

건강보조 식품에 대한 높아진 관심



모스크바지사

작성자_ 김유정



러시아 건강보조식품 시장 현황 및 특징

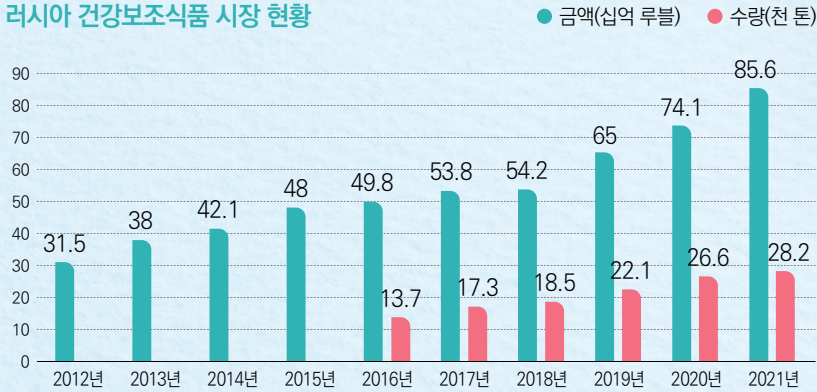
2020년 코로나19 팬데믹으로 인하여 러시아에서 건강보조식품에 대한 수요가 증가했다.

2021년, 러시아 인구 절반 이상은 비타민, 미네랄 등을 복용했다.

러시아인들은 평균 1년에 2개의 건강보조식품을 구입하는데,
건강보조식품을 가장 많이 구매하는 지역은 시베리아 연방관구로 매년 평균 3개 이상 구입한다.

러시아 건강보조식품 시장은 2012년 315억 루블에서 2021년 856억 루블로 10년 동안 연평균 12%의 큰 성장세를 보이고 있다. 2021년에는 전년 대비 금액 측면에서 약 16%, 물량 측면에서 6% 증가했다. 2022년에는 1,180억 루블로 추정된다.

러시아 건강보조식품 시장 현황



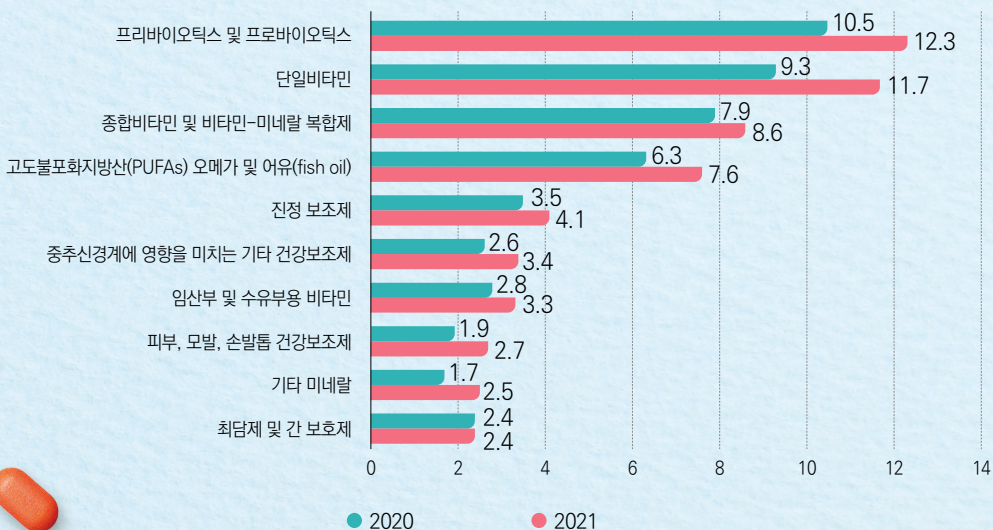
출처: DELOVOY PROFIL. 2022.08.10. 자료를 바탕으로 작성

미용 건강보조식품의 강세

러시아에서 건강보조식품 판매는 약학 기관(약국, 약 판매점, 약국 키오스크 등), 건강보조식품 전문점, 식품점(전문 섹션, 키오스크)에서 소비자 포장으로만 이루어진다. 국가등록이 되어있지 않은 경우, 품질 및 안전 인증이 없는 경우, 위생 규칙 및 규정을 위반하는 경우, 라벨이 없거나 라벨 정보가 국가등록 정보와 일치하지 않는 경우에는 건강보조식품을 판매할 수 없다. 현재 러시아에서 건강보조식품은 약국 사이트 및 대형 마켓플레이스 등 온라인에서도 구매할 수 있으며, 그 규모는 지속적으로 확대되고 있다.

상위 10대 건강보조식품 종류

(단위: 십억 루블)



출처: SIRIUS. РЫНОК БАД в МИРЕ и в РФ. 2022. 자료를 바탕으로 작성

2021년 러시아에서 가장 많이 팔린 건강보조식품은 프리바이오틱스 및 프로바이오틱스로 전년 대비 17% 증가한 123억 루블이었다. 단일비타민이 117억 루블로 2위를, 종합비타민 및 비타민-미네랄 복합제가 86억 루블로 3위를 차지했다. 한편, 2021년 가장 크게 성장한 건강보조식품은 기타 미네랄과 피부, 모발, 손발톱 영양보충제로 각각 전년 대비 47%, 42% 증가했다. 이는 최근 러시아인들이 미용 건강보조식품에 관심을 가지고 있음을 보여준다.

건강보조식품에서 우위를 차지하는 러시아 기업

러시아에서 가장 인기있는 건강보조식품 제조업체는 러시아 기업인 EVALAR이다. Euromonitor에 따르면 EVALAR는 러시아뿐만 아니라, CIS 및 동유럽 국가 기업 중에서 건강보조식품 판매 1위이다. 이 기업은 여러 하위 브랜드를 가지고 다양한 종류의 건강보조식품을 판매하고 있다.



EVALAR의 오메가3



EVALAR의 콜라겐



EVALAR의 비타민-미네랄 복합제



EVALAR의 발포 비타민C

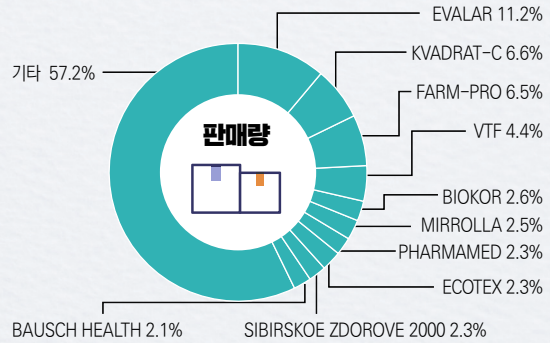
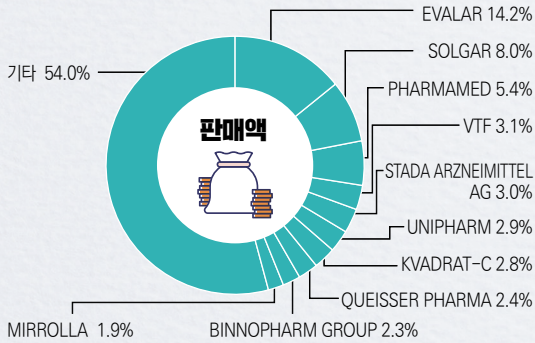
러시아 건강보조식품 시장에서 판매액 기준으로 상위 10위 내에 미국 및 독일 기업이 절반 정도 차지하지만, 판매량 기준으로는 10위를 차지한 캐나다 기업을 제외하고 모두 러시아 기업이었다. 이는 러시아산 제품에 대한 수요가 더 큰 것을 보여준다.

한편, 러시아 건강보조식품 수입은 전년 대비 20.3%로 상당부분 감소했다. 2022년 우크라이나 사태로 서방의 러시아산 건강보조식품 수입에 대한 직접적인 제재가 없었음에도 불구하고, 국가 간 관계 악화로 인해 전반적인 교역이 줄어들었기 때문이다. 또한 러시아인의 iHerb의 이용 불가 및 관련 서방 기업들의 러시아 시장 철수 역시 외국산 제품 구입에 영향을 미쳤다.

2018년부터 꾸준히 증가추세를 보이며 2021년 1억 1,040만 개였던 수입 규모가 2022년 8,790만 개로 2018년 이전 수준으로 감소했다. 특히 독일에서 9백만 개로 가장 크게 감소했는데, 독일 기업이 판매액 측면에서 5위와 8위를 차지했던 것을 고려하면 그 비중 역시 상당히 감소할 것으로 판단된다. 한편, 미국 브랜드 SOLGAR는 러시아에서 여전히 큰 비중으로 사업을 운영하고 있다.



러시아 내 상위 10위 건강보조식품 제조업체



출처: DSM Group. БАД 2022: про возможности и рост аптечных продаж. 2022. 자료를 바탕으로 작성

건강보조식품 의무 라벨링 '체스니 즈낙*' 시범 운영

현재 러시아에서는 '체스니 즈낙'이라는 의무 라벨링 제도를 시행하고 있는데, 건강보조식품 제품에 대해서는 2021년 5월부터 2023년 2월까지 2,993개의 기업이 참여하여 시범 운영이 이루어진 바 있다. 따라서 향후 건강보조식품에 대한 의무 라벨링 제도가 적용될 것으로 예상된다.

건강보조식품의 라벨링을 위해서는 유라시아경제연합(EAEU) 대외활동을 위한 통합 제품 분류(TN VED EAEU) 코드에 명시된 것 이외에도 EAEU 국가등록에 관한 통합 인증서 목록에 있는 건강보조식품에 발행된 유효한 국가등록 인증서가 필요하다. 건강보조식품 라벨링에 적용되는 EAEU 통합 제품 분류 코드는 다음과 같다.

건강보조식품 라벨링에 적용되는 EAEU 통합 제품 분류 코드

1210 20 900 0	1212 21 000 0	1504 10 100 0
1504 20 900 0	1515 90 990 0	1516 10 900 0
1517 90 990 0	1702 90 950 0	1806 31 000 0
1806 32	1806 90 700 0	1806 90 900 0
2101 12 920 1	2106 10 800 0	2106 90 580 0
2106 90 930 0	2106 90 980 1	2106 90 980 3
2106 90 980 9	2202 99 190 0	2936

* 러시아어로 '정직한 표시'를 의미하며, 2019년 불법 상품 거래를 방지하고 상품에 대한 정보를 소비자가 알 수 있도록 시행되는 의무 라벨링 제도이다. 현재 맥주, 유제품, 생수, 약품, 담배, 경공업 제품, 신발, 모피코트, 향수, 타이어, 카메라에 적용되며, 시범 운영을 거쳐 제품군을 확대해나가고 있다.

Insight

최근 러시아에서는 건강한 음식, 건강식품, 건강보조식품 등 건강과 관련된 제품에 대한 관심이 높아지고 있다. 러시아 시장에서 서방 기업의 철수 및 수입 제품이 감소하고 있으므로, 그 틈새를 이용하여 한국 제품들의 수출을 모색해 볼 필요가 있다. 특히, 러시아인들이 선호하는 종류의 건강보조식품을 중심으로 수출전략을 고려해 볼 수 있을 것이다. 한편, 건강보조식품에 대한 라벨링 제도에 관해서도 지속적으로 모니터링하여 수출 시 문제가 없도록 주의해야 한다.

