.03	6.69
우크라이나	13,549	23,430	18,461	29,009	28,275	30,180	6.77	10.44
아제르바이잔	11,219	25,613	14,857	31,621	14,954	28,806	3.58	9.97
아르헨티나	4,061	7,017	5,803	8,877	12,845	11,750	3.07	4.07
폴란드	4,485	3,866	10,207	6,343	10,705	4,587	2.56	1.59
프랑스	7,346	2,098	9,641	1,799	9,257	1,463	2.22	0.51
미국	6,535	1,514	6,596	1,618	7,286	2,107	1.74	0.73
벨기에	20,550	24,160	21,049	19,980	5,740	4,558	1.37	1.58
아일랜드	2,264	37	3,179	41	4,768	49	1.14	0.02
태국	4,421	4,471	4,755	5,047	4,650	3,964	1.11	1.37
이란	7,568	14,035	7,375	11,038	4,140	5,592	0.99	1.94
코스타리코	1	1	458	382	4,093	3,380	0.98	1.17
칠레	5,229	5,090	5,118	4,039	3,679	983	0.88	0.34
쿠바	124	119	1,457	567	3,651	1,423	0.87	0.49
한국	0	0	10	10	0	0	0.00	0.00

출처: Global Trade Atlas

주: HS코드 2009

□ 주스 종류별 수입규모

- 러시아에서 가장 많이 수입되는 주스 종류는 냉동 오렌지주스이며, 브라질(67,058천 달러), 유럽연합(26,322천 달러) 중심으로 수입되고 있음. 그 다음으로 많이 수입되는 주스는 사과주스(기타/브릭스 20이하 제외)로 중국(67,127천 달러), 우크라이나(20,552천 달러)에서 주로 수입되고 있음
- 러시아로 수입되는 한국산 주스는 감귤류주스로 러시아의 전체 주스 수입 규모에서 그리 큰 부분을 차지하지 않고 있음. 감귤류주스 부문에서 러시아의 주요 수입상대국은 이스라엘(602천 달러), 이탈리아(223천 달러), 독일(196천 달러) 등으로 나타남

단위: 천불, 톤

HS코드	품목	2007		2008	
		금액	물량	금액	물량
2009	과실주스와 채소주스	371,454	377,977	417,778	288,977
200911	오렌지주스(냉동)	90,259	48,989	102,980	48,373
200979	사과주스 기타(브릭스 20이하 제외)	72,767	146,144	93,851	85,265
200990	혼합주스	55,940	38,279	65,038	34,884
200980	기타주스(혼합주스 제외)	40,513	49,885	41,017	39,846
200949	파인애플주스 기타(브릭스 20이하 제외)	35,694	26,671	34,912	21,790
200969	포도주스 기타(브릭스 20이하 제외)	16,845	18,171	22,414	18,209
200919	오렌지주스(냉동 제외)	22,289	12,837	17,592	6,672
200929	자몽주스 기타(브릭스 20이하 제외)	13,391	7,520	14,788	8,022
200971	사과주스(브릭스 20이하)	8,856	11,333	8,348	7,879
200912	오렌지 주스(브릭스 20이하)(냉동제외)	5,225	6,033	6,356	6,687
200950	토마토주스	3,880	6,419	3,935	5,687
200921	자몽주스(브릭스 20이하)	1,629	1,685	1,992	2,004
200939	감귤류주스 기타(브릭스 20이하 제외)	1,166	640	1,452	576

HS코드	품목	2007		2008	
		금액	물량	금액	물량
200931	감귤류주스(브릭스 20이하)	1,088	1,019	1,294	1,064
200961	포도주스(브릭스 30이하)	1,221	1,650	1,090	1,407
200941	파인애플주스(브릭스 20이하)	693	703	720	613

출처: Global Trade Atlas

□ 러시아 무알코올음료(알로에음료 포함) 수입동향

- 러시아 HS코드 상품 분류상 알로에음료에 대한 구분이 따로 되어있지 않아서 정확한 통계수치를 알기는 어려움. 알로에음료가 포함되어 있는 기타 알코올을 함유하지 않은 음료에 대한 러시아의 수입규모는 계속 증가하고 있음. 2008년 러시아는 금액기준 전년대비 19.11% 증가한 60,241천 달러, 물량기준 11.76% 증가한 77,956천 리터를 수입함
- 이 품목에서 러시아의 주요 수입상대국은 우크라이나, 폴란드, 독일, 한국이며, 러시아 최대 수입상대국인 우크라이나의 경우 2008년에 전년대비 0.31% 증가한 22,501천 달러를 수입함
 - 한국의 경우 금액기준 35.23% 증가한 5,683천 달러, 물량기준 39.20% 증가한 11,758천 리터가 수입되어 전년에 비해 대폭 증가함. 그러나 이러한 성장률은 2007년에 수입이 급격히 줄어들어 상대적으로 성장한 것으로 보이는 것이며, 2006년 수입규모를 아직 넘어서지 못하고 있음

단위: 천불, 천리터

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	33,108	50,301	50,578	69,750	60,241	77,956
우크라이나	9,562	15,369	22,430	35,109	22,501	35,619
폴란드	6,069	7,604	8,668	10,498	10,420	12,296
독일	3,379	3,240	4,989	3,872	6,746	4,188

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
한국	5,957	15,234	3,452	8,447	5,683	11,758
중국	659	1,557	2,018	4,281	2,777	5,906
오스트리아	422	597	702	555	1,554	896
체코	1,049	475	1,339	515	1,399	444
라트비아	1,009	1,417	1,428	1,816	1,189	1,484
프랑스	367	281	694	624	1,057	639
미국	404	47	611	73	947	114
아르메니아	522	748	753	862	908	746
핀란드	147	176	399	513	706	797
스위스	11	19	449	122	525	109
벨기에	129	79	331	260	521	343

출처: Global Trade Atlas

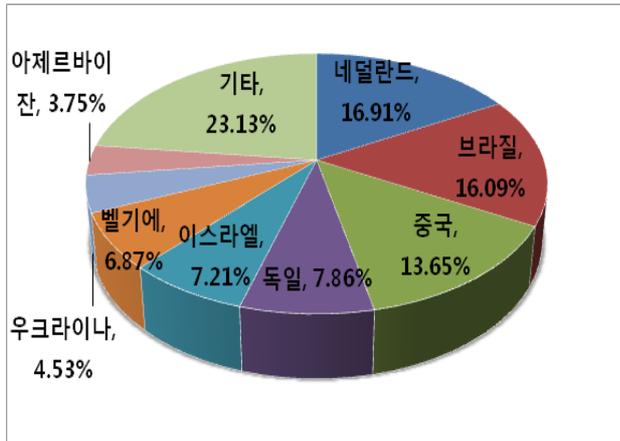
주: HS코드 2202 90 10 기타 알코올을 함유하지 아니한 음료(HS코드 제2009호의 과실 주스, 채소과실주스, 채소주스 제외), HS코드 제0401-0404호의 제품 혹은 지방을 함유하지 아니한 것

나. 경쟁국 동향

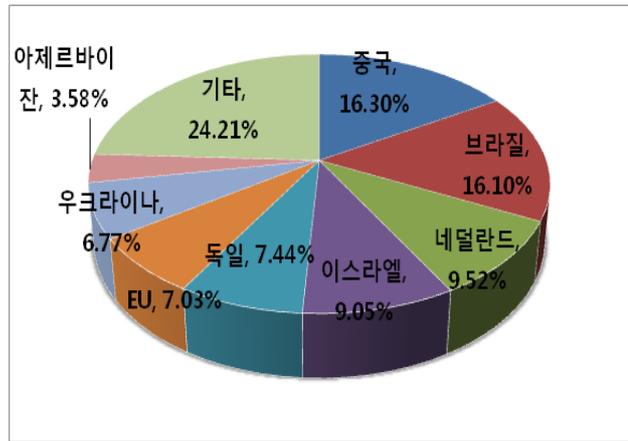
□ 주스 수입상대국 점유율

- 2008년 기준 대러 주스 수출국들의 점유율을 살펴보면, 금액기준 중국(16.30%), 브라질(16.10%), 네덜란드(9.52%) 등의 순을 보이며, 물량 기준 중국(21.74%), 이스라엘(10.46%), 우크라이나(10.44%) 등의 순을 보임
- 중국은 금액기준 전년대비 15.49% 증가한 68,080천 달러, 물량기준 49.58% 감소한 62,827톤 수출
- 브라질은 금액기준 전년대비 26.06% 증가한 67,282천 달러, 물량기준 41.36% 증가한 26,789톤 수출
- 2007년에 소량 수출한 한국은 대러 주스 수출국 중 50위 차지

【2006년 국가별 수입액 비중】



【2008년 국가별 수입액 비중】



□ 주스 수입단가 비교

- 주스 수입단가: 2008년 기준 평균 1.45달러 (전년대비 47.11% 인상)
 - 저가대로 수입: 중국(1.08), 이스라엘(1.25), 우크라이나(0.94), 아제르바이잔(0.52), 아르헨티나(1.09), 벨기에(1.26) 등
 - 고가대로 수입: 아일랜드(97.63), 인도(14.21), 프랑스(6.33), 포르투갈(5.80), 캐나다(5.41), 에콰도르(5.34), 세르비아(4.33), 미국(3.46) 등

<원산지별 수입단가>

단위: USD/kg

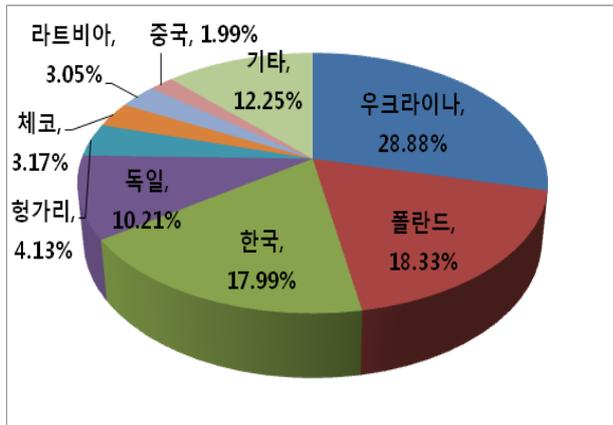
구분	평균	중국	브라질	네덜란드	이스라엘	독일	EU	우크라이나	아제르바이잔	아르헨티나	한국
2006	0.92	0.46	2.33	1.33	0.92	2.36	0.89	0.58	0.44	0.58	0.00
2007	0.98	0.47	2.82	1.56	1.02	2.45	0.00	0.64	0.47	0.65	1.05
2008	1.45	1.08	2.51	2.02	1.25	2.87	1.52	0.94	0.52	1.09	0.00

출처: Global Trade Atlas

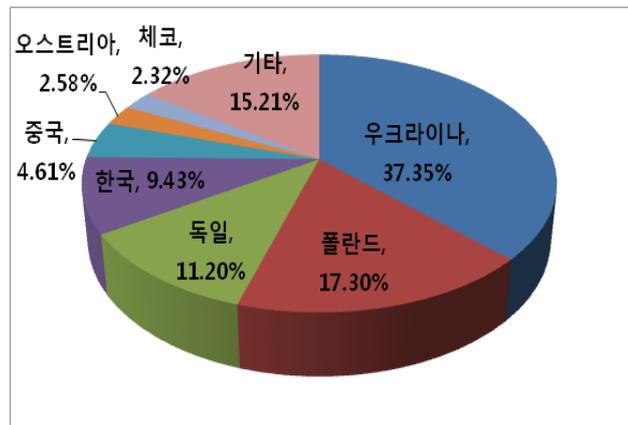
□ 무알코올음료(알로에음료 포함) 수입상대국 점유율

- 2006년과 비교하여 2008년 대러 무알코올음료(알로에음료 포함) 수출국들의 점유율을 살펴보면, 금액기준 우크라이나의 점유율은 8.47% 증가, 폴란드 1.03% 감소, 독일 0.99% 증가, 한국 8.56% 대폭 감소함

<2006년 국가별 수입액 비중>



<2008년 국가별 수입액 비중>



□ 무알코올음료(알로에음료 포함) 수입단가 비교

- 무알코올음료(알로에음료 포함) 수입단가: 2008년 기준 평균 0.77달러 (전년 대비 6.57% 인상)
 - 저가대로 수입: 중국(0.47), 한국(0.48), 아제르바이잔(0.60), 우크라이나(0.63), 헝가리(0.74) 등
 - 고가대로 수입: 영국(21.18), 미국(8.31), 스위스(4.81), 체코(3.15), 이탈리아(2.66) 등

<원산지별 수입단가>

단위: USD/L

구분	평균	우크라이나	폴란드	독일	한국	중국	오스트리아	체코	라트비아	프랑스
2006	0.66	0.62	0.80	1.04	0.39	0.42	0.71	2.21	0.71	1.31
2007	0.73	0.64	0.83	1.29	0.41	0.47	1.27	2.60	0.79	1.11
2008	0.77	0.63	0.85	1.61	0.48	0.47	1.74	3.15	0.80	1.65

출처: Global Trade Atlas

4. 수입제도

□ 러시아의 알로에음료 수입 관련 제도

러시아 HS코드	품목	수입 관세율	부가 가치세	비고
2202 90 100 9	기타 알코올을 함유하지 아니한 음료(제2009호의 과실주스와 채소주스 제외), 무알코올 맥주 제외, 제0401-0404호의 제품 혹은 지방을 함유하지 아니한 것 → 알로에음료 포함	15%, 단, 최소 0.07유로 /L	18%	위생검역증

- 러시아 HS코드 분류상 알로에음료는 따로 구분되지 않고, '기타 알코올을 함유하지 아니한 음료(제2009호의 과실주스와 채소주스 제외)'(HS코드 2202 90 100 9)로 분류됨
- 임시수입관세율 : 없음
- 소비세 : 없음
- 부가가치세 : 18%(기본)
 - 10% : 유아용 식품과 당뇨병자용 식품을 위한 알코올을 함유하지 아니한 음료. 주의사항! '채소음료' 부가세에 관한 문제는 불명확한 상태임 (러연방 관세위원회 공문 No.01-06/22880 (03.06.04))
 - 10% : 유아용 식품과 당뇨병자용 식품을 위한 알코올을 함유하지 아니한 음료 (정부령 No.908 (04.12.31))
 - 18% : 채소가공품, 감자제품 (러연방 관세위원회 공문 No.01-06/22880 (03.06.04))

- 담보 부과액 : 없음
- 특혜(preferential treatment) : 없음
- 수입 라이선싱 : 없음
- 이중적용, 수입쿼터제 : 없음
- Certification : 요구(기본)
 - 인증서 요구되지 않음 : 적합증명서(Certificate of Conformity)⁸⁾ 제출이 의무적이지 않음. 이와 동시에 코덱스 153조 5항에 의거하여 상품 신고 시 제출한 정보들이 신빙성이 없거나 검증이 안 되는 것으로 보이는 특징들을 세관기관이 적발한 경우, 세관기관은 적합증명서를 이용하는 등 코덱스에 지시된 방법으로 부가 검사를 실시할 수 있음. 상품 신고 시 제출하는 정보들은 대외무역활동정부규제에 관한 러시아 연방법에 의거하여 해당 상품에 대한 금지조치 혹은 제한조치를 취하도록 영향을 줄 수 있음 (러연방관세청 공문 No.01-11/7403 (09.02.20))
 - 인증서 요구되지 않음 : 인조의 미네랄 생수, 알코올을 함유하지 아니한 맥아 음료, 알코올을 함유하지 아니한 곡물을 원료로 한 음료 (러연방관세청 공문 No.06-73/44906 (06.12.19))
 - 인증서 요구 혹은 적합여부 신고 : 설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물(광수와 탄산수 포함) 및 기타 알코올을 함유하지 아니한 음료(HS코드 제2009의 과일주스와 채소주스 제외); 과일넥타 또는/혹은 채소넥타; 과일 함유음료 또는/혹은 채소함유음료; 모르스
; 러시아연방 내에서 해당 상품들이 그 용도에 입각하여 이용가능한지 혹은 압류할 것인지 그 가능성을 살펴보는 통관과정 중에 적합함을 확인시켜야 함 (정부령 No.369 09.04.29)
- 상품 분류(Classification) 확인 : 없음

8) Certificate of Conformity : 단기간 유효한 서류로 어떤 제품이 그 용도에 적합한지 혹은 일치하는지 검증하는 서류임

- 위생검역증(Sanitary-Epidemiological Conclusion) 요구
 - 러연방관세청 공문 No.01-11/11534 (08.03.27)

□ 과일 또는 채소 주스제품에 관한 기술 규정

- 새로운 연방법 No.178-FZ (08.10.27) ‘과일 또는 채소 주스제품에 관한 기술 규정’이 2008년 10월 29일 ‘러시아신문’에 공포되었고 2009년 4월 29일부터 효력 발휘
- 본 기술규제의 11조 ‘과일 또는/혹은 채소 주스제품 라벨링에 관한 요구’에 따르면, 과일 또는/혹은 채소 주스제품 라벨링은 러시아연방법에 의해 확립된 식품 라벨링에 관한 요구와 본 기술규정 요구에 일치해야 함
- 이번 ‘주스제품에 관한 기술규정’에는 새로운 모형의 포장에 대해 서술하고 있음
 - 이제 포장에는 어떤 식으로 만들어지게 된 음료인지, 음료 안에 어떤 첨가물이 들어가 있는지 명확히 밝혀야 함
 - 제품 정의를 정확히 구분해서 밝혀야 함. 예를 들어, 직접 짜서 추출한 신선한 주스, 농축과 물을 배합 희석시킨 재구성 주스(restored juice), 농축주스(concentrated juice), 침출주스(diffusion juice), 과일 넥타 혹은 채소 넥타, 모르스, 과일 푸레 또는 채소 푸레, 유아용 주스제품 등으로 구분됨
 - 생산업자는 주스에 어떤 첨가물(특히 설탕)이 있는지 알려야 함
- 또한, 새로운 기술규정에 따라 생산업자는 ‘생후 3개월부터 주스를 마실 수 있음’을 포장에 기술하는 것에 대해 허락받음

□ 넥타와 주스함유음료 정의

- 러시아에서 넥타와 주스함유음료는 HS코드 2202로 분류되고 있음. 넥타와 주스함유음료(모르스 포함)는 농축주스로 만들어지고 있어서 그 생산 기술은 재구성 주스(restored juice) 생산과 유사함. 하지만 넥타와 주스함유음료를

만들 때 넥타와 주스함유음료 1리터당 사용되는 농축주스는 재구성 주스보다 1.5배-2배 적게 사용되고 설탕(설탕 시럽), 레몬산(citric acid)이 첨가되는 차이를 보임

- 넥타는 과실주스 함량에 따라 주스함유음료와 구별이 됨. GOST-R 51398-99에 의거하여 넥타에 들어있는 과실주스 함량은 과실 종류에 따라 최소 25-50%이어야 하지만, 주스함유음료에는 최소 10%임(참조: 재구성 주스의 경우 100%)

5. 한국산 진출여건 및 확대방안

- 최근 경기침체로 러시아 시장 여건이 나빠졌지만, 오히려 최근의 위기를 기회로 삼아 틈새시장일수록 누가 먼저 투자해서 자리를 잡는가에 따라 성공이 결정될 수 있음. 알로에음료라는 틈새시장에 아직 다른 수입산 제품이 들어오지 않은 상황에서 유통채널 확보 및 확대 등 적극적인 투자를 해야 할 것임
- 러시아 식품시장에서 대형유통업체들의 영향력이 날로 커지면서 현지 제조업체 및 수출업체들의 어려움도 함께 증가하고 있음. 대형할인점을 중심으로 한 유통채널들이 막강한 유통력을 앞세워 제조업체를 움직이고 있으며, 제조업체들은 유통망 확보를 위해 출혈을 감수하고 있음. 이와 같은 상황에서 한국 수출업체들은 과워있는 브랜드 양성과 판로 다양화를 위해 노력해야 함
- 러시아 바이어들은 초기 시장 진출을 위해서는 한국업체의 적극적인 프로모션을 요구하고 있음. 현지 광고 및 매장내 프로모션, 시식 행사, 유통매장 입점비용 등이 주요 요구사항인데 대해 한국의 소규모업체들은 이에 대한 비용 지불이 부담으로 작용하고 있음. 하지만 식품의 안전성을 무엇보다 고려하고 있는 러시아 소비자들에게 있어서 광고 및 홍보는 브랜드 인지도 향상은 물론 제품의 안전성을 알리는데도 더없는 효과로 작용될 수 있음
- 시베리아 및 극동지역에서 한국산 식품에 대한 인지도는 매우 높아, 초기 진출 위험이 서부러시아지역에 비해 다소 낮은 편으로 평가됨. 특히 시베리아 지역은 러시아 동서를 잇는 물류, 유통의 중심지에다가 서구 기업들의 현지진출이 아직은 미약한 점을 고려할 때, 장기적으로는 현지 생산을 통해 가격 경쟁력을 제고함은 물론 전체 러시아 시장 공략을 위한 거점 시장으로서의 그 중요성을 십분 활용할 필요가 있음
- 그러나 시베리아 및 극동지역에 비해 러시아서부지역이 소비자들의 소득수준과 수요가 월등히 높기 때문에, 극동지역 중심 공략에만 그칠 것이 아니라 장기적인 전망을 갖고 서부지역으로 진출할 필요가 있음. 모스크바 수입상은

대부분의 한국산 제품이 극동지역 바이어에게만 독점되는 실정에 대해 불만을 토로하며 중간상을 거치지 않고 한국으로부터 직수입을 통해 제품을 취급하기를 원하고 있으며, 한국산 제품에 대한 인지도가 높은 극동지역보다 광고 및 홍보가 더 절실하다고 함

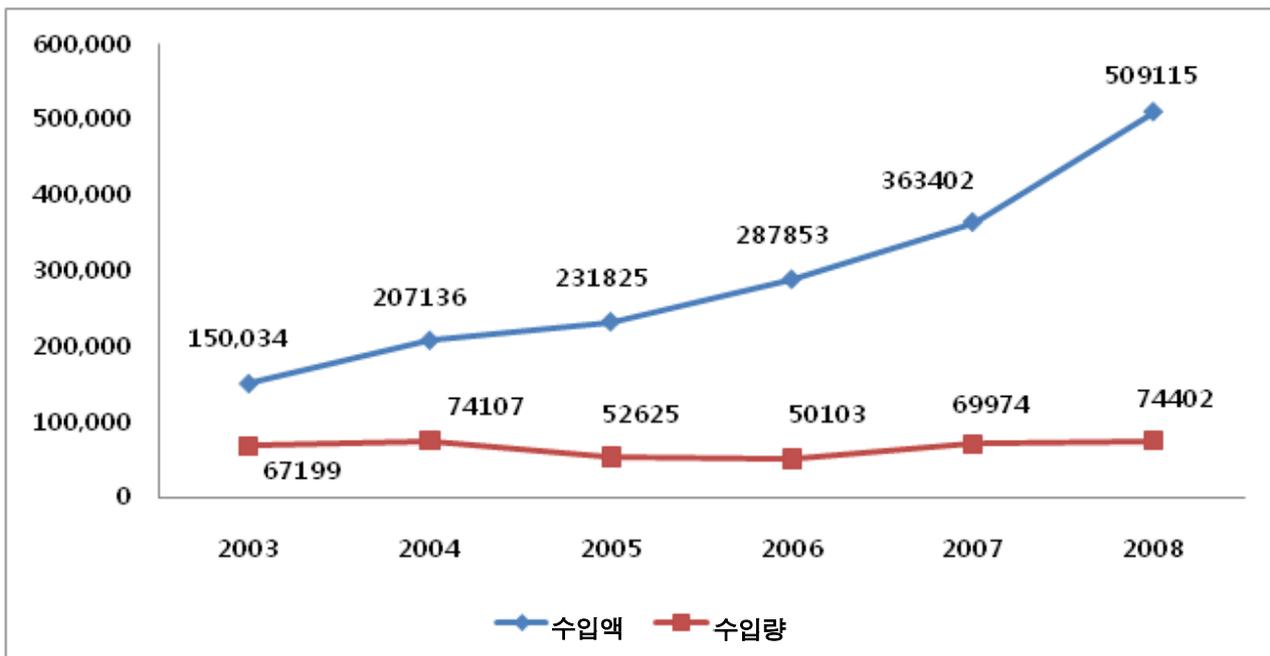
V. 조 미 김

1. 일반개황

- **높은 수입증가율** : 조미김은 러시아 자체 생산은 없기 때문에 100% 수입에 의존하고 있고, 한국산이 전체 수입의 대부분을 점유하고 있으며 다음으로 중국산이 시장의 일부를 차지하고 있음. 2008년 러시아의 한국산 조미김의 수입은 전년대비 50.3% 증가함

【러시아 연도별 기타 조제식료품(조미김 포함)⁹⁾ 수입동향】

(단위: 천불, 톤)



- **러시아 조미김 시장 연간 15-20% 증가세** : 러시아인들의 전반적인 소득 수준 향상 및 급속도로 퍼진 일본음식(스시, 롤 등)에 대한 친숙도가 높아지면서 러시아 조미김 시장 규모는 연간 1억7천만 달러(2007년 기준)로 추산되며 연간 15~20% 상당의 증가세를 보이고 있음

9) 조미김의 정확한 수입통계는 러시아의 HS코드 체계상 명확한 구분이 불가능함. 따라서 조미김을 포함한 HS코드 21069098(따로 분류되지 아니한 조제식료품 기타) 전반의 통계를 통해 수입규모 추정

2. 소비·유통현황

- 러시아에서는 김의 명칭에 대한 별도의 구분이나 정의가 없으며, 통상 일본의 음식문화와 함께 보급된 관계로 'NORI' 혹은 '스시용 건조김(수손나야 모르스카야 카푸스타)' 등으로 알려져 있음. 반찬용 조미김은 '칩스-NORI' 혹은 '바삭바삭한 건조김' 등으로 불리고 있음
- 러시아의 김 시장은 한국, 중국 및 일본에서의 수입에 절대적으로 의존하는 시장구조로, 반찬용 조미김의 경우 한국산이 전체 수입의 대부분을 점유하고 있고 일부 중국산이 시장에 등장하고 있는 실정임. 스시김(혹은 김밥김, 구운 김)의 경우 한국산, 중국산, 일본산이 유통되고 있음
- 특히 극동러시아 지역에서의 조미김 수요는 러시아 여타지역에 비해 비교적 높은 편인데, 이는 고려인, 중국인 등 동양인들이 많이 거주하고 있기 때문임
- 러시아는 육류와 감자, 빵 등을 주식으로 하는 식문화로 가정 내 김을 재료로 하는 요리가 없고 최근 일식문화의 보편화로 스시나 캘리포니아롤 등 김을 재료로 하는 음식에 대한 인지도가 높아지고 있음
- 불과 일 년 전까지만 해도 호황기 러시아에서는 스시체인점들이 우후죽순으로 생겨났고 슈퍼마켓 등 대형유통매장의 샐러드 바에는 스시 및 롤 등을 진열, 판매하고 있으며 전화주문 배달해주는 스시음식점의 전단지들이 모스크바 주택가마다 붙여져 있음. 심지어 러시아인들 사이에서는 스시를 먹고 젓가락을 사용할 수 있는 것이 우월감을 느끼는 수단이 되기도 함
- 따라서 러시아인 김 소비자는 일식당을 통한 조리된 음식으로 소비하는 형태가 대부분이며, 러시아 내 외식가격이 비싸기 때문에 일부 러시아인들은 간혹 스시김을 구매, 가정에서 롤을 만들어 먹기도 함
- 반찬용 조미김은 러시아 소비자들에게 주로 맥주 안주용의 스낵으로 인식되고 있음. 상당수의 러시아인들은 집에서 빵 대신 별미로 쌀을 먹기도 하나

한국처럼 밥을 짓는 것이 아니라 냄비에 찌는 식으로 밥을 만들어 사이드 디쉬로 이용하거나 샐러드에 넣어 마요네즈에 버무리는 식임. 따라서 반찬용 조미김을 밥과 먹는다는 것을 모르고 있으며 물을 만들어먹기엔 쉽게 부서져서 스낵으로 인식하고 있는 것임

- 러시아에서 유통되는 한국산 조미김은 동원의 '시부키'(오리지널, 인삼맛, 와사비맛, 칼슘강화), 바다원의 '재래김', 진양식품 '돌김', 진현식품 '미도리' 등이 있음. 중국산 조미김 '칩스-노리'는 오리지널과 매콤한 칠리맛 두 가지를 신제품으로 선보였는데, 맥주 안주용 칩스로서의 조미김 용도를 강조하는 디자인 포장을 만들어 러시아 소비자들의 시선을 끌고 있음

중국산 '칩스-노리' 칠리맛 맥주안주용 42루블/4.5g	한국산 '동원 시부키' 91루블/17g 36개입
	
한국산 '진양식품 돌김' 45루블/6.5g	한국산 '바다원 재래김' 20루블/6.5g
	

- 한국산 유명 브랜드 '동원'은 특 쏘는 와사비 맛과 적당한 소금 간으로 술 안주에 어울리는 안주용 김 '와사비맛 시부키'를 출시하였는데, 특히 간단한 맥주 안주로 부담 없이 즐길 수 있으며 저칼로리 제품임. 한국내 유통 포장지

에는 맥주잔 이미지를 적용해 안주용 제품으로의 이미지를 부각하고 있으므로 러시아 수출제품 포장디자인에도 이를 이용해볼만 함. ‘와사비맛 시부키’는 1봉 (절지 8매)에 23.80루블로 모스크바 내 슈퍼마켓, 할인점 등 대형 유통업체들에서 판매중임. 동원 양반김은 한국 조미김 업계 1위로서 밥 반찬을 뛰어넘은 안주용 김 시장을 개척해 러시아 내에서도 고급 김으로 각광 받고 있음

- 다만, 소비자들의 구매 결정에 있어서 매장 내 진열 위치는 구매에 상당한 영향을 미치는 주요 요소 중 하나인데, 제품이 진열장 바닥 부분에 진열되어 있어서 소비자들이 찾기 힘든 불편함이 있으므로 유통업체와 제품 진열위치에 대해서도 반드시 협상을 해야 할 것으로 보임

【슈퍼마켓 진열 장소의 문제점】



- 스시김의 경우 한국산, 중국산, 일본산이 대형유통매장, 일식전문상점, 한인마켓, 아시아음식전문상점, 개방시장, 인터넷 주문판매점 등에서 유통되고 있음. 한국산 김은 품질과 가공기술의 우월성을 바이어들이 높이 평가하고 있는데다 가격경쟁력도 있어 러시아 시장에서 가능성이 있을 것으로 보임

중국산 '노리 골드' 50개입 340루블/140g	중국산 '스시 노리' 10개입 135루블/28g
	
일본산 50개입 499루블/120g	한국산 '진양식품 김밥김' 10개입 90루블/20g
	
한국산 '동원 시부키' 10개입 105루블/20g	한국산 '진현식품 미도리' 5개입 76루블/22g
	

- 한국산 조미김에 관심을 보이는 바이어들은 가격보다는 품질을 우선시하였는데, 이는 한국식품을 수입해 판매하려는 대상이 일반 소비자가 아니라 스시와 롤을 즐길 여유가 되는 중상위층의 고급소비자라며 위생적인 생산과 가공 등의 품질을 중시하고 있음. 또한 일부 바이어는 자반용 조미김이 안주용 김에 더 적합하여 러시아 시장에서 가능성이 있을 것으로 평가하기도 함

3. 수입현황

□ 국가별 수입동향

- 조미김의 정확한 수입통계는 러시아의 HS코드 체계상 명확한 구분이 불가하지만, 조미김을 포함한 HS코드 21069098(따로 분류되지 아니한 조제식료품 기타) 전반의 통계를 통해 수입규모를 추정해 볼 수 있음
- 수입규모는 2008년 기준 509,115천 달러, 74,402톤으로 전년대비 금액기준 40.10% 증가, 물량기준 6.33% 증가를 보임. 비록 수입량은 소폭 증가했지만, 수입단가 상승으로 인해 수입액은 대폭 증가함
- 2008년 러시아는 미국(96,598천 달러), 독일(66,754천 달러), 덴마크(55,030천 달러), 프랑스(29,222천 달러), 네덜란드(26,646천 달러) 등에서 기타 조제식료품을 수입함
 - 미국은 수입금액 기준 러시아의 기타 조제식료품 최대수입국으로 전년대비 금액 면에서 63.67% 증가, 물량 면에서 34.67% 증가함
 - 독일은 수입물량 기준 러시아의 기타 조제식료품 최대수입국으로 전년대비 금액 면에서 28.73% 증가, 물량 면에서 28.21% 증가함
 - 한국산 수입규모는 3,117천 달러, 741톤으로 전년대비 금액 면에서 160.92% 대폭 증가, 물량 면에서 19.22% 소폭 증가함

<주요 국가별 수입동향>

단위: 천불, 톤

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전체	287,853	50,103	363,402	69,974	509,115	74,402
미국	46,756	2,791	59,021	3,644	96,598	4,907
독일	35,762	5,199	51,855	8,959	66,754	11,486
덴마크	47,986	2,988	49,084	2,217	55,030	1,543

구분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
프랑스	22,428	4,683	26,749	4,915	29,222	1,810
네덜란드	14,923	9,162	21,527	10,897	26,646	7,339
슬로베니아	13,003	608	16,378	604	22,850	707
아일랜드	12,900	632	15,875	456	22,833	448
노르웨이	17,940	1,081	10,743	511	21,178	790
터키	4,011	761	16,736	2,575	20,816	2,618
오스트리아	1,805	777	7,144	3,197	19,291	7,934
헝가리	11,535	428	11,279	388	14,174	427
벨기에	5,347	2,700	9,031	5,362	14,119	6,645
이탈리아	13,772	892	12,318	772	11,955	1,013
스위스	3,129	643	4,718	707	11,904	1,043
영국	5,014	918	7,006	1,110	7,847	1,309
스웨덴	2,967	505	1,405	527	7,746	758
타일랜드	4,371	3,579	5,872	5,344	7,702	4,680
폴란드	4,478	4,318	6,122	6,711	7,521	4,440
중국	2,877	1,149	3,605	1,460	6,851	2,188
핀란드	2,418	1,250	4,401	2,280	5,530	2,390
일본	309	23	731	45	3,709	96
스페인	768	201	7,248	3,455	3,356	1,129
한국	694	554	1,195	621	3,117	741

출처 : Global Trade Atlas

주: HS코드 21069098 Food Preparations, N.E.S., Containing, By Weight, >= 1,5% Milkfat, >= 5% Sucrose Or Isoglucose, >= 5% Glucose Or >= 5% Starch

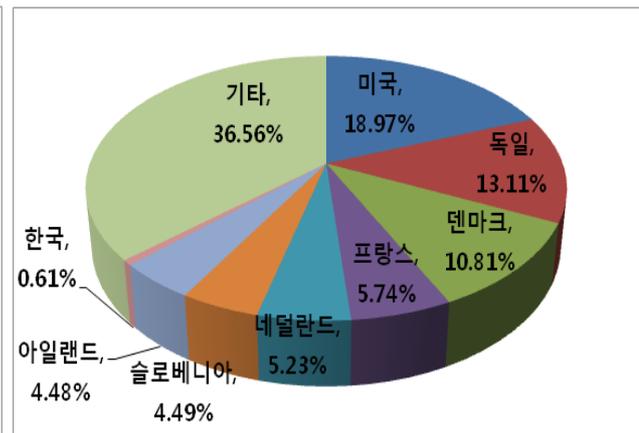
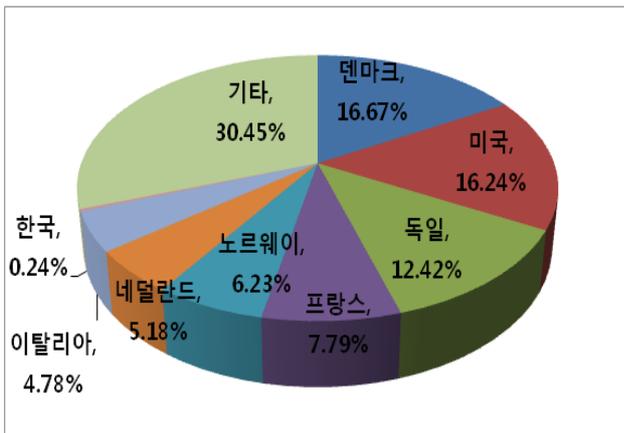
□ 국가별 시장 점유율 및 수입단가

- 러시아의 기타 조제식료품 수입국별 점유율을 살펴보면, 2008년 기준 미국(18.97%), 독일(13.11%), 덴마크(10.81%), 프랑스(5.74%) 등의 순을 보이고 있음.

- 2008년 러시아 기타 조제식료품 수입시장에서 미국산 점유율은 2006년 대비 2.73% 증가, 독일산 0.69% 증가한데 비해, 덴마크산은 5.86% 감소함. 한국산의 경우 0.37% 증가하여 점차 시장 점유율을 넓혀가고 있음

【2006년 국가별 수입액 비중】

【2008년 국가별 수입액 비중】



- 수입통계상의 단가를 비교해보면, 2008년도 기타 조제식료품의 평균수입단가(6.84달러)는 전년대비 31.76% 증가
- 러시아는 기타 조제식료품을 타일랜드(1.65), 폴란드(1.69), 벨기에(2.12), 핀란드(2.31), 오스트리아(2.43), 스페인(2.97), 중국(3.13), 네덜란드(3.63), 한국(4.21), 독일(5.81) 등에서 저가대로 수입하고 있으며, 크로아티아(75.25), 아일랜드(50.91), 일본(38.74), 덴마크(35.67) 등에서 고가대로 수입하고 있음

<원산지별 수입단가>

단위: USD/kg

구분	평균	미국	독일	덴마크	프랑스	네덜란드	아일랜드	중국	일본	한국
2006	5.75	16.75	6.88	16.06	4.79	1.63	20.42	2.50	13.35	1.25
2007	5.19	16.20	5.79	22.14	5.44	1.98	34.83	2.47	16.36	1.92
2008	6.84	19.69	5.81	35.67	16.15	3.63	50.91	3.13	38.74	4.21

출처: Global Trade Atlas

□ 한국산 김 수입동향

- 한국산 김의 수입은 매년 큰 폭으로 신장되어 2008년에는 약 2,042천 달러가 수입되어 전년대비 65.1% 증가함. 수입액 중에는 조미김이 약 66%를 차지하고 있으며 건조김이 약 25%, 김(마른 것 제외)이 9%를 차지하고 있음
- 2008년 한국산 조미김의 수입은 약 1,351천 달러로 전년대비 50.3% 증가함. 건조김의 수입은 약 507천 달러로 전년대비 111.3% 증가
- 2009년 1-9월간 한국산 조미김의 수입은 약 1,183천 달러로 전년 동기대비 18.4% 증가하여 성장세를 유지하고 있으나, 건조김의 수입은 163천 달러로 66.3% 대폭 감소함
- 한국의 대러 수산물 수출 중에서 조미김의 비중은 금액 면에서 9.3% 차지, 건조김의 비중은 1.9%임(2005-2007년간 기준)

<한국의 대러 김 수출현황>

단위: 천불(톤)

한국 HS코드	품목명	대러시아 수출		대세계 수출	
		금액 (물량)	금액비중 (물량비중)	금액 (물량)	금액비중 (물량비중)
2106 90 4010	김(조미)	733.8 (61.2)	9.3% (1.0%)	35,893.4 (5,355.0)	3.1% (1.2%)
1212 20 1010	마른 김	151.4 (6.3)	1.9% (0.1%)	20,464.5 (1,727.7)	1.7% (0.4%)
1212 20 1090	김(마른 것 제외)	63.0 (2.6)	0.8% (0.0%)	1,940.9 (139.0)	0.2% (0.0%)

출처: 관세청, '무역통계', 2005-2007, 전략적 FTA 추진대비 수산부문 대응전략(러시아)

주: 2005-2007년 수출액의 평균값을 기준으로 수산물 수출 상위 15개 품목을 선정하여 분석한 자료임

4. 수입제도

□ 러시아의 조미김 수입 관련 제도

러시아 HS코드	품목	수입 관세율	부가 가치세	비고
2008 99 990 0	기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 기타 과실과 기타 식용에 적합한 식물의 부분(설탕 감미료 또는 주정을 첨가하지 않은 것에 한함) → 구운김 (Sushi Nori) 포함	15%	18%	- 수의증명서 - 위생검역증
2106 90 980 9	따로 분류되지 아니한 조제 식료품 기타 → 조미김 포함	15%	18%	- 수의증명서 - 보건부 혹은 보건 사회개발감독국의 Registration Certificate

○ 러시아 HS코드 분류상 조미김은 따로 구분되지 않고, 다른 상품그룹에서 따로 분류되지 아니한 조제식료품 기타(HS코드 2106 90 980 9)로 분류됨

○ 임시수입관세율 : 없음

○ 소비세 : 없음(기본)

- 100% 주정 L당 121루블 : 에틸주정 1.5%~9% 함량의 알코올제품 (러연방 관세청 지령 No.217 (09.02.16))

- 100% 주정 L당 191루블 : 에틸주정 9%이상 함량의 알코올제품 (러연방 관세청 지령 No.217 (09.02.16))

- 부가가치세 : 18%(기본)
 - 10% (특혜대상인 경우) : 유아용 식품과 당뇨병환자용 식품(설탕대용물로 만든 껌 제외) (정부령 No.908 (04.12.31))

- 담보 부과액 : 없음(기본)
 - L당 197루블 : 음료 생산용으로 이용되는 주정 성분이 있는 반가공품과 에틸 주정 1.5% 이상 함유한 기타 조제식료품.
; 소비세 대상 상품들에 대한 관세비용 지불을 담보하기 위한 부과액 (러연방 관세청 지령 No.663 (09.04.13))

- 특혜(Preferential Treatment) : 없음

- 수입 라이선싱 : 없음(기본)
 - 다음 경우 수입 라이선싱 요구 : 오존 파괴 물질이 함유되어있는 아에로졸 제품(의학용 제외). --- 해당 제품이 별첨 1의 A목록에 열거되어 있는 오존 파괴 물질을 함유하는 경우에 몬트리올 프로토콜에 해당되는 국가로부터 러시아연방으로의 제품 반입은 라이선싱이 필요함(러시아연방 영토를 거쳐 경유하는 경우는 예외) (정부령 No.563 (1996.05.08), 참조: 러연방관세위원회 지령 No.336 (1996.05.31))

- 이중적용, 수입쿼터제 : 없음

- Certification : 요구되지 않음(기본)
 - 인증서 요구되지 않음 : 적합증명서(certificate of conformity)¹⁰⁾ 제출이 의무적이지 않음. 이와 동시에 코덱스 153조 5항에 의거하여 상품 신고 시 제출한 정보들이 신빙성이 없거나 검증이 안 되는 것으로 보이는 특징들을 세관기관이 적발한 경우, 세관기관은 적합증명서를 이용하는 등 코덱스에 지시된 방법으로 부가 검사를 실시할 수 있음. 상품 신고 시 제출하는 정보들은 대외무역활동정부규제에 관한 러시아 연방법에 의거하여 해당 상품에 대한

10) Certificate of conformity : 단기간 유효한 서류로 어떤 제품이 그 용도에 적합한지 혹은 일치하는지 검증하는 서류임

금지조치 혹은 제한조치를 취하도록 영향을 줄 수 있음 (러연방관세청 공문 No.01-11/7403 (09.02.20))

- 인증서 요구 혹은 적합여부 신고 : 다른 항목에서 언급되지 않았거나 포함되지 않은 식품: 우유를 토대로 함; 아이스크림용 혼합물 ; 러시아연방 내에서 해당 상품들이 그 용도에 입각하여 이용가능한지 혹은 압류할 것인지 그 가능성을 살펴보는 통관과정 중에 적합함을 확인시켜야 함 (정부령 No. 956 (08.12.15)) (참조: 관세청 공문 No.01-11/53742 (08.12.17))
- 인증서 요구됨 : 다양한 식품(단, 커피와 차를 토대로 하는 식품 제외; 볶은 커피 대용물의 엑스트랙트, 에센스, 농축 제외; 조미료와 감미료 제외; 불리온(국물내는) 큐빅 제외; 식품 첨가물 제외) (러연방관세청 공문 No.06-73/44906 (06.12.19))
- 인증서 요구 혹은 적합여부 신고 : 다른 항목에서 언급되지 않았거나 포함되지 않은 식품: 농축 모르스, 채소 및/또는 과실의 과육, 내추럴한 향을 형성시키는 농축 과실 또는 채소 물질 ; 러시아연방 내에서 해당 상품들이 그 용도에 입각하여 이용가능한지 혹은 압류할 것인지 그 가능성을 살펴보는 통관과정 중에 적합함을 확인시켜야 함 (정부령 No.369 (09.04.29))

○ 상품 분류(Classification) 확인 : 없음

○ 위생검역증(Sanitary-Epidemiological Conclusion)

- '따로 분류되지 아니한 조제식료품'은 위생검역증을 제출해야 함
- 단, HS코드 2106909803, 2106909809는 제외함. 이 HS코드에 포함되는 품목들은 보건부 혹은 보건사회개발감독국의 Registration Certificate를 제출하며, 위생검역증 제출은 요구되지 않음 (러연방관세청 공문 No.01-11/11534 (08.03.27))

○ 몬트리올 프로토콜에 해당되지 않는 국가로 반입/반출 금지

- 오존 파괴 물질이 함유되어있는 아에로졸 제품(의학용 제외).
- 해당 제품이 별첨 1의 A목록에 열거되어 있는 오존 파괴 물질을 함유하는 경우에 몬트리올 프로토콜에 해당되지 않는 국가로부터 또는 국가로 러시아 연방 영토를 거쳐 경유하는 것과 제품을 러시아연방으로 반입하는 것은 금지되어 있음 (러연방관세위원회 지령 No.336 1996.05.31)

- 통관장소
 - 2009년 11월 2일부터 통관장소는 러연방 관세청 지령 No.931 (09.05.25)에 의해 규정됨
 - 2009년 11월 2일 전까지는 관세청 지령 No.721 (07.06.13)에 따름

- Certificate ST-1
 - 음료 생산용으로 이용되는 주정 성분이 있는 반가공품과 에틸주정 1.5% 이상 함유한 기타 조제식료품
; 독립국가연합국(백러시아 제외)에서부터 러시아연방 세관영토로 해당 상품 반입 시에 상품의 원산지 증명서는 러시아연방 세관기관의 요구에 따라 제출됨 (정부령 No.716 (03.11.27)), (참조: 러연방관세위원회 지령 No.1587 (03.12.31))

- 반입(경유) 금지
 - 2006년 4월 1일부터 발효
; 칼리닌그라드 주의 특별경제지역 내의 자유관세지역으로의 반입 금지 (정부령 No.186 (06.03.31))

- 수의(Veterinary)증명서 요구
 - 햄, 육류, 식용설육, 혈액, 어류, 갑각류, 혹은 기타 연체류 혹은 04 그룹의 제품들 혹은 이러한 제품들의 조합을 함유하는 기타 식용조제품과 크림치즈
 - 해당 상품들은 국경 수의감독을 받아야 함. 러시아동식물검역국이 발행한 필수적인 허가서들을 제출한 후에야 통관이 시작됨 (연방관세청 공문 No. 06-73/45065 (06.12.20))

- 러시아 수의검역제도에서 생선, 해산물 및 가공품의 수입요건은 다음과 같음 (지령 No.13-8-01/2-8 (99.12.23))
 - 신선/냉장/냉동 생선, 해산물 및 관련 가공제품은 적합한 온도에서 가공되어야 러시아에 수입될 수 있음. 이와 같은 사실은 수출국 검역기간에서 증명서를 발급하여야 함
 - 제품은 African swine cholera(최근 3년간), 구제역(최근 12개월)이 없는 지역에서 생산된 제품이어야 함

- 바다 및 민물생선은 수출국 검역기관에서 기생충, 박테리아, 바이러스 감염 여부를 검사받아야 하며, 기생충이 허용 범위 내에 있을 경우 수출국에서 일반적으로 통용되는 방법을 통해 제거될 수 있음
- 또한, 사료로 유전자 변형 식품은 제공되어서는 아니 되며 이외에 아래와 같은 경우에는 수입이 불허됨
 - 온도가 -18도 이상일 경우
 - 살모넬라균 등 유해균에 감염되었을 경우
 - 병원균 감염에 의해 변화가 있을 경우
 - 나쁜 감각적 특징(bad organoleptic features)이 있을 경우
 - 보존 기간 중 해동되었을 경우
 - 착색제, 자외선 등으로 처리되었을 경우
- 자연적/인위적 extra-gen and hormone agents, thireostatic agents, antibiotics, pesticides 등의 경우 수입이 제한될 수 있음. 포장은 위생규정에 부합하도록 1회용 제품이어야 함
- 제품 선적은 온도규정에 상응하지 않게 처리된 경우 러시아 검역당국의 허가를 받은 이후 가능함
- 해당국의 검역기관은 상기와 같은 요구사항을 충족하는 내용의 인증을 한국어와 러시아어로 발급하여야 함. 한편 수입상이 러시아로부터 허가서를 받기 전까지는 제품 선적이 이루어지면 안됨

5. 한국산 진출여건 및 확대방안

- 제품에 있어서 새로운 유행을 따르는 것이 중요하며, 특히 러시아 국내시장의 추세에 맞는 제품을 적절히 선별하는 것도 필요함
 - 러시아인들 사이에서는 맥주 안주용, 스낵용 등으로 소비 확대 가능성이 내재하므로 이 용도로 즐길 수 있는 레시피를 개발하고 현지 홍보 확대
- 조미김을 중심으로 포장을 개선하고 시식홍보, 판촉행사 강화를 통해 중국산과의 차별화 및 소비 기반 확대 필요
- 중국산과 경쟁이 치열한 경우가 많으며, 중국산과의 차별성을 최대한 부각시켜서 바이어 상담에 응하는 것이 필요함
 - 한국산 조미김에 관심을 보이는 바이어들은 가격보다는 품질을 우선시하였는데, 이는 한국식품을 수입해 판매하려는 대상이 일반 소비자가 아니라 중상위층의 고급소비자라며 위생적인 생산과 가공 등의 품질을 중시하고 있음
- 증가추세에 있는 일식전문점을 대상으로 한 한국산 스시용 김의 판촉홍보 강화와 슈퍼마켓 등 유통매장에서 판매되는 스시 제조업체에 김을 납품하는 등 유통망을 확대할 수 있는 방안 강구
- 최근 인터넷 사용자의 증가로 온라인 쇼핑몰을 통한 판매가 증가되는 추세이므로 온라인 마케팅 강화
- 러시아 시장은 비용 투입 대비 성과가 늦게 나타나는 시장으로 계속 투입을 해야 하나 한국 수출업체의 여건상 자금 여력이 없어 현지 대형유통업체 입점 비용 등에 어려움을 겪고 있음. 따라서 한국산 식품들 대부분이 일부 유통매장에서만 입점되는 등 제한적인 유통채널을 통해서만 판매되고 있음. 장기적인 관점에서 수출을 확대하기 위해서는 일반 러시아인들도 이용 가능한 유통망 확보 및 확대에 투자를 할 필요가 있음