

러시아를 대표하는 국민음료 '크바스(Квас)'

러시아인들의 국민음료 '크바스'

“그들은 공기로 숨을 쉬듯 크바스를 마셨다(Им квас как воздух был потребен).”

우리에게도 잘 알려져 있는 러시아의 작가 알렌산드르 푸슈킨의 운문 소설 『예브게니 오네긴』의 한 대목이다. 『예브게니 오네긴』은 러시아 삶의 백과사전으로 불릴 만큼 당시 러시아인들의 삶을 현실적으로 표현한 작품이라고 평가받고 있다. 이렇듯 크바스는 996년 처음으로 역사서에 등장하는데 블라디미르 1세 대공이 말하길 세례를 마치고 백성들에게 “음식과 꿀, 크바스를 나누라”고 기록되어 있다. 이후 크바스는 러시아인들의 삶의 일부가 되면서 오늘날까지도 사랑받는 전통음료로 자리 잡았다. 예를 들자면 우리의 식혜나 수정과와 비슷한 맥락으로 이해할 수 있을 것이다.

크바스는 물에 호밀과 보리를 발효시켜서 만들거나 가정에서는 러시아인들의 주식인 흑빵과 효모를 원료로 간단하게 만들 수도 있다. 여기에 단맛이 나는 꿀과 향료를 첨가해서 다양한 맛으로 즐길 수 있다. 또 러시아식 냉국인 오크로슈카(Окрошка)의 국물 재료로도 활용되기도 한다. 크바스는 소련의 붕괴 이후 국민음료 타이틀을 놓칠 위기에 놓이게 되는데 이는 자본주의의 상징인 코카콜라와 펩시의 등장으로 코카콜로니제이션(Coca-colonization)의 위협이 시작되었기 때문이다. 그러나 푸틴의 러시아 재건을 위한 강한 움직임으로 애국주의를 조성하면서 크바스는 자리를 지킬 수 있었다. 실제로 한 제조업체는 반(反)콜라 슬로건으로 “콜라가 아닌 크바스, ‘니콜라’를 마셔라!(Квас не кола, пей ‘Николу!’)”라는 마케팅으로 시장에 안착하여 큰 인기를 얻기도 하였다. 일반적인 음료지만 위장을 편안하게 하고 심장과 혈관에 좋다고 여겨 여름철이면 여전히 크바스를 판매하는 노상 판매점을 종종 찾아볼 수 있다.

1 크바스 사진 2 러시아식 냉국 오크로슈카

크바스 사진



3 크바스 노상 판매점 4 러시아 내 유통되는 크바스 제품 5 다양한 맛의 크바스 제품



여름철 갈증 타파 음료, 크바스

크바스만큼 소비 계절성이 뚜렷한 음료는 없다. 단편적으로 2020년 6월 러시아 유통체인 메트로(METRO), X5그룹, 아산(Auchan), 디시(Dixy), 렌타(Lenta) 및 마그닛(Magnit)의 크바스 판매 갯수는 약 3,770만 개에서 2021년에는 4,300만 개로 약 14% 증가한 것으로 나타났다. 흥미로운 점은 기본의 맛에서 그치지 않고 새로운 맛을 추가하며 소비자들의 선택의 폭을 넓히고 젊은 소비층의 입맛을 사로잡은 점이다. 시중에서 유통되는 크바스 제품의 종류는 선택하기까지 시간이 오래 걸릴 정도로 다양해졌고 그만큼 많은 제조사(브랜드)들이 서로 밀착 경쟁을 벌이고 있는 실정이다.

기존에는 그 누구도 사과-레몬 맛, 바질-오트밀 맛, 심지어 콜라 맛의 '크바스'를 상상할 수 없었다. 하지만 오늘날 크바스 시장에는 '오렌지-시나몬 맛' 또는 매운 '서양고추냉이(Horseradish) 맛'과 같이 다양한 맛의 크바스가 판매되고 있다. 다만 특별한 맛이 가미된 제품의 판매액이 2020년 1월부

터 2021년 6월까지의 전체 크바스 매출액 128억 루블(한화 약 2,178억 원)의 1.23% 수준에 그쳤지만 시장은 끊임없이 소비자들에게 새로운 맛의 기회를 제공하고 있고 이에 부응하여 그 수요 역시 점차 증가하고 있다.

또한 1회 소비가 가능하고 휴대 및 섭취가 편리한 제품에 대한 수요가 증가하는 추세에 따라 제품의 규격을 다양화하여 판매량을 늘리는 방안도 시도하고 있다. 기존에는 가정 내 소비가 우선적이어서 1리터 이상의 패트병 포장 제품이 주를 이루었지만 최근에는 0.3리터, 0.5리터 용량의 소포장 팩이나 캔 형태의 제품이 판매되고 있는 점으로 보아 보다 편리한 제품을 선호하는 소비자들의 요구가 반영된 것으로 보인다.



러시아에 유통되는 다양한 맛의 밀키스

2020년 1월~2022년 6월 다양한 맛의 크바스 판매량

| 순위 | 크바스맛 | 판매량 (개수) | 판매량 점유율 (%) | 매출액 (RUB) | 매출액 점유율 (%) |
|----|---------|-----------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | 서양고추냉이 | 704,910 | 22,42% | 3,778,319 | 24,00% |
| 2 | 베리류 | 661,099 | 21,03% | 20,982,412 | 13,33% |
| 3 | 커런트민트 | 379,850 | 12,08% | 20,453,644 | 12,99% |
| 4 | 커런트 | 260,082 | 8,27% | 19,440,681 | 12,35% |
| 5 | 체리,과라나 | 249,901 | 7,95% | 8,779,951 | 5,58% |
| 6 | 인삼,칼라만시 | 248,408 | 7,90% | 8,582,215 | 5,45% |
| 7 | 블랙커런트 | 233,916 | 7,44% | 11,746,977 | 7,46% |
| 8 | 오렌지,시나몬 | 218,495 | 6,95% | 14,876,476 | 9,45% |
| 9 | 오트밀 | 55,409 | 1,76% | 4,355,819 | 2,77% |
| 10 | 꿀 | 41,683 | 1,33% | 3,777,266 | 2,40% |
| 11 | 생강 | 33,231 | 1,06% | 3,128,077 | 1,99% |
| - | 기타 | 57,029 | 1,81% | 3,525,223 | 2,23% |
| 합계 | | 3,144,013 | | 157,431,060 | |

작성자 모스크바지사 모이시엔코 다랴

Key Point

단언컨대, 러시아 식문화에는 식사 시에 생수보다는 주스나 탄산음료 등 음료수를 동반하는 경우가 대부분이므로 음료 판매량은 장기적으로 유지될 것으로 보인다. 전통음료임에도 불구하고 꾸준한 인기를 유지하고 있는 크바스도 다양한 맛을 선보이며 소비층을 확대하고 있다. 우리 기업 롯데칠성음료에서는 '밀키스'의 기본 맛을 필두로 러시아인들이 좋아하는 과일 맛을 첨가하며 구색을 넓혀 시장에 정착한 선례도 있다. 러시아 식음료시장 진출을 도모하는 우리 기업들이 시장의 특성을 고려하여 접근한다면 비범직한 길라잡이로서 활용할 수 있을 것이다.