

2020
농식품 신북방시장 진출가이드

러시아



Part I. 국가 개황

1. 일반 현황	2
2. 농업 현황	10
3. 경제 및 무역	15

Part II. 농식품 시장 동향

1. 수출입 현황	26
2. 소비 현황	40
3. 유통 현황	52

Part III. 농식품 물류 환경

1. 물류 현황	86
2. 환경 분석	93

러시아

Part IV. 제도 및 수출 프로세스

1. 통관 및 검역	96
2. 라벨링	104
3. 식품인증제도	116
4. 통관 애로 및 비관세조치	124

Part V. 농식품 진출전략

1. 수출 유망품목	130
2. 수출확대 전략	132

I 부 록

1. 전문가 인터뷰	140
2. 소비자 설문 조사	141
3. 유관기관 목록	163
4. 주요 박람회 정보	165
5. 참고문헌	166

2020 농식품 신북방시장 진출가이드

러시아

PART I

국가 개황

1. 일반 현황
2. 농업 현황
3. 경제 및 무역

러시아

1. 일반 현황

가. 국가 개요

국명	러시아(Russia)
국기	<ul style="list-style-type: none"> • 백색 : 고귀함, 진실, 자유, 독립 • 청색 : 정직, 헌신, 충성 • 적색 : 용기, 사랑, 자기희생 
위치	북부, 동부 유럽에서 시베리아와 극동의 유라시아 대륙
면적	1,712만 5,407km ² (한반도의 77.6배)
기후	광범위한 기후대(겨울 길고 여름 짧은 대륙성기후) 1월 평균 -16~-9℃, 7월 평균 13~23℃
수도	모스크바(*19 기준 12,654천 명)
주요 도시	상트페테르부르크(538만 명), 하바롭스크(61.8만 명), 블라디보스토크(60.6만 명)
인구	1억 4,890만 명(*19 기준 재외동포 총수 16만 9,933명)
민족	러시아인(77.7%), 타타르인(3.7%), 우크라이나인(1.4%), 기타 150여 소수민족
언어	러시아어, 문맹률 0.3%
종교	러시아 정교(75%) 이슬람(5%), 기타(가톨릭, 기독교 등)
정부 형태	연방제, 대통령제(6년 중임제), 의회 민주제
GDP	1조 637,892백만 달러(*19 기준), 1인당 GDP 11,163달러
화폐단위	루블(Ruble, *19 환율 기준 18.04원/루블)

출처 : 대한민국 외교부, EIU(Economist Intelligence Unit)

나. 국토

- 러시아는 북동부유럽에서 우랄 지역, 시베리아, 극동지방에 이르는 1,712만km²의 세계 최대 국토를 보유한 나라이다. 한반도 면적의 78배에 이르는 넓은 국토로 인해 동쪽과 서쪽 끝의 두 지역 사이에 9개의 시간대를 가지고 있다.
- 러시아의 북쪽 국토는 북극권을 포함하여 주로 툰드라지대로 이루어져 있으며, 추운 날씨로 인해 인구가 적다. 반면 남쪽의 유럽과 아시아 지역은 초원 지역의 넓은 평원으로 이루어져 있어 인구가 많은 편이다.
- 유럽과 아시아 사이에 우랄산맥으로 경계가 형성되며, 카스피해와 흑해 사이에는 카프카스 산맥이 있다. 바다로 둘러싸인 국토에는 37,000km에 달하는 해안선이 있으며, 해상운송을 위한 항구로는 유럽 쪽 발트해의 상트페테르부르크와 흑해의 노보로시스크, 동해의 블라디보스토크가 있으며, 물류의 거점으로 활용되고 있다.



출처 : Russia cultural geography.weebly.com/

[그림] 러시아 국토

러시아

1) 연방 관구

- 러시아는 중앙 연방 관구, 프리볼시스키(볼가) 연방 관구, 시베리아 연방 관구, 남부 연방 관구, 북서 연방 관구, 극동 연방 관구, 우랄 연방 관구, 북캅카스 연방 관구의 8개의 연방관구로 나뉘어져 있다.
- 각 연방 관구 마다 중심도시가 존재하며 모스크바, 니즈니노브고로드, 노보시비르스크, 로스토프 나도누, 상트페테르부르크, 하바로프스크, 예카테린부르크, 파티고르스크가 해당된다.
- 연방 관구 내 주요 산업으로는 주로 농업, 화학, 석유, 관광 등이 있다.

| 주요 주 및 도시 |

구분	지역	중심도시	면적(km ²)	주요 산업
연방 관구	중앙 연방 관구	모스크바	650,200	화학, 철강, 농업, 기계, 경공업
	프리볼시스키(볼가) 연방 관구	니즈니노브고로드	1,037,000	농업, 운송, 비료, 항공, 석유, 조선, 군사 등
	시베리아 연방 관구	노보시비르스크	5,145,000	농업, 가공, 광업, 석유 등
	남부 연방 관구	로스토프나도누	420,900	농업, 관광, 건축, 생산 등
	북서 연방 관구	상트페테르부르크	1,687,000	식품, 전자, 임업, 철강 등
	극동 연방 관구	하바로프스크	6,215,900	수송, 수력, 어업, 목재 등
	우랄 연방 관구	예카테린부르크	1,788,900	화학, 철강, 석유, 수송 등
	북캅카스 연방 관구	파티고르스크	170,439	농업, 제조업, 관광, 광업 등

출처 : 러시아 통계청

다. 인구

1) 연령 및 성별 인구

- 가장 높은 비중을 차지하는 연령대는 30대로 전체 인구의 약 16.7%를 차지하고 있다. 경제활동을 주로 하는 20~30대의 연령층이 전체 인구의 약 28.5%를 차지하고 있다. 이들은 타 연령층과 비교해 볼 때 다양한 식문화에 대한 경험이 많고, 트렌드 변화에 민감하며, 새로운 수입식품 및 식문화에 대한 흥미도가 높다.

- 고령화 사회로 인해 60세 이상 인구 비중이 높아져 가는 추세로, 실버산업의 급성장이 예상되며, 건강기능식품, 성인 영양식 등의 시니어층을 겨냥한 식품 수출의 기회가 커지고 있다.

연령별 인구분포 변화(2015~2019)

(단위 : 천 명, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	인구 비중 ('19)
10세 미만	17,266	17,730	18,140	18,220	18,117	12.3
10대	13,955	13,985	14,098	14,414	14,772	10.1
20대	21,913	20,857	19,707	18,456	17,336	11.8
30대	22,976	23,317	23,731	24,191	24,453	16.7
40대	19,262	19,413	19,661	19,952	20,268	13.8
50대	21,830	21,449	20,990	20,421	19,832	13.5
60대	15,688	16,708	17,247	17,720	18,206	12.4
70대 이상	13,377	13,086	13,230	13,506	13,797	9.4
합계	146,267	146,545	146,804	146,880	146,781	100.0

출처 : 러시아 통계청

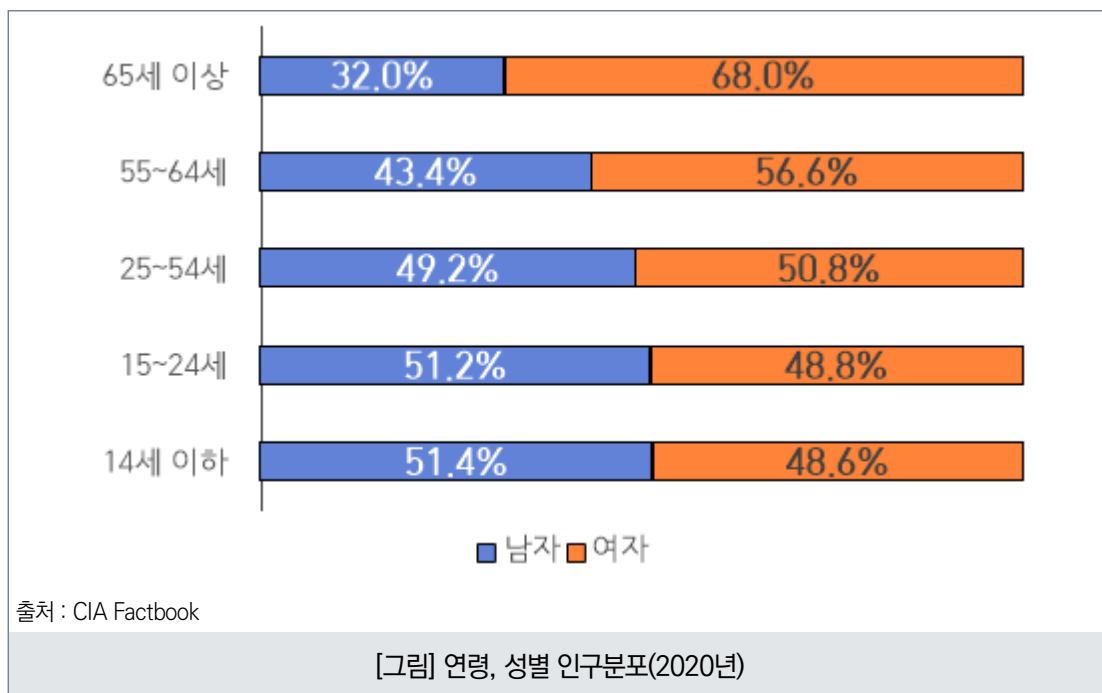
연령, 성별 인구분포(2020)

(단위 : 천 명)

구분	남	여
0~14세	12,552	11,881
15~24세	6,920	6,603
25~54세	30,240	31,245
55~64세	8,808	11,468
65세 이상	7,033	14,972
합계	65,553	76,169

출처 : CIA Factbook

러시아



2) 주요 도시별 인구

- 수도인 모스크바 인구가 12,654천 명, 제 2의 도시인 상트페테르부르크의 인구가 5,388천 명으로 가장 많으며, 모스크바의 중앙 연방관구와 상트페테르부르크가 속한 북서연방관구의 인구가 53,383천 명으로 전체 인구의 약 36.4%를 차지하고 있다.
- 반면 하바롭스크가 618천 명, 블라디보스토크가 606천 명, 사할린 주가 489천 명 등으로 우리나라와 가까운 극동연방관구의 주요 도시들의 총 인구는 1,713천 명 수준이며, 인구 밀집도는 낮은 편이다.

지역별 주요 도시의 인구(2019)

(단위 : 천 명)

구분		인구 수
서부	모스크바	12,654
	상트페테르부르크	5,388
	칼라닌그라드주	1,007
시베리아	노보시비리스크주	2,796
	크라스노야르스크주	2,871
	옴스크주	1,935
극동	블라디보스토크	606
	하바롭스크	618
	사할린주	489

출처 : 러시아 통계청

3) 소득수준별 인구

- 소득수준별 인구는 특정 수준에 치우치지 않고 고르게 구성되어 있다. 소득수준이 월 27천 루블(한화 약 44만 원) 미만인 인구 비중은 감소하는 경향이 나타나고 있으며, 그 이상인 인구 비중은 증가하는 추세를 보이고 있다.
- 소득수준이 월 27천 루블에서 45천 루블(한화 약 44만원에서 약 73만원)인 인구 비중이 가장 높게 나타났으며, 해당 구간의 인구는 전체 인구의 24.6%를 차지한다.

월별 1인당 소득수준별 인구분포(2015~2019)

(단위 : 루블, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
7,000 이하	6.2	5.9	5.4	4.9	4.1
7,000 ~ 10,000	8	7.8	7.3	6.9	6.1
10,000 ~ 14,000	12.3	12	11.5	11	10.1
14,000 ~ 19,000	14.5	14.3	14.1	13.7	13.1
19,000 ~ 27,000	18.2	18.2	18.2	18	17.9
27,000 ~ 45,000	22.4	22.8	23.3	23.7	24.6
45,000 ~ 60,000	8.3	8.5	8.9	9.4	10.1
60,000 이상	10.1	10.5	11.3	12.4	14.0

출처 : 러시아 통계청

러시아

4) 민족별 인구 특성

가) 다민족

- 러시아는 다민족 국가로 약 200여 개의 민족이 존재하며, 그 중 러시아인이 총 인구의 약 78%에 달하여 가장 높은 민족 구성 비율을 보이고 있다.
- 러시아인을 제외한 나머지 민족 구성 비율은 타타르인, 우크라이나인, 바쉬키르인, 추바쉬인, 체첸인 순이며, 추바쉬인과 체첸인의 민족 구성 비율이 거의 비슷한 수준으로 이루어져 있다.

| 민족별 인구구성 비율(2019) |

(단위 : 천 명, %)

구분	인원수	비율
러시아인	111,016	75.6
타타르인	5,311	3.6
우크라이나인	1,928	1.3
바쉬키르인	1,585	1.1
추바쉬인	1,436	1.0
체첸인	1,431	1.0
기타	24,074	16.4
총 인구	146,781	100.0

출처 : 대한민국 외교부

나) 재외동포

- 2019년 기준 러시아 재외동포 수는 169,933명이며 재외동포 총수가 가장 많은 관구는 남부 관구 및 북카프카즈로 42,474명이 있는 것으로 나타났다.

| 주요 관구별 재외동포 현황(2019) |

(단위 : 명)

지역명	재외동포 총수
중앙관구(모스크바 등)	23,204
남부관구 / 북카프카즈	42,474
불가관구	11,925
우랄관구	3,734
러시아 전체	169,933

출처 : 대한민국 외교부

□ 극동 관구의 경우에는 프리모르스키주가 29,218명으로 가장 높으며, 사할린주가 26,519명으로 뒤를 이었다.

- 1940년대 당시 사할린주에는 약 43천 명 이상의 고려인이 거주하고 있었으나 1997년 소련에 의해 강제 이주를 당하면서 현재 약 26천 여 명으로 감소하였다.

Ⅱ 극동 관구 재외동포 현황(2019) Ⅱ

(단위 : 명)

지역명	재외동포 총수
프리모르스키주	29,218
사할린주	26,519
하바롭스크주	8,165
아무르주	1,735
캄차트카주	1,397
유대인자치주	346
마가단주	192
추코트카주	29

출처 : 대한민국 외교부

2. 농업 현황

가. 농업 개요

- 러시아의 총 농경지 면적은 약 215백만 헥타르로 러시아 전체 면적의 약 12.6%를 차지하고 있다. 그 중 경작 적합지는 122백만 헥타르로 농경지의 약 56.5%를 차지하고 있다. 전체 농경지 중 곡물 경작지 면적은 전국 경작지 면적의 약 53%를 차지한다.
 - 러시아에서 생산되는 곡물과 밀의 양은 전세계 곡물 수출량의 10~13%, 전세계 밀 수출량의 20~30%를 차지한다. 대부분의 농업 생산은 러시아의 유럽지역(우랄 산맥 서쪽)에서 이루어지고 있다.
 - 현재 러시아의 경작 가능한 땅 중 1천만 헥타르는 여전히 유향 상태에 있다. 한편 유럽은 이미 경작 가능한 자원이 고갈된 상태에 있어 러시아가 유럽의 유기 농업의 리더가 될 수 있는 잠재력을 가지고 있다.
 - 러시아의 작물 생산량은 2005년 이후 2.9배 증가하여 2019년 말까지 32.4% 증가했다.
- 러시아는 한반도의 77.6배에 달하는 방대한 국토와 1억 4천만 명의 인구로 구성된 풍부한 자원을 바탕으로 농업의 발전 가능성이 높은 나라이며, 농작물과 가축 생산량 이 증가 추세를 보이고 있어 농경지 이용면적 또한 증가할 것으로 전망된다.
- 러시아 농업 재배 면적이 가장 넓은 농작물은 곡물 및 콩류이며, 45,466천 헥타르에 달한다. 이어서 해바라기(8,415천 헥타르), 콩(2,772천 헥타르) 순으로 나타났다.

■ 농경지 현황(2018) ■

(단위 : 천 ha, %)

구분		면적
농경지 면적	경작 적합지	121,649
	영구경작지	1,793
	초지 면적	92,052
	총 농경지	215,494
농경지 비율		12.6
경작 적합지 비율		56.5

출처 : FAO

연도별 주요 농작물 재배 면적(2015~2019)

(단위 : 천 ha)

구 분	2015	2016	2017	2018	2019
곡물 및 콩류	44,282	46,069	46,334	44,582	45,466
해바라기	6,545	7,294	7,244	7,953	8,415
다년생 작물	5,259	5,321	5,035	4,967	4,598
콩	2,084	2,120	2,573	2,741	2,772
봄 유채	757	821	806	1,326	1,241
감자	1,549	1,426	1,336	1,313	1,239
일년생초본	1,549	1,426	1,336	1,313	1,239
사탕무	1,007	1,092	1,175	1,105	1,133
채소	550	537	525	515	507
겨울 유채	137	90	150	174	186
아마 섬유	50	44	42	42	44
아마 씨	28	28	26	27	26

출처 : 러시아 통계청

나. 생산 동향

- 2016년까지 감소추세를 보였던 농업 총생산액은 2017년부터 다시 증가하기 시작하여, 2019년 58,617백만 달러를 기록하여 2015년 농업 총생산액보다 28% 증가하였다. 또한 식품산업 육성정책으로 인한 농업 발전으로 농업 총생산액의 증가는 추후 계속될 것으로 보인다.

연도별 농업 총 생산액(2015~2019)

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
농업 총 생산액	52,809	49,031	55,941	56,306	58,617
전년 대비 증가율	△24	△7	14	1	4

출처 : Worldbank

러시아

가) 주요 농산물 생산 현황

- 2019년 총 농산물 생산량은 121,200천 톤으로 2018년 총 생산량 대비 7,945천 톤 증가하였으며, 특히 주요 생산품목인 밀, 보리, 옥수수의 생산량이 크게 증가하였다.
- 러시아의 주요 농산물 생산량 중 주식인 밀의 생산량이 74,453천 톤으로 가장 많으며, 총 농산물 생산량인 121,200천 톤의 약 61.4%에 달한다. 그 뒤로 보리와 옥수수가 각각 약 16.9%, 약 11.8%를 차지하고 있다.
- 미국 농무부에 따르면, 밀과 보리 생산량은 2020년에도 증가할 것으로 예상하고 있으며, 옥수수 생산량은 전년 대비 약 25% 증가하였고, 이러한 상승세는 지속될 것으로 전망한다.

Ⅱ 연도별 주요 농산물 생산량(2015~2019) Ⅱ

(단위: 천 톤, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중('19)
밀	61,811	73,346	86,003	72,136	74,453	61.4
보리	17,499	17,967	20,629	16,992	20,489	16.9
옥수수	13,138	15,282	13,208	11,419	14,282	11.8
귀리	4,538	4,766	5,456	4,719	4,424	3.7
콩과 식물	2,354	2,940	4,262	3,436	3,344	2.8
호밀	2,088	2,548	2,549	1,916	1,428	1.2
쌀	1,110	1,081	987	1,038	1,099	0.9
메밀	861	1,187	1,525	932	786	0.6
기장	572	629	316	217	440	0.4
트리칼레	565	620	501	401	356	0.3
수수	193	312	104	49	99	0.1
합계	104,729	120,677	135,539	113,255	121,200	100.0

출처: 러시아 통계청

나) 주요 축산물 생산 현황

- 전체 축산물 생산량은 꾸준히 증가하고 있으며, 2019년의 총 축산물 생산량은 108,401천 톤으로 전년 대비 약 2% 증가한 수치이다. 대부분의 품목에서 전년 대비 생산량이 증가하였으나 양모와 꿀의 생산량은 다소 감소되었다.
- 닭고기 등의 가금류의 생산량이 50,143천 톤으로 전체 축산물 생산량인 108,401천 톤의 약 46.3%를 차지하고 있으며, 가금류에 이어 돼지고기가 약 36.3%, 소고기가 약 15.0%로 높은 비율을 차지하고 있다.

Ⅱ 연도별 주요 축산물 생산량(2015~2019) Ⅱ

(단위: 천 톤, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중('19)
가금류	45,409	46,224	49,410	49,800	50,143	46.3
돼지	30,832	33,551	35,157	37,442	39,368	36.3
소	16,171	15,888	15,693	16,081	16,252	15.0
양과 염소	2,038	2,132	2,195	2,238	2,168	2.0
꿀	67	69	65	65	64	0.1
양모	55	56	57	55	50	0.0
계란 (백만 개)	425,096	435,145	448,292	449,012	448,617	-
기타	613	613	613	613	356	0.3
합계	95,185	98,533	103,190	106,294	108,401	100.0

* 비중은 계란 제외
출처: 러시아 통계청

러시아

다. 농업 정책

1) 식량안보 정책

- 러시아 정부는 식량안보 정책의 일환으로 2013~2020년 농업개발을 위한 프로그램을 시행하였다. 이 정책에는 품목별로 자금 목표가 있으며, 축산물의 경우 2020년까지 2012년 대비 생산량을 20% 높이는 것이다. 또한, 곡물 99.7%, 사탕무 93.2%, 유지종자 87.7%, 감자 98.7%, 육류 및 육가공품 88.3%, 우유 및 유제품 90.2%까지 생산량 증가시키는 것을 목표로 하고 있다.

- 2019년 2월 러시아 정부는 이를 개정하여 2025년까지 연장하였으며, 프로그램 추진을 위한 예산은 약 8조 212십억 루블(약 130십억 달러)로 추정된다.
- 2020년 1월 2일 러시아 정부는 새로운 식량 안보 정책을 수립했다. 주된 내용은 유전자조작 농산물(GMO : Genetically Modified Organism) 종자의 수입, 파종, 재배, 사육 금지와 GMO 제품의 판매와 유통 감시 규정이며, 2024년까지 농업 수출을 450억 달러로 늘리겠다는 목표를 설정하였다. 또한 2025년까지 자작농을 약 14.6%(2019년 기준)에서 17~18%로 늘려 식량 안보를 확실히 하겠다는 의지를 보였다.
- 세계적인 곡물 수출국인 러시아는 현대적 기술과 장비의 적절한 활용과 생산량 향상을 위한 정책적 지원사업을 하고 있으며, 농업인을 위한 농업 지역의 생활여건 개선과 인프라 구축을 위한 농업 예산 투자와 교육을 늘리는 등의 노력을 지속하고 있다. 이로 인해 향후 러시아 농업은 EU 농업 보다 그 전망이 밝다는 것이 전문가들의 판단이다.
- 러시아 정부는 곡물 생산의 전략적 발전을 통해 2020년까지 곡물 생산량을 130백만 톤까지 늘리고, 재배면적은 49백만 헥타르, 단위 당 수확량은 헥타르 당 2.74톤으로 증가시키는 것을 목표로 하고 있다. 이를 위해 물류 인프라 확충에 막대한 예산을 투입하고 농가들에게 더 많은 비료 사용을 권장하고 있다.

2) 수입제한조치

- 러시아는 서방 국가들의 對러시아 경제제재에 대응하고자 2014년 8월 EU, 미국, 노르웨이, 캐나다, 호주의 농산물 및 식품에 대해 수입제한조치를 시행하였다.

- 이로 인해 EU 회원국으로부터 수입되는 닭고기의 비중이 크게 감소하였으며, 브라질과 아르헨티나로 수입 대상국이 대체되었다. 이처럼 러시아는 아시아, 아프리카, 남아메리카 등으로 수입 대상국을 다변화하고 있다.

3. 경제 및 무역

가. 경제

1) 경제 성장

- 2015년 우크라이나 사태(우크라이나의 러시아 세력권 이탈)로 인한 서방의 경제제재로 인해 러시아 시장에 대한 투자자들의 불안이 확산되고, 국제 유가가 하락하는 등의 영향으로 러시아의 경제성장률은 마이너스를 기록했다.
 - 2016년부터 서서히 회복하기 시작하여 2018년 경제성장률은 약 2.5%에 이르렀다. 그러나 유가 의존적인 투자 구조를 가진 러시아는 2019년 유가하락과 미중 무역 갈등 등의 영향으로 다시 경제활동이 위축되면서 2019년에는 경제성장률이 약 1.3%로 하락하였다.
- 복지정책 및 국책사업에 대한 재정지출 증대와 석유·가스 생산의 안정적인 증가세로 인해 2020년 경제성장률은 전년 대비 증가할 것으로 예측되었으나, 코로나19와 국제유가 폭락의 여파로 러시아 성장 전망은 하향 조정되었다.
 - 2020년 4월 러시아 실질 GDP는 약 12%로 하락하였는데, 이는 코로나19로 인해 3월 30일부터 러시아 전 지역에서 유급휴무가 시행되고, 상대 교역국 경제상황이 악화됨에 따른 것으로 보인다. 또한 2020년 1~4월 성장률은 전년 동기 대비 약 1.9% 감소한 수치를 보이고 있다.
- 2015년 서방의 경제제재로 물가상승률이 약 15.5%에 달하고, 환율은 60.9 루블을 기록했으나 이후 회복세를 보여 2019년에는 물가상승률이 약 4.7%로 안정되었고 외환보유고도 사상 최고치를 기록하였으며, 환율도 64.7 루블에 이르렀다.

▮ 연도별 주요 경제 지표(2015~2019) ▮

경제지표	2015	2016	2017	2018	2019
경제성장률(%)	△2.0	0.2	1.8	2.5	1.3
명목 GDP(십억 \$)	1,357	1,281	1,579	1,657	1,638
1인당 GDP(ppp, \$)	26,247	2,655	27,474	28,797	29,642
1인당 명목 GDP(\$)	9,262	8,723	10,751	11,289	11,163
정부부채(% of GDP)	16.4	16.1	15.5	14.6	16.5
물가상승률(%)	15.5	7.0	3.7	2.9	4.7
외환 보유고(백만\$)	322,041	319,988	359,031	384,882	447,504
이자율(%)	11.0	10.0	7.8	7.8	6.3
환율(RUB)	60.9	67.1	58.3	62.7	64.7

출처 : IMF World Economic Outlook Database 2020

러시아

2) 산업별 GDP 지표

가) 산업별 GDP 현황

- 러시아의 2019년 총 GDP는 2015년 대비 32.4%가 증가하여 연평균 약 8.1%의 높은 성장률을 나타내고 있으며, 그 중에서도 제조 산업이 약 13.1%로 높은 비중을 차지하고 있다. 이어서 도·소매 및 자동차 수리 서비스업이 약 12.3%, 광업이 약 11.3%로 높게 나타났다.

■ 세부 산업별 GDP 비중(2015~2019) ■

(단위 : 십억 루블, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	비중('19)
제조 산업	10,289	10,017	11,308	13,632	14,407	13.1
소매 및 도매, 모토 수리 서비스	11,812	11,302	11,697	12,952	13,555	12.3
광업	7,276	7,423	9,029	12,409	12,389	11.3
부동산	7,569	7,850	8,266	8,812	9,331	8.5
국가 안보	5,746	6,140	6,455	6,932	7,392	6.7
운송 및 보관	4,986	5,625	5,816	6,143	6,505	5.9
건설	4,722	4,900	4,998	5,341	5,565	5.1
과학 기술	3,324	3,432	3,721	3,838	4,301	3.9
금융	2,663	3,398	3,619	4,028	4,186	3.8
농업, 임업, 어업	3,218	3,288	3,264	3,529	3,795	3.4
보건 및 사회서비스	2,379	2,449	2,611	3,092	3,376	3.1
교육	2,313	2,443	2,627	2,939	3,160	2.9
전기, 가스, 에너지	2,077	2,258	2,403	2,483	2,562	2.3
정보통신	1,876	1,953	2,144	2,318	2,521	2.3
부가 서비스	1,759	1,866	1,980	2,130	2,103	1.9
문화, 스포츠, 레저	669	688	778	899	1,008	0.9
호텔, 음식점	666	703	745	803	854	0.8
민간 가정 사업	483	506	503	597	612	0.6
기타 서비스	403	457	501	537	551	0.5
수자원	392	379	433	474	475	0.4
기타산업	8,465	8,539	8,951	10,742	11,398	10.4
총 GDP	83,087	85,616	91,849	104,630	110,046	100.0

출처 : 러시아 통계청

나) 농업 GDP 비중

- 러시아는 서비스산업이 크게 발달하여 2019년 기준 약 54%로 높은 비중을 차지하고 있지만 최근 정부의 산업 육성정책에 따라 산업의 비중이 증가하고 있다. 반면에 서비스 산업과 부가가치가 낮은 농업의 비중은 점차 하락하는 추세이다.
- 농업의 GDP는 2019년 기준 전체 GDP 중 약 3.5%를 차지하고 있으며, 이는 2015년 대비 약 0.4%p 하락한 수치이다.

■ 산업별 GDP 비중(2015~2019) ■

(단위 : %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
서비스	56.1	57.0	56.0	53.5	54.0
산업	29.8	29.2	30.6	32.8	32.1
기타	10.2	10.0	9.8	10.3	10.4
농업	3.9	3.8	3.6	3.4	3.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

출처 : 러시아 통계청

3) 고용

- 2015년부터 러시아의 실업률과 실업자 수는 꾸준히 감소하는 추세이다. 2017년 5%대였던 실업률이 2018년 약 4%대로 낮아져 2019년까지 그 수준을 유지하고 있다. 실업자 수의 경우 2019년에 3,485천 명으로 2015년 대비 약 18.3% 감소하였다.

■ 실업률 및 실업자 수 ■

(단위 : %, 천 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
실업률	5.6	5.5	5.2	4.8	4.6
실업자 수	4,264	4,243	3,969	3,659	3,485

출처 : 러시아 경제개발부, 러시아 통계청

러시아

4) FTA 체결 현황과 전망

가) FTA 체결 경과

- 러시아는 2012년 8월 22일에 154번째 WTO 정식회원국이 되었으며, G20국가 중 가장 마지막으로 가입하였다. WTO에 가입함으로써 정치적, 경제적 위상을 제고하고, 시장경제의 제도적 장치를 마련하였으며, 경제통상 범위를 확대하였다.
- 러시아와 CIS 4개국(카자흐스탄, 벨로루스, 키르기스스탄, 아르메니아) 등 총 5개국이 회원국으로 참여하는 유라시아 경제연합(EAEU : Eurasian Economic Union)이 2015년 설립되었으며 회원국 간에 수출입 관세를 부과하지 않는 관세동맹이 맺어져 있다.

 - 따라서 회원국 간의 무역에서는 FTA의 효력을 갖게 되어 회원국 간의 무역 규모가 크게 증가하고 있고 제3국과의 수출입에서도 각 회원국의 물류 및 유통시스템을 활용하는 효과가 크다.
 - * CIS(Commonwealth of Independent States;독립국가연합) 내 4개국은 콜드 체인시스템이 열악하여 러시아 내 냉장, 냉동 물류창고를 이용하여 보관하고 필요할 때 트럭을 활용하여 공급하는 시스템을 활용하고 있다.
- 러시아가 속해있는 유라시아경제연합(EAEU; Eurasian Economic Union)은 2007년 10월 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스는 관세동맹 설립조약을 바탕으로 2010년 1월 1일 정식으로 출범하였다.

 - 이후 러시아, 카자흐스탄, 벨라루스의 3국은 2012년 1월 1일부터 공동경제구역(CES; Common Economic Space)을 출범하였고, 이전의 경제연합을 기반으로 2015년 1월 1일 러시아, 벨라루스, 카자흐스탄, 아르메니아가 참여하는 유라시아경제연합이 설립하였다.
 - 2015년 5월 키르기스스탄이 가입하여 현재 총 5개국이 회원국(러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 키르기스스탄, 아르메니아)이 되었다.
- EAEU 회원국 간에는 상품무역 시, 수출입 관세를 부과할 수 없으며 역외국가에는 공동 대외관세를 적용하는 특징이 있다.

 - 다만 가입 시 승인받은 상품리스트에 대해서는 공동 역외관세와 다른 수입관세를 부과 가능하다. 또한 서비스 및 투자에 경우 역내자유화를 추구하고 있지만 대외적으로 상이한 규정을 적용할 수 있다는 점에서 FTA에 해당하는 법적 성격을 지니고 있다.
 - EAEU는 대외 협상권한을 보유하여 회원국을 대표하여 FTA 협상을 진행하고 있다. 단, EAEU 출범 전 회원국이 개별적으로 체결한 FTA의 효력은 그대로 유지된다는 특징이 있다.
 - FTA의 주요 협의 사항은 주로 관세, 쿼터, 원산지 규정, 공공조달, 보호무역, 반덤핑 조치, 기술 장벽, 보건 및 위생 관련 규정을 포함하고 있으며, 상품과 서비스의 자유로운 교환을 촉진하기 위한 목표를 가지고 있다.

- EAEU는 관세동맹(Customs Union)의 주체가 되어 주로 비CIS 국가와의 FTA 체결을 추진하고 있다. 관세동맹은 유라시아경제연합을 목표로 러시아-카자흐스탄-벨라루스 3국이 주체가 되어 지난 2010년에 발효된 경제공동체이며, 무관세 및 공동경제구역 등의 설립을 목표로 한다.
 - 이러한 FTA 체결전략은 EU를 비롯한 서방 국가들과 적극적인 자유무역협상을 전개하고 있으며, 우크라이나가 친서방 성향으로 돌아서 러시아의 시장 지배력이 약해진 것이 큰 영향을 미친 것으로 보인다.

나) FTA 체결 추진 현황

■ EAEU의 FTA 체결 현황 ■

단계	국가 및 연합
발효	베트남
서명	세르비아, 싱가포르
타결	이란(PTA)
협상 중	EFTA, 뉴질랜드, 이스라엘, 인도
검토 중	이집트, EU, 칠레, 터키, 한국 , ASEAN, 시리아, 페루, 이라크, 몽골

출처 : FTA 포털

- 베트남은 EAEU와 2016년 10월 FTA를 체결하면서 EAEU의 첫 FTA체결국이 되었는데, 2013년 3월에 협상을 시작하여 2015년 5월 29일에 카자흐스탄에서 체결, 2016년 10월에 발효되었다.
 - 베트남과는 거래품목의 88%에 대한 관세 인하에 합의하였으며, 합의 품목 중 59%는 협정 발효 즉시 관세를 인하하고 나머지 29%는 5년에서 10년 이내에 순차적으로 인하하는 것으로 합의하였다.
 - EAEU 국가 중 러시아만 서비스투자 FTA 체결에 합의하였다.
- 2019년 10월 25일 모스크바에서 EAEU와 세르비아는 FTA에 서명하였다. 세르비아는 이번 FTA 서명을 통해 러시아, 벨라루스, 카자흐스탄과 개별적으로 체결한 FTA를 통합하고, EAEU 5개국 회원국에 확대 적용할 수 있게 되었다.
 - 세르비아는 기존 FTA에서의 무관세 품목은 대부분 동일하게 유지하는 한편, 일부 신규 품목을 추가하고, 교역 쿼터를 확대하였다.
 - 가금류, 백설탕, 스파클링 와인, 연간 쿼터량을 초과하는 담배, 면직물, 에어컨 컴프레션, 승용차 및 트랙터, 중고 자동차 및 타이어 등의 품목에서는 세르비아와 기존 관세가 유지된다.
- 2019년 10월 예레반에서 열린 유라시아 연례 정상회담에서 싱가포르와 FTA를 체결했다. 러시아는 싱가포르와 이중과세협정(DTA)을 맺고 있어 특정 무역과 서비스 분야에서 세금 부담이 완화될 것으로 보인다.

러시아

- EAEU 회원국들은 FTA에 따라 싱가포르로부터 수입되는 제품의 90%에 대한 관세를 인하하기로 결정하였으며, 기존 러시아, 벨라루스, 카자흐스탄과 양자 FTA를 대체하고 키르기스스탄, 아르메니아 등으로 확대 적용하는 내용의 FTA를 체결하였다.
- EAEU는 이란과 FTA 체결에 앞서 3년 동안 유효한 협정을 2018년 5월에 체결하였고, 2019년 10월에 발효하였다. 양국은 공산품에 대한 평균 관세를 22.4%에서 15.4%로 낮추기로 합의하였으며, EAEU는 8%의 기타관세를 4.7%까지 인하하기로 합의하였다.
 - 농산물 관세의 경우 이란은 32.2%에서 13.2%로 러시아는 9.6%에서 4.6%로 인하하기로 합의하였다.
 - 협정에서는 FTA 협정 체결 시 수입 관세 인하 혹은 면제될 상품 목록을 합의하였으며, EAEU 목록에는 육류, 식용유지류, 과자류 등이 포함되었고, 이란 목록에는 채소, 과일, 건조 과일 등의 식료품이 포함되었다.
 - 잠정 FTA 협정 발효 후 3년 이내에 전면적인 FTA를 체결하기로 합의하였다.
- CIS 국가에서 비CIS 국가로 협상을 확대하려는 러시아의 FTA 체결전략은 2014년 우크라이나 사태로 인해 주춤하고 있다. 특히 이집트, 뉴질랜드 등으로 협상 대상을 넓히고자 하였으나 우크라이나 사태로 인해 마찰이 고조됨에 따라 어려움을 겪고 있다.
- 러시아와 뉴질랜드는 2010년 6월부터 FTA 체결 협상을 해왔으나 우크라이나 사태로 인해 러시아가 크림반도에 군대를 파병한 것에 대해 뉴질랜드는 반발했고, 이로 인해 FTA 협상은 지난 2014년 3월 중단된 상태이다. 양국의 FTA는 전반적으로는 호혜적일 것으로 기대되나, 주로 러시아의 농업 및 축산업 관계자들의 반대가 거센 상황이다.
- 러시아는 2014년부터 약 1년간 이집트와 세 차례의 정상회담을 개최하였으며, 상호 무역 결제에서 달러 대신 러시아 루블화와 이집트 통화를 사용하는 방안, 양국 간 농업분야 협력 확대 방안 등을 논의하였다.
 - 러시아의 이러한 움직임은, 이집트의 군부 집권을 비판한 서방 세력이 이집트 원조를 중단함에 따라 이 지역에 영향력을 확대하기 위한 발 빠른 조치로 해석할 수도 있다.
 - 2018년 10월 러 경제개발부 장관 오레쉬킨은 2018년 안에 이집트와 FTA 협상을 시작하여 2019년에 협상을 완료할 계획이었다.
- 러시아와 터키의 FTA는 추진 과정에서 터키 공군 F-16 전투기가 러시아 SU-24 폭격기를 격추하면서 관계가 악화되었고, 결과적으로 FTA 추진이 중단되었다.
- EAEU와 중국은 FTA 체결은 아니지만 무역 및 경제협력에 관한 협정을 2018년 5월 17일에 체결하였다. 2019년 10월 말에 발효된 이 협정은 간편화된 무역 절차, 전자상거래 규제, 공공조달 협력 등 광범위한 사안을 다루고 있다.

- 중국과의 FTA 협정 체결 논의는 2006년 이후부터 계속되었으나, 중국의 경제력이 의무 저하의 주요 수혜국이 될 것을 우려하며 신중한 입장을 취하고 있다.

다) 한국과의 FTA 체결 추진 현황

- 한국과 러시아의 FTA는 2005년 공동연구를 시작한 이래 협상을 이어왔으며, 러시아가 한국과의 FTA 체결에는 관심이 있으나 러시아 경제에 미칠 효과를 예상하기 어렵다는 점을 들어 2008년에 협상을 중단한 바 있다.
 - 그러나 한국 정부가 2013년 5월 한·러 FTA 재추진 의사를 밝혔고, 2016년 9월 3일 블라디보스토크에서 열린 한·러 정상회담을 계기로 2016년 12월부터 FTA 체결 논의를 본격적으로 진행하는 것에 합의하였다.
 - 2016년 10월 5일 1차 비공식 협의와 2016년 11월 9일 2차 비공식 협의를 이루어졌으며, 2017년 4월에는 제3차 정부 간 협의회가 개최되었다. 이후, 각 정부는 한-EAEU 간 FTA 협상 개시를 목표로 추진 일정 등을 협의하였다.
- 2019년 6월 20일 모스크바에서 '한-러 서비스·투자 FTA 협상 개시'를 선언하였으며, 한·러 수교 30주년인 2020년을 목표로 러시아와의 서비스·투자 자유무역협정과 상품 분야까지 확대된 포괄적인 한-EAEU FTA를 적극적으로 추진하고 있다.
 - 서비스·투자를 우선적으로 추진하는 사유는 러시아와 EAEU 회원국으로 상품 부문만 협상하는 것이 어렵기 때문이다.

나. 교역 현황

1) 대외무역 현황

- 2019년 러시아의 대외무역 수출액은 418,122백만 달러, 수입액 24,153백만 달러로 무역수지 흑자 규모는 176,592백만 달러이며, 2018년 무역수지 흑자 규모가 211,561백만 달러였던 것에 비해 약 16.5% 감소하였다.
 - 2014년 서방국가의 제재로 무역규모가 대폭 감소하였으나 꾸준한 증가를 통해 2018년 예전의 수준으로 회복하였다.
 - 그러나 원유가 하락 및 대미관계 악화 등의 이유로 수출보다는 수입의 규모가 증가하여 무역수지도 크게 감소하였다.

러시아

| 수출입 동향(2015~2019) |

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
수출	337,080	265,562	345,317	448,316	418,122
수입	179,434	181,939	224,949	236,755	241,530
무역수지	157,646	83,623	120,338	211,561	176,592

출처 : 한국무역협회

2) 주요 수출입 국가

- 2019년 수출액을 기준으로 가장 큰 비중을 차지하는 수출국은 중국(54,766백만 달러)이며, 이어 네덜란드(44,881백만 달러)가 2위, 독일(27,063백만 달러)이 3위를 차지했다.
 - 한국의 경우 2019년 수출액은 1,641백만 달러로 2018년 이탈리아를 제치고 6대 교역국으로 올라섰으며 전체 수출액(418,122백만 달러)의 약 3.9% 수준이다.
- 2019년, 수입액을 기준으로 가장 큰 비중을 차지하는 수입국은 중국(54,005백만 달러), 독일(25,046백만 달러), 미국(13,389백만 달러) 순서로 나타났다.
 - 한국의 경우 2019년 러시아의 8대 수입국으로 전체 수입액(241,530백만 달러)의 약 3.3% (7,997백만 달러) 수준으로 나타났다.

| 주요 수출입 국가 현황(2019) |

(단위 : 백만 달러)

순위	수출국가	수출액	순위	수입국가	수입액
1	중국	54,766	1	중국	54,005
2	네덜란드	44,881	2	독일	25,046
3	독일	27,063	3	미국	13,389
4	터키	21,148	4	벨라루스	11,712
5	벨라루스	19,670	5	이탈리아	10,887
6	한국	16,401	6	일본	8,923
7	이탈리아	14,361	7	프랑스	8,572
8	카자흐스탄	13,507	8	한국	7,997
9	미국	13,227	9	카자흐스탄	5,244
10	영국	13,108	10	폴란드	5,075

출처 : 한국무역협회

3) 주요 수출입 품목

- 러시아의 주요 수출 품목 중 석유와 역청유(118,587백만 달러), 기타 석유와 역청유(52,772백만 달러)가 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다.
 - 밀과 메슬린은 6,294백만 달러로 7위를 기록했으며, 2019년 전체 수출액의 1.5%를 차지하고 있다.
- 러시아의 주요 수입 품목은 의약품(7,573백만 달러), 전화기(5,848백만 달러) 순서로 높게 나타났다.

| 주요 수출입 품목과 금액(2019) |

(단위 : 백만 달러)

순위	수출품목	수출액	수입품목	수입액
1	석유와 역청유	118,587	의약품	7,573
2	기타 석유와 역청유	52,772	전화기	5,848
3	지정되지 않은 상품	49,362	지정되지 않은 상품	5,795
4	경질유와 조제품	14,241	자동차 (실린더용량 1,500cc 초과 3,000cc 이하)	3,026
5	유연탄	13,735	주행용 차량, 골프용 차량	2,084
6	천연가스	7,920	휴대용 자동자료처리기계	1,992
7	밀과 메슬린	6,294	산화알루미늄	1,955
8	가공하지 않은 금	5,685	자동차 (실린더용량 2,500cc 초과)	1,811
9	가공하지 않은 가루금	4,242	탭, 밸브와 싱크대 연결구류	1,759
10	정제한 구리와 구리합금	4,031	음성·영상·자료 수신용·변환용·송신용· 재생용 기기	1,735

출처 : 한국무역협회

다. 한국과 교역 현황

1) 교역실적

- 2019년 對러시아 수출의 경우 7,780백만 달러로 전년 대비 약 6.2% 증가한 반면, 對러시아 수입은 14,550백만 달러로 전년 대비 약 16.9% 감소하였다. 주요 수출 품목인 자동차, 기계류, 선박 등의 수출이 늘어난 반면, 수입 비중이 높은 원유와 유연탄 등의 수입이 줄어들면서 이와 같은 현상이 나타난 것으로 보인다.

■ 對러시아 연도별 교역 현황(2015~2019) ■

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
수출	4,690	4,770	6,910	7,320	7,780
수입	11,310	8,640	12,040	17,500	14,550
무역수지	△6,620	△3,870	△5,130	△10,180	△6,770

출처 : 대한민국 외교부

2) 주요 수출입 품목

- 2019년에는 주요 수출 품목이었던 승용차와 자동차부품 등의 수출 증가가 완만하게 이루어졌으며, 화장품, 선박, 아연도 강판의 수출 증가세가 호조세를 보였다. 선박의 경우 전년 대비 수출액이 급등하였는데, 이는 선박 수출량이 크게 증가한 데 기인한다.
- 러시아는 한국의 10위 원유 수입대상국이었으나, 2019년 미국의 서부텍사스유 증산 및 가격 하락으로 대미 원유 수입량이 약 2.6배 이상 늘어났다. 이에 따라 여타 주요 산유국으로부터의 수입량이 감소하였고, 러시아로부터 원유 수입량 또한 감소되었다. 2019년 수입품목에서 수입의 대부분을 차지하던 광물성 연료 수입이 전반적으로 줄어들었으며, 천연가스, 게, 백금 등의 수입이 소폭 증가하였다.

■ 對러시아 주요 수출입 품목(2019) ■

(단위 : 백만 달러)

순위	수출품목	수출액	수입품목	수입액
1	승용차	2,216	원유	4,618
2	자동차부품	1,168	나프타	2,956
3	합성수지	321	유연탄	2,428
4	건설 중장비	256	천연가스	1,097
5	화장품	212	게	407
6	선박	189	무연탄	379
7	아연도 강판	156	백금	322
8	타이어	143	알루미늄 및 스크랩	286
9	기타플라스틱제품	142	고철	225
10	의자	111	우라늄	204

출처 : 대한민국 외교부, 한국무역협회

PART II

농식품 시장 동향

1. 수출입 현황
2. 소비 현황
3. 유통 현황

러시아

1. 수출입 현황

- 러시아는 밀, 보리, 옥수수 등의 1차 농산물 수출 비중이 높은 국가이며, 바나나, 토마토, 사과 등의 과일류와 치즈, 커피 조제품 등을 주로 수입하고 있다.
- 2014년 미국 및 유럽 32개국에 대한 수입금지 조치를 단행하면서 2015년과 2016년에 농식품 수입액이 크게 감소하였다. 그러나 다시 수입액이 증가하여 2019년에는 27,829백만 달러에 이르렀다.

■ 농림축산식품 수출입 동향(2015~2019) ■

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
수출	13,344	13,963	17,066	20,466	19,891
수입	25,603	23,991	27,077	27,670	27,829
무역수지	△12,259	△10,028	△10,011	△7,204	△7,938

출처 : GTA

가. 농식품 수출 현황

1) 농식품 주요 수출품 현황

- 러시아의 주요 농식품 수출 품목은 곡물, 어류, 동·식물성 기름, 지방류, 조제 사료류, 채유 종자·과실류 등이 있다.
- 러시아의 주요 수출품 중 곡물류는 2018년까지 수출액이 증가하는 추세를 보이다가, 2019년 감소하여 7,921백만 달러의 수출 규모를 보였다.
 - 곡물류의 세부 품목 중 밀과 메슬린 품목과 보리 품목이 가장 높은 비중을 차지하고, 그중에서도 밀과 메슬린 품목은 수출 비중의 80.8%를 차지했다.
 - 곡물류의 상위 수출국 중 터키, 이집트, 방글라데시, 이란, 아제르바이잔 순서로 큰 비중을 차지했다.
- 어류 수출은 지난 2015년부터 2019년까지 5년 동안 꾸준히 수출액이 증가하여, 2019년 4,663백만 달러의 수출 규모를 보였다.
 - 어류의 세부 품목 중 냉동 어류와 갑각류가 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 그중에서도 냉동 어류는 전체 어류 수출 중 53.5%를 차지했다.
 - 어류 주요 수출대상국은 중국, 한국, 네덜란드, 일본, 벨라루스 순으로 수출 규모가 크게 나타났다.

- 동·식물성 기름, 지방류 수출은 지난 2017~2018년 사이 다소 감소하는 추세를 보였으나, 2019년 다시 증가하여 3,436백만 달러의 수출 규모를 보였다.
 - 동·식물성 기름, 지방류 중 해바라기씨유와 유채유 수출이 높은 비중을 차지하고 있으며, 그 중 해바라기씨유 수출이 전체 동·식물성 기름, 지방류 품목 수출 중에 64.1%를 차지하고 있는 것으로 나타났다.
 - 동·식물성 기름, 지방류 수출은 중국, 이란, 터키, 노르웨이, 우즈베키스탄 순으로 수출 규모가 큰 것으로 나타났다.

- 조제 사료류 수출은 지난 5년간 수출 규모가 꾸준히 증가하여, 2019년 1,258백만 달러의 수출 규모를 보였다.
 - 조제 사료류 중 오일 케이크·기타 유박과 전분박·박과 웨이스트 수출이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.
 - 조제사료류의 주요 수출국가는 터키, 라트비아, 벨라루스, 네덜란드, 중국 순인 것으로 나타났고, 터키를 제외한 나머지 국가들의 수출 규모가 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

- 채유 종자·과실류는 지난 5년간 수출 규모가 급속도로 성장하여 2015년 대비 2019년 수출 규모가 약 3.6배 증가하였다.
 - 채유 종자·과실류의 수출은 대두와 해바라기 씨와 아마 씨 순서로 수출액이 큰 것으로 나타났다으며 이 세 품목의 수출액 차이는 크지 않았다.
 - 채유 종자·과실류의 주요 수출국으로는 중국, 터키, 벨라루스, 벨기에, 카자흐스탄 순서대로 수출 규모가 큰 것으로 나타났다.

Ⅱ 주요 농식품 품목별 수출 현황(2015~2019) Ⅱ

(단위 : 백만 달러)

순위	HS Code	2015	2016년	2017	2018	2019
곡물(10)		5,526	5,606	7,527	10,458	7,921
1	밀과 메슬린(1001)	3,893	4,216	5,791	8,432	6,399
2	보리(1003)	889	424	732	1,024	762
3	옥수수(1005)	587	859	887	854	617
4	쌀(1006)	102	82	78	69	78
5	메밀·밀리트·기타 곡물(1008)	28	18	27	29	31
어류(03)		2,748	3,015	3,482	4,282	4,663
1	냉동 어류(0303)	1,841	1,966	2,057	2,569	2,497
2	갑각류(0306)	533	665	949	1,185	1,582
3	필레·기타 어육(0304)	281	276	349	384	392
4	연체동물(0307)	50	58	72	91	129
5	수생 무척추동물(0308)	16	20	25	30	35
동·식물성 기름, 지방(15)		1,828	2,209	2,714	2,669	3,436
1	해바라기씨유(1512)	1,164	1,440	1,779	1,602	2,203
2	유채유(1514)	182	169	239	361	514
3	대두유(1507)	299	345	392	406	398
4	마가린(1517)	152	162	200	188	207
5	기타 식물성 지방·기름(1515)	10	37	26	23	38
조제 사료(23)		935	945	866	1,084	1,258
1	오일 케이크·기타 유박(2306)	295	270	220	286	415
2	전분박·박과 웨이스트(2303)	115	144	149	202	222
3	대두유 오일 케이크·유박(2304)	218	202	142	206	195
4	사료용 조제품(2309)	113	125	133	145	180
5	밀기울·쌀겨(2302)	99	112	134	142	145
채유 종자·과실(12)		389	520	641	763	1,011
1	대두(1201)	119	133	169	293	278
2	해바라기씨(1206)	32	83	131	50	251
3	아마씨(1204)	136	206	189	147	219
4	유채씨(1205)	18	24	78	188	176
5	기타 채유 종자·과실(1207)	63	51	52	56	54

출처 : ITC

▣ 주요 농식품 품목별·국가별 수출 현황(2015~2019) ▣

(단위 : 백만 달러)

주요수출품목(HS Code)		2015	2016	2017	2018	2019
순위	주요수출국가					
곡물(10)		5,526	5,606	7,527	10,458	7,921
1	터키	809	593	843	1,256	1,538
2	이집트	849	999	1,435	1,897	1,275
3	방글라데시	146	289	321	368	525
4	이란	431	315	355	495	480
5	아제르바이잔	270	209	230	135	278
어류(03)		2,748	3,015	3,482	4,282	4,663
1	중국	969	1,033	1,089	1,493	1,688
2	한국	957	1,012	1,191	1,371	1,485
3	네덜란드	363	432	685	690	799
4	일본	257	274	254	353	288
5	벨라루스	46	49	54	63	64
동·식물성 기름, 지방(15)		1,828	2,209	2,714	2,669	3,436
1	중국	89	173	245	370	602
2	이란	32	90	146	220	429
3	터키	462	431	323	242	340
4	노르웨이	91	114	136	163	180
5	우즈베키스탄	126	160	135	138	177
조제 사료(23)		935	945	866	1,084	1,258
1	터키	194	228	223	212	271
2	라트비아	86	95	75	97	147
3	벨라루스	40	58	76	81	110
4	네덜란드	54	65	53	84	83
5	중국	57	43	33	54	67
채유 종자·과실(12)		389	520	641	763	1,011
1	중국	125	145	194	339	365
2	터키	67	129	123	23	166
3	벨라루스	21	25	32	164	133
4	벨기에	83	70	76	67	84
5	카자흐스탄	7	15	14	13	41

출처 : ITC

러시아

2) 농식품 주요 수출국 현황

- 러시아는 원료 곡물의 수출 비중이 높은 편이며, 주요 수출국은 터키, 카자흐스탄, 이집트 등이다. 한국의 경우 2018년 30위에서 2019년 61위로 수출국 순위가 하락했다. 주요 수출 품목은 옥수수, 엠버그리스(향유고래의 장내(腸內)에서 배출되는 회색의 향료 물질), 대두, 식품첨가제 등이다.

| 농림축산식품 수출 상위 5개국 및 한국 실적(2019) |

(단위 : 백만 달러)

순위	수출국	2019년	주요 품목
1	터키	2,491	밀, 해바라기씨유, 기울, 옥수수, 병아리콩
2	카자흐스탄	1,750	코코아, 담배, 사탕수수, 빵, 식품첨가제
3	이집트	1,469	밀, 해바라기씨유, 아마 씨, 렌틸콩, 코코아
4	중국	1,433	해바라기씨유, 대두, 유채, 닭고기, 대두유
5	벨라루스	1,252	유채, 해바라기씨유, 펫사료, 코코아, 식품첨가제
61	한국	47	옥수수, 엠버그리스, 대두, 식품첨가제, 기울(곡식의 가루를 쳐내고 남은 속껍질)

출처 : GTA

3) CIS 국가 간 농식품 수출 현황

- 러시아와 CIS 국가 내 카자흐스탄과 우즈베키스탄 농식품 수출액은 2015년부터 2019년까지 꾸준히 증가하고 있으며 2019년 기준 카자흐스탄의 수출액이 우즈베키스탄의 수출액보다 3.8배 높은 것으로 나타났다.

| 러시아와 CIS 국가 간 농림축산식품 수출 동향(2015~2019) |

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
카자흐스탄	1,288	1,301	1,424	1,486	1,750
우즈베키스탄	275	286	307	355	461

출처 : GTA

나. 농식품 수입 현황

1) 농식품 주요 수입품 현황

- 주요 농식품 수입 품목은 과실 및 견과류, 음료·주류·식초류, 낙농품·조란·천연꿀류, 육과 식용 설육류, 식용 채소·부리류 등이다.
- 러시아의 주요 농식품 수입품 중 과실 및 견과류는 지난 5년간 수입 규모가 꾸준히 증가해왔다. 2019년에는 5,098백만 달러 수입액을 기록한 것으로 나타났다.

 - 과실 및 견과류 품목 중 감귤류 과실과 바나나품목이 가장 높은 비중을 차지했고, 2019년 기준 각각 1,281백만 달러, 1,120백만 달러의 수입 규모를 보인다.
 - 과실 및 견과류의 수입 상위 국가로는 에콰도르, 터키, 중국, 아제르바이잔, 이집트 순으로 비중이 큰 것으로 나타났고, 에콰도르의 경우 전체 수입액의 21.2%를 차지한 것으로 나타났다.
- 음료·주류·식초류의 수입액은 지난 5년간 꾸준히 증가하여 2019년 3,028백만 달러의 수입 규모를 갖는 것으로 나타났다.

 - 음료·주류·식초류의 세부 품목 중 포도주와 에틸알코올·증류주·리큐르품목이 가장 높은 비중을 차지했고, 두 품목의 2019년 수입액은 각각 1,160백만 달러와 1,109백만 달러로 두 품목의 수입 규모는 크게 차이하지 않았다.
 - 음료·주류·식초류의 수입 상위 국가로는 이탈리아, 프랑스, 조지아, 영국, 아르메니아 순으로 비중이 높은 것으로 보였다.
- 낙농품·조란·천연 꿀의 수입액은 2017년까지 증가하는 추세를 보이다가, 2018년 감소했다가 다시 2019년 증가하여 2,967백만 달러의 수입 규모를 보였다.

 - 낙농품·조란·천연 꿀의 세부 품목 중 치즈와 커드와 버터·데어리 스프레드품목이 가장 높은 비중을 차지하였고, 그중 치즈와 커드의 경우 전체 낙농품·조란·천연 꿀류의 품목 중 38.4%의 비중을 차지했다.
 - 낙농품·조란·천연 꿀류의 수입 상위국가로는 벨라루스, 아르헨티나, 우루과이, 뉴질랜드, 네덜란드 순으로 비중이 높은 것으로 나타났고, 이 중 벨라루스가 69.5%로 수입의 대부분을 차지하는 것으로 보였다.
- 육과 식용 설육류는 지난 5년간 2016~2017년 잠시 증가한 때를 제외하고는 전반적인 수입 규모가 점차 감소해가는 추세이다. 이는 2017년까지 큰 수입 비중을 차지했던 브라질로부터의 수입이 많이 감소한 것에 따른 것으로 보인다.

 - 육과 식용 설육류 품목 중 냉동 쇠고기와 냉장·냉동 가금류가 가장 높은 비중을 차지했다.

러시아

- 육과 식용 설육류의 주요 수입국으로는 벨라루스, 브라질, 파라과이, 아르헨티나, 칠레 순으로 비중이 높은 것으로 나타났다.
- 2017~2018년 사이 브라질로부터의 육과 식용 설육류의 수입이 많이 감소하였는데, 이는 2017년 발생한 브라질의 ‘부패 고기 불법유통 파문’으로 인한 것으로 보인다.
- 식용 채소·뿌리류는 지난 2015~2016년 사이 다소 감소하였다가 2018년까지 다시 수입 규모가 증가하여, 2019년 기준 1,831백만 달러의 수입 규모를 나타냈다.
- 식용 채소·뿌리류의 세부 품목 중 토마토와 기타 채소 품목의 비중이 가장 높았다. 이 중 토마토 품목의 비율이 전체 식용 채소·뿌리류의 수입 중 34.8%의 비중을 차지했다.
- 식용 채소·뿌리류의 수입 상위 국가로는 중국, 아제르바이잔, 터키, 벨라루스, 이스라엘 순으로 비중이 높은 것으로 보였다.

▣ 주요 농식품 품목별 수입 현황(2015~2019) ▣

(단위 : 백만 달러)

순위	HS Code	2015	2016	2017	2018	2019
과실 및 견과류(08)		3,844	3,831	4,678	5,077	5,098
1	감귤류 과실(0805)	1,138	1,161	1,189	1,231	1,281
2	바나나(0803)	894	999	1,140	1,155	1,120
3	사과·배·마르멜로(0808)	534	524	599	725	586
4	기타 과실(0810)	287	262	339	439	475
5	살구·체리·복숭아· 자두·슬로(0809)	277	277	416	430	461
음료·주류·식초(22)		1,742	1,825	2,493	2,682	3,028
1	포도주(2204)	672	728	1,003	1,051	1,160
2	에틸알코올·증류주·리큐르 (2208)	695	683	944	943	1,109
3	맥주(2203)	111	127	195	287	324
4	설탕·감미료 첨가한 물과 음료(2202)	100	124	152	194	208
5	물(2201)	81	81	91	102	116
낙농품·조란·천연 꿀(04)		1,963	2,135	2,630	2,335	2,967
1	치즈와 커드(0406)	703	733	929	965	1,140
2	버터·데어리 스프레드(0405)	301	387	530	426	635
3	밀크와 크림(0402)	406	497	520	305	424
4	새의 알(0407)	269	223	214	256	307
5	밀크와 크림(0401)	166	149	217	183	215
육과 식용 설육(02)		3,026	2,282	2,670	2,066	1,878
1	냉동 쇠고기(0202)	1,111	831	892	893	806
2	냉장·냉동 가금류(0207)	355	316	360	362	383
3	신선·냉장 쇠고기(0201)	329	290	343	371	243
4	신선·냉장·냉동 돼지고기 (0203)	944	628	813	172	241
5	신선·냉장·냉동 식용 설육 (0206)	191	141	177	184	151
식용 채소·뿌리(07)		1,835	1,396	1,795	1,843	1,831
1	토마토(0702)	659	491	559	630	637
2	기타 채소(0709)	230	244	291	361	384
3	양파·쪽파·마늘·리크 (0703)	186	137	213	127	157
4	감자(0701)	253	108	220	218	133
5	당근·순무·사탕무 뿌리·식용 뿌리(0706)	114	86	104	104	105

출처 : ITC

러시아

▮ 주요 농식품 품목별·국가별 수입 현황(2015~2019) ▮

(단위 : 백만 달러)

주요수입품목(HS Code)		2015	2016	2017	2018	2019
순위	주요수입국					
과실 및 견과류(08)		3,844	3,831	4,678	5,077	5,098
1	에콰도르	882	982	1,097	1,110	1,085
2	터키	709	423	807	792	815
3	중국	283	346	359	422	326
4	아제르바이잔	144	165	195	265	281
5	이집트	170	183	209	236	243
음료·주류·식초(22)		1,742	1,825	2,493	2,682	3,028
1	이탈리아	262	255	366	391	438
2	프랑스	270	273	357	378	378
3	조지아	130	152	228	248	309
4	영국	198	183	249	260	303
5	아르메니아	88	136	199	183	245
낙농품·조란·천연 꿀(04)		1,963	2,135	2,630	2,335	2,967
1	벨라루스	1,466	1,614	1,965	1,716	2,063
2	아르헨티나	73	90	90	90	131
3	우루과이	54	52	68	73	119
4	뉴질랜드	26	68	129	51	116
5	네덜란드	80	64	49	60	75
육과 식용 설육(02)		3,026	2,282	2,670	2,066	1,878
1	벨라루스	563	601	671	742	597
2	브라질	1,483	1,135	1,380	187	491
3	파라과이	378	262	270	475	334
4	아르헨티나	153	108	145	309	221
5	칠레	86	33	53	109	62
식용 채소·뿌리(07)		1,835	1,396	1,795	1,843	1,831
1	중국	430	381	488	412	410
2	아제르바이잔	89	126	207	225	236
3	터키	421	29	56	98	175
4	벨라루스	143	141	176	188	168
5	이스라엘	188	156	181	178	160

출처 : ITC

2) 농식품 주요 수입국 현황

- 주요 농식품 수입국은 벨라루스, 중국, 브라질, 독일, 에콰도르 순으로 나타났다. 수입액은 인접국인 벨라루스가 3,887백만 달러로 가장 많다.
- 한국으로부터의 수입액은 140백만 달러로 2018년과 비교하여 2계단 하락한 44위를 기록했다. 주요 수입품목으로는 식품첨가제, 소스 및 조제품, 조제·보존 처리한 과일 및 견과류와 식용 식물, 몰트 맥주 등이 있다.

▮ 농림축산식품 수입 상위 5개국 및 한국 실적(2019) ▮

(단위 : 백만 달러)

순위	수출국	2019	주요 품목
1	벨라루스	3,887	치즈, 버터, 응유, 우유 및 크림, 버터밀크, 냉동 소고기
2	중국	1,627	토마토, 자몽, 핵산, 고추, 후추, 마늘, 아미노산
3	브라질	1,476	대두, 냉동육류, 닭고기, 땅콩, 커피
4	독일	1,413	식품첨가물, 몰트맥주, 코코아, 소(살아있는 것), 커피 조제품
5	에콰도르	1,217	바나나, 장미, 커피 조제품, 코코아 씨, 과일잼
44	한국	140	식품첨가제, 소스 및 조제품, 조제·보존 처리한 과일 및 견과류와 식용 식물, 몰트맥주

출처 : GTA

러시아

3) CIS 국가 간 농식품 수입 현황

- 러시아와 CIS 국가 내 카자흐스탄과 우즈베키스탄으로의 농식품 수입 동향을 보면, 두 국가에서의 수입액이 꾸준히 증가하는 것은 같지만 특히 우즈베키스탄에서의 수입액이 2015년에 비해 2019년에 3.8배로 많이 증가하였다.

| 러시아와 CIS 국가 간 농식품 수입 동향(2015~2019) |

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
카자흐스탄	226	274	251	315	343
우즈베키스탄	60	115	157	201	228

출처 : GTA

다. 한국 농식품 수출입

1) 對러시아 농림축산식품 수출입 개요

- 2019년 對러시아 농림축산식품 수출액은 약 169백만 달러로 전년 대비 약 10.8%가 감소하였으며, 농림축산식품(농산물, 축산물, 임산물) 중 농산물 수출액이 약 164백만 달러로 전체 수출액의 약 97.1%를 차지하고 있다.
- 對러시아 농림축산식품 수출 품목 중 축산물의 경우 2018년을 제외하고는 2015년 이후로 수출액이 감소하는 경향을 보이는데, 이는 러시아 정부의 자국 식품산업 육성정책으로 인해 계란, 닭고기 등의 가금류, 돼지고기, 소고기 등의 생산량이 증가함에 따른 것으로 보인다.

- 2019년 對러시아 농산물 수입액은 약 24백만 달러로, 전년 대비 약 92.7% 감소하였다. 농산물의 주요 수입 품목은 주로 종자용과 사료용 옥수수 및 대두류이며, 임산물은 목재류 수입이 굉장히 큰 비중을 차지하고 있다. 축산물의 경우 녹용, 사향 등 한약재가 주요 수입 품목이나 2016년 이후부터 수입량은 2018년까지 감소하다가, 2019년에 다시 증가하였다.

▮ 對러시아 농림축산식품 수출입 현황(2015~2019) ▮

(단위 : 천 달러)

구분		농산물	축산물	임산물	합계
2015	수출	120,475	6,695	2,598	129,768
	수입	156,774	20,850	239,216	416,840
2016	수출	114,641	4,276	1,108	120,025
	수입	237,147	33,204	213,661	484,012
2017	수출	139,685	4,379	1,517	145,581
	수입	230,532	31,719	248,846	511,097
2018	수출	181,908	5,243	1,666	188,817
	수입	321,137	29,149	294,419	644,705
2019	수출	163,656	3,651	1,207	168,514
	수입	23,505	31,946	239,024	294,474

* 농식품 기준 : KATI 품목 대분류-농산물, 축산물, 임산물 품목 기준
출처 : KATI(농식품수출정보)

2) 주요 수출입 품목 동향

- 對러시아 주요 수출 품목은 커피, 소스, 마요네즈, 음료 등이 있다.
- 커피 조제 시 필요한 크리머, 밀크 대용물 함유조제품에 대한 수출은 끊임없이 이루어지고 있으며, 2019년에는 설탕, 감미료, 향미 등이 첨가된 물의 수출액이 급증하면서 커피크리머와 소스 다음으로 가장 많은 수출액을 차지하였다.
 - 인스턴트 카레, 혼합조미료 등의 소스 제조용 조제품의 수출은 꾸준히 증가하고 있는 반면에 마요네즈 수출은 다소 감소하고 있다.

■ 對러시아 수출 상위 10개 품목(2017~2019) ■

(단위 : 천 달러, %)

순위	HS Code	명칭	2017	2018	2019	전년 대비 증가율 ('18~'19)
1	2106.90.9010	커피크리머	13,567	16,851	13,670	△18.9
2	2103.90.9090	소스, 소스 제조용 조제품 (마요네즈, 인스턴트 카레, 혼합조미료, 메주 이외 기타)	9,815	12,473	13,608	9.0
3	2202.10.1000	물(설탕, 감미료, 향미 첨가/ 착색한 것)	7,305	7,385	10,808	43.4
4	2101.12.9010	밀크대용물함유조제품	4,771	6,633	7,644	15.2
5	2101.11.1000	커피엑스, 에센스와 농축물	13,231	13,761	6,645	△51.7
6	2103.90.9010	마요네즈	9,141	7,429	6,608	△11.1
7	1902.30.1010	라면	4,675	6,078	6,582	8.3
8	2203.00.0000	맥주	1,812	4,475	6,400	43.0
9	2202.99.2000	과실 주스 음료	4,330	5,630	5,199	△7.7
10	2202.99.9000	기타(알코올을 함유하지 않은 음료, 2009호 과실 주스와 채소 주스 제외)	2,752	4,716	4,068	△13.7

* 농식품 기준 : KATI 품목 대분류-농산물, 축산물 품목 기준

출처 : KATI(농식품수출정보)

- 對러시아 주요 수입 품목은 사향, 녹용, 대두 등이 있으며, 최근 2019년 대부분의 제품 수입 규모가 급격히 감소하여 전년 대비 수입 규모가 84.2% 감소했다.

▮ 對러시아 수입 상위 10개 품목(2017~2019) ▮

(단위 : 천 달러, %)

순위	HS Code	명칭	2017	2018	2019	전년 대비 증가율 (‘18~’19)
1	0510.00.3000	사향(건조 여부 불문)	16,776	14,577	18,527	27.1
2	0507.90.1110	녹용(전지/in whole)	13,128	13,155	12,757	△3.0
3	1201.90.9000	대두 기타(기타)	776	8,088	5,873	△27.4
4	1005.90.1000	옥수수 (maize/corn/사료용)	14,376	3,964	4,329	9.2
5	1005.90.9000	옥수수(종자용, 사료용, 팝콘 용 이외 기타)	170,466	193,209	3,348	△98.3
6	1001.99.1090	메슬린 외 기타 (사료용)	22,018	105,028	1,957	△98.1
7	1302.19.9099	식물성액즙과엑스 (기타)	4,028	2,812	1,481	△47.3
8	2302.30.0000	밀기울	804	642	1,043	62.4
9	1806.31.1000	초콜릿과 초콜릿 과자 (다른 것으로 속을 채운 것/ 블록 모양·슬래브 모양· 막대 모양의 것)	580	588	669	13.7
10	0712.39.1090	기타 버섯(건조)	1,061	507	642	26.6

* 농식품 기준 : KATI 품목 대분류-농산물, 축산물 품목 기준
출처 : KATI(농식품수출정보)

2. 소비 현황

가. 시장 현황

1) 소매시장 현황

- 러시아 인구는 1억 4천만 명으로, 국내뿐만 아니라 CIS 지역을 타겟으로 하는 거대 식품 판매 시장을 가진 나라이다. 러시아 식품산업은 유럽산 식품에 대한 금수 조치 시행이 시작된 2014년 이후부터 국내 식량 생산 증대를 위해 힘써 왔으며 자국의 식품산업육성 정책에 따라 신선농식품, 가공식품과 음료 식품의 시장 규모가 지속해서 증가하는 추세를 보인다.
- 식품산업 분야 중 베이커리류, 과자류, 과일 및 채소 가공업, 수산물 가공업, 육류 및 유제가공업에서 러시아 자국 기업 비중이 높아지고 있으며, 제과 기업 및 주요 유업 기업의 경우 미국 등 외국 기업에 인수 합병되어 운영되고 있다.
- 서방국가의 경제제재로 인해 원자재 수입과 공급이 원활하지 않아 수입 제품의 가격이 상승함에 따라 수입품에 대한 구매빈도와 지출이 감소하였다.

 - 지속적인 경기침체로 인해 가성비 있는 제품의 소비가 증가하고 있으나 고소득층 위주로는 고가의 건강식품 판매가 증가하고 있다.
 - 경기침체에도 불구하고, 웰빙에 대한 러시아인들의 관심 증가로 유기농 식품과 신선식품에 대한 소비가 크게 성장하고 있으며, 건강식품 내에서도 Free From(식품첨가물 무첨가) 제품과 유기농 제품 선호도 또한 증가하고 있다.
 - 러시아는 2018년 기준 3년 동안 지속한 저유가 및 경제 체제, 저성장과 민간소비 위축으로 소비 성향이 '신중', '실용', '가치 중심적' 소비로 변화하였다.
- 러시아 통계청 가계 예산 조사에 따르면 실제 식품비용은 2017년 대비 2018년에 3.6% 감소했으며, 가정에서의 음식비용은 3.7% 감소, 카페 및 레스토랑 비용은 2.4%로 감소로 추정했다.

 - 식량에 대한 가계 지출은 2013년과 비교하여 2018년에 7.7% 감소하였다.
- 1인당 기본 식품 소비량은 우유와 유제품이 265kg으로 가장 높게 나타났으며, 이어 계란 및 계란 조제품이 작년 대비 소비량이 다소 떨어진 235kg으로 높게 나타났다. 반면 식물성 기름은 11kg, 생선 및 생선 가공식품은 22kg으로 낮은 순위에 머물렀다.

1인당 기본 식품 소비량(2015~2019)

(단위 : kg)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
계란 및 계란 조제품	268	273	279	280	235
우유와 유제품	233	231	230	229	265
빵 제품	118	117	117	116	96
채소 및 식용작물	102	102	104	107	104
감자	91	90	90	89	58
육류 및 육류제품	73	74	75	75	91
과일과 열매	60	60	59	61	75
설탕	39	39	39	39	31
생선 및 생선 제품	22	22	23	20	22
식물성 기름	14	14	14	14	11

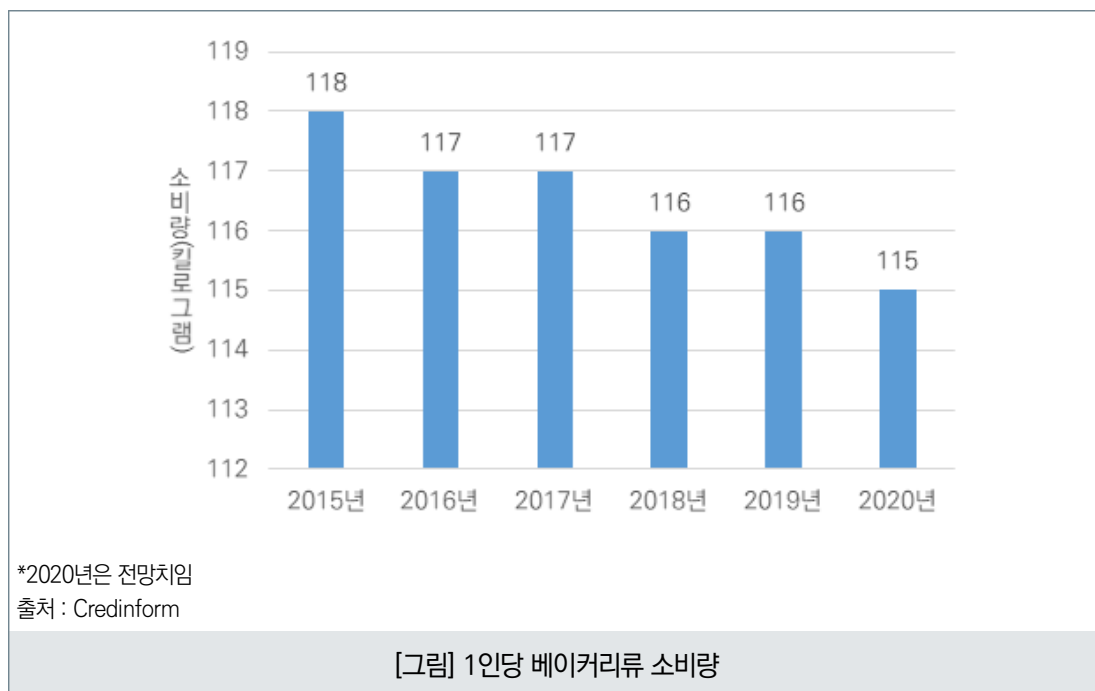
출처 : 러시아 통계청

- 러시아 소비자들은 편리함을 추구하여 RM(Ready Meal), HMR(Home Meal Replacement) 시장이 급성장하고 있으며, 전통적인 가정 조리 식품을 대체하고 있다. 러시아 레디밀 시장은 2014년 이후부터 매년 8~9% 증가하고 있으며, 2022년 약 2천억 루블의 매출액이 예상되는 시장이다.

 - 대도시인 모스크바와 상트페테르부르크에서 성장이 급격하게 이루어지고 있으며 전체 시장의 82%를 차지하고 있다. 그중 냉동식품이 총 177십억 루블로 전체 레디밀 시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다.
 - GFK의 조사에 따르면 전체 소비자의 46%는 적어도 한 달에 한 번 베이커리와 패스트리 가게를 방문하고, 27%는 패스트푸드점을 방문하며, 20%는 음식을 배달시키고 있다고 나타났다.
- 주식류 중 베이커리 관련 유통 시장이 점차 줄어들고 있다. '건강'에 관한 관심 증가로 웰빙 트렌드와는 대조되는 밀가루 소비가 지속해서 감소하고 있으며, 이에 따른 빵 생산량 또한 감소하고 있다. 이러한 소비 감소 경향은 지속될 것으로 보이며, 기존에 베이커리류에 대한 소비가 많던 러시아인들은 대체 식품을 찾고 있는 상황이다.

 - 또한, 가정용 오븐을 통해 직접 베이커리를 생산하는 소비자들이 증가하고 있으며, 고품질의 프리미엄 밀가루를 사용한 베이커리류에 대한 제품 소비가 늘어나고 있다. 소비 증가 때문에 제품 가격도 상승하고 있으며, 향후 평균 5%의 물가상승이 있을 것으로 전망되고 있다.

러시아



□ 곡물 시장의 변화

- 성장 가능성이 큰 품목으로는 고품질의 귀리 제품, 잡곡빵, 밀가루 제과, 이유식, 동물 사료 등 곡물 성분을 포함한 제품군이 있다.
- 곡물 부분에서의 트렌드는 크게 '물가에 민감', '소매 유통 시장 증가', '건강'으로 나눌 수 있다.
- 가격이 상승하면 소비는 감소하고, 가격이 하락하면 소비가 증가한다. 2016~2018년에는 메밀이 저렴해서 수요가 많이 증가했지만, 기장은 낮은 생산량으로 인해 가격이 인상되어 수요가 감소했다.
- 식품의 영양과 품질을 우선시하는 러시아인이 증가하고 있으며, 이로 인해 쿠키패키지와 과일, 곡물, 시리얼을 혼합한 '까샤(러시아 죽요리)' 같은 곡물분야의 성장 전망이 밝다.

2) 외식시장 현황

가) 중부 러시아 외식시장 현황

- 2015년 이후 5년간 러시아 외식시장 규모는 1,308십억 루블 수준에서 2019년 1,665십억 루블 수준으로 약 27.3% 증가하였으며, 2015년 이후로 매년 지속적인 시장 규모의 증가가 이루어져 왔다.

Ⅱ 외식시장 규모(2015~2019) Ⅱ

(단위 : 십억 루블, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
규모	1,308	1,349	1,435	1,528	1,665
전년 대비 증가율 ('18~'19)	6.0	3.1	6.4	6.5	9.0

출처 : 러시아 통계청

- 러시아의 외식시장은 경제위기로 일부 식당, 카페 등이 폐업하는 사례가 있었지만 저렴하고 간편한 음식에 대한 수요가 증가하면서 ‘패스트푸드’ 시장이 반사이익을 누리며 성장하고 있다.
 - 유명 프랜차이즈 패스트푸드 업체를 비롯하여 기차역 및 버스정류장, 길거리의 키오스크 판매점과 푸드 트럭의 규모가 점차 커지고 있는데 이는 경제위기로 인한 러시아인들의 소득 감소가 저비용 식사의 수요 증가로 이어진 것으로 보인다.
- 특히 ‘푸드 코트’가 유행함에 따라 푸드 코트를 통한 외식 창업이 증가하고 있다. 새로운 음식을 개발하고, 종업원을 최소화하며, 추가적인 인력 부담이 없다는 점이 푸드 코트를 통한 창업의 매력이다.
 - 푸드 트럭의 경우 차에서 제공되는 음식을 소비자가 받아 편한 장소에서 섭취 가능한 형태로 특정 장소에 대한 제공이 필요하지 않으며, 길거리 키오스크의 경우 소비자가 구입한 음식을 가게 앞에서 서서 섭취하는 형태의 사업으로, 상점 임대비용에 대한 투자가 이루어지지 않고 진행될 수 있다는 점이 특징이다.

나) 극동 러시아 외식시장 현황

- 러시아 사람들은 잦은 외식을 하지 않으며, 주로 특정 기념일에 크게 파티를 여는 문화를 가지고 있어, 평소에 외식으로 인한 소비가 크지 않다.
- 주로 전체 요리→메인요리→디저트 순서의 코스 요리 형태의 식사를 하며, 음료와 함께 섭취하여 블라디보스토크 내 식당의 경우 전체 요리 300~600루블, 메인요리 450~1,500루블 정도의 가격을 형성하고 있는 것으로 볼 때, 4인 가족의 외식비용을 계산하면 3,000루블을 넘는다.
 - 연해주 지역의 평균 임금이 약 3만 3천 루블임을 고려하면 외식비용에 대한 투자가 굉장히 높게 이루어지고 있음을 알 수 있다.
 - 블라디보스토크에서 식당을 오픈하기 위해서는 약 5백만 루블이 필요하지만 푸드 코트 입점은 2백만 루블 내외로 상대적으로 부담이 덜한 금액이다.

러시아

- 보다 저렴하게 음식을 섭취할 수 있는 푸드 코트 혹은 카페 문화가 도입되면서 외식에 대한 인식이 점차 변화하고 있으며, 한국 및 중국 등의 외국 관광객 증가로 외국인들을 위한 다문화 식당들이 늘어나고 있다.
- 블라디보스토크 내 대표적인 푸드코트인 Clever House, Maryi Gum, Sedanka City, Illuzion의 경우 모두 쇼핑몰 내에 입점되어 있으며, Clever House, Maryi Gum, Sedanka City에는 한식당인 '미리내'가 입점 되어 있고, Grizzly Grill(스테이크 등 고기)도 Maryi Gum 및 Sedanka City 두 곳에 입점 되어 있다.
- 러시아의 외식산업이 발달함에 따라 한국형 프랜차이즈의 진출 가능성이 커지고 있다. 연해주의 경우에는 한국형 외식산업 진출이 전무하지만 현지 외식업의 인기 품목인 피자, 만두, 제과, 커피 분야는 앞으로 시장 규모가 늘어날 것으로 전망된다.

▮ 극동 러시아 외식 시장 규모(2015~2019) ▮

(단위 : 백만 루블, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
규모	66,478	69,621	75,126	99,634	110,116
전년 대비 증가율	12.6	4.7	7.9	32.6	10.5

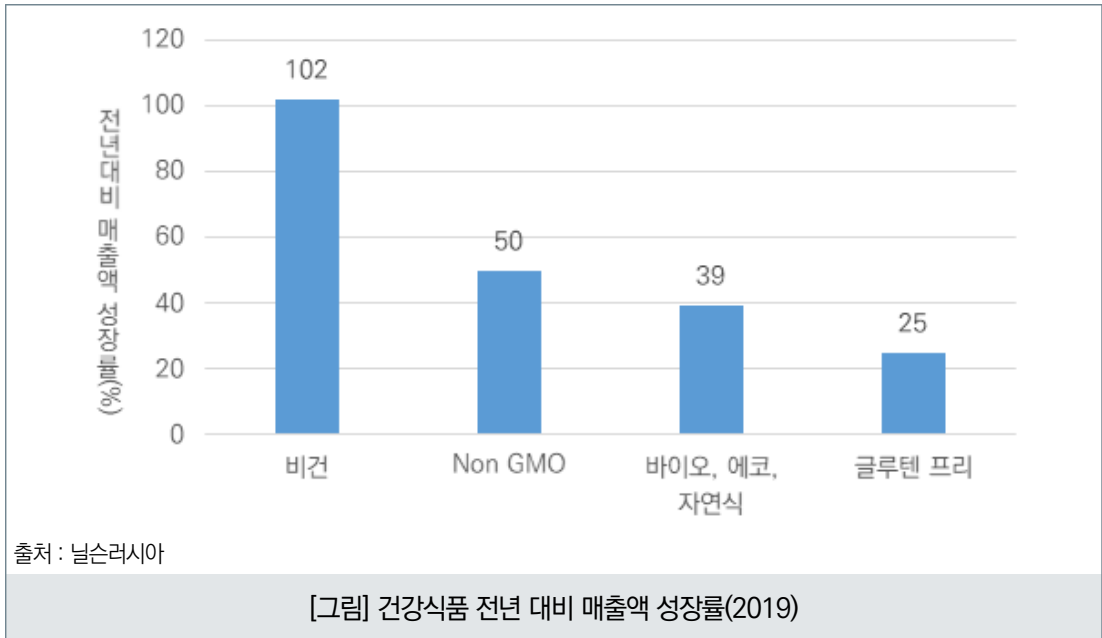
출처 : RBC research

나. 소비 동향

1) 소비 트렌드

가) 건강식품 시장

- 러시아인들의 건강에 관한 관심 증가로 지방과 설탕 섭취를 줄이는 등의 식습관 변화가 시작되고 있다. 이러한 변화 추세에 따라 식품 매장 내 건강식품 구비 여부가 62%의 소비자들에게 매장 선택 요인으로 작용하고 있으며, 건강식품의 수요 또한 많이 증가하고 있다.
 - 식품 구매 시 '바이오', '에코', '유기농' 등이 표기된 상품의 구매가 늘었으며, 제품 라벨에 건강 식품 관련 설명이 포함된 제품의 수요가 가파르게 증가하고 있다.
- 러시아는 석회수가 나오는 수도환경으로 인해 음료 시장이 발달하였으며, 지속적인 성장이 계속 될 전망이다. 생수 시장은 이미 포화상태이지만, '건강'이라는 새로운 트렌드가 등장함에 따라 건강음료 시장이 강세를 보일 것으로 예상된다.



- 건강식품의 2019년 4월 기준 매출액 성장률은 전년 4월 대비 비건이 102%로 가장 높게 나타나고 있으며, Non GMO가 50%, 글루텐프리가 25%, Bio, Eco, 자연식이 39%로 성장하고 있다.
- 러시아의 건강식품 시장 규모는 꾸준히 성장하여 2019년 기준 13,701백만 달러에 이르렀다. 2018년 대비 2019년 가장 높은 성장률을 보인 시장은 기능성, 강화식품 분야로 약 10.9%가 증가했다.

■ 건강식품 시장 규모 추이(2015~2019) ■

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019	전년 대비 성장률 ('18~'19)
건강식 (Better For You, BFY)	1,475	1,556	1,657	1,791	1,945	8.6
기능성, 강화 (Fortified/Functional, FF)	2,657	2,968	3,304	3,744	4,189	11.9
무첨가 (Free From)	187	198	219	238	264	10.9
자연식 (Naturally Healthy, NH)	5,607	6,183	6,345	6,741	7,180	6.5
유기농 (Organic)	110	108	112	115	123	7.0
합계	10,036	11,013	11,637	12,629	13,701	8.5

출처 : Euromonitor

러시아

나) 유기농 식품 시장

- 세계적으로 유기농 식품 시장은 가파른 상승세를 보이며 빠르게 확장되고 있으며, 러시아에서도 특히 두드러지게 성장하고 있다. 러시아 유기농 식품 시장에서의 제품 수요 증가 추세가 공급 증가 추세를 앞서며 그 성장세가 빠르게 진척되고 있다.
 - 유기농 포장 식품은 2019년 5,616백만 루블을 달성하였으며, 특히 유기농 이유식 분야의 성장이 가장 빠른 것으로 나타났다.
 - 그러나 수요 증가에 반해, 러시아 유기농 식품 시장은 아직 그 규모가 크지 않고, 주요 소비층이 부유층으로 제품의 소매가는 실제 가격의 3배 이상으로 높게 책정되어 있다. 이에 따라 정부는 2020년 1월 새로운 유기농 인증 표준을 발효하는 등 시장 규제 및 지원정책을 추가하고 있다.
 - 기술력 향상과 제품 수요 증가 추세에 따라 러시아 유기농 식품 시장은 향후 세계 시장의 10%를 차지할 것으로 예상하며, 러시아 경기의 안정화로 건강에 대한 부유층의 소비가 이어져 이와 같은 결과가 나타난 것으로 보인다.
- 러시아 유기농 식품 시장의 수요 증가 추세에 힘입어 한국의 다양한 웰빙 식품 및 요리법들로 시장공략에 나선다면 좋은 결과가 나타날 것으로 전망된다.

Ⅰ 유기농 가공식품 품목별 판매량(2015~2019) Ⅱ

(단위 : 백만 루블, %)

품목	2015	2016	2017	2018	2019	전년 대비 성장률 ('18~'19)
유기농 이유식	3,331	2,723	2,960	3,172	3,504	10.5
유기농 비스킷, 스낵바, 과일 스낵	883	1,011	1,063	1,105	1,172	6.1
유기농 소스, 드레싱, 조미료	497	566	594	610	641	5.1
유기농 당류(초콜릿, 캔디 등)	125	151	164	174	188	8.0
유기농 쌀, 파스타, 면	99	102	103	106	112	5.7
합계	4,935	4,553	4,884	5,167	5,616	8.7

출처 : Euromonitor

다) 극동 러시아 소비 트렌드

□ 유리온실에서 재배된 유기농 식품 인기

- 유리온실에서 재배된 농산물은 일반 농산물과 비교하여 가격은 비싸나 품질이 높아 극동러시아 주민들에게 인기가 있다. 또한, 품질을 유지하기 위한 지속적인 온실관리와 효율적인 배송 시스템으로 소비자의 신뢰를 구축하고 있다.
- 러시아 국영기업인 수라제브카(Surazhevka)에서 약 10동(180,000㎡)의 유리온실에서 토마토·오이 등의 작물을 재배하고 있으며, 연간 1만 8,000~1만 9,000톤의 수확량을 기록하고 있다.



□ 딸기, 열대과일 등에 대한 선호 증가

- 딸기에 대한 선호가 증가함에 따라 하바롭스크주에서 딸기를 재배하고 있는 중이다. 여름에는 신선 딸기를 판매하고, 판매되지 않은 제품은 냉동하여 딸기를 연중 공급하고 있다.
- 2008년부터 경상북도 고령군에서는 한국산 딸기를 극동 러시아로 수출하고 있으며, 2018년 2월 14일과 15일 양일간에 걸쳐 러시아 사할린주의 유즈노사할린스크린 시의 최대 백화점 시티몰에서 홍보·판촉 행사를 열었다.
- 2015년 2월에는 경기도 파주에서 러시아 극동지역인 우스리스크로 수출했으며, 2018년 12월에 경남 하동군은 러시아 블라디보스토크로 약 30만 달러 규모의 하동산 딸기를 수출했다. 또한, 2020년 2월, 러시아 블라디보스토크로 경북 안동산 딸기를 첫 수출 하면서 러시아로의 딸기 수출을 지속하고 있다.
- 키위, 복숭아, 포도, 파인애플 등 극동 러시아에서는 생산할 수 없는 열대과일에 대한 수요가 증가하고 있으며, 대부분의 베리류와 열대과일을 수입하고 있다.

러시아

- 파인애플 등이 일부 온실에서 재배가 되고 있지만, 생산량이 미미하여 글로벌 과일 생산기업들은 극동 러시아로 진출을 확대하고 있다. 특히 2016년 뉴질랜드 키위 생산기업 Z사는 연해주 내 대형 슈퍼마켓을 활용하여 골드키위를 유통하기 시작했다.

2) 식료품비 지출 현황

가) 중부 러시아 식료품비 지출 현황

- 러시아의 전체 가계지출 중 식료품비가 차지하는 비중은 감소하는 추세지만 여전히 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 2019년을 기준으로 러시아의 가구당 월평균 식료품 지출액은 5,701루블이며, 전체 지출액의 29.7%를 차지하고 있다.

▮ 중부러시아 가구당 월평균 식료품비 지출(2015~2019) ▮

(단위 : 루블, %)

구분	전체 지출액	식료품비 지출액	비중
2015	14,713	4,719	32.1
2016	16,086	5,193	32.3
2017	16,770	5,230	31.2
2018	17,489	5,289	30.7
2019	19,158	5,701	29.7

출처 : 러시아 통계청

- 가구 당 엔겔지수가 가장 높은 지역은 인구셰티아로 엔겔지수가 59.8%에 달한다. 이어서 다케스칸이 49.3%, 세바스토폴이 47%로 높게 나타났다.

▮ 엔겔지수가 높은 상위 10개 지역(2019) ▮

(단위 : %)

순위	지역명	엔겔지수
1	인구셰티아	59.8
2	다케스칸	49.3
3	세바스토폴	47.0
4	스몰렌스크	45.6
5	카바르디노발카르	42.1
6	크림공화국	41.7
7	모르도바	41.5
8	추코츠키 아브토눔니 자치구	41.2
9	랴잔 주	40.8
10	사라토브스카야 주	40.7

출처 : 러시아 통계청

- 가구당 엔겔지수가 가장 낮은 지역은 모스크바로 엔겔지수가 21%이다. 이어서 한트-만시스크 자치구가 24.3%, 타타르스칸이 24.5%, 캄차카 지방이 24.7%로 낮게 나타났다.

■ 엔겔지수가 낮은 상위 10개 지역(2019) ■

(단위 : %)

순위	지역명	엔겔지수
1	모스크바	21.0
2	한트-만시스크 자치구	24.3
3	타타르스칸	24.5
4	캄차카 지방	24.7
5	튜멘 주	25.0
6	무르만스카야	25.3
7	하바롭스크 주	25.8
8	모스크바 주	26.1
9	페름 주	26.9
10	상트페테르부르크	27.1

출처 : 러시아 통계청

- 코로나19의 여파로 인한 러시아의 경제 불황은 인구 정체와 소비자 물가 상승으로 이어질 것이며, ACRA(Analytical credit rating agency) 분석가 막심 파쉬닌은 2020년 말까지 실질 소득이 5% 이상 감소할 가능성이 크다고 전망했다.
 - 코로나19에 따른 경제위기는 식료품비의 가계 지출 비중 증가로 이어질 것이며, 이는 2021년 까지도 지속될 가능성이 높다.

나) 극동러시아 식료품비 지출 현황

- 극동 러시아는 러시아의 동쪽 부분에 해당하는 부분이다. 사하공화국을 제외한 극동 연방 관구 전역이 러시아의 극동 부분에 해당한다.
 - 러시아 극동에는 연해주, 하바롭스크주, 아무르주, 사하공화국, 사할린주, 캄차트카주, 마가단주, 유타인자치주, 추코트카주가 있다. 러시아 극동의 주요 도시는 블라디보스토크, 하바롭스크, 니콜라옙스크나야무레, 유즈노사할린스크, 콤소몰스크나야무레이다.
- 극동 러시아는 추운 날씨로 인해 농산물 생산에 어려움이 있으며, 기본 식품의 1인당 소비량은 657kg으로 러시아 연방 전체의 1인당 소비량인 731kg의 약 89.9%에 달한다.
 - 극동 러시아의 1인당 연간 유제품 소비량은 사하공화국이 269kg, 마가단주와 캄차트카주가 228kg로 높게 나타난 반면 유타인자치주가 183kg로 가장 낮게 나타났다.

러시아

- 채소류 소비량은 아무르주와 연해주에서 각각 101kg, 99kg으로 높게 나타나며, 극동 러시아인의 소득 및 임금 증가로 인해 기존의 채소 소비가 과일로 전환되는 현상이 나타나고 있다.
- 극동 러시아의 과일류 소비량은 연방과 비슷한 수준으로 하바롭스크주(74kg), 아무르주(73kg)에서 높게 나타나고 있다. 반면 추코트카주는 51kg으로 가장 낮은 수치를 기록하고 있다.

▮ 극동 러시아 지역별 기본 식품 1인당 연간 소비량(2019) ▮

(단위: kg)

구 분	유제품	베이커리류	채소류	감자	육류	과일류	설탕	식물성 기름	합계	
극 동 러 시 아	연해주	227	85	99	57	88	71	25	11	663
	하바롭스크주	223	74	77	43	69	74	25	9	594
	아무르주	220	94	101	89	70	73	30	12	689
	사하공화국	269	105	72	43	96	62	31	12	690
	사할린주	202	88	86	49	94	68	29	12	628
	캄차트카주	228	69	72	49	87	67	25	7	604
	마가단주	228	84	78	45	99	76	29	12	651
	유대인자치주	183	100	71	59	74	56	33	15	591
	추코트카주	213	81	69	40	84	51	26	9	573
	232	95	84	57	85	65	28	11	657	
러시아 전체	265	96	104	58	91	75	31	11	731	

출처: 러시아 통계청

▮ 극동 러시아 지역별 주요 농식품 개인 소비량(2019) ▮

(단위: 천 톤, 백만 개)

구 분	달걀	유제품	채소류	육류	
극 동 러 시 아	연해주	529	305	189	157
	하바롭스크주	396	262	157	100
	아무르주	264	153	102	51
	사하공화국	221	270	67	85
	사할린주	152	70	48	44
	캄차트카주	67	45	33	23
	마가단주	36	36	11	11
	유대인 자치주	32	29	17	9
	추코트카주	8	5	2	2
	2,078	1,627	779	618	
러시아 전체	41,864	34,328	15,792	11,110	

* 품목별 소비량은 가공품을 포함하며, 달걀의 단위는 백만 개, 이외 품목은 천 톤임

출처: 러시아 통계청

다. 정책 동향

- 러시아 당국은 2010년 수립한 국내 식품 안전성 확보 및 생산 확대 정책과 연계하여 2012년 ‘2020년 식품 가공 산업 확대 전략’을 수립하였다. 2020년까지 곡물 95%, 설탕 80%, 육류 85%, 채소 및 식용 기름 80%, 감자 95%, 유제품 90% 이상을 국내산으로 공급하는 것을 목표로 진행하였으며, 현재는 2014년 서방의 경제제재에 대한 맞대응으로 유럽 등의 농축산 제품 수입을 금지하면서 러시아 식품 가공 산업 확대 전략도 탄력 받고 있다.
- 2017년 1월 1일부로 러시아 정부의 대출 이자율 인하 지원 사업이 시작되었다. 식품생산 및 가공기업에 대해 대출 이자율을 5% 이하로 낮추었으며, 국가보조금을 통해 이자율 인하에 따른 은행 손실을 지원하고 있다.
 - ‘2020년 식품 가공 산업 확대 전략’ 하에 농업 협동조합에 대해 재배·보관·가공시설 확대 및 개선작업 등에 선정절차를 통해 한시적으로 최대 7천만 루블의 국가보조금을 지급하며 지원이 이루어지고 있다.

3. 유통 현황

가. 농식품 시장 규모

1) 신선식품 시장

- 과채류, 육류, 두류 등이 해당하는 신선식품 시장은 지속적인 시장 규모의 확대를 이어 왔으며, 2019년 그 규모가 75,367백만 달러에 달하며, 전년 대비 약 6.3% 증가하였다.

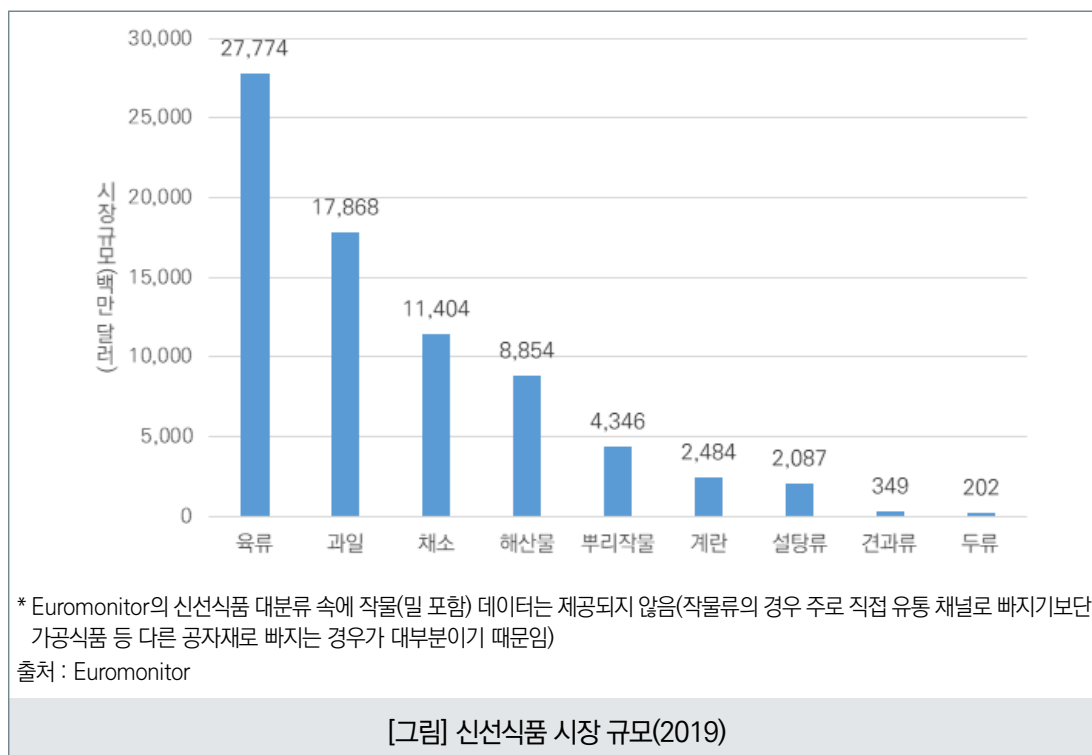
■ 신선식품 시장 규모(2015~2019) ■

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
신선식품	65,880	67,030	68,604	70,914	75,367

출처 : Euromonitor

- 신선식품 중 시장 규모가 가장 큰 항목은 육류로 2019년 시장 규모가 27,774백만 달러에 이르렀으며, 이는 전체 신선식품 시장 규모(75,367백만 달러)의 약 36.9%에 해당한다. 육류에 이어서 과일, 채소 순으로 시장 규모가 크게 나타났다.



가) 육류

- 러시아는 육식을 선호하는 국가로 국가육류협회(National Meat Association)에 따르면 2015년 1인당 육류 소비량은 72kg, 2018년에는 76kg, 2019년에는 77kg을 기록하면서 꾸준히 증가하고 있다.

▮ 연도별 육류 시장 규모 및 1인당 소비량(2015~2019) ▮

(단위: 천 톤, kg)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
육류	7,211	7,352	7,619	7,845	8,061
1인당 소비량	72	73	76	76	77

출처: Euromonitor

- 육류 카테고리별 소비량을 보면, 총 육류 소비량에서 닭고기가 약 50%로 가장 높게 나타났으며, 돼지고기를 활용한 제품이 30%, 소고기와 기타 육류가 20%로 나타났다.
- 러시아 내 건강 트렌드로 채식이 인기를 끌고 있지만, 러시아 인구 중 채식을 하는 인구는 3%에 불과하며, 지역마다 특수한 식습관이 있는 만큼 육류 소비에는 큰 타격이 없을 것으로 보인다.
- 육류 소비의 트렌드는 크게 '요리법의 다양화'와 '육류 프리미엄화'로 나눌 수 있다.
 - 신제품 개발과 포장기술의 발달로 다양한 생고기 요리법이 인기를 끌고 있다. 이는 저렴한 반조리 제품 구매 패턴이 가공되지 않은 제품 구매 패턴으로 전환되는 계기가 되고 있다.
 - 2014년 러시아 프리미엄 고기 소비량은 2.5~3만 톤으로 이는 지난 몇 년 사이 7배가 증가한 수치이다. 이러한 트렌드에 맞추어 매체는 프리미엄 제품 홍보에 더욱 비중을 두고 있다.

나) 과일류

- 과일류의 세부 품목별 시장 규모에서 기타 과일을 제외하고 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 사과이며, 2019년 기준 1,433천 톤을 기록했다. 바나나(138만 톤), 오렌지류(109만 톤)가 뒤를 이었다.
 - 2019년 시장 규모는 전년도 대비 4.2% 증가한 7,631천 톤이며, 꾸준히 시장 규모는 증가하고 있는 추세이다.
 - 유기농 과일 수요가 증가함에 따라 유기농 신선식품 생산업체로 공식 인증받은 크로커스 그룹이 유기농 사과, 복숭아, 자두 등을 재배하기 시작했으며, 다른 대형업체들도 유기농 과일 진출 기회를 모색 중이다.

러시아

Ⅰ 과일류 세부 종류별 시장 규모(2015~2019) Ⅰ

(단위 : 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
기타 과일	1,817	1,834	1,847	1,857	1,865
사과	1,220	1,230	1,157	1,312	1,433
바나나	1,082	1,190	1,351	1,363	1,380
오렌지류	975	964	983	1,041	1,090
포도	323	271	446	377	398
배, 마르멜루	239	236	259	265	279
복숭아, 넥타르	192	188	242	219	233
레몬, 라임	202	193	214	219	233
자몽, 포멜로	96	108	101	138	167
자두, 블랙손	116	129	149	153	158
딸기	107	100	120	123	126
체리	100	109	112	119	125
키위	55	64	69	75	80
파인애플	33	34	46	53	58
베리류	4	6	7	8	9
과일류 전체	6,560	6,656	7,103	7,325	7,631

출처 : Euromonitor

다) 채소

- 채소의 시장 규모는 2019년에는 전년 대비 약 1.7% 증가하여 9,783천 톤을 달성했으며, 건강과 웰빙 트렌드에 맞추어 지속적으로 시장 규모가 증가할 전망이다.

Ⅰ 연도별 채소 시장 규모(2015~2019) Ⅰ

(단위 : 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
채소 시장	9,489	9,306	9,559	9,617	9,783

출처 : Euromonitor

라) 수산물류

- 2019년 수산물의 총량은 전년 대비 소폭 감소한 2,123천 톤을 기록하였으며, 이는 2018년 대비 0.2% 감소한 수치이다. 경기침체로 인해 비싼 연어보다는 대구와 같이 값이 저렴한 생선의 수요가 증가하고 있다.

▣ 연도별 수산물 시장 규모(2015~2019) ▣

(단위: 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
수산물	2,152	2,098	2,139	2,127	2,123

출처: Euromonitor

마) 계란

- 계란의 시장 규모는 꾸준히 증가하고 있지만, 포화상태에 도달하여 정체 상태에 있다.

▣ 연도별 계란 시장 규모(2015~2019) ▣

(단위: 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
계란	1,787	1,832	1,884	1,904	1,921

출처: Euromonitor

바) 견과류

- 견과류의 총판매량은 2019년 기준 전년도 대비 약 16.7% 증가한 42천 톤을 달성했다. 러시아의 기후 특성상, 견과류의 재배가 어려우므로 수입 의존도가 상당히 높다.
 - 건강과 웰빙 트렌드가 지속됨에 따라 견과류의 수요가 증가하고 있다.

▣ 견과류 종류별 시장 규모(2015~2019) ▣

(단위: 천 톤)

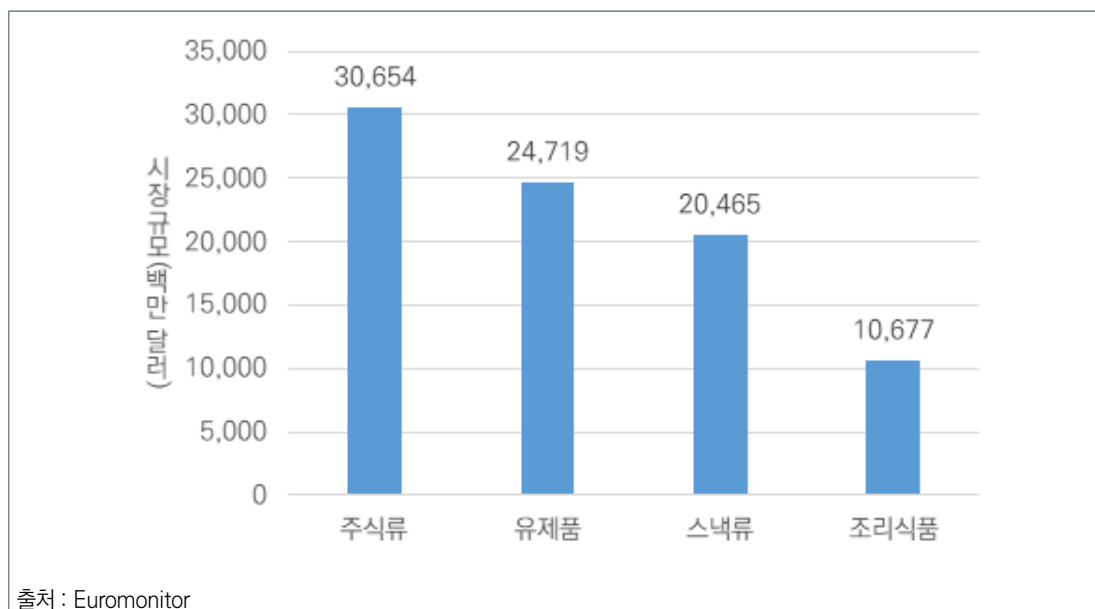
구분	2015	2016	2017	2018	2019
땅콩	12	13	15	16	16
기타 견과류	6	6	7	10	12
월넛	2	2	4	5	7
코코넛	2	2	3	3	3
아몬드	1	1	1	2	2
피스타치오	1	1	1	1	1
견과류 전체	23	24	30	36	42

출처: Euromonitor

러시아

2) 가공식품 시장

- 러시아 가공식품 시장 규모는 꾸준한 상승세를 이어오고 있으며, 2019년 시장 규모가 86,515백만 달러에 달하였다. 이는 전년 대비 7.8% 증가한 수치이며, 향후 상승세는 이어질 것으로 전망된다.
- 가공식품 시장을 크게 주식류, 유제품, 스낵류, 조리식품의 네가지 대분류로 구분하면, 2019년 의 경우 주식류의 시장 규모가 30,654백만 달러로 전체 시장 규모(86,515백만 달러)의 약 35.4%를 차지하며 가장 높은 수치를 나타내고 있다.



[그림] 가공식품 시장 규모(2019)

가공식품 시장 규모(2015~2020)

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	2020(p)	비중 ('19)	
조리식품	식용오일	2,366	2,535	2,375	2,455	2,542	2,815	2.9	
	인스턴트 조리식품	2,660	2,704	2,873	3,079	3,372	3,775	3.9	
	소스류	3,038	3,425	3,624	3,777	3,993	4,345	4.6	
	수프	109	116	119	121	127	137	0.1	
	잼류	515	545	588	612	643	696	0.7	
		8,689	9,326	9,579	10,045	10,677	11,768	12.3	
유제품류	유아식	2,977	3,316	3,668	4,050	4,540	4,851	5.2	
	유제품	버터	1,585	1,837	2,059	2,103	2,224	2,397	2.6
		치즈	4,251	4,672	5,095	5,439	5,943	6,619	6.9
		우유	3,646	3,871	4,094	4,189	4,428	4,860	5.1
		요거트	2,744	3,008	3,110	3,204	3,398	3,720	3.9
		기타 유제품	3,297	3,572	3,806	3,920	4,186	4,622	4.8
		15,523	16,960	18,165	18,855	20,179	22,219	23.3	
		18,500	20,276	21,833	22,905	24,719	27,070	28.6	
주식류	제빵류	8,888	9,370	9,813	10,122	10,727	11,137	12.4	
	씨리얼	744	851	916	976	1,057	1,168	1.2	
	가공 채소 및 과일	2,595	2,797	2,937	3,097	3,306	3,604	3.8	
	가공 고기 및 해산물	8,278	9,220	10,254	11,679	13,112	14,727	15.2	
	쌀, 면류	2,007	2,100	2,220	2,293	2,452	2,707	2.8	
		22,512	24,337	26,140	28,167	30,654	33,343	35.4	
스낵류	단과 자류	초콜렛	5,855	6,420	6,650	6,971	7,221	7,576	8.3
		검류	600	608	648	671	686	684	0.8
		사탕류	1,239	1,358	1,416	1,403	1,459	1,553	1.7
			14,216	15,603	16,270	17,227	17,905	18,926	20.7
	아이스크림		1,566	1,801	1,887	2,183	2,168	2,244	2.5
	짠 과자류		2,602	2,817	2,907	3,124	3,343	3,604	3.9
	스위트비스킷, 스낵바, 과일 스낵		2,355	2,599	2,763	2,875	3,028	3,265	3.5
		14,216	15,603	16,270	17,227	17,905	18,926	20.7	
가공식품 전체		65,549	71,342	75,705	80,232	86,515	94,182	100	

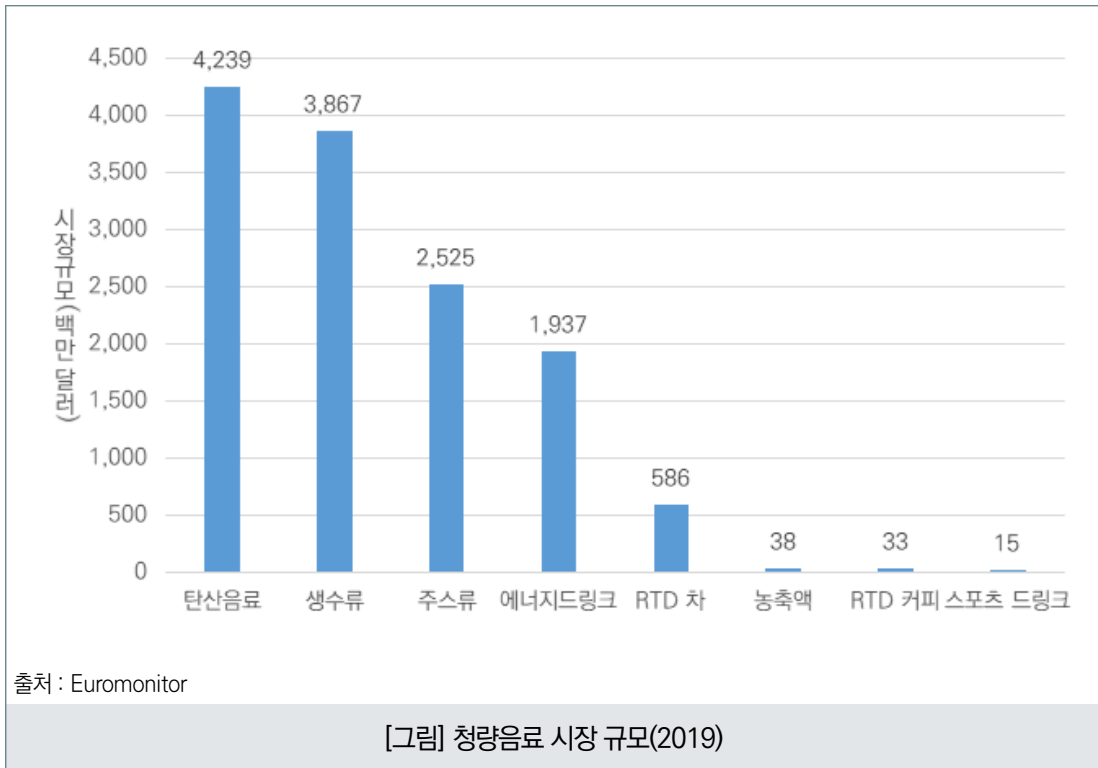
* 2020년은 전망치임

출처 : Euromonitor

러시아

3) 청량음료(물, 탄산음료, 주스) 시장

- 러시아 청량음료 시장 규모는 점진적으로 그 성장세가 이어져 왔으며, 2019년 그 규모가 13,240백만 달러에 달하였다. 이는 전년 대비 약 8% 증가한 수치이며, 향후 이와 같은 성장세는 지속할 것으로 보인다.
- 물, 탄산음료, 주스 등이 해당하는 음료 시장 내에서 가장 큰 규모를 차지하는 품목은 탄산음료로, 전체 음료 시장 규모의 약 32%를 차지하고 있다. 그 다음으로는 생수가 약 29%를 차지하면서 전체 음료 시장 규모의 절반 이상을 두 품목이 차지하고 있는 구조이다.



■ 청량음료 시장 규모(2015~2020) ■

(단위 : 백만 달러, %)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	2020(p)	비중('19)	
생수류	탄산수	자연 미네랄 탄산수	509	566	594	655	705	685	5.3
		샘물 탄산수	194	207	218	260	279	269	2.1
		정제 탄산수	414	466	488	515	549	522	4.1
		1,117	1,239	1,300	1,430	1,533	1,476	11.6	
	가향 생수	85	96	103	116	132	131	1.0	
	기능성 생수	158	176	190	220	251	257	1.9	
	생수	자연 미네랄 생수	91	103	110	124	134	122	1.0
		샘물	456	524	551	680	734	718	5.5
		정제수	765	882	942	1,032	1,084	1,092	8.2
		1,312	1,508	1,603	1,836	1,951	1,932	14.7	
	2,672	3,019	3,196	3,602	3,867	3,796	29.2		
탄산음료	콜라	제로 칼로리	121	120	146	218	242	225	1.8
		일반 콜라	1,503	1,616	1,740	1,866	1,993	1,804	15.1
		1,624	1,737	1,885	2,084	2,235	2,029	16.9	
	비콜라제품	레모네이드/ 라임	207	221	214	185	220	213	1.7
		토닉워터	25	27	31	34	47	41	0.4
		환타	384	384	418	444	484	447	3.7
		기타	1,231	1,163	1,141	1,192	1,255	1,180	9.5
		1,847	1,795	1,804	1,854	2,004	1,882	15.1	
		3,470	3,531	3,689	3,938	4,239	3,911	32.0	
	농축액	액체	2	2	2	2	2	2	0.01
파우더		29	31	33	34	36	36	0.3	
		30	33	35	36	38	38	0.3	

러시아

구분		2015	2016	2017	2018	2019	2020(p)	비중('19)
주 스 류	100% 주스 비농축 100% 주스	33	33	33	34	35	33	0.3
	농축 100% 주스	606	632	610	626	686	636	5.2
		639	665	642	659	721	669	5.4
	주스 드링크 (24% 주스)	317	326	299	403	474	476	3.6
	넥타르	1,564	1,622	1,546	1,424	1,330	1,196	10.0
	2,521	2,613	2,487	2,487	2,525	2,341	19.1	
	RTD 커피	22	24	29	30	33	32	0.2
	RTD 차	536	497	469	539	586	557	4.4
	에너지드링크	900	1,047	1,284	1,618	1,937	1,835	14.6
	스포츠 드링크	7	9	10	13	15	14	0.1
	청량음료 전체	10,158	10,772	11,198	12,262	13,240	12,524	100.0

* 2020년은 전망치임

출처 : Euromonitor

4) 온음료(커피, 차, 기타 등) 시장

☐ 커피, 차 등의 음료가 해당하는 러시아의 온음료 시장의 경우 청량음료 시장보다 그 규모가 절반 정도 수준이며, 2019년 전체 시장 규모는 5,606백만 달러로 나타났다. 온음료 시장 규모가 큰 편은 아니지만, 지속적인 시장 규모의 확대가 이루어질 것으로 보인다.

- 2019년 온음료 시장 내 가장 큰 규모를 차지하는 품목은 인스턴트 커피로, 그 규모는 2,414백만 달러에 달한다. 이는 전체 온음료 시장 규모(5,606백만 달러)의 약 43.1%를 차지한다. 그 다음으로는 홍차가 약 30.3%, 신선 커피가 약 15.3%를 차지하고 있다.

| 온음료 시장 규모(2015~2020) |

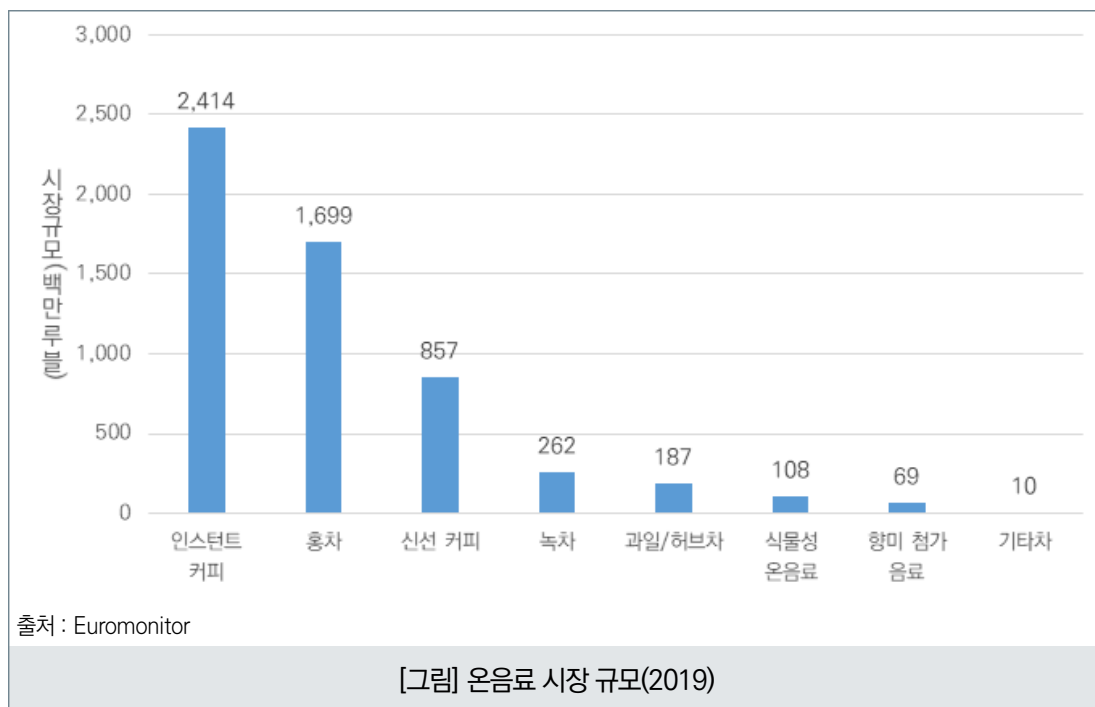
(단위 : 백만 달러, %)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	2020(p)	비중('19)	
신선 커피	표준 신선 그라운드커피	279	324	361	386	413	447	7.4	
	신선 그라운드커피포드	152	175	191	203	212	220	3.8	
	신선 그라운드커피	431	499	552	589	626	666	11.2	
	신선커피콩	161	185	200	218	231	251	4.1	
		592	684	752	807	857	917	15.3	
커피	인스 턴트 커피	일반 인스턴트 커피 믹스	260	293	297	308	315	318	5.6
		인스턴트 커피 믹스	260	293	297	308	315	318	5.6
		디카페인	179	200	207	212	216	213	3.9
		일반 인스턴트 커피	1,571	1,758	1,802	1,849	1,883	1,920	33.6
		표준 인스턴트 커피	1,749	1,958	2,009	2,060	2,100	2,133	37.5
		2,009	2,250	2,305	2,368	2,414	2,451	43.1	
		2,601	2,934	3,057	3,175	3,271	3,368	58.4	
차	홍차	홍차잎	487	530	524	519	515	504	9.2
		홍차티백	1,142	1,220	1,203	1,192	1,184	1,192	21.1
			1,629	1,750	1,727	1,711	1,699	1,696	30.3
	과일/허브차	143	159	166	177	187	189	3.3	
	녹차	234	247	247	254	262	259	4.7	
	기타차	8	9	10	10	10	10	0.2	
		2,013	2,165	2,149	2,152	2,158	2,154	38.5	
기 타 온 음 료	초콜렛 향미 첨가 음료	55	54	60	64	69	69	1.2	
	식물성 온음료	93	100	106	106	108	104	1.9	
	향미 파우더 첨가 음료	55	54	60	64	69	69	1.2	
			147	154	165	170	177	174	3.2
온음료 전체		4,762	5,253	5,372	5,497	5,606	5,696	100	

* 2020년은 전망치임

출처 : Euromonitor

러시아

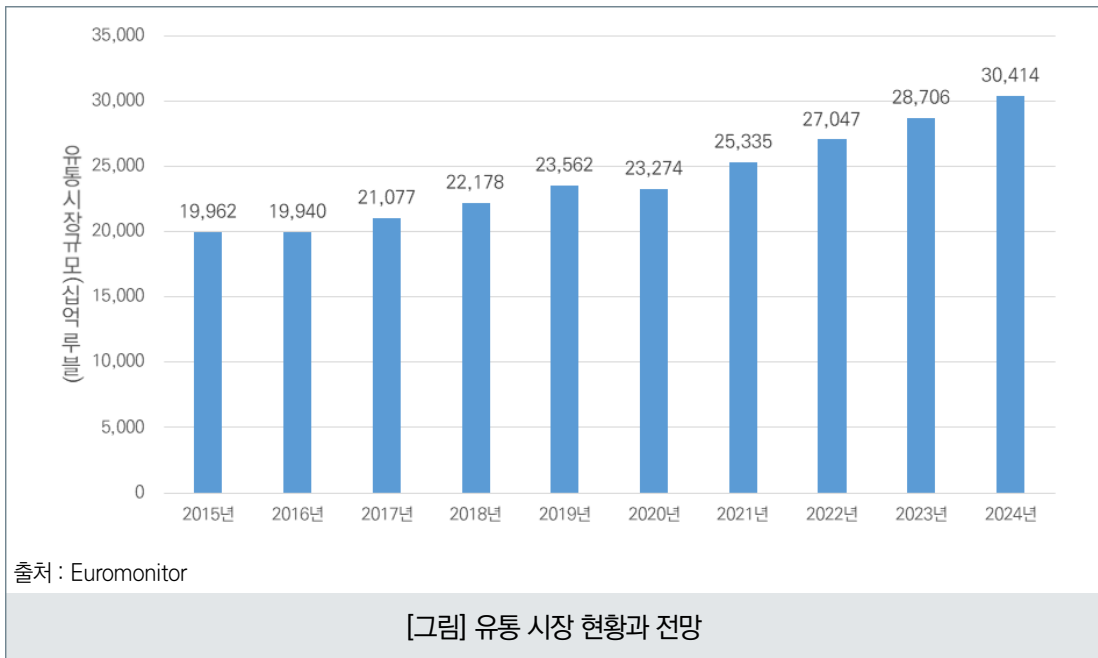


나. 주요 유통 채널 현황

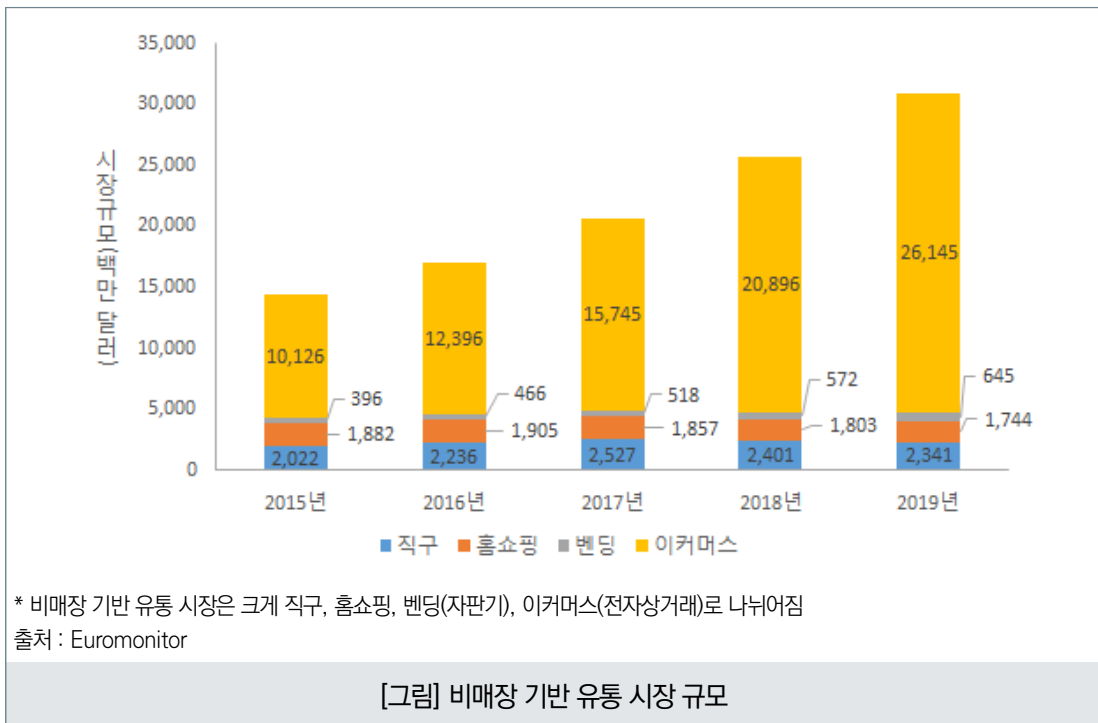
1) 전체 유통 현황

가) 유통 시장 개요

- 2019년 부가가치세 2% 인상으로 농식품의 가격이 상승했으며, 소비자의 실질 가처분소득은 정체되고 있다. 이로 인해 러시아 내 농식품 소비는 둔화하였으며, 합리적인 소비 패턴으로 변화하였다. 또한, 러시아의 경제 상황으로 보아 러시아의 농식품 유통 시장은 상당히 제한적인 가능성이 크게 나타났다.
- 러시아 소비자들이 식료품 구매에 있어 편리성에 대한 요구가 증가함에 따라 현대식 식료품 소매업에서 편의점이 부상하는 반면 하이퍼마켓은 정체되고 있다. 또한, 온라인을 활용하여 합리적인 가격을 찾는 소비자들이 증가함에 따라 유통업체들은 온라인 스토어와 모바일 앱 개발에 주력하고 있다.
 - X사, M사, A사는 하이퍼마켓의 수를 최적화하기 위해 리브랜딩하여 판매 공간을 줄임으로써 비용도 줄이고 있다.
 - 온라인 유통업체인 W사, O사, L사는 소비자가 방문하기 편한 장소에서 매장을 열어 소비자들의 니즈를 충족시키고 있다.

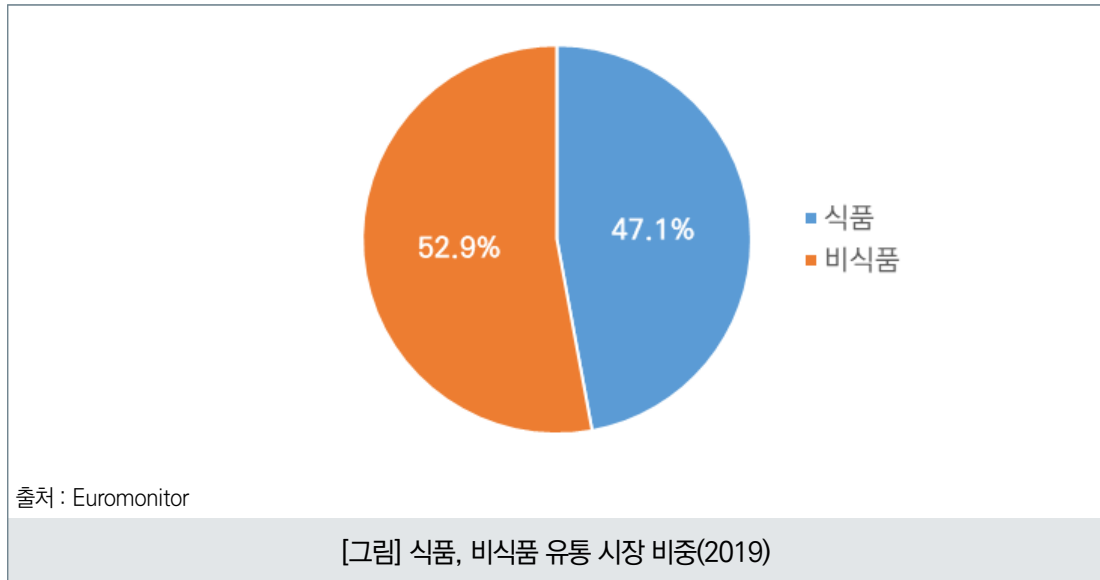


□ 러시아의 비매장 기반 유통 시장* 규모는 꾸준히 성장하여 2019년 기준 30,875백만 달러에 이르렀다. 가장 큰 비중을 차지하는 유형은 이커머스(전자상거래)로 2019년 기준 26,145백만 달러를 기록했으며 이는 2015년 대비 약 2.6배 상승한 금액이다.



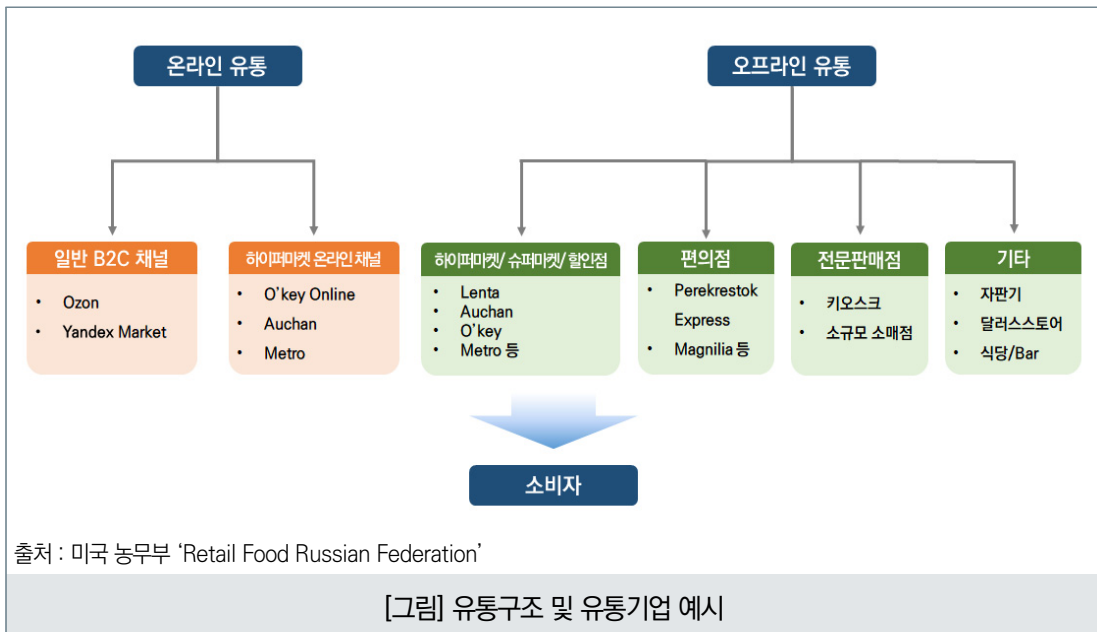
러시아

- 러시아의 시장에서 유통 현황을 식품과 비식품으로 분류하여 살펴보면, 식품은 47.1%, 비식품은 52.9%를 차지하고 있다.



나) 수입식품 유통 구조

- 기존 전통 유통점 위주의 유통 구조로 되어 있었지만, 현대적 유통점이 성장함에 따라 유통 구조가 변화하고 있다.



[그림] 유통구조 및 유통기업 예시

2) 오프라인 유통 채널 분석

가) 오프라인 유통 시장 규모

- 가공식품의 경우 현대 유통점이 2019년 기준 61,676백만 달러로 전체 매출액의 약 72.5%를 차지하고 있다. 앞으로도 이러한 추세가 지속되어 현대 유통점의 수는 연평균 5.8% 정도 증가할 것으로 보이며, 전통 유통점의 수는 연평균 1.2% 정도로 감소할 것으로 전망된다.
 - 현대 유통점에서 가장 높은 비중을 차지하고 있는 유형은 슈퍼마켓으로 2019년 기준 34,422백만 달러를 기록하며, 현대 유통점 전체의 약 55.8%를 차지하고 있다.

| 가공식품 오프라인 유통 시장 규모(2015~2019) |

(단위 : 백만 달러)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	
식 료 품 소 매	현대적 소매	편의점	10,186	11,519	12,685	13,808	15,250
		할인점	-	-	-	-	-
		주유소 상점	140	156	171	188	209
		하이퍼마켓	7,995	8,949	9,848	10,705	11,795
		슈퍼마켓	23,623	26,821	29,243	31,498	34,422
	전통적 소매	식품/음료/담배 전문	742	812	861	903	942
		독립 소형 식료품점	16,453	16,981	17,239	17,422	17,935
		기타 식료품 소매	4,185	3,702	3,110	2,765	2,517
	비식료품 전문		1,788	1,857	1,863	1,935	2,036
	벤딩(자판기)		86	96	104	117	129
합계		65,112	70,797	75,021	79,224	85,106	

출처 : Euromonitor

- 신선식품의 경우 현대 유통점과 전통 유통점의 시장 규모가 크게 차이가 나지 않는 것으로 나타났다. 전체 신선식품 소매 시장 규모 중 현대 유통점은 약 55.5%, 전통 유통점은 약 45.5%를 차지하고 있다.

신선식품 오프라인 유통 시장 규모(2015~2019) |

(단위 : 천 톤)

구분		2015	2016	2017	2018	2019	
식 료 품 소 매	현대적 소매	편의점	4,549	4,595	4,711	4,775	4,862
		할인점	-	-	-	-	-
		주유소 상점	4	4	4	42	54
		하이퍼마켓	3,695	3,783	3,893	3,882	3,912
		슈퍼마켓	10,947	11,222	11,551	11,683	11,865
	전통적 소매	식품/음료/담배 전문	1,793	1,789	1,826	1,836	1,856
		독립 소형 식료품점	2,386	2,404	2,459	2,491	2,546
		기타 식료품 소매	11,280	11,610	11,964	12,061	12,200
	비식료품 전문		9	10	12	11	10
	합계		34,663	35,417	36,420	36,781	37,305

출처 : Euromonitor

- 식료품 소매 유통점은 전통적 소매점이 소규모 점포로 전체 소매점의 73%로 절대적 다수를 차지하고 있으며 현대적 소매점은 슈퍼마켓이 52%를 차지하고 있고, 편의점이 31%, 주유소 상점이 14%를 차지하고 있다.

식료품 유통점 유형별 매장 수 추이(2015~2019) |

(단위 : 개)

구분		2015	2016	2017	2018	2019		
매 장 기 반	식료품 소매	현대적 소매	편의점	16,632	17,905	20,018	22,546	24,996
			할인점	-	-	-	-	-
			주유소 상점	11,009	11,143	11,260	11,388	11,529
			하이퍼마켓	1,530	1,605	1,631	1,610	1,592
			슈퍼마켓	26,278	28,593	33,591	38,272	41,863
	전통적 소매		242,755	239,571	232,675	223,784	216,465	
	합계		298,204	298,817	299,175	297,600	296,445	

출처 : Euromonitor

나) 오프라인 유통 시장 현황

- 주요 유통기업으로는 X5 Retail Group NV, Magnit PAO, Lenta OOO 등이 있다. 가장 높은 점유율을 나타내는 X5 Retail Group NV은 러시아 로컬 기업으로 중·소형 슈퍼마켓, 할인점의 형태로 Pyaterochka, Perekrestok, Karusel을 운영하고 있으며, 편의점의 형태로 Perekrestok express를 운영하고 있다.
 - 점유율 2위를 차지한 Magnit PAO 또한 러시아 로컬 유통 기업이며, 중·소형 슈퍼마켓과 편의점의 형태로 운영되고 있다.
- 다국적 기업이 러시아에 많이 진출해 있으며, 점유율 또한 적지 않다. Lenta OOO는 러시아와 미국기업으로 3.8%를 차지하고 있으며, Auchan Group SA는 프랑스 기업으로 점유율 1.8%를 차지하고 있다.
- 주요 유통기업에는 포함되어 있지 않지만, 프리미엄 마켓으로 Azbuka Vkusa가 있으며, 유통기업은 Gorodskoy Supermarket OOO이다.

| 식료품 유통 상위 10개 기업 점유율 현황(2019) |

(단위 : %)

순위	브랜드명	기업명	점유율('19)
1	Pyaterochka	X5 Retail Group NV	11.2
2	Magnit	Magnit PAO	9.9
3	Lenta	Lenta OOO	3.8
4	Krasnoe & Beloe	DKBR Mega Retail Group Ltd	3.1
5	Perekrestok	X5 Retail Group NV	2.2
6	Diksi	DKBR Mega Retail Group Ltd	2.1
7	Auchan	Auchan Group SA	1.8
8	Spar	Internationale Spar Centrale BV	1.3
9	Fasol	Metro AG	1.1
10	O'Key	O'Key Group SA	1.0

출처 : Euromonitor

▣ 주요 오프라인 유통업체 리스트 ▣

Pyaterochka		
	기업명	X5 Retail Group NV
	특징	- 현재 11,000개의 매장을 보유하고 있으며 중저가형 매장 "Pyeterchika", 슈퍼마켓 "Perekrestok", 하이퍼마켓 "Karusel" 및 Express 매장을 보유하고 있음
Magnit		
	기업명	Magnit PAO
	특징	- 대부분의 매장은 남부러시아, 북 카프카즈 러시아, 중부 러시아, 불가리아에 위치함 - 편의점 형태의 유통매장으로 성장해 옴
Lenta		
	기업명	Lenta OOO
	특징	- 대부분 하이퍼마켓과 슈퍼마켓으로 구성됨 - 모스크바에 2013년 첫 매장 오픈 후, 재구매율 90%의 고객관리 시스템을 통해 상트 페테르부르크 하이퍼마켓 1위 기업으로 자리함
Krasnoe & Beloe		
	기업명	DKBR Mega Retail Group Ltd
	특징	- 셀프 서비스 상점 네트워크를 보유한 소매업체 - 주요 상품은 주류
Perekrestok		
	기업명	X5 Retail Group NV
	특징	- Pyaterochka와 합쳐져 X5 Retail Group이름 - 슈퍼마켓 형태
Diksi		
	기업명	DKBR Mega Retail Group Ltd
	특징	- 2011년 빅토리아 매장을 인수합병하면서 러시아 식품 유통망 상위 기업으로 성장하였음 - 대부분 편의점 형태의 매장

Auchan		
	기업명	Auchan Group SA
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 총 매장 수 272개로 하이퍼마켓 형태로 운영 - 러시아 내 대형 유통망인 Auchan Retail Russia는 Auchan Group 외국계 유통망 진출 업체 중 가장 성공한 사례로 손꼽힘
Spar		
	기업명	Internationale Spar Centrale BV
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 네덜란드의 식품 유통업체
Fasol		
	기업명	Metro AG
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - HoReCa를 중심으로 주요 타겟은 중소 도매상이며, 고객관리는 회원제로 운영되어 법인고객만이 구매 가능
O'Key		
	기업명	O'Key Group SA
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 성투 페테르부르크 지역의 하이퍼마켓 2위 기업 - 2009년 모스크바에 첫 매장 진출 후, 2015년부터 인터넷 판매를 시작한 바 있음 - 현재 X5 Retail Group과 인수합병 예정

출처 : Euromonitor

러시아

3) 온라인 유통 채널 분석

가) 온라인 유통 시장 규모

- 러시아의 온라인 가공식품 유통 시장은 규모는 1,280백만 달러이며, 2019년에 2015년 대비 3.6배 성장하였다.

| 온라인 가공식품 유통 시장 규모(2015~2019) |

(단위 : 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
전자상거래	351	449	580	891	1,280

출처 : Euromonitor

- 러시아의 신선농산물 온라인 유통 시장은 전자상거래가 100%를 차지한다.

| 온라인 신선농산물 유통 시장 규모(2015~2019) |

(단위 : 천 톤)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
전자상거래	7	7	8	15	19

출처 : Euromonitor

- 러시아의 비매장 기반 유통 시장은 대도시인 모스크바와 상트페테르부르크 지역에 집중되어 있다. AKIT(인터넷무역회사협회)에 따르면 두 도시가 전체 시장의 2/3 이상을 차지하고 있으며, 이는 전자상거래 시장의 편리함이 대도시 거주자에게 강점으로 나타나기 때문이다.
- 러시아는 현재 주류 제품의 온라인 판매를 제한적으로 허용하고 있다. 2020년부터 지리적 표시(PGI)와 원산지 명칭 보호(AOC)를 가진 와인은 온라인 판매가 허용되고 있으며, 2021년부터 다른 주류 제품으로 확대된다. 러시아 내부에서 여전히 논의되고 있는 상황이지만, 온라인 주류 판매가 완전히 합법화된다면 전자상거래 시장의 성장으로 이어질 것으로 예상된다.
- 2019년에 가장 빠르게 성장한 식품 및 음료 이커머스 기업은 Perekrestok이다. 러시아 최초로 옴니채널 판매 모델을 전면 시행하였으며, 빠른 배송을 제공하는 것을 목표로 하고 있다.
 - * 옴니채널 : 소비자가 온라인, 오프라인, 모바일 등 다양한 경로를 넘나들며 상품을 검색하고 구매할 수 있도록 한 서비스. 각 유통 채널의 특성을 결합해 어떤 채널에서든 같은 매장을 이용하는 것처럼 느낄 수 있도록 한 쇼핑 환경을 말한다(한국경제용어사전).
 - OZON은 더 빠른 배송을 제공하기 위하여 모스크바 지역 내 배송을 40분 만에 급행 배송하는 서비스를 시작했다.

- 최근 러시아 내 소비자는 집에서 제품을 기다리기보다는 편리한 시간과 장소에서 주문한 물건을 픽업하는 서비스를 활용하고 있다. OZON은 이미 러시아 내 5,500여 개의 픽업 포인트를 보유하고 있으며, X5 Retail Group은 Pyaterochka 매장에 2,000여 개의 픽업 포인트를 추가할 예정이다.
- 2018년 말 러시아는 인터넷 가입자, 모바일 인터넷 가입자, 인터넷 이용자 수 측면에서 모두 10위권 안에 들었으며, 러시아의 70%가 스마트폰을 가지고 있을 정도로 러시아 내 인터넷 보급률이 높은 편이다. 이러한 트렌드에 맞추어 개인 블로그와 소셜 네트워크를 통한 마케팅 캠페인이 필요하다.
 - 러시아 유통기업은 온라인 판매에 관심을 쏟는 한편 사전 주문에 주력하는 등 오프라인 매장을 쇄신하고 있다.

Ⅰ 연도별·연령대별 인터넷 접근 비율(2015~2019) Ⅰ

(단위 : %)

구분	2015	2016	2017	2018	2019
20세 미만	52.6	54.6	55.7	56.0	57.2
20~29세	72.4	75.2	76.7	77.0	78.5
30~39세	77.8	80.8	82.4	82.6	84.2
40~49세	75.8	78.8	80.3	80.6	82.1
50~59세	72.3	75.1	76.6	76.9	78.4
60세 이상	67.9	70.5	71.9	72.3	73.7
전체	72.1	74.8	76.3	76.6	78.0

출처 : Euromonitor

러시아


나) 주요 온라인 유통업체

| 주요 온라인 쇼핑몰 리스트 |


OZON		
	사이트	www.ozon.ru
	배송규정	<ul style="list-style-type: none"> - 배송 가격 : 최소 주문 금액 3,500 RUB 15kg 이상 → 기존 배송비 1.5배 20kg 이상 → 기존 배송비 2배 30kg 이상 → 기존 배송비 3배 - 배송 특징 : 모바일 앱으로 주문 시 배송비 할인
	환불규정	- 10일 이내 환불 가능, 2~3일 이내에 송금
Wildberries		
	사이트	www.wildberries.ru
	배송규정	<ul style="list-style-type: none"> - 배송 기간 : 3일 이내 - 배송 특징 : 6,897개의 픽업 포인트
	환불규정	<ul style="list-style-type: none"> - 21일 이내 환불 가능 - 셀프서비스 반품과 택배 반품 중 선택 가능
deznet		
	사이트	www.deznet.ru
	배송규정	<ul style="list-style-type: none"> - 배송 시간 : 월-금 오전 9시-오후 5시 - 배송 가격 : 3,000-5,000 RUB → 450 RUB 5,000 RUB 초과 → 무료
	환불규정	- 7일 이내 환불 가능
For Care		
	사이트	https://for.care
	배송규정	<ul style="list-style-type: none"> - 배송 시간 : 모스크바 오전 10시-오후 10시 그 외 오전 10시-오후 6시 - 배송 기간 : 1~3 영업일 이내 - 배송 가격 : 최소 주문 금액 1,500 RUB 8kg은 400 RUB, 12kg은 250 RUB
	환불규정	<ul style="list-style-type: none"> - 수령일로부터 14일 이내에 환불 가능 - 환불요청서를 m@for.care에 전송 후, 1~3 영업일 안에 환불 진행

orochemie		
	사이트	https://orochemie.ru
	배송규정	- 배송 시간: 월-금 오전 10시-오후 5시 - 배송 가격: Yekaterinburg → 200 RUB 그 외 → 2,000 RUB 이상 무료
	환불규정	-
Abis		
	사이트	https://abis-prof.ru
	배송규정	- 배송 기간: 1-3 영업일 - 배송 가격: 최소 주문 금액 5,000 RUB 1,5000 RUB → 무료 1,5000 RUB 이하 → 500 RUB부터
	환불규정	-
Prowife		
	사이트	https://prowife.ru
	배송규정	- 배송 가격 : 상트페테르부르크(zone 1) → 400 RUB : zone 1에서 7,000 RUB → 무료 : zone 2에서 10,000 RUB → 무료 : zone 3에서 15,000 RUB → 무료 : 주말배송료 2배
	환불규정	- 홈페이지에서 환불요청서 제출
Fleet Service		
	사이트	https://fleetservice.ru
	배송규정	- 배송 가격 : 3,000-9,000 RUB → 800 RUB : 모스크바 내 → 900 RUB : 모스크바 순환 도로 외부 최대10km → 1km 당 25 RUB : 9,000 RUB 이상 → 무료 : 3,000 RUB 미만은 셀프 픽업만 가능
	환불규정	-


러시아






Goods		
	사이트	https://goods.ru/
	배송규정	<ul style="list-style-type: none"> - 배송 가격 : 모스크바 기준 스탠다드 → 199 RUB 미드사이즈 → 349 RUB 오버사이즈 → 449 RUB - 배송 규격 : 스탠다드 → 총중량 20kg, 100*150cm 이내 미드사이즈 → 총중량 20kg-50kg, 100*150cm 초과 오버사이즈 → 50kg 초과 - 배송 특징 : 13:00 이전 주문 시 다음날 배송(모스크바주)
	환불규정	<ul style="list-style-type: none"> - 환불요청서 2부 작성 후 elp@goods.ru로 송부 후, 1부 개인 보관 - 수령일로부터 10일-20일 이내 환불 가능

▣ 주요 아시아 식품 쇼핑몰 ▣

HoReCa		
	사이트	http://www.horeca-online.ru/
	연락처	+7 916 204-74-91
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 통조림, 과자, 커피, 차, 핫초콜릿, 주스 등 - 커피 브랜드 : ESTE ARTE, DARBOVEN, KIMBO, ALTA ROMA, LAVAZZA, PAULIG - 차 브랜드 : TEEKANEE, RICHE 'NATUR, BLACK PEARL, R ISTON TEA, AHMAD TEA

LANIX M		
	사이트	https://lanixm.ru/
	연락처	+7(495) 7969051
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - LLC Laniks의 개편으로 2013년에 설립 - 푸르미 등 김가공 제품 유통 - 2020년 6월 신제품 라인으로 한국 떡볶이 유통

Sibuki		
	사이트	https://sibuki.ru/
	연락처	+7(499) 213-0088
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 공식 파트너로 동원, 광천김 등이 있음 - 농심의 공식 수입업체 - 미역 과자, 김가공 제품, 김치, 통조림 등

East Foods		
	사이트	http://eastfoods.ru/
	연락처	+7(495) 508-55-94 / +7(495) 989-97-15
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 20년 간 한국, 베트남, 일본, 중국 식품 수입 - 롯데의 공식 유통업체 - 롯데 레쓰비, 빙그레 스넥류, 농심·오뚜기 라면류 등
Fuji-san		
	사이트	https://fuji-san.ru/
	연락처	+8(495) 221-70-55
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 3,000 RUB 이상 모스크바 내 무료 배송 - 한국, 중국, 말레이시아, 대만, 태국, 베트남, 일본 식품 유통
vkusvill		
	사이트	https://vkusvill.ru/
	연락처	+7 495 663-86-02 / +7 495 902-66-97
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 2009년 유제품 소매점으로 설립 - 벤딩머신을 통한 유통 판매
mistral		
	사이트	https://tkmistral.ru/
	연락처	+7(495) 741-7888
	특징	- 50,000개 이상의 소매점으로 유통 판매
사쿠람		
	사이트	http://sakkuram.ru
	연락처	+7(911) 925-08-28 / +7(914) 705-55-45
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 1996년부터 한국으로부터 김, 국수, 김치, 소스, 오일, 카라멜, 잼, 알로에 음료 등을 수입 - 약 250개의 한국제품

다. 한국식품 유통 현황

- 신선식품의 경우 극동 러시아에는 일부 수입되어 유통되고 있지만, 모스크바에는 신선식품이 수입된 적은 거의 없다.
 - 극동 러시아에서는 비교적 수요가 높은 한국의 딸기와 포도도 모스크바에 수입된 적은 없다. 감귤의 경우도 마찬가지이다.
 - 유통기한이 긴 팥이, 새송이버섯 등 일부만 bulk로 보내서 현지에서 소분되어 유통된다.
- 모스크바에서 인기 있는 한국식품은 라면, 마요네즈, 과자류(초O파이, 빼O로, 동양, 오리온 제품 과자 등), 레O비(캔커피), 멸치액젓, 만두 등이다.
 - 멸치액젓의 경우, 고기 등을 재우는 양념으로 활용하면서 수요가 높아졌다. 일반 가정뿐만 아니라 레스토랑에서도 이를 활용한다. 다른 일반 고기 양념류보다도 오히려 수출 전망이 좋은 편이다.
 - 최근 한국식품 슈퍼마켓에서 삼각김밥 유통을 시작했는데 이에 대한 수요도 높은 편이다.
 - 미소 장국 수프(분말 가루)와 같은 수프류에 대한 수출 전망도 밝다.
 - 일반 신O면 이외에도 최근에는 장라면(짜장라면, 된장라면 등과 비슷한 제품)류에 대한 인기가 높다.
 - 김치 통조림 일부 한국식품점에서 수입해서 판매 중이다. 통조림으로 수입하는 이유는 최대한 유통기한을 늘리기 위함이다. 일부 현지 마트에서 유통 중이지만, 현지 공장에서 생산된 김치에 비해 가격 경쟁력이 떨어지기 때문에 수출 전망이 밝다고 보긴 어렵다.
 - 만두의 경우 현지에서 생산된 비O고 만두에 대한 수요가 높고, 홍보도 매우 활동적으로 진행되고 있다.
 - 인삼, 홍삼의 경우, 최근에 떠오르는 시장 중 하나이며 최근 모스크바에 매장을 내기도 했다. 코로나19가 터지고 나서 면역력 강화를 위해 건강식품에 관한 관심이 높아지면서 수요가 점차 높아졌다.
 - 담배의 경우 이전에는 주요 수입 품목 중 하나였지만, 현지 공장이 생긴 이후 가격 경쟁력이 떨어져 수출이 다소 줄었다. 최근 담배 수출이 급격히 감소한 것으로 보이는데 이는 담배 부자재 등을 현지화 시키는 데에서 기인한 것으로 볼 수 있다.
- 러시아 내 한국식품 인지도는 중국, 일본, 베트남 요리보다 인지도가 낮은 편이었으나 도O락, 초O파이가 인기를 끌기 시작하면서 한국식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 따라 러시아에 제조 공장을 설립하고, 밀O스, 레O비 등의 음료까지 진출에 성공했다.

Ⅱ 러시아 내 한국식품 유통점 Ⅱ

마루		
	<ul style="list-style-type: none"> - 주소 : MOSCOW P. SOSENSKOE, 22nd KM KALUGA HIGHWAY, BUILDING # 10 - TEL : 8-999-002-56-98 - SNS : https://www.facebook.com/korea_mart2u/ 	<ul style="list-style-type: none"> - 모스크바 내 3개소 매장 보유 - L사, P사, O사 등 한국 대기업 제품 외 각종 아시아 식품 입점 - 규모가 큰 편에 속함 - 매주 토요일 배송서비스
자스민 한인마트		
	<ul style="list-style-type: none"> - 주소 : Ленинский проспе кт 121/1 к3 Russia, Moscow - TEL : +7-(495)-438-2366 - 사이트 : https://www.jasmin-cafe.ru/ 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국식 베이커리 판매 - 마트와 카페, 레스토랑을 함께 운영함
반찬가게		
	<ul style="list-style-type: none"> - TEL : +7-916-588-7287 - E-mail : serebro@hanmail.net 	<ul style="list-style-type: none"> - 약 17년 간 운영
백학마트		
	<ul style="list-style-type: none"> - 주소 : Фрунзенская Набережная, 14, москва - TEL : +8-495-775-0656 / +8-495-542-2323 - 사이트 : http://beliy-juravl.ru/ 	<ul style="list-style-type: none"> - 한인식당과 함께 운영






출처 : 주 러시아 대한민국 대사관











러시아

1) 중부러시아 한국식품 판매 현황

- 상온식품인 면류(라면, 당면 등), 과자, 캔디, 조미료, 음료, 소스, 티백 등은 물론이며, 냉동제품인 만두와 냉장제품인 김치가 유통되고 있다.
- 라면은 꾸준한 시장 규모 증가세를 보이고 있으며 점차 다양한 품목이 유통되고 있다. 음료에서는 액상 캔커피와 과일주스, 비타민 음료 및 건강음료가 인기가 많았으며, 포장김치에 대한 수요가 지속적으로 증가 추세에 있다.











▣ 중부러시아 내 한국식품 판매 현황 ▣

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	제품명 : 비오고 물만두(냉동) 회사명 : C사 가격 : 154.99 RUB 용량/EA : 370g 판매처 : Lenta Market		제품명 : 비오고 군만두(냉동) 회사명 : C사 가격 : 154.99 RUB 용량/EA : 350g 판매처 : Lenta Market
	제품명 : 김치 회사명 : W사 가격 : 205 RUB 용량/EA : 160g 판매처 : Mini Market		제품명 : 김치 회사명 : W사 가격 : 519 RUB 용량/EA : 410g 판매처 : Mini Market
	제품명 : 맛김치 회사명 : W사 가격 : 195 RUB 용량/EA : 150g 판매처 : Mini Market		제품명 : 너오리 (순한맛, 보통맛) 회사명 : N사 가격 : 106 RUB 용량/EA : 120g 판매처 : Mini Market
	제품명 : 참오라면 회사명 : O사 가격 : 122 RUB 용량/EA : 115g 판매처 : Mini Market		제품명 : 도오락 컵라면 (김치맛) 회사명 : P사 가격 : 32.89 RUB 용량/EA : 120g 판매처 : Lenta Market

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	<p>제품명 : 진○면 (매운맛, 순한맛) 회사명 : O사 가격 : 105 RUB 용량/EA : 120g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : HAH PANEN (순한맛 매운맛) 회사명 : P사 가격 : 36.89 RUB 용량/EA : 120g 판매처 : Lenata Market</p>
	<p>제품명 : 비○면 회사명 : P사 가격 : 98 RUB 용량/EA : 130g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 짜○게티 회사명 : N사 가격 : 149 RUB 용량/EA : 140g 판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : HAH PANEN. 회사명 : P사 가격 : 67 RUB 용량/EA : 120g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 일○ 짜장면 회사명 : P사 가격 : 97 RUB 용량/EA : 200g 판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 맛있는 당면 회사명 : S사 가격 : 305 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 물냉면 회사명 : S사 가격 : 89 RUB 용량/EA : 750g 판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 옛날 국수 회사명 : O사 가격 : 192 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 부침가루 회사명 : O사 가격 : 152 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Mini Market</p>

러시아

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	<p>제품명 : 고향의 맛 다이다 (멸치)</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 145 RUB</p> <p>용량/EA : 100g</p> <p>판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 고향의 맛 다이다 (소고기)</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 130 RUB</p> <p>용량/EA : 100g</p> <p>판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 고향의 맛 다이다 (조개)</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 480 RUB</p> <p>용량/EA : 300g</p> <p>판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 유기농 옥수수 수염차</p> <p>회사명 : S사</p> <p>가격 : 325 RUB</p> <p>용량/EA : 30g(25개입)</p> <p>판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 고소한 마요네즈</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 406 RUB</p> <p>용량/EA : 800ml</p> <p>판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 고소한 마요네즈</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 231 RUB</p> <p>용량/EA : 500ml</p> <p>판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 고소한 마요네즈</p> <p>회사명 : C사</p> <p>가격 : 780 RUB</p> <p>용량/EA : 3.2kg</p> <p>판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 소문난 광초김</p> <p>회사명 : G사</p> <p>가격 : 199 RUB</p> <p>용량/EA : 20g</p> <p>판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : hit hite 맥주</p> <p>회사명 : H사</p> <p>가격 : 185/203RUB</p> <p>용량/EA : 500ml</p> <p>판매처 : Mini /Lenta Market</p>		<p>제품명 : MOx맥주</p> <p>회사명 : H사</p> <p>가격 : 18/5 RUB</p> <p>용량/EA : 500ml</p> <p>판매처 : Mini Market</p>

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	<p>제품명 : 밀○스(오렌지, 바나나, 소다) 회사명 : L사 가격 : 44.99/54 RUB 용량/EA : 250ml 판매처 : Lenta /Mini Market</p>		<p>제품명 : 스○라이트 회사명 : C사 가격 : 46.99 RUB 용량/EA : 250ml 판매처 : Lenta Market</p>
	<p>제품명 : 박○스 회사명 : D사 가격 : 70 RUB 용량/EA : 250ml 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 비○ 파워 회사명 : L사 가격 : 54 RUB 용량/EA : 250ml 판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 망고/석류맛 알로에주스 회사명 : L사 가격 : 105 RUB 용량/EA : 500ml 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 땅○샌드 회사명 : C사 가격 : 159 RUB 용량/EA : 70g 판매처 : Mini Market</p>
	<p>제품명 : 초○파이(바나나) 회사명 : L사 가격 : 78.89 RUB 용량/EA : 12개입/336g 판매처 : Lenta Market</p>		<p>제품명 : 빼○로 회사명 : L사 가격 : 69.89 RUB 용량/EA : 47g 판매처 : Lenta Market</p>
	<p>제품명 : 어니언 양○링 회사명 : N사 가격 : 98 RUB 용량/EA : 40g 판매처 : Mini Market</p>		<p>제품명 : 꿀○배기 회사명 : N사 가격 : 199 RUB 용량/EA : 90g 판매처 : Mini Market</p>

러시아

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	제품명 : 새오강 회사명 : N사 가격 : 480 RUB 용량/EA : 400g 판매처 : Mini Market		제품명 : 새오강 회사명 : N사 가격 : 96 RUB 용량/EA : 75g 판매처 : Mini Market
	제품명 : 알오탕 회사명 : H사 가격 : 179 RUB 용량/EA : 90g 판매처 : Mini Market		제품명 : 마오쭈(딸기, 복숭아, 사과) 회사명 : C사 가격 : 89 RUB 용량/EA : 44g 판매처 : Mini Market
	제품명 : 꿀 생강차 회사명 : G사 가격 : 569 RUB 용량/EA : 580g 판매처 : Mini Market		제품명 : 꿀 유자차 회사명 : G사 가격 : 569 RUB 용량/EA : 580g 판매처 : Mini Market

2) 극동러시아 한국식품 판매 현황







- 극동러시아의 경우 러시아에서의 K-POP으로 이어진 한국 문화에 대한 관심이 증가함에 따라 최근 2년 동안 한식에 대한 관심 또한 높아지고 있다. 2018년 노보시비르스크 엑스포 센터에서 개최한 인터푸드 시베리아에서 한국 업체들이 처음 한국관을 조성해 전시회에 참가하였고, 이를 기회로 김 제조업체는 실제 수출로 연결할 수 있었다.

 - 김 제품과 더불어 한국식 과즙 음료 또한 관심을 끌었으며, 그 외라면, 한국 과자 이외에도 고추장, 쌈장, 불고기, 갈비 양념장, 김치 등에 대한 관심도 꾸준히 증가하여 현재 일부 소스류 제품은 현지 대형 마트에서 구입이 가능할 정도이다.
- 블라디보스토크에는 중형 한국 슈퍼마켓인 'Goodday'가 2개 매장이 있으며, 2020년 12월에 3호점이 오픈예정이다. 'Tiko'라는 한국계 편의점이 5개 점포가 있어 일반 러시아 제품보다 고가인 한국 제품을 주로 판매하고 있으나 많은 사람들에게 인기가 있다.

▣ 극동러시아 내 한국식품 판매 현황 ▣

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	<p>제품명 : ACOtime 회사명 : L사 가격 : 107 RUB 용량/EA : 74g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 호박카라멜 회사명 : M사 가격 : 104 RUB 용량/EA : 100g 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : C 캔디 레몬 회사명 : K사 가격 : 104 RUB 용량/EA : 100g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 제주감귤 회사명 : L사 가격 : 195 RUB 용량/EA : 1.5L 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 사과프리미엄 회사명 : L사 가격 : 200 RUB 용량/EA : 1.5L 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 카여왕 치킨카레 회사명 : C사 가격 : 140 RUB 용량/EA : 160g 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 우리쌀 채소죽 회사명 : C사 가격 : 105 RUB 용량/EA : 60g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 소문난 광◊김 회사명 : G사 가격 : 120 RUB 용량/EA : 20g 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 맛소금 회사명 : M사 가격 : 107 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 순후추 회사명 : C사 가격 : 350 RUB 용량/EA : 100g 판매처 : Goodday</p>

러시아

제품 사진	판매정보	제품 사진	판매정보
	<p>제품명 : 다○다 쇠고기 회사명 : C사 가격 : 578 RUB 용량/EA : 1kg 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 밀○스 회사명 : L사 가격 : 46 RUB 용량/EA : 250ml 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 청○자른미역 회사명 : C사 가격 : 205 RUB 용량/EA : 50g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 현미녹차 회사명 : N사 가격 : 317 RUB 용량/EA : 50개입 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 제○바나나맛 회사명 : D사 가격 : 400 RUB 용량/EA : 20개입 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 새우액젓 회사명 : C사 가격 : 535 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Goodday</p>
	<p>제품명 : 양조 진간장 회사명 : C사 가격 : 157 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Goodday</p>		<p>제품명 : 찜닭양념 회사명 : C사 가격 : 295 RUB 용량/EA : 500g 판매처 : Goodday</p>

PART III

농식품 물류 환경

1. 물류 현황
2. 환경 분석

1. 물류 현황

가. 물류 개요

- 러시아의 물류는 크게 TSR(Trans Siberian Railway, 이하 TSR) 을 통한 철도운송과 항공 운송, 트럭킹으로 나눌 수 있다. 과거 소련을 통한 철로운송체계가 잘 정비되어 있고, 트럭 등 도로운송 체계가 발달하여 러시아와 CIS 국가 간의 물류 운송은 원활하게 이루어지고 있다.
- TSR에는 전원장치가 없기 때문에 냉장·냉동제품은 항공 운송이나 트럭킹을 이용해야 한다. 국가에서 따로 배정해주는 냉장·냉동 컨테이너 혹은 사설 업체들이 사용하는 냉장·냉동 컨테이너가 있으나 따로 배정받기는 어려운 현황이다.
 - * 냉장·냉동 컨테이너 : 냉동 화물을 운송할 수 있도록 냉동기가 부착된 컨테이너
 - 러시아는 겨울(10월~12월)이 가장 성수기이며, 이때 혼잡의 정도가 심하다. 또한, 겨울 운송의 경우 폭설과 동결 현상으로 인해 운송이 지연되는 경우가 발생하기도 한다.
- 모스크바를 목적지로 TSR을 이용하는 경우, 부산항에서 출발하여 블라디보스토크에 도착한 뒤, TSR을 통해 모스크바까지 운송한다. 모스크바까지 TSR 기준 20~30일 정도가 소요된다.
 - 시베리아철도 운송요금은 철도국과 따로 계약을 할 수 있어, 정기적인 운송이나 대량운송 여부에 따라 업체별 가격 차이가 있다.
- 2020년 초 P사에서 TSR로 유럽까지 가는 화물 운송 기간을 기존 해상운송 대비 최대 절반 가까이 줄일 수 있는 물류 서비스 테스트에 성공하여 현지 물류회사인 PJSC TransContainer 측과 TSR 철도운송 사업을 더욱 강화할 것으로 보이며, 향후 아시아 태평양 지역 국가의 환송 고객을 늘리기 위해 매주 운송 서비스 제공을 검토 예정이다.
 - 프로젝트 테스트에 참여한 L사는 폴란드까지 기본 35~40일 걸리는 해상운송을 21~23일로 단축하는데 성공했으며, 향후 냉장화물로 범위를 확대해 화물 유치에 적극 나설 계획이다.
 - P 사의 성공 사례는 곧 러시아·중앙아시아·유럽으로 TSR을 활용한 동종 물류 운송업체에 반사 이익으로 작용할 것으로 기대된다.
- 베트남 호치민에서 카자흐스탄까지 발주시점부터 14일 내에 운송하는 서비스가 있으며, 신선 과일, 냉동 새우, 기타 수산물 등 다양한 품목들이 중앙아시아 지역으로 운송되고 있다. 카자흐스탄을 거점으로 하여 우즈베키스탄, 키르기스스탄, 중부러시아 등으로 유통되고 있다.

□ 새로운 법령인 RTO(Recovery Time Objective : 화물운전자의 근무 및 휴식시간 준수에 관한 법안)*가 2021년부터 시행되면, 운송비용이 10~40% 증가할 것으로 보인다.

- 또한 운송 전문 업체 Evrocib에 따르면 기존 180,000루블이던 내륙 운송료가 220,000루블까지 올라갈 가능성이 높다고 시사했다.

* RTO(Recovery Time Objective)법령의 주요 내용 :

- 근무 시간 : 하루에 9시간 이상 운전을 하면 안 된다.
- 휴식 시간 : 4~5시간 운전 후 의무적으로 45분 동안 휴식을 취해야 한다.

□ 코로나19 영향

- 철도 운임은 유가에 영향 받기 때문에 변동이 없으나 항공의 경우 여객기 수 감소에 따른 화물 운송 공간 확보 부족 현상으로 인해 운임이 상승하였다.

- 중국이 섰다운 됨에 따라 러시아와 중국 간 물류가 중단된 이후 러시아 또한 공장 섰다운으로 검역요건이 까다로워졌으며 국가 간 코로나19의 영향에 따라 물류의 중단, 재개가 반복되고 있다.

나. 물류 구조

1) 철도



러시아

- 철도운송은 부산항에서 블라디보스토크를 경유하여 TSR(시베리아철도)을 통해 모스크바까지 운송하는 철로운송이 일반적이며 모스크바까지 TSR 기준 20~30일 정도가 소요된다.
- 블라디보스토크는 부산항이나 동해항에서 주로 해상운송이 이루어지고 있으며 부산항에서는 주로 20ft, 40ft 컨테이너를 활용하고 있다. 최근 러시아와의 냉동수산물 거래가 증가하면서 냉장·냉동 컨테이너의 운송료가 낮아지고 있는 추세이다.
 - 동해항의 경우 2009년부터 DBS 크루즈를 통해 일본 사카이미나토항과 러시아 블라디보스토크항을 주 2회 운행하여 왔다.
 - 2018년 극동지역 최남단에 있는 자루비노항까지 항로를 넓혀 물류망을 확대했으나 2019년 한일 관계 악화와 코로나19로 인해 현재는 운항을 중단한 상태이다.
 - 그간 블라디보스토크의 신선농산물 수출의 경우, 주로 항공을 이용했으나 페리호를 통한 냉장 운송 시도가 이루어지고 있어 향후 신선농산물의 수출확대가 기대되고 있다.
- TSR철도는 열차에 전원장치가 없으므로 냉장·냉동 컨테이너 운송이 어려워 블라디보스토크에서 모스크바까지 한국 신선식품 등이 운송되기는 어려운 실정이며 TSR의 운임비용은 대략 20ft 기준 1,800~1,950달러이며, 40ft는 2,500~2,650달러이다.
 - 일반 컨테이너로 음료의 운송도중 추운 겨울 날씨로 음료병이 파손되어 겨울철에는 음료수 운송을 금지하고 있다.

2) 항공

- 러시아 모스크바로 가는 직항으로는 대한항공(KAL)과 러시아의 에어로플로트(Aeroflot)가 코로나19 이전에는 거의 매일 하루에 1회씩 운행을 하였으나, 현재는 1주일에 1회 운행 중이다.
 - 블라디보스토크의 경우, 인천, 김해 공항에서 아시아나와 러시아의 에어로플로트 항공이 주 2회 운행하고 있고 2017년부터 청주공항에서 주 1회 운행을 시작하면서 항공운송의 폭이 확대되고 있었으나 최근에는 인천에서 주 1회 운행 중이다.
- 코로나19 이전의 경우 항공 운임은 블라디보스토크는 약 kg당 3달러, 모스크바는 3.8~5달러였으나, 코로나19 이후 한때 각 4달러, 10달러까지 치솟았고, 현재는 6달러 정도로 감소하는 등 상황에 따라 끊임없이 변동한다.
 - 현지 항공사를 이용하면 가격이 저렴할 수 있지만, 파손, 분실 등 화물 관리에 어려움이 있어 국내 항공사를 많이 이용하고 있는 편이다.

- 블라디보스토크에는 주로 항공을 이용해 딸기 등의 신선농산물을 수출해 왔으나 모스크바에는 거의 수출되지 않고 있다.
 - 모스크바로 향하는 항공 운송의 경우, 두 가지의 경로가 있다. 한 가지는 직항이고, 다른 하나는 블라디보스토크를 경유하여 내륙 비행기로 모스크바까지 운송하는 경로이다.
 - 블라디보스토크를 경유할 경우, 직항보다 운임은 저렴하지만, 검역 등 서류 문제 등이 복잡하여 잘 이용되진 않는다.
- 코로나19 이후로 여객기가 감소하여 화물 적재 및 운송 가능 공간이 감소하였으며, 이에 따라 운임 단가가 상승하였다. 기존 항공 운임은 한국통화인 '원'으로 계산하였으나 코로나19의 여파로 인해 일시적으로 '달러'로 계산하고 있다.

3) 트럭킹

- 트럭킹은 크게 2가지로 나눌 수 있으며, 해상운송으로 상트페테르부르크를 거쳐서 트럭킹을 통해 모스크바로 들어가는 방법과 흑해의 노보로스키크항을 거쳐 모스크바로 들어가는 루트가 있으나 운송 기간이 길고 운송료 부담이 크기 때문에 거의 이용되지 않고 있다.
- 냉장·냉동 컨테이너 운송은 TSR 철도 이용이 어려워 유럽항구나 상트페테르부르크항구를 이용한 트럭킹으로 모스크바로 운송한다.
 - 상트페테르부르크항을 이용할 수 있는 유럽 기항지는 앤트워프, 로테르담, 브레머, 함부르크가 있으며, 선사마다 이용하는 기항지가 다를 수 있다.
 - 신선농산물 중 배는 함부르크항 → 상트페테르부르크항을 통해 냉장·냉동 컨테이너가 트럭킹으로 모스크바로 운송된 적이 있으며, 이처럼 환적을 하는 경우 운송 기간은 다소 늘어난다.
- 부산에서 흑해의 노보로스키크항으로 해상운송 후 모스크바까지 트럭킹으로 운송사례가 있으며 해상 운송은 약 40일 정도 소요되고, 2020년 8월 기준 모스크바까지 운송하는데 4~5일 정도가 소요되며 운송비용은 180,000루블 수준이다.

4) 환적, 통관 등 물류 운영 현황

- 블라디보스토크의 경우 콜드 체인 유통시스템이 발달하여 있지 않아 냉장·냉동창고가 절대적으로 부족하여 냉동이나 냉장 컨테이너를 보관창고로 이용하는 경우가 있다.
 - 냉동·냉장창고보다는 냉장컨테이너의 설치비용이 훨씬 적게 들고 이동이 편리하므로 냉장 컨테이너 보관을 많이 활용하고 있다.

러시아

- 현재 코로나19로 인해 전반적인 운송비가 수시로 바뀌고 있으므로 구체적인 운송비는 물류업체와 진행 시점에서 재확인하여 협의하는 것이 반드시 필요하다.
- 물류 경로별 운송 기간 및 운임

| 모스크바 물류 경로별 운송 기간 및 운임 |

구분	출발지	경로 및 항공명	운임	기간
TSR	부산항	블라디보스토크→모스크바	20ft \$1,950 40ft \$2,650	20~30일
항공	인천	대한항공(KAL), 에어로플로트 (Aeroflot)→모스크바 * 코로나19 이전 : 주 7회 매일 운행 코로나19 이후 : 주 1회 운행	kg당 6,600원/kg (일반 100kg 이상 기준) * 코로나19 이전 : \$4 코로나19 이후 : \$10에서 \$6로 감소	1일
	인천	대한항공(KAL), 에어로플로트 (Aeroflot) → 블라디보스토크 * 코로나19 이전 : 주 2회 운행 코로나19 이후 : 주 1회 운행	kg당 \$4/kg (일반 100kg 이상 기준) * 코로나19 이전 : \$3 코로나19 이후 : \$4	1일
트럭킹	상트페테르부르크항→모스크바		\$4,500~5,000 (해상 운임 포함)	해상 35일 포함 50일
	노보로스시스크항→모스크바		\$5,000 (해상 운임 포함)	해상 30일 포함 40일

다. 물류 업체 리스트

UPR		
	주소	서울특별시 구로구 디지털로 26길 G+ 코오롱 디지털타워 123-1204호
	TEL	82-2-3141-9500
	FAX	82-2-3141-9890
	사이트	http://uprlogistics.com/index.php
	모스크바 법인주소	Office 777 2th Flr. ST. Provsayuznaya Home 66, Moscow, Russia
	모스크바 TEL	+7-495-334-1944
	보스토치니 법인 주소	23/4 4th Flr. UL. Vnutriportovaya, G. Nakhodka, Prymorsky, Russia
	보스토치니 TEL	+7-4236-66-5389

ESL		
	E-mail	info@esljersey.com
	TEL	+7 495 771-7361
NOVA		
	주소	서울특별시 중구 동호로 34길 33 (광희동 1가, 삼지빌딩)
	TEL	+82-2-2274-0456 / +82-2-600-45-400
	FAX	+82-2-2274-0457
	E-mail	NOVALOGISTICSPARTS@GMAIL.COM
	사이트	http://novacargo.ru/ko/
	모스크바 법인주소	모스크바시, 니쥐나야 식로마트니체스카야로, 11번지 B동
	모스크바 TEL	+7-495-233-25-67
	모스크바 창고주소	모스크바시, 체레파노브호로, 29번지, 빌딩1
	모스크바 창고 TEL	+7-929-925-91-41
서중물류		
	주소	서울특별시 중구 소월로 10 (남대문로 5가, 단암빌딩 1701호)
	TEL	+82-2-779-2000
	TSR TEAM TEL	02-2096-4750
	FAX	+82-2-779-3045
	사이트	http://sjl.co.kr/
	모스크바 법인주소	Business Center "World Trade Center", Krasnopresnenskaya embankment, 12, entrance 3, office 1005A, Moscow, Russia
	모스크바 TEL	+7-495-258-2145
	보스토치니 법인주소	Office 318, 23, Vnutriportovaya street, Vrangel-1, Nakhodka, Port Vostochny, Russia
	보스토치니 TEL	+7-495-258-2145

러시아

알파루스



모스크바 법인주소	러시아, 모스크바, 리아비노바야 울리차, 돔 65A
모스크바 TEL	+7(495) 640-70-43
모스크바 FAX	+7(495) 640-70-45
사이트	http://www.alpha-ru.ru/korea/

ES로지스



주소	서울시 중구 을지로 40길 28(광희동)
TEL	02-2274-5510
FAX	02-2274-5466
사이트	http://www.eslogis.com
블라디보스토크 법인주소	303 Office, #5, Ostryakova Prospekt, Vladivostok, Russia
블라디보스토크 TEL	+7-4232-42-2315
모스크바 법인주소	142784, Moscow, Kievskoe shose, Biz Park Rumyantsevo, str.2, k.G, 18 podesd, 8 floor, 824 room
모스크바 TEL	+7-495-771-7361

푸인스



주소	서울시 구로구 경인로 579, 안성빌딩 2층 31호
TEL	+82-70-8865-7532
FAX	+82-2-2631-0417
E-mail	chris@fooins.com
사이트	www.fooins.com

2. 환경 분석

가. 물류 단계별 구성

- 블라디보스토크항을 경유하여 TSR철도를 통해 모스크바로 운송하는 경우 운송 기간이 30일 정도 소요되며 운송비용도 저렴하나 냉장 컨테이너 활용이 어려워 신선식품의 수출에 어려움이 많다.
 - 냉장 컨테이너를 통한 운송을 위해서는 서유럽의 상트페테르부르크항, 흑해의 노보로스토크항을 경유하여 트럭킹을 통해 모스크바에 운송해야 하나 물류 운송 기간도 40~50일 소요되며 운송 비용도 5,000불 수준으로 높은 편이다.
- 신선농산물의 경우 장기간 운송에 따른 품질저하가 우려되어 딸기, 포도 등은 항공운송이 불가피하며 철도운송에 비해 신선도 유지에 유리하나 운송비용 부담은 큰 편이다.
- 냉장 컨테이너의 철도운송을 위해서는 냉장을 위한 전원장치가 연결된 화물차를 확보해야 하나 특정 업체와 특정 용도에 한해 운행이 되므로 냉장 컨테이너 전용 화물차의 확보가 필요하다.
 - 냉장 컨테이너 운행을 위해서는 정기적으로 적정물량의 컨테이너를 확보해야 운행이 가능하다.
- TSR철도로 냉장 컨테이너를 운송하는 경우, 냉장을 위한 발전기가 TSR 철도 안에 내재되어 있지 않다. 이로 인해 운송 시 운행 중간에 대도시가 아닌 곳에서 전원장치 관련 문제가 발생할 경우 문제 해결에 어려움이 많아 냉장 컨테이너 운행을 주저하고 있다.

나. 물류 효율화 방안

- 물류 안정성과 물류비용 절감을 위해서는 적정물량을 확보하여 안정적인 물류 루트를 확보해야 한다.
 - 일반화물의 경우 적정물량의 확보를 위해서는 우수 물류 업체를 선정하여 수출물량의 창구를 일원화하고 물류 업체 간의 교섭력을 높이도록 해야 한다.
 - 수출업체 간의 수출물량을 확보해 혼적을 통한 컨테이너 공석을 최소화하여 물류비용을 절감하도록 한다.
- 신선농식품 수출확대를 위해서는 냉장 컨테이너 사용이 불가피하므로 정기적인 적정물량을 확보하고 현지의 냉장 컨테이너 운영 가능 물류 업체와 협의한다.
 - 현재 P물류 업체가 블라디보스토크의 냉장·냉동 운송허가를 받은 상태이나 특수품목에 한정되어 있으므로 냉장식품의 허가를 받을 수 있도록 한다.
 - 적정물량을 확보하여 현지의 물류 업체와 교섭하여 운송물량 및 운송가격 등을 협의하도록 한다.

러시아

- 냉장 컨테이너의 트럭운송이 가능한 서유럽항구와 흑해 지역의 운송시스템을 확보하는 방안을 강구해야 한다.
- 물류비에서 물류 업체 중간이윤이 차지하는 비중이 높으므로 어떤 물류 업체를 선택하느냐에 따라 가격이 달라질 수 있으며, 높은 물류비로 인해 수출 업체들의 관심을 얻기 어려운 시장이므로 물류비용 절감은 다양한 노력이 요구된다.

다. 통관절차 간소화 등 AEO 제도 활용

- 러시아는 2011년 9월 14일부터 수출입안정 종합인증 우수업체(Authorized Economic Operator, AEO) 제도를 활용하고 있으며, 통관 절차 간소화 혜택을 제공하고 있다.
 - 한국은 2010년 한-러 통관정보교환 의정서를 체결하였으나 이행되고 있지 않으며, AEO 업체로 지정되더라도 의도적으로 통관을 지연시키거나 과도한 보증금을 요구하는 사례가 있다.
- 2019년 6월 러시아 관세 당국과 '제12차 한-러 관세 청장 회의'를 통해 AEO MRA(우수공인업체 상호인정약정) 체결 협상을 개시하였으며, 본격 협상을 위한 실행계획에 서명하였다.
- AEO 지위 획득을 위한 조건은 다음과 같다.
 - ① 행정상의 위법 부재
 - ② 기업 운영상 사원들의 범죄 사실 부재
 - ③ 통관정보 제출을 위한 시스템 보유
 - ④ 관세 및 세금 채무, 벌금의 부재
- AEO 지위를 획득하게 되면 간소화된 통관절차, 세관신고서 제출 전 즉시 반출, 신용평가점수 상승 등의 혜택을 받을 수 있다.

PART IV

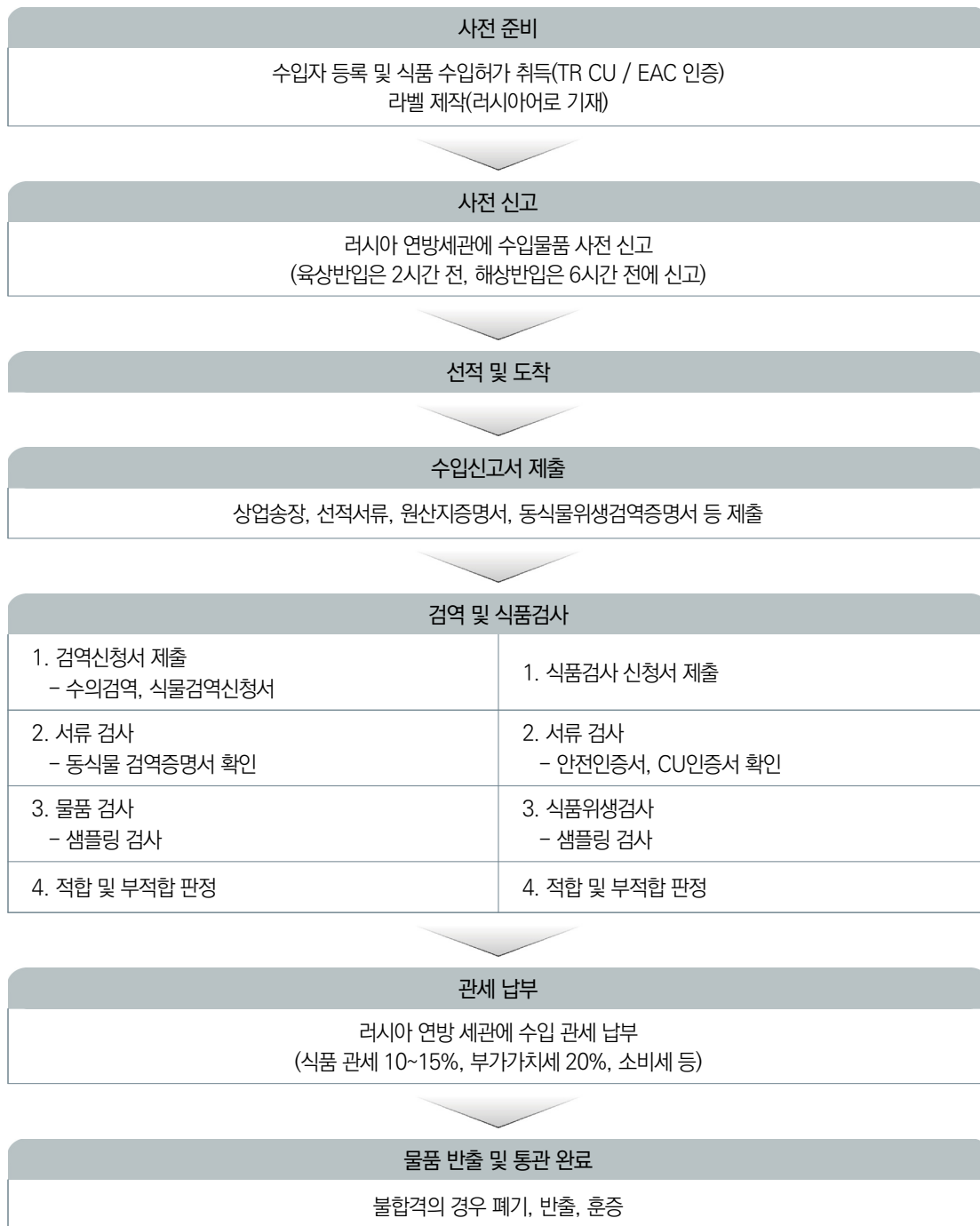
제도 및 수출 프로세스

1. 통관 및 검역
2. 라벨링
3. 식품인증제도
4. 통관 애로 및 비관세조치

러시아

1. 통관 및 검역

가. 수출 프로세스



출처 : KATI(농식품수출정보)

나. 통관 및 검역제도

1) 관리체계

■ 수입식품에 대한 규제기구 ■

기구명	주요업무
The Federal Veterinary and Phytosanitary Surveillance Service (Rosselkhozbadzor or VPSS)	- 러시아 내 동물 및 식물 위생 상태 감시 - 동식물 보건에 대한 법적 요건 집행 - 러시아 국경과 내륙의 수의 권한 - 동식물 질병으로부터 러시아 연방 보호
The Federal Service for Surveillance of Consumer Rights Protection and Human Welfare of the Government of the Russian Federation(Rospotrebnadzor)	- 유라시아 경제연합 규정을 근거로 러시아 국내식품시장 총괄 - 요건을 충족하지 않는 제품의 운송과 판매 금지 권한
The Federal Agency for Technical Regulation and Metrology(Rosstandart)	- 산업통상부 산하 - 제품 평가, 가공, 서비스 등을 관리하여 국가 표준과 인증 기준에 부합하는지 판단
The Federal Customs Service of Russia(FTS)	- 재정부 소속의 러시아 연방 관세청 - 세관료와 부과체계로 대외 경제활동 규제 - 세관 통제 실시
The Ministry of Industry and Trade	- 인허가, 쿼터행정 등 비관세 규제를 담당
The Ministry of Economic Development	- 수입 할당량 결정

출처 : 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report(2019.2.13.)

- 러시아 수입 관리체계는 관세조치와 비관세조치로 나눌 수 있다. 관세조치는 수입관세를 부과하여 국내 산업을 보호하고, 국가재정 수입을 확충하는 관리체계이며, 비관세조치는 관세 부과 이외에 수입허가, 안전증명, 수입품 표시의무 등을 통한 관리체계이다.
- 러시아의 세관총서는 러시아 연방세관으로 러시아 정부의 직접적인 관리감독 하에 러시아 통관 업무를 담당하고 있다.

■ 러시아 세관 ■

세관명	세관 연락 정보
중앙 세관(CTU)	ctu-info@ctu.customs.ru
시베리아 세관(STU)	stu_odo@stu.customs.ru
북서 세관(SZTU)	sztu_mail@sztu.customs.ru
칼리닌그라드 세관	ovs@customs.kaliningrad.org
남부 세관(JTU)	jtu_odo@jtu.customs.ru
볼가 세관(PTU)	ptu_odo@ptu.customs.ru
우랄 세관(UTU)	utu_odo@utu.customs.ru
극동 세관(DVTU)	dvtu_odo@ca.customs.ru
북 코카서스 세관(SKTU)	odo@sktu.customs.ru

출처 : 러시아 관세청(<http://eng.customs.gov.ru/about/regional>)

- 러시아는 권역별로 크게 8개의 지방세관과 그 아래 77개의 관할세관이 있다. 또한, 481개의 분소가 있으며, 가장 많은 항구가 있는 러시아 극동지역은 극동 세관 아래 11개의 관할 세관과 47개의 세관 분소가 있다.

2) 법률체계

- 2010년 3국 관세동맹이 발족하면서 「공통관세법」을 시행하였고, 이후 「러시아 신관세법」(Federal Law on customs regulation in the Russian Federation)을 제정하여 2010년 12월 29일부터 시행하였다. 이후 몇 차례 개정을 통해 2015년 10월 18일부터 개정본이 발효 및 시행되었다.
- 2017년 4월 11일 모스크바에서 5개국(러시아, 카자흐스탄, 벨라루스, 아르메니아, 키르기스스탄)이 '유라시아 경제연합의 관세법에 관한 협정'에 서명하였고, 2018년 1월 1일부터 「유라시아경제 연합 관세법」(The Customs Code of the Eurasian Economic Union : 이하 「EAEU 신관세법」)이 발효되었으며, 5개 회원국은 상호 동일한 특혜 대우를 받는다.
 - EAEU 신관세법은 총 9장 61절로 구성되어 있으며 부록으로 관세징수절차, 특별관세, 반덤핑관세, 상계관세 정보교환을 목적으로 한 정보제공 대상 리스트, 효력을 상실하는 국제조약 목록 등이 포함되어 있다.

- EAEU 신관세법은 기존 회원국 간 통용되던 세관법의 21개 항목 중 16개를 그대로 적용하였으며, AEO(Authorized Economic Operator : 수출입안전관리우수공인업체)에 대한 별도 조항을 신설하였다. 또한 각 국의 세관 규제를 최대한 축소하고, 초국가적인 제도를 마련하였다. WTO의 틀에서 국제적인 조건을 최대한 수용하며, 모든 통관 과정에서 정보시스템의 도입을 확대하고자 한다.
- EAEU 신관세법의 주요 내용은 다음과 같다.
 - 전자신고를 우선하며, 서류신고방식은 예외로 허용한다. 또한 신고서 작성 시 증빙서류를 간소화하고, 필요한 경우에만 제출을 요구한다.
 - AEO 공인에 관한 별도 조항이 신설되어 수준별 차등화가 이루어진다. 1종 AEO 공인은 선보증권 1백만 유로 납입이 필수이며, 6년 동안 규정 준수 시 예치금 15만 유로까지 감소한다. 2종 AEO 공인은 재무제표 안정성 조건으로 대체가 가능하며, 보증금 조건은 개발 중에 있다.
 - 수입신고서 제출 후 물품인도까지의 통관기간이 4시간까지 단축될 예정이며, 세관 검사가 필요할 시에는 최대 10일까지 물품인도기간이 연장된다. 또한 경유물품 처리기간을 기존 24시간에서 4시간으로 단축한다.
 - 고위험 품목 및 고위험 수입자 선별관리를 도입하여 위험을 관리한다.
 - 관세 납입 시 선금 납입 후 수입관세 및 통관비용을 사전예치금으로 정산이 가능해졌으며, 납입 시 전자서류를 간소화한다. 초과 납입하는 경우 선금 납입계좌로 자동 환급되며, 납입금액을 관리할 수 있다.
 - 수입관세 납입기한 연기 혹은 분할납부가 가능하며, 자체소비물품의 경우 보세구역 통관 진행 시 1개월 납기 연장이 가능하다. 기상이변 등으로 인한 손해 발생 시에는 최대 6개월 간 연장이 가능하다.
 - 세관신고 대상 물품정보에 관한 증명 없이도 세관신고서 제출이 가능하다.
 - 통과단일창구를 통해 통관에 필요한 서류가 이미 등록되어있는 경우 재제출할 필요가 없다.
 - 화물 사전신고를 강제신고와 자진신고로 구분하여 이에 알맞은 통관 절차 설계가 가능하다.
 - 보세구역, 무료창고, 특별통관절차 규정이 EAEU 관세법에 통합된다.

3) 식물 검역

가) 관리 및 법률체계

- 러시아 연방 농업부 산하 기관인 동식물 검역국(Rosselkhozadzor)에서 수의, 식물 검역, 농약 사용, 토양, 육종, 농업식물 종자, 곡물 및 곡물가공제품 품질 및 안전 감독 등의 업무를 수행한다.
 - 수입된 식품 검사는 국경에서 실시한다.

| 식물검역 관련 법률 |

구분	제정	관련 법률
EAEU	CU Commission Decision No.318 of June 18, 2010 (as amended through March 17, 2017)	On Assurance of Plant Quarantine in the Customs Union
EEC	No.157 November 30, 2016 (as amended through March 30, 2018)	On approval of the Unified Quarantine Phytosanitary Requirements to Controlled Goods and Controlled Objects at the Customs Border and in the Customs Territory of the Eurasian Economic Union
	No.158 November 30, 2016 (as amended through March 30, 2018)	On Approval of the Unified List of Quarantine Objects of the Eurasian Economic Union
	No.159 November 30, 2016	On Approval of the Unified Rules and Norms of Ensuring Plant Quarantine in the Customs Territory of the Eurasian Economic Union
러시아	Federal Law No.4979-1 May 14, 1993 (as amended through April 23, 2018)	On Veterinary Practices
	Order of nthe Ministry of agricultural No.456 December 29, 2010 (as amended through October 11, 2012)	On Approval of Rules to Ensure Plant Quarantine for Regulated Products Imported to the Russian Federation, as well as Stored, Moved, Transported, Processed or Used

출처 : 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report(2019.2.13.)

- 유라시아 경제연합은 식물검역 관련 주요 규범문서 3개를 채택하였고, 2017년 7월 1일부터 발효되어 유라시아 경제연합 국가에 공통 적용되고 있다.
 - EAEU 회원국들의 식물위생 및 수의(동물) 관리 분야 관련 법률이 시기에 따라 상이하고, 접근방식이 달라 이를 통합하였다.
 - EAEU 통합검역대상목록에 포함된 규제제품은 연합의 관세영역으로 반입 및 이동이 금지되어 있다.
- 연합의 관세영역으로 반입되고 연합의 관세영역 내 이동하는 규제물품에서 통합목록에 포함되어 있는 검역대상이 검출될 경우에는 가공, 소독처리, 반송 또는 폐기(용기 포함) 처리된다.
 - 식물위생 위험이 높은 규제제품은 수출국 및 재수출국 식물검역기관에서 발행한 식물위생 증명서를 첨부해야 연합의 관세영역으로 반입할 수 있으며, 식물위생 위험이 낮은 규제제품은 식물위생증명서를 첨부하지 않아도 연합의 관세영역으로 반입 및 이동이 가능하다.
 - 식물위생증명서의 '부가사항'란에는 규제제품이 본 요건에 명시되어 있는 검역유해생물체 무발생 지역, 생산 장소 및 생산포장에서 생산됐음을 기재하여야 한다.

- 식물위생증명서 첨부하지 않아도 허가되는 경우는 다음과 같다.
 - 선박·항공기·기차·자동차 승객·선박·항공기·열차 승무원·자동차 운전자의 핸드캐리, 동반 및 동반하지 않은 수하물, 국제 우편으로 연합의 관세국경을 통해 이동하는 꽃다발 3개 이하의 화훼류, 1개 이하의 멜론, 수박, 호박, 총중량 5kg 이하의 식물위생 위험이 높은 규제제품이 있다.
- 식물위생증명서를 첨부해야 하는 경우는 다음과 같다.
 - 우편을 포함하여 선박·항공기·기차·자동차 승객·선박·항공기·열차 승무원·자동차 운전자의 핸드 캐리, 동반 및 동반하지 않은 수하물로 연합의 관세영역으로 반입·이동하는 종자재료 및 재식 재료(씨감자 및 식용감자, 종자개량용 및 학술연구 목적용 재료 포함)가 있다.
- 학술연구 목적으로 살아있는 검역대상을 연합의 관세영역으로 반입할 경우에는 대상의 반입이 계획되어 있는 연합의 회원국의 식물검역기관의 허가에 따라 과학학술기관에서 수행한다.

나) 신선농산물 수출검역요건

Ⅱ 수출 가능 농식품 품목 Ⅱ

구분	수출 가능 세부 품목
곡류	쌀(백미, 현미), 보리, 밀, 수수, 옥수수
과실류	감, 단감, 포도, 감귤, 참다래, 밤, 사과, 배, 복숭아, 자두, 살구, 석류
채소류	무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 양파
종자류	무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 양파, 콜라비
버섯류	송이, 표고, 느타리, 팽이, 영지, 새송이, 만가닥
화훼류 기타	심비디움, 팔레놉시스(호접란)

출처 : 농림축산검역본부, 식품검역제도 및 신선농산물 수출검역요건(2020년)

- 신선농산물은 품목에 따라 재배지검역을 실시 한 후에 수출이 가능하며 유라시아경제연합 통합 식물위생요건을 충족해야 한다.
 - 버섯 및 화훼류 기타품목은 재배매체에 심겨진 상태로는 수출이 불가하다.
- 수출불가 품목의 경우 자두 묘목, 복숭아 묘목, 아몬드 묘목이 있으며, 이외에는 수출가능 혹은 불가능 여부가 공식 확인되지 않고 있다. 또한 수출실적 통계가 있는 품목도 없기 때문에 수출 가능 여부는 품목별로 확인이 필요하다.

Ⅰ 과실류 수입요건 Ⅰ

구분	내용
사과	복숭아순나방, 복숭아심식나방, 사과 과실파리가 발생하는 지역산 과실이 남쪽 항구로 4월 1일~9월 30일 사이에 수입될 경우에 입항지 혹은 도착지에서 훈증소독
배	복숭아순나방, 복숭아심식나방, Numonia pyrivorella이 발생하는 지역산 과실이 남쪽 항구로 4월 1일~9월 30일 사이에 수입될 경우에 입항지 혹은 도착지에서 훈증소독
복숭아, 자두, 살구	복숭아순나방, 복숭아심식나방이 발생하는 지역산 과실이 남쪽 항구로 4월 1일~9월 30일 사이에 수입될 경우에 입항지 혹은 도착지에서 훈증소독

출처 : 농림축산검역본부 수출지원과, 식품검역제도 및 신선농산물 수출검역요건(2020년)

- 2019년 8월 8일에 개정된 유라시아경제연합 통합식물 위생검역 요건에 따르면 수출검역증명서의 '부가사항'란에 각 품목별 검역유해생물체의 무감역 혹은 무발생 지역, 생산 장소, 생산포장에서 생산되었다는 내용을 기재해야 한다.

Ⅰ 신선농산물 수출검역요건 변경 사항(일부) Ⅰ

규제 제품	위생증명서에 부기해야 될 사항
아보카도, 구아바, 망고, 파파야	<i>Bactrocera dorsalis</i> , <i>Ceratitis capitata</i> 가 없어야 함
포도	<i>Ceratitis capitata</i> , <i>Cuscuta spp.</i> 가 없어야 함
딸기의 열매	<i>Drosophila sukuzii</i> , <i>Colletotrichum actatum</i> 무발생 지역, 생산 장소 및 생산포장에서 생산되어야 함
바나나	<i>Thrips hawaiiensis</i> , <i>Spodoptera littoralis</i> 가 없어야 함

* 2019년 8월 8일자 변경

출처 : 농림축산검역본부 수출지원과, 식품검역제도 및 신선농산물 수출검역요건(2020년)

4) 식품검사

- 러시아 관할세관에 운송 계약, Invoice, Packing List를 첨부한 수입신고서를 제출한다.

Ⅰ 서류에 포함되어야 하는 정보 목록 Ⅰ

구분	정보
1	출하원산지, 용량, 도착일, 가격을 표시한 구매자와 공급자 간의 계약서
2	각각의 물건이 저장될 장소
3	가공공장이나 도매업자가 물건을 수령할 장소
4	포장목록, 선적 방법을 표시한 화물 계획(팔레트 등)
5	세관에 화물 가격을 표시하는 신고서

출처 : 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report(2019.02.13.)

- 검역 및 관련 인증서를 발급한다.

Ⅰ 인증서 목록 Ⅰ

증명서	내용
수의증명서 (Veterinary Certificate)	- 수출국 정부기관에서 수의증명서를 발행 - 동식물 검역국에 제출하여 육류 및 가금류 식품의 수입 허가를 받음
국가등록증명서 (State Registration Certificate)	- 2010년 7월부터 시행되어 일부 농식품의 GOST-R 발급을 위한 서류 - 사람이 직접 섭취하거나 접촉하는 제품에 대해 샘플테스트를 진행 - 인체에 무해하다는 것을 증명 - 관세동맹국에서 사용 가능 - 인증서 유효기간 없음
감정서 (Expert Conclusion)	- 국가등록 대상품목에 해당하지 않는 제품 - 통합 위색요구에 제품이 적합성 확인 수단 - Rospotrebnadzor 또는 산하 지역감독국에서 발급 - 유효기가 없음
안전인증서 (Safety Certificate)	- 러시아연방 기술 표준청에서 발행 - 식품은 강제인증 - 해외의 SGS, MERTCONTROL 등에 인증 업무위임
원산지인증서	- 관세 결정에 활용 - 위생 인증서를 발급하는 국가 위생 역학 검사부처의 지역 사무소에서 발급

출처 : 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report(2019.2.13.)

- 수입업자가 보건부 위생 및 전염병 검사국에 식품검사신청서를 제출한다.
- 보건부 위생 및 전염병 검사국에서 안전인증서와 CU인증서를 확인하여 보건부 위생 및 전염병 검사센터에 식품 위생 검사를 요청한다.
- 보건부 위생 및 전염병 검사국에서 검사증명서를 발급하여 관할 세관에 통보한다.
- 적합 판정된 검사증명서가 발급되면 러시아 세관은 출하가격에 따라 관세 입금을 증명하는 은행 서류 등을 확인하여 통관 조치한다. 부적합 판정된 경우에는 반송, 폐기, 재처리 등의 조치를 이행한다.

2. 라벨링

가. 라벨링 규정

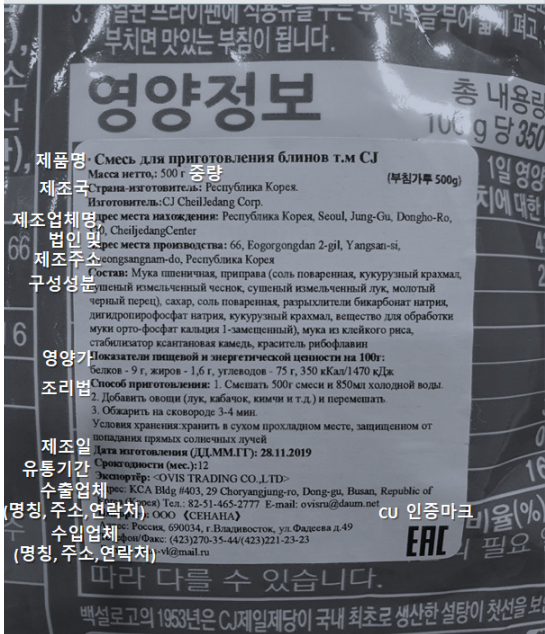

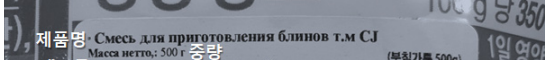
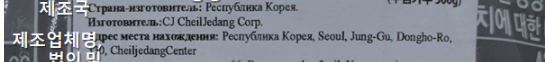
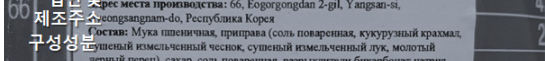
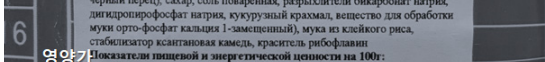
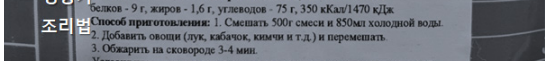
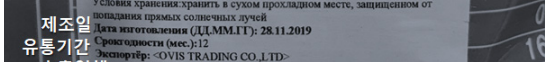
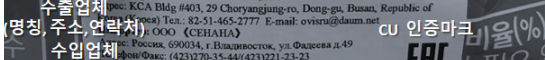
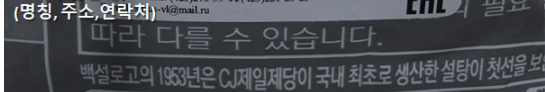
- 러시아의 라벨링 제도는 2013년 7월 1일에 발효된 식품 라벨링에 대한 관세동맹 기술 규정 (TR CU 022/2011)에 따르고 있으며, 이는 유라시아경제연합 국가에 통합 적용되고 있다.
 - 라벨링 관련 법규는 EU 지침을 따르고 있어 기존 유럽 관습에서 크게 벗어나지 않는다.
- 반드시 러시아어로 표기되어야 하며 라벨링 요구조건이 제품마다 상이하고, 엄격하기 때문에 필요한 문서들을 반드시 확인해야 한다.

▣ 포장식품 라벨 표기사항 ▣

구분	내용
1) 제품명	<ul style="list-style-type: none"> - 식품의 원료와 관계가 있고, 식품의 특성이 명확히 드러나 다른 식품과 구별될 수 있어야 함 - 특수가공(훈제, 절임, 분쇄, 동결건조 등)한 식품의 경우 소비자가 혼동하지 않도록 해당 정보를 제품명에 포함하거나 유사한 용어를 사용해야 함 - 식품에 향미증진제가 포함되어 있는 경우 '~맛(with the flavor of)', '~향(with the aroma of)'와 같이 표기하여 향미증진제가 포함되었음을 표시
2) 식품성분	<ul style="list-style-type: none"> - 식품 성분 기재 시 질량의 비율에 따라 가장 많은 양부터 순서대로 기재 - 식품첨가물이 식품에 함유되어 있는 경우 그 기능(산도조절, 유화제 등)과 명칭을 기재해야 함 - 복합성분이 포함되었을 경우, 복합되어 있는 모든 성분은 괄호 안에 추가로 기재해야 함. 단, 복합성분이 2% 이하일 경우, 식품첨가물, 향미증진제, 생물학적 활성 첨가물, 약초, GMO 원료에서 나온 의약품 식물성분, 생물활성물질 및 식품첨가물의 성분을 제외하고는 명시하지 않아도 됨 - 알레르기를 유발하는 성분 정보를 표기할 필요는 없지만, 아스파탐이 포함되어 있을 경우 "페닐알라린의 원료가 포함되어 있다"고 표기해야 함 - 염료를 함유한 식품의 경우 경고 라벨을 부착해야 함 - 다음과 관련하여 식품 성분 목록을 표기할 필요 없음 <ol style="list-style-type: none"> ① 딸기를 포함한 신선과일과 감자를 포함한 채소(껍질을 벗기지 않고, 유사한 방법으로 자르거나 가공하지 않은 것) ② 다른 재료 첨가 없이 한 종류의 가공되지 않은 식품에서 얻은 식초 ③ 단일 성분으로 구성된 식품
3) 식품용량	<ul style="list-style-type: none"> - 식품용량은 용량(밀리리터, 센티리터, 리터), 중량(그램, 킬로그램) 또는 개수 단위로 표기하며, 약어로 표기 가능 - 계란, 과일, 채소 등 개수 단위로 판매되는 제품은 용량을 표기할 필요 없음 - 액체인 경우 질량을 명시 - 점성, 끈적임이 있는 반죽은 부피 또는 질량을 명시 - 고체 및 고체와 액체 혼합물일 경우 질량을 명시 - 두 가지 값을 동시 사용 가능 - 분명히 규정되지 않은 수 또는 수의 범위를 명시하는 것은 불가함

구분	내용
4) 제조일자	<ul style="list-style-type: none"> - 유통기한에 따라 제조일자 표기 - 제조일자와 유통기한은 함께 표기되어야 함 - 제조일자는 생산일자(Production date) 또는 유사한 단어로 대체 가능
5) 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> - 유통기한이 72시간 미만인 경우 : 시간, 일, 월 - 유통기한이 3개월 미만인 경우 : 일, 월, 연도 - 유통기한이 3개월 이상인 경우 : 일, 월, 연도 또는 월, 연도 - 유통기한은 “best before”, “Pass”, “best before end” 또는 유사한 단어로 대체 가능
6) 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 특수한 보관 조건 또는 사용 조건을 표기해야 하며, 필요에 따라 사용 설명서를 제공해야 함
7) 제조자/전권대표/ 수입자	<ul style="list-style-type: none"> - 제조업체의 공식 상호와 주소를 기재해야 하며, 제 3국에서 제공되는 식품일 경우 수입업체의 상호와 주소 역시 기재해야 함
8) 권고사항/제한사항	<ul style="list-style-type: none"> - 권고사항이나 제한사항이 없을 경우 섭취가 어렵거나 소비자의 건강에 영향을 미치는 경우 또는 식품의 성분이 손상될 수 있는 경우 권고사항이나 제한사항을 표기해야 함 - 150mg/L를 초과하는 양의 카페인을 함유한 무알코올 음료나 약용 식품 및 인체에 영향을 미치는 충분한 양에 해당하는 성분은 “18세 미만의 어린이에게는 권장하지 않으며 임신 및 수유중인 사람에게서는 권장하지 않음”이라고 표기
9) 영양정보	<ul style="list-style-type: none"> - 열량(칼로리), 단백질, 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄 양의 정보를 표기해야 함 - 관세동맹의 품목별 규정에서 별도 규제가 없을 시에는 향미증진제, 견, 커피, 천연 미네랄워터, 병포장 생수, 식품첨가물, 신선농수산물, 맛소금, 향료, 양념, 식초, 차 등은 표기하지 않아도 됨 - 식품 영양값은 100g, 100ml 또는 1인분 기준으로 표기해야 함
10) GMO 정보	<ul style="list-style-type: none"> - GMO 함유량이 0.9% 이상인 식품은 ‘유전자변형식품(Genetically modified products)’, ‘유전자변형물질에서 나온 식품(Products obtained from genetically modified organisms)’, ‘유전자변형물질을 포함하고 있음(The product contains components of genetically modified organisms)’이라는 문구를 기재해야 함
11) EAC 마크	<ul style="list-style-type: none"> - 사각형의 형태로 밝거나 대조가 뚜렷한 배경에 3개의 철자 ‘E’, ‘A’, ‘C’를 합하여 ‘EAC’로 표기 - 유라시아 적합성을 의미 - 제품이 관세동맹국 기술규정의 안전요건에 적합하다는 검증 절차를 통과했을 경우에만 사용 가능

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

라벨링 사진	내용
	① 제품명
	② 중량
	③ 제조국
	④ 제조업체명, 법인 및 제조 주소
	⑤ 구성성분
	⑥ 영양정보
	⑦ 조리법
	⑧ 제조일 / 유통기한
	⑨ 수출업체 / 수입업체(명칭, 주소, 연락처 등)
	⑩ 인증마크

출처 : KEC

[그림] 라벨링 예시

추가 기재가 필요한 경우는 다음과 같다.

- 냉장(냉동)마크 : 냉장(냉동)된 육류, 가금류, 내장, 완제품 등의 모든 육류 제품
- 포장방식 라벨 : 진공포장 또는 가스충전포장
- 최종 조리방법 권고사항 : 완제품 통조림
- 경고문 : 150mg/l 이상의 카페인이 함유된 비알콜성 음료, 약용식물, 강장 효과로 이어질만한 음료에는 '18세 미만, 임산부, 불면증이나 동맥 고혈압이 있는 사람에게 권장하지 않는다.'고 기재해야 한다.

□ 식품 유형의 이름으로 대체 가능한 성분들은 다음과 같다.

▮ 식품 유형의 이름으로 대체 가능한 성분 ▮

성분 유형	식품 유형의 이름
Refined oils or fats	Oil or fat with an indication of origin : vegetable or plant or animal or animal
Extraction or refined, pressed cocoa butter	Cacao butter
Mixtures of fruit, the mass fraction of not more than 10% of food products	Fruits
Mixed berries of not more than 10% of the mass fraction of food products	Berries
Candied fruits of not more than 10% of the mass fraction of food products	Candied fruit
Mixtures of vegetables, of not more than 10% of the mass fraction of food products	Vegetables
Natural honey of any kind	Honey
Flour mixture of two or more types of grain	Flour with the indication of grain types of which it is produced, depending on the mass fraction thereof, highest to lowest
Starch and starch modified by enzymes or physical means	Starch
Fish of any type	Fish
Edible cooking salt(sodium chloride)	Salt
Cheese or cheese mixture	Cheese
Milk protein, caseins, caseinatesm whey protein and their mixtures	Milk protein
Spices constituting not more than 2% of the mass fraction of food products	Spices of mixtures of spices
The starting materials used for the production of chewing gum	Rubber basis
Sucrose of any type	Sugar
Anhydrous glucose of glucose monohydrate	Glucose
Molasses of any type	Treacle or glucose syrup
Wines	Wine
All Kinds of cereals	Groats
Soy protein(isolate concentrates)	Soy protein
Egg products of any type	Egg products

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

러시아

나. 식품첨가물 규정

□ 러시아의 식품첨가물 규정은 ‘관세동맹 기술규정 TR CU 029/2012 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정’에 따라 시행된다.

- 식품첨가물, 향료, 가공보조제가 TR CU 029/2012 요건에 부합하지 않을 경우에는 제품에 마크 부착이 불가하며, 관세동맹 회원국들은 해당 제품을 시장에 유통할 수 없다.
- 관세동맹의 단일 관세 영역에 유통하기 위해서는 식품첨가물, 향료, 가공보조제의 안전성을 확인하는 서류와 출처, 추적 가능한 정보, 보관조건, 유통기한에 관한 정보를 첨부해야 한다.

Ⅰ 식품 생산과정에서 식용색소 사용이 허용되지 않는 식품 Ⅰ

<ol style="list-style-type: none"> 1. 미가공 식품 2. 우유, 멸균 또는 살균 밀크초콜릿 착향 3. 미착향된 유제품, 버터밀크 4. 미착향된 보존 또는 농축우유, 크림 5. 신선, 건조 또는 캔포장 채소(올리브 제외), 과일, 버섯, 생선(튀레와 페이스트 포함) 6. 달걀 및 달걀제품(부활절계란 착색의 경우 특정한 식용 색소로만 껍질 착색 가능) 7. 다른 원료를 첨가하지 않은 원상태의 육류, 가금류, 생선, 갑각류 또는 그 일부 8. 밀가루, 곡물, 전분 9. 신선, 건조 또는 통조림채소, 과일, 버섯, 생선(튀레와 페이스트 포함), 즙 제품(주스 드링크 제외), 파스타, 으깬 감자 10. 토마토 페이스트와 소스, 통조림 감자 11. 설탕, 포도당, 과당, 락토스 12. 꿀 	<ol style="list-style-type: none"> 13. 코코아 제품, 초콜릿과 자성분 및 기타제품 14. 파스타 15. 로스팅된 커피, 치커리, 차 및 이의 추출물, 우리거나 혼합을 위한 차, 채소, 과일, 2차가공재료 제품 16. 맥아 및 맥아음료 17. 고추 및 고추 혼합물 18. 소금, 소금대체제 19. 생수 20. 와인, 과일주, 식초 21. 오일과 동물지방, 식물성기름 및 냉동압착식품 22. 숙성 및 미숙성 치즈 향 23. 빵 24. 3세 미만의 건강하거나 병약한 유아에게 공급하기 위한 전문화된 식품
---	---

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

| 식품 생산 시 허용되는 식품 첨가물 목록(일부) |

색인	첨가물 명칭	주요 기능	사용 식품	허용 한도
E1503	Castor oil	피막제, 고결방지, 증량제	카카오 및 초콜릿제품	350mg/kg
			설탕과자	500mg/kg
			츄잉껌	2.1g/kg
			생리활성식이보충제	1g/kg
E530	Magnesium Oxide	고결방지제	Technical Document 기준	TD 기준
E900	Polydimethylsiloxane	기포제, 유화제	특별용도지방, 튀김용 식물성 유지	10mg/kg
			과일 및 채소가공품 : 보존처리 및 저온살균	10mg/kg
			잼류 : 마멀레이드, 젤리, 버터링을 위한 마멀레이드 및 유사 과일 기반 제품 (저칼로리 포함)	10mg/kg
			설탕과자(초콜릿 제외)	10mg/kg
			츄잉껌	100mg/kg
			압출된 곡물제품	10mg/kg
			수프와 브로스, 통조림	10mg/kg
			청량음료 : 진한맛 향첨가	10mg/kg
			와인, 사이다	10mg/kg
			빵, 가금류, 해산물을 포함한 반죽	10mg/kg
			향료	10mg/kg
E314	Guaiac resin	산화방지제	츄잉껌	1.5g/kg
E392	Extracts of Rosemary	산화방지제	식물성 기름(올리브오일 제외), 특수지방, 유지방 대체품 등	30mg/kg (지방제품)
			소스 : 식물성기름 기반 마요네즈, 식물성기름	100mg/kg (지방제품)
			제과류 : 버터 베이커리제품	200mg/kg
			수프와 브로스(농축)	50mg/kg
			식용가공품 : 건조육류	150mg/kg

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

러시아

| 향미물질로 사용이 불가능한 화합물 |

1. 아가리신산(agaric acid)	9. 메틸유게놀(4-allyl-1, 2-dimethoxybenzene)
2. 베타아사론(beta-asarone)	10. 풀레곤(pulegone)
3. 하이퍼리신(hypericin)	11. 샤프롤(1-allyl-3,4-methylenedioxybenzene)
4. 캡사이신(capsaicin)	12. 청산(hydrocyanic acid)
5. 바신	13. 투우존(alpha & beta)
6. 쿠와신(quassin)	14. teukrin A
7. 쿠마린(coumarin)	15. 에스트라골(1-allyl-4-methoxybenzene)
8. 멘토피란(menthofuran)	

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

| 허용되는 식품첨가물 |

산 및 산도조절제	탄산수소나트륨(E500ii, 베이킹소다), 구연산(E330), 이산화탄소(E290)
이스터에그를 포함한 색소	azorubin(E122), anthocyanins(E163), yellow "sunset" FCF(E110), quinoline yellow(E104), Green S(E142), indigo car mine(E132), carmine(E120), carotene, tsderivatives(E160), Ponce4R(E124), brilliantblueFCF(E133), atentedbluceV(E131), tartrazine(E102)
감미료	aspartame(E951), acesulfame potassium(E950), aspartame, acesulfame-salt(E962), isomalt(E953), xylitol(E967), lactitol(E966), maltitol(E965), mannitol(E421), neogisperidin dihydrochalcone(E959), saccharin, its sodium, potassium, calcium(E950), sorbitol(E420), stevia, stevioside(E960), sucralose(E955), thaumatin(E957), cyclamic acid, its sodium salt, calcium(E952), erythritol(E968)
기타 식품첨가물	benzoic acid(E210), sodium benzoate(E211), potassium benzoate(E212), calcium benzoate(E213), sorbic acid(E200), sodium sorbate(E201), potassium sorbate(E202), calcium sorbate(E203), 9% aqueous solution(maximum) acetic acid(E260), flavor enhancers and flavor : glutamic acid(E620), sodium glutamate(E621), potassium glutamate(E622), calcium glutamate(E629), guanylic acid(E626), sodium guanylate(E627), potassium guanylate(E628), calcium guanylate(E629), inosinic acid(E630), sodium inosinate(E631), potassium inosinate(E632), calcium inosinate(E633), 5'-ribonucleotide calcium(E634) and 5'-ribonucleotide sodium(E635)은 관세동맹회원국의 법적 규제를 받는다.

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

Ⅲ 세 이하 특별유아식품의 식품첨가물 규정(일부) Ⅲ

색인	식품첨가물 명칭	사용 식품	허용 한도
E401	Sodium alginate	특수용도식품 : 대사장애의 4개월 이상 영유아에 튜브를 통해 공급하는 식품	1g/L
E412	Guar gum	영유아 식사요법식품 : 액상 혼합물 (영아용 가수분해단백질, 펠티드, 아미노산 함유)	10g/L
E466	Carboxymethylcellulose sodium salt	영아용 조제식	20g/L
E1450	Starch and octenyl acid ester	특수용도식품 : 대사장애의 영아용 식품	10g/L
E415	Xanthan gum	영유아 식사요법식품 : 저단백질 특수 식품	5g/L

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

Ⅲ 식품첨가물 추가 요건 Ⅲ

○ 식품첨가물, 향료, 가공보조제 및 이들이 함유된 식품에는 반드시 관세동맹의 “식품 라벨링 관련” 기술규정에 명시된 정보가 기입되어 있어야 하며, 다음과 같은 추가 요건이 적용된다.

- ① 본 기술규정의 부록2에 의거하여 식품첨가제 명칭에 “식품보조제”(복합식품보조제) 단어, 식품보조제, 또는 첨가물 등급, 식품과 첨가물 명칭, 또는 국제디지털시스템(INS)이나 유럽디지털시스템(EAN)에 의거한 식품첨가제 색인이 들어가야 한다.
- ② 향료의 명칭에는 “향료”(또는 “향”이나 “착향 전처리” 또는 훈제향, 또는 Thermal Technology 착향, 또는 “예비향”) 단어가 들어가야 한다.
- ③ 향료에 천연원료에서 추출된 착향제 및(또는) 천연 향료만 함유된 경우 “천연” 단어를 향료에 부가할 수 있다. 발명된 천연향료의 명칭을 식품 및 향미료에 사용하는 것은 해당 천연향료에 천연착향료만 함유되어 있고 특정 식품과는 구별되는 경우에 한해 사용할 수 있다.
- ④ 본 기술규정의 부록 21-27에 의거하여 보조수단의 기술적 명칭에는 “가공보조제”라는 단어와 보조공정의 명칭이 들어갈 수 있다.
- ⑤ 효소 전처리 라벨에는 요소 형태의 미생물 활동 유형, 원료 등에 대한 추가 표시가 들어가야 한다.
- ⑥ 효소 전 처리 과정이 개입된 식품의 경우 미생물 활동, 종류 및 이러한 약제 생산자를 생략할 수 있다.
- ⑦ 소매용이 아닌 식품첨가물, 향료, 가공 보조제의 경우 라벨에 반드시 “소매용이 아님” 단어가 들어가야 한다.
- ⑧ 식탁용 감미료의 경우 일일 안전 소비량을 명시해야 한다.
- ⑨ 착색제가 함유된 식품의 경우 라벨에 약물의 종류(엑기스, 에센셜 오일, maslosmoly 등) 또는 “천연향료” 단어를 명시해야 한다.
- ⑩ 착향제가 함유된 식품의 경우 향료를 구성하는 착향물질, 또는 착향제를 생략할 수 있다.
- ⑪ 이산화황 함유량이 10mg/kg 미만인 식품의 경우 이산화황 보존제 표기를 생략할 수 있다.
- ⑫ 소매용이 아닌 식품첨가물, 향료, 가공보조제의 라벨 전달 방법은 반드시 납품용기에 부착되는 식품 라벨링과 관련한 관세동맹의 “식품 마킹 관련” 기술 규정의 요건을 준수해야 한다.

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

러시아

다. 유해물질 규정

- 러시아의 유해물질 규정은 ‘관세동맹 기술규정 TR CU 029/2012 식품첨가물, 향료, 가공보조제 안전규정’에 따라 시행된다.
 - 수입식품은 관세동맹 국가로 반입되기 전에 단일위생규정에 따라 평가되어야 하며, 유통되는 식품에는 안전성을 입증하는 제조업체의 문서가 첨부되어 있어야 한다.
 - 식물성 원료에는 경작 및 방역을 하거나 해당 원료를 유해성분으로부터 보호하기 위해 사용하는 살충제에 관한 정보(혹은 사용하지 않았다는 내용)가 첨부되어 있어야 한다.
 - 동물성 원료에는 가축 및 조류의 체외 기생충, 질병 퇴치, 가축 및 조류 사육 공간, 물고기 양식 공간의 방역을 위해 사용된 살충제와 가축, 조류, 양식장 내 물고기의 질병 퇴치, 치료 및 예방을 위해 사용되는 제품과 동물용의약품으로 기재된 조류의 먹이에 관한 정보가 첨부되어 있어야 한다.
 - 살충제 혹은 동물용 의약품 사용에 대한 정보 혹은 미사용에 대한 정보가 없는 식물성 및 동물성 원료는 수입 및 유통을 금지하고 있다.
 - 냉동 이외의 조리된 고기, 기계로 뼈를 제거한 가공류의 고기, 조류 고기로 만든 콜라겐 원료 사용을 금지하고 있다.

라. 알레르기 규정

- TR CU 022/2011에서는 제 14조와 15조에 알레르기에 관한 규정을 제공하고 있다. 2번의 아스파르테임과 아스파르테임-아세실팜염 정보를 제외하고 식품의 라벨링이 요구되지 않는다.
 - 아래 성분이 식품 제조에 포함되지만 그 존재를 완전히 배제할 수 없는 경우에는 해당 성분의 함유 가능성에 대한 정보를 표시할 수 있다.

▣ 알레르기 반응이 나타날 수 있는 성분 ▣

1. 땅콩 및 그 제품
2. 아스파르테임과 아스파르테임-아세실팜염
3. 겨자 및 그 제품
4. 이산화황, 황산염(kg 혹은 L당 10mg 이상인 경우)
5. 글루텐 및 글루텐을 함유한 곡물 및 제품
6. 깨 및 그 제품
7. 루핀 및 그 제품
8. 조개류 및 그 제품
9. 우유 및 유제품(유당 포함)
10. 견과류 및 그 제품
11. 갑각류 및 그 제품
12. 어류 및 가공 제품
(비타민 및 카로티노이드에 함유된 어류 젤라틴 제외)
13. 셀러리 및 그 제품
14. 콩 및 그 제품
15. 달걀 및 그 제품

출처 : 유라시아 경제위원회(www.eurasiancommission.org)

□ 곡물 성분을 포함하는 시리얼의 경우, 글루텐 혹은 글루텐이 함유된 곡물 성분을 사용하지 않은 제품에는 ‘글루텐이 포함되지 않음’이라고 표시해야 한다.

마. 원산지 적용기준

▣ 원산지 규정 구분 ▣

특혜원산지 규정	특혜원산지 규정	FTA에 따라 특혜세율 적용
		일반특혜관세
비특혜원산지 규정	관세, 수입제한, 원산지 표시 등을 위해 원산지를 구별하는 제도	

출처 : WTO ‘Trade policy review 2016’

1) 특혜원산지 규정

- 현재 러시아와 FTA를 체결한 국가는 베트남이며, 특혜원산지 규정이 적용되고 있다. 따라서 EAEU-베트남 협정에 규정되어 있는 요건을 충족시켜야 특혜관세를 받을 수 있다.
- ① 완전생산기준을 충족하기 위해서는 수출국에서 물품을 완전히 생산해야 함
 - ② 직접운송원칙에 따르면 물품의 운송 중에 다른 나라를 거치지 않아야 함
 - ③ 부가가치기준은 일정수준의 부가가치가 발생된 곳을 원산지로 인정하는 것임

러시아

- ④ 부속서 3에는 세 번 변경기준이 적용됨
- ⑤ 부속서 5에는 원산지증명서에 대한 설명과 양식이 첨부되어 있음
- ⑥ 원산지증명서인 Form EAV를 발급받아야 특혜관세 적용이 가능함
- ⑦ 전자시스템(EOCVS) 이용한 경우 원산지증명서 없이 특혜관세 적용 가능

□ 불인정 공정기준에 해당하는 유형은 다음과 같다.

- ① 경미한 작업으로 인해 실질적인 변형이 일어나지 않음
- ② 운송이나 보관하는 중에 상태를 유지하기 위한 보존 공정
- ③ 얼리거나 해빙
- ④ 포장하거나 재포장
- ⑤ 먼지를 없애거나 세척, 산화, 채색, 청소
- ⑥ 다림질하거나 누르기
- ⑦ 채색, 광내기
- ⑧ 곡류의 부분 또는 전체 탈각, 연마, 도정
- ⑨ 설탕이나 각설탕의 채색이나 공정
- ⑩ 견과류, 과일, 채소의 씨 제거하거나 껍질 벗기기
- ⑪ 단순한 연마, 절단
- ⑫ 단순한 분류 및 구분
- ⑬ 병, 캔, 가방, 케이스, 박스, 표면 고정 같은 단순한 포장 공정
- ⑭ 물건 포장의 표기, 로고
- ⑮ 원래 물품에 변화를 없게 하는 단순한 물품 부품의 혼합
- ⑯ 단순한 물품의 조립과 해체
- ⑰ 동물의 도축

2) 일반특혜관세

- 일반특혜관세는 개발도상국에게 특혜 세율을 적용하여 개발도상국들의 경제 발전에 기여하기 위함이며, 우리나라는 개발도상국으로 분류되어 일반특혜관세를 적용받아 왔다. 일반특혜관세를 받기 위해서는 원산지 기준 충분가공공정, 완전생산기준 직접운송원칙 요건을 충족시켜야 한다.
- 수입자는 수입 신고 시에 일반특혜관세를 요청해야 하며, 수출국의 원산지 증명서 유효기간은 발급 후 1년이다.
 - 우리나라 원산지증명서의 전자인장 및 서명은 불인정되고 있기 때문에 러시아 신청 세관에서 수기인장 날인 및 담당자 서명을 받아야 한다.

3) 비특혜 원산지 규정

- 양자 간 무역 협정을 제외한 일반적인 원산지 판명 시에 적용하며, 완전생산기준과 실질변형기준으로 나눌 수 있다. 완전생산기준은 전 생산과정에서 당해 국가만의 재료를 사용한 것이며, 실질변형 기준은 2개 이상의 국가에서 생산되었다면 실질적 변형이 이루어진 나라를 원산지로 선정하는 것이다.
- 원산지 증명서 종류 중 기본형은 크게 ST-1형, ST-2형, A형, 일반형으로 나뉜다. ST-1형은 CIS 국가와 조지아, ST-2형은 세르비아, A형은 EU국가, 터키, 미국, 캐나다, 몬테네그로가 해당되며, ST-1,2와 A형을 제외한 모든 국가는 일반형에 해당된다.

4) 원산지 증명서 발급

- 원산지 사전결정 신청은 신청자의 이름과 주소, 제품명, 상업적 특징 등이 기입된 신청서를 제출함으로써 가능하다. 신청서를 접수한 세관은 30일 이내에 불충분한 자료를 신청자에게 요청해야 하며, 신청자는 요청받은 날로부터 60일 이내에 이를 제출해야 한다.
- 원산지 증명서는 러시아 연방 상공회의소에서 발급이 가능하며, 신청서는 연방 상공회의소 홈페이지에서 확인이 가능하다.
 - 발급한 기관은 발급일로부터 3년 간 원산지증명서의 원본과 기타서류를 보관한다.

3. 식품인증제도

- 러시아는 2013년부터 소비자 보호를 위해 제품의 품질과 안전을 보장하는 유라시아경제연합의 공동기술규정(TR-CU, Technical Regulation of Customs Union)을 따르고 있으며, 2015년 1월 1일 유라시아경제연합의 정식 출범 이후 공동 기술규정을 적용하고 있다.
- 유라시아경제연합 국토 내로 제품을 반입, 유통, 판매하기 위해서는 공동기술 규정에 따라 모든 신선 및 가공식품의 생산, 저장, 운송, 판매, 처리 등에 대한 적합성 인증이 필요하며, 적합성이 인증된 제품은 유라시아 경제연합 공동인증마크인 EAC(Eurasian Conformity)를 표기한다.
 - EAC 마크가 부착된 제품은 모든 유라시아경제연합 회원국에서 사용할 수 있다.



- 적합성 인증은 제품의 용도, 환경, 사양, 위험성에 따라 분류할 수 있다. 일반적으로 식품에 적용되는 적합성 선언(Declaration of Conformity)과 비식품에 적용되는 적합성 인증(Certification of Conformity)과 국가등록증(Certificate of State Registration)으로 구분된다.

Ⅰ 적합성선언(DoC) 절차 Ⅰ

절차	단계	주체	소요기간	준비사항
1	신청서류 준비 및 자기선언서 작성	제조업체	2-3주	제출서류는 하기 참조
2	평가원의 방문평가 수행	시험기관 및 공인 인증기관		-
3	EAC 마크 부착	제조업체		-
4	자기선언서 온라인 등록	시험기관 및 공인 인증기관		-

출처 : 러시아 연방기술표준청

가. TR CU 인증

- TR CU(Technical Regulations of Customs Union)는 기존의 관세동맹 3국(러시아, 벨라루스, 카자흐스탄)의 인증제도를 모두 통합한 것으로 기존의 인증제도 인증서는 2015년 3월 15일부터 TR CU로 전면 교체해야 한다.
 - TR-CU의 EAC(Eurasian Conformity) 인증 마크 없이는 통관과 판매가 불가능하며, 모든 품목의 신선식품과 가공식품이 인증 대상이다.

Ⅰ TR CU 구분 Ⅰ

단일 선적	연속 선적
<ul style="list-style-type: none"> - 단발성 계약시 적합 - 관세동맹국 내 등록된 현지 법인, 지사, 수입업자 또는 딜러와 실질적인 수출업자(제조업체) 간 계약서 바탕으로 발행 - 반드시 수입업자와 수출업자 간 계약서 첨부 - 계약서에 명시된 수량과 기간까지 유효 	<ul style="list-style-type: none"> - 반복적 수출과 다수와의 계약 시 적합 - 최소 1년에서 최대 5년까지 인증 - 불특정 다수를 대상으로 무한정 수량에 대한 인증 - 제조업체의 QMS와 사후공장심사가 요구 - 사후공장심사 중 결함이 발견된 경우 인증서 취소

출처 : 세린스 Cerins(www.cerins.net)

- 신청자는 관세동맹국 내 등록된 현지법인, 지사, 수입업자, 딜러이며, 연속 인증의 경우 샘플 테스트 또는 공장심사가 필수이다. 전체 필요서류 제출 및 공장심사 후 2주 정도 소요되나 제품 특성 및 사양에 따라 달라질 수 있다.
- 인증기관이 해외에 지사를 두고 있지는 않지만 공인된 인증 대행발급기간을 통해 인증을 대행할 수 있다. 우리나라의 경우 한국화학융합시험연구원이 이를 대행하고 있다.

나. GOST-R

- 현재는 GOST-R 인증을 모두 TR CU 인증으로 바꾸려고 하는 추세로 점점 이 인증은 없어질 것으로 전망된다.
- GOST(ГОСТ)는 유라시아 표준화, 계측 및 인증위원회(EASC, Euro-Asian Council for Standardization, Metrology and Certification)에서 규정한 국가기술표준규격으로 CIS 국가들이 공통적으로 광범위하게 채택하는 CIS 지역규격(Regional standard)이다. GOST는 러시아어로 '정부 규격'을 뜻하는 'GOsudarstvennyy STandard' 단어의 약자이다.

러시아

- 그러나 국가별 인증기관과 발행되는 인증서 등이 각자 다르기에 국가별 GOST 인증서는 각각 다르게 이용된다. [현재 러시아는 GOST-R을 채택해 사용하고 있다.]
- GOST-R(Г O C T - P)은 러시아에서 생산·판매·유통되는 상품(재화, 서비스)에 대해서 자국내의 소비자를 보호하기 위해 도입 및 시행되고 있는 러시아 연방 필수·자율 인증제도로 볼 수 있다.
- 필수 인증 대상 제품 목록은 2009년 12월 1일 러시아 연방 정부 명령 982호에 정의돼 있으며, 1년에 한 번씩 지속적으로 개정되고 있다.
- GOST-R 인증 국가표준규격은 러시아 국가표준위원회 정보포털 사이트(<http://standard.gost.ru/wps/portal/>) 내 현재 국가표준 카탈로그(Каталог действующих национальных стандартов)에서 검색이 가능하다. GOST-R 인증서에는 GOST 마크가 부착된다.



다. GMO / 유기농

- 러시아는 2016년 7월 4일 358-FZ호 ‘유전공학 분야 정부규제 개선에 관한 러시아 연방 수정 법률’(통상 ‘GMO 금지법’)에 서명하였다. 2017년 7월 1일부터 발효된 조항은 ‘GMO 금지법’ 위반 시 최대 50만 루블(2020.08.19. 기준 807만원)의 벌금이 부과될 수 있다.
- GMO 금지법은 러시아 연방 내에서 GMO 작물의 생산과 종자 수입금지, GMO 제품 수입 시 허가 등록 절차 등 GMO의 가공과 수입에 대한 통제와 모니터링을 주 내용으로 포함하고 있다.
- 또한 2017년 5월 13일에 GMO 조사법을 제정하였으며, 이는 GMO 제품 조사 결과가 인간과 환경에 부정적인 영향을 끼친다는 결과로 나올 시에는 ‘소비자 권리 보호 및 인간복지 관리창’에서 GMO 등록·인증을 취소할 수 있다는 내용을 포함하고 있다.
- 세계무역기구(WTO) 규정 상 모든 GMO 관련 물품 수입을 규제할 수 없기 때문에 허가·등록 절차를 거쳐 수입을 허용하고 있는 상황이다.

- GE(Gene Engineering) 성분이 있거나 GE 재료로 가공된 제품의 경우에는 라벨에 'GMO 제품' 또는 'GMO로부터 얻은 제품'임을 러시아어로 표시해야 하며, 최대 0.9%까지 허용된다. TR TS 022/2011에 따른 GE 라벨 규정은 다음과 같다.

Ⅰ GE 라벨 규정 Ⅰ

구분	표시명
독자 생존하는 GE 성분 포함	Product contains live genetically modified microorganism
독자 생존이 불가능한 GE 성분 포함	Product is obtained based on genetically modified microorganism
GE 성분으로 얻은 제품	Product has components that are obtained based on genetically modified microorganism

출처 : 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report(20.01.28.)

- TR TS 015/2011에 따르면 GE 유기체/라인이 0.9%보다 높을 경우, 포장되지 않은 상태로 운송되는 곡물/유류에는 추적성을 보장하고, 정보를 제공하는 선적 문서가 수반되어야 한다. 등록된 GE 라인만 포함할 수 있으며, 미등록 GE 라인이 0.9%를 넘을 시에는 GE 와 Non-GE 제품 모두 금지된다.
 - 2017년 EEC는 GMO 마크를 부착하도록 TR TS 022/2011 규정을 개정하였다. 2018년 12월 26일부터 시행되었으며, 18개월의 잠정 기간을 설정했다.
- 국제생명공학응용정보서비스(ISAAA)에 따르면 러시아 내 승인된 GMO 작물은 옥수수 15종, 감자 2종, 쌀 1종, 대두 9종, 사탕무 1종이 있다.
- 공식적으로 인정된 유기농 인증은 없으나 생산자와 수입자가 자발적으로 인증할 수 있는 국가기준 GOST-R 57022-2016 '유기농제품 자율인증 절차'(Organic production. The procedure of voluntary certification of organic production)가 2017년 1월 1일부터 시행되었다.
 - 2018년 1월 1일 GOST 33980-2016 '유기농제품 생산 규제, 가공, 라벨 표시 및 이행 절차 (Organic production. Production regulations, processing, labelling and implementation)'가 시행되었다.
- 러시아 정부는 유기농 제품에 대한 입법을 계속 추진하고 있으며, 2018년 8월 3일 연방법 280-FZ호 '유기농 제품에 관한 법률 및 러시아 연방의 특정 입법에 관한 법률 개정안'에 서명하였고, 2020년 1월 1일부터 시행되었다.
 - 이를 통해 러시아 정부는 유기농 제품의 제조, 보관, 운송, 라벨링, 마케팅을 규제할 것이며, 구체적인 지원 메커니즘, 유기농 제품 수입 지침에 관한 법률 등 세부 사항은 아직 논의 중에 있다.

러시아

라. 할랄

- 할랄 인증은 의무는 아니나 '러시아 이슬람 교권자협회'(Council of Mufties of Russia)에서 발급하는 자체 인증 시스템을 통해 할랄 마크 표기가 가능하다.
- 할랄 인증 절차는 먼저, 할랄 인증 센터의 표준 문서에 따라 인증 신청서를 등록한다. 이후 인증 및 검사를 위한 계약을 체결하여 검사팀을 구성한다. 센터가 선정한 연구 및 측정 수행 순서에 따라 검사가 시행되며, 문제가 없을 경우에는 국가 승인이 포함된 인증서를 발급한다.



마. 상표권

1) 러시아 특허청을 통한 상표 출원

- 상표 출원은 러시아 특허청에서 담당하고 있으며, 이를 특허청 산하의 연방 산업재산권 연구소에서 심의를 진행한다. 개인 혹은 법인이 국외에 주소지를 두고 있는 경우에는 변리사를 통해서만 신청이 가능하다.
- 러시아는 선출원 주의를 채택하고 있으며, 상표 출원에서 등록까지 약 1년 6개월 정도가 소요된다. 상표등록은 출원일로부터 10년간 유효하며 이후 수수료 납부를 통해 10년씩 갱신이 가능하다.
 - 갱신은 존속기간 마지막 해에 진행되며, 유효기간은 6개월이다.

상표권의 종류

구분	내용	관련 법률
상표 (Trademark)	- 기호, 어휘, 알파벳, 기타 기호, 색상 혹은 상표로서의 조합 - 타인의 상품·서비스와 식별 가능해야 함	민법 제 1477조 민법 제 1482조
서비스마크 (Service Mark)	- 타인의 서비스업과 식별되기 위해 사용하는 마크를 의미 - 라디오 및 프로그램 제목, 캐릭터 이름 등	민법 제 1477조
단체표장 (Collective Mark)	- 단체에 소속된 사람이 생산하거나 판매하는 상품을 지정하기 위한 상표 - 단체표장 및 그 사용권은 타인에게 이전 불가능	민법 제 1510조
저명상표 (Geographical Indication)	- 지리적 특징을 가진 제품을 식별하는 상표 - 주어진 지리적 영역 내에서 적어도 하나의 제품 생산 단계가 이행되어야 하며, 제품 특징의 주요 요인이어야 함	민법 제 1516조
지리적표시 (Appellation of Origin of goods)	- 국가, 도시, 지역 또는 지리적 위치의 명칭이나 파생어로서 제품과 관련하여 저명해진 명칭	민법 제 1516조

출처 : 한국지식재산보호협회, 러시아 특허청

- 규정된 서류 목록을 제출한 뒤, 수수료를 납부해야 하며, 출원일로부터 약 1개월 이내에 심사 결과가 통지된다. 만일 서류가 미비하고, 심사관이 보완 요청한 서류를 제출하지 않을 시에는 상표 출원의 취하 선언 결정을 통지한다.

필요한 서류 목록

1. 출원신청서(성명, 주소, 표장, 설명, 지정상품 혹은 서비스업 목록 등)
2. 출원인에 의해 서명된 위임장
3. 문자 상표의 경우 최대 10*10cm 표장의 인쇄물 30개
4. 우선권을 주장하는 경우, 우선권 증명서류(출원일로부터 3개월 이내 제출)
5. 수수료 납부 증명서

- 표장의 등록서 및 선등록상표, 선출원상표와의 유사성에 대한 실체검사는 약 1년 정도 소요되며, 표장의 등록과 거절이 결정된다. 보충자료 미비로 인한 거절의 경우 제출 요청서를 받은 날로부터 2개월 이내에 제출해야 하며, 6개월 동안 연장이 가능하다.
 - 불복하는 경우, 결정서 수령일로부터 3개월 이내에 불복심판을 청구할 수 있으며, 정당성이 확인되면 2개월 이내에 회복될 수 있다.

러시아

2) 마드리드 협정 및 의정서를 통한 국제 상표출원

- 러시아는 1976년 7월 1일부터 마드리드협정 의정서의 당사국이 되었으며, 상표권 소유주들이 하나의 신청서를 제출하고, 마드리드 연합의 회원국에 수수료를 지불함으로써 상표를 보호할 수 있다. 한 번의 제출로 변경, 권리 범위 제한, 등록연장 등의 추가관리가 용이하다.
 - 러시아 상표법의 요구사항이 충족되어야 하며, 예비적 거절이 통지된 경우에는 수령일로부터 2개월 이내에 답변서를 제출해야 한다.
 - 신청 유형은 총 3가지로 마드리드 협정에 의해서만 관리되는 양식 MM1, 프로토콜에 의해서 관리되는 양식 MM2, 마드리드 협정 및 의정서에 의해 관리되는 MM3가 있다.
 - 상표 등록은 신청일로부터 10년 간 유효하며, 부과금을 지불하면 10년 연장이 가능하다.

바. 특허권

1) 러시아 국내 특허 출원

- 러시아의 특허권은 러시아 특허청에서 관리하고 있으며, 러시아 특허청에 외국인 직접 특허 등록은 불가능하다.
 - 출원서는 러시아어로 제출되어야 하지만 기타 다른 서류는 러시아어 혹은 다른 언어로 제출할 수 있다. 하지만 다른 언어로 제출된 경우에는 러시아어 번역문이 첨부되어야 한다.
 - 특허의 존속기간은 출원일로부터 기산하여 20년이며(실용신안은 5년), 그 연장은 마지막 연도의 6개월 기간 내에 3년까지 연장이 가능하다.
- 특허청에 요구되는 서류를 제출하면 심의 후 약 18개월 후에 결과가 나오게 된다. 이후 절차를 거쳐 특허 출원이 진행되며 특허권을 발급받기 전까지는 임시 특허권을 사용하게 된다.

| 필요한 서류 목록 |

1. 특허등록 요청서(성명, 주소, 설명 등 포함)
2. 요약서
3. 대리인에게 위임한 경우 출원인 서명이 담긴 위임장
4. 우선권을 주장하는 경우, 우선권 증명서류(선출원일로부터 6개월 이내 제출)
5. 수수료 납부 증명서

출처 : 해외출원온라인포털(www.newip.biz)

2) 국제특허조약(PCT)을 통한 국제 특허출원

- 러시아는 1978년 3월 25일에 가입한 구소련의 지위를 이어받아 1991년 12월 25일 이래로 PCT의 가입국이 되었다. PCT의 수리관청으로서의 역할은 러시아 특허청이 담당하고 있으며, 국제 조사 기관 및 국제 예비 심사기관의 역할을 수행한다.
- 러시아 특허청을 통해 출원하게 되면, 총 3부를 러시아어로 작성하여 제출해야 하며 PCT 제22조 제1항의 보정안에 따라 PCT 제1장의 국내 단계에 진입한다.

4. 통관 애로 및 비관세조치

가. 통관 애로사항

1) 복잡한 통관제도

- 자국 산업 보호, 외화유출 억제, 재정확보를 위해 엄격한 수입관세, 규격인증 제도 도입 등 통관 과정에서 요구하는 서류와 절차가 복잡하여 외국상품의 통관이 어려운 실정이다.

 - 다수의 정부기관에 승인이 필요하고 사회주의적 관습이 만연하며 전산시스템의 구축이 미비하여 통관업무가 복잡하다.
 - 세관마다 통관관행이 일률적이지 못하고(중앙 연방세관, 동부세관, 서부세관마다 HS Code 차이 존재) 관세법을 자율적으로 해석하는 사례가 있고 국제 물류 통관관행을 적용하지 않는 사례가 있다(보세운송, House B/L, 조건부 통관 등).
- 러시아는 HS Code별 최저 단가를 등록함으로써 등록된 제품 단가보다 낮은 가격으로 등록하는 것을 방지하고 있다. 따라서 HS Code를 근거로 러시아에서 적용하는 세율이 강제 반영되어 인보이스 금액이 상향 조정되는 상황이 발생한다. 이 과정에서 서류를 보완제출하면서 통관이 지연되기도 한다.
- 샘플을 러시아로 보낼 경우 UPS, DHL, TNT 등 국제물류기업을 활용하더라도 세관에서 내용물 검사로 배송 지연 사례가 많으며, 관세법 155조에 따라 기타세금의 일부 혹은 전부를 면제 받을 수 있지만, 통상적으로 지켜지지 않는다.

 - 세관 저가신고를 방지하기 위한 물품별 표준무게 규정 및 관리 시스템을 활용하고 있으나 실제 중량과 차이가 있을 경우 밀수로 간주하여 추가 검사를 실시한다. 이로 인해 통관이 지연되고, 비용이 발생한다.
- World Bank에 따르면 러시아의 통관 행정 평가 부문은 190개국 중 99위를 기록하며, 아직까지는 낮은 순위를 보이고 있다. 그러나 수출입 국경통과 소요시간과 비용이 점차 줄어들고 있어 개선의 여지가 보이고 있는 상황이다.

통관 소요시간 및 소요비용(2017~2019)

(단위 : 시간, 달러)

구분		2017	2018	2019
수출 시 소요시간	서류	25.4	25.4	25.4
	국경통과	96	72	66
수출 시 소요비용	서류	92	92	92
	국경통과	765	665	580
수입 시 소요시간	서류	42.5	42.5	42.5
	국경통과	96	38.6	30
수입 시 소요비용	서류	152.5	152.5	152.5
	국경통과	1,125	587.5	587.5
총점(점수)		57.96	69.20	71.06
순위		140위	100위	99위

출처 : World Bank, Doing Business 2017, 2018, 2019

2) 높은 통관비용

- 러시아는 수입관세를 통해 국가재정 수입을 확충하고 있다. 평균 수입관세율은 11%, 부가가치세는 18%이며, 그 외에도 특수품목세, 각종 수수료, 인증서 및 증명서 취득비용, 법인세 등 현지 판매 가격에 미치는 부수적인 비용이 동반된다.
- 화색 통관, 간이통관, 블랙통관 등으로 알려진 이중통관방식이 통상적으로 이루어지며, 통관 진행 중 서류나 물품에 이상이 없어도 고의적 지연, 횡포 등으로 인해 추가적인 비용 발생 가능성이 존재한다.
- 통관절차상 특징
 - 수입신고는 수입자와 관세사가 할 수 있다.
 - HS Code의 영문 공개가 불가하여 적용이 어렵다.
 - 각 제품 또는 설비에 대한 기술 자료를 준비해야 한다.
 - 통관서류는 러시아어만 인정되며, 영문서류는 인정되지 않는다.
 - 인보이스 상 Under value는 형사처벌 대상이 될 수 있다.
 - 라벨링 내역, 인증서 내역, 인보이스 상 명시된 물품 내역, 계약서 상 물품 내역 등은 동일기입이 원칙이며, 불일치할 경우 반송 조치될 수 있다.

러시아

3) 수출대금 회수 등 결제상의 어려움

- 수출을 진행할 때 러시아 금융권의 높은 거래 기준, 금융기간에 대한 불신 등으로 인해 신용장이 아닌 10~50%만을 선송금하고, 러시아에 제품이 도착하면 완납하는 T/T 혹은 현금거래가 주로 이루어진다.
 - 면허가 취소된 은행에서 발행된 신용장을 근거로 수출한 경우 수출대금 회수가 어려울 수 있기 때문에 주의가 필요하다.
- 관세경감 등을 이유로 러시아 수입업자 측에서 저가신고를 요구하는 경우가 존재한다.
 - 분쟁 방지를 위해 근거 서류를 확보하고, 계약의 분쟁해결절차를 사전에 확인해야 한다.

나. 비관세조치 현황

- WTO에 따르면, 러시아의 2015~2019년 동안 발생한 비관세조치 누적 건수는 수량제한 10건, SPS(위생 및 식물위생에 관한 조치) 77건, TBT(기술장벽) 1건이다.

■ 농식품 비관세조치 현황(2015~2019) ■

적용 범위	비관세장벽	건수
전체국가	수량 제한	10
	위생 및 식물위생에 관한 조치(SPS)	35
	기술장벽(TBT)	1
양자 간	위생 및 식물위생에 관한 조치(SPS)	42
계		88

* HS code 1~23 품목 대상

출처 : WTO

Ⅱ 농식품 위생 및 식물위생에 관한 조치(SPS) 현황(2019) Ⅱ

No.	적용 국가 및 개시일	설명	적용 품목	비고(키워드)
1	불가리아, 슬로바키아 (*19. 8. 14.)	ASF(아프리카돼지열병) 발발로 인해 슬로바키아 및 불가리아산 돼지, 돼지고기 등을 러시아 국토로 수입하는 것을 일시적으로 제한	살아있는 돼지, 돼지 고기, 고기 및 식용찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액	동물 건강, 식품 안전, 인간 건강, 지역화
2	중국 (*19. 8. 15.)	신선과일 수입에 대한 일시적 제한	사과, 배, 모과, 살구, 체리, 복숭아, 천도복숭아, 자두, 슬로(야생자두)	해충, 식물 건강, 식물 보호, 해충의 다른 피해로부터 국토 보호
3	콜롬비아 (*19. 1. 10.)	FMD(구제역)에 취약한 동물과 FMD 바이러스 파기가 보장되는 열처리되지 않은 우유 및 유제품, 양모, 내장, 가죽 등 일시적 제한	FMD에 취약한 살아있는 동물, 유전 물질, 열처리되지 않은 우유 및 유제품, 양모, 머리카락, 내장, 가죽 등	동물 질병, 동물 건강, 구제역
4	코트디부아르 (*19. 10. 28.)	2019년 10월 24일자 연방 동식물위생감시국 서한 FS-KS-7/28112 ASF발생으로 인함	살아있는 돼지, 돼지 고기, 고기 및 식용찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액 등	식품 안전, 동물 위생, 동식물 해충/질병으로부터 사람보호
5	독일 (*19. 2. 5.)	2019년 1월 31일자 연방 동식물위생감시국 서한 FS-KS-7/2288 Palatinate와 Saarland, bluetongue 내 질병 발병 등록으로 인함	소, 낙타, 황소, 양 및 염소 등	동물 질병, 동물 건강, Bluetongue, 지역화
6	한국 (*19. 10. 28.)	2019년 9월 26일자 연방 동식물위생감시국 서한 FS-KS-7/25511 ASF발생으로 인함	살아있는 돼지, 돼지 고기, 고기 및 식용찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액 등	식품 안전, 동물 위생, 동식물 해충/질병으로부터 사람보호
7	라오스 (*19. 10. 28.)	2019년 10월 24일자 연방 동식물위생감시국 서한 FS-KS-7/28193 ASF발생으로 인함	살아있는 돼지, 돼지 고기, 고기 및 식용찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액 등	식품 안전, 동물 위생, 동식물 해충/질병으로부터 사람보호
8	모로코 (*19. 2. 6.)	FMD(구제역)에 취약한 동물과 FMD 바이러스 파기가 보장되는 열처리되지 않은 우유 및 유제품, 양모, 내장, 가죽 등 일시적 제한	FMD에 취약한 살아있는 동물, 유전 물질, 열처리되지 않은 우유 및 유제품, 양모, 머리카락, 내장, 가죽 등	동물 질병, 동물 건강, 식품 안전, 구제역, 인간 건강

러시아

No.	적용 국가 및 개시일	설명	적용 품목	비고(키워드)
9	세르비아 (‘19. 8 15.)	살아있는 돼지, 돼지고기 및 돼지 배아 및 멧돼지 정액이 포함된 제품의 수입 일시적 제한	살아있는 돼지, 돼지고기, 고기 및 식용찌꺼기, 돼지 배아 및 멧돼지 정액 등	식품 안전, 동물 위생, 동식물 해충/질병으로부터 사람보호
10	전체 (‘19. 4. 5.)	2019년 3월 28일자 연방 동식물위생감시국 서한 FS-NV-7/7808 BSE(광우병) 발생으로 인함	살아 있는 소, 소에서 추출한 제품	동물 질병, 동물 건강, 광우병, 식품 안전, 인간 건강
11	전체 (‘19. 2. 7.)	수의학 통제 대상 품목에 대한 요구 사항 규정 수정	유지방을 1.5% 함유하는 제품	식품 안전, 인간 건강
12	전체 (‘19. 12. 19.)	수의학 통제 대상 품목에 대한 개정안 초안 황소 정액, 양/염소/돼지고기 수입에 대한 특정 요건 완화	수의 관리 대상 품목	동물 질병, 동물 건강

* HS code 1~23 품목 대상

출처 : WTO

- TBT는 식품 안전성에 관한 관세동맹 기술규정(TR CU 021/2011) 개정된 제4호는 생물학적 활성 식품 첨가물에 대한 특별 요구사항을 제외하도록 규정하며, ‘치료 및 예방 목적의 식품을 비롯한 특정 유형의 특수 식품 안정성’에 관한 관세동맹 기술규정(CU TR 027/2012) 개정안 제1호는 생물학적 활성 식품 첨가물의 제조, 유통 및 라벨링에 관한 특별 요구사항을 규정한다.

■ 할당 관세 현황(2019) ■

(단위 : 천 톤, %)

품목명	할당량	실제 수입량	비율
신선·냉장 소고기	40	0.3	0.7
냉동 소고기	530	170	32.1
신선·냉장·냉동 돼지고기	400	72	16.9
다진 돼지고기	30	-	-
신선·냉장·냉동 닭고기 (0207.14.2001, 0207.14.6001)	250	27	10.8
뼈 없는 닭고기 (0207.14.1001)	100	10	9.9
신선·냉장·냉동 가금류	14	2	11.3
유장과 변성유장	15	0	0

출처 : WTO

PART V

농식품 진출전략

1. 수출 유망 품목
2. 수출확대 전략

1. 수출 유망 품목

가. 유망 품목 선정 방법

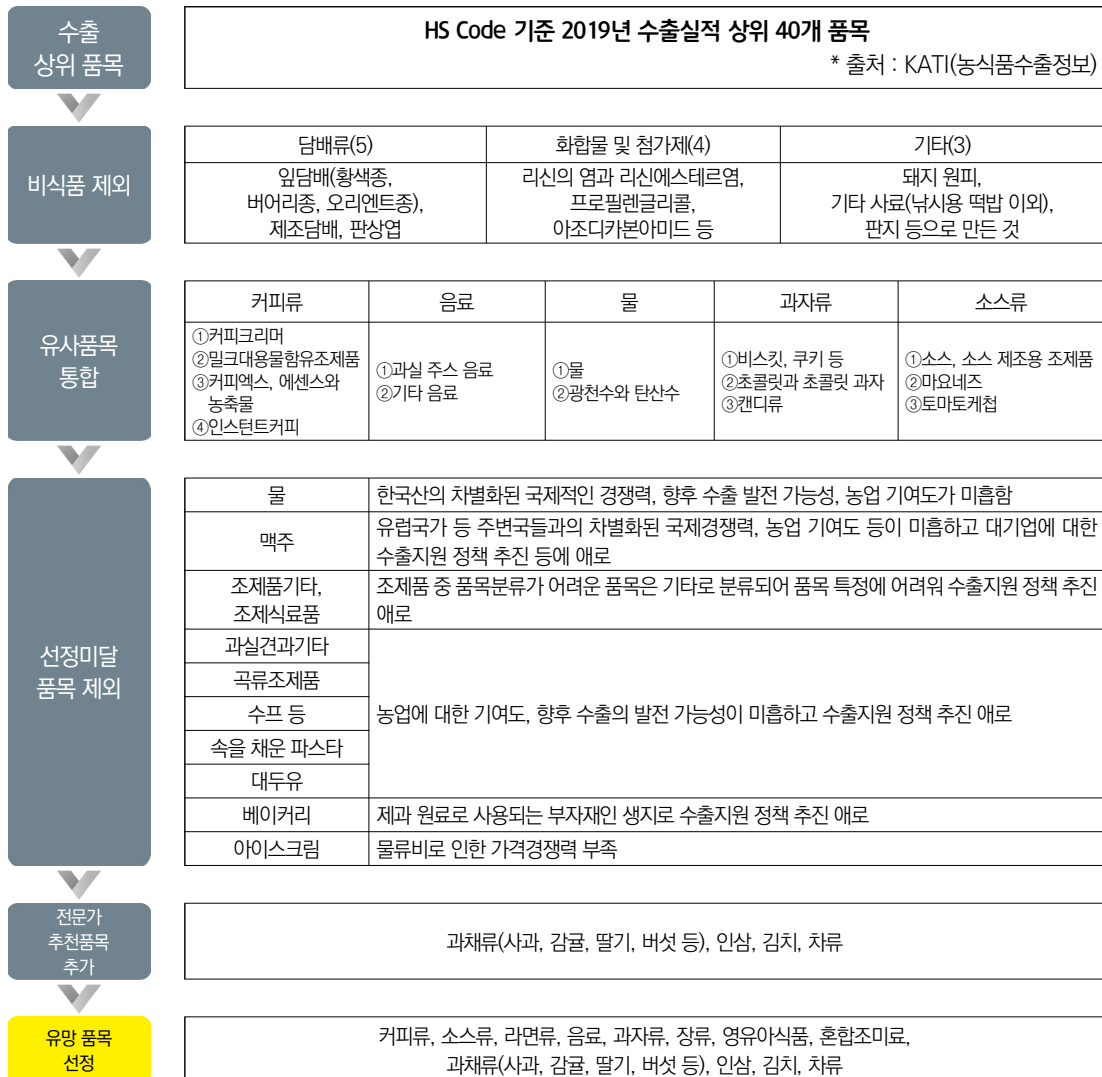
1) 선정기준

☐ 수출금액, 수입시장 규모, 농가소득 기여도, 현지 전문가, 수출전문가 의견 등을 종합적으로 수렴하여, 농식품 산업 기여도, 수출 확대 가능성 등을 고려하여 유망 품목을 선정하였다.

- HS Code 기준 2019년 수출실적 상위 40개 품목을 대상으로 1차 수출 유망 품목을 선정하였다.

- 수출실적이 적어 40대 품목에 포함되지 않았지만, 현지 전문가와 국내 수출전문가 의견을 참고하여 추천 품목을 최종 유망 품목으로 선정하였다.

2) 선정 방식



나. 유망 품목 선정

| 수출 유망 품목 리스트 |

품목 부류	대상 품목	선정 사유
커피류	커피크리머, 인스턴트 커피 등	- 액상 캔커피에 대한 소비자 관심도가 높으며 현지 유통망에 인기에 판매 증임
라면류	라면, 컵라면 등	- 초기 N사를 기반으로 O사, P사, S사 등 매년 다양한 라면들이 수입됨 - 저렴한 가격과 맵고 자극적인 맛으로 라면의 인기가 높아 향후 수요는 지속적일 것으로 판단됨 - 코로나19 확산에 따른 다양한 인스턴트 면류 소비 지속적 증가 추세
소스류	멸치액젓, 마요네즈, 케첩 등	- 이국적인 소스, 조리법에 대한 선호도가 젊은 소비층을 대상으로 수요가 높아짐
혼합 조미료	부침가루, 양념류 등	- 육류를 재우는 용의 양념, 소스류에 대한 수요가 높음
장류	간장 등	- 지속적인 유망 품목 중 하나로 러시아인 식문화에 자리잡음
음료	비타민음료, 알로에음료, 밀키스, 오미자 등	- 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강 음료에 대한 수요가 높아짐 - L사의 제품들을 주축으로 다양한 음료 제품이 유통되고 있음
과자류	쌀과자, 초콜릿 과자, 땅콩OO, 꿀과OO 등	- 2~3년간 다양한 과자 및 캔디류 수입 - O사, C사의 제과품에 대한 지속적 증가 전망
영유아 식품	이유식	- 건강에 대한 관심이 증가하고 있으며 영유아식품 위주로 유기농 시장이 가파른 상승세를 보임
과채류	사과, 감귤, 딸기, 버섯 등	- 한국산 농식품에 대한 수요가 높은 편이고, 중국산 대비 품질 인식이 좋아 시장 전망이 밝은 편
인삼	인삼, 홍삼캔디 등 가공제품	- 건강과 유기농 관련 인식이 점점 높아지면서 해당 품목의 선호도가 증가할 것으로 전망됨
김치	포장(통조림) 김치 등	- 최근 수요가 높아져 앞으로의 수출 전망이 좋음
차류	유자차, 인삼차 등	- 건강식품에 대한 관심과 수요가 높아져 인삼차에 대한 수요가 증가하고 있음 - 현지에서 유자차를 잼이나 꿀로 인식하여 지속적으로 수요가 높음

2. 수출 확대 전략

가. 3C 분석

<p>Customers : 고객</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전체 인구 약 1억 5천만 명과 국토 넓이 1,712만km²으로 세계 1위 국토 면적과 세계 11위 경제 규모를 갖는 대규모 시장임 - 주요 구매층으로 볼 수 있는 25~54세의 인구가 전체 인구의 43%로 높은 비중을 차지하고 있음 - 모스크바와 상트페테르부르크의 인구밀집도가 높은 편이고 나머지 주요 도시들 또한 확장 가능성이 있어 소비가 확대될 전망이다 ○ 자국의 신선농산물 보호를 위한 각종 규제조항 등이 있지만 한국산 농식품에 대한 수요가 높은 편이고 중국산 대비 한국산 농식품에 대한 품질 인식이 좋아 시장 전망이 밝은 편 ○ 최근 건강과 유기농 식품에 대한 관심 증가로 고품질 제품 구매 비율이 높아지고 있음 ○ 대형 슈퍼마켓 등 현대적 유통채널을 통한 농식품 유통이 주를 이루고 있음
<p>Competitors : 경쟁</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 이웃 CIS 국가와 EEU 자유무역경제협정을 맺은 나라들의 제품이 많이 유통되고 있으며 러시아어로 표기된 제품을 수출하는 경우가 많아 소비자들이 더욱 친숙하게 받아들임 ○ 이웃 국가인 중국산 농식품의 경우 가격경쟁력이 높아 현지에서 많이 유통되고 있음 ○ 유럽산 농식품이 모스크바 등 주요도시를 중심으로 많이 유통되고 있으며 러시아를 거쳐 CIS 국가에도 공급되고 있음
<p>Company : 국내</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 러시아 내 한국식품에 대한 인지도는 중국, 일본, 베트남 등 동남아 식품에 비해 인지도가 높지 않았으나, 점차 라면, 초코OO 등 가공식품류를 중심으로 소비자들에게 인기를 끌기 시작하면서 수요가 증가함 ○ 특히 극동러시아의 경우 한류와 함께 한국식품에 대한 관심이 증가하였으며 점차 다양한 품목이 인기를 얻고 있어 전망이 밝음 ○ 한국산은 주로 TSR 철도를 거쳐 유통되므로 물류 기간도 길고 비용도 많이 드는 구조임

나. SWOT 분석 및 최적 전략

강점(Strength)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산 농식품은 고품질이라는 긍정적 이미지를 가짐 ○ 엄격한 생산관리로 신뢰도 높음 ○ 차별화된 포장디자인 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한류 확대로 한국산 농식품에 대한 관심 증가 ○ 한국산 식품류 수입증가 경향 ○ 소비자들의 웰빙에 대한 관심 고조 ○ 식품류의 온라인 판매가 증가추세임

약점(Weakness)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자들이 한국산 농식품에 대한 인식이 높지 않음 ○ 한국산 농식품 홍보가 부족한 실정임 ○ 해당국에 필수/선호되는 인종이 미비함 ○ 브랜드 인지도 미비 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19의 장기화로 소비 위축 ○ 러시아 루블화의 환율 불안요소 ○ 높은 운송/통관 비용 ○ 러시아 정부의 수입산 제품의 현지화 권장 정책으로 인한 거래 회피

SO전략 (강점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국산 제품에 대한 선호도가 높은 편으로 포장에 한국산 표기를 명기하여 구매력을 높일 수 있음 ○ 한국 대기업의 이미지가 우수하므로 품질에 대한 신뢰도가 높기 때문에 시장개척 초기에 이를 마케팅에 활용해 홍보를 강화할 수 있음
WO전략 (약점-기회)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 러시아인의 경우 젊은 층을 중심으로 전문매장이나 현지 온라인 전문점을 통한 구매를 선호하며 틈새시장을 개척하는 방안을 추천함 ○ 러시아 내 알려지지 않은 한국산 농식품에 관심이 많은 고소득층을 대상으로 품목에 대한 지속적인 홍보가 필수적임
ST전략 (강점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 생소한 제품에 대해 다소 느리게 반응하는 경향이 있으므로 정기적인 시식 행사 개최로 홍보함 ○ 선물용 포장 개발을 통한 마케팅을 진행하여 소비층 확대
WT전략 (약점-위협)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19로 인해 국가 간 이동에 제약이 있으므로 샘플 발송 등을 통한 언택트 마케팅 홍보 필요 ○ 대형 온라인 쇼핑몰 내 식품류 매출 증가 추세로 현지 업체 발굴 및 인증 취득이 마케팅에 중요함 ○ 식품의 유통기간에 비해 운송기간이 긴 편이기에 물류특성을 잘 파악하여 운송 약점을 보완해야 함 ○ 러시아 바이어들의 경우 쉽게 기존 거래선을 변경하지 않는 관습이 있으므로 브랜드 파워를 구축해야 함

Key word(핵심단어)

한류, 'Made in Korea', 고품질, 브랜드 인지도, 지속적인 홍보, 높은 물류비용

다. STP 심층 분석

<p>Segmentation (시장 세분화)</p>	<p>1) 소비자 분류</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 성별 분류, 연령별 분류, 소득층 분류 등 <p>2) 시장의 분류</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 대형 마켓, 한국계 마켓, 온라인 마켓 등
<p>Targeting (목표시장 설정)</p>	<p>1) 소비자</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 고품질, 고가인 한국식품 유행에 민감한 중상층 이상의 20~30대 여성을 타겟으로 선정 ◦ 건강에 대한 러시아 소비자들의 관심도가 고조되고 있어 유기농 식품 및 건강식품을 중심으로 노년층을 대상으로 집중 공략 <p>2) 시장</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 대형 마켓 위주로 지속적인 시식행사 및 판촉행사를 통해 현지마켓 이용 소비자를 공략 ◦ 러시아 전역에서 온라인 쇼핑몰을 통한 구매가 인기를 누리고 있으므로 온라인 시장을 집중적으로 활용
<p>Positioning (제품 포지셔닝)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 가격 및 품질 <ul style="list-style-type: none"> - 중국산 《 CIS 국가, 터키산 《 러시아산, 한국산 《 일본산, 유럽산 ◦ 모스크바는 유럽과 인접하여 유럽산에 대한 인지도가 높으며 극동러시아 지역에서는 일본산에 대한 이미지가 높음 <ul style="list-style-type: none"> - 일본산이나 유럽산 포장 및 디자인 벤치마킹과 품질 향상을 통해 한국산 이미지를 높임 - 극동러시아에서 중국산은 낮은 품질과 저렴한 가격의 이미지를 가지며, 타 CIS 국가들의 농식품 또한 자국산(러시아산)과 한국산에 비해 저품질이라는 이미지를 가지고 있음 ◦ 브랜드 선호도가 높아 마케팅의 최우선 과제로 한국산 농식품에 건강과 웰빙 이미지를 부여하여 우수한 제품이라는 브랜드 이미지를 부여한 고급화 전략

라. 4C 전략

1) Customer Value(선택과 집중)

- 현지 고객의 니즈를 파악하여 장류, 혼합 조미료, 과채류, 인삼 등의 제품에 대한 현지화된 상품 개발이 필요하다.
 - 한국식품은 동남아산과 비교해 인지도가 높지 않았으나, 가공식품류를 중심으로 현지 소비자들에게 인기를 끌기 시작하면서 수요증가 추세에 있다.
 - 현지인의 입맛과 육류 소비가 많은 식문화에 적합한 고기류 소스 및 장류 상품개발이 필요하다.
- 대부분 러시아인은 브랜드, 원산지에 대해 많은 관심을 갖고 있으며, “Made in Korea” 제품에 대한 소비자들의 신뢰가 크므로 상품 컨셉과 포장 디자인 등에 한국어 표기를 통해 한국산 식품임을 강조한다.
- 러시아 구매자들은 국제 품질 인증서 및 기술 스펙 등에 관심이 많으므로 TR CU의 EAC(Eurasian Conformity) 인증, ISO 인증, 유기농, 원산지 표시 등 각종 인증을 강조한다.
 - 소비자 보호를 위해 자국 내 유통되는 상품들에 대한 러시아어 표기를 의무화하였으며, 소비자 호응을 위해서는 상품 포장 및 설명서에 러시아어로 표기하여야 한다.
- 한국산 농식품은 품질면에서 유럽산과 비슷한 수준이나, 가격은 다소 낮은 가성비 높은 이미지로 포지셔닝한다.
 - 유럽, 일본산과 비교하면 저렴한 가격이지만, 품질이 좋은 고급품 이미지로 인식할 수 있도록 브랜드, 디자인, 품질개선이 필요하다.

2) Cost(부가가치 창출)

- 수출물량의 규모화, 공동물류회사 지정 등을 통해 물류비를 절감하여 가격경쟁력을 높일 수 있는 다양한 정책 방안을 마련한다.
 - 블라디보스톡과 모스크바 등 직항로의 항공 운임에 대한 교섭을 강화하고 적정물량을 확보할 수 있도록 하여 운임 인하 등 물류 운송의 효율성을 높인다.
 - 부가가치가 높은 신선농식품의 수출 활성화를 위해 블라디보스톡을 경유하여 모스크바까지 가는 경로에 냉장·냉동 운송시스템을 구축해야 한다.
 - 현지 냉장·냉동 공동물류센터 운영지원 확대를 통한 물류비용 부담 감축이 필요하다.

러시아

- 대부분 L/C 거래를 기피하고 T/T Base*를 선호하고 있어 외상거래에 따른 위험부담을 줄이기 위해 수출보험을 적극 활용하도록 한다.

* T/T Base : 전신환송금으로 수입대금의 지급을 은행을 통해 전신 또는 텔렉스를 이용하여 송금하는 방식을 말한다(시사경제용어사전)

- 러시아 유통 시장은 품질보다는 가격을 중시하는 시장으로 현지 소비자들의 구매력을 감안하여 소비자가 손쉽게 구매가 가능하도록 중저가 가격의 제품을 개발하여 가격에 대한 저항감을 줄이도록 한다.

- 일부 고품질 프리미엄 이미지를 가진 한국식품(샤인머스켓, 한국산 부사 등)의 경우, 과도한 포장 및 패키징 비용, 물류비 등으로 인해 소비자의 가격 부담이 더욱 커지기도 한다.

- 따라서, 소포장 패키징 및 현지 가격 수준에 맞는 상품 개발로 가격에 대한 부담을 줄이도록 한다.

3) Convenience(Push 마케팅)

- 러시아는 국토가 광대하므로 항만물류가 가능하고 한국과의 교류가 많은 극동러시아 지역 중심으로 신규시장을 개척한 다음 점차 모스크바 등 경제중심지를 대상으로 한 단계적 시장 개척이 필요하다.

- 가공식품 등 물류 유통에 어려움이 상대적으로 적은 품목은 모스크바 등 극동 러시아 지역 신규시장을 중심으로 개척하는 지역 마케팅 방안을 적극적으로 추진한다.

- 러시아는 CIS 4개국과 관세동맹을 맺고 있어 회원국에 대한 무관세와 EAC인증 사용 가능하며 대체로 CIS 국가 유통망도 보유하고 있어 진출 교두보로 활용한다.

- 대형유통망 진출을 위해서는 MD와의 직접적인 상담보다는 공급계약을 갖고 있는 벤더의 역할이 크므로 판매상을 적극 활용한다.

- 대형매장 내 입점을 통해 시식 행사를 진행하는 것이 필수적이며 이를 통해 소비자에게 한국산 농식품에 대한 인식을 확대하도록 한다.

- 농식품 특성상 신규 유통망 개척 시 벤더와 협업이 절대적으로 필요하며 시장개척 초기 마케팅 물량 제공을 통해 시식 홍보행사를 확대한다.

- 브랜드 충성도가 높은 점을 감안하여 지속적인 광고로 소비자에게 브랜드를 홍보하는 방안과 정기적인 시식, 시음 행사를 통한 한국산 농식품 인식 제고 방안이 필요하다.

- 대부분의 대형유통망에서 전문 온라인 플랫폼을 구축하고 있으며 최근 온라인을 통한 홍보가 활발하게 이뤄지고 있으므로 온라인 포럼을 통해 제품구매 의견을 나누는 등 젊은 세대를 겨냥한 온·오프라인 마케팅에 적극 참여해야 한다.

- 한국 농식품 수출 증대를 위해 먼저 한국식품 자체에 대한 홍보, 현지 거점 확보 등이 선행되어야 한다.

4) Communication(딜러, 소비자와의 소통)

- 러시아에서 가장 중요한 마케팅 전략은 홍보로 파악되며 그중에서도 영상 매체를 활용한 홍보가 소비자의 충성도가 가장 높은 것으로 나타나고 있어 광고매체를 활용하거나 SNS를 통한 동영상 홍보를 확대한다.
 - 최근 온라인을 통한 홍보가 활발하게 진행되고 있으므로 젊은 여성 등을 겨냥한 마케팅 방안이 필요하다.
 - 최근 인기를 얻고 있는 SNS 인플루언서들의 활동 등 포럼이나 기타 온라인상에서의 마케팅을 주목할 필요가 있다.
 - 한류에 대한 인지도가 있기 때문에 이를 활용하면 마케팅에 도움이 될 것이다. 특히 한류 스타를 활용한 한국 농식품 홍보가 진행된다면 효과는 더욱 클 것으로 보인다.
- 코로나19로 인해 온라인 판매가 급격히 증가하는 추세이므로 인터넷 쇼핑몰 입점 등을 통한 온라인 홍보를 병행한다.
 - TV 홈쇼핑은 아직 크게 발달하지 않았으나 인터넷 쇼핑몰 등의 매출이 크게 신장하고 있어 한국산 웰빙 식품류의 판매도 증가하는 추세이며, 팬데믹 이후에도 온라인 매출의 변화는 지속될 것으로 전망하고 있다.
- 한국을 방문하거나 한국과의 관계가 깊은 러시아인을 대상으로 시식 홍보 행사를 추진하고, 한국 방문 러시아인들에게 다양한 홍보물을 제공하는 등 입소문 마케팅을 활용한다.
 - 한류의 영향으로 젊은 층을 대상으로 한국기업 이미지 및 브랜드 이미지가 상승하고 있으므로 이를 활용한 한국 이미지에 대한 브랜드 마케팅이 필요하다.
- 서부 모스크바 지역은 한국식품에 대한 인지도가 낮아 한국식품의 안테나숍 등을 통한 소비자 반응조사를 통해 신규 유망 품목을 발굴하고 현지 대형마트 입점 등을 적극적으로 추진한다.
 - 한국식품 소매업체들의 홈페이지 구축을 통해 현지 소비자들에게 한국식품에 대한 인식을 높이고 프로모션 전개와 전자 카탈로그를 제공하여 한국식품의 홍보를 확대한다.

2020 농식품 신북방시장 진출가이드

러시아

부록

1. 전문가 인터뷰
2. 소비자 설문 조사
3. 유관기관 목록
4. 주요박람회 정보
5. 참고문헌

1. 전문가 인터뷰

가. 전문가 인터뷰 개요

□ 인터뷰 배경 및 조사 목적

- 현지의 식품 및 수출입 관련 전문가 인터뷰를 통해 현지와 농식품 수입과 관련된 내용을 파악하였다. 최근 식품 트렌드, 유통 현황, 수출입 절차, 통관, 검역, 인증 등 국내 데스크 리서치로는 알아내기 힘든 정보들을 조사하고 이전 자료들의 정확성과 신뢰도를 제고하기 위해 실시하였다.

□ 인터뷰 주요 조사 내용

- 인터뷰 대상자 소개
- 농식품 시장 현황
- 현지 식품 트렌드
- 현지의 유통 및 소비 동향
- 한국산 유통 동향 및 경쟁국 동향 파악
- 식품 수입 절차
- 통관 및 검역
- 수입 식품위생제도
- 수출입 동향 등

□ 현지 전문가 인터뷰 리스트

구분	조사 업체 수
수입업체 및 매장	2
유통업체	1
통관 물류 업체	3
인증기관	2

나. 전문가 인터뷰 세부 내용

1) 한국식품

- 현지인이 선호하는 한국식품으로는 라면, 마요네즈, 초○파이, 개별포장된 제품들, 떡볶이 등 간편식 등이다. 주요 경쟁국으로는 이탈리아, 그리스, 스페인, 터키, 중국, 조지아, 아제르바이잔, 아르메니아, 태국(가공식품), 베트남(생물), 우즈베키스탄 농산물 등이 있다.
- 한국산 농식품이 현지에 진출하기 위해 중요하게 여겨야 할 점으로는 가격과 유통이다. 러시아는 가격이 매우 중요한 시장이며 다양한 국가의 제품들이 경쟁적으로 진출하고 있어 가격적인 경쟁력을 갖추지 못한다면 아무리 좋은 제품도 시장에 진출하기 어려울 것이라 판단한다.
 - 마케팅과 시장진입 비용이 과도할 정도로 부담스러우며 특히 부가세 18%는 수입업체들의 부담 요소인데 공동 마케팅 등을 통한 비용 절감이 필요하고 특히 한국정부 차원의 지원이 필요하다.
 - 아직 한국산 농산물은 버섯 등 일부를 제외하고 유통되는 것을 본적은 없으나 여신정책 및 현지 스톡을 비치할 경우 소비자를 개발 할 수 있을 것으로 판단된다.
 - 거리가 너무 멀어 창고 운영 등을 하지 않고 주문에 의한 판매는 구매자를 찾기가 어려울 것이다.
- 기타 건의사항이나 제안사항
 - 최근 떠오르고 있는 한류열풍을 참고하여 K-POP, K-DRAMA를 통해 우수한 한국산 농산물 (딸기, 포도 등)을 소개하여 마케팅을 확대하는 방안을 활용한다.
 - BTS의 높은 인기를 감안하여 한국산 농식품 브랜드에 BTS의 후원 로고 등을 착용할 경우 판매 신장에 큰 도움을 줄 수 있으며, 중소기업이 비용문제로 접근할 수 어려운 유명 아이돌 그룹들의 이미지를 활용할 수 있도록 지원이 필요하다.

2) 통관 및 검역

- 현재 한국으로부터 모듈형 컨테이너로 해상 운송으로 선박이 선적 된 순간부터 블라디보스토크까지 3~5일이 소요된다. 블라디보스토크에서 대부분 통관이 이뤄지며 러시아 전역으로 통관 화물이 철도 또는 항공으로 배달되는 내륙 운송과정을 진행한다.
 - 극동지역을 제외한 대부분의 러시아 지역으로 내륙 운송은 복합 운송을 진행하는 경우가 대부분인데 철로를 통한 내륙 이송과 다시 컨테이너 화물차를 이용한 환적 후 배송이 주로 활용되며 통관은 최근 대부분 블라디보스토크나 나호트카에서 진행된다.
 - 가공식품이 아닌 신선농산물의 경우 별도의 세관이 배정되고 통상 1일 이내 통관과 에어 운송을 연계하는데 이 경우 수입자는 별도의 라이선스를 취득하여야 하며 발송 이전 구비서류를 모두 챙기지 않으면 심각한 문제가 발생할 수 있다.

러시아

- 특히 신선농산물이나 냉장·냉동이 필요한 화물의 경우 서류 미비로 인한 책임은 수취인의 책임이 될 수 있기에 주의를 요구한다.

□ 수입이전 상품 증명 EAC(CU)를 신청하고 러시아 정부에서 정한 기준에 적합한 제품 설명서 및 핵심 9가지 요소를(브랜드 명, 제조자 정보, 연락처, 성분표기, 소비자 클레임 장소, 수입상 정보, 제품정보 등) 표기한 스티커 처리 또는 포장에 러시아로 표기해야만 수입 시 통관이 가능하다.

- 특히 상품 표기와 관련 외부 포장뿐 아니라 소비자가 구매하는 최소단위의 포장에 러시아어 표기는 필수 사항이며 이를 어기고 유통한 것이 적발될 경우 영업금지, 판매 금지조치 및 품목당 6만~7만 루블 정도의 벌금 부과된다.

- 제품의 수출이전 현지어 표기 스티커를 부착하여야 하며 인증발급 시 샘플 테스트를 선택적으로 할 수 있다.

- 외관포장이 아닌 개별 포장에 모두 표기가 되어야 하며 소비자가 인식할 수 있도록 표기되어야 하며, 이후 국경에서 통관 후 철도를 통한 내륙 운송 후 통관 절차를 진행한다.

- 신선과일의 경우 개별 포장을 할 수 없고 박스 포장이 되어야 하는데 포장의 외관에 러시아어 번역을 표기하여야 하며 생산국에서 발송전 필요한 내용을 미리 보내주고 이에 따라 러시아어 표기를 부착하여 발송하여야 한다.

□ 최근 코로나19로 인하여 통관과정이 온라인을 통해 진행되는 방향으로 변화하고 있고 검역과 관련한 주의사항 이외에 최근 전자화된 시스템으로 모든 통관과정을 온라인으로 접수할 수 있다.

- 지불 관련 모든 절차를 온라인상에서 가능토록 지속적으로 시스템이 업그레이드되고 있어 수시로 정부 프로그램의 변화를 주시하여야 한다.

3) 식품 유통

□ 현지산/수입산 농식품은 현지 도매상, 대형유통망 벤더 또는 직접 납품으로 유통한다.

- 러시아의 유명 대형 매장인 푸드시티의 경우 크로스도크*을 이용하여 컨테이너 차량을 매주 보내며 주로 모스크바와 모스크바 주에 관련된 도소매 업체들에게 직판하는 구조이다.

* 크로스도크(Cross dock) : 창고를 보관용이 아닌 유통용으로 사용하는 것을 말하며, 물류의 재고를 줄여서 고객에게 바로 보내는 것을 목표로 한다. 이를 실현하기 위해서는 수요가 커야한다.

- 신선농산물의 경우 푸드시티를 통한 판매는 필수적이며 최근 HoReCa(식자재 유통망)을 통한 판매와 온라인 판매를 고려할 수 있으나 온라인의 경우 특성상 대형 오다 보다는 소비자 기호에 맞는 소포장이 매우 중요하다.

- 마그니트는 벤더를 통해 계약을 체결하며, 물품 납품 후 판매 후 결제하는 방식으로 거래하고 있다. 제품이 부족하거나 재고가 없을 경우 패널티를 받는 조항이 있어 매우 신중하게 계약을 체결해야 한다.

- 대형유통망과의 거래는 필수적이며 다만 대형유통망에 공급하는 조건이 매우 불리한 경우가 대부분으로 자금의 원활한 흐름에 애로가 발생하고 있다.
- 최근 온라인이 성장하고 있으나 아직은 마진이 적고 수량이 그다지 크지 않다.

4) 식품 인증

- 최근 EEU 연합과 관련하여 러시아 이외의 국가에서 발급받은 인증의 경우 러시아 등록원부에 등록하지 않는 것을 원칙으로 하고 있다.
 - 러시아 수입을 위해 러시아 이외의 카자흐스탄, 키르기스스탄 등에서 인증을 받으면 수입은 가능하지만 러시아 인증원부에 등록이 되지 않으며 이로 인한 불이익이 발생할 수도 있다.
 - 통상 큰 문제없이 통관이 되고 있지만 유통 시 구매자들은 러시아 인증을 요구하는 경향이 짙으며 러시아 정부도 러시아 유통 상품에 대한 러시아 인증을 인정하는 분위기이다.
- 러시아 인증시스템을 감독하는 기관은 러시아 소비자청으로 최근 건강식품에 대한 수입이 급증하면서 일부 품목들에 대한 인증 기준 강화를 21년 1월 1일부로 실시하려는 움직임이 있다.
- 수입이전 GOST를 발급받거나 CU(EAC) 등록을 진행하여야만 수입이 가능하고 사전 제품에 대한 러시아어 번역 등이 있을 경우에 인증발급이 수월하다.
 - 경우에 따라 샘플을 요구할 수 있으며 서류만으로도 인증발급이 가능할 수도 있으나 샘플 테스트 없이 등록할 경우 러시아 인증원부에 등록되지 않음을 유의하여야 한다. 통상 D1 인증과 D3 인증으로 구분되며 D1 인증의 경우 발급까지 3주 이내 소요되며 D3 인증의 경우 등록원부에 등록하기 위한 샘플 테스트가 진행되는데 짧게는 4주 이상 소요될 수 있다.
 - EAC 인증의 경우 D1급 인증만으로도 수입 통관에 전혀 문제가 없고 비용도 저렴하므로 대부분의 업체들은 D1급 인증을 신청하고 있으며 기간도 1년에서 5년까지 선택할 수 있다.
 - 유아용 제품의 경우 3세 미만의 상품들에 대해서는 특별 관리 품목으로 지정되어 있어 상당히 까다로운 인증과정을 진행해야 한다.
 - 인증취득은 소비자 및 구매자를 위해 필수적으로 취득해야 하는 절차인데 기존의 유럽인증 CE나 ISO, FDA를 취득한 경우 인증발급에 도움이 되나 필수요소는 아니다.
 - 그러나 한국산 제품이라면 한국의 인증서를 보유하는 것이 절대적으로 유리하며 제조업체의 경우 제조 프로세싱 등에 대해 간략히 정리한 기술적인 문서들이 받쳐줄 경우 빠른 인증 발급에 도움이 된다.

러시아

- 최근 코로나19가 업무 환경변화를 초래하면서 인증 전문가들의 재택근무가 기관별 30% 이상으로 정부가 지시함에 따라 인증 신청 또한 이메일을 통한 방식으로 접수가 가능하며 진행 서류에 대한 사본 제출 시 일부 공증서류를 생략하도록 지도하고 있다.

 - 2021년 1월 1일 부터 전자서명을 인정하는 법안이 통과되었으며 비대면 방식에 의한 인증 신청 및 발급이 가능해졌다.
- 일부 인증 대행기관들이 저가의 가격으로 불법 인증을 대행하는 등의 사례가 발생하고 있는데 러시아 소비자 감독청 등 관련 기관에서 이러한 사례들을 단속하고 있으며 일부 업체의 경우 브로커를 통해 발급받은 인증이 취소되는 사례가 발생하고 있어 이에 대한 주의가 필요하다.

 - 가급적 정부 인가 된 인증기관을 통한 정식 인증절차 진행을 추천하며 너무 가격이 저렴할 경우 의심해야 한다.
 - 기존의 생산국가나 유럽에서 발급된 인증을 제시할 경우 참고할 수 있으나 근본적으로 제품에 대한 러시아 소비자 안전을 위한 인증발급이므로 근본적으로는 러시아 기준에 적합한지에 대한 확인이 가장 중요하다.
- CU(EAC) D1급 발급은 15,000루블 이상이며 D3 인증의 경우 품목에 따라 상당히 조건이 상이 할 수 있어 전문가와의 상담을 통해 비용을 알아 볼 수 있는데 농식품의 경우 유아용 제품이 아닌 경우 비용은 저렴한 편이다.

 - HS CODE 및 제품에 대한 자료 제시 후 소요경비를 산출 할 수 있으며 인증 대행 기관에 따라 가격은 상이할 수 있음
 - 통상 해외인증 대행 기관의 경우 러시아 정부 부과세금에 중간수수료를 책정하는 방식으로 금액이 결정되는데 고가의 서비스 수수료를 책정한다.
 - 경우에 따라 D3 인증의 경우 샘플을 사전 발송하여 테스트 하여야 하며 최소 4만 루블 이상의 비용이 소요된다. 단, 이 경우 러시아 인증 원부에 등록이 되며 인증원부에 등록될 시 인증기간 동안 러시아 수입에 있어 품질에 대한 인정이 승인된다고 볼 수 있다.
 - 현재 대부분의 수입산 상품들은 D1만을 취득해도 수입에 지장이 없으므로 해외 기업들의 경우 D1급 인증 취득을 진행하며 정부조달 등 일부 구매자들이 D3급의 인증을 요구할 시 인증등록 원부 기재를 위한 인증 신청이 있기는 하나 검사 기간은 제품에 따라 2개월 이상 소요될 수도 있어 사전 상품코드명을 제시하고 인증기관에 별도의 문의를 할 필요가 있다.

2. 소비자 설문 조사

가. 소비자 설문 조사 세부 결과

1) 설문 조사 방법과 조사 대상 분석

러시아	<ul style="list-style-type: none"> ● 일시 : 2020년 9월 총 30일간 ● 장소 : 1) 중부러시아 모스크바 : 푸드시티(MOSCOW P. SOSENSKOE, 22nd KM KALUGA HIGHWAY, BUILDING # 10), World Trade Center(MOSCOW Krasnopresnenskaya Nab. 12) 2) 첼라빈스크 : PROPUSK (Industrial Exhibition Center, Chelyabinsk city, ul. 40-letiya Oktyabrya, 21) 3) 온라인 설문자 응답도시 : 모스크바시, 모스크바 주, 상트 페테르부르크, 첼라빈스크, 니즈니 노브고로드, 크라스노다르, 탐보프, 카바르지노 발카리아 주 등 ● 방법 : 한국식품 시식행사 시 고객 대상 무작위 설문 조사 실시 및 온라인 설문 조사 실시 ● 응답자 : 100명
블라디보스토크	<ul style="list-style-type: none"> ● 일시 : 2020년 9월 내 17일간 ● 장소 : 굿데이 한인슈퍼 매장(러시아 블라디보스토크시 스베틀란스카야 거리 37) ● 방법 : 한국식품 시식행사 시 고객 대상 무작위 설문 조사 실시 ● 응답자 : 100명

□ 응답자 프로필

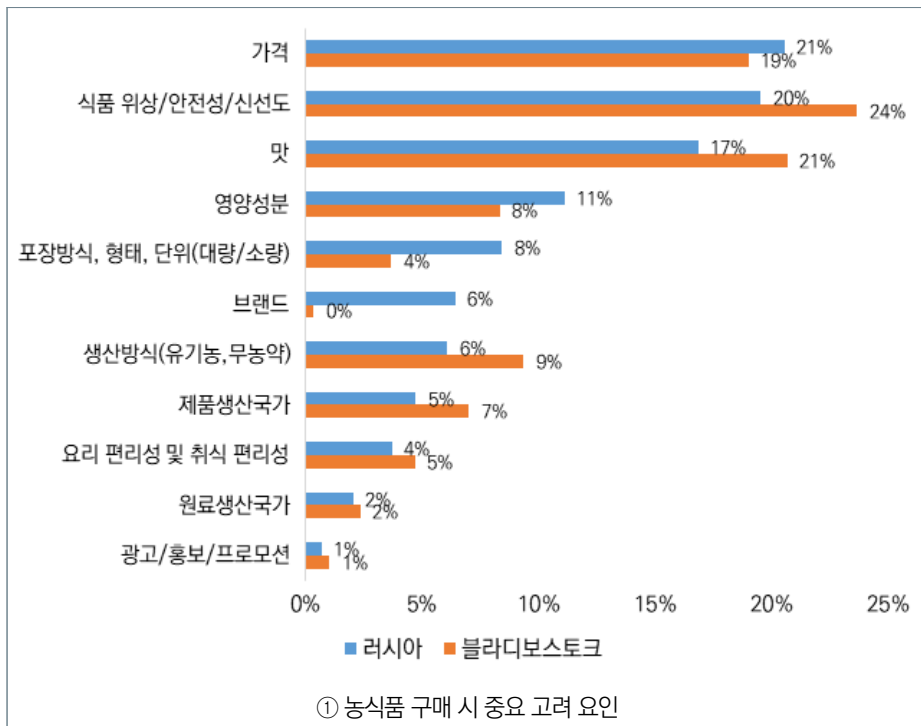
구분		러시아	블라디보스토크	구분		러시아	블라디보스토크
변수	범주	비율		변수	범주	비율	
성별	남자	35%	19%	기혼 유무	기혼	65%	49%
	여자	65%	81%		미혼	32%	50%
	합 계	100%	100%		기타	3%	1%
					합 계	100%	100%
연령	20대 이하	18%	40%	직업군	자영업	15%	12%
	30대	39%	24%		사무직	19%	25%
	40대	23%	25%		생산직	21%	2%
	50대	16%	9%		판매/서비스직	17%	25%
	60대	4%	2%		학생	12%	8%
	합 계	100%	100%		주부	12%	27%
가구 규모	1인	18%	6%		기타	2%	1%
	2인	16%	22%	합 계	100%	100%	
	3인	34%	30%	가구 소득	\$600 미만	20%	22%
	4인	21%	31%		\$600~\$2,000 미만	43%	50%
	5인	9%	9%		\$2,000~\$3,000 미만	27%	17%
	6인 이상	2%	2%		\$3,000 이상	10%	11%
	합 계	100%	100%		합 계	100%	100%

러시아

- 설문조사 응답자 분석 결과 러시아와 블라디보스토크가 대부분 비슷한 양상을 보였으나 연령대는 블라디보스토크는 20대 이하가 40%를 차지하는 반면, 러시아의 경우 30대가 39%로 가장 많다. 1인가구는 러시아가 블라디보스토크(6%)의 3배(18%)이다. 또한, 러시아의 직업군은 생산직이 21%로 가장 많은 부분을 차지한 반면 블라디보스토크는 생산직이 2%로 매우 적고 대부분 주부(27%)가 응답하였다. 사람들의 한 달 평균 가구 소득은 2,000달러 미만은 러시아는 63%, 블라디보스토크는 72%로 나타났다.

2) 농식품의 전반적인 소비행태

- 러시아의 경우, 농식품 구매 시 가격 관련된 요인을 가장 중요하게 생각하고 있으며 식품 위상과 안전성, 신선도 순이며 블라디보스토크는 건강을 최우선시하고 맛과 가격에 대한 관심이 높았다.
 - 중요 고려 요인으로 가격(21%), 안전성(20%), 맛(17%), 영양성분(11%)과 포장방식(8%) 순으로 선택했다.
- 블라디보스토크**
 - 중요 고려 요인으로 안전성(24%), 맛(21%)과 가격(19%), 유기농(10%)과 영양성분(9%) 순으로 선택했다.



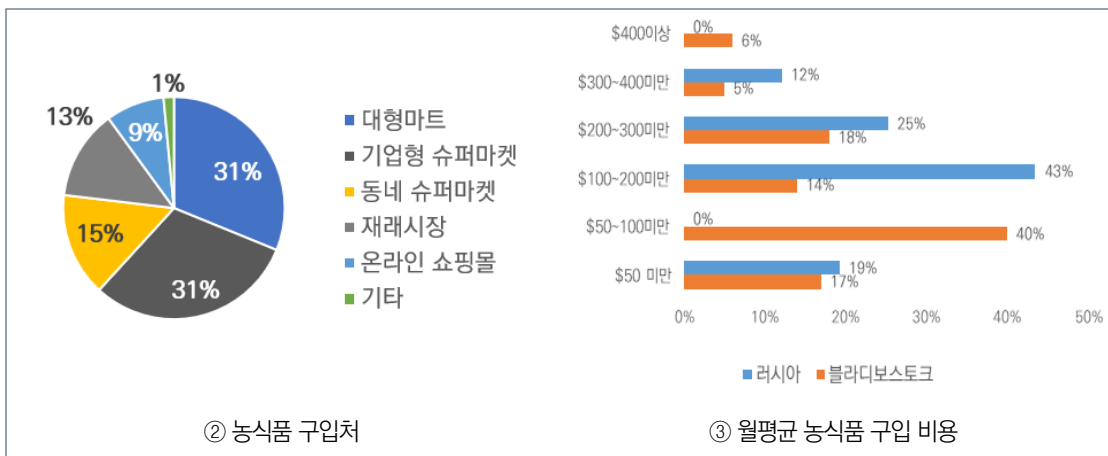
□ 구매 장소는 러시아와 블라디보스토크 구분 없이 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓 등 현대식 매장에서의 구입이 대부분이다. 재래시장에서의 구매율은 낮은 편이며 온라인을 통한 구매도 아직은 미흡한 수준으로 나타났다.

- 현대식 매장 중 대형마트(31%), 기업형&동네형 슈퍼마켓(46%), 백화점(1%)로 총 78%의 현대식 매장 이용률이 높은 것으로 나타났다. 재래시장은 13%로 낮은 편이며, 온라인 9%, 제조사 홈페이지 1%로 온라인 구매는 10% 수준에 그쳤다.

- 러시아의 월평균 농식품 구입 비용은 100달러~200달러 미만이 43%로 가장 높고 월 200~300달러 미만 소비도 25%이며 월 50달러 미만은 19%이다.

○ 블라디보스토크

- 블라디보스토크는 월평균 농식품 구입 비용은 50달러~100달러 미만이 40%로 가장 높고 50달러 미만이 17%에 달하며, 월 200~300달러 이상의 소비자도 18%로 높은 편이다.



3) 수입 농식품에 대한 인식

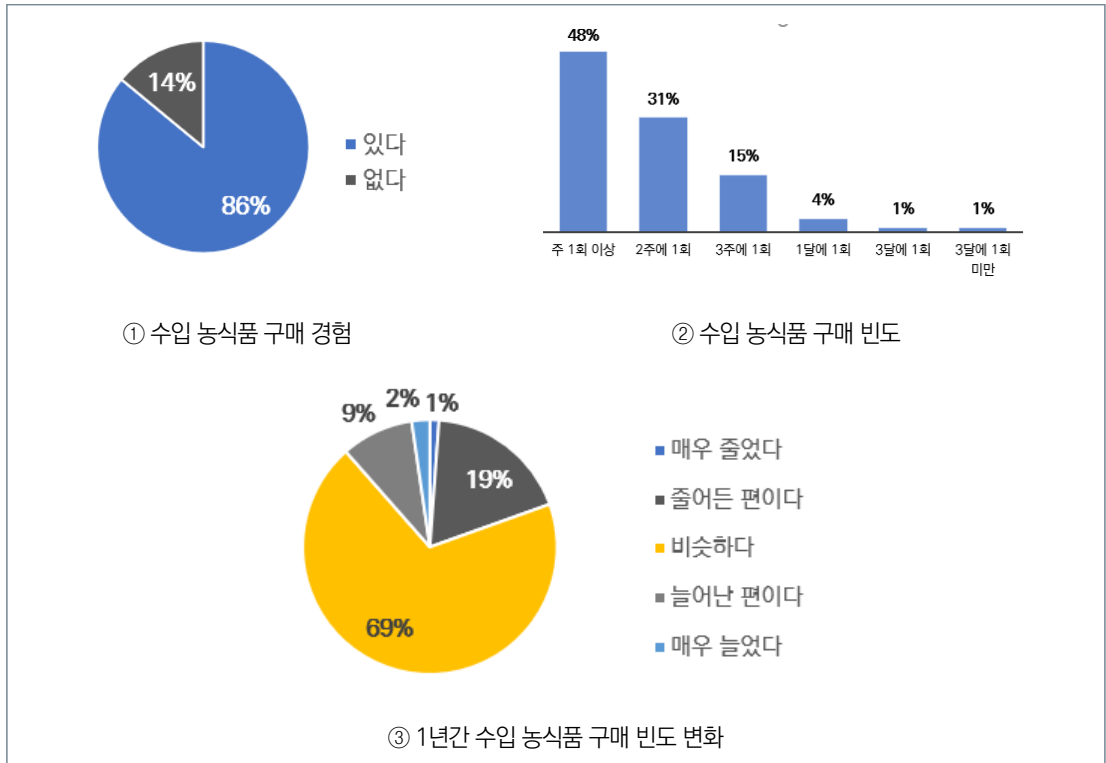
□ 수입 농식품 구매 빈도가 매우 높게 나타나 일상생활에서 수입식품에 대한 거부감은 없으며 좋은 인식을 갖고 있는 것으로 보인다.

- 러시아는 주 1회 이상이 48%로 절반 수준이며 2주에 1회(‘주 1회 이상’ 48%, ‘2주에 1회’ 31%) 이상이 79%로 나타났다.

- 블라디보스토크는 주 1회 이상이 47%, 2주에 1회(‘주 1회 이상’ 46%, ‘2주에 1회’ 19%) 이상이 65%로 나타났으며, 수입식품 구매 경험자의 85%는 월 1회 이상 구매함. 특히 농식품 구매빈도와 비교했을 때, 구매자의 80%가 일반식품 구입 시 수입식품을 함께 구매하는 것으로 나타났다.

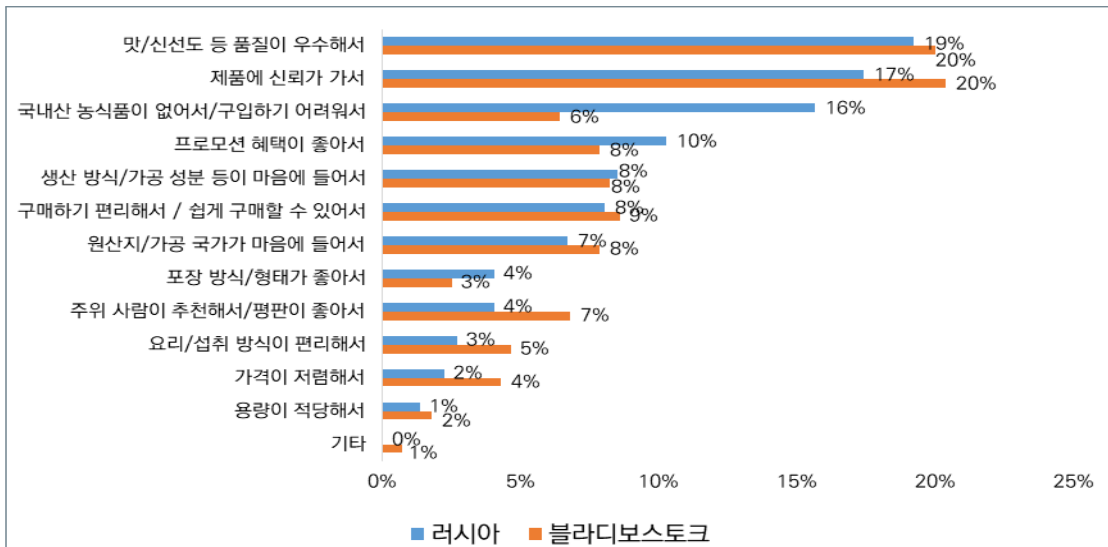
- 연간 수입식품 구매비중은 전년 수준 이상이 80%에 달하나 줄어든 비중도 20%를 차지하였다. 이는 코로나19로 인한 수입식품 환경이 변화한 것에 따른 것으로 볼 수 있다.

러시아

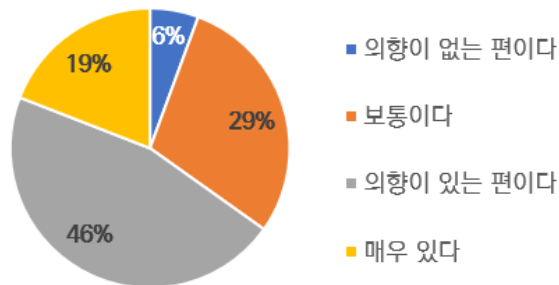


□ 품질 등 수입식품에 대한 신뢰도가 주요 구매요인으로 작용하고 있으며 각종 프로모션이나 손쉽게 구매가 가능한 것도 중요한 요인으로 작용하고 있다.

- 품질(19%), 제품신뢰(17%), 국내산이 없어서(16%), 성분(8%) 등 상품의 선호도가 60%를 차지하고 있으며 프로모션 (10%), 구매의 편리성(8%)도 중요한 요인으로 작용하고 있다.
- 소비자의 94%가 수입식품에 대한 긍정적인 반응과 구매 의향을 갖고 있으며 수입식품에 대한 거부감은 전혀 없는 것으로 나타났다.
- 전반적으로 러시아 소비자들은 수입 농식품에 대한 향후 구매 의향이 매우 높고, 구매 시 안전성, 신선도와 같은 품질적인 면을 중요시했다. 또한, 프로모션과 구매의 편리성에 대한 요인이 높기에 농식품 수출 전략 수립 시 품질 관련이나 판촉전 등 마케팅 전략에 주안점을 고려해야 할 필요가 있음을 시사하고 있다.



④ 수입 농식품 구입 이유



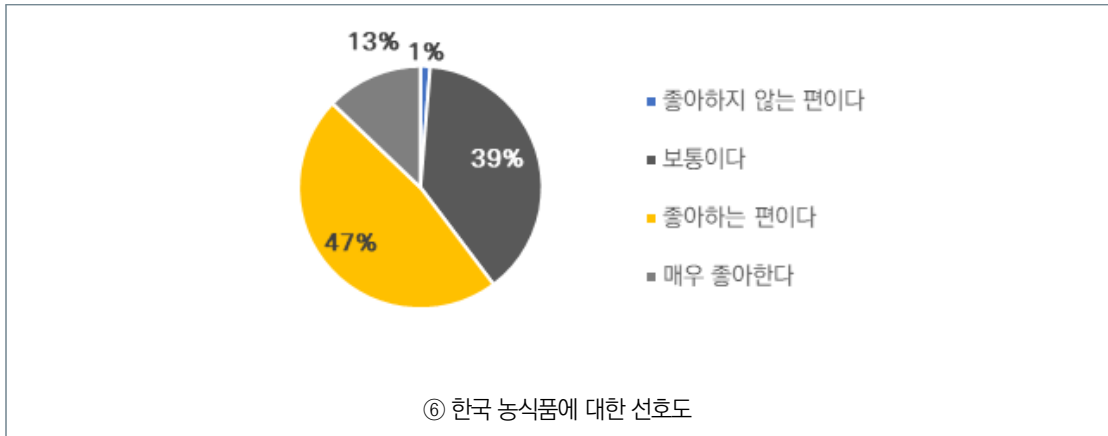
⑤ 향후 수입 농식품 구매 의향

4) 한국 농식품에 대한 선호도와 소비형태

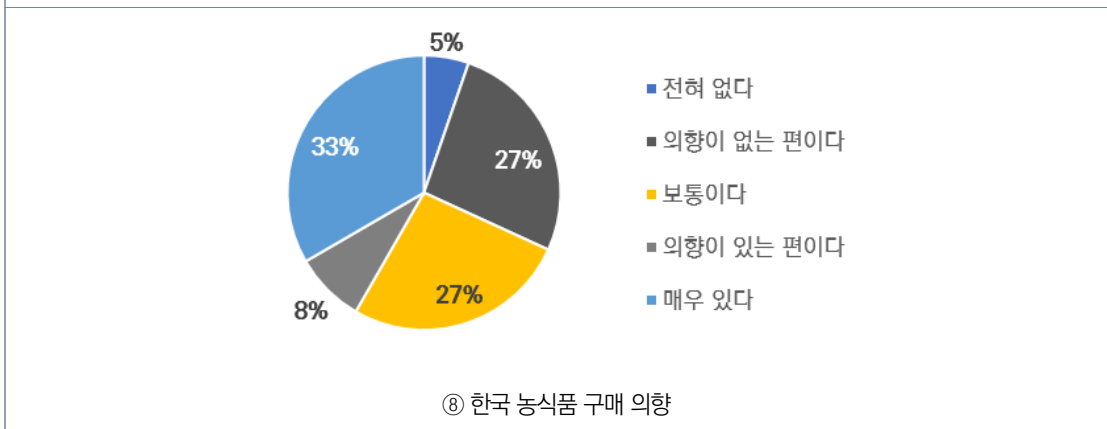
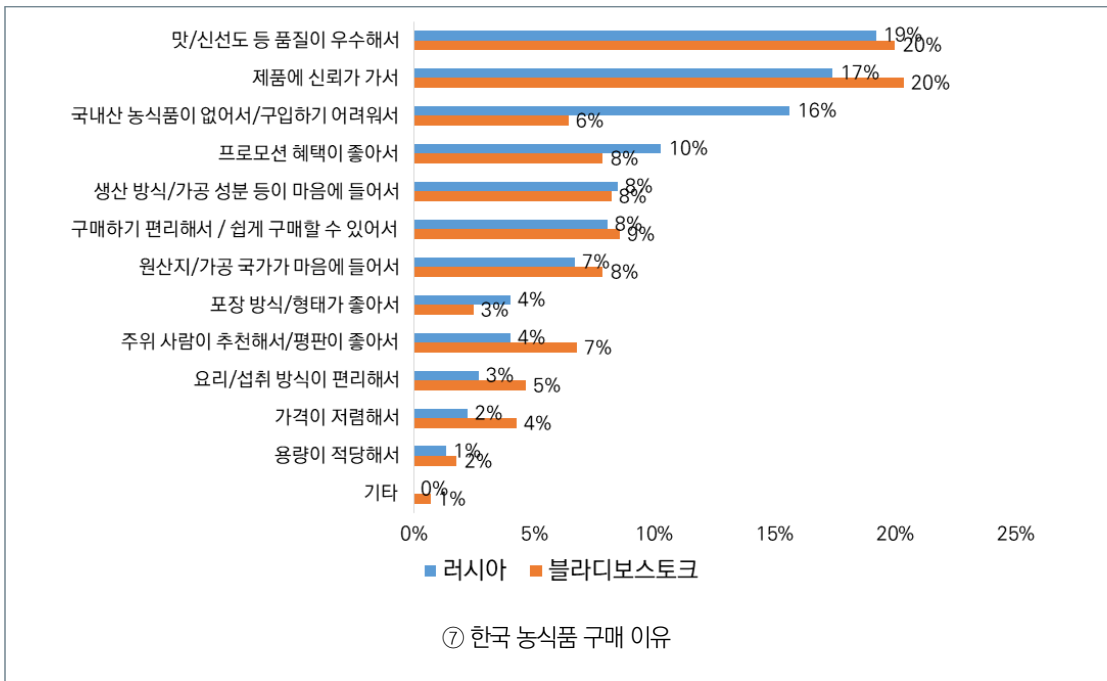
□ 한국 농식품에 대한 선호도가 높아 긍정적인 답변을 한 소비자가 99%로 대부분이며 부정적인 경우는 1%에 불과했다.

- 러시아와 블라디보스토크의 소비자들에게 비교적 한국식품이 친숙하게 여겨지고, 긍정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.
- 러시아의 경우 매우 좋아한다(13%), 좋아한다(47%)가 60%로 한국식품에 대한 선호도가 높으며 보통이다가 39%로 총 전체의 99%가 긍정적인 인식을 갖고 있다.
- 블라디보스토크는 긍정적 응답 95%, 부정적 응답 3%이었다.

러시아



- 제품의 품질과 신뢰성이 한국 농식품의 주요 구매 요인으로 작용하고 있다.
 - 러시아는 우수한 품질(19%), 제품 신뢰성(17%), 자국산 대체(16%), 프로모션 혜택(10%), 생산방식/가공 성분(8%), 편리한 구매성(8%)가 한국 농식품 주요 구매 요인으로 작용하는 것으로 나타났다.
 - 블라디보스토크는 우수한 품질(20%), 제품 신뢰성(20%), 편리한 구매성(9%), 프로모션 혜택(8%), 생산방식/가공 성분(8%), 한국에 대한 선호(8%)가 한국 농식품 주요 구매 요인으로 나타났다.
 - 반면에 러시아와 블라디보스토크 모두 포장 방식/형태, 가격, 용량 등에서는 매력을 느끼지 못하는 것으로 나타났다.
- 한국 농식품에 대한 구매 의향은 매우 있다(33%), 있는 편이다(8%)로 41%이며, 보통이다가 27%로 전체의 68%가 구매 의향을 갖고 있으며 한국 농식품에 대한 거부감이 적었다.



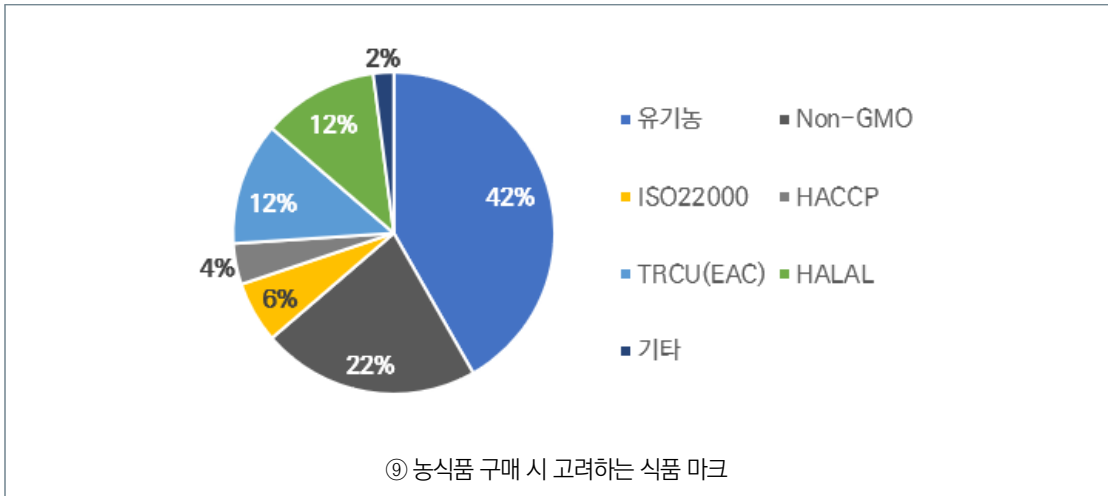
□ 농식품 구매 시 소비자가 중요시 하는 인증제도는 유기농 인증 마크와 Non-GMO 등 안전성 관련 인증을 중요시 하고 있으며 ISO, HACCP 같은 식품 제조관련 마크에 대한 관심은 적은 것으로 나타났다.

- 건강과 관심이 증가함에 따라 유기농과 Non-GMO에 대한 소비자들의 인식과 시장 규모가 점점 커지고 있고, 또한 앞으로도 이런 트렌드는 계속될 전망으로 보인다.

- 러시아는 유기농 인증 마크(42%), Non-GMO 마크(22%)가 높게 나타났으며 ISO(6%), HACCP(4%) 등은 관심이 낮은 것으로 나타났다.

- 블라디보스토크 또한 마찬가지로 유기농 인증마크, Non-GMO는 중시하지만 ISO, TR CU, HACCP, 할랄과 같은 식품 제조관련 마크에 대한 관심이 적었다.

러시아

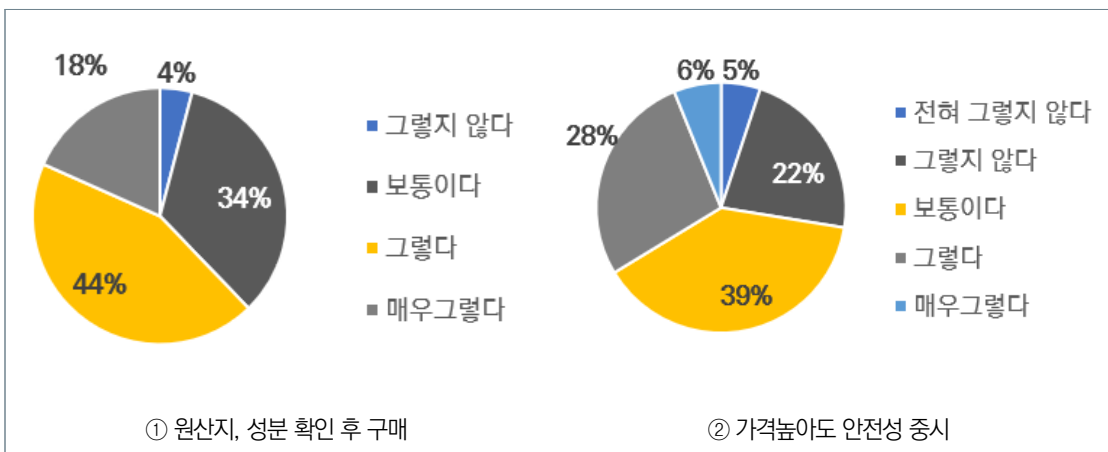


5) 농식품 관련 인식과 소비형태

□ 안전성을 주요 구매요소로 생각하여 대부분 원산지, 성분 등을 확인하고 가격이 높아도 안전성이 높은 상품을 구매하는 경향이다.

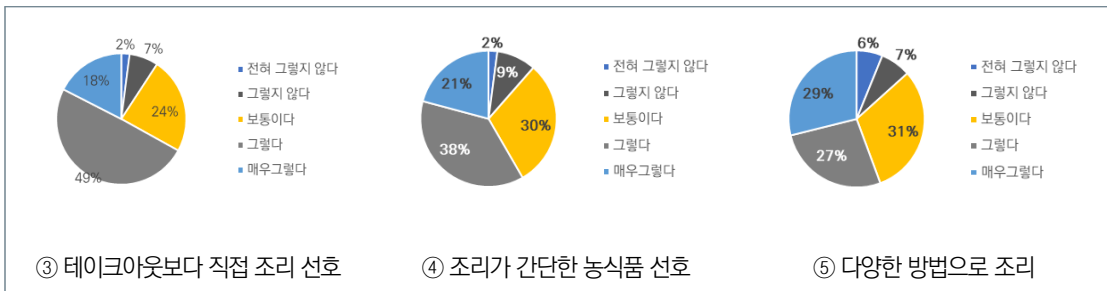
- 농식품 구입 시 원산지, 성분 등을 확인하여 구입한다는 비율이 62%이고 가격이 비싸더라도 안전한 농식품을 선택한 소비자들은 34%를 차지하며 그렇지 않은 경우는 27%로 안전성에 대한 관심이 어느 정도 있는 편이다.

- 러시아에 비해 블라디보스토크가 안전성에 대한 관심이 높아, 원산지, 성분을 확인 후 구입하는 경우가 83%, 확인하지 않는 경우는 2%으로 나타났다.



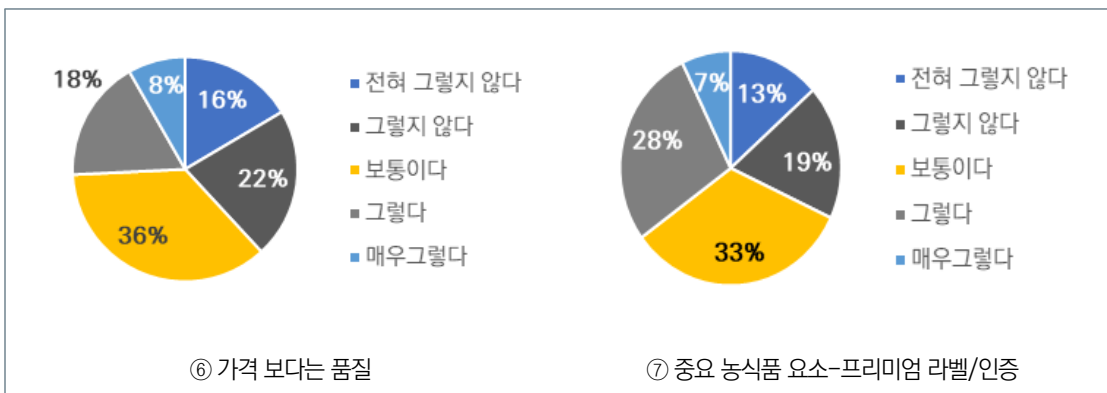
□ 직접 조리하여 먹는 방식을 좋아하며 조리가 간단한 식품의 구매와 다양한 방법으로 조리하여 먹을 수 있는 상품을 선호하고 있다.

- 농식품은 레스토랑이나 테이크아웃해서 사먹는 것보다는 자택에서 직접 조리하여 먹는 방식을 선호하는 소비자가 67%, 조리가 간단한 농식품 선호비율이 59%, 농식품 조리 시 다양한 방법을 이용한다는 소비자가 56%를 차지했다.
- 따라서 조리가 간단하고 다양한 방법으로 조리가 가능하도록 제품의 개발의 필요성을 시사하고 있다.



□ 가격보다는 품질을 우선하고 품질을 보증할 수 있는 라벨이나 인증 등 프리미엄 소비형태를 취하고 있다. 앞서 농식품의 품질 및 안정성을 높이 고려한다는 점과 일맥상통하며 이를 위해 프리미엄 라벨 및 인증이 붙은 고급 농식품 소비 의향이 큰 것으로 보고 있다.

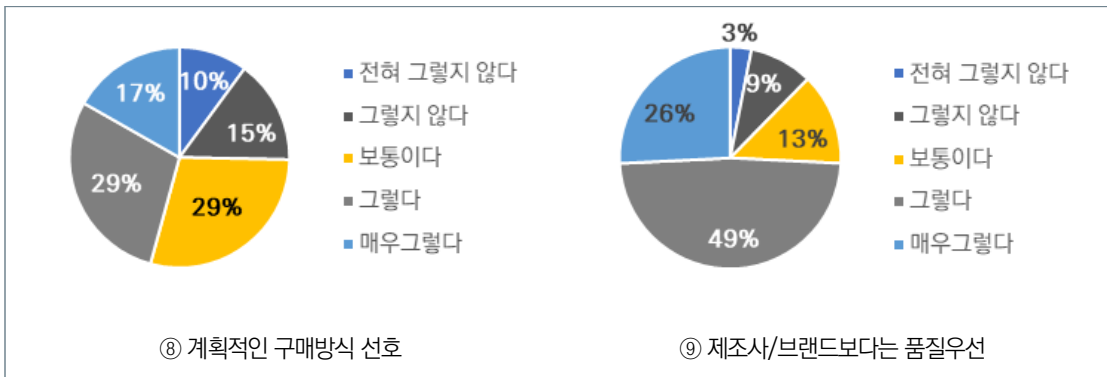
- 러시아는 가격이 비싸도 품질이 좋은 농식품을 선호한다는 소비자가 총 26%를 차지했고, 프리미엄 라벨 및 인증이 농식품 구매에 중요 요소라고 답한 소비자 또한, 총 35%를 차지했다.
- 블라디보스토크는 가격이 비싸도 품질이 좋은 농식품을 선호한다는 소비자가 총 75%를 차지했고, 프리미엄 라벨 및 인증이 농식품 구매에 중요 요소라고 답한 소비자 또한 총 65%를 차지했다.



러시아

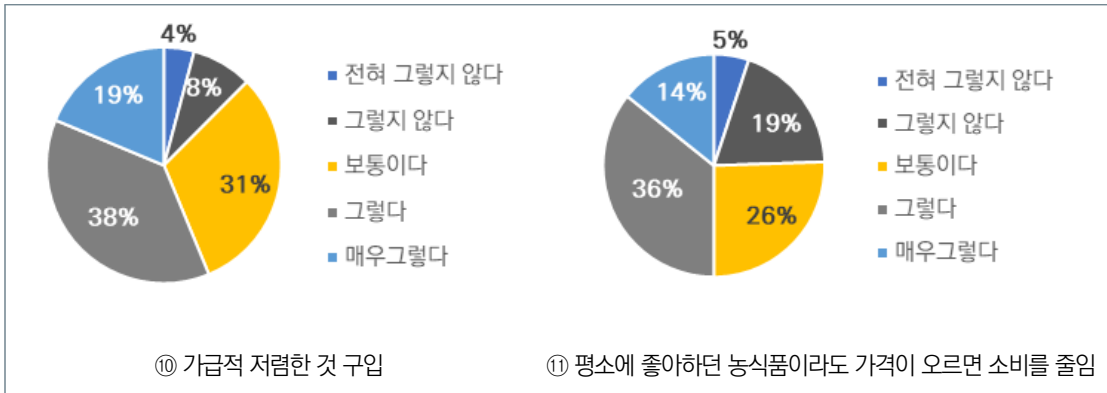
□ 러시아는 계획적인 구매와 브랜드보다는 품질을 우선시하는 합리적 소비행태를 보이고 있으나 블라디보스토크는 계획적인 구매, 브랜드, 품질을 모두 고려한 후 소비한다.

- 러시아는 농식품 구입 시 구매상품, 수량 등을 계획하여 구입하는 편이라고 답한 소비자가 총 46%였고, 농식품은 제조사/브랜드보다도 품질이 더 중요하다고 생각하는 소비자가 총 75%로 충동구매보다는 계획적인 구매와 품질 우선의 실리적인 구매의사를 보이고 있다.
- 블라디보스토크는 가격이 비싸도 품질이 좋은 농식품을 선호한다는 소비자가 총 75%를 차지했고, 프리미엄 라벨 및 인증이 농식품 구매에 중요 요소라고 답한 소비자 또한 총 65%를 차지했다. 품질보다 가격을 중시하는 소비자는 8%에 그쳤다.



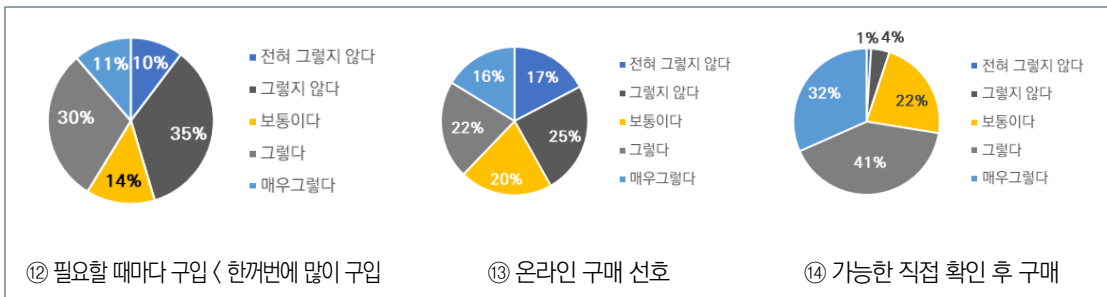
□ 저렴한 가격이 구매에 미치는 영향은 매우 큰 것으로 나타나 가격에 따라 소비를 줄이거나 저렴한 상품을 선택하는 경우도 많다는 것을 고려해야 한다.

- 비슷한 농식품이라면 저렴한 것을 구입하겠다는 소비자가 총 56%를 차지했고, 본인이 좋아하는 것을 구입하겠다는 소비자는 12%, 저렴한 것을 선호하는 경향이 크며 평소에 본인이 좋아하던 농식품이라도 가격이 올라가면 소비를 줄이겠다는 소비자가 50%차지하여 가격에 민감한 반응을 보이고 있다.
- 품질이나 다른 요소도 중요하지만 가격도 무시할 수 없는 요인으로 작용하고 있다는 것을 시사하며 가격이 오르더라도 가격보다는 품질 및 안전성 등을 더 중요시 하는 소비자도 많다는 것을 고려하여야 한다.



□ 대량으로 상품을 구매하거나 가능한 직접 확인 후 구매하는 경향이 높아 온라인보다는 오프라인을 많이 이용하는 구매 행태를 보이고 있다.

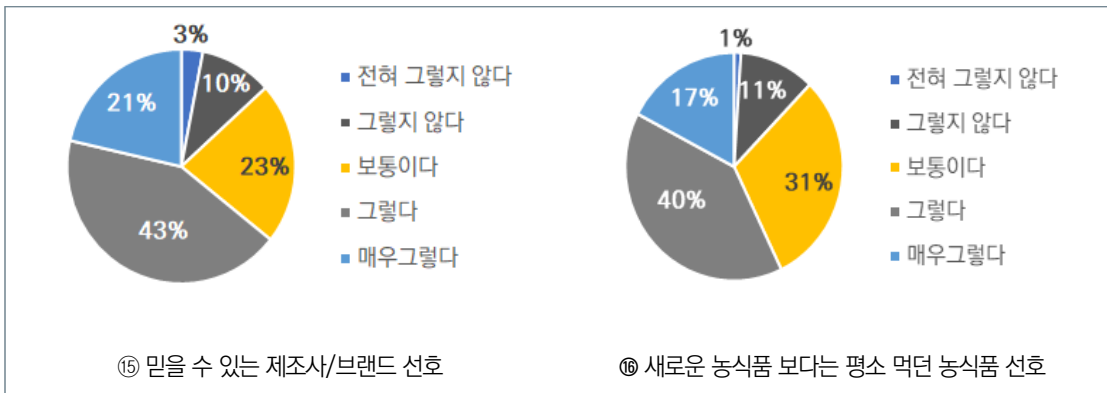
- 농식품은 필요할 때마다 구입해서 사는 편이기보다 한꺼번에 많이 사두고 먹는 경우가 41%였고, 필요할 때 마다 구입하는 경우는 45%로 충동구매나 대량구매를 선호하는 편이며 편리해서 온라인 구매를 선호한다는 구매자들은 38%에 그쳤다.
- 이에 비해 농식품 구매 시 가능한 육안으로 직접 확인하고 구매한다는 소비자는 총 72%로 상품 구입시 직접보고 선택하는 경우가 높은 비율을 보이고 있다.
- 블라디보스토크의 경우 충동구매나 대량구매를 하는 경우는 18%이었다.
- 러시아의 온라인 시장 규모가 점차 증가하고 있긴 하지만, 여전히 소비자들은 농식품 구매 시 온라인 구매보다는 오프라인 시장을 이용하는 것을 더 선호하며 농식품 구매 시 소비자 본인이 품질을 확인하여 직접 품질과 안정성 등이 높은 농식품을 고르고자 하는 구매욕구와 연관이 많은 것으로 보인다.



러시아

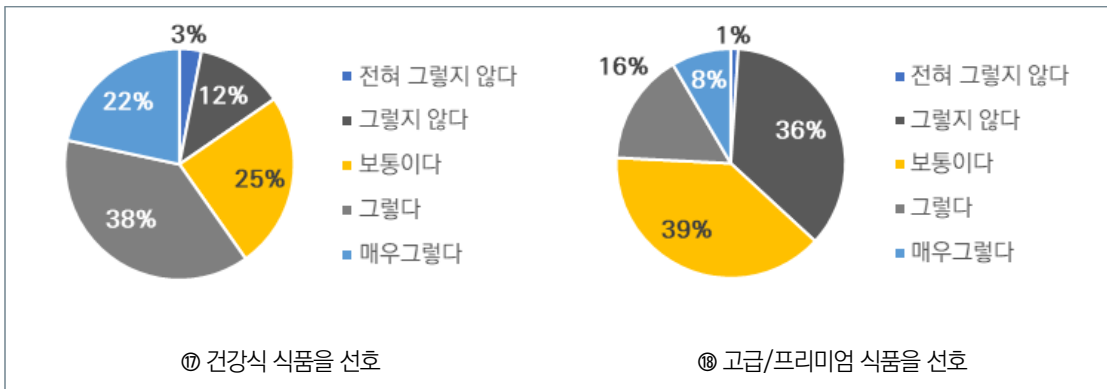
□ 믿을 수 있는 제조사와 브랜드를 선호하여 품질 및 안정성을 중시하는 구매 트렌드를 보이고 있으며 기존 제품에 대한 높은 충성도를 보이고 있다.

- 믿을 수 있는 제조사/브랜드에서 나온 농식품을 구입한다는 소비자가 대부분으로 총 64%의 소비자가 긍정적인 대답을 했으며 또한, 새로운 농식품보다는 평소 본인 먹는 농식품을 구입하는 편이라고 답한 비율이 총 57%를 차지했다.
- 새로운 농식품에 대한 구매 시도가 낮은 반면에 기존 제품에 대한 충성도가 높아 신제품개발보다는 기존제품에 대한 품질개선 등 마케팅이나 수출 전략 수립 시 시사점이 크다고 할 수 있겠다.



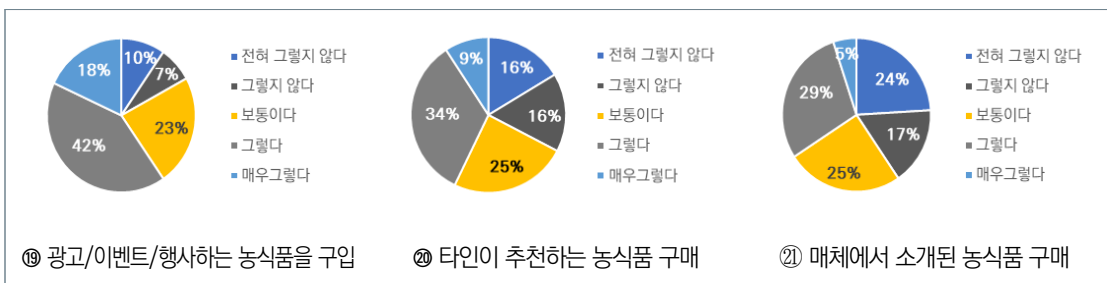
□ 건강에 대한 인식이 증가하여 건강식품과 건강을 고려한 프리미엄 식품의 수요는 증가할 것으로 전망되고 있다

- 건강식 식품에 대한 선호도는 60%를 차지했고, 고급스럽고 프리미엄 식품에 대한 선호도도 24%로 비교적 높은 비율을 차지하여 건강식품과 프리미엄 식품에 대한 선호도는 높은 편이다.
- 블라디보스토크의 경우 건강식 식품에 대한 선호도는 84%를 차지했고, 고급스럽고 프리미엄한 식품에 대한 선호도도 53%로 비교적 높은 비율을 차지하여 건강식품과 프리미엄 식품에 대한 선호도는 높은 편이다.
- 최근 건강식품에 대한 관심이 높아지고 고급식재료를 사용한 프리미엄 식품에 대한 소비자들의 선호도가 점차 높아지고 있어 건강을 고려한 고급화 프리미엄식품의 소비와 인기가 증가할 것으로 전망되고 있다 가격 경쟁력 면에서 불리할 수 있는 한국 농식품이 프리미엄, 고급화 마케팅을 하는 것이 수출 전략 수립에 도움이 될 수 있음을 시사한다.



□ 광고/프로모션 민감도

- 농식품 구매 시 광고/이벤트/행사를 하는 농식품을 구입하는 편이라고 대답한 소비자가 총 60%를 차지했고, 다른 사람이 추천해주는 농식품을 구입하는 편이라고 답한 소비자가 43%를 차지했다. 또한, 뉴스, TV 프로그램, 인터넷 영상 등에서 소개된 농식품을 구입하는 편이라고 대답한 소비자가 34%를 차지했다.
- 프로모션을 진행 중인 농식품에 대한 부정적 견해는 17%, 입소문 마케팅에 대한 부정적 견해는 3%에 불과하며 매체소개 농식품에 대한 부정견해 22%로 입소문 마케팅에 대한 구전효과가 가장 큰 것으로 보이며 프로모션에 의한 직접적인 효과가 매체에 의한 효과보다 더 크게 나타난다고 볼 수 있다.
- 또한, 매체에 소개된 농식품 보다는 현장에서 직접 이벤트하는 상품이나 지인이 추천하는 농식품의 구매비율이 더 높은 것을 나타나고 있어 수출 전략 수립 시 매체를 통한 광고보다는 현장마케팅이나 입소문 마케팅이 더 긍정적인 효과를 불러올 것으로 기대된다.



러시아

나. 소비자 설문조사지

러시아	식품관련 소비자 농식품 조사
<p>안녕하십니까?</p> <p>이번에 저희 회사에서는 ‘농식품소비’에 대한 조사를 실시하게 되었습니다. 귀하께서 답변해 주신 모든 내용은 통계처리를 위해서만 사용되며, 개인 정보는 법에 의해 절대로 노출되지 않음을 약속드립니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 설문에 응답해 주시면 대단히 감사하겠습니다.</p> <p style="text-align: right;">2020년 월 (사)한국농식품미래연구원</p>	

📍 조사대상자

- 현지 거주 만 20대 이상 성인 남녀(20대 ~ 60대 이상 연령대 별로 최소 10명 이상 조사)

Screening Questions

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까? [1개선택] 1) 남성 2) 여성

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? 만 _____세 [1개 선택]
 1) 20대 이하 2) 30대 3) 40대 4) 50대 5) 60대 이상

A. 농식품소비 행태

A1. 귀하께서 농식품을 선택할 때, 중요하게 고려하는 요인은 무엇입니까?

가장 중요하게 고려하는 순서대로 3가지만 선택해 주세요.

1순위(), 2순위(), 3순위()

- | | |
|-----------------------|---------------------|
| 1) 제품판매가격 | 2) 생산방식(유기농, 무농약 등) |
| 3) 포장방식/형태/단위 (대량/소량) | 4) 원료생산국가 |
| 5) 제품생산국가 | 6) 맛 |
| 7) 영양 성분 | 8) 요리 편리성 및 취식 편리성 |
| 9) 식품 위생/안전성/신선도 | 10) 브랜드 |
| 11) 광고/홍보/프로모션 | 12) 기타() |

A2. 귀하께서는 농식품을 주로 어디에서 구입하십니까? 주로 구입하시는 순서대로 2가지만 선택해 주세요.

1순위(), 2순위() * 현지 소매채널 특성에 맞게 조정가능

1	대형마트	5	재래시장
2	기업형 슈퍼마켓	6	온라인 쇼핑몰
3	동네 슈퍼마켓	7	식품 제조회사 홈페이지
4	백화점 내 식품코너	8	기타()

A3. 귀하께서 월 평균 농식품 구입에 사용하시는 비용은 어느 정도 입니까? [1개선택]

- 1) \$50 미만 2) \$50이상 \$100 미만 3) \$100이상 \$200미만
4) \$200이상 \$300미만 5) \$300이상 \$400미만 6) \$400 이상

B. 수입 농식품 소비 행태

B1. 귀하께서는 수입 농식품을 드셔보거나 구입하신 경험이 있습니까? [1개선택]

- 1) 있다 2) 없다 → 조사중단

B2. (B1. 1번 응답자) 귀하께서는 평소 수입 농식품을 얼마나 자주 구입 하십니까? [1개선택] ()

주 1회 이상	2주에 1회	3주회 1회	1개월에 1회	2개월에 1회	3개월에 1회	3개월에 1회 미만
1	2	3	4	5	6	7

B3. (B1. 1번 응답자) 귀하께서는 과거 1년 전과 비교해서 수입 농식품을 구입하시는 비중이 어떻게 변화하였습니까? ()

1년 전과 비교해서 매우 줄어들었다	1년 전과 비교해서 줄어든 편이다	비슷하다	1년 전과 비교해서 늘어난 편이다	1년 전과 비교해서 매우 늘었다
1	2	3	4	5

러시아

B4. (B1.1번 응답자) 귀하께서 수입 농식품을 구입하시는 이유는 무엇입니까?

모두 선택해 주십시오. [모두선택] ()

1	국내산 농식품이 없어서/구입하기 어려워서	8	생산 방식/가공 성분 등이 마음에 들어서
2	가격이 저렴해서	9	제품에 신뢰가 가서
3	프로모션 혜택이 좋아서	10	용량이 적당해서
4	맛/신서도 등 품질이 우수해서	11	원산지/가공 국가가 마음에 들어서
5	주위 사람이 추천해서/평판이 좋아서	12	구매하기 편리해서 / 쉽게 구매할 수 있어서
6	요리/섭취 방식이 편리해서	13	기타()
7	포장 방식/형태가 좋아서		

B5. 귀하께서는 향후 수입 농식품을 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까? [1개선택]

전혀 구매할 의향이 없다	구매할 의향이 없는 편이다	보통	구매할 의향이 있는 편이다	매우 구매할 의향이 있다
1	2	3	4	5

B6. 귀하께서는 한국산 농식품을 얼마나 선호하십니까?

전혀 좋아하지 않는다	좋아하지 않는 편이다	보통	좋아하는 편이다	매우 좋아한다
1	2	3	4	5

B7. 귀하께서 한국산 농식품을 구입한 이유는 무엇입니까?

모두 선택해 주십시오. [모두선택] ()

1	국내산 농식품이 없어서/구입하기 어려워서	8	생산 방식/가공 성분 등이 마음에 들어서
2	가격이 저렴해서	9	제품에 신뢰가 가서
3	프로모션 혜택이 좋아서	10	용량이 적당해서
4	맛/신서도 등 품질이 우수해서	11	원산지/가공 국가가 마음에 들어서
5	주위 사람이 추천해서/평판이 좋아서	12	구매하기 편리해서 / 쉽게 구매할 수 있어서
6	요리/섭취 방식이 편리해서	13	기타()
7	포장 방식/형태가 좋아서		

B8. 귀하께서는 향후 한국에서 생산/제조하는 농식품을 구입하실 의향이 얼마나 있으십니까?

전혀 구매할 의향이 없다	구매할 의향이 없는 편이다	보통	구매할 의향이 있는 편이다	매우 구매할 의향이 있다
1	2	3	4	5

B9. 귀하께서 농식품 구매 시 중요하게 고려하는 식품마크는 무엇입니까?
 모두 선택해 주십시오. [모두선택] ()

1	유기농	5	TR-CU
2	Non-GMO	6	HALAL
3	ISO 22000	7	기타()
4	HACCP		

C. 농식품 관련 인식

C1. 귀하께서는 농식품과 관련된 다음 항목에 대해서 얼마나 해당이 되는지를 선택해 주시기 바랍니다.
 [1개선택]

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
안전성	1. 구입할 때 원산지, 성분 등을 꼼꼼히 확인하는 편이다	1	2	3	4	5
	2. 가격이 비싸더라도 안전한 농식품을 먹어야 한다고 생각한다	1	2	3	4	5
식사 행태	3. 농식품은 레스토랑이나 테이크아웃 해서 사먹는 것보다는 집에서 조리하여 먹는 것을 더 좋아한다	1	2	3	4	5
	4. 조리가 간단한 농식품을 자주 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	5. 농식품은 다양한 방법으로 조리하거나 먹는다	1	2	3	4	5
프리 미엄 소비	6. 가격이 비싸도 품질이 좋은 농식품을 선호한다	1	2	3	4	5
	7. 프리미엄 라벨/인증이 농식품 구매에 중요 요소이다	1	2	3	4	5
합리적 소비	8. 구입할 때 미리 계획하여(종류/수량) 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	9. 농식품은 제조사/브랜드보다는 품질이 더 중요하다고 생각한다	1	2	3	4	5
가격 민감	10. 비슷한 농식품이 여러 개 있으면 가격적 저렴한 것을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	11. 평소에 내가 좋아하던 농식품이라도 가격이 올라가면 소비를 줄이는 편이다	1	2	3	4	5
구매 행태	12. 필요할 때마다 구입하기보다 한꺼번에 많이 사두고 먹는 편이다	1	2	3	4	5
	13. 편리해서 온라인 구매를 선호하는 편이다	1	2	3	4	5
	14. 가능한 육안으로 직접 확인하고 구매하는 편이다.	1	2	3	4	5

러시아

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
충성도	15. 믿을 수 있는 제조사/브랜드에서 나온 농식품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	16. 새로운 농식품보다 평소 내가 먹는 농식품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
인식	17. 건강식 식품을 선호하는 편이다	1	2	3	4	5
	18. 고급스럽고 프리미엄한 식품을 선호하는 편이다	1	2	3	4	5
광고/ 프로 모션 민감도	19. 광고/이벤트/행사를 하는 농식품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	20. 다른 사람이 추천해주는 농식품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5
	21. 뉴스, TV 프로그램, 인터넷 영상 등에서 소개된 농식품을 구입하는 편이다	1	2	3	4	5

Demographic Questions

DQ1. 실례지만, 귀하께서는 결혼을 하셨습니까? [1개선택]

- 1) 예 2) 아니오 3) 기타

DQ2. 현재 귀하께서 함께 살고 있는 가족(동거인)은 모두 몇 명입니까?

- 1) 혼자 거주함 2) 2인 3) 3인
4) 4인 5) 5인 6) 6인 이상

DQ3. 다음 중 귀하의 직업은 무엇입니까?

- 1) 자영업 2) 사무직 3) 생산직
4) 판매/서비스직 5) 학생 6) 주부
7) 기타()

DQ4. 실례지만, 귀하의 월평균 가구 소득은 어떻게 됩니까?

- 1) \$600 미만 2) \$600 이상 \$2,000 미만
3) \$2,000 이상 \$3,000 미만 4) \$3,000 이상

3. 유관기관 목록

가. 국내기관

기관명	홈페이지	비고
대한민국 정부24	https://www.gov.kr	정부 홈페이지
농림축산식품부	http://www.mafra.go.kr	농업 관련
외교부	http://www.mofa.go.kr	외교 업무
산업통상자원부	http://www.motie.go.kr	산업, 무역 업무
통계청	http://www.kostat.go.kr	국가 통계 업무
기획재정부	http://www.mosf.go.kr/	국가 재정 업무
보건복지부	http://www.mohw.go.kr	검역, 위생 관련
농림축산검역본부	http://www.qia.go.kr	동식물, 수출 검역
한국농수산물유통공사	http://www.at.or.kr	농산물 유통, 지원 관련
식품의약품안전처	http://www.mfds.go.kr	식품, 의약품 시험, 검정
한국무역협회	http://www.kita.net	해외 무역정보, 통상 관련
관세청	http://www.customs.go.kr/	관세 정보 공개 및 관세 행정
대한상공회의소	http://www.korcham.net	상공업, 무역, 수출 전략 지원
국립농산물품질관리원	http://www.naqs.go.kr	농산물의 품질 관리 및 개량
관세청원산지관리시스템	http://www.ftapass.or.kr	원산지관리
한국무역통계진흥원	http://www.hsnavi.or.kr	HS 품목분류 확인서비스, HS코드 내비게이션
한국관세무역개발원	http://www.custra.com	HS 품목정보, 수출입 요령, 종합세율, 통관정보

나. 현지기관

기관명	홈페이지	비고
러시아 정부	http://government.ru/	정부 홈페이지, 러시아 정보
러시아 보건부	https://www.rosminzdrav.ru/	의약품, 위생, 질병 관련
러시아 내무부	https://en.mvd.ru/	러시아 행정 관련
러시아 외무부	http://www.mid.ru	러시아 외교 관련
러시아 법무부	http://minjust.ru/	러시아 법률 관련
러시아 재무부	http://www.minfin.ru	국가 재정 및 재무 관련 정책
러시아 국세청	http://www.nalog.ru	러시아 세금 관련
러시아 농업부	http://www.mcx.ru/	농수축산업 업무
러시아 관세위원회	http://customs.ru	러시아 통관 및 관세 관련
러시아 산업통상부	http://minpromtorg.gov.ru/	산업, 기술 규정, 무역 관련
러시아 국가표준 위원회	http://www.gost.ru/wps/portal/en	기술 규제 등 공시

러시아

기관명	홈페이지	비고
수의학 및 식물위생 감시를 위한 러시아 연방 서비스	http://www.fsvps.ru/	검역 및 곡물 등에 대한 검사
러시아 인증청	http://www.fsa.gov.ru/	국가 인증서비스 개발 및 감독
러시아 통계위원회	http://www.gks.ru/	통계 관련
러시아 중앙은행	http://www.cbr.ru	국가 화폐 재정 관련 업무
러시아 특허상표국	http://www.rupto.ru/	특허 관련
러시아연방 상공회의소	http://tpprf.ru/ru/	무역, 산업 관련
주한 러시아 대사관	http://russian-embassy.org/	러시아 기본 정보
주러 한국 대사관	http://rus-moscow.mofa.go.kr/	러시아 정보 제공
모스크바 한인회	http://www.moskos.org/	모스크바 한인 관련 정보

다. 범국가기관

기관명	홈페이지	비고
국제연합식량농업기구 FAO (Food and Agriculture Organization)	http://www.fao.org	세계 식량,농산물 정보 제공 등
국제무역센터 ITC (International Trade Centre)	http://www.intracen.org	무역 데이터 제공
국제부흥개발은행 IBRD (International Bank For Reconstruction and Development)	http://www.worldbank.org	세계은행, UN산하 금융기관, 국제 무역 확대 및 수지 균형
국제통화기금 IMF (International Monetary Fund)	http://www.imf.org	세계 무역 안정, 경제정보 제공
UN무역통계자료 (UN Comtrade Database)	http://www.comtrade.un.org	UN 무역통계
경제협력개발기구 OECD (Organization for Economic Cooperation and Development)	http://www.oecd.org	회원국의 경제 사회 발전 공동 대처

4. 주요 박람회 정보

2021 러시아 모스크바 식품 및 식자재 전시회		
 PRODEXPO 2021 April 12-16	개최기간	2021년 2월 8일~12일(5일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	식품, 음료, 식재료, 식자재 등
	홈페이지	www.expocentr.ru
2021 러시아 모스크바 식품 서비스 산업 전시회		
	개최기간	2021년 10월 5일~8일(4일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	레저&관광, 식품&음료
	홈페이지	pirexpo.com
2021 러시아 모스크바 식품 기계 및 가공산업 전시회		
	개최기간	2021년 10월 4일~8일(5일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	식품 및 음료 가공 기계 및 설비
	홈페이지	https://www.agroprod-mash-expo.ru/
2021 러시아 모스크바 식품 전시회		
	개최기간	2021년 9월 21일~24일(4일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	식품&음료
	홈페이지	www.world-food.ru/en-GB
2021 러시아 모스크바 국제 제과 제빵 전시회		
	개최기간	2021년 3월 23일~26일(4일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	제과제빵 기계, 포장 기계, 커피 머신 등
	홈페이지	www.expocentr.ru
2021 러시아 모스크바 식품 서비스 산업 전시회		
	개최기간	2021년 1월 26일~29일(4일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	유제품, 유제품 관련 기계&장비
	홈페이지	russia.hyve.group
2021 러시아 모스크바 식재료 전시회		
	개최기간	2021년 1월 26일~28일(3일간)
	개최주기	매년
	개최도시	모스크바
	산업분야	식품 첨가제, 조미료, 재료, 조리 기구 등
	홈페이지	www.mvk.ru

5. 참고문헌

가. 참고문헌

- 2017 농식품 수출시장 가이드 러시아
- 러시아 주요 곡물 (밀, 옥수수) 생산 및 수출 실태 조사 결과 / 2019
- 2018 주요국 수입제도 모니터링V (기타신흥국)
- 2019 수출국가정보 zip 아태기타국중동
- 러시아 농업 정책과 전망 / 한국농촌경제연구원
- KMI 북방물류리포트vol.121 / 한국해양수산개발원
- 미국 농무부, Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country report
- Global Report 2020.02 vol94 / 농수산식품수출지원정보
- 2018 농식품 수출 이슈 보고서 / Kati
- 주요 교역국의 통관제도 '러시아편' / 한국조세재정연구원
- 러시아 국경세관 통관절차와 EAEU 신관세법 / 한국교통연구원 / 2019.03.27.
- 시베리아철도 이용 활성화 방안 / 북방경제협력위원회
- 유라시아경제연합의 통합 식물위생요건 / 농림축산검역본부
- Technical Regulations of the Customs Union TR Cu 029/2012
- Technical Regulations of the Customs Union TR Cu 022/2011
- Foreign Trade Barriers 2019' / 미국 무역대표부
- TSR 운송현황 및 용량분석 / 북방경제협력위원회
- 2019년 제 12호 '극동로 진출 우리 화주·물류 기업의 물류 애로사항 분석 및 개선방안' / 한국해양수산개발원
- 주요 중앙아시아 국가들의 물류장벽 분석 및 대응방향 / 한국해양수산개발원

나. 사이트

- 대한민국 외교부, <http://www.mofa.go.kr>
- 러시아 통계청, <https://www.gks.ru/>
- 한국외국어대학교 러시아 연구소, <http://www.rus.or.kr>
- 주 러시아 대한민국 대사관, <http://overseas.mofa.go.kr/ru-ko/index.do>
- 국제연합식량농업기구, <http://www.fao.org>
- Euromonitor, www.euromonitor.com
- FTA 포털 <http://www.fta.go.kr>
- Trung tam WTO <http://trungtamwto.vn/>
- 월드뱅크 <https://www.worldbank.org/>
- 러시아 관세청 <http://eng.customs.gov.ru/>
- <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0014397632&code=61131611&sid1=all>
- <http://news.imaail.com/Society/2018121510132301678>
- http://pajutimes.newsk.kr/mobile/view.asp?group_name=358&intNum=16012&ASection=35
- <https://www.yna.co.kr/view/AKR20190620169400003>
- <https://www.mk.co.kr/news/world/view/2020/06/595752/>

2020 농식품 신북방시장 진출가이드 [러시아]

발 행 처 한국농수산물유통공사

주 소 전라남도 나주시 문화로 227

발 행 일 2020년 12월

자료문의 한국농수산물유통공사 수출정보분석부(kati@at.or.kr)

- 본 자료는 농식품수출정보 홈페이지 KATI(www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하여 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.



2020
농식품 신북방시장 진출가이드
러시아