



Russia

블라디보스토크지사

꾸준히 사랑 받는 러시아 냉동만두

경제 위기 후 지속되는 냉동식품의 인기

러시아의 경제 위기 후 냉동식품의 인기는 꾸준히 상승 중이다. 루블화의 가치가 폭락하면서 경제적 어려움을 실감한 소비자들이 저렴한 냉동제품을 구입하고 있기 때문이다. 2013년 통계에 따르면 러시아 가정의 93%에서 적어도 일 년에 한 번 냉동식품을 구입했다.

러시아 냉동식품의 대다수는 육류 가공품이며, 대표적으로 육류나 생선으로 만든 커틀릿과 스테이크가 있다. 또한 밀가루를 사용한 냉동식품에는 러시아식 만두 펠메니(Пельмени), 러시아식 팬케이크 블린치키(блинчики), 오븐에 바로 구워먹는 냉동 제빵류, 냉동 피자 등이 있다.

| 냉동 커틀릿 |



| 블린치키 |



러시아의 만두 '펠메니'

러시아에서 펠메니는 19세기 이래 꾸준히 사랑 받아온 음식으로, 한국의 만두와 비교해 피가 두껍고 야채가 적게 들어가는 것이 특징이다. 만두소로는 돼지고기, 소고기, 닭고기, 해산물,

생선 등을 넣는다. 그 외 버섯, 치즈와 토마토, 햄, 미역 등을 넣기도 한다. 다양한 크기가 있지만 대개 한국의 물만두 정도의 크기가 대중적이다. 조리법은 찌는 것뿐 아니라 튀겨 먹는 방법, 물에 15~20분 정도 끓여먹거나 우리나라 만둣국처럼 고기나 생선국물에 펠메니를 넣어 먹는 방법 등이 있다.

과거에는 집집마다 나름의 요리법으로 펠메니를 만들었으나, 현대 사회에서는 냉동 식품으로 대체하고 있다. 가격은 브랜드마다 다르지만 500g에 150~300루블(약 2,700~5,400원)이다.

| 마트에서 판매하는 다양한 펠메니 |



자체 생산·수입량 모두 많은 냉동만두

냉동만두는 전 소득층에서 인기 있는 제품 중 하나인데, 그 이유 중 하나는 가장 저가의 닭고기보다 냉동만두의 가격이 저렴해 진입 장벽이 낮기 때문이다. 이로써 매년 약 40만 개의 냉동만두가 러시아에서 생산되고 있다.

러시아의 냉동만두 수입액은 2015년 400만 달러(약 46억 5,300만 원)에서 2016년 경제 위기의 영향으로 250만 달러(약 29억 830만 원)로 하락했다가 2017년 470만 달러(약 54억 6,800만 원)로 다시 상승세를 이어가고 있다. 러시아에 냉동만두를 수출하는 국가는 규모 순으로 리투아니아, 벨라루스, 한국이며, 러시아 연방 관세청에 따르면 한국 냉동만두의 러시아 수출은 2014년부터 급증했고 그 뒤로 꾸준히 상승 중이다.

| 마트에서 자체 생산, 판매하는 펠메니 |



냉동만두 수출 선진 사례

러시아에 진출해 인기를 얻고 있는 대표적인 한국 만두는 C사의 B만두다. C사는 러시아에 서구권 식생활이 아닌 동양권 식생활과의 접점이 있음을 포착해 제품을 개발했다. 한국 만두에는 속 재료를 주로 돼지고기로 사용하는 반면 수출 만두에는 현지인들이 즐겨먹는 소고기를 함께 사용했으며, 만두소에 야채를 잘 넣지 않는 러시아식 만두에 맞춰 야채를 원물로 넣지 않고즙의 형태로 첨가했다. 또한 고기를 썰어 넣어 고기의 식감을 살렸고 수탕 조리가 익숙한 현지 조리법에 맞춰 끓는 물에서도 만두피가 퍼지지 않도록 별도를 피를 개발해 적용했다.

이처럼 한국 만두의 원칙은 지키면서 러시아 현지인들의 입맛에 맞게 제품을 차별화시켜 C사 블라디보스토크 내의 유통체인에서는 한국에서 생산된 냉동만두가 대부분이었다. 서부 러시아에서는 높은 물류비용으로 인해 현지 공장을 설립하기도 한다. 러시아의 극동 지역은 물류비가 서부에 비해 저렴하기 때문에 극동 지역을 기점으로 러시아 시장 진출의 기회를 노려볼 수 있을 것이다.

| C사의 러시아 수출용 만두 |

| 모니터 디스플레이와 함께
매대 중앙에 진열되어 있는 한국산 만두 |

냉동만두시장의 원동력과 가능성

만두는 식품시장에서 위기 상황에 빠지지 않고 꾸준한 수요를 보이는 카테고리 중 하나이다. 현대인의 바쁜 라이프스타일을 고려할 때 펠메니는 물에 넣고 끓이기만 하면 되므로 쉽고 빠르게 조리해 먹을 수 있는 간편 식품에 속하기 때문이다.

러시아의 중산층 이상의 소비자들은 새로운 음식에 대한 시도가 있는 편으로 제품의 포장과 품질을 강조하는 프리미엄 디자인을 추구한다면 시장 진입의 가능성이 있을 것이다. 제품의 품질을 중시하는 중산층 이상의 소비자들에게는 제품의 원재료와 생산과정을 강조하는 것도 필요하다.

**식문화 트렌드 반영한
냉동만두 제품 개발 필요**

- 러시아의 냉동식품 시장은 러시아 대도시를 중심으로 더욱 발전할 수 있을 것으로 예상된다. 따라서 빠르고 간편하게 먹을 수 있는 냉동식품 중 러시아에서 꾸준히 사랑받아 온 냉동만두 시장을 공략해야 한다. 이미 선진사례가 있고, 러시아의 식문화 트렌드를 파악해 제품을 개발 및 생산하여 냉동만두시장을 공략한다면 수출 확대의 기회를 노릴 수 있을 것으로 보인다. 또한 러시아에서도 1인 가구 및 소가족이 증가하고 있는 추세이므로 간편하게 먹을 수 있는 소포장, 전자레인지용 냉동 만두를 출시한다면 시장 점유율을 높일 수 있을 것이다.