



Russia

블라디보스토크지사

러시아 식품 시장의 눈에 띄는 다변화

변화하는 러시아 식품 시장

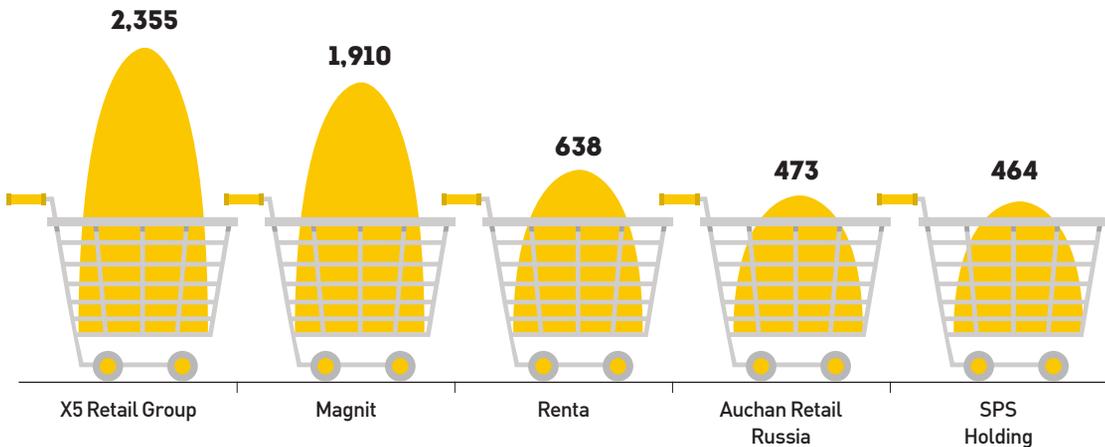
러시아 식품 시장이 빠르게 변화하고 있다. 식품 판매 실적 총 110억 건을 분석한 결과 건강식품 매출이 작년 4월과 비교해 13% 증가했고 알코올 판매는 8% 감소했다. 증가한 건강식품 품목은 야채, 과일, 고기, 시리얼 등이며, 지난해 4월과 비교해 야채 가격이 평균 5% 증가했음에도 불구하고 소비가 증가했다. 과일 또한 전년 4월에 비해 평균 판매가격이 6%나 올랐음에도 소비가 9% 증가한 것을 볼 수 있었다. 이렇듯 건강식품의 판매 증가는 러시아인들의 식품 소비 성향이 고급스럽게 변했음을 말해주고 있다. 이 외에도 먹기 쉽게 포장된 인스턴트 음식과 음료, 처방전 없이 살 수 있는 제약품류 등 신속하게 소비 가능한 제품의 시장이 가파른 성장세를 보이고 있다. 아울러 2016년 이후 극동지역 중 연해주에 급증한 한국인 관광객을 겨냥하는 라면, 김치 등의 한국 식품 판매가 증가하는 추세다.

러시아 하이퍼마켓의 성장

과거 소련 붕괴 후 시장경제 도입으로 인해 배급제 및 국영상점이 쇠퇴하고 재래시장, 식료품점, 키오스크 식의 식품 판매점이 생기기 시작했다. 하지만 2000년대 초반에 들어서면서 서구식 대형 체인점인 하이퍼마켓이 등장한 이후 재래시장, 키오스크의 규모는 점차 줄어들고 있다. 하이퍼마켓의 영향으로 러시아 식품시장 규모는 점차 커지기 시작했으며 그 중 'X5 Retail'사와 'Magnit'사는 매출의 1, 2위를 다투며 러시아 식품 시장에 큰 영향력을 미치는 회사로 손꼽히고 있다. 대형마켓은 저렴한 가격과 다양한 상품 전시를 통해 소비자들을 사로잡고 있고 고기, 우유, 과일, 야채 등의 신선식품뿐만 아니라 완성조리식품까지 공급하기 때문에 하이퍼마켓에서 구매하는 것을 선호하는 것으로 나타났다.

| 하이퍼마켓 판매 순위 |

(단위: 백만불)



재래시장, 식료품점, 키오스크 현황

키오스크는 보통 개인이 운영하는 형태로 술, 담배, 과자, 라면 등 기본적인 식료품을 판매하던 곳으로 한때 10만 개 이상 난립했으나 2014년 6월부터 키오스크에서 담배 판매가 법적으로 중지되면서 상점이 크게 줄어들었다. 식료품점은 아직도 두어개의 상점은 각 동네마다 있고, 재래시장은 도시마다 한 두 개씩은 있으나 상당수가 철거되거나 실내 건물로 통합했으며 하이퍼마켓으로 인해 입지가 점점 좁아지고 있다.

변화하는 식품 홍보 트렌드

IT 발전이 타 국가들에 비해 다소 느렸던 러시아도 다른 국가와 마찬가지로 지난 몇 년간 SNS를 통해 식품의 사진과 영상을 공유함으로써 선택과 소비의 폭이 넓어졌다. 이제는 SNS를 통해 사진과 동영상을 공유할 수 있을 뿐만 아니라 콘텐츠를 통한 스토리텔링으로 소비자의 구매욕을 증가시킬 수 있게 되었다. SNS는 러시아 젊은 층에게 가장 영향력 있는 홍보 수단으로 다양한 한국 식품 또한 SNS를 통해 홍보되고 있는 중이다.

| 키오스크 |



| 식료품점 |



| 하이퍼마켓 |



| 재래시장 |



건강을 생각하기 시작한 러시아인들

2000년대 초반까지 식품을 먹고 살기 위한 수단만으로 여겼던 러시아인들이 건강식에 관심을 갖기 시작했다. 고단백질의 소시지, 무설탕 과일 주스, 무알콜 맥주 등의 신규 제품이 출시돼 인기를 끌고 있다. 이러한 건강식품만 판매하는 마트도 생겨나고 있다. 일반 제품보다 판매가격은 비싸지만 건강에 관심이 많은 30대 이상의 고객층을 겨냥해 판매를 증가시킬 계획이다.

또한 유기농 제품에 대한 관심이 증폭돼 일반 제품에 비해 고가에 판매되는데도 수요는 점점 늘어나고 있다. 평균적으로 일반 식품 대비 유기농품의 가격은 채소류 및 육어류가 20%, 100% 높다.

| 건강 식품 |



Key Point

연해주에 한국 식품 수요 매년 증가

- 러시아인들의 생활 수준이 높아짐에 따라 자연스럽게 식습관이 바뀌고 있고, 이에 따라 건강과 관련된 식품들도 새롭게 등장하고 있는 실정이다. 지금까지 많이 이용됐던 작은 상점들은 하이퍼마켓의 등장으로 외면 받고 있으며, 하이퍼마켓은 앞으로 꾸준히 증가할 것으로 보인다. 가장 가까운 유럽이라는 이미지로 한국인들이 많이 방문하는 연해주 지역에는 매년 한국 식품의 수요가 증가하고 있다. 이는 한국인 관광객들을 대상으로 판매하려는 전략이었지만, 오히려 이로 인해 러시아인들에게 한국 식품을 홍보하는 기회가 되었다.