

제4장

마요네즈

러시아



요 약



1 러시아

■ 생산동향

- 전 세계 마요네즈 시장에서 러시아는 14%의 점유율을 보이고 있음
- 러시아 가정에서 '06년 마요네즈 일인당 소비는 '04년 대비 30%성장한 4.4kg 소비
- 판매량은 '07년 전년대비 8.5% 감소, '08년은 전년대비 7.9% 감소로 '06년 이후 감소추세

■ 유통동향

- 러시아의 마요네즈 유통은 크게 대형유통매장, 중소형 식료품점(프로덕트이), 키오스크, 개방시장으로 구분됨
- 러시아 마요네즈 시장에서 수입산은 극히 작은 부분을 차지하고 있으며, 대다수 러시아산 마요네즈가 시장 장악함
 - '07 마요네즈 종류별 시장 점유율은 프로방스 47.3%, 올리브 28.2%, 다양한 맛 0.2%, 기타 30.6%
 - '07 포장 형태별 시장점유율은 돌리는 마게 있는 팩 39.2%, 돌리는 마게 없는 팩 26.2%, 유리단지 10.2%, 플라스틱 병/통 9.1%, 기타 15.3%

■ 가격동향

- 소비자 시장에서 소매 가격은 3종류로 구분되어 저가 250g 포장 10루블 미만 56%, 중가 10~15루블 29%, 고가 15루블 이상 15% 점유율을 보임

■ 소비동향

- 마요네즈 시장은 지방함량, 맛, 가격, 포장유형 및 용량에 따라 나뉘지며 마요네즈 선택

기준에서 지방함량은 중요한 문제로 3개 부분으로 나뉘어 있는데 대부분 고칼로리 제품 선호

- 저칼로리(지방함량 40%미만), 중칼로리(40~55%), 고칼로리(55%이상)으로 구분됨
- 마요네즈를 사용한 음식으로는 샐러드, 샌드위치, 스프, 썬메니, 소시지, 계란과 함께 마요네즈도 서브용으로 이용
- 러시아 주민 54%가 매일 마요네즈를 사용하고 있고 27%는 일주일에 한번 이용하며, 마요네즈를 먹지 않는 러시아인들은 단지 4%에 불과함

■ 수출입동향

- '08년 러시아의 기타소스(마요네즈 포함) 수입은 오스트리아(29,563천 달러 24.86%), 독일(17,895 15.05%), 한국(15,775 13.26%), 폴란드(9,217 7.75%), 크로아티아(6,232 5.24%) 등으로 매년 증가하는 추세이며 최근 3년간 약 2배가량의 높은 증가율을 보임
- '08년 물량기준 최대 기타소스(마요네즈 포함) 수입국은 한국으로 전년대비 1.24% 증가한 23,367톤 전체수입시장의 37.68% 시장점유율 보임
- 국가별 기타소스(마요네즈 포함) 수입단가는 베트남(0.48USD/kg), 한국(0.68), 중국(1.61), 아르메니아(1.23), 네덜란드(1.67) 등으로 저가대로 수입함

■ 통관 및 수입검사

- 마요네스 소스 HS Code는 2103 90 900 1로 수입관세율은 15%, 부가가치세 18%임
- 러시아 연방으로 수입되는 모든 소비재 물품은 러시아어로 제품 이름, 원산지 국가 및 제조업체, 제품용도, 주요 특징 및 제품 사용설명서를 첨부해야 하며, 동 표기는 포장지, 라벨 또는 별지에 할 수 있으며 제품과 함께 동봉해야함

■ 한국산 유통동향

- 한국산 오투기 '마요네즈'는 시베리아보다 극동지역에서 매우 인기가 있으며 한-러 합작회사인 "루카"사가의 '졸로토이(골드)' 마요네즈와 경쟁하고 있음

■ 한국산 수출확대방안

- 러시아 소비자들은 주로 러시아 생산자들이 생산한 제품을 선호하고 있고 시장확대를



위해서는 전시회에 참가하거나, 특정 잡지(예를 들면, “Food and drinks”와 “Russian food market”)에서의 광고, 대형 러시아 유통조직과의 연계 같은 효과적인 홍보 전략 개발필요

- 시베리아 및 극동지역에 비해 러시아서부지역이 소비자들의 소득수준과 수요가 월등히 높기 때문에, 극동지역 중심 공략에만 그칠 것이 아니라 장기적인 전망을 갖고 서부 지역으로 진출노력

1 러시아

1. 마요네즈 생산동향

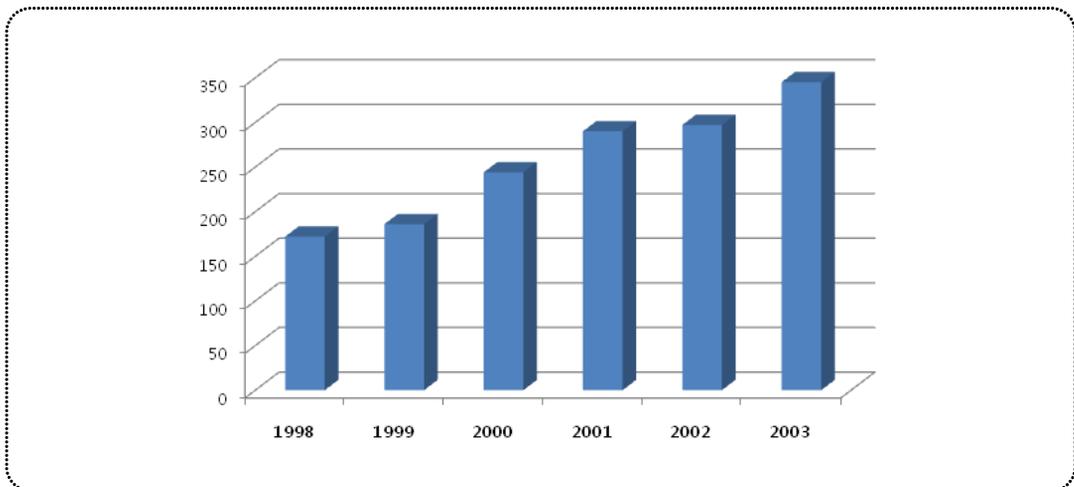
가. 생산현황

■ 러시아 마요네즈 시장 규모

- 러시아에서 유지제품시장은 매우 발전되어 있고 그 규모에 있어서 프랑스와 미국 시장과 대비할 수 있을 정도임. 전 세계 마요네즈 시장에서 러시아는 14%의 점유율을 보이고 있음
 - 러시아에서 마요네즈 수요는 다른 소스류 중에서 가장 높은 편이나, 마요네즈 판매규모는 2006년에 최고치를 보인 후 점차 감소하는 추세임
- 2000~2003년간 러시아에서 마요네즈 부문은 안정적이면서도 지속적인 성장을 이루었음. 2004년 9개월간 결산 결과에 따르면, 마요네즈 부문 성장률은 13%를 기록함. 마요네즈 소매시장에서 러시아 생산업체들은 물량 기준 93%, 금액 기준 89%를 차지하고 있음. 즉, 러시아 마요네즈 시장은 국내 생산업체들의 영향력이 막강하다고 할 수 있음
 - 이 기간 러시아 현지 생산업체 수는 30여개의 대형생산업체와 약 500여개의 영세업체들로 구성되어 있음

[2000-2003년간 러시아 마요네즈 생산 동향]

(단위 : 천톤)



출처 : 지역간마케팅센터 MMTS의 “러시아소스시장-마요네즈” 조사



- “Biznes Analitika(비즈니스분석)”사의 조사에 따르면, 2006년 러시아가정에서의 마요네즈 일인당 소비는 2004년 대비 30% 성장하였고 연간 일인당 4.4kg을 소비하는 것으로 나타남. 2006년 마요네즈 소매판매규모는 623천 톤, 13억 달러(소매가격)로 집계됨

♣ 마요네즈 소매시장 규모 동향

구 분	2004	2005	2006
물량 기준 시장규모(천톤)	520	589	623
금액 기준 시장규모(십억불)	0.9	1.2	1.3
가정에서의 일인당 마요네즈 소비(kg/1명)	3.4	4.1	4.4

출처 : “Biznes Analitika” 마요네즈 시장조사

- 러시아에서 마요네즈 판매는 2006년에 최고치를 보여 전년 동기대비 금액 기준 7%, 물량 기준 2.1%의 성장률을 보임

♣ 마요네즈 소매판매 동향

품 목	금액 기준 소매판매 성장률(%)	물량 기준 소매판매 성장률(%)
마요네즈	7.0	2.1

출처 : ACNielsen Russia의 러시아 마요네즈 시장동향

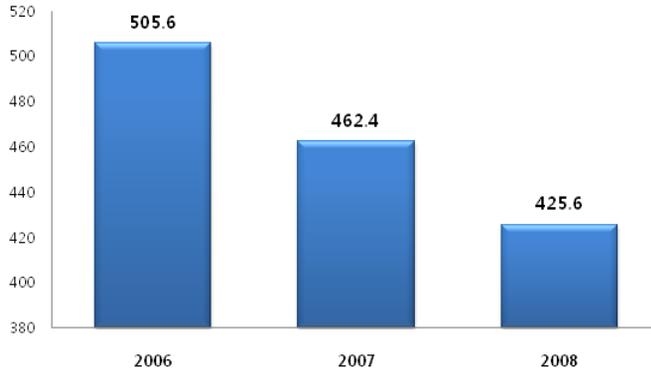
주 : 2006년 2월/3월~2006년 12월/2007년 1월간 기간과 2005년 2월/3월~2005년 12월/2006년 1월간 대비한 소매판매 성장률임

- 다음의 도표는 오직 최종 소매 소비자의 관점에서의 선호 및 구매량을 기술하는 수치임¹⁾
 - 2008년 러시아에서 마요네즈는 425,610톤, 1,205,267천개 포장이 판매됨
- 러시아에서 마요네즈 판매량은 2007년에 전년대비 8.5% 감소했고 2008년에 전년 대비 7.9% 감소함
- 다른 소스류와 조미료와의 상관관계에서 마요네즈는 러시아인들이 자주 애용하는 소스로 가장 높은 점유율을 보이고 있으며, 마요네즈와 경쟁할 수 있는 것은 오직 스메타나 뿐이라 할 수 있음
 - 2008년 기준 러시아에서 마요네즈 판매량은 소스류 중에서 가장 높은 35%의 점유율을 보임

1) 마요네즈 시장 판매규모 계산 시에 HeReCa 세그먼트(카페, 레스토랑, 호텔, 식당)에서의 마요네즈 구매는 제외시키고 소매판매만으로 제한함

[러시아 마요네즈 판매량(2006~2008년)]

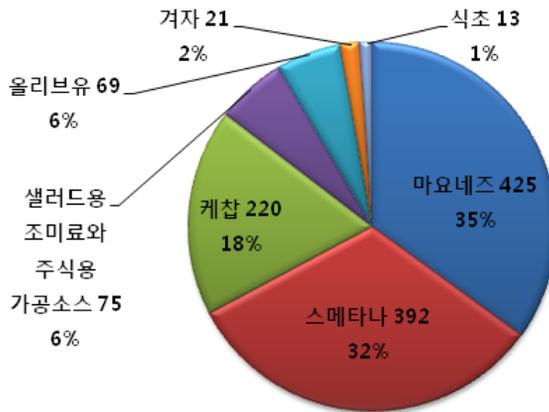
(단위 : 천톤)



출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사

[소스와 조미료 총판매량에서 마요네즈 점유율(러시아, 2008년)]

(단위 : 천톤, %)



출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사

■ 러시아 마요네즈 시장 선도 기업

- 러시아에서 마요네즈는 대다수 유지제품생산업체 혹은 소스생산업체들에서 출하되고 있음

- 러시아에서 현대적인 마요네즈 생산단지 토대는 두 가지 경향을 띠고 있음
 - 그 중 하나는 소련 시절부터 존재했던 전통적인 유지제품지역콤비나트(약 30여개)로 해당 지역에 제품공급을 주로 담당했음. 2003년 무렵 “부케트”(현재 명칭 “슬네치니예 프로дук트”), “니제고로드스키 홀딩”, “루스아그로”와 같은 러시아의 몇몇 대형식품홀딩들이 가장 성공을 거둔 유지제품지역콤비나트들 대부분을 사들였음
 - 이와 동시에 1990년대 시장에는 러시아 전역에 디스트리뷰터 체인을 건설하고 유지제품연방브랜드를 만들어낸 Unilever, “페트로소유즈”, “예프코”와 같은 몇몇 새로운 대형 오퍼레이터가 등장했음
 - 그 결과 2004년에는 이미 유지제품 시장의 대부분은 10개의 생산업체가 장악하게 되었고, 이 업체들의 점유율은 전 러시아 마요네즈 출하물량의 80% 이상을 차지하였음
- 2005년 상반기에 8개 대도시에서 실시된 조사에서 시장 점유율이 높은 생산업체는 “슬로보다”를 판매하는 ZAO²⁾ “예프코”(모스크바)로 나타남. 그러나 이 업체 외에 OOO “스키프”(모스크바), “페트로소유즈” 식품그룹(상트-페테르부르크), OOO “Unilever”(모스크바), OOO “발티모르 홀딩” 등과 같은 업체들도 비슷한 시장 점유율을 보임
 - 흥미로운 사실은 위에서 언급된 모든 업체들이 자체 매장에서 하나의 주요 브랜드와 여러 개의 부수적인 브랜드를 가지고 있다는 점임. 그러나 “페트로소유즈”의 경우 두 개의 주요 브랜드 “메치타 하자이키(주부의 꿈)”, “마야 시미야(나의 가족)”을 소유하고 있음
 - 그 다음으로 시장의 상당부분(약 10%)을 “MZHK(모스크바 유지제품콤비나트)”와 OAO “NMZHK(니제고로드 유지제품콤비나트)”가 지배하며 이 생산단지들이 각각 6위, 7위를 차지함. 이 업체들도 선도업체로 분류될 수 있음
 - 다음 언급되는 업체들은 8개 대도시에서의 점유율이 5% 미만이기 때문에 이미 언급된 업체보다는 상당히 소규모임. 주요 영세 업체들로는 예카테린부르크의 OAO “ZHK(유지제품콤비나트)”, OAO “NZHK(노보시비르스크 유지제품콤비나트)”, OAO “MKSPB(상트-페테르부르크 유지제품콤비나트)”가 있음
- 현재 마요네즈 부문 전체 오퍼레이터를 두 개의 그룹으로 나눌 수 있음
 - 첫 번째 그룹에는 Unilever, “발티모르”, “페트로소유즈”, “예프코”와 같은 회사들이 속하는데, 이들은 연방 브랜드를 소유할 뿐만 아니라, 러시아 전역을 커버하는 체계적인 디스트리뷰터를 소유하고 있음. 그러나 1990년대 초에 건설된 상대적으로 그리 크지 않은 생산라인을 갖고 있음. 이들 회사들의 제품은 시장의 고가 및 중간가 세그먼트를 차지하고 있음

2) 러시아에서 기업형태는 다음 세 가지로 구분할 수 있음 : ZAO(폐쇄형주식회사), OAO(개방형주식회사), OOO(유한책임회사)

- 두 번째 그룹에는 2003년에 형성된 홀딩들 -“부케트”(현재 명칭 “솔네치니예 프로дук트”), 니제고로드스키 홀딩, “루스아그로”-가 속하고 있으며, 아직 연방 브랜드와 판매채인을 갖지 않고 있으나 사들인 지역생산단지들을 통해 지역 시장들을 장악하고 있고 다양한 종류의 유지제품을 출하하고 있음. 이들 회사들의 제품은 영세한 독립생산업체들과 더불어 시장의 저가 세그먼트를 차지하고 있음

♣ 러시아 마요네즈 시장 선도 기업 Top5

(22개 대도시)

업 체 명	2007년 상반기 물량기준 순위	브랜 드 명
“솔네치니예 프로дук트”	1	모스콥스키, 올리베즈, 프로방살, 사라톱스키
OOO “스키트” (모스크바)	2	스키트 프로방살
OOO Unilever (모스크바)	3	칼베, Becel
ZAO “예프코” (모스크바)	4	슬로보다, 알테로, 피크닉
ОАО “니제고로드 유지제품콤비나트(NMZHK)” (니제고로드)	5	“스도브리”, “라바”, “네취느이”
Top5 기업들의 시장 총점유율 (물량기준)(%)	53.8	

출처 : “Biznes Analitika” 마요네즈 시장조사

♣ 마요네즈 시장 점유율(%)

(2007년 12/1월)

기 준	회 사 명(브랜드명)	금액 기준	물량 기준
주요 생산업체 Top5	<ul style="list-style-type: none"> • Unilever (‘칼베’), • 니제고로드 유지제품콤비나트(NMZHK) (‘라바’, ‘스도브리’ 등), • 솔네치니예 프로дук트 (‘모스콥스키 프로방살’, ‘추데스니차’, ‘올리베즈’ 등), • Essen Production AG (‘마헤예브’), • 예프코 (‘슬로보다’, ‘알테로’ 등) 	55.8	53.8
주요 브랜드 Top5	칼베, 마헤예브, 스도브리, 스키트, 슬로보다	41.1	38.1

출처 : ACNielsen Russia의 러시아 마요네즈 시장동향

주 : 러시아 24개 대도시에서 마요네즈 소매판매량 기준 Top5, 알파벳순으로 기술

■ 러시아 마요네즈 시장 특징

- 시장 포화로 인해 생산업체들간에 경쟁 심화
- 마요네즈 시장을 장악하고 있는 몇몇 선도업체들에 자본 집중
- 생산업체들이 마요네즈 종류(assortment)를 확대하기 위해 노력
 - 기본적으로 두 가지 방향을 추구하는데, 첫 번째는 훨씬 더 낮은 지방 함량 마요네즈 혹은 훨씬 더 높은 지방 함량 마요네즈를 출하하는 것과 두 번째로 다양한 맛과 향미 첨가제를 이용하는 것
- 경제위기가 닥치기 전까지 다른 식품 부문에서와 마찬가지로 러시아 마요네즈 시장에서도 프리미엄급 세그먼트가 발전함

나. 자국산의 생산 증감원인 분석

■ 러시아 마요네즈 시장 발전 경향

- 최근 몇 해 동안 대다수 마요네즈 생산회사들은 시장에서의 보다 큰 안정성을 담보하고 전체 생산망을 관리하기 위해 수직으로 통합된 구조로 변화되고 있음. 이와 같은 마요네즈 생산시스템의 장점으로서는 완제품의 품질을 감독할 가능성이 확대되고 원료공급이 중단될 위험도 감소되고 있음
- 마요네즈 시장 발전의 주요 추세에 관해 언급하자면, 시장 통합 과정이 지속되고 있음에 지적할 수 있음. 즉, 대형생산업체들은 경쟁업체들을 계속 사들이고 있고, 필연적으로 전체 생산자 공동체를 축소시켜 소규모 지역 생산업체들을 희생시키게 될 것임
 - 예를 들어, 이전에 니제고로드 콤비나트와 경쟁을 하던 페름과 사마르 지역 업체들이 GK “니제고로드 유지제품콤비나트(NMZHK)”의 계열로 들어갔음
- 이와 동시에, 대형홀딩들이 창설되고 디스트리뷰터 시스템이 연합되는 과정이 관찰되고 있음에도 불구하고, 마요네즈 시장은 대다수 지역들에서는 현지 생산업체들이 우세하다고 할 수 있음
 - 특히 소도시와 마을들에서 소비자들의 보수성이나 현지 생산제품에 대한 전통적인 옹호 이외에도 지역행정부가 그러한 현지 업체들에게 특혜조건들을 제시해주기 때문임. 따라서 마요네즈 시장에는 수많은 영세한 업체들이 존재하고 있음
 - 게다가 방부제를 첨가하지 않는 마요네즈의 짧은 판매기간 또한 시장의 “지역성”을 유지하는데 기여하고 있음
- 영세한 생산업체들은 주로 지지도가 높은 브랜드가 존재하지 않는 시장의 저가 세그먼트에 위치하고 있음. 그러나 영세업체들은 HoReCa 세그먼트(카페, 레스토랑, 호텔, 대기업 식당, 샐러드 등을 만드는 기업들에 납품)를 훨씬 더 재빨리 차지하고 있음

- 영세업체들은 어떤 외식업체들의 요리 특성에 맞추어 자신들의 제품 맛을 적응시키기가 훨씬 더 수월하기 때문임
- 또한 체인점들은 자체 상표(private label)의 마요네즈 생산을 소형업체들에게 할당해 주고 있어서 체인점들과 그 자체상표가 발전됨에 따라 영세업체들도 그 생산력을 늘려가고 있음

■ 시장 점유율 증가 성공 사례

- 최근 Nielsen의 마요네즈 시장조사 결과에 따르면, OAO “니제고로드 유지제품콤비나트(NMZHK)”에서 생산된 마요네즈가 2008년 초부터 시장 점유율을 넓혀가기 시작하여 시장의 15.3%를 차지하면서 그 전에 선두를 달리던 Efko사를 제치고 1위를 차지함
- “NMZHK”사가 시장 점유율을 높일 수 있었던 것은 효과적인 마케팅 프로그램을 실시했을 뿐만 아니라 다양한 마요네즈 종류를 선보이고 가장 전망 높은 유통망에서 판매를 촉진시키는 등 적극적인 상업적 전략을 펼친 결과라 할 수 있음
- “NMZHK”사는 현재 다양한 소비자층의 입맛을 모두 만족시킬 수 있는 모든 세그먼트의 마요네즈 종류를 선보이고 있음
 - 예를 들어, 고품질의 오리지널 제품을 선별하는 소비자를 위한 브랜드 “라바”,
 - 클래식한 “프로방스” 맛을 선호하는 소비자를 위한 브랜드 “스도브리”,
 - 저렴한 가격대를 찾는 소비자를 위한 브랜드 “네쥐느이”와 “자스톨리에”,
 - 새로운 맛을 맛보고 실험해보길 좋아하는 소비자를 위한 브랜드 “아스토리야”가 있음
 - OAO “NMZHK”는 시장에서의 당사의 입지를 굳히기 위해 2009년 가을에 마요네즈 시장에 몇몇 신제품을 동시에 선보일 준비를 하는 중임

2. 마요네즈 유통동향

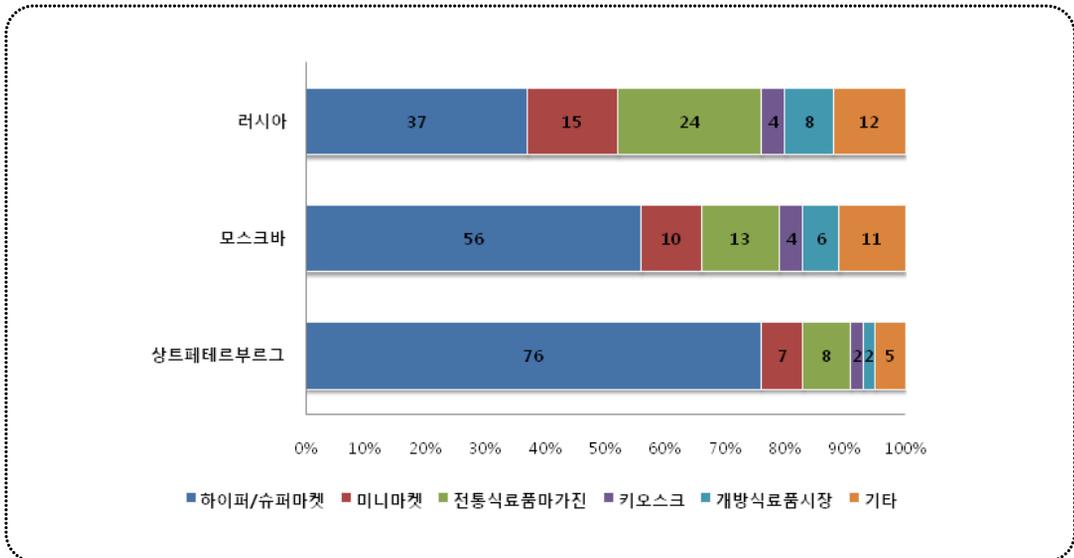
가. 현지 유통구조

■ 일반적인 소매유통 구조

- 러시아에서 소매유통망은 하이퍼마켓/슈퍼마켓(37%), 중소형 식료품점(24%), 미니마켓(15%), 개방시장(8%), 키오스크(4%) 등의 점유율을 보이고 있음
 - 모스크바에서는 하이퍼마켓/슈퍼마켓(56%)의 비중이 절반을 넘어서고 있으며, 그 외 유통망은 러시아 다른 도시들과 유사한 구조를 보이고 있음
 - 상트-페테르부르크에서는 러시아 다른 도시들에 비해 하이퍼마켓/슈퍼마켓(76%)이 차지하는 점유율이 압도적임

[소매유통망 점유율]

(단위 : 소비자 판매규모비율(%))



출처 : Nielsen 소매유통 감사자료

■ 러시아 마요네즈 시장 유통구조

- 러시아의 마요네즈 유통은 크게 대형유통매장, 중소형 식료품점(프로덕트), 키오스크, 개방시장으로 구분되고 있음
 - 대형유통매장 : 러시아산 뿐만 아니라 수입산 제품에 이르기까지 다양한 종류 구비, 수시로 실시되는 할인행사로 상대적으로 저렴하게 구입가능
 - 중소형 식료품점, 키오스크, 개방시장 : 규모가 작아서 상대적으로 가격이 비싸며 대다수 러시아산 브랜드 구비
- 최근 슈퍼마켓과 할인점이 유행하기 때문에 중소형 소매유통망의 중요성이 감소 되는 추세이지만, 마요네즈 유통의 경우 여전히 중소형 소매망의 판매 점유율도 높은 편임
- 마요네즈 유통의 특이점은 러시아 지역별로 마요네즈 판매구조 상에 차이를 보이고 있음
 - 모스크바에서는 개방시장 형태로 전체 수량의 55% 이상을 공급
 - 예카테린부르크에서는 개방시장 형태로 18%만을 공급하며 약 60%는 전통적인 식품점을 통해서 공급됨
 - 상트-페테르부르크에서는 슈퍼마켓과 할인점이 중요한 역할을 함

나. 타 수입산의 진출상황

■ 경쟁품목

- 러시아 마요네즈 시장에서 수입산은 극히 작은 부분을 차지하고 있으며, 대다수 러시아산 마요네즈가 시장을 장악하고 있음. 오래전부터 마요네즈 수요가 높았던 시장 환경으로 인해 국내 생산기반이 이미 확고히 잡혀있으며, 러시아 국내 자급률이 매우 높아 국내 수요를 국내산으로 거의 다 충당하고 있음. 따라서 현지 생산 마요네즈 브랜드 간의 경쟁이 매우 치열함
- 러시아산 마요네즈 브랜드 간의 경쟁은 이미 생산동향 파트에서 살펴본 바와 같이 주요 생산업체들의 판매 점유율을 통해 알 수 있음
- 1998년 러시아가 디폴트 선언을 하는 경제위기 전까지 다양한 품질과 다양한 가격대(특히 저가)의 수입산 마요네즈 브랜드가 시장에 많았지만, 그 이후 수입산 마요네즈의 입지는 시장에서 더욱 약해졌음. 그 결과 러시아 시장 진출에 장기적 계획을 갖고 있던 외국 기업들의 마요네즈 브랜드만 시장에 남아있게 되었고, 이 브랜드들은 시장에서 고가 세그먼트를 형성하여 모든 러시아인들이 구입할 수 있는 것은 아님. 예를 들어, Calve, Delmy(OOO “Unilever CIS”), Hellmann’s (Si-Pi-Si Foods, 2003년부터 “Unilever CIS”에 결합), Hamker(Hamker, 독일) 등이 있음. 이러한 업체들 중의 대다수가 러시아 현지 생산에 직접 뛰어들었음

다. 유통형태 및 규격

■ 종류별 마요네즈 시장 구조

- 고칼로리 마요네즈인 클래식한 맛의 “프로방살(프로방스)”의 점유율이 가장 높게 나타나며, 22개 러시아 대도시들에서 마요네즈 총판매의 약 절반가량(47.3%)을 차지하고 있음. 게다가 최근 “프로방살” 마요네즈 점유율은 더욱 증가하는 추세임
 - 2007년 상반기를 결산하면, 마요네즈 판매시장의 약 30%는 “올리브” 마요네즈가 차지하고 있으며, 2006년 동기에 전년대비 높은 성장률을 보였으나 안정화에 들어서 2007년에는 다소 감소되기도 함
 - 이외 30%의 점유율을 보이는 기타 마요네즈는 주로 저칼로리 및 중간 칼로리 소스들이고, 다양한 맛이 가미된 마요네즈는 낮은 판매를 보이고 있음
 - 맛이 가미된 경우 딜(미나리과 풀), 파프리카, 마늘과 버섯, 고추냉이와 레몬 등의 순으로 선호하고 있음

♣ 종류별 마요네즈 시장 구조

(단위 : 물량기준 점유율(%))

종 류	2005년 상반기	2006년 상반기	2007년 상반기
프로방스	45.5	44.5	47.3
올리브	25.8	28.9	28.2
다양한 맛 가미	1.2	0.6	0.2
기타	33.4	32.6	30.6

출처 : “Biznes Analitika” 마요네즈 시장조사

■ 포장 형태별 마요네즈 시장 구조

- 포장이 결정적인 요소는 아니지만 포장의 방식에 따라 마요네즈 매출이 증가하기 때문에 포장 자체로 상표의 이미지를 제고할 수도 있음
- 포장 형태별 마요네즈 판매 구조에서는 가장 보편적인 돌리는 마개가 없는 팩 혹은 마개 있는 팩이 우세를 보이고 있음. 특히 돌리는 마개가 있는 편리한 포장의 시장점유율은 2005년 상반기~2007년 상반기간 높은 성장률을 나타내고 있고, 이와 동시에 다른 포장 형태들은 이 시기에 마이너스 동향을 보임

♣ 포장 형태별 마요네즈 시장 구조

(단위 : 물량기준 점유율(%))

포장 형태	2005년 상반기	2006년 상반기	2007년 상반기
돌리는 마개 있는 팩	8.8	17.1	39.2
돌리는 마개 없는 팩	38.9	38.4	26.2
유리 단지	18.6	14.2	10.2
플라스틱 병/통	11.1	10.3	9.1
기타	22.7	20.0	15.3

출처 : “Biznes Analitika” 마요네즈 시장조사



twist-off 유리 단지	twist-off 플라스틱 단지	플라스틱 들통
		
플라스틱 병	쿠션형 Doypack	기타
		

■ 브랜드 명칭(Naming)

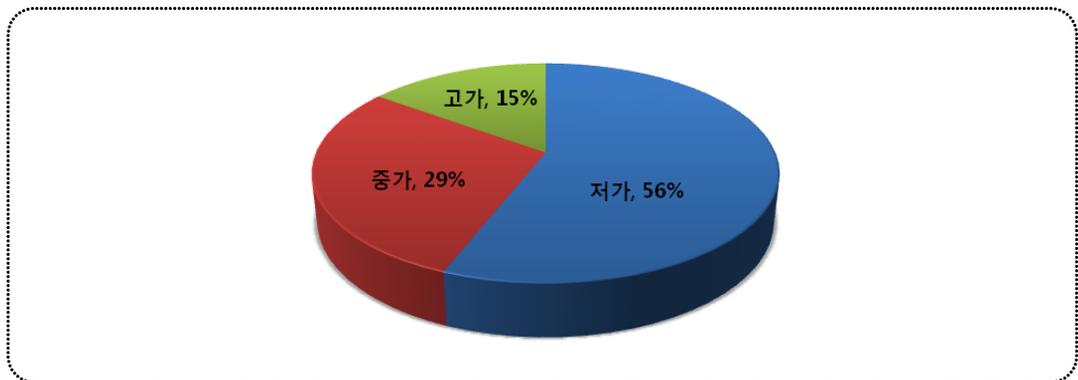
- 일반적으로 브랜드 순위는 주요업체들의 시장 점유율을 반영하며, 이로 인해 많은 업체들이 하나의 주요 브랜드에 집착하는 이유이기도 함. 두 개의 주요 브랜드를 가지고 있는 업체는 “하인츠-페트로소유즈”의 “메치타 하자이키(주부의 꿈)”, “마야 시미야(나의 가족)”과 OAO “NMZHK(니제고로드 유지제품콤비나트)”의 “랴바”, “프로방살”이 있음
 - 상기 4개의 상표가 가장 대중적인 마요네즈 명칭인 “프로방살(프로방스)”이라는 단어와 관련된다는 점은 주목할 만함. 대부분의 다른 브랜드는 각자의 오리지널 명칭을 가지고 있으며, “프로방살” 마요네즈, 올리브 마요네즈, 식품첨가물 마요네즈 등으로 출시됨
- 러시아에서 식품명칭은 러시아인들에게 어필할 수 있는 가족적이면서 친숙한 단어를 선택하는 경향이 있음. 예를 들어, 가장 클래식한 마요네즈 명칭인 “프로방살(프로방스)”는 마요네즈가 기원한 프랑스 프로방스 지역명에서 따온 것이며, “랴바”는 어린시절 친숙한 러시아동화 주인공 “랴바”에서 유래한 것이고, “스키트”는 벽지에 있는 러시아정교 신자들의 작은 부락이라는 의미로 원래 러시아인들은 수도원에서 만들어진 식품들이 품질이 높다는 의식을 갖고 있는 점을 공략하고 있음

- 이와 상반되게 러시아인들이 이국적인 것에 대한 관심이 높은 성향을 이용하는 명칭도 존재함. 예를 들어, “Mr. Ricco”는 이탈리아 남자 이름으로 러시아산 마요네즈이지만 수입산이라는 착각을 불러일으킬 뿐만 아니라, 일반 다른 마요네즈보다 가격대가 조금 더 비싼 편이지만 일반 계란이 아닌 메추라기알을 이용한다는 광고로 인해 소비자들은 품질이 더 나을 거라는 생각에 구매를 망설이지 않는 편임

라. 가격동향

- 소비자 시장에서 마요네즈 판매는 세 가지 가격 세그먼트로 구분될 수 있음
 - 저가 세그먼트 : 표준형 250그램 포장의 소매가로 10루블 미만
 - 중가 세그먼트 : 10~15루블 사이
 - 고가 세그먼트 : 소매가로 15루블 이상

[가격별 마요네즈 시장구조]



출처 : MMTS와 “Expertcenter”의 “러시아 마요네즈 시장” 조사

- 러시아 마요네즈 시장에서는 저가의 마요네즈가 시장 점유율이 가장 높으며, 증가, 고가 순을 보임. 이는 마요네즈가 러시아인들의 일반 식단에서 자주 사용되는 소스로 중하층 소비자들의 마요네즈 소비가 높기 때문임
- 브랜드별로 가격을 살펴보면, Unilever, “발티모르”, “페트로소유즈”, “에프코”의 브랜드들이 시장의 고가 및 중간가 세그먼트를 차지하고 있고, “솔네치니예 프로дук트”, 니제고로드스키 홀딩, “루스아그로”의 브랜드와 지역영세브랜드들이 시장의 저가 세그먼트를 차지하고 있음
- 하나의 브랜드 내에서 가격을 비교해보면, 동일한 용량과 지방함량, 동일포장방식의 “프로방살” 마요네즈가 올리브 마요네즈보다 2~3루블 정도 비싸며, “프로방살” 마요네즈

내에서도 클래식한 것보다 맛이 가미된 마요네즈가 3~4루블 정도 비싼 것을 알 수 있음. 또한 일반 계란분이 아닌 메추라기알 분말을 사용한 마요네즈가 4~6루블 정도 비싸게 판매되고 있음

“프로방살” 250ml 67% 18.4루블	‘올리브’ 250ml 67% 16.6루블
	
메추라기알 사용 67% 200ml 22.05루블	레몬즙 가미 “프로방살” 250ml 67% 21.49루블
	

3. 러시아 마요네즈 소비동향

가. 수요동향

■ 마요네즈 소비량

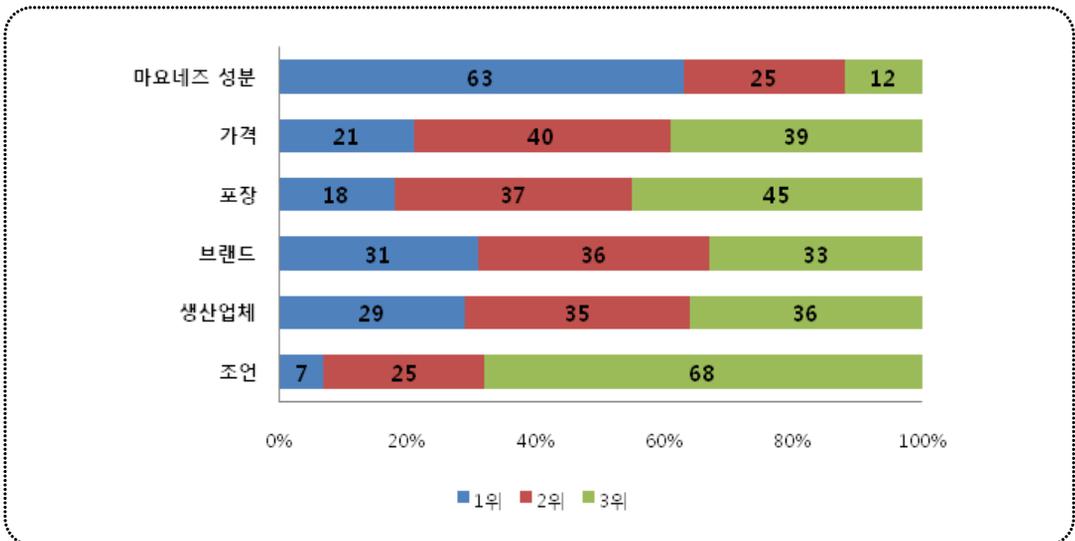
- 마요네즈는 산업생산소스 중에서 가장 널리 보급된 소스이며, 러시아에서 마요네즈 소비는 공장에서 만들어진 샐러드에 사용된 것과 HoReCa 부문에서의 사용을 모두 포함하면 2005년 기준 일인당 4.9kg을 소비하는 것으로 집계되며 2006년에는 5.3kg까지 성장했음. 게다가 마요네즈 시장의 성장은 비록 그리 높지 않은 템포이긴 해도 중산층과 하층의 소득 증가와 더불어 계속 지속될 것으로 예상됨
- 마요네즈 시장의 수용력 측면에서 볼 때, 러시아의 일인당 마요네즈 소비량은 비교적 높으며, 이 분야를 주도하고 있는 국가들(프랑스, 미국)과 동일선상에 있음. 하지만 러시아의 마요네즈 시장 규모에 대한 합의사항은 존재하지 않음. 러시아 연방통계위원

회는 약 35만 톤에 해당한다고 공식 발표한 반면 전체 소비액이 40~45만 톤, 심지어는 50만 톤에 달한다는 보고도 있음. 이와 같은 자료를 금액으로 환산하면 6억~10억 달러에 해당함

■ 마요네즈 선별 기준

- 마요네즈 시장 세그먼트는 지방함량, 맛, 가격, 포장유형 및 용량에 따라 나뉘질 수 있음
- 마요네즈 선택기준으로서 지방함량은 소비자들에게 상당히 중요한 문제임. 10~15%에서 75% 이상까지의 다양한 지방함량 수치가 존재하지만, 마요네즈는 전통적으로 3개의 주요 부문으로 분류할 수 있음 : 저칼로리(지방함량 40%미만), 중칼로리(40~55%), 고칼로리(55%이상)
- 대다수 소비자 조사 자료는 러시아인들이 고칼로리 제품을 선호함을 보여 주고 있음. 이 부문은 2005년 상반기 판매량과 판매액 모두에서 약 60%를 차지하며 판매량의 55%를 지방함량이 67%인 마요네즈가 차지했음
 - 중칼로리 제품은 판매량에서 23.8%, 판매액에서 27.6%를 차지함. 이 부문의 주력은 지방함량 55% 제품임
 - 결과적으로 판매량 17%와 판매액 12%를 저칼로리 제품이 차지하게 됨. 흥미로운 사실은 많은 소비자들이 저지방 제품을 낮은 품질로 생각한다는 점임. 그러나 최근 러시아인들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 저칼로리 마요네즈 부문도 확대되어 가는 추세임

[마요네즈 선별 기준]





- 포장의 경우 소비자들이 가장 선호하는 포장은 도이-팩(Doy-Pack)이며, 특히 보관하기 편리한 돌리는 뚜껑이 있는 도이-팩 선호가 증가하는 추세임

♣ 소비자 선호 마요네즈 포장 점유율(%)

Doy-Pack	Twist-off 단지	플라스틱 단지	플라스틱 들통	쿠션형 팩
50	24	17	7	2

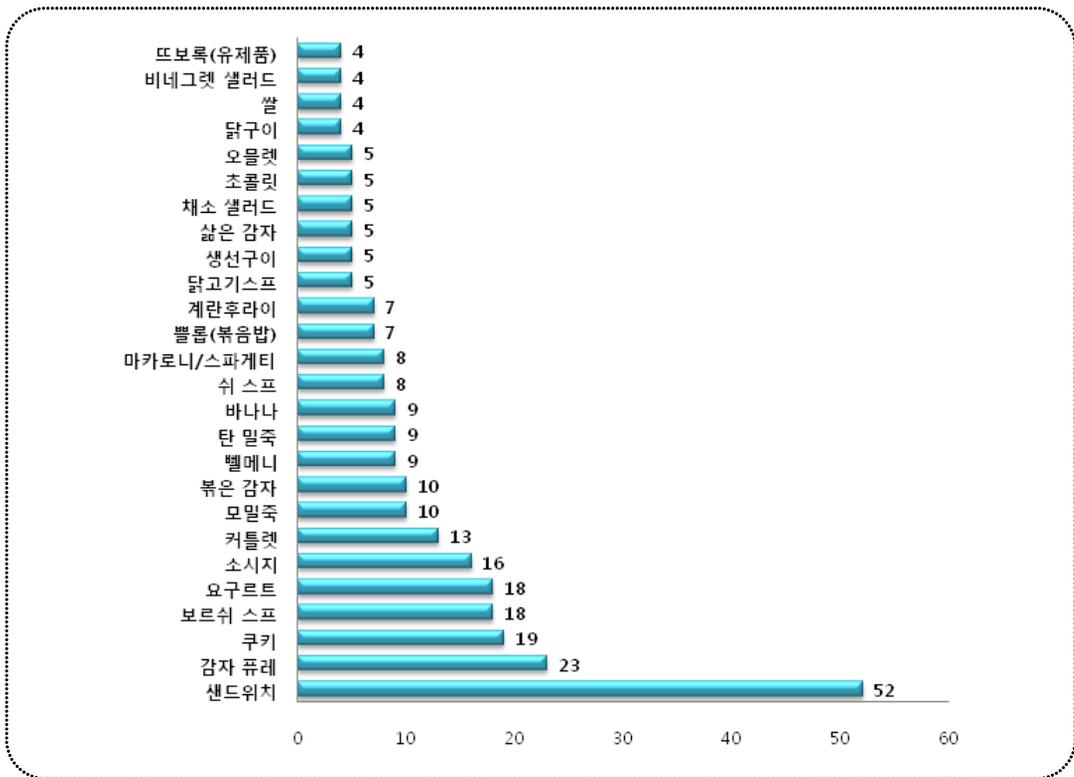
출처 : MMTS와 "Expertcenter"의 "러시아 마요네즈 시장" 조사

■ 마요네즈의 음식 사용

- 러시아인들은 샐러드를 많이 먹기 때문에 샐러드 소스로 가장 자주 이용되는 마요네즈 수요는 상당히 높은 편임. 소비자들의 식단에서 마요네즈 사용은 일상메뉴에 따라 좌우되고 있음

[러시아인의 식단(2008년)]

(가장 최근 집에서 당신은 무슨 음식을 먹었는가? 라는 질문에 대한 답변)(%)



출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사



- 위의 표를 보면 러시아인의 식단은 매우 다양한 것을 알 수 있음. 특히 샌드위치와 감자로 만든 요리들이 인기가 높음. 이러한 음식들의 대다수에 마요네즈를 첨가할 수 있거나 음식에 이용될 수 있음
- 마요네즈 사용 빈도를 알기 위해 러시아인의 식단에서 마요네즈가 얼마나 자주 기본요리들에 이용되고 있는가 하는 질문이 주어졌고, 설문조사자료에 의하면, 모든 샐러드의 51%가 마요네즈와 함께 만들어지고 있는 것으로 나타남. 마요네즈 사용량에 있어서 가장 많이 이용되는 샐러드는 올리비에와 계살 샐러드로 조사됨. 그러나 이 샐러드들은 비교적 가끔 만들어 먹는 음식으로 명절이나 기념일에 준비하는 것임. 위의 설문조사에서 가장 최근 먹은 음식으로 이 샐러드를 먹은 소비자들은 4%이하인 것으로 조사되었음

♣ 러시아인의 식단(2008년)

(가장 최근 어떤 음식을 만들 때 마요네즈를 사용했는가? 라는 질문에 대한 답변)(%)

음식을 만들 때 마요네즈 첨가함	%
샐러드(모든 종류)	51
올리비에 샐러드	80
계살 샐러드	95
채소 샐러드	42
사탕무(비트) 샐러드	37
주식(모든 종류)	21
닭고기	17
육류	11
생선	13
감자	8
샌드위치	16

출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사

- 이외에도 마요네즈는 샌드위치와 주식을 만들기 위해 이용되고 있음(샌드위치는 그리 자주 마요네즈를 사용하지 않고 있음. 16%만 사용). 샌드위치용의 마요네즈는 묽지 않은 것이어야 하고 요리법을 염두에 둘 필요가 있음
- 마요네즈는 음식이 완전히 준비된 단계에서도 자주 이용되고 있음. 스프, 썰메니, 소시지, 계란과 함께 마요네즈도 서브용으로 식탁에 올려놓음



♣ 러시아인의 식단(2008년)

(가장 최근 어떤 음식의 서브용으로 마요네즈를 사용했는가? 라는 질문에 대한 답변)(%)

음식을 만들 때 마요네즈를 첨가함	%
스프	32
뽕메니(러시아식 만두)	10
소시지	6
계란	7

출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사

■ 마요네즈 사용 빈도

- BusinesStat 설문조사 자료에 의하면, 러시아 주민 54%가 매일 마요네즈를 사용하고 있음. 27%는 일주일에 한번 이용하고, 마요네즈를 먹지 않는 러시아인들은 단지 4%에 불과함

♣ 러시아인의 식단(2008년)

(당신 가족들은 얼마나 자주 마요네즈를 먹는가? 라는 질문에 대한 답변)(%)

마요네즈 사용 빈도	%
일주일에 3번 이상	54
일주일에 2-3번	27
일주일에 1번	9
한 달에 2-3번	3
한 달에 1번	2
2-3달에 1번	1
반년에 1번 이하	0
전혀 사용하지 않음	4

출처 : BusinesStat 마요네즈 시장조사

나. 향후 소비전망

- 현재 러시아에서 마요네즈 소비는 그 한계에 도달했음을 확인할 수 있음. 최근 몇 년간의 소비자패널조사 결과를 살펴보면 러시아에서 마요네즈의 시장진출이 거의 100%에

달하고 있음을 증명해주고 있음. 즉, 실제 각각의 가정은 마요네즈를 정기적으로 사용한다고 밝히고 있음

- 이미 2005년부터 러시아에서 마요네즈 판매는 2가지 기본요소들의 영향 하에 감소되기 시작했다
 - 1) 건강한 삶의 방식을 따르려는 트렌드와 기름지고 칼로리 높은 음식을 거부하는 트렌드 : 마요네즈는 비다이어트 식품에 속하며 그 사용을 최소화하거나 훨씬 더 유용한 대용품(예를 들어, 올리브유)으로 옮겨가는 추세
 - 2) 사람들은 점차 집에서 가끔 음식을 만들어 먹기 시작했으며 마요네즈를 사용하는 전통적인 음식들(올리비에, 셀로드카 포드 슈보이(청어 샐러드) 등)은 오직 명절 혹은 기념일에 식탁에 오르게 됨
- 소비 전망에 관해서는 상당히 다양한 견해가 존재함. 일부 전문가들은 시장이 이미 포화점에 도달했으며 수요에서 3% 미만의 경미한 증가만을 예상할 수 있다고 주장하지만 전체 소비가 비교적 높은 수준으로 지속적으로 증가해서 10%에 달할 것으로 단언하는 자들도 있음
- 금전적인 면을 고려하면, 비록 현재 경제위기로 인해 소비자들의 소득원이 줄어들어 저가 상품을 찾는 소비자들이 늘어나고 있지만, 러시아의 잠재성을 고려한다면 저가 제품에서 고가 제품에 이르는 수요를 통해서 러시아 전체 마요네즈 소비에 대한 긍정적 경향이 분명하게 지속될 것으로 보임. 또한 수요는 건강에 이로운 고품질 제품으로 계속 변화할 것임

4. 러시아 마요네즈 수출입동향

가. 수출동향

- 국내 마요네즈 생산율이 높은 러시아는 CIS국가 중심으로 기타소스(마요네즈 포함)를 수출하고 있음. 2008년 러시아의 수출규모는 95,818천 달러, 59,760톤으로 집계되며, 금액기준 46.94% 증가, 물량기준 14.92% 증가함

(단위 : 천불, 톤)

구 분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
전 체	45,018	41,476	65,209	52,000	95,818	59,760
카 자 흐 스 탄	24,654	24,252	35,253	28,993	45,463	29,792



구 분	2006		2007		2008	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
몰도바	4,011	4,198	6,845	6,099	10,934	7,105
우크라이나	4,748	2,789	6,928	3,712	9,911	4,140
아제르바이잔	2,640	2,835	3,874	3,466	8,351	4,936
그루지야	2,614	2,189	3,072	2,057	3,805	2,125
터키	215	229	1,137	886	2,763	1,665
아르메니아	1,333	1,149	1,501	1,318	2,235	1,407
키르기스스탄	638	520	1,130	995	2,075	1,647
몽골	544	342	1,150	654	1,671	806
독일	491	432	760	571	1,227	686
리투아니아	74	106	557	713	1,223	1,272
체코	0	0	0	0	1,169	547
이스라엘	577	590	700	649	1,158	737
투르크메니스탄	156	192	518	464	1,004	718
타지키스탄	268	515	382	442	940	921
우즈베키스탄	104	174	315	388	797	847
미국	506	210	535	210	654	251
네덜란드	0	0	43	9	159	30

출처 : Global Trade Atlas

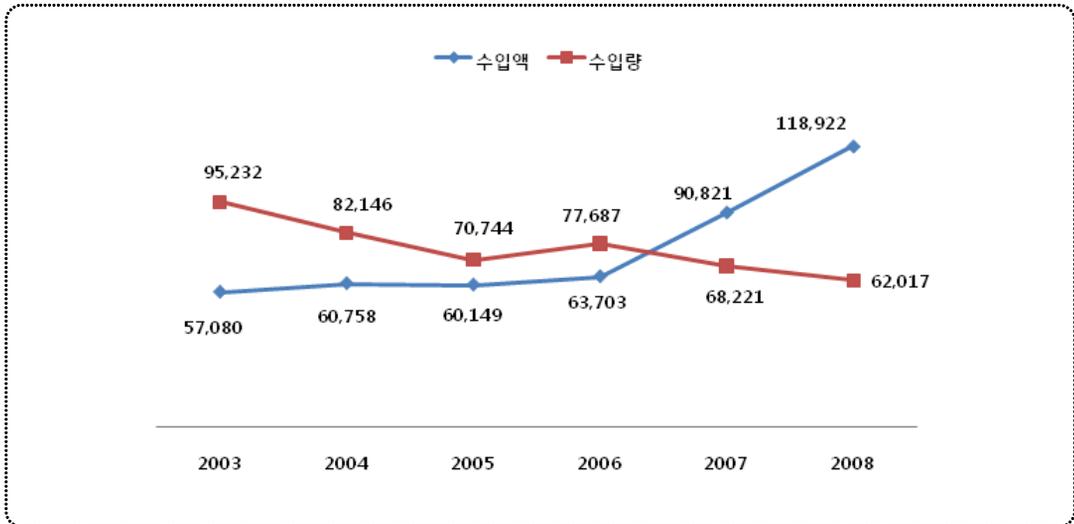
- 러시아의 주요 수출상대국은 카자흐스탄(점유율 47.45%), 몰도바(11.41), 우크라이나(10.34), 아제르바이잔(8.71)으로 나타남

나. 수입동향

- 높은 수입액 증가율 : 러시아의 기타소스(마요네즈 포함) 수입규모는 금액기준 매년 증가하는 추세이며 최근 3년간 약 2배가량의 높은 증가율을 보이고 있음

[러시아 연도별 기타소스³⁾ 수입동향]

(단위 : 천불, 톤)



■ 국가별 수입동향

- 러시아로 수입되는 기타소스(마요네즈 포함) 규모는 2008년 기준 118,922천 달러, 62,017톤으로 전년대비 금액기준 30.94% 증가, 물량기준 9.09% 감소를 보이고 있음. 비록 수입량은 줄어들고 있는 추세이지만, 수입단가 상승으로 인해 수입액은 대폭 증가함
- 2008년 기준 러시아의 기타소스(마요네즈 포함)는 오스트리아(29,563천 달러), 독일(17,895), 한국(15,775), 폴란드(9,217), 크로아티아(6,232) 등 다양한 국가에서 수입되고 있으나, 극동러시아에서는 한국, 중국산이 주로 유통되고 있음

♣ 주요 국가별 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

구분	2006		2007		2008		수입액 증감률(%)
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	
전체	63,703	77,687	90,821	68,221	118,922	62,017	30.94
오스트리아	6,719	10,523	16,108	8,250	29,563	7,363	83.53
독일	10,056	13,257	14,721	9,465	17,895	7,128	21.56
한국	11,526	23,034	12,857	23,081	15,775	23,367	22.69

3) HS코드 21039090 기준, Sauces And Preparations Therefor, Mixed Condiments And Mixed Seasonings (Excl. Soya Sauce, Tomato Ketchup And Other Tomato Sauces, Liquid Mango Chutney And Aromatic Bitters Of Subheading 2103.90.30) - 마요네즈 포함되어 있는 기타소스 통계수치임. 마요네즈(HS코드 2103909001)에 대한 통계자료는 따로 구분되어 있지 않음

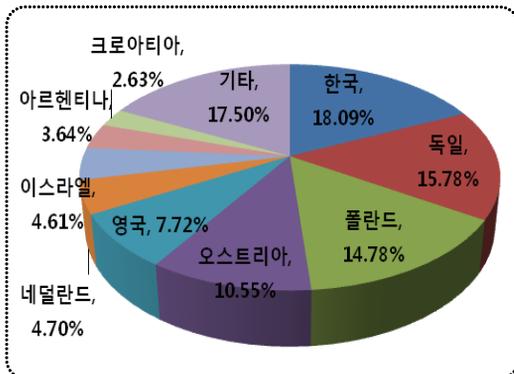
구분	2006		2007		2008		수입액 증감률(%)
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	
폴란드	9,415	8,139	8,751	4,685	9,217	2,997	5.33
크로아티아	1,673	3,311	3,794	2,492	6,232	2,922	64.25
영국	4,918	2,355	7,420	2,336	5,024	1,488	-32.29
네덜란드	2,996	1,527	4,110	2,534	4,947	2,968	20.35
이스라엘	2,938	855	2,860	769	3,152	793	10.22
아르헨티나	2,316	1,382	3,159	1,824	2,601	977	-17.65
우크라이나	866	551	1,996	1,307	2,557	1,258	28.07
프랑스	774	1,091	493	451	2,473	853	401.78
중국	670	480	1,626	1,079	2,214	1,372	36.15
미국	1,003	1,182	1,635	1,092	2,030	860	24.18
일본	527	257	888	370	1,897	665	113.72
핀란드	1,026	1,280	1,149	832	1,725	748	50.16
벨기에	710	1,187	783	417	1,281	279	63.71
베트남	620	2,258	800	2,218	1,019	2,138	27.44

출처 : Global Trade Atlas
 주 : HS코드 21039090

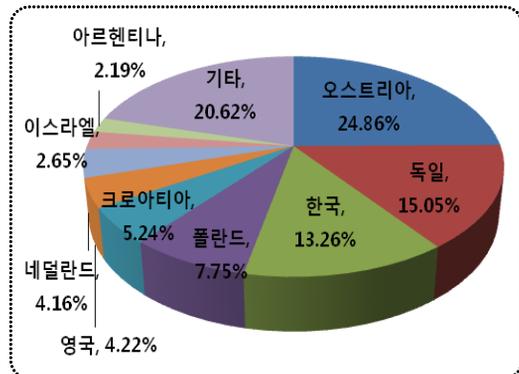
■ 국가별 시장 점유율

- 2006년도와 2008년도의 기타소스(마요네즈 포함) 수입국별 점유율을 보면, 금액기준 독일의 비중은 약 15%로 큰 변동이 없는 반면, 오스트리아산은 10.55%에서 24.86%로 대폭 증가세를 보였고 한국산과 폴란드산은 각각 4.83%, 7.03%씩 감소세를 보임

[2006년 국가별 수입액 비중]

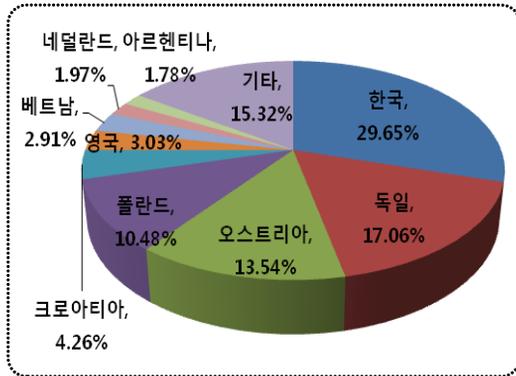


[2008년 국가별 수입액 비중]

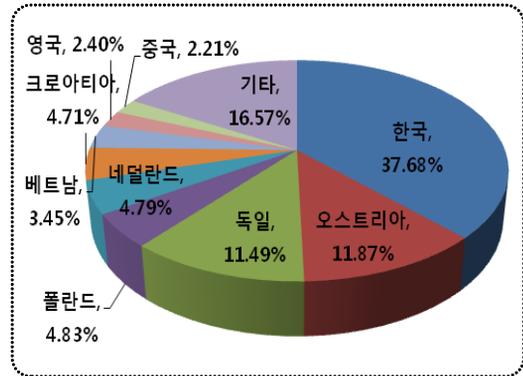


- 물량기준 러시아의 최대 기타소스(마요네즈 포함) 수입국은 한국이며, 최근 6년간 한국산 비중이 가장 높을 뿐만 아니라 매년 소폭 증가하는 추세를 보임. 2008년에는 전년대비 1.24% 증가한 23,367톤의 한국산이 수입되어 전체 수입시장에서 37.68%의 시장점유율을 보임. 한국산 다음으로 오스트리아, 폴란드, 독일산 순을 보이고 있으나, 수입물량은 줄어드는 추세로 전년대비 각각 10.74%, 36.02%, 24.69% 감소함

[2006년 국가별 수입량 비중]



[2008년 국가별 수입량 비중]



■ 국가별 수입단가

- 2008년도 기타소스(마요네즈 포함) 수입단가(1.92불)는 전년대비 44.04% 대폭 증가하였으며, 최근 6년간 계속 증가하는 추세를 보여 2003년 0.60불에 비해 2배 이상 증가함
- 기타소스(마요네즈 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

(단위 : USD/kg)

원산지	수입단가			'08/'07 증감률(%)
	2006	2007	2008	
전체 평균	0.82	1.33	1.92	44.04
오스트리아	0.64	1.95	4.01	105.63
독일	0.76	1.56	2.51	61.42
한국	0.5	0.56	0.68	21.19
폴란드	1.16	1.87	3.08	64.64
크로아티아	0.51	1.52	2.13	40.07



원산지	수 입 단 가			'08/'07 증감률(%)
	2006	2007	2008	
영 국	2.09	3.18	3.38	6.29
네 델 란 드	1.96	1.62	1.67	2.75
이 스 라 엘	3.44	3.72	3.98	7.00
아 르 헨 티 나	1.68	1.73	2.66	53.79
우 크 라 이 나	1.57	1.53	2.03	33.12
프 랑 스	0.71	1.09	2.9	165.30
중 국	1.4	1.51	1.61	7.08
미 국	0.85	1.5	2.36	57.63
일 본	2.05	2.4	2.85	18.94
핀 란 드	0.8	1.38	2.31	66.85
벨 기 에	0.6	1.88	4.59	144.12
베 트 남	0.27	0.36	0.48	32.22
스 위 스	1.44	1.92	8.23	329.38
덴 마 크	0.79	1.12	1.92	71.79
스 페 인	1.14	1.37	2.7	96.40
스 웨 덴	1.88	2.42	2.72	12.35
불 가 리 아	0.59	1.33	1.84	38.23

5. 통관 및 수입검사

가. 통관

■ 통관 구비 서류

- 일반적으로 통관에 필요한 서류는 다음과 같음 :
 - 수입계약서
 - 세관신고서(소정양식)
 - Commercial Invoice
 - Packing List
 - 운송서류(bill of lading, railway transportation bill, the CMR international car transportation bill, air transportation bill 등)

- 외환규제제도에 따른 서류 및 물품가액 증면서류
- 일반 수입물품에 따라서는 아래 서류도 제출해야 함 :
 - 러시아경제개발부에서 발행하는 (수입)면허 원본
 - 관련기관(농업부) 등에서 발행한 수입허가 서류 원본
 - 각종 인증서류(원산지 증명서, 위생 증명서, GOST 인증서, 가축병 증명서, 식물위생 증명서(수출국 식물검역증) 등)
- 통관시 주의사항
 - Invoice 상 명기된 물품 내역은 거래계약서에 명기된 내용과 일치해야 함
 - 통관 시 HS코드를 정확히 명기해야 함
 - 관세 산정을 위해서는 정확한 물품가액 평가가 중요하므로 이와 관련된 증빙서류를 충분히 확보 후 제시할 것(수출 신고 사본, 가격표 등)
 - 수입상이 수출상에게 보세창고 및 담당 세관의 정확한 주소를 알려줄 것

나. 러시아 마요네즈 수출입 관련 제도

■ 러시아의 마요네즈 수입 관련 제도

HS코드	품 목	수입관세율
2103 90 900 1	마요네즈 소스	15%

- 임시수입관세율 : 없음
- 소비세 : 없음
- 부가가치세 : 18%
- 담보 부과액 : 없음
- 특혜(preferential treatment) : 있음
 - 참조 : 저개발국 또는 개발도상국에서 수입되는 경우에는 관세특혜가 인정되는 상품 목록을 정했음. 저개발국과 CIS 국가에서 수입되는 경우에는 관세가 완전히 공제되며 개발도상국에서 수입되는 경우에는 25% 감소됨. 특혜 시에는 필요한 조건이 충족되어야 함 : 원산지 증명서의 존재, 상품의 직접 인도 등. 그렇지 않을 경우에는 일반 규칙이 적용됨. : 최혜국 대우국에서 수입되는 경우에는 기본비율이 적용되고 기타 국가에 대해서는 두 배가 적용됨
- 수입 라이선싱 : 없음

- 이중적용, 수입쿼터제 : 없음
- Certification : 요구(기본)
 - 인증서 요구되지 않음 ; 적합증명서(certIFICATE OF CONFORMITY)⁴⁾ 제출이 의무적인 것은 아님. 이와 동시에 코텍스 153조 5항에 입각하여 상품 신고 시에 제출한 정보들이 신빙성이 없는 것이거나 검증이 안 되는 것으로 보이는 특징들을 세관기관이 적발한 경우에 세관기관은 적합증명서를 이용하는 것도 포함하여 코텍스에 지시되어 있는 방법으로 부가 검사를 실시할 수 있음. 상품 신고 시에 제출하는 정보들은 대외무역 활동 정부규제에 관한 러시아연방법에 입각하여 확립된 해당 상품에 대한 금지조치 혹은 제한조치를 취하게 하는데 영향을 줄 수도 있음 ; (러연방관세청 공문 № 01-11/7403 09.02.20)
 - 인증서 요구되지 않음 : 맛 가미제-농축제 ; (러연방관세청 공문 №06-73/44906 06.12.19)
 - 인증서 요구 : 소스와 소스조제품을 만들기 위한 제품들 ---> 식물성기름을 토대로 한 소스; 마요네즈; 마요네즈 소스 ; 러시아연방 세관영역 내에서 해당 상품들의 용도에 입각하여 이용 혹은 소외시킬 가능성을 살펴보는 세관체제 하에 있는 건물에서 적합함을 반드시 확인시켜야 함 ; (정부령 №1039 08.12.27)
- 상품 분류(Classification) 확인 : 없음
- 위생검역증(Sanitary-Epidemiological Conclusion) 요구
 - 러연방관세청 공문 №01-11/11534 08.03.27

■ 러시아의 마요네즈 수출 관련 제도

- 수출관세율 : 없음
- 수출 라이선싱 : 없음
- 이중적용, 수출쿼터제 : 없음

다. 관련 수입제도

■ 위생검역제도

- 위생검사절차 : 제품검사 신청서 등록 및 서류제출 → 검사에 필요한 샘플 수량 결정 → 검사 관련 비용 계약체결 → 제품 관련 서류검사 및 제품테스트 → 검사결과에 따라 인증서 발급

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

- 제출서류 : 검사신청서, 수출입계약서, 안전증명서(수출국 발급), 제품설명서, 라벨(러시아어), 기타 검사기관 요청자료
- 위생검역증의 유효 기간은 제품의 유형, 제조 상황, 제출서류 및 규정에 의해 결정되지만, 일반적으로 1~5년간 유효함

■ 원산지 규정

- 원산지 증명은 일반적으로 수출국에서 발급하는 서류로 같음되며, 통관시 제출

■ 품질인증제도

- 러시아로 수입되는 제품은 러시아 국가표준규격위원회에서 인증하는 기관을 통해 러시아 위생증명서 및 GOST 인증서를 발급받아야 함
 - 샘플 테스트와 함께 러시아 위생증명서 획득 후 GOST 인증서 발급
 - 제출서류
 - 1) 품질 증명서(Certificate of Quality)
 - 2) GOST 테스트용 샘플, 각 제품별·용량별 4개 이상
 - 3) 러시아어 표기 라벨링
 - 4) GOST 인증 신청서
 - 첨부서류
 - 1) Packing List
 - 2) Commercial Invoice
 - 3) 제조일/유통기간
 - 4) 과일 및 식물은 식물검역증(Phytosanitary) 첨부

■ 식품표시제도 (라벨링)

- 1997.8.15일자 러시아연방정부령 №1037에 의거하여, 러시아 연방으로 수입되는 모든 소비재 물품은 러시아어로 제품 이름, 원산지 국가 및 제조업체, 제품용도, 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, 강제 인증에 관한 정보, 제조업체와 판매업체의 법적 주소

6. 한국산 유통동향 및 경쟁국 동향

■ 한국산 주요 수입품목 및 점유율

- 러시아의 기타소스(마요네즈 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·조분 과 그 조 제품	173,315	17,117	9.88%	오스트리아(17.43), 네덜란드(15.50), 독일(11.43)
210390 기타소스	118,923	15,775	13.26%	오스트리아(24.86), 독일(15.05), 폴란드(7.75)
21039090 기타소스(마요네즈 포함)	118,922	15,775	13.26%	오스트리아(24.86), 독일(15.05), 폴란드(7.75)

출처 : Global Trade Atlas

주 : 2008년 기준

■ 경쟁국 대비 장단점

- 한국산 오투기 ‘마요네즈’는 시베리아보다 극동지역에서 매우 인기가 있으며, 노보시비르스크에 위치한 한-러 합작회사인 ‘루카’사가 ‘졸로토이(골드)’ 브랜드로 ‘마요네즈’와 경쟁하고 있는 상황임
 - 가격 면에서 살펴보면, 러시아 현지 생산이 이루어지고 있는 ‘졸로토이’보다 가격대가 비싼 오투기 ‘마요네즈’가 약간의 고전을 하는 상황임
 - 또한 마요네즈 종류에 있어서도 ‘졸로토이’는 소비자들의 취향에 맞춰 선별할 수 있는 올리브 마요네즈, 고·중·저칼로리 마요네즈 등 다양하게 선보이고 있음
- “루카”사의 ‘졸로토이’는 노보시비르스크 지역을 주축으로 하여 시베리아 및 극동지역에서 유통되고 있고 현재 러시아서부지역인 야로슬라블에까지 진출한 상태임. ‘졸로토이’는 마요네즈를 만드는데 전통적으로 사용되는 계란분 대신에 진짜 계란 노른자를 사용하여 생산하는 점에서 품질을 인정받고 있으나, 러시아산에 비해 상대적으로 고가에 포함되고 있음(500g 포장 약 65.91루블)

- 모스크바에서도 한국산 마요네즈(“오투기”)가 영세도매시장, 몇몇 대형유통할인점, 인터넷 주문 사이트, 한인상점에서 유통되고 있으나 극히 소량에 불과함

일본 마요네즈	한국 오투기 ‘골드마요네즈’	한-러 합작 ‘루카’ ‘졸로토이(골드)’
		

- 일본산 마요네즈는 주로 일식레스토랑과 함께 운영되는 일본식품점에서 판매되거나 스시용 식품을 판매하는 인터넷 주문 사이트에서 소량 유통되고 있음. 일본산은 프리미엄 급에 속하는 것으로 500g 포장에 약 205~315루블에 거래되고 있어 한국산 ‘오투기 마요네즈’가 가격 경쟁력이 높음

7. 한국산 수출확대방안

- 전문가들과 잠재 고객들이 말한 바와 같이, 러시아 마요네즈 시장은 전망이 있음. 하지만 러시아에서 신규 생산자들이 부딪힐 수 있는 주요 문제는 고객들이 주로 러시아 생산자들이 생산한 제품을 선호하고, 또한 전문가들의 평가에 따르면 일반적으로 개별 지역에서는 해당 지역 업체들이 더 인기 있다는 점임. 외국 제품들은 주로 슈퍼마켓에 제공되고 그것들은 수요가 많지 않은 고가의 제품군으로 받아들여지고 있음. 따라서 신규업체는 우선적으로 중산층의 소비자들이 접근할 수 있는 경쟁력 있는 가격을 제시해야 함
- 이미 포화상태인 마요네즈 시장을 고려할 때 가능한 다른 문제점은 새로운 브랜드가 현 제품들 사이에서 사라질 수 있다는 점임. 따라서 전시회에 참가하거나, 특정 잡지(예를 들면, "Food and drinks"와 "Russian food market")에서의 광고, 대형 러시아 유통조직과의 연계 같은 효과적인 홍보 전략을 개발해야 함. 게다가 식품의 안전성을 중시하는 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. 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 시베리아 및 극동지역의 경우 현지 소비자들의 한국산 브랜드에 대한 인지도가 높은 만큼, 적격 바이어 및 딜러 발굴 그리고 현지 시장에서 요구되는 일정 부분 프로모션 제공 등을 통해 적극적인 시장진출에 나선다면, 서부러시아지역에 비해 시장진출이 훨씬 수월할 것으로 판단됨
- 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 한국산 제품이 극동지역 바이어에게만 독점되는 실정에 대해 불만을 토로하며 중간상을 거치지 않고 한국으로부터 직수입을 원하고 있음

참고 자료

■ 마요네즈 정보 관련 사이트

- 연방 통계위원회
 - <http://www.gks.ru/>
- 러시아 관세 조회 사이트
 - <http://www.tks.ru/>
- 과자산업 정보분석센터 "Inform Konditer"
 - 과자류 및 마요네즈 시장 관련 뉴스, 시장분석, 과자류 목록 및 업체 조회
 - <http://www.conditer.ru/>
- 정보 검색 시스템 Webagro.net
 - 농업 관련 뉴스, 시장 동향, 업체 및 가격 조회
 - <http://www.webagro.ru/>
- 농민신문
 - 농업 관련 뉴스, 전문가들의 평가 등 조회, 지난 한 주간 혹은 한 달간 뉴스 중 토픽을 선별해놓아서 뉴스 검색에 편리함
 - <http://www.agronews.ru/>

- 러시아식품시장 잡지
 - 러시아 식품 관련 시장 동향
 - <http://www.foodmarket.spb.ru/>
- Foodretail
 - 식품시장 관련뉴스, 관련업체, 가격 조회
 - <http://foodretail.ru/>
- Product
 - 식품시장 관련뉴스, 동향, 관련업체 조회
 - <http://www.product.ru/>
- Food Newsweek
 - 식품시장 관련 뉴스, 동향, 시장분석, 마케팅 등 잡지
 - <http://www.profnavigator.ru/>

