

육식의 나라 러시아

러시아는 육식을 선호하는 나라로 알려져 있다. 사회복지 수준은 평범하지만 육류 소비 수준은 선진국 소비 수준과 비슷한 편이기 때문이다.

국가육류협회(National Meat Association)에 따르면 2000년 러시아의 1인당 육류 소비량은 40.6kg이며 2014년에 이 수치는 73.5kg까지 증가했다. 이후 육류 소비량(2018년 74.5kg, 2019년 76.3kg)은 거의 비슷한 수준으로 유지되었다.

육류 카테고리별 소비량을 살펴보면 러시아의 소비자들은 닭고기를 선호하는 것으로 나타났다. 총 육류 소비량에서 닭고기는 약 50%를 차지했으며, 돼지고기를 이용한 육류 제조 제품이나 반 조리 제품이 30%, 소고기와 기타 육류는 20%를 각각 차지했다.

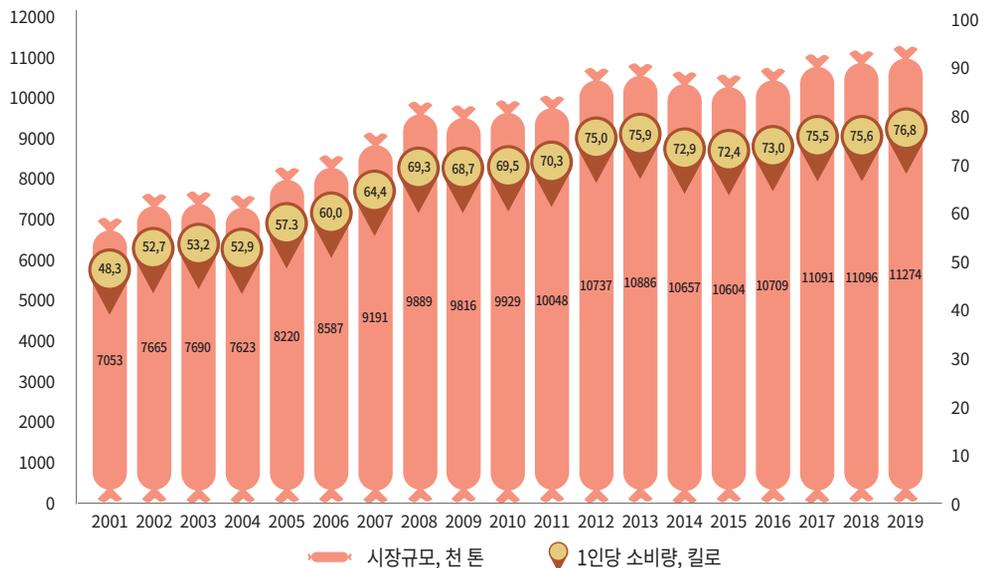
| 2001~2019년 육류 시장 규모 및 1인당 소비량 |



| 2018년 12월 육류 평균 소매가(kg당) |



| 2001~2019년 육류 시장 규모 및 1인당 소비량 |





채식주의자는 소수에 불과

러시아 영양 전문가들은 건강 생활 트렌드로서 인기가 지속되고 있는 채식도 육류 소비에 지장을 주지 않을 것이라고 발표했다. 다민족 국가인 러시아는 각 지역마다 특수한 식습관이 있다. 또한 채식주의자들은 러시아 인구 중에 3%밖에 되지 않으며, 그중 엄격한 채식주의자들은 극히 소수에 불과하다. 러시아에서 채식주의자의 대부분은 영양실조로 알려져 있다.

육류 소비 트렌드의 변화

러시아 육류 소비의 최근 트렌드 중 하나는 신제품 개발과 포장기술의 발달로 인해 생고기를 요리하는 방법이 인기를 끌고 있다는 점이다. 이는 육류 판매의 수요를 늘리는데 도움이 될 뿐만 아니라, 저렴한 반조리 제품 구매에서 스테이크같이 가공되지 않은 고기 요리로의 전환에 도움이 되고 있다.

육류 프리미엄화

국가육류협회의 분석에 따르면, 2014년 러시아 프리미엄 고기 소비량은 2.5~3만 톤에 달했으며 이는 지난 몇 년 간에 비해 7배로 증가한 수치이다. 최근 몇 년간 실질적인 소득이 증가하진 않았지만, 러시아인들은 점점 육류 프리미엄 시장의 제품에 지갑을 열고 있는 것이다. 이러한 경향은 매체를 통한 육류 홍보 및 프로모션이 프리미엄 제품에 더 무게를 두고 있다는 점을 통해서도 확인할 수 있다. 또한 지난 1년 동안 육류 카테고리에서 평균 판매 금액은 증가하였으나 구매 빈도는 오히려 감소하는 경향이 나타났다. 소비자의 구매 횟수는 줄었지만 고가의 프리미엄 제품을 선택하는 경우가 증가하고 있는 것이다.



한국의 식문화 전파를 통한 진출도 고려해볼 때

러시아인에게 육류 제품은 빼놓을 수 없는 한 끼 메뉴이다. 대한민국의 질 좋은 고기로 만들어지는 냉동만두, 냉동볶음밥 등이 러시아인들이 선호하는 맛과 결합한다면 러시아시장 진출은 충분한 가능성이 있다. 아울러 삼겹살 문화, 수육 문화 등을 러시아에 홍보한다면 육류 제품뿐만 아니라 곁들이는 신선 제품 등도 같이 홍보될 것이라고 생각한다.