

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 러시아 간장 경쟁제품 선정	6
2. 러시아 간장 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 러시아 간장 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 러시아 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	29
1. 러시아 간장 경쟁기업 포지셔닝	30
2. 러시아 간장 경쟁기업 현황	31
3. 러시아 간장 경쟁기업 분석	33

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	40
Interview ① 시부키 (Sibuki)	41
Interview ② 아즈부카 브카사 (Azbuka Vkusa)	43
Interview ③ 레드 드래곤 (Red Dragon)	45
Interview ④ 라면샵 (Ramyon Shop)	47
Interview ⑤ 사쿠람 (Sakkuram)	49

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	52
1. 제품 경쟁력 검증	53
2. 기업 마케팅 벤치마킹	57

*참고문헌	59
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 러시아 간장 경쟁제품 선정
2. 러시아 간장 경쟁제품 조사지표 선정
3. 러시아 간장 경쟁제품 포지셔닝
4. 러시아 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보



Competitive Product

(경쟁제품)

러시아 (RUSSIA) 간장

방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	전통식품	음료/주류	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	편의점	유기농 매장	창고형 매장
	아시안마트	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	리퀴드샵

러시아 (RUSSIA) 간장 매장 조사

	빠초로취까 (5 Пятёрочка) (슈퍼마켓)	마그닛 (Magnit) (하이퍼마켓)	에코 마르ket (Eko-market) (슈퍼마켓)
전경			
조사 제품	1개	3개	1개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년도 설립 • 2002년부터 프랜차이즈로 성장 • 러시아 식품 소매업체 엑스피어브 리테일 그룹 (X5 Retail Group) 산하에 있음 • 우크라이나 및 카자흐스탄까지 확장함 • 2019년 러시아 식품 소매 점유율 1위 	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년도 설립 • 러시아 내에서 현재 가장 빠르게 성장하는 유통기업 중 한 곳임 • 하이퍼마켓뿐만 아니라 드럭스토어, 편의점 사업을 함께 운영함 • 2019년 러시아 식품 소매 점유율 2위 	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년도 설립 • 쇼핑센터형 마켓으로 식품 시장과 푸드코트, 상점, 식당&카페 등 단일 마켓으로 구성됨 • K-pop 등 한국 문화관련 행사를 자주 진행함
	아즈부카 브쿠사(Azvuka Vkusa) (슈퍼마켓)	자스민 (Jasmin) (한인마트)	
전경			
조사 제품	4개	5개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년도 설립 • 슈퍼마켓 102개, 하이퍼마켓 10개, 미니마켓 56개, 비스트로 2개 매장 보유함 • 고품질의 제품만을 취급하며, 24시간 운영함 	<ul style="list-style-type: none"> • 한식당, 일식당과 슈퍼마켓을 병행하여 운영 • 자체 온라인 매장을 운영, 모스크바 전역으로 물품 배송함 • 한인마트로 다수의 한국 및 외국산 간장 브랜드를 취급함 	

Competitive Product

(경쟁제품)

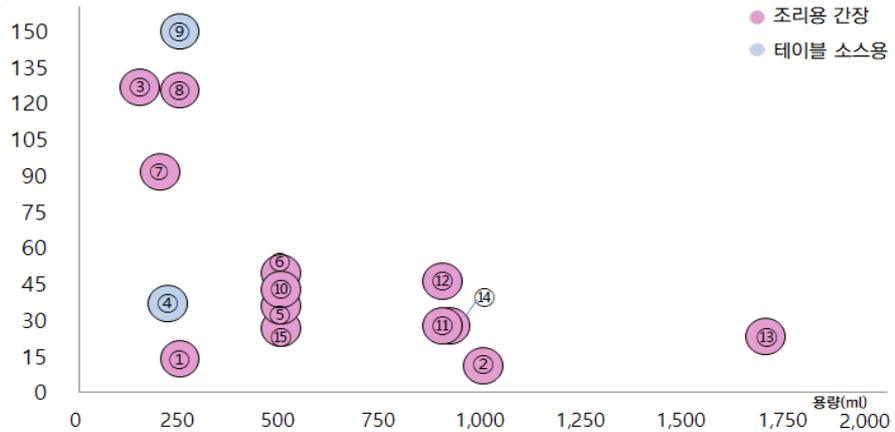
러시아 (CHINA) 간장 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 온·오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 형태

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 용량(ml)
· Y축 : 소비자가격(러시아 루블)

소비자가격(러시아 루블)



러시아 (RUSSIA) 간장 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(경쟁기업)	원산지	용도	가격 (총합) ¹⁾	가격 (100ml 당)	용량 (ml)	포장 형태	감미료 포함 여부 ²⁾
간장	① 소우스 소에비 클라시체스키 250ml (소스트라)	러시아	조리용	34.99루블 (658원)	14.00루블 (263원)	250	유리병	포함
	② 소우스 소에비 클라시체스키 1L (소스트라)	러시아	조리용	109.90루블 (2,066원)	10.99루블 (207원)	1,000	플라스틱병	포함
	③ 소에비 소우스 나뚜랄노보 브로체니아 키코만 150ml (키코만)	네덜란드	조리용	189.90루블 (3,570원)	126.60루블 (2,380원)	150	유리병	(-)
	④ 소우스 소에비 테리아키 (소스트라)	러시아	테이블소스 (시즈닝)	81.90루블 (1,540원)	37.23루블 (700원)	220	유리병	포함
	⑤ 소우스 소에비 쓰베틀리이 수페리오르 나뚜랄노보 브로체니아 (광동 피알비이 바이오텍)	중국	조리용	180.00루블 (3,384원)	36.00루블 (677원)	500	유리병	(-)
	⑥ 소에비 소우스 아마사 (아마사 그룹)	일본	조리용	249.00루블 (4,681원)	49.80루블 (936원)	500	플라스틱병	(-)
	⑦ 소에비 소우스 예상 티체프 미트라프 (E사)	한국	조리용	183.00루블 (3,440원)	91.50루블 (1,720원)	200	플라스틱병	(-)
	⑧ 소에비 소우스 나뚜랄노보 브로체니아 키코만 250ml (키코만)	네덜란드	조리용	314.00루블 (5,903원)	125.60루블 (2,361원)	250	유리병	(-)
	⑨ 찌프루소보-소에비 소우스 폰주 리몬 (키코만)	네덜란드	테이블소스 (시즈닝)	375.00루블 (7,050원)	150.00루블 (2,820원)	250	유리병	포함
	⑩ 소에비 소우스 진S (B사)	한국	조리용	214.00루블 (4,023원)	42.80루블 (805원)	500	플라스틱병	포함
	⑪ 소에비 소우스 상송 (D사)	한국	조리용	251.00루블 (4,719원)	27.89루블 (524원)	900	플라스틱병	포함
	⑫ 슬라보볼니이 소에비 소우스 페.엠 상송 (D사)	한국	조리용	417.00루블 (7,840원)	46.33루블 (871원)	900	플라스틱병	포함
	⑬ 소에비 소우스 1.7L (C사)	한국	조리용	397.00루블 (7,464원)	23.35루블 (439원)	1,700	플라스틱병	포함
	⑭ 소에비 소우스 900ml (C사)	한국	조리용	251.00루블 (4,719원)	27.89루블 (524원)	900	플라스틱병	포함
	⑮ 비아셀러 소이 소에비 (출리맥스 푸드)	베트남	조리용	135.00루블 (2,538원)	27.00루블 (508원)	500	플라스틱병	포함

(*) 현지 판매 간장 경쟁제품 15개 분석

1) 1루블= 18.80원 (2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 판매 간장 경쟁제품 15개 분석

1. 러시아 간장 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 제품 종류에 따라 선정한 제품

- 간장 제품 (조리용) : 러시아에서 판매되고 있는 간장 (조리용) 경쟁제품 13개 선정
- 간장 제품 (테이블소스용) : 러시아에서 판매되고 있는 간장 (테이블소스용) 경쟁제품 2개 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 매장 및 온라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
 - (*) 5개 채널 : 삐초로취까 (Pyaterochka, 5 Пятёрочка), 마그닛 (Magnit), 에코 마켓 (Eko-market), 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa), 자스민 (Jasmin)
- 온라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
 - (*) 4개 채널 : 오존 (Ozon), 오상(Auchuan), 스페르마켓 (Sber Market), 아디프로 (Adipro), 코샴 (Koshop)

[표 1.1] 러시아 간장 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 용도		유형별 매장 입점 여부	
	조리용	테이블소스 (시즈닝)	오프라인	온라인
① 소우스 소에비 클라시체스키이 250ml (소스트라)	○		○ (삐초로취까)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로)
② 소우스 소에비 클라시체스키이 1L (소스트라)	○		○ (마그닛)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로)
③ 소에비 소우스 나뚜랄노보 브로체니아 키코만 150ml (키코만)	○		○ (마그닛)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로, 코샴)
④ 소우스 소에비 테리아키 (소스트라)		○	○ (마그닛)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로)
⑤ 소우스 소에비 쓰베틀리이 수페리오르 나뚜랄노보 브로체니아 (광동 피알브이 바이오텍)	○		○ (에코 마켓)	○ (오존)
⑥ 소에비 소우스 아마사 (아마사 그룹)	○		○ (아즈부카 브쿠사)	○ (오존)
⑦ 소에비 소우스 예상 티체프 미트라프 (E사)	○		○ (아즈부카 브쿠사)	○ (오존)
⑧ 소에비 소우스 나뚜랄노보 브로체니아 키코만 250ml (키코만)	○		○ (아즈부카 브쿠사)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로, 코샴)
⑨ 피뜨루소보-소에비 소우스 폰주 리몬 (키코만)		○	○ (아즈부카 브쿠사)	○ (오존, 스페르마켓, 아디프로)
⑩ 소에비 소우스 진S (B사)	○		○ (자스민)	○ (오상, 스페르마켓)
⑪ 소에비 소우스 싱송 (D사)	○		○ (자스민)	○ (아디프로, 코샴)
⑫ 슬라보블나이 소에비 소우스 떼엠 싱송 (D사)	○		○ (자스민)	○ (오존, 아디프로, 코샴)
⑬ 소에비 소우스 1.7L (C사)	○		○ (자스민)	○ (아디프로, 코샴)
⑭ 소에비 소우스 900ml (C사)	○		○ (자스민)	○ (아디프로, 코샴)
⑮ 비아셀러 소이 소에비 (출리맥스 푸드)	○		(-)	○ (오존, 코샴)

(*) 현지 판매 간장 경쟁제품 15개 분석

2. 러시아 간장 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 가격
 - 오프라인 채널에서 판매되고 있는 소비자 판매 가격
 - 오프라인 채널에서 판매되고 있는 경쟁제품 100ml당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 용량
 - ※ 250ml 이하 용량의 제품은 소용량, 500ml 이상 용량의 제품은 대용량으로 구분

▶ 조사 지표 ③ 용도

- 경쟁제품의 제품명 및 제품 홍보 문구에 근거하여, 조리용과 테이블소스(시즈닝)로 분류
 - 조리용: 음식을 조리하는 과정(가열, 소스 제조, 샐러드 드레싱 소스, 조리용 양념 등)에 사용되는 경우가 이에 해당함
 - 테이블소스(시즈닝): 조리 과정이 아닌, 음식을 먹을 때 곁들여 먹는 경우를 의미하며 만두나 초밥을 찍어먹는 디핑 소스로 사용될 때도 이에 해당함

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
 - 플라스틱병: 플라스틱소재의 병 용기에 내용물이 들어있는 포장
 - 유리병: 유리소재의 병 용기에 내용물이 들어있는 포장

▶ 조사 지표 ⑤ 원산지

- 경쟁제품의 원산지를 조사

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 경쟁제품의 유통기한을 조사

▶ 조사 지표 ⑦ 첨가물(감미료)

- 경쟁제품 성분 중 간장 제조에 사용되는 기본적인 원료(물, 콩, 밀, 소금)를 제외한 첨가물(감미료³⁾)의 포함 여부 조사

3) 감미료: 음식에 단맛을 내기 위해 사용하는 당류로, 설탕, 과당, 올리고당, 수크랄로스(설탕에 비해 600배의 단맛을 가진 무열량 감미료), 감초추출물 등 단맛을 느끼게 하는 첨가물

[표 1.2] 러시아 간장 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량(ml)		제품의 용량
용도	조리용	조리 용도로 판매되는 제품
	테이블소스(시즈닝)	음식과 곁들여 먹거나 찍어 먹는 용도로 판매되는 제품
포장 형태	플라스틱병	플라스틱병 용기
	유리병	유리병 용기
원산지		제품의 원산지
유통기한		제품의 유통기한
첨가물(감미료)		설탕, 과당, 올리고당, 수크랄로스, 감초추출물 등 단맛을 내는 첨가물 포함 여부

3. 러시아 간장 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 소우스 소에비이 클라시체스카이 250ml (소스트라)
- ② 소우스 소에비이 클라시체스카이 1L (소스트라)
- ③ 소에비이 소우스 나뚜랄노보 브로쨤니아 키코만 150ml (키코만)
- ④ 소우스 소에비이 테리아키 (소스트라)
- ⑤ 소우스 소에비이 썬베틀리이 수페리오르 나뚜랄노보 브로쨤니아 (광동 피알브이 바이오텍)
- ⑥ 소에비이 소우스 야마사 (야마사 그룹)
- ⑦ 소에비이 소우스 예상 티체프 미트라프 (E사)
- ⑧ 소에비이 소우스 나뚜랄노보 브로쨤니아 키코만 250ml (키코만)
- ⑨ 찌뜨루소보-소에비이 소우스 폰주 리몬 (키코만)
- ⑩ 소에비이 소우스 진S (B사)
- ⑪ 소에비이 소우스 상송 (D사)
- ⑫ 슬라보볼나이 소에비이 소우스 페.엠 상송 (D사)
- ⑬ 소에비이 소우스 1.7L (C사)
- ⑭ 소에비이 소우스 900ml (C사)
- ⑮ 비이셀러 소이 소에비이 (출리맥스 푸드)

▶ 포지셔닝 ①: 테이블소스(시즈닝) 간장 평균 가격, 조리용 간장 보다 높아

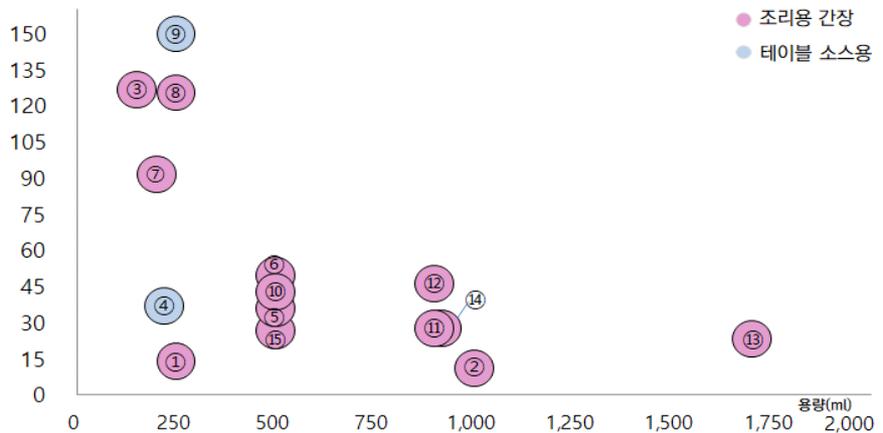
러시아 온·오프라인 매장에서 조사된 경쟁제품 15개는 장시간 가열하는 음식이나 샐러드 드레싱, 양념용으로 쓰이는 조리용 간장과 만두나 초밥을 찍어먹는 디핑 소스로 사용되는 테이블소스(시즈닝) 간장, 총 2가지 종류로 구분됨. 경쟁제품 15개를 제품 종류별 기준 100ml당 가격을 비교한 결과, 조리용 간장 제품 13개의 평균 가격은 49.98루블(940원), 테이블소스(시즈닝)간장 제품 2개의 평균 가격은 93.62루블(1,760원)로 테이블소스(시즈닝) 간장 제품이 조리용 간장 제품가격 보다 약 1.9배 높음

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품의 용량에 따른 비교 (대·소용량)

러시아 온·오프라인 매장에서 조사된 간장 경쟁제품 15개는 용량을 기준으로, 500ml이상의 대용량 제품(9개)과 250ml이하의 소용량 제품(6개)으로 구분됨. 경쟁제품 15개의 100ml당 가격을 비교한 결과, 대용량 제품 9개의 평균 가격은 32.45루블(610원), 소용량 제품 6개의 평균 가격은 90.82루블(1,707원)인 것으로 조사됨. 소용량 제품 기준으로, 100ml당 가장 높은 가격은 키코만(Kikkoman)의 찌뜨루소보-소에비이 소우스 폰주 리몬 간장이 100ml당 150.00루블(2,820원)이며, 러시아 로컬 간장인 소스트라 (С ен Со й)의 소우스 소에비이 클라시체스카이의 가격이 14.00루블(263원)로 가장 낮음. 한편 대용량 제품 중에서는 일본 야마사 그룹의 소에비이 소우스 야마사 (Со е в ы й Со у с Ya-ma-sa)가 100ml당 가장 높은 가격인 49.80루블(936원)로 조사되었으며, 러시아 소스트라의 소우스 소에비이 클라시체스카이 1L가 10.99루블(207원)로 최저가를 기록함

[표 1.3] 러시아 경쟁제품 포지셔닝

소비자가격(러시아 루블)



자료 : 러시아 간장 경쟁제품 15개 분석 결과

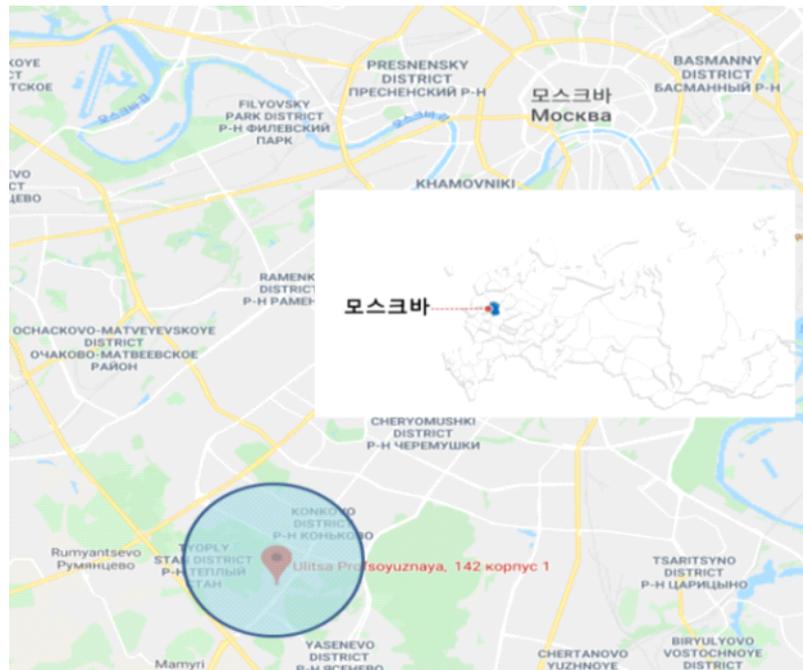
4. 러시아 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 러시아 남서부 티오플리 스탠 지구, 방문지역으로 선정

모스크바 12개 행정지구 중, 남서부 행정지역에 속하는 티오플리 스탠지구(Tyoply Stan)는 2개의 트롤리 버스 노선과 주요 노선인 지하철 6호선이 교차하는 지역으로, 지역 외곽순환도로와도 인접하여 접근성이 좋음. 주변 지역으로 지방자치단체인 콘코보(Konkovo), 오브루체브스키(Obruchevsky), 트로빠요보-니쿨리노(Troparyovo-Nikulino) 및 야스네보(Yasenevo) 지역과 맞닿아 있으며, 레닌(Lenin)가, 오스트로비트야노바(Ostrovityanova)거리가 지나가는 요충지로 인근에 많은 숲 공원, 고고학박물관, 역사기념관이 있어 외부 방문객 및 유동인구가 많음. 연평균 4,000만 명 이상이 찾는 복합쇼핑몰 메가 티플리 스탠 (Mega Teply Stan)을 포함해 티빈 플라자(Tvin Plaza), 에코 마켓(Ekomarket)등 다수의 대형슈퍼마켓이 있으며, 주변에 3곳의 아파트 단지가 있음⁴⁾

모스크바 남서부 티오플리 스탠 지구 ⁵⁾	
인구('19)	134,321 명
지역 GDP('19) ⁶⁾ (204조 1,769억 원)	10조 9,361억 루블
면적	7.5 제곱킬로미터
지역사진	

[표 1.4.1] 방문 매장 및 지역 특징



자료: 구글맵(Google Maps)

4) 러시아 연방 통계국 (www.gks.ru), 러시아 티오플리 스탠 지구 정부 홈페이지 (teplystan.mos.ru)

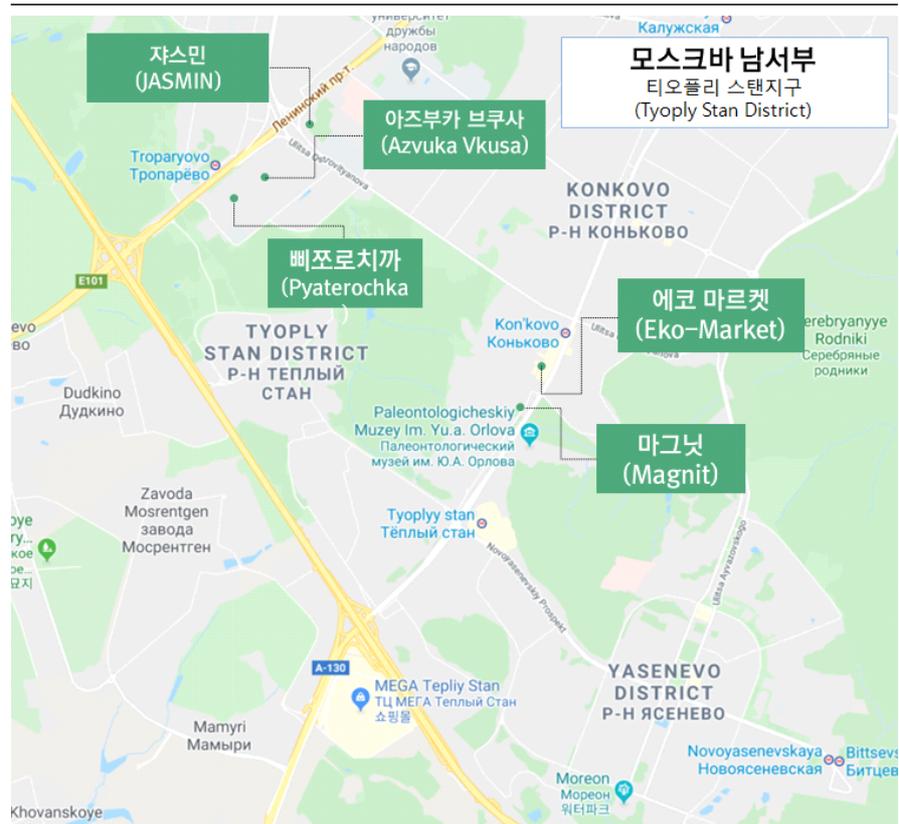
5) 러시아 연방 통계국 (www.gks.ru)

6) 티오플리 스탠 지구의 GDP데이터 부재로 모스크바 총 GDP로 대체함

▶ 러시아 티오플리 스탠 지구 내, 한인슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 대형슈퍼마켓 방문

러시아 티오플리 스탠 지구에 위치한 한인슈퍼마켓 자스민(Jasmin), 하이퍼마켓인 마그닛(Magnit) 그리고 대형 슈퍼마켓 삐조로치카(Pyaterochka, 5 Пятёрочка), 에코 마켓 (Eko market), 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa)를 방문함. 경쟁제품이 가장 많이 조사된 매장은 한인 슈퍼마켓인 자스민으로, 5개의 경쟁제품이 조사됨. 그 외 슈퍼마켓 매장 4곳에서는 총 9개의 경쟁제품이 조사됨. 그 중 삐초로취까는 러시아 식료품 소매업 점유율 1위 브랜드로 1개의 경쟁제품이 조사되었으며, 러시아 식료품 소매업 점유율 2위 브랜드인 마그닛에서는 3개의 경쟁제품이 조사됨. 그리고 러시아 온라인 마켓 점유율 4순위인 오존(Ozon)에서 1개의 경쟁제품을 추가 조사하여, 총 15개의 경쟁제품을 선정함

[표 1.4.2] 방문 매장 및 지역 특징



자료: 구글맵(Google Maps)

Shop ① 삐초로취까(Pyaterochka, 5 Пятёрочка)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 대형 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징 : 대형 슈퍼마켓으로 생활용품, 스낵, 간장 등 소스류, 주류, 인스턴트 간편식, 신선고일 육류, 채소류 등을 판매함 라면 스낵 등의 한국산 인스턴트 식품을 취급함 · 매장 주변 특징 : 대형 상권에 입지해 있지 않으나, 현재 근방에 대형 상가 단지가 들어설 예정으로 해당 매장 부근으로 경쟁 마트가 생기고 있음. 매장 부근 레닌 스키 프로젝트 고속도로가 있어 매장으로 접근성 높음 · 주요 고객층 : 현지인 	<p>브랜드 기본 정보⁷⁾</p>  <p>삐초로취까 (Pyaterochka, 5 Пятёрочка)는 러시아의 식품 소매업체인 엑스파이브 리테일 그룹 (X5 Retail Group)에 속한 대형 슈퍼마켓 브랜드 중 한 곳임. 1999년도 설립되어 2002년부터 프랜차이즈 매장으로 성장함. 일일 쇼핑을 위한 최근접 상점이란 슬로건을 내세워 주로 대규모 주거단지 근방에 위치함. 주변국 우크라이나 및 카자흐스탄에도 매장을 보유함</p>
	<p>매장 정보</p> <p>조사 제품 수 : 1개</p>  <p>도시(지역) : 모스크바</p> <p>위치 상세주소 : Leninskiy Prospekt, 123 корпус 2, Moscow, 러시아</p>
<p>매장 내부 전경</p>  	<p>매장 내부 전경</p>
<p>간장 판매 정보</p>	<p>판매 간장 제품 정보</p>  <p>소우스 소에비이 클라시체스키이 (소스트라)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

7) 엑스파이브 리테일 그룹 (X5 Retail Group) (www.x5.ru)



제품명 (현지어)	소우스 소에비이 클라시체스키이 250ml (Соус соевый КЛАССИЧЕСКИЙ)	제조사	소스트라 (Сэн Сой)
용량(ml)	250	제품 용도	조리용 (해산물, 육류, 샐러드, 수제 롤, 스시, 스프 등)
가격	34.99 루블 (658원)	포장 형태	유리병
원산지	러시아	성분	물, 콩, 밀, 소금, 설탕

Shop ② 마그닛 (Magnit)

매장 정보

- 유형 : 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징 :
빵, 유제품, 신선과일 및 채소, 육류, 인스턴트 식품, 소스류 등을 판매하고 있으며, 아시아산 간장 제품은 일본 브랜드 키코만 간장이 유일함. 한국산 간장제품은 매대에서 확인하지 못함. 한류산 인스턴트 식품은 판매 중임
- 매장 주변 특징 :
모스크바 남서부 티오플리 스탠지구 (Tyoply Stan District) 1-4구역에 위치한 해당 매장 근방에 5개 이상의 경쟁 마트와 정육점 베이커리, 과일 가게가 있음
- 주요 고객층 :
현지인, 지역주민(한국인)

브랜드
기본 정보⁸⁾



러시아에서 두 번째로 큰 식품 소매업체인 마그닛(Magnit)은 1994년에 설립되어, 2020년 현재 러시아 전역에 하이퍼마켓 467개, 드럭스토어 4,847개, 편의점 13,909개 등 총 19,223개의 매장을 보유함. 매달 수십 개의 매장을 오픈할 정도로 빠르게 성장하고 있음

조사 제품 수 : 3개

매장 정보



도시(지역) 모스크바
위치 Ulitsa Profsoyuznaya, 142 корпус 1, Moscow, 러시아
상세주소

매장 내부 전경



매장 내부 전경

간장
판매 정보

판매 간장 제품 정보



소우스 소에비이 클라시체스키이 (소스트라)



소에비이 소우스 나뚜랄노보 브로췌니아 키코만 (키코만)



소우스 소에비이 테리아키 (소스트라)

사진자료: 현지 조사원 자료

8) 마그닛 (Magnit) 홈페이지 (www.magnit-info.ru)



제품명 (현지어)	소우스 소에비 클라시체스키이 1L (Соус соевый КЛАССИЧЕСКИЙ)	제조사 (현지어)	소스트라 (Сэн СоЙ)
용량(ml)	1,000	제품 용도	조리용 (가자샐러드, 조림, 무침, 볶음류)
가격	109.90 루블 (2,066원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	러시아	성분	물, 콩, 밀, 소금, 설탕



제품명 (현지어)	소에비 소우스 나뚜랄노보 브로쥬니아 키코만 (СОЕВЫЙ СОУС НАТУРАЛЬНОГО БРОЖЕНИЯ КИККОМАН)	제조사 (영문)	키코만 (Kikkoman)
용량(ml)	150	제품 용도	조리용 (스파게티, 햄버거, 샐러드)
가격	189.90 루블 (3,570원)	포장 형태	유리병
원산지	네덜란드	성분	물, 콩, 밀, 소금



제품명 (현지어)	소우스 소에비이 테리야키 (Соус соевый ТЕРИЯКИ)	제조사 (현지어)	소스트라 (Сэн СоЙ)
용량(ml)	220	제품 용도	테이블소스(시즈닝)용 (스파게티, 햄버거, 샐러드)
가격	81.90 루블 (1,540원)	포장 형태	유리병
원산지	러시아	성분	물, 콩, 밀, 소금, 설탕, 파인애플, 생강, 미늘

Shop ③ 에코 마켓 (Eko-market)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 슈퍼마켓 · 판매 제품 특징 : 유제품, 음료, 스낵, 과일, 채소, 육류, 해산물, 간장 등 소스류를 판매함. 한국산 식품도 취급함 · 매장 주변 특징 : 쇼핑몰과 레저센터가 밀집한 모스크바 남서부 티오플리 스탠지구 (Tyoply Stan District) 1-4구역에 위치한 해당 매장은 인근에 밀집한 경쟁 마트 3개 대비 해당매장 규모가 크고, 현지 소비자들에게 인지도도 가장 높음 · 주요 고객층 : 현지인, 지역주민(한국인) 	<p>브랜드 기본 정보⁹⁾</p>  <p>2009년에 설립된 에코 마켓 (Eko-Market)은 쇼핑센터형 마켓으로, 실내 식품 시장과 푸드 코트 그리고 생활용품 판매점, 의류상점, 카페 시설을 갖추고 있음. 센터 그 자체가 하나의 거대한 단일 마켓으로, 최근 K-pop 등 한국 문화 관련 행사를 많이 개최함</p>
<p>매장 정보</p>  <p>조사 제품 수 : 1개</p> <p>위치</p> <p>도시(지역) : 모스크바 상세주소 : Ulitsa Profsoyuznaya, 126, Moscow, 러시아</p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p>간장 판매 정보</p> <p>판매 간장 제품 정보</p>  <p>소우스 소에비이 쓰베틀리이 수페리오르 나뚜랄노보 브로쨌니아 (광동 피알브이 바이오텍)</p> <p>사진자료: 현지 조사원 자료</p>	

9) 에코 마켓 (Eko-Market) 홈페이지 (www.eko-market.ru)

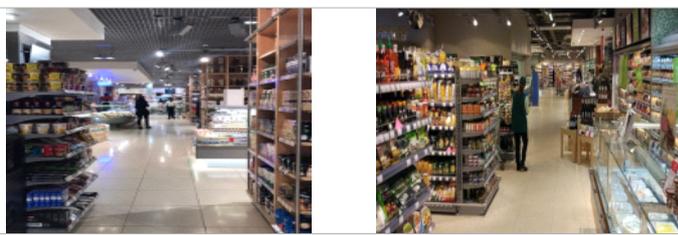


소우스 소에비이 쓰베틀리이
수페리오르 나뚜랄노보
브로쨤니아
(Соус Соевый
Светлый Супериор
Натурального
брожения)

제품명 (현지어)	광동 피알브이 바이오텍 (GUANGDONG PRB BIO-TECH CO., LTD)		
제조사 (영문)			
용량(ml)	500	제품 용도	조리용 (절임류, 볶음)
가격	180.00 루블 (3,384원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 콩, 소금, 밀가루, 방부제 칼륨

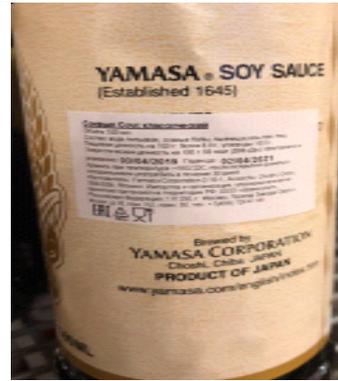
Shop ④ 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa)

- 매장 정보**
- 유형 : 슈퍼마켓
 - 판매 제품 특징 :
현지산 및 수입산 식료품을 주로 판매하는 프리미엄형 슈퍼마켓. 글루텐 프리, 무설탕, 저(低)당, 할랄식품, 코셔식품, 유기농, 비건 등의 고품질 식자재를 주로 판매함. 한국산 식품 취급 중임
 - 매장 주변 특징 :
해당 매장 옆으로 한인마트, 러시아 슈퍼마켓이 각각 1곳 있음. 현재 근방에 대형 상가가 들어설 예정임
 - 주요 고객층 :
현지인, 거주한인

브랜드 기본 정보		아즈부타 브쿠사 (Azvuka Vkusa)는 1997년 설립되었으며, 슈퍼마켓 102개, 하이퍼마켓 10개, 미니마켓 56개, 비스트로 2개 매장을 보유함. 모든 매장은 모스크바와 모스크바 근교 및 상트페테르부르크에 위치함. 고품질의 상품 취급을 지향하며 대신 가격대가 높음. 대부분의 점포들이 24시간 운영됨 ¹⁰⁾
	조사 제품 수 : 4개	
매장 정보		
	위치	도시(지역) 모스크바 상세주소 Ulitsa Ostrovityanova, 2, Moscow, 러시아
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
간장 판매 정보	판매 간장 제품 정보	
		
	소에비이 소우스 야마사 (야마사 그룹)	소에비이 소우스 예상 티체프 미트라프 (E사)
		
소에비이 소우스 나무랄노보 브로쨌니아 키코만 (키코만)	지뜨루소보-소에비이 소우스 폰주 "리문" (키코만)	

사진자료: 현지 조사원 자료

10) 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa) 홈페이지 (www.av.ru)



제품명 (현지어)	소에비이 소우스 야마사 (Соевый Соус классический)	제조사 (영문)	야마사 그룹 (Yamasa Corporation)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	249.00 루블 (4,681 원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	일본	성분	식수, 콩, 밀, 소금



제품명 (현지어)	소에비이 소우스 예상 티체프 미트라프 (Соевый соус Daesang для птицы, мяса, рыбы 200 мл Южная Корея)	제조사	에사
용량(ml)	200	제품 용도	조리용 (스파게티, 햄버거, 샐러드)
가격	183.00 루블 (3,440 원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	물, 소금, 무 지방 콩, 밀, 과당, 효모 추출물, 감초 뿌리 추출물, 굴 추출물, 스타비오사이드



제품명 (현지어)	쇼에비이 소우스 나뚜랄노보 브로쨌-냐 키코만 150ml (СОЕВЫЙ СОУС НАТУРАЛЬНОГО БРОЖЕНИЯ КИККОМАН)	제조사 (영문)	키코만 (Kikkoman)
용량(ml)	250	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	314.00 루블 (5,903원)	포장 형태	유리병
원산지	네덜란드	성분	물, 콩, 밀, 소금



제품명 (현지어)	피뜨루소보-쇼에비이 소우스 폰주 리몬 (СОЕВЫЙ СОУС НАТУРАЛЬНОГО БРОЖЕНИЯ КИККОМАН)	제조사 (영문)	키코만 (Kikkoman)
용량(ml)	250	제품 용도	테이블소스(시즈닝)용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	375.00 루블 (7,050원)	포장 형태	유리병
원산지	네덜란드	성분	물, 간장, 밀, 소금, 설탕, 알코올, 식초, 농축 레몬 주스, 소금, 천연 레몬향, 효모 추출물

Shop ⑤ 자스민 (Jasmin)

매장 정보

- 유형 : 한인마트
- 판매 제품 특징 :
인삼뿌리, 스낵류, 야채, 냉동식품, 신선 육류, 해산물, 떡, 청과류, 한국 간장 소스류, 조미료, 가공식품, 각종 생활용품, 화장품 등을 판매함. 간장은 한국산 3개 브랜드의 제품 5개를 판매 중임
- 매장 주변 특징 :
근방에 2개의 러시아 슈퍼마켓 브랜드 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa), 삐조로 치까 (Pyaterochka, 5 Пятёрочка)가 있으며, 매장 부근 레닌스키 프로펙트 고속도로가 있어 매장으로 접근성 높음
- 주요 고객층 :
거주한인, 현지인

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			<p>자스민 (Jasmin)은 모스크바 남서부 티오폴리 스탠지구에 위치한 소규모 한국 슈퍼마켓으로, 홈페이지를 통해 자체 온라인 물을 운영함. 온라인 주문을 통해 식료품 배송서비스를 제공함. 마트와 같은 부지에 한식, 일식당을 겸함</p>
			<p>조사 제품 수 : 5개</p>
매장 정보			
	<p>도시(지역)</p>	<p>모스크바</p>	
매장 내부 전경	<p>위치</p>	<p>상세주소 Leninskiy Prospekt, 121/1 корпус 2, Moscow, 러시아</p>	
	<p>매장 내부 전경</p>		
매장 내부 전경			
	<p>판매 간장 제품 정보</p>		
간장 판매 정보			
	<p>소에बी이 소우스 진S (B사)</p>	<p>소에बी이 소우스 싱송 (D사)</p>	<p>슬라보볼닉이 소에बी이 소우스 떼.엠 싱송 (D사)</p>
			
	<p>소에बी이 소우스 (C사)</p>	<p>소에बी이 소우스 (C사)</p>	

사진자료: 현지 조사원 자료

11) 자스민 (Jasmin) 홈페이지 (www.jasmin-cafe.ru)



제품명 (현지어)	소에비이 소우스 진S (Соевый соус ДжинС)	제조사	B사
용량(ml)	500	제품 용도	조리용 (멸치볶음, 장조림, 갈비찜, 간장게장 등)
가격	214.00 루블 (4,023원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	물, 간장, 밀, 소금, 과일 옥수수 시럽, 효모 추출물, 수크랄로스, 벤조산나트륨



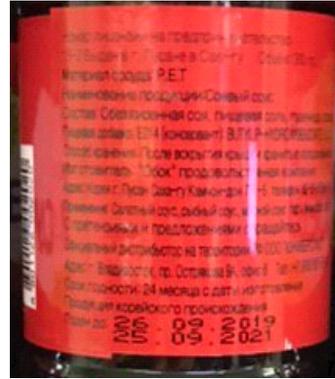
제품명 (현지어)	소에비이 소우스 상송 (Соевый соус Сингсонг)	제조사	D사
용량(ml)	900	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스)
가격	251.00 루블 (4,719원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	양조 간장, 물, 소금, 과당, 카라멜, 올리고당



슬라보볼나이 소에비이 소우스			
제품명 (현지어)	떼.엠 상송 (Слабовольный соевый соус т.м SINGSONG)	제조사	D사
용량(ml)	900	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	417.00 루블 (7,840원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	간장, 밀가루, 천일염, 에틸알코올, 향신료가 첨가 된 곡물, 정제수, 액상 과당, 효모 추출물, 감초 추출물, 영양 강화제



제품명 (현지어)	소에비이 소우스 1.7L (Соевый соус)	제조사	C사
용량(ml)	1,700	제품 용도	조리용 (케밥, 새우요리, 닭고기 등)
가격	397.00 루블 (7,464원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	무지방 콩, 식용 소금, 밀, 설탕



제품명 (현지어)	소에비이 소우스 900ml (Соевый соус)	제조사	사
용량(ml)	900	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	251.00 루블 (4,719원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	한국	성분	무지방 콩, 식용 소금, 밀, 설탕

Shop ⑥ 오존 (Ozon)

매장 정보

- 유형 : 온라인몰
- 판매 제품 특징 :
간장, 올리브유 등의 소스 뿐만 아니라 건강식품, 스낵, 천연 꿀, 커피, 냉장식품, 견과류, 음료, 라면, 건조나물 등을 판매함. 총 12개 간장 제품 브랜드를 취급함
- 주요 고객층 :
현지인

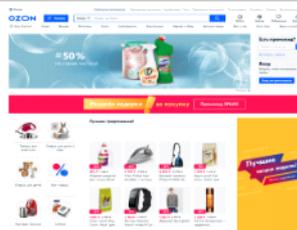
브랜드 기본 정보¹²⁾



1998년에 설립된 러시아 최초 온라인 소매업체로 직원 수 약 8,500명(19년)을 보유함. 2019년 경제전문지 포브스 (Forbes)에서 뽑은 러시아 최대 전자상거래 플랫폼 중 한 곳으로, 사이트 일일 방문객 2백만 명 이상을 기록하고 있음. 식품, 생활용품, 가전제품, 주얼리, 화장품, 꽃 등을 판매함

조사 제품 수 : 1개

매장 정보



도시(지역)

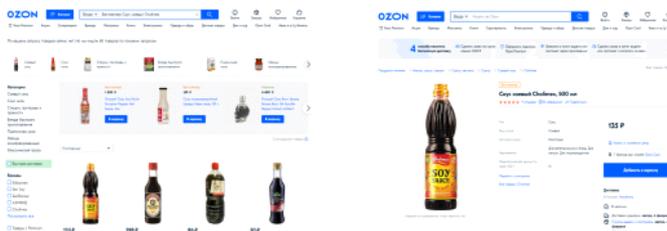
모스크바 (본사)

위치

상세주소

Okeanskiy Prospekt, 131 B, Vladivostok, Primorsky Krai, 러시아

매장 내부 전경



판매 간장 제품 정보

간장 판매 정보



비아셀러 소이 소에비이 (출리맥스)

사진자료: 오존 온라인몰

12) 오존 (Ozon) 홈페이지 (www.ozon.ru)



제품명 (현지어)	비이셀러 소이 소에비이 (Бестселлер Соус соевый Cholimex)	제조사 (영문)	츨리맥스 푸드 (Cholimex Food)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용 (샐러드용 소스, 드레싱)
가격	135.00 루블 (2,538원)	포장 형태	플라스틱 병
원산지	베트남	성분	아로마 인핸서-모노 나트륨 글루타메이트 (E621), 산도 조절제-시트르산 (E330), 보존제-소르빈산 칼륨 (E202)

II. Competitor

SUMMARY

1. 러시아 간장 경쟁기업 포지셔닝
2. 러시아 간장 경쟁기업 현황
3. 러시아 간장 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

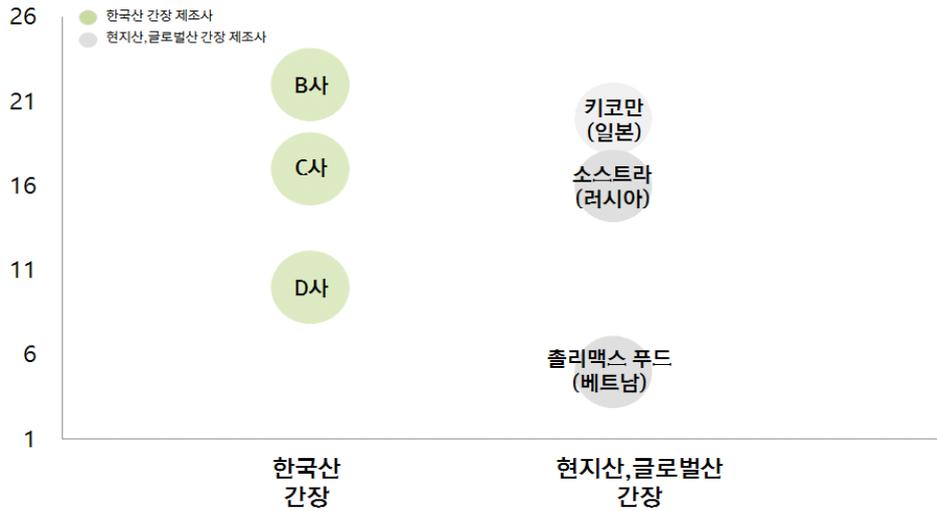
러시아 (RUSSIA) 간장 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 간장제품 제조 여부

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 원산지에 따른 간장제품 (한국산, 현지산&글로벌산)
· Y축 : 동일품목 수

동일품목 수



러시아 (RUSSIA) 간장 경쟁기업 분석

구분	제조사 국적 및 생산지	브랜드 및 제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
간장 (한국산)	한국국적, 한국생산	B사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 70년 이상된 발효식품 · 모든 요리와 잘 어울리는 맛있는 간장 · 코셔 (Kosher) 제품 · 안전품질 식품 인증 (SQF) 제품	22개
		C사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· SNS 플랫폼	· 아마노산 비린내 제거 · 콜레스테롤이 없으며 나트륨 함량이 낮음 · 단백질의 양이 고기보다 열등하지 않으며, 자연 글루타민을 함유 · 케찹, 새우양념, 닭고기 요리에도 소금, 기름, 마요네즈를 완벽하게 대체할 수 있는 양념	17개
		D사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· SNS 플랫폼	· 자연숙성 간장으로 염도를 25% 낮춤 · 균형잡힌 맛과 자연의 맛을 제공합니다. · 천연 성분만을 함유한 고급제품 · 샐러드 드레싱, 절인 생선, 고기류 양념, 튀김 음식에 어울립니다.	10개
간장 (현지산, 글로벌)	일본국적, 네덜란드생산	키코만 (Kikkoman)	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 자연적으로 조리된 간장 · 아시아 요리 및 서양식 요리와도 잘 어울립니다.(피자, 햄버거, 샐러드, 디저트까지) · 천연 성분을 발효시킨 제품 · 콩, 밀, 물, 소금으로만 만든 유기농 간장	20개
	러시아국적, 러시아생산	소스트라 (Sostra)	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 인체 공학적 병 모양과 매력적인 디자인 · 야채, 기름류, 육류 요리 탁월한 조미료 · 빈찬, 만두, 튀김 계란에도 절묘한 맛 · 소용량 폴리에틸렌 병은 운송, 작동 및 보관에 매우 편리하며 경제적	16개
	베트남국적, 베트남생산	츨리맥스 푸드 (Cholimex Food)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	· 채식주의자 및 비채식주의자 모두에게 즐거운 맛 · 음식을 섞거나 볶은 음식에 아주 적합 · 자연발효 간장 · 독특한인 레시피와 유럽 시장에서 성공한 맛	5개

(*) 러시아 진출 간장 제조기업 6개사 분석

1. 러시아 간장 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 한국산 간장 제조기업 4곳, 현지산·글로벌 제조사 5곳 선정

러시아 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 9개사 중, 오프라인 매장에서 경쟁제품이 2개 이상 조사된 한국 기업 B, C, D사와 일본기업 키코만(Kikkoman), 러시아기업 소스트라(Sostrá)를 대표 경쟁기업으로 선정함. 그리고 기업의 규모와 국적을 기준으로 베트남 출리맥스 푸드(Cholimex Foods)를 경쟁기업으로 추가 선정하여, 총 6개의 경쟁기업을 선정함

▶ 경쟁기업 6개사 중 일본기업 키코만의 매출액이 가장 높아 한국 기업 D사, 한국 기업 3개사 중 가장 높은 매출액을 기록

러시아에 진출한 경쟁기업 6개사의 매출액을 조사한 결과, 일본 기업 키코만이 4조 9,508억 원으로 가장 높았으며, 다음으로는 한국 제조사 D사, 베트남 기업 출리맥스 푸드, 러시아 소스트라가 각각 1,427억 원, 548억 원, 123억 3,924만 원 순으로 높은 매출액을 달성함. 한편 한국 기업 B, C사는 각각 95억 8천만 원, 43억 465만 원으로, 타 기업 대비 낮은 매출액 규모를 보임

▶ 경쟁기업 6개사 중, 한국 기업 B사 최다 동일품목 제품 보유

러시아에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 간장의 동일품목 수를 각각 조사한 결과, 한국 기업 B사의 동일품목 제품 수가 22개로 가장 많았음. 다음으로 일본 키코만이 20개, 한국 C사가 17개, 러시아 소스트라 16개, D사 10개 순으로 동일품목 제품을 취급하였으며, 베트남 출리맥스 푸드가 가장 적은 5개의 동일품목 제품을 취급함

[표 2.1] 간장 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수	매출액(*18)
B사	한국국적, 한국생산	22개	800만 4,679 달러 ¹³⁾ (약 95억 8천만 원)
C사	한국국적, 한국생산	17개	359만 7,701 달러 (약 43억 465만 원)
D사	한국국적, 한국생산	10개	1억 1,946만 달러 (약 1,427억 원)
키코만 (Kikkoman)	일본국적, 네덜란드생산	20개	4,535억 6,500만 엔 ¹⁴⁾ (4조 9,508억 원)
소스트라 (Sostrá)	러시아국적, 러시아생산	16개	6억 5,950만 루블 (약 123억 3,924만 원)
출리맥스 푸드 (Cholimex Foods)	베트남국적, 베트남생산	5개	1조 690억 동 ¹⁵⁾ (약 548억 원)

자료 : 러시아 진출 간장 제조기업 6개사 분석

13) 1루블= 18.80원 (2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

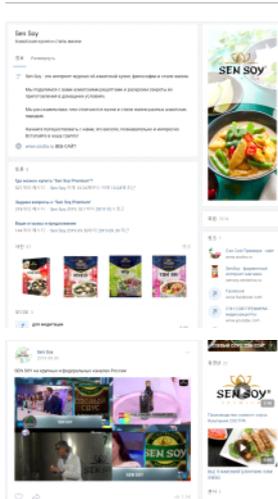
14) 키코만 (Kikkoman) 홈페이지 (www.kikkoman.co.jp)

15) 베트남 비엠티톡 주식회사 (static2.vietstock.vn)

2. 러시아 간장 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 온라인 채널에 진출

러시아에 진출한 경쟁기업 6개사 중, 온·오프라인 채널에 모두 진출한 것으로 확인된 업체는 5개사로 한국업체 3개사(B, C, D사)와 일본의 키코만, 러시아의 소스트라로 확인됨. 한국 경쟁기업 3개사는 모두 한인마트 자스민에 납품하고 있으며, B사는 러시아 유통 점유율 7순위 오상(Auchan)과 스베르마켓(Sber Market)에서, C사와 D사는 모두 현지 온라인몰인 아디프로(Adipro)와 코샵(Koshop)에서 제품을 판매 중인 것으로 확인됨. 한편, 러시아 및 일본과 베트남 등 글로벌 간장 제조업체 3개사는 모두 러시아 온라인 채널 점유율 4순위인 오존(Ozon)에 입점해 있음을 확인함. 러시아 소스트라는 러시아 오프라인 유통채널 점유율 1위인 슈퍼마켓 체인 삐초로취카(Pyaterochka, 5 Пятёрочка)에 납품하고 있으며, 일본 키코만 제품은 점유율 2순위인 하이퍼마켓 마그닛(Magnit)에서 판매 중인 것으로 확인됨



▲ 자사 홈페이지에서 러시아 최대 SNS플랫폼 브콘탁테 페이지를 통해 자사의 제품을 활용한 신제품 소개, 요리채널홍보 영상, 간장을 활용한 요리 레시피를 제공함

자료: 소스트라의 공식 홈페이지 및 SNS브콘탁테 페이지 중, 일부



▲ 자사 홈페이지의 요리법 코너를 통해, 소비자 스스로 자사의 제품을 통한 레시피를 공유하도록 함

자료: 키코만 공식 홈페이지

[표 2.2] 러시아 간장 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인					온라인				
	베조로 치카	마그닛	에코 마르케트	이즈부카 브쿠사	자스민	오존	오상	아디프로	스베르마켓	코샵
B사					○		○		○	
C사					○			○		○
D사					○			○		○
키코만 (Kikkoman)		○		○		○		○	○	○
소스트라 (Sostra)	○	○				○		○	○	
츨리맥스 푸드 (Cholimex Foods)						○				○

자료 : 러시아 진출 간장 제조기업 6개사 분석

▶ 경쟁기업 6개사, 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

러시아 소스트라, 러시아 최대 SNS플랫폼 브콘탁테로 자사제품 홍보 중

경쟁기업 6개사 모두는 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 이 중, 자사 홈페이지를 보유한 경쟁기업 4개사는 홈페이지를 통해 주로 신제품 소개와 요리법 등을 공유하거나 방송매체에 실린 홍보자료(영상 등)를 통해 신제품을 적극 홍보함. SNS 플랫폼을 대표 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 6개사는 페이스북 및 유튜브를 주로 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있음. 이 중, 러시아 소스트라는 러시아 최대 SNS플랫폼인 브콘탁테에 홍보 페이지를 만들어 신제품 및 요리 레시피를 공유하며 탄탄한 내수 소비자층을 구축함

[표 2.3] 러시아에 유통되고 있는 간장 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 자스민 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 70년 이상된 발효식품 모든 요리와 잘 어울리는 맛있는 간장 코셔 (Kosher) 제품 안전품질 식품 인증 (SQF) 제품
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 오상 - 스베르마켓 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 자스민 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 (-) 	<ul style="list-style-type: none"> 아미노산, 비타민, 미네랄, 아연, 철, 산화 방지제가 풍부 콜레스테롤이 없으며 나트륨 함량이 낮음 단백질의 양이 고기보다 열등하지 않으며, 자연 글루타민을 함유 케밥, 새우양념, 닭고기 요리에도 소금, 기름, 마요네즈를 완벽하게 대체할 수 있는 양념
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아디프로 - 코삼 		
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 자스민 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 (-) 	<ul style="list-style-type: none"> 자연숙성 간장으로 염도를 25%낮춤 간장고유의 감칠맛과 향을 살렸습니다. 균형잡힌 맛과 자연의 맛을 제공합니다. 천연 성분만을 함유한 고급제품 샐러드 드레싱, 절인 생선, 고기류 양념, 튀김음식에 어울립니다.
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아디프로 - 코삼 		
키코만 (Kikkoman)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 마그닛 - 아즈부카 브쿠사 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 자연적으로 조리된 간장 아시아 요리 및 서양식 요리와도 잘 어울립니다.(피자, 햄버거, 샐러드, 디저트 까지) 천연 성분을 발효시킨 제품 콩, 밀, 물, 소금으로만 만든 유기농 간장
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 오존 - 스베르마켓 - 아디프로 - 코삼 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 인스타그램 - 유튜브 	
소스트라 (Sostra)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 삐조로치까 - 마그닛 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 인체 공학적 병 모양과 매력적인 디자인 야채, 기름류, 육류 요리 탁월한 조미료 반찬, 만두, 튀김 계란에도 절묘한 맛 소용량 폴리에틸렌 병은 운송, 작동 및 보관에 매우 편리하며 경제적
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 오존 - 스베르마켓 - 아디프로 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브 - 브콘탁테 	
출리맥스 푸드 (Cholimex Foods)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 오존 - 코삼 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> 채식주의자 및 비(非)채식주의자 모두에게 즐거운 맛 음식을 섞거나 볶은 음식에 아주 적합 자연발효 간장 고추, 마늘을 첨가한 즐거운 맛 자연발효 간장 독창적인 레시피와 유럽 시장에서 성공한 맛

자료 : 러시아 진출 간장 제조기업 6개사 분석

3. 러시아 간장 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 새미네 부엌 국간장, 450ml



② 다시마 간장, 930ml



③ 계란이 맛있어지는 간장, 200ml



④ 맛있게 염도 낮은 양조간장, 930ml



⑤ 국산콩 간장, 930ml



⑥ 양조간장 501, 930ml



⑦ 진간장 금 S, 930ml



자료: B사 홈페이지

① B사

기업명	B사	
위치	서울특별시 중구	
기업 기본 정보	매출액('18)16)	800만 4,679 달러 (약 95억 8천만 원)
	규모	동일품목 수 22개
	설립년도	1946년
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 차스민	제품명 (현지어) 소에비이 소우스 진S (Соевый соус ДжинS)
		용량 500ml
		가격 214.00 루블 (4,023원)
		제품 형태 조리용
기업 홍보 채널	<온라인 매장> 오상, 스베르 마켓	제품명 (현지어) 소우스 코베이크라보슬레니 (Соус Sempio соевый, слабосоленый)
		용량 300ml
		가격 154.00 루블 (2,895원)
		제품 형태 조리용
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) 기업 소개 및 홍보 자사 신제품 런칭 시, 이메일저진 (E-Magazine) 발송 자체 온라인 물 보유 SNS 플랫폼(페이스북) 해외 매장에서 판매 중인 제품사진이나 제품 동영상을 올려 홍보함
		<ul style="list-style-type: none"> 70년 이상 된 발효식품 모든 요리와 잘 어울리는 맛있는 간장 코셔 (Kosher)¹⁷⁾제품 안전품질 식품 인증 (SQF)¹⁸⁾ 제품

사진자료: B사 홈페이지, 오상 온라인몰

16) B사 홈페이지, 2018년 재무제표

17) 코셔 (Kosher): 유대교 율법에 따라 만든 식품

18) 안전품질 식품 인증 (SQF): Safe Quality food의 약자로 식품, 농수축산물, 기타의 원료, 제조, 가공 및 유통의 전 과정에서 위해요소가 식품에 혼입되거나 오염되는 것을 사전 예방하기 위해 HACCP 시스템을 기본으로 한 세계식품안전협회 (GFSI)승인 인증 프로그램

● 동일품목 종류

① 양조간장 골드, 900ml



② 진간장, 900ml



③ 진간장 프리미엄, 1.6L



④ 맛을 담은 진간장 (벌크)



⑤ 맛을 담은 국간장 (벌크)



⑥ 양조간장 백송 (벌크)



⑦ 진간장 프리미엄 (벌크)



자료: D사 홈페이지

③ D사

기업명		D사	
기업 기본 정보	위치	충청남도 천안시 서북구, 한국	
	규모	매출액('18) ²⁰⁾	1억 1,946만 달러 (약 1,427억 원)
		동일품목 수	10개
	설립년도	2008년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 자스민	제품명 (현지어)	소에비이 소우스 상송 (Соевый соус Сингсонг)
		용량	900ml
		가격	251 루블 (4,719원)
		제품 형태	조리용
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아디프로, 코삼	제품명 (현지어)	슬라보볼니이 소에비이 소우스 페.엠 상송 (Слабовольный соевый соус Т.М.SINSONG)
		용량	900ml
		가격	417 루블 (7,840원)
		제품 형태	조리용
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> • 자연숙성 간장으로 염도를 25% 낮춤 • 간장고유의 감칠맛과 향을 살렸습니다. • 균형잡힌 맛과 자연의 맛을 제공합니다. • 천연 성분만을 함유한 고급제품 • 샐러드 드레싱, 절인 생선, 고기류 양념, 튀김음식에 어울립니다. 	

사진자료: D사 홈페이지, 코삼 온라인몰

20) D사 홈페이지, 18년 재무제표

●
동일품목 종류

① 자연 양조 간장, 150ml



② 저(低)염 자연 양조 간장, 150ml



③ 달콤한 간장 소스, 150ml



④ 글루텐프리 타 마린간장, 250ml



⑤ 짜개 소스, 250ml



⑥ 글루텐 프리 데리야끼 마린네이드 소스, 250ml



⑦ 자연 조리 간장, 250ml



자료: 키코만 홈페이지

④ 키코만 (Kikkoman)

	기업명	키코만 (Kikkoman)
	홈페이지	www.kikkoman.ru
기업 기본 정보	위치 ²¹⁾	Theodorstrasse 180 D-40472 Duesseldorf, 독일
	매출액 ⁽¹⁸⁾	4,535억 6,500만 엔 (4조 9,508억 원)
	규모	동일품목 수 20개
	설립년도	1917년
기업 진출 채널	〈오프인 매장〉 마그닛, 아즈부카 브루사	제품명 (현지어) 소에비이 소우스 니뚜랄노보 브로쨌니아 키코만 (СОЕВЫЙ СОУС НАТУРАЛЬНОГО БРОЖЕНИЯ Kikkoman)
		용량 150ml
		가격 189.9 루블 (3,570원)
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 오존, 스베르마켓, 아디프로, 코샵	제품명 (현지어) 찌뜨루소보-소에비이 소우스 폰주 리몬 (СОЕВЫЙ СОУС НАТУРАЛЬНОГО БРОЖЕНИЯ KIKKOMAN)
		용량 250ml
		가격 375 루블 (7,050원)
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) - 기업 소개 및 홍보 - 홈페이지 내 요리법 코너를 통해, 소비자 스스로 자사의 제품을 통한 레시피를 공유하도록 조성함 SNS 플랫폼(인스타그램, 유튜브)
		<ul style="list-style-type: none"> 자연적으로 조리된 간장 아시아 요리 및 서양식 요리와도 잘 어울립니다 (피자, 햄버거, 샐러드, 디저트까지) 천연 성분을 발효시킨 제품 콩, 밀, 물, 소금으로만 만든 유기농 간장

사진자료: 키코만 홈페이지, 오존 온라인몰

21) 키코만 본사는 일본에 위치하나 본 조사 제품의 생산지는 네덜란드로 확인함

● 동일품목 종류

① 테리야끼 간장, 205ml



② 매운 간장, 250ml



③ 저(低)염 간장, 250ml



④ 오리지널 간장, 150ml



⑤ 야키니쿠 마리네이드, 500ml



⑥ 참깨가 들어간 간장, 220ml



⑦ 클래식 간장, 220ml



자료: 소스트라 홈페이지

⑤ 소스트라 (Sostra)

기업 기본 정보	기업명	소스트라 (Sostra)
	홈페이지	www.sostra.ru
	위치	Москва, ул. Профсоюзная д.84/32, 러시아
	매출액(*18)22)	6억 5,950만 루블 (약 123억 3,924만 원)
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 16개
	설립년도	2001년
기업 홍보 채널	〈오프인 매장〉 삐조로치카, 마그넷	 <p>제품명 (현지어) 소우스 소에비비 클래식스키 (Соус соевый КЛАССИЧЕСКИЙ)</p> <p>용량 250ml</p> <p>가격 34.99 루블 (658원)</p> <p>제품 형태 조리용</p>
	〈온라인 매장〉 오존, 스베르마켓, 아디프로	 <p>제품명 (현지어) 소우스 소에비비 테리야키 (Соус соевый ТЕРИЯКИ)</p> <p>용량 220ml</p> <p>가격 81.9 루블 (1,540원)</p> <p>제품 형태 테이블소스(시즈닝)</p>
기업 홍보 문구	 <p>기업 홍보 채널</p> <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) 기업 소개 및 홍보 홈페이지 내 자사 제품으로 만든 레시피를 공유 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 브콘택트²³⁾) 	 <p>기업 홍보 문구</p> <ul style="list-style-type: none"> 인체 공학적 병 모양과 매력적인 디자인 이채, 기름류, 육류 요리 탁월한 조미료 반찬 민들, 튀김 계에도 절묘한 맛이 납니다 소용량 풀에틸렌 병은 운송 작동 및 보관에 매우 편리하며 경제적입니다
	<p>사진자료: 소스트라 홈페이지, 오존 (Ozon) 온라인몰</p>	

22) 소스트라 (Sostra) 홈페이지 (www.sostra.ru), 러시아 비즈니스 네트워크 VLSI 홈페이지 (www.sbis.ru)

23) 브콘택테 (러시아어: ВКонтакте), 러시아 소셜 네트워크 서비스로, 러시아를 포함한 전 세계 약 3억 5천만 명의 사용자를 보유

동일품목 종류

① 간장, 500ml



② 간장, 250ml



③ 간장, 200ml



④ 프리미엄 간장 500ml



자료: 콜리맥스 홈페이지

⑥ 콜리맥스 푸드 (Cholimex Foods)

기업 기본 정보	기업명	콜리맥스 푸드 (Cholimex Foods)	
	홈페이지	www.cholimexfood.com.vn	
	위치	Lot C40-43/I, C51-55/II, 7th Road, Vinh Loc Industrial Park, Binh Chanh Dist, Ho Chi Minh City, 베트남	
	매출액('18) ²⁴⁾	1조 690억 동 (약 548억 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	5개
	설립년도	1983년	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 오존, 코삼	제품명 (현지어)	비이셀러 소이 소에비이 (Бестселлер Соус соевый Cholimex)
		용량	500ml
		가격	135 루블 (2,538원)
		제품 형태	조리용
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 기업 소개 및 홍보 자사 프로모션 및 행사, 이벤트 소식 공유 제품 영상 및 라이브 요리 영상 공유 베트남식 레시피 공유 SNS 플랫폼 (인스타그램, 유튜브, 페이스북, 스카이프) 	
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 채식주의자 및 비(非)채식주의자 모두에게 즐거운 맛 음식을 섞거나 볶은 음식에 아주 적합 고추, 마늘을 첨가한 즐거운 맛 자연발효 간장 독창적인 레시피와 유럽 시장에서 성공한 맛
<p>사진자료: 콜리맥스 홈페이지, 오존 (Ozon) 온라인몰</p>			

24) 베트남 비엠티톡 주식회사 (static2.vietstock.vn)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 시부키(Sibuki)

Interview ② 아즈부카 브카사
(Azbuka Vkusa)

Interview ③ 레드 드래곤(Red Dragon)

Interview ④ 라면샵(Ramyon Shop)

Interview ⑤ 사쿠람(Sakkuram)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

러시아 (RUSSIA)

간장 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 간장 취급 경험 ○

	시부키 (Sibuki)	아즈부카 브쿠사 (Azbuka Vkusa)	레드드래곤 (Red Dragon)	라면샵 (Ramyon Shop)	사쿠람 (Sakkuram)
업체	▶ 온라인 소매업체	소매업체	도소매업체	소매업체	수입유통업체
간장 취급					
	간장	간장	간장	간장	진간장

사진자료: 시부키, 아즈부카 브쿠사, 레드드래곤, 라면샵, 사쿠람 홈페이지

러시아(RUSSIA) 간장 바이어 인터뷰

A사	시부키 (Sibuki) 온라인 소매업체	아즈부카 브쿠사 (Azbuka Vkusa) 소매업체	레드 드래곤 (Red Dragon) 도소매업체	라면샵 (Ramyon Shop) 소매업체	사쿠람 (Sakkuram) 수입유통업체
제품 가격	2,950원 유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	용량대비 저렴한 가격	유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	유사제품과 비교했을 때 저렴한 편
제품 용량	900ml 200ml-300ml를 선호	150ml가 적당	150ml-1.8L로 다양함	150ml의 작은 용량을 선호	다양한 용량으로 제작하는 것이 좋음
제품 포장	페트병 제품 대부분이 페트병 형태	대용량 제품은 플라스틱 형태 소용량 제품은 유리병 형태	대부분의 제품은 유리병, 플라스틱 형태	대부분의 제품은 페트병 형태	페트병 형태 를 선호

(* 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사)

Interview ① 시부키(Sibuki)



25)

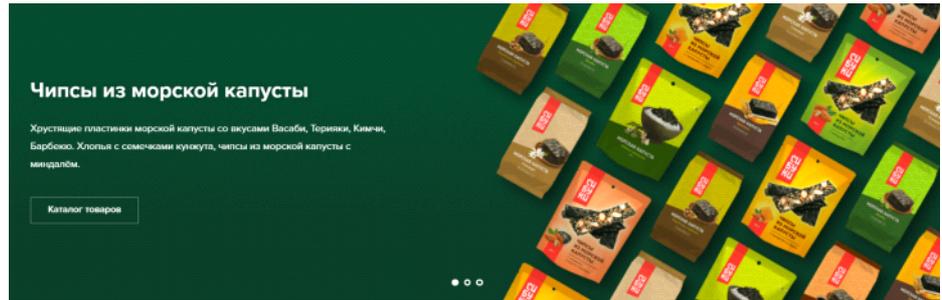
시부키
(Sibuki)

전문가 소속

시부키
(Sibuki)
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Irina
(Owner)



Корейский соус-маринад барбекю Chung Jung One

☆☆☆☆☆

Not available

236,00 P



Устричный соус Daesang

☆☆☆☆☆

Not available

225,00 P



Соус для супа Куксу с анчоусами Sempio

☆☆☆☆☆

Not available

282,00 P



Соус для супа Куксу с бонито Sempio

☆☆☆☆☆

Not available

283,00 P



Соевый соус Стандарт Sempio, 300 мл

☆☆☆☆☆



Соевый соус Слабосоленый Sempio, 300 мл

☆☆☆☆☆



Соевый соус с чесноком Sempio, 300 мл

☆☆☆☆☆



Соевый соус Премиал Sempio, 300 мл

☆☆☆☆☆

시부키(Sibuki)

Owner, Ms. Irina

시부키는 아시아 식품 전문 온라인 소매업체로, 러시아 전역으로 제품을 배송함. 취급 품목으로는 소스류, 즉석식품, 스낵류, 통조림, 제과류 등이 있음. 주로 한국 브랜드의 식료품을 취급하고 있으며, 이외에도 베트남과 일본산 제품을 판매함. 페이스북과 인스타그램을 통해 아시아 식료품을 활용한 음식을 홍보하고 있음

25) 사진자료: 시부키(Sibuki) 홈페이지 (www.sibuki.ru)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 러시아 내 간장 트렌드는 어떻게 되나요?

러시아 현지 소비자들은 간장 구매 시 제품의 품질을 크게 고려하지 않으며, 가격을 가장 중시합니다. 이에 따라 현지 시장에서는 저렴하지만 품질이 낮은 중국산 간장의 인기가 가장 높습니다.

Q2. 러시아 내 간장의 수요는 어떠한가요?

간장의 전반적인 수요는 낮은 편이며, 중국인과 일본인 사이에서만 수요가 많은 편입니다. 러시아 음식에는 간장을 활용한 요리가 없어, 현지 소비자들은 간장을 자주 사용하지 않습니다. 이들은 주로 샐러드 드레싱이나 고기를 재우는 아시아 전통 음식을 할 때만 간장을 사용합니다.

Q3. 선호하는 용량 및 포장 형태는 무엇인가요?

소비자들은 200ml-300ml의 제품을 선호합니다. 최근 러시아 사람들은 작은 용량의 식료품을 선호하는 경향이 있습니다. 선호하는 포장 형태는 없으나, 중국, 일본, 한국산의 유사 제품 대부분이 페트병으로 되어 있습니다. 아직 러시아 내에는 플라스틱 사용에 대한 환경 문제가 크게 거론되고 있지 않으며, 대부분의 소비자들은 페트병 형태가 가볍고 편리하다고 생각합니다. 해상으로 수입되는 몇몇 제품만이 유리병으로 포장되어 있습니다.

Q4. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

현재 취급 중인 제품으로는 한국 B사와 C사 제품과, 베트남 제품이 있습니다. B사 제품은 300ml에 85루블(1,598원)²⁶⁾이며, C사 제품은 150ml와 900ml에 각각 54루블(1,015원), 145루블(2,726원)입니다. 베트남 제품은 유리병 형태로 750ml의 용량으로만 판매되고 있으며, 200루블(3,760원)입니다. 이와 비교했을 때, A사 제품의 가격은 저렴한 편입니다.

Q5. 취급 제품의 판매처는 어떻게 되나요?

러시아 내 유명 브랜드인 일본산 키코만(Kikkoman) 제품과 저렴한 중국산 간장은 아시아 마트와 현지 마트에서 판매되고 있으나, 한국 간장은 주로 아시아 마트에서만 판매되고 있습니다. 현지 소비자들은 한국 제품보다 일본산, 중국산 제품을 더욱 선호합니다.

26) 1루블=18.80원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Interview ② 아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)



27)

아즈부카 브쿠사
(Azbuka Vkusa)

전문가 소속

아즈부카 브쿠사
(Azbuka Vkusa)
소매업체

전문가 정보

Mr. Victor Morozov
(Manager)

дарим скидку за отзыв

подробнее

<p>Категории</p> <ul style="list-style-type: none"> Продукты быстрого приготовления (58) Консервированные продукты (546) Макароны, паста, крупы (306) Мука, соль, сахар (178) Национальные кухни (109) Соусы. Масла. Уксусы (520) <li style="background-color: #e0e0e0; padding: 2px;">Соусы кулинарные (215) Майонезы (20) Масла растительные (148) Кетчупы, томатные соусы (112) Уксусы, маринады (24) Веганские соусы, заправки, паштеты (2) Орехи. Сухофрукты (240) 	<p style="font-size: 10px;">Соус соевый «Легкий», «Киккоман», 150 мл, Нидерланды</p> <p style="font-weight: bold; font-size: 12px;">290⁰⁰</p> <p style="font-size: 10px;">за 1 шт (150 г)</p>	<p style="font-size: 10px;">Горчица дижонская Maille 200 мл, Франция</p> <p style="font-weight: bold; font-size: 12px;">243⁰⁰</p> <p style="font-size: 10px;">за 1 шт (200 г)</p>	<p style="font-size: 10px;">Соус из дикой брусники, d'arbo, 400 г, Австрия</p> <p style="font-weight: bold; font-size: 12px;">399⁰⁰</p> <p style="font-size: 10px;">за 1 шт (400 г)</p>
	<p style="font-size: 10px;">Соус соевый, «Киккоман», 150 мл, Нидерланды</p>	<p style="font-size: 10px;">Горчица «Столичная», «МЖК», 100 г, Россия</p>	<p style="font-size: 10px;">Соус "Barilla" Песто по-генуэзски, 190 г, Италия</p>

아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa)

Manager, Mr. Victor Morozov

아즈부카브쿠사는 소매업체로, 소스류, 채소류, 과일류, 육류, 유제품, 주류, 생활용품, 가전제품 등을 취급하고 있음. 약 170개의 매장을 보유하고 있으며, 주로 모스크바와 상트페테르부르크 지역에서 매장을 운영함. 이외에도 자사 온라인 쇼핑몰이 있어, 러시아 지역으로 제품을 배송하고 있음. 자사 홈페이지 외에도 페이스북, 인스타그램 등의 소셜미디어 플랫폼을 활용해 신제품을 홍보함

27) 사진자료: 아즈부카 브쿠사(Azbuka Vkusa) 홈페이지 (av.ru)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 러시아 내 간장 수요가 어떻게 되나요?

러시아 내 간장의 수요는 많지 않지만, 꾸준히 증가하는 추세입니다. 현지 소비자들 사이에서 자연 발효된 간장의 수요가 가장 많으며, 소비자들은 주로 고기를 재우거나 샐러드 드레싱으로 간장을 사용합니다.

Q2. 선호하는 용량 및 포장방식에는 무엇이 있나요?

150ml의 간장이 가장 많이 팔립니다. 러시아 사람들은 짧은 기간 내에 다 사용할 수 있는 소용량의 식료품을 선호하는 경향이 있습니다. 선호하는 포장방식은 제품의 용량에 따라 다릅니다. 1L나 5L의 대용량을 구매하는 소비자들은 플라스틱 형태를 선호하며, 150ml의 작은 용량에는 유리병 형태를 선호합니다.

Q3. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

영국 브랜드인 하인즈(Heinz) 제품과 러시아 내 유명 브랜드 키코만(Kikkoman)은 150ml에 각각 161루블(3,026원)과 290루블(5,452원)입니다. 브랜드마다 가격이 다르지만, 일반적으로 150ml-300ml의 제품은 250-350루블(4,700-6,580원)에 판매되고 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 용량 대비 저렴한 편이라고 생각합니다.

Q4. 현지 소비자들은 제품 구매 시 무엇을 고려하나요?

대부분의 소비자들은 간장 구매 시, 제품의 자연 발효 여부를 확인합니다. 그만큼 러시아인들은 간장의 품질을 중시하며, 이외에도 화학 방부제 등의 첨가물이 들어있는지 확인합니다. 소비자들은 품질이 입증된 제품이라면 가격과 상관없이 구매하는 경향이 있습니다. 실제 키코만 제품은 타 브랜드와 비교했을 때, 비싼 편이나 글루텐프리(Gluten-Free) 제품이며, 좋은 품질을 갖춘 것으로 유명해 인기가 높습니다.

Q5. 제품의 주요 판매처는 어디인가요?

간장 제품의 주 고객층은 일본인과 중국인이기 때문에, 간장은 주로 아시안마트에서 판매합니다. 키코만과 같이 브랜드 인지도가 높은 제품만 예외적으로 현지의 일반 마트에서도 판매합니다. 따라서 A사 역시 한인마트나 아시안마트를 통해 제품의 인지도를 쌓은 후, 현지 일반 마트로 진출하는 것이 좋다고 생각합니다.

Interview ③ 레드 드래곤(Red Dragon)



28)

레드 드래곤
(Red Dragon)

전문가 소속

레드 드래곤
(Red Dragon)
도소매업체

전문가 정보

Ms. Albina
(Sales Manager)

Рыба, морепродукты	Икра	Соевые соусы	Соевые пасты
Соевые полуфабрикаты	Соусы	Пасты	Уксусы, масло
Соус Терияки BG, 1800мл 605 ₩ В КОРЗИНУ	Соус ореховый "Goma Dressing", 250мл 189 ₩ В КОРЗИНУ	Рисовый соус шаосинский 345 ₩ В КОРЗИНУ	Соус ореховый KAMINARY "Goma" 495 ₩ В КОРЗИНУ
		New! 	
Соус устричный "PRB" 510гр 199 ₩ - 169 ₩	Соус «Основа для кимчи» Мотоюа, 450 гр 639 ₩	Сок цитруса «Юдзу» 100%, 720 мл 2 800 ₩	Соус Шрирача Hui Feng 0,435 кг США 446 ₩

레드 드래곤(Red Dragon) Sales Manager, Ms. Albina

레드드래곤은 아시아 식품 전문 도소매업체로, 취급 품목으로는 소스류, 즉석식품, 향신료, 채소류, 유제품, 곡물류, 음료류, 화장품 등이 있음. 한국, 일본, 중국, 태국, 인도, 베트남에서 수입된 약 2,000개의 식료품을 취급하고 있으며, 제품이 국가별로 분류되어 있음. 러시아 내 6곳의 오프라인 매장 외에도 온라인 쇼핑몰을 운영해 러시아 내 여러 지역에 제품을 배송함

28) 사진자료: 레드 드래곤(Red Dragon) 홈페이지 (reddragon-spb.ru)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 러시아 내 간장의 수요는 어떠한가요?

러시아 내 간장의 수요는 많은 편이 아니며, 그나마 중국과 일본산 제품의 인기가 많습니다. 현지 소비자들은 고기를 재우거나 샐러드 드레싱으로 간장을 활용하며, 일반적인 러시아 음식을 조리할 때는 간장을 사용하지 않습니다.

Q2. 현지 소비자들은 간장 구매 시 무엇을 고려하나요?

간장 구매 시 고려하는 사항은 개개인에 따라 다릅니다. 대체적으로는 가격을 가장 중시합니다. 실제로 일반 고객 사이에서는 저렴한 제품의 수요가 많은 편입니다. 이와 달리, 음식점에서는 간장의 품질을 고려합니다. 이들은 주로 고품질의 제품만을 사용하려는 경향이 있습니다.

Q3. 러시아 내 인기가 높은 제품은 무엇인가요?

현지 시장에서는 일본산 키코만 간장의 인기가 가장 높습니다. 해당 제품은 유리병과 플라스틱 등 다양한 포장 형태를 갖추었다는 장점이 있습니다. 또한 러시아 사람들은 키코만(Kikkoman) 제품의 품질이 다른 제품보다 우수하다고 생각합니다. 키코만 제품은 다시마 추출물을 사용해, 나트륨 함유량을 낮춘 간장으로 유명합니다.

Q4. 취급 제품의 용량 및 포장 방식은 어떠한가요?

저희가 판매하는 간장의 용량은 150ml에서 1.8L로 다양합니다. 대부분의 제품이 여러 용량으로 출시되어 소비자들은 개개인의 취향에 맞게 용량은 선택하여 구매할 수 있습니다. 소비자들은 주로 가볍고 휴대가 용이한 플라스틱 병 형태의 제품을 선호합니다.

Q4. 취급 제품의 가격은 어느 정도가 적당한가요?

앞서 말씀드렸듯이, 러시아 소비자들은 저렴한 가격대의 제품을 선호합니다. 적정 가격은 없으나 기존 제품들보다 저렴해야 소비자들이 구매의향을 보일 것입니다. 일반적으로 500ml 이하의 제품들은 200-300루블(3,760-5,640원) 정도의 가격대를 형성하고 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 가격 면에서 비교우위를 갖추었다고 생각합니다.

Interview ④ 라면샵(Ramyon Shop)

29)



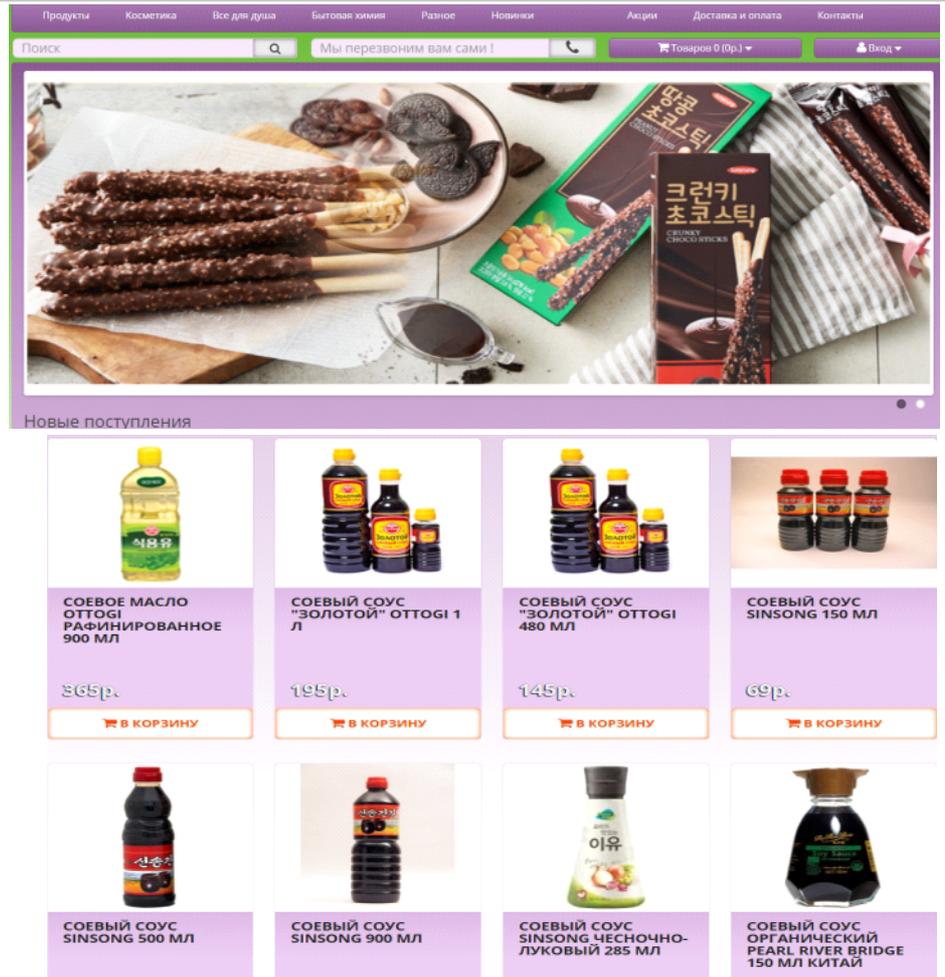
라면샵
(Ramyon Shop)

전문가 소속

라면샵
(Ramyon Shop)
소매업체

전문가 정보

Ms. Sofiya Berezina
(Sales Manager)



라면샵(Ramyon Shop)

Sales Manager, Ms. Sofiya Berezina

라면샵은 한국산 제품을 전문적으로 취급하는 소매업체로, 소스류, 스낵류, 간편 식품, 라면, 차류, 곡물류 등의 식료품 외에도, 화장품, 일상용품, 가정용품 등을 취급하고 있음. 대부분의 제품이 한국 브랜드로 구성되어 있음. 모스크바에 한 개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 온라인으로도 제품을 판매함. 인스타그램 등의 소셜미디어 플랫폼을 통해 한국 문화와 제품을 홍보하고 있음

29) 사진자료: 라면샵(Ramyon Shop) 홈페이지 (ramyonshop.ru)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 러시아 내 간장 수요는 어떻게 되나요?

러시아 음식 중에는 간장을 활용한 음식이 없어, 간장의 수요는 적은 편입니다. 러시아 소비자들은 샐러드 드레싱용으로만 간장을 사용합니다. 하지만 러시아에 거주하고 있는 한국인, 중국인, 일본인 사이에서는 간장의 수요가 많은 것으로 알고 있습니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 한국 간장에 대한 인식은 어떠한가요?

한국 간장의 인지도는 낮은 편입니다. 따라서 일반 현지 마트에서는 한국 간장을 판매하지 않는 것으로 알고 있습니다. 만약 러시아로의 수출을 고려하신다면, 한인마트나 아시아마트에서 브랜드 인지도를 쌓은 후 현지 마트로 진출하는 방안을 추천합니다. 또한 러시아에는 이미 키코만(Kikkoman) 브랜드의 인기가 높으므로, 해당 제품에 상응하는 품질을 갖추거나 가격 면에서 비교우위를 갖추는 것이 필요하다고 생각합니다.

Q3. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있습니다. 가장 인기가 높은 제품은 키코만으로 150ml에서 1L까지 다양한 용량으로 구성되어 있습니다. 이외에도 한국 C사와 D사의 제품을 취급하고 있는데, 두 제품 모두 다양한 용량으로 출시되었음에도 불구하고 아직 러시아 내에서 큰 인기를 끌지 못해 한인 마트나 아시아 마트에서만 판매되고 있습니다.

Q4. 취급 제품의 포장 형태, 용량 및 가격은 어떻게 되나요?

선호하는 포장 형태는 없으며, 제품 대부분이 페트병 형태로 이루어져 있습니다. 유리병 형태로 제품을 출시해도, 문제없을 것으로 생각합니다. 러시아 소비자들은 간장 구매 시, 150ml의 작은 용량을 선호합니다. 현재 판매하고 있는 S사의 제품은 900ml에 215루블(4,042원)이며, 150ml에 69루블(1,297원)입니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 저렴한 편에 속합니다.

Interview ⑤ 사쿠람(Sakkuram)



30)

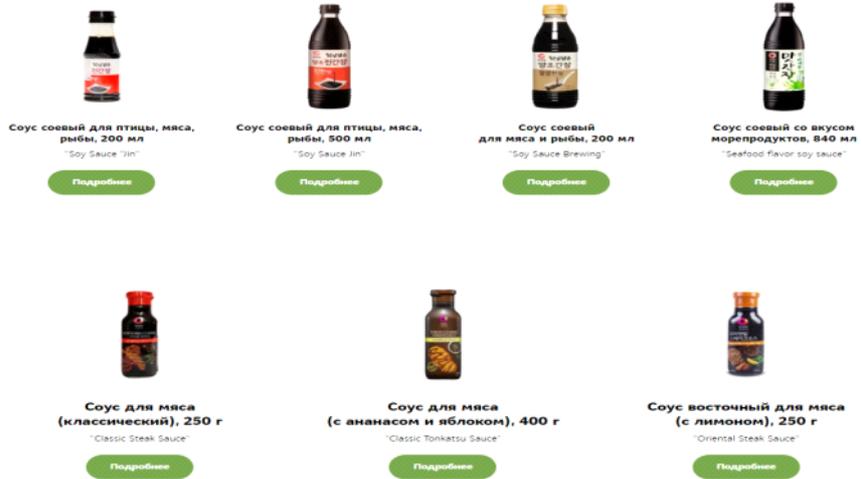
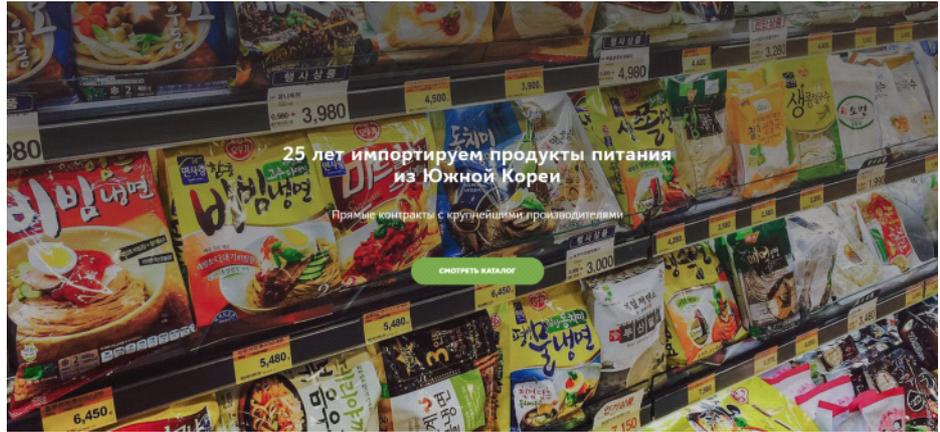
사쿠람
(Sakkuram)

전문가 소속

사쿠람
(Sakkuram)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Vasiliy
(Sales Manger)



사쿠람(Sakkuram)

Sales Manager, Mr. Vasiliy

사쿠람은 1996년 설립된 수입유통업체로, 한국산 식료품을 주로 판매함. 취급 품목으로는 소스류, 라면류, 스낵류, 김치, 제과류 등이 있음. 러시아 내 모스크바, 상트페테르부르크, 블라디보스토크 지역의 유통을 담당하고 있으며, 소매 체인점, 개인 소매점, 온라인 상점, 카페 및 음식점으로 제품을 납품함. 약 250개의 한국 제품을 취급하고 있으며, 매년 50개-60개 신제품을 도입해 상품 다각화를 실현하고 있음

30) 사진자료: 사쿠람(Sakkuram) 홈페이지 (sakkuram.ru)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 러시아 내 간장의 수요가 어떻게 되나요?

간장은 현지에 거주하는 아시아인들 사이에서만 수요가 많습니다. 러시아 현지 음식에는 간장을 활용한 요리가 없기 때문에, 현지 소비자들은 간장을 잘 구매하지 않습니다. 간장을 구매하는 소비자들은 제품의 가격과 품질을 중요시하며, 현지 시장에서 판매되는 대부분의 간장은 한국, 일본, 중국산 제품입니다.

Q2. 소비자들은 간장을 어떻게 활용하나요?

러시아에 거주하고 있는 아시아 소비자들은 고기를 재우는 양념으로 간장을 사용합니다. 앞서 언급했듯이 러시아 현지 음식 중 간장을 활용한 요리가 없어, 현지 사람들은 간장을 샐러드 드레싱으로 이용하거나 아시아 전통 음식을 만들 때 사용합니다.

Q3. 취급 제품의 포장 형태 및 가격은 어떻게 되나요?

소비자들은 유리병보다 저렴하면서도 가벼운 플라스틱 형태의 포장을 선호합니다. 저희가 판매하는 대부분의 제품은 페트병으로 되어 있습니다. 제품 가격의 경우, 현재 취급 중인 한국 E사의 제품을 200ml에 150루블(2,820원)로 판매하고 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 저렴한 편이라고 생각합니다.

Q4. 선호하는 용량이 있나요?

선호 용량은 타깃 소비자에 따라 상이합니다. 아시아 사람을 주 타깃 고객으로 생각한다면 900ml 이상의 큰 용량이 적당할 것입니다. 이들은 거의 모든 끼니에 간장을 사용하기 때문에, 대용량의 제품이 적합합니다. 하지만 러시아인들을 상대로 판매한다면, 200ml의 작은 용량이 적절할 것입니다. 최근 현지 소비자들 사이에서는 작은 용량의 식료품이 트렌드로 자리매김해 있으며, 실제 300ml와 400ml의 제품보다는 200ml 용량의 제품이 수요가 많습니다. 물론, 가장 좋은 방안은 여러 용량의 제품을 출시해, 다양한 소비자들의 니즈를 충족하는 것입니다.

Q5. 취급 제품의 유통 과정은 어떻게 되나요?

당사에서는 한국산 제품을 직접 수입하고, 러시아 지역 내 여러 소매점으로 납품하고 있습니다. 주로 아시아마트와 한인마트로만 간장을 유통하고 있으며, 현지 마트로는 납품하고 있지 않습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

러시아(RUSSIA) - 제품 경쟁력 검증

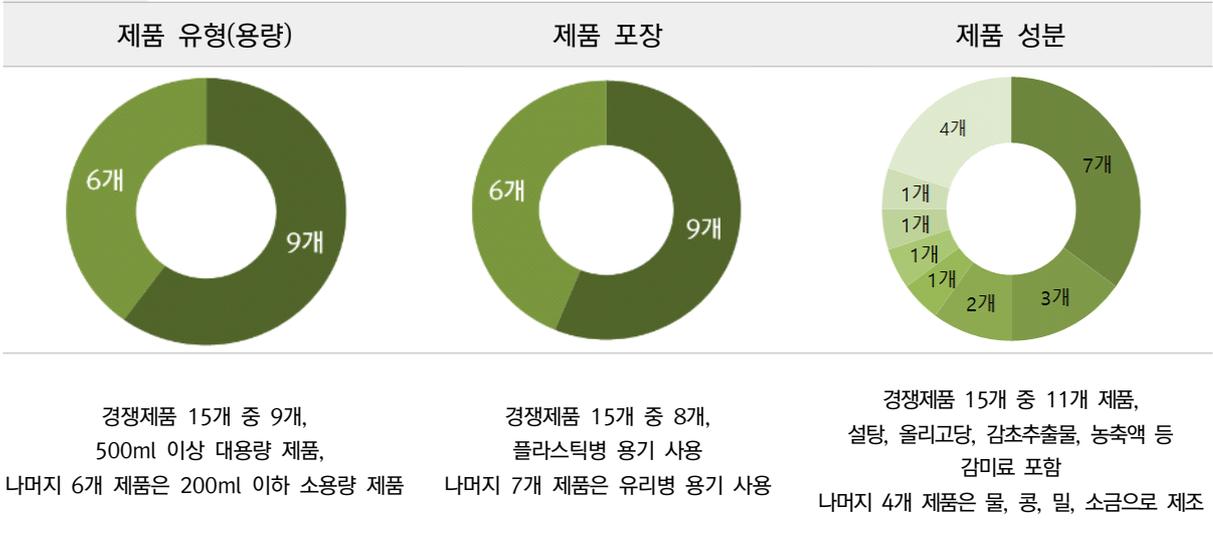
■ A사 제품
 ■ 조리용
 ■ 테이블소스(시즈닝)

| 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



제품 경쟁력



러시아(RUSSIA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개 중, 5개사 현지 온오프라인 채널 모두 진출 1개사는 현지 온라인 매장 만 진출	경쟁기업 6개 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용, 이 중, 4개사만 자사 홈페이지 보유	경쟁기업 6개사는 주로 '발효식품', '전통식품, '안전식품' 등을 강조한 홍보문구 활용

31) 1루블= 18.80원 (2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

32) A사 제품 루블화 가격: 17.43루블(328원을 18.80원으로 나눈 후 소수 셋째자리에서 반올림한 값)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업)

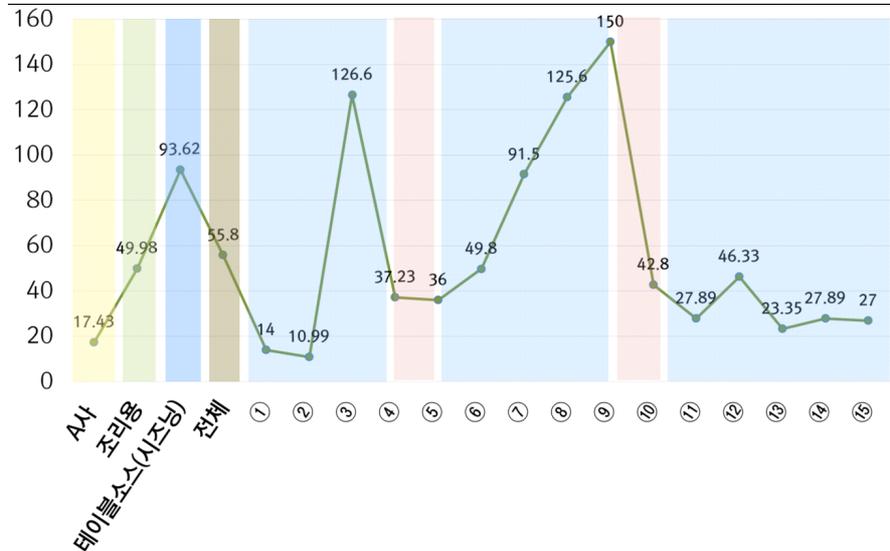
- ① 소우스 소에비이
클라시체스키이 250ml
(소스트라)
- ② 소우스 소에비이
클라시체스키이 1L
(소스트라)
- ③ 소에비이 소우스 나뚜랄노보
브로웨니아 키코만 150ml
(키코만)
- ④ 소우스 소에비이 테리아키
(소스트라)
- ⑤ 소우스 소에비이 쓰베틀리이
수페리오르 나뚜랄노보
브로웨니아
(광동 피알브이 바이오텍)
- ⑥ 소에비이 소우스 아마사
(아마사 그룹)
- ⑦ 소에비이 소우스 예상 티체프
미트라프
(E사)
- ⑧ 소에비이 소우스 나뚜랄노보
브로웨니아 키코만 250ml
(키코만)
- ⑨ 피뜨루소보-소에비이 소우스
폰주 리몬
(키코만)
- ⑩ 소에비이 소우스 진S
(B사)
- ⑪ 소에비이 소우스 싱송
(D사)
- ⑫ 슬라보블닉이 소에비이
소우스 페.엠 싱송
(D사)
- ⑬ 소에비이 소우스 1.7L
(C사)
- ⑭ 소에비이 소우스 900ml
(C사)
- ⑮ 비이셀러 소이 소에비이
(출리맥스 푸드)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 전체 경쟁 간장제품 100ml당 평균 가격보다 낮음

A사 제품의 100ml당 가격은 17.43루블(328원)임. 러시아 온·오프라인 매장에서 판매하고 있는 경쟁제품 15개는 100ml당 평균 55.80루블(1,049원)임. A사 제품의 100ml당 가격을 용도별로 분류한 간장제품과 비교할 시, 조리용 간장제품 13개의 100ml당 평균가격은 49.98루블(940원)로 A사 대비 약 2.9배 높고, 테이블소스(시즈닝)용 간장 제품 2개의 100ml당 평균가격은 93.62루블(1,760원)로 A사 대비 약 5.4배 높은 것으로 확인됨. 러시아 온·오프라인 매장에서 선정한 경쟁제품 전체 15개의 100ml당 평균가격은 A사 제품 대비 약 3.2배 높음

[표 3.1] 러시아 경쟁제품 간장 종류별 가격 경쟁력 분석①

(단위: 루블/100ml)



2) 용량

경쟁제품(경쟁기업)

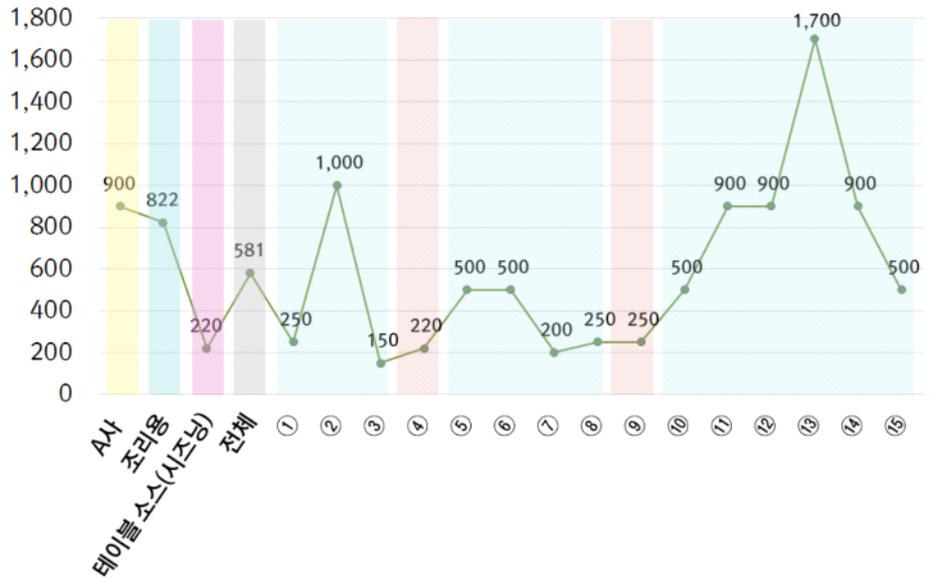
- ① 소우스 소에비이 클라시체스키이 250ml (소스트라)
- ② 소우스 소에비이 클라시체스키이 1L (소스트라)
- ③ 소에비이 소우스 나무랄노보 브로첼니아 키코만 150ml (키코만)
- ④ 소우스 소에비이 테리아키 (소스트라)
- ⑤ 소우스 소에비이 쓰베틀리이 수페리오르 나무랄노보 브로첼니아 (광동 피알브이 바이오텍)
- ⑥ 소에비이 소우스 아마사 (아마사 그룹)
- ⑦ 소에비이 소우스 예상 티체프 미트라프 (E사)
- ⑧ 소에비이 소우스 나무랄노보 브로첼니아 키코만 250ml (키코만)
- ⑨ 찌프루소보-소에비이 소우스 폰주 리몬 (키코만)
- ⑩ 소에비이 소우스 진S (B사)
- ⑪ 소에비이 소우스 싱송 (D사)
- ⑫ 슬라보볼니이 소에비이 소우스 떼.엠 싱송 (D사)
- ⑬ 소에비이 소우스 1.7L (C사)
- ⑭ 소에비이 소우스 900ml (C사)
- ⑮ 비아셀러 소이 소에비이 (출리맥스 푸드)

▶ A사 제품 용량, 경쟁제품 15개 평균 용량 대비 약 1.5배 높음
조리용 및 테이블소스(시즈닝)용 대비, 각각 1.1배, 4.1배 높음

제품 종류를 기준으로 경쟁제품 15개의 용량을 비교한 결과, 조리용 제품 13개의 평균 용량은 822ml이며, 테이블소스(시즈닝) 제품 2개의 평균 용량은 220ml로 조사됨. 경쟁제품 중, 조리용 제품의 평균 용량이 테이블소스(시즈닝)의 평균 용량보다 큼. A사 제품의 용량은 900ml로, 러시아 온·오프라인 시장에서 조사된 15개 경쟁제품의 평균 용량인 581ml보다 높은 것으로 확인됨. A사 제품은 경쟁제품 15개 대비, 약 1.5배 정도 용량이 큼

[표 3.2] 러시아 경쟁제품 용량별(대·소용량) 경쟁력 분석

(단위: ml)

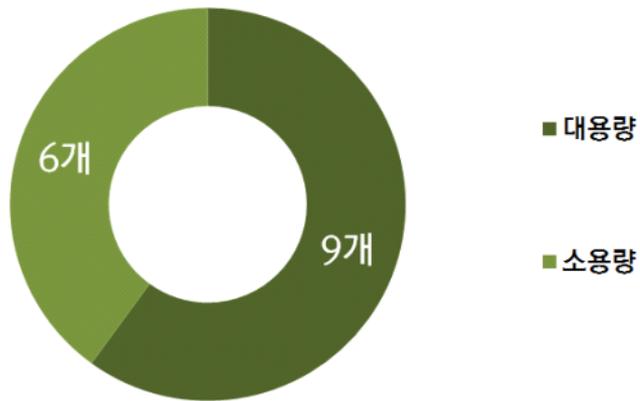


3) 제품 유형(용량 기준)

▶ 경쟁제품 15개 중, 9개 대용량 제품, 6개 소용량 제품으로 확인

경쟁제품 15개의 용량을 비교한 결과, 경쟁제품 15개 중 9개 제품이 500ml 이상의 대용량 제품으로 확인됨. 대용량 제품은 모두 조리용 간장 제품으로, 500ml와 900ml, 1L와 1.7L 용량의 제품이 조사됨. 나머지 6개의 경쟁제품은 250ml 이하의 소용량 제품으로, 150ml, 200ml, 250ml 단위의 제품이 확인됨. 그 중, 2개 제품은 테이블소스(시즈닝) 제품임

[표 3.3] 러시아 간장 제품 유형(용량 기준) 경쟁력 분석

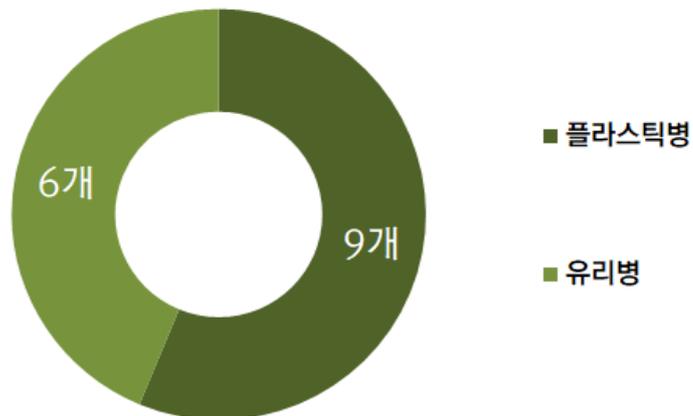


4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 플라스틱병 포장

러시아에서 판매되고 있는 간장 경쟁제품 15개의 포장 용기를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 9개가 플라스틱병을 포장 용기로 사용함. 그 외 6개 제품은 유리병을 사용했으며, 소용량 제품은 모두 유리병 용기로 포장된 것을 확인함

[표 3.4] 러시아 간장 제품 포장 경쟁력 분석

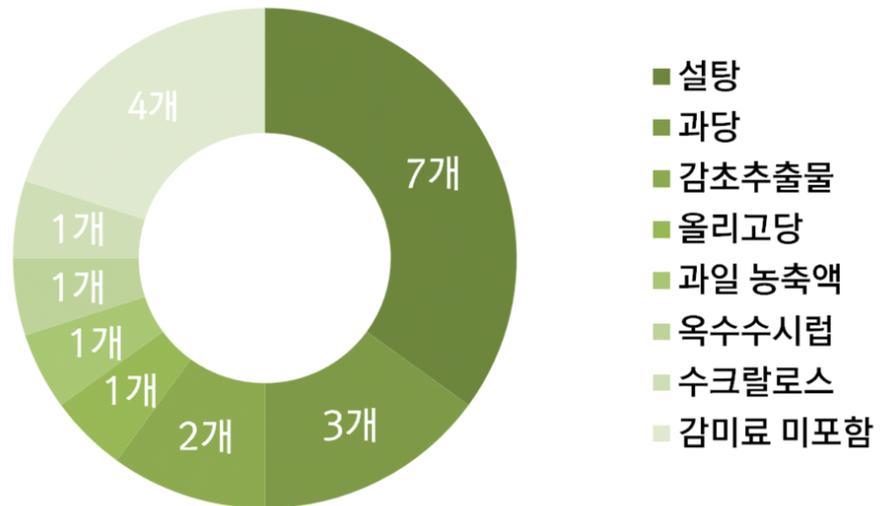


5) 제품 성분

▶ 경쟁제품 15개 중 11개, 설탕, 포도당 시럽 등 감미료가 포함된 제품

러시아에서 판매되고 있는 간장 경쟁제품 15개의 제품 성분을 조사한 결과, 물, 콩, 밀, 소금 등의 간장 기본원료 외에 단맛을 내는 감미료가 사용된 제품은 총 11개로 확인됨. 경쟁제품에 함유된 감미료는 설탕, 액상과당, 옥수수 시럽, 과일농축액, 올리고당, 수크랄로스, 감초추출물 등이 있으며, 설탕이 함유된 경쟁제품이 7개로 가장 많음. 그 외에도 과당이 함유된 제품 3개, 감초 추출물이 함유된 제품 2개, 올리고당 함유 제품 1개, 과일 농축액 1개, 옥수수 시럽 1개, 수크랄로스 함유 제품 1개가 확인됨³³⁾

[표 3.5] 러시아 간장 제품 성분 경쟁력 분석



33) 복수의 감미료 포함 제품은 중복 체크

2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 6개사 모두 온라인 채널에 진출**

러시아에 진출한 경쟁기업 6개사 중, 온·오프라인 채널에 모두 진출한 것으로 확인된 업체는 5개사로 한국업체 3개사와 일본기업 키코만, 러시아기업 소스트라로 확인됨. 한국 경쟁기업 3개사는 모두 한인마트 자스민에 납품 중으로, B사의 제품은 러시아 유통 점유율 7순위³⁴⁾ 오상과 스페르마켓에서 판매하고, C사와 D사는 모두 현지 온라인몰인 아디프로와 코샵에서 판매 중인 것으로 확인됨. 한편, 러시아 및 외국산 간장 제조업체 3개사는 모두 러시아 온라인 채널 점유율 4순위 플랫폼인 오존에 입점함

[표 3.6] 러시아 간장 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인					온라인				
	베조로 치카	마그닛	에코 마르케트	아즈부카 브쿠사	자스민	오존	오상	아디프로	스페르마켓	코샵
B사					○		○		○	
C사					○			○		○
D사					○			○		○
키코만 (Kikkoman)		○		○		○		○	○	○
소스트라 (Sostra)	○	○				○		○	○	
출리맥스 푸드 (Cholimex Foods)						○				○

2) 홍보 채널

▶ **경쟁기업 6개사, SNS플랫폼을 홍보 채널로 활용**

러시아 소스트라, 러시아 최대 SNS플랫폼 브콘택테로 자사제품 홍보 중

경쟁기업 6개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 반면, 이 중 4개사만 자사 홈페이지를 보유함. SNS 플랫폼을 대표 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 6개사는 페이스북 및 유튜브를 주로 활용하여 자사 제품을 홍보함. 로컬업체인 러시아 소스트라는 러시아 최대 SNS플랫폼인 브콘택테에 홍보페이지를 만들어 신제품 및 요리레시피를 공유함

[표 3.7] 러시아 간장 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		브콘택테	페이스북	유튜브	인스타그램
B사	○		○		
C사	○		○		
D사	○		○		
키코만 (Kikkoman)	○			○	○
소스트라 (Sostra)	○	○	○	○	
출리맥스 푸드 (Cholimex Foods)	○		○	○	○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, '제조 방식', '제품 용도', '품질'을 강조하여 경쟁제품 홍보

러시아에 진출한 경쟁기업 6개사는 공통적으로 경쟁제품의 '제조 방식', '제품 용도', '품질'을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. '발효식품', '전통식품', '안전식품', '천연성분', '자연숙성', '유기농' 등 제조방식 및 완전식품으로서의 제품 홍보 또는 '샐러드 드레싱' 이외에도 '생선 조리', '고기 양념', '피자, 햄버거, 만두, 튀김 음식, 케밥' 등 다양한 요리에 어울림을 강조함. 또한 코셔(Kosher)나 안전품질 식품 인증(SQF)등의 키워드로 제품의 안전성 및 품질신뢰를 주는 문구를 사용함

[표 3.8] 러시아 간장 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



34) 유로모니터(Euromonitor) 러시아 유통업체 브랜드별 점유율 자료근거 (www.euromonitor.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 엑스파이버 리테일 그룹 (X5 Retail Group) 홈페이지 (www.x5.ru)
2. 마그닛 (Magnit) 홈페이지 (www.magnit-info.ru)
3. 에코 마켓 (Eko-Market) 홈페이지 (www.eko-market.ru)
4. 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa) 홈페이지 (www.av.ru)
5. 자스민 (Jasmin) 홈페이지 (www.jasmin-cafe.ru)
6. 오존 (Ozon) 홈페이지 (www.ozon.ru)
7. 오상 (Auchan) 온라인몰 홈페이지 (www.auchan.ru)
8. 코샵 (Korshop) 온라인몰 홈페이지 (korshop.ru)
9. 키코만 푸드 (Kikkoman Foods) 홈페이지 (www.kikkoman.co.jp)
10. 소스트라 (Sostra) 홈페이지 (www.sostra.ru)
11. 출리맥스 (Cholimex) 홈페이지 (www.cholimexfood.com.vn)
12. 사쿠람(Sakkuram) 홈페이지 (sakkuram.ru)
13. 라면샵(Ramyon Shop) 홈페이지 (ramyonshop.ru)
14. 레드 드래곤(Red Dragon) 홈페이지 (reddragon-spb.ru)
15. 시부키(Sibuki) 홈페이지 (www.sibuki.ru)
16. 러시아 비즈니스 네트워킹 VLSI 홈페이지 (www.sbis.ru)
17. 베트남 비엣스톡 주식회사 (static2.vietstock.vn)
18. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
19. 러시아 연방 통계국 (www.gks.ru)
20. 러시아 티오플리 스탠 지구 정부 홈페이지 (teplystan.mos.ru)
21. 사쿠람(Sakkuram) 홈페이지 (sakkuram.ru)
22. 아즈부카 브쿠사 (Azvuka Vkusa) 홈페이지 (www.av.ru)
23. 라면샵(Ramyon Shop) 홈페이지 (ramyonshop.ru)
24. 레드 드래곤(Red Dragon) 홈페이지 (reddragon-spb.ru)
25. 시부키(Sibuki) 홈페이지 (www.sibuki.ru)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사

발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사

발 행 일 : 2020.02.07.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

