



러시아 대체식품시장 분석

러시아 대체식품시장의 출발점

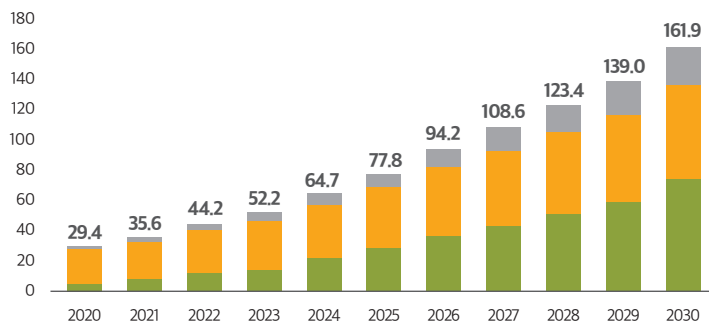
전세계 대체육시장에서 생산 부문 리더는 유럽으로, '딜로이트(Deloitte)'의 분석에 따르면 전세계 생산량의 38%가 유럽에서 생산되고 있는 것으로 나타났다. 그 뒤를 이어 대형시장 주자들은 주로 미국, 라틴 아메리카, 아시아태평양 지역의 업체들로 나타났다.

최근 줌(Zoom)에서 실시한 설문조사에 따르면, 러시아 내의 채식주의자 비율은 전 국민의 2% 정도로 그 수로는 거의 2백만 명에 이르는 것으로 조사된다. 러시아 대체식품 생산업체인 '웰던(Welldone)'에 따르면 식물성 대체식품 생산자는 채식주의자 소비자들만을 겨냥하는 것이 아니라, 육류를 소비하는 일반 소비자들의 수요형성을 목적으로 하고 있다고 밝혔다. 러시아 '에프코 그룹(EFCO Group)'과 'TGI Friday's'의 2020년 공동연구에 따르면 러시아 국민 절반이 대체육을 시도해보고자 하며, 60%는 정기적으로 매장에서 식물성 고기를 구매할 의사가 있다고 답변하였다. 응답자의 25%는 가격이 동일한 경우, 지금 바로 전통적인 육류를 포기할 의사가 있는 것으로 집계되었다. 또, 61%의 응답자는 아이들에게 식물성 고기를 먹일 의향이 있다고도 답했다.

세계 대체식품시장 전망

(단위 : Billions)

- 식물성대체육
- 식물성 낙농품
- 이외 식물기반 식품



러시아 대체식품 생산자들

러시아시장에도 이미 많은 생산자가 대체식품시장에 관심을 드러내고 있다. 올해 초 발표된 '딜로이트'의 연구에 따르면 러시아 대체육 및 대체우유 시장규모는 26억 루블(한화 약 438억 1,000만 원)에 달한다. 현재는 '비욘드미트(Beyond Meat)'와 같은 글로벌 대체육시장 거인들이 러시아 생산 부문의 발전을 이끌어 가고 있다. 이러한 글로벌 대체육 회사들이 처음 러시아시장에 등장했을 때 비즈니스 매체를 포함해 많은 언론이 이를 보도했으며 그로 인해 많은 러시아 국민의 관심을 끌며 새로운 인식 확산에도 기여하였다. 미국산 제품(비욘드미트)은 러시아산 제품(웰던)에 비해 몇 배는 비싸기 때문에 경쟁관계로 여겨지지 않는다. 실제로 '비욘드미트'의 커틀릿은 1,200루블(한화 약 2만 232원), '웰던'의 커틀릿은 250루블(한화 약 4,215원)이다. 또한 러시아산 '미트리스' 제품은 200루블(한화 약 3,372원), '그린와이즈(Greenwise)'의 제품(튀김 및 육포)은 200루블(한화 약 3,372원) 이하에 살 수 있다.

'웰던'에 따르면 대체육시장은 완전히 새로운 범주, 기술 및 전문식품 분야에 속하기에 거대 기업이 가지는 이점이 크지 않다. 스타트업과의 차이점으로는 연방체인과의 계약으로 유통 이점을 꼽을 수 있다. 따라서 업계는 품질이 좋은 제품을 생산해 낼 수 있는 기술만 보유한다면 연방체인 및 배급사와 계약 체결이 그렇게 어렵지 않다고 보고 있다. 이를 증명하는 업체들이 바로 '웰던', 'Hill(Healthy Innovations)', '그린와이즈', '미트리스' 등이 있다. 이들 브랜드들의 제품을 러시아 주 유통채널인 페레크로스토크, 아즈부카 브쿠사, 글로부스 등과 같은 곳에서 구매할 수 있다. 이중 '미트리스'는 소규모 회사들이 가진 강점을 높게 평가한다. 소형기업은 사업 결정 부문에 높은 기동성, 유연성 그리고 탄력적 대응력을 가지며 소비자의 요구에 즉각 반응하여 단기간에 제품을 수정할 수 있기 때문이다.

2

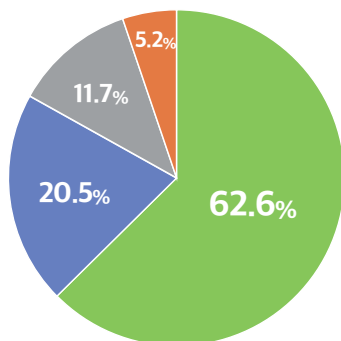


1 러시아 Welldone社 식물기반 커틀릿

2 GreenWise 식물기반 살코기

이러한 점을 바탕으로 러시아와 같이 새롭고 빠르게 발전하는 불확실한 시장상황에서 더욱 빛을 발할 것이라고 예측하고 있다. 대체육을 생산하는 주요 브랜드의 품목과 반제품 생산회사의 품목은 많은 부분에서 유사하다. 예를 들면, 모두 다양한 식물성 커틀릿, 소시지, 햄, 다진 고기를 출시했다. 대부분 회사가 전통적 육가공 공장들의 채식 시리즈보다 더욱 폭넓은 선택권을 제공한다는 점이 특징이다.

러시아 대체육 소비 설문조사



대체육을 얼마나 자주 소비할 준비가 되어 있습니까?

- 먹어보고 결정하겠다
- 도덕적으로 관점에서 기존의 고기를 완전대체할 수 있다
- 가격과 맛이 기존 고기와 같다면 매일 소비할 준비가 되어 있다
- 때때로 흥미가 있으나 기존 고기를 완전대체하지는 않을 것이다

1 곤충 단백질

또 하나의 전통적 육류단백질 대체식품은 곤충 단백질로 '엔토모 단백질(Entomo protein)'이다. 유엔식량농업기구(UNFAO)는 식용곤충 시장을 4억 달러로 평가하고 있고 2023년에는 12억 달러까지 성장할 것으로 전망하고 있다.

유럽에서는 이미 많은 회사가 곤충 단백질 기반의 애완동물 사료와 단백질 제품을 생산하고 있다. 러시아에서는 해당 분야가 이제 막 시작되고 있는 추세다. 예를 들면 2019년 벨고로드 주의 한 회사인 '비오프로'가 흑사자파리 유충으로부터 단백질을 생산하는 공장을 건립한다고 발표했다. 공장은 2023년부터 본격 가동될 예정이다.

'비오프로'가 단백질 생산을 위해 흑사자파리를 이용하는 유일한 회사는 아니다. '비오게네시스'도 흑사자파리 유충을 이용해 애완조류, 특수동물용 사료를 생산한다. 러시아시장 최대 곤충 기반 사료 공급자 중 하나는 '엔투'이며, 귀뚜라미에서 단백질을 생산해 낸다. 회사 카탈로그에는 반려묘용 곤충 단백질 인 파테 형태와 이외의 애완동물용 사료를 찾아볼 수 있다.

러시아의 대체 생선과 대체 해산물 부문에는 몇몇 시장 주자만이 사업을 영위하고 있다. 대체 해산물에 특화된 유일한 회사는 '예브로프롬'이다. 이 업체는 1997년 설립되어 20년 넘게 대체 생선알을 제조한다. 생선알의 재료는 미역이다. 생산자의 확인에 따르면 대체 생선알은 식감에 있어 최대한 실제 생선알과 가깝게 제조된다. 회사 카탈로그에는 10가지 이상



의 다양한 모방식품이 나열되어 있다. 예를 들어 짜르스카야 시리즈는 연어알, 철갑상알, 강꼬치고기 모방품을 포함한다. 2020년 회사의 총매출은 21억 루블(한화 약 354억 600만원)을 기록했다.

일반 생선식품을 전문으로 하는 '아가마' 역시 식물기반 생선 시리즈를 론칭했다. 2020년 회사의 총매출은 8,100만 루블(한화 약 13억 6,566만 원)에 달성했다. 현재 채식 카탈로그에는 귀리가루, 밀단백질, 콩, 미역 기반의 대체 연어가 올라와 있다. 채식 생선은 대체육과 반제품을 생산하는 '비고'의 제품도 찾아볼 수 있다. 회사의 식물성 생선 시리즈는 연어, 만세기, 대서양연어의 3가지 스테이크 형태로 소개되고 있다.



2

- 1 곤충기반 식품 '비오게네시스'
- 2 Vego社 대체생선
- 3 '네몰로코' 식품생산라인
- 4 '볼코몰로코' 제품

자료

Incrussia.ru 뉴스
(<https://incrussia.ru/news/alternative-meat-forecast/>)



2 대체우유 및 우유제품

러시아시장에서 대체 우유는 아직까지 많은 인기를 구가하고 있지는 않다. '볼코몰로코'의 설립자이자 대표에 따르면 "그러한 현상이 소비자들의 보수적인 입맛과 연관된다"고 밝혔다. 구매자들은 시장변화에 매우 느리게 반응한다. 그러나 대체(식물기반) 식품을 창출해 내는 생산자들은 매우 활발하게 비즈니스를 개선하고 러시아 구매자들을 변화시키면서 진전을 이루어 내려 노력하고 있다. 러시아 시장에는 15개 정도의 동물성 대체 우유 생산자가 있다. 대형 주자 중에는 '네몰로코', '볼코몰로코', '그린 아이디어', '수퍼푸드' 등이 있다.

'네몰로코'는 2017년 러시아 시장에 등장한 최초 대체우유

생산자 중 하나인 '사드 프리도니아'의 브랜드이다. '사드 프리도니아'에 따르면 2018년 판매량은 20천 톤에 이르며 해당 브랜드는 귀리, 쌀, 메밀 기반의 대체음료에 특화되어 있다.

또 다른 브랜드로는 '볼코몰로코'로 지난해 총매출은 5,600만 루블(한화 약 9억 4,416만 원)이었다. 업체의 대체우유는 땅콩, 아몬드, 개암, 콩 3가지 견과를 기반으로 생산된다. 또한 브랜드는 8가지의 식물성 치즈와 식물성 햄, 파테 그리고 몇 가지 단맛제품을 판매하고 있다. '수퍼푸드'는 건강 라이프스타일(Healthy Lifestyle)에 집중하는 회사이다. 브랜드는 코코넛 사워크림 혹은 코코넛 케피르 같은 발효 대체우유를 판매하는 소규모 브랜드 중 하나이다.





Polezzno 식품스텐드

‘뉴아뉴트리온’의 계란 대체품인 ‘네 아이쵸’의 제품 구성은 옥수수 가루와 전분, 차전자(psyllium)로 이루어져 있다. 가격은 200그램에 200루블(한화 약 3,370원)이다.

러시아 대체식품시장은 태동기에 있지만 가까운 수년 안에 폭발적 성장을 위한 가능성을 내포하고 있다. 그 가능성 중 하나로 전문가들은 투자자들의 관심과 구매자들의 확대된 수요를 들고 있다. 미트리스에 따르면 구매 활성화에 중요한 역할을 담당하는 것은 대체식품에 대한 인식뿐만이 아니다.

예짐 루츠쉐의 연구에 의하면, 2018년 5월부터

2019년 4월까지 식물성 우유 판매는 561%가 늘었고 귀리 우유는 2,531%가 늘었다. 이는 매우 인상적인 수치이다. 업계 관계자들은 이러한 변화가 기업의 마케팅 혹은 PR활동도 때문만은 아니며 소비자들이 가까운 매장에서 식물성 우유를 살 수 있게 되었기 때문이라고 분석했다. 소비 수요는 연방 체인 판매대에 대체식품 배치하면 할수록 증가할 것이라는 전망이다.

러시아 업계 전문가들은 이구동성으로 소비자들의 환경에 대한 염려 또한 수요에 영향을 끼친다고 밝혔다. 많은 소비자가 실제로 육류기반 식품생산에 얼마나 많은 에너지와 여러 자원이 사용되는지 알고 나서 놀라움을 표시한다고 한다. 사람들 사이에 식물기반 식품은 더욱 친환경적으로 인식되고 있다.

예를 들면 소 한 마리로부터 고기 형태의 1 칼로리를 얻는데는 100 식물칼로리가 가공되어야 한다. 결과적으로 엄청난 양의 연료 에너지가 소실되는 것이다. 만일 식물기반 대체식품을 생산한다면 해당 칼로리는 식물로부터 획득되고 이는 완제품에도 그대로 보존된다.

작성자 블라디보스토크지사 박세실

3 대체 계란

러시아시장에서 급부상하고 있는 또 하나의 새로운 제품은 바로 대체 계란이다. 대체 계란은 사실상 대체 생선 부문과 마찬가지로 러시아 생산자가 생산하지 않는다. 계란 대체품은 ‘막마스테르’, ‘폴레츠노’, ‘뉴아뉴트리온’의 3개 생산자가 있다.

‘막마스테르’는 다양한 형태의 곡물가루 제품과 저단백질이 함유된 다이어트 마카로니를 생산한다. 또한 품종 중 많은 부분이 다이어트 제빵 및 다른 단맛제품이다. 회사의 계란 대체품은 제빵과 오믈렛 요리에 사용될 수 있다. 제품은 옥수수 전분과 식물성 레시틴을 기반으로 제조된다. 생산자 운영 매장에서의 가격은 100그램 용기 기준 150루블(한화 약 2,527.50원)이다.

‘폴레츠노’도 건강 라이프스타일 식품 생산을 전문으로 한다. 2020년 회사의 매출은 2억 9,900만 루블(한화 약 50억 3,815만원)에 달했다. 브랜드 카탈로그에는 제빵용 다이어트 혼합재료가 폭넓게 구비되어 있고 이들 중에는 계란 대체품도 있으며 푸른 바나나 가루, 이집트콩 가루 및 콩단백질을 기반으로 제조된다. 가격대는 ‘막마스테르’와 비슷하고 200그램에 350루블(한화 약 5,897.50원)이다.

Key Point

러시아 대체식품 분야는 서구 주요국가에 비해 열악한 상황이나 높은 잠재력을 가지고 발전단계에 들어섰다. 적지 않은 러시아 기업이 여러가지의 새로운 시도를 이어가고 있고 일정한 성장도 이루어내고 있는 상황이다. 이 새로운 식품에 대해 대부분 러시아 국민이 호기심을 가지고 있으며 많은 조사에서 시장성을 가진 제품이 등장한다면 가까운 구매할 의사도 있음을 보여주고 있다. 세계시장의 발전과 더불어 향후 몇년 안에 성숙단계로 접어들 것으로 보이는 러시아 대체식품시장에 콩 기반 대체우유 등 식물성 우유시장에 한국업체가 가진 기존의 강점을 이용해 시장 진출을 시도해 볼 수 있을 것이다. 러시아 소비자에게는 대체식품 분야가 건강식품으로 인식되는 점을 고려해 고급 브랜드 시장 진출도 노려볼 수 있다.