

연방체인 vs. 지역체인, 승자는 누구?

러시아 연방은 총 85개의 연방주체(Federal Subject)로 구성된다. 이와 비슷한 듯 다른 개념인 연방관구는 2000년 5월 18일 당시 블라디미르 푸틴 러시아 대통령의 연방정부 개혁계획 지시에 따라 설정된 것으로 연방정부의 편의를 위해 8개로 구분한 행정 구역이다. 헌법에 규정된 단위는 아니며 각각의 연방관구는 여러 연방주체로 구성된다. 러시아 인구의 67.5%가 서부 러시아 지역 내 4개의 연방관구에 집중되어 있으며, 이 지역을 중심으로 주요 연방형 체인이 활동하고 있다는 것을 참고해야 할 것이다.

연방체인의 극동지역 진출 가능성은?

러시아 내 대표 유통체인으로는 X5 리테일그룹의 '피초로치카(Pyaterochka)', '페레크료스토크(Perekrestok)', 마그닛 PAO의 '마그닛(Magnit)', DKBR 메가리테일그룹의 '딕시(DIXY)' 등이 있다. 흥미로운 점은 이 세 곳의 유통체인 매출액이 전체의 20% 가량을 차지한다는 것과 주 활동지역이 인구의 67.5%가 몰려있는 유럽러시아지역이라는 점이다.

유럽러시아지역을 중심으로 활동하는 연방체인은 극동지역 진출을 서두르지 않는 모양새를 보이고 있다. 극동지역은 인구밀도가 낮고 지역생산자 및 공급자가 다양하지 않아 제품 수매에 어려움이 따르며 광활한 영토 내 물류망 구축에 막대한 비용이 요구되는 등 투자대비 큰 이익을 기대할 수 없기 때문이다.

* 인구밀도 : 모스크바 4,941.45명/km², 연해주 8.54명/km²

러시아 연방 지도 (연방관구)

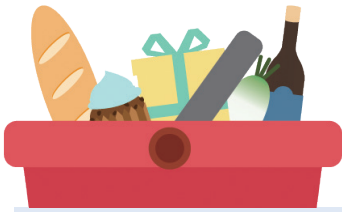
- | | |
|-----------|-------------|
| 1 중앙 연방관구 | 5 부캅카즈 연방관구 |
| 2 북서 연방관구 | 6 우랄 연방관구 |
| 3 볼가 연방관구 | 7 시베리아 연방관구 |
| 4 남부 연방관구 | 8 극동 연방관구 |



중앙 연방관구(27%), 북서 연방관구(9.5%), 볼가 연방관구(20%), 남부 연방관구(11%)

연방체인의 극동지역 진출 시도가 전혀 없었던 것은 아니다. 지난해 '후레쉬25'와 '딕시'가 파트너십 구축을 계획하여 극동지역 내 '딕시'의 소매체인 브랜드 '페르븀 델롬(Perbym Delom)'으로 체인화할 계획이 진행된 바 있다. 이로써 물류시스템 및 자체브랜드의 공급이 가능해졌지만 현실적인 어려움에 봉착하였다. 바로 러시아의 광활한 영토로 인해 물류의 비효율성을 겪은 것이다. 일례로 서부지역에 위치한 중앙 물류센터에서 제품을 출고한다고 가정했을 경우, 극동지역까지는 20일 이상 소요되며 또 상시재고를 보유해야하므로 재고 부담이

동반된다. 신선식품의 경우에 이러한 부담은 보다 크게 작용할 수 있다.



극동지역 대형마트 '삼배리(Samberi)'.

동지역 내 SSM '후레쉬25(Fresh25)' 인수

올해 3월 '삼배리'의 홍보부장(베타 볼구셰바)에 따르면, '삼배리'의 대표(레프 볼코프)는 "리테일 사업은 항상 발전해야 하며 '삼배리'와 '후레쉬25'의 통합은 구매, 물류 등 기타 과정에 있어 규모의 경제를 이루어 또 다른 기회로 작용할 것으로 기대한다"고 전했다. '삼배리'가 '후레쉬25' 전체 매장 혹은 일부 매장을 인수하는지에 대한 정보는 밝혀진 바가 없지만 주로 대형마트를 보유하고 있는 '삼배리'가 극동지역 곳곳에 슈퍼마켓 규모의 매장을 보유하고 있는 '후레쉬25'를 인수할 경우, 극동지역에 사실상 '삼배리'와 '레미' 두 개의 유통체인만이 남게 된다. 코로나19로 인하여 근거리 소비빈도가 높아지는 추세에 접근성이 높은 '후레쉬25' 매장을 인수함으로써 극동지역에서 '삼배리'의 영향력은 보다 커질 것으로 예상된다.



레미

매장수 46개 (블라디스 23개, 그 외 23개)
분포지역수 극동 지역 16개 도시에 분포
매장유형 슈퍼마켓



후레쉬25

매장수 47개 (블라디스 17개, 그 외 30개)
분포지역수 극동 지역 20개 도시에 분포
매장유형 슈퍼마켓





삼베리

매장수 30개 (블라디미르 5개, 그 외 25개)

분포지역수 극동 지역 10개 도시에 분포

매장유형 슈퍼마켓

Key Point

극동시장은 자신만의 특색을 갖춘 독특한 시장이다. 그 특징으로는 유럽러시아지역과는 달리 한국을 비롯한 아시아 국가들과 인접해있어 제품을 수급할 수 있는 경로를 확보하고 있다는 점을 꼽을 수 있다. 실제로 주요도시인 블라디보스토크, 하바로프스크, 사할린 등에는 인접 국가인 한국, 중국, 일본과의 교류를 통하여 유럽러시아지역에 대비해 아시아 제품의 공급이 원활하다. 또한 시장 내 높은 점유율을 바탕으로 제품에 대한 인지도가 높게 형성되어 있어 일종의 테스트마케팅으로 활용할 수도 있다. 따라서 역으로 극동지역을 거점으로 시장성이 확인되고 수요가 형성되어 있는 우리 제품을 서부지역으로 확대시킬 수 있는 기회로 활용할 수 있을 것이다. 실제로 '삼베리'는 자체적으로 감귤류, 사과, 배 등 한국산 신선농산물을 수입 - 유통하여 자체 매장에서 판매하고 있는데 지난 겨울시즌에는 한국산 감귤류가 빅히트를 친 바 있다. 따라서 이미 극동지역에 진출한 기업은 시장을 유지하면서도 확대하려는 노력이 필요할 것이며 수출 희망기업의 경우에는 극동시장으로의 문을 꾸준히 두드려야 할 것이다. 이와 동시에 주요 유통채인을 통해 시장확대의 기회를 모색해보아야 할 것이다.

