

2020년 (몽골) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 몽골(울란바토르)
- 운영주체 개요

업체명	주소
UNIVERSE FOODS	805-8 BUDDHA VISTA, DUNJINGARAV STREET, HAN-UUL DISTRICT, ULAANBAATAR, MONGOLIA

- 운영형태 : 온라인/오프라인(직영매장)
- 운영장소 :

점포명(쇼핑몰)	소재지
K-food Antena shop	항울구 11동 BUDDHA Market 1층
배달서비스	항울구 11동 BUDDHA Market 1층

- 안테나숍 운영사진

외부



내부



시음시식



배치도



매장 콘셉트



매장 입구



2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

〈서*우유 요구르트〉

- 현지 소비자 반응
 - 몽골 사람들이 건강에 좋은 식품에 관심을 가지게 되면서 새롭고, 유산균이 들어있는 제품을 선호 많이 찾게 됨
 - 온 가족이 편하게 먹을 수 있는 착한 우유라는 이미지를 가지고 있음
 - 요구르트 유통기한이 짧아 매주 새로 수입이 되어 사람들이 안심하고 구매함
- 수출확대 가능성
 - 일반적인 신선우유와 비교해서 유통기한이 짧아 판매자의 부담 과중됨
 - 짧은 유통기한으로 시내 중심 편의점에 입점이 필요함
 - 온라인 홍보가 효과적이며 코로나19 바이러스로 인해 배달 서비스 수요가 많아지는 시기에 빠른 배송서비스 제공으로 제품 홍보가 가능함

〈서*우유 아*에 주스〉

- 현지 소비자 반응
 - 상큼한 맛의 아침에 과일 주스는 지속적으로 소비자 사랑을 얻어 높은 판매를 유지하고 있음
 - 안테나숍 소비자들에게 깔끔한 디자인과 맛있다는 이미지를 가지고 있음
 - 7월부터 신규로 수입한 포도맛, 자몽맛 주스는 상대적으로 인기가 많음
- 수출확대 가능성
 - 상큼한 맛의 유기농 제품 이미지를 가지고 있어 지속적인 수출확대가 예상됨

〈베*밀 보*로 초코, 바나나 두유〉

- 현지 소비자 반응
 - 최근 건강에 대한 관심이 높아지면서 두유에 대한 소비자 관심 높아짐
 - 달지 않고 콩을 이용하여 만들었기 때문에 건강에 좋은 제품으로 인식됨
 - 아이들이 좋아하는 보*로 캐릭터 두유는 어린 소비자들에게 인기가 많고 몽골 유제품 시장에 많이 알려지기 시작했음
 - 초코와 바나나 맛 두유를 어린이뿐만 아니라 성인도 즐길 수 있는 제품임

- 수출확대 가능성

- 시식행사와 홍보활동 추진을 통한 제품의 인지도 제고 및 시장이 확대될 수 있음

〈폴*원 떡볶이〉

- 현지 소비자 반응

- 몽골 사람들이 즐겨 만들어 먹는 떡볶이를 집에서 간편하게 만들어 먹을 수 있는 제품이라서 소비자 관심이 많음
- 폴*원 제조사 떡볶이는 몽골 사람들 입맛에 맞게 덜 매운 맛도 있어 소비자들이 자주 구매함

- 수출확대 가능성

- 코로나로 인해 집에서 만들어 먹을 수 있는 식품이라는 장점을 활용한 홍보로 향후 소비자의 제품에 대한 수요는 더 확대될 것으로 파악됨
- 한국 경험이 있는 유학생, 근로자 등은 몽골 귀국 후에도 한국식품을 계속해서 소비하는 경향이 있어 지속적인 판매 예상됨

〈기타 품목〉

- 현지 소비자 반응

- 중국산 과일보다 신선한 한국산 과일 및 채소에 소비자 관심이 높음

- 수출확대 가능성

- 맛있고 품질이 좋아서 소비자들의 지속적인 판매가 예상됨

■ 안테나숍 신규품목 도입 사유

- 신규품목 현황(사유 포함) / 수출확대 가능성 등

- 2020년 안테나숍 신선 과일류 4개, 유제품 5개, 음료류 6개, 기타 품목 2개로 총 17개 품목 신규 수입 (무지개 토마토, 자두, 파인애플, 복숭아, 귀리우유, 흑임자우유, 아기치즈, 식물성 쿠키 및 휘핑크림, 주스, 커피 등)
- 서*우유 유기농 주스의 신상 제품을 수입하여 주스를 사는 소비자들의 선택폭을 늘림
- 새롭게 수입한 귀리우유 및 흑임자우유 가격대가 저렴한 편이며 제품에 대한 적극적인 홍보가 필요함
- 한국산 과일을 선호하는 소비자들을 위해 신규 과일을 수입해 인기 많았음
- 서울 우유 식물성 쿠키 및 휘핑크림을 대상으로 온라인 및 오프라인 홍보로 향후 지속적인 판매가 예상됨

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

● 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응

테스트 품목	설문 결과
서*우유 (오렌지 주스)	<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 대한 인지도 : 36% - 제품 구매 경험 : 36% (대형마트에서 샀다는 답은 43%이며, 안테나숍에서 구매 답은 27%, 30%는 기타) - 소비자 의견 <ul style="list-style-type: none"> · 응답자 96% 제품 맛에 대한 긍정적인 의견임 · 한국제품으로 소비자들은 믿고 구매함 - 시장진출 가능성 85% <ul style="list-style-type: none"> · 건강에 좋은 원료를 사용한다는 정보를 제공함 · 지속적인 시음행사를 진행함
베*밀 (보*로 초코, 바나나 우유)	<ul style="list-style-type: none"> - 맛에 대한 만족도 : 만족한다 62% - 가격에 대한 의견 : 비싸다 25%, 보통이다 57% - 소비자 의견 <ul style="list-style-type: none"> · 보*로 포장에 아이들이 많은 관심을 보였음 · 현지 소비자들에게 제품에 대한 추가 정보 제공이 필요함 - 시장진출 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 온라인을 통한 어린이 소비자의 흥미를 유발함 · 어린이 대상으로 매장에서 시음행사 개최함
서*우유 요구르트	<ul style="list-style-type: none"> - 제품의 대한 인지도 : 71% - 경쟁 제품과 비교해서 가격 차이가 많이 나는 반면 인기 품목임 - 소비자 의견 <ul style="list-style-type: none"> · 시식한 소비자 대부분이 맛에 대해서 만족함 · 응답자 65% 제품에 대한 신뢰한다고 답함 - 시장진출 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 응답자 21% 제품 구하기 어렵다는 의견을 가지고 있기에 거래처를 입점시키려 함 · 응답자 82% 제품을 지인에게 추천한다고 답해 몽골 시장진출 성공이 예상됨

마켓 테스트 사진



서*우유 요구르트 시식 및 마켓테스트



뽀*로 초코, 바나나 우유 시식 및 마켓테스트



아*에 오렌지 주스 시식 및 마켓테스트



뽀*로 초코, 바나나 우유 시식 및 마켓테스트

● 신규품목 마켓테스트 소비자 반응

테스트 품목	설문 결과
서*우유 아기치즈	<ul style="list-style-type: none"> - 제품의 맛에 대해 대부분 만족함 - 아이 건강에 좋은 성분들로 구성되어 있어 소비자들의 평가가 좋음 - 소비자 의견 <ul style="list-style-type: none"> · 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족해함 · 응답자 51% 가격이 비싸다고 답했음 - 시장진출 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 아이 건강에 좋은 원료를 사용한다는 정보를 제공함 · 지속적인 시음행사를 진행함
서*우유 아*에 포도주스	<ul style="list-style-type: none"> - 100% 과일 주스의 맛과 품질은 항상 소비자가 만족해하는 반응을 얻음 - 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족해함 - 소비자 의견 <ul style="list-style-type: none"> · 시식한 소비자 절반이 가격에 대해서 저렴하다고 답했음 - 시장진출 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 소비자 편한 구매를 위해 거래처 늘려 공급이 필요함 · 응답자 91% 지인에게 추천한다고 답해 지속적인 판매가 예상됨
서*우유 아*에 자몽주스	<ul style="list-style-type: none"> - 맛에 대한 만족도 : 만족한다 87% - 원재료 맛이 강하여 소비자가 만족함 - 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족해함 - 시식한 소비자 절반이 가격에 대해서 저렴하다고 답했음 - 시장진출 전략 <ul style="list-style-type: none"> · 소비자의 편한 구매를 위해 거래처를 늘려 공급이 필요함 · 응답자 89% 지인 추천한다고 답해 지속적인 판매가 예상됨

마켓 테스트 사진



서*우유 아기치즈 시식 및 마켓테스트



서*우유 아기치즈 시식 및 마켓테스트



서*우유 아침에 자몽주스 시식 및 마켓테스트



서*우유 아침에 포도주스 시식 및 마켓테스트

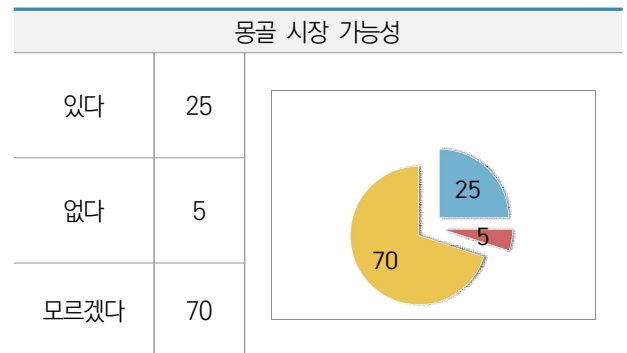
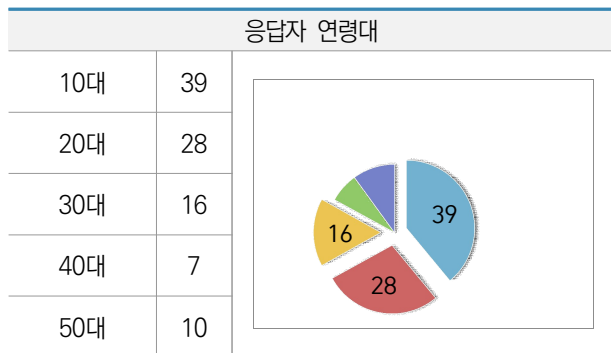
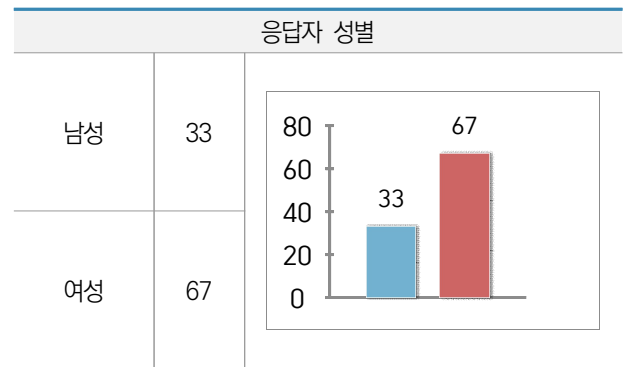
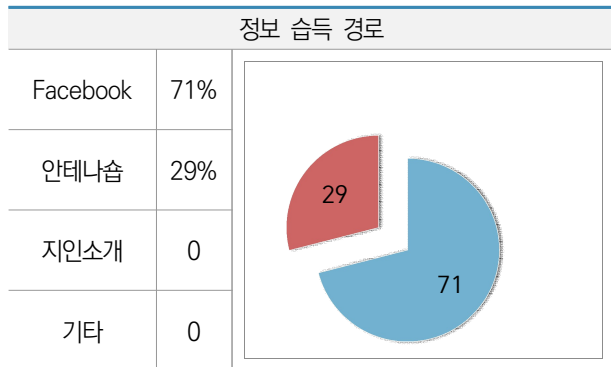
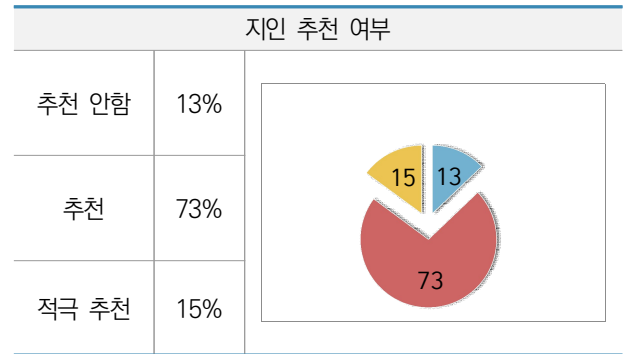
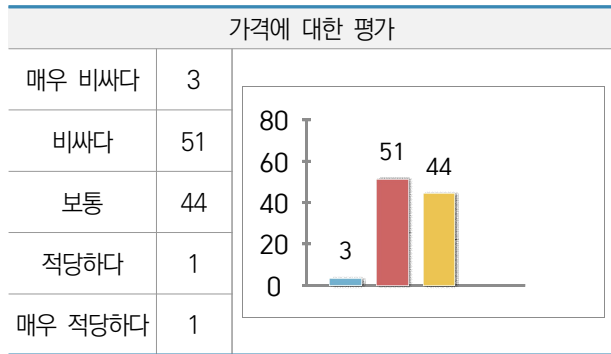
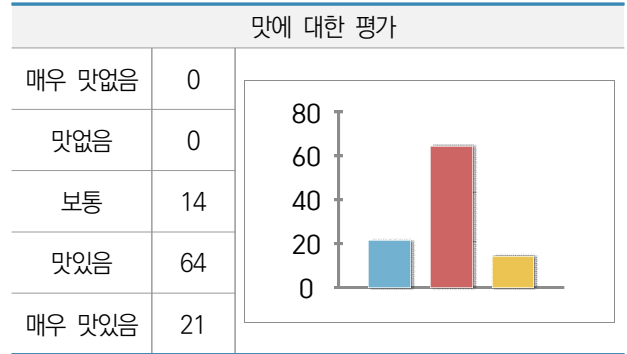
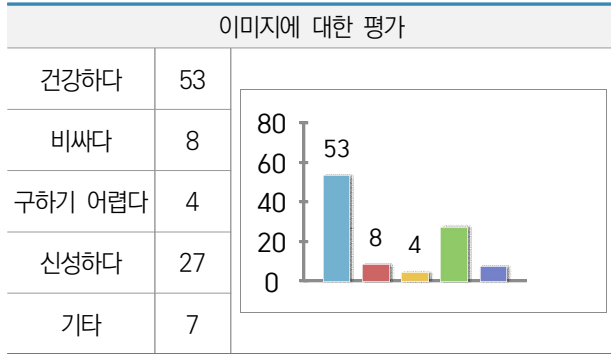
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 서* 우유
- 제품명 : 서* 우유 양* 아기 치즈

구분	현지소비자 반응
검역, 통관	○ COVID19 전염병 때문에 중국 검역이 강화되어 몽골로 통과시키는 일이 시간이 오래 걸림
소비자 반응	○ 몽골 아이들에게 아기전용 치즈 먹는 것에 대해 긍정적으로 생각하고 있음
가격경쟁력 비교	○ COVID19 전염병 때문에 가격경쟁력이 떨어지는 상황에 아기 치즈 가격은 비싸다고 설문 조사 응답자 중 51%가 응답함
맛, 품질 등	○ 양팡 아기 치즈 맛과 품질은 믿음직하고 아이 입맛에 딱 좋다고 평가함
포장(디자인)	○ 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공되어 소비자들이 전반적으로 만족해함
시장진출 전략	○ 총 응답자 중 87%가 지인에게 추천한다고 답하였으며, 85%가 몽골 시장에 성공적으로 판매 된다고 평가함으로서 올란바타르 시내 마트 및 편의점에 입점 필요
제품사진	

■ 설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 102 명



- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 연하고 부드러운 맛
- 개선해야 될 부분 : 성공적인 몽골 시장 진출 위해 마케팅 필요
- 건의사항 : 양* 아기 치즈 가까운 곳에서 살 수 있게 다른 유통 업체 입점 시켜야 함

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

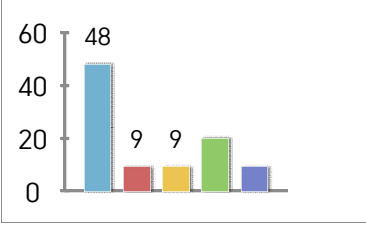
- 수출업체(제조사) : 서* 우유
- 제품명 : 서* 우유 100% 과일 주스 (포도, 자몽)

구분	현지소비자 반응
검역, 통관	○ COVID19 전염병 때문에 중국 검역이 강화되어 몽골로 통과시키는 일이 시간이 오래 걸려 유통기한 짧은 유제품들 판매 시간이 짧아서 판매실적이 떨어짐
소비자 반응	○ COVID19 전염병 발생한 상황에서 건강관리를 위해 한국산 식품을 많이 선호함
가격경쟁력 비교	○ COVID19 전염병 때문에 몽골에서 제품 가격이 오르고 있는 반면 안테나숍은 가격을 올리지 않아 할인까지 하는 일에 소비자들이 감사하게 잘 구매하고 있다고 평가
맛, 품질 등	○ 100% 과일 주스의 맛과 품질은 항상 소비자가 만족해하는 반응을 얻음
포장(디자인)	○ 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족해함
시장진출 전략	○ 소비자 편안한 구매를 위해 레스토랑과 유통업체, 편의점에 공급 필요
제품사진	

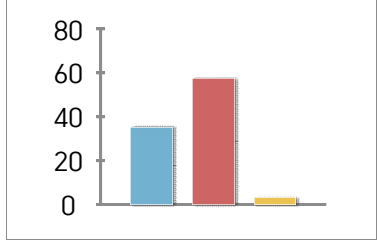
■ 설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 95 명

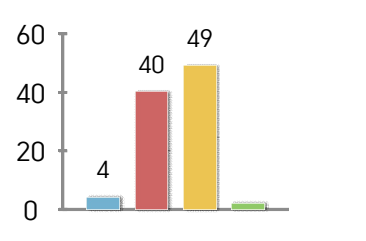
이미지에 대한 평가	
건강하다	48
비싸다	9
구하기 어렵다	9
신성하다	20
기타	9



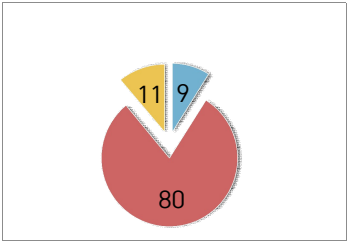
맛에 대한 평가	
매우 맛없음	35
맛없음	57
보통	3
맛있음	0
매우 맛있음	0



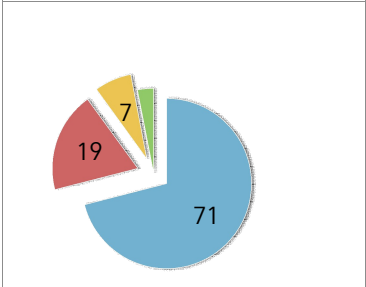
가격에 대한 평가	
매우 비싸다	4
비싸다	40
보통	49
적당하다	2
매우 적당하다	0



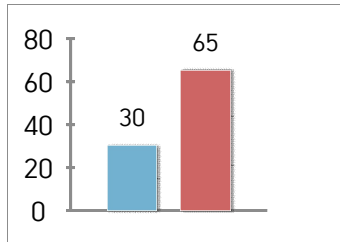
지인 추천 여부	
추천 안함	9%
추천	80%
적극 추천	11%



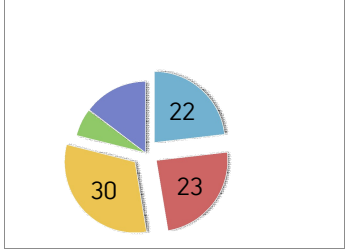
정보 습득 경로	
Facebook	71%
안테나숍	19%
지인소개	7%
기타	3%



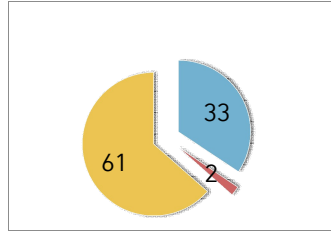
응답자 성별	
남성	30
여성	65



응답자 연령대	
10대	22
20대	23
30대	30
40대	6
50대	14




몽골 시장 가능성	
있다	33
없다	2
모르겠다	61



- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 맛과 품질이 좋다
- 개선해야 될 부분 : 가격이 보통이다
- 건의사항 : 100% 과일 주스 가까운 곳에서 살 수 있게 다른 유통 업체 입점 시켜야 함

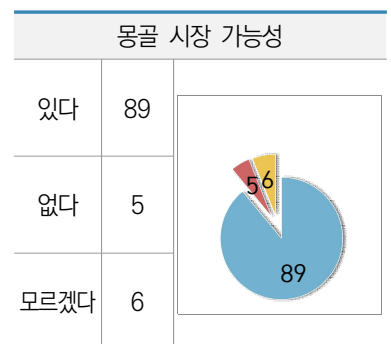
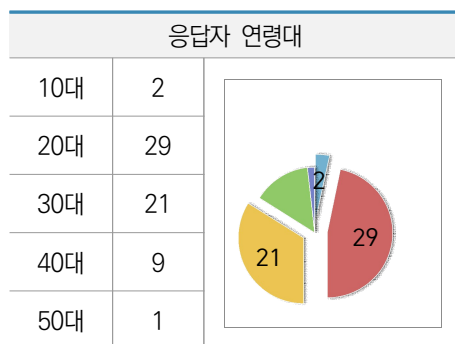
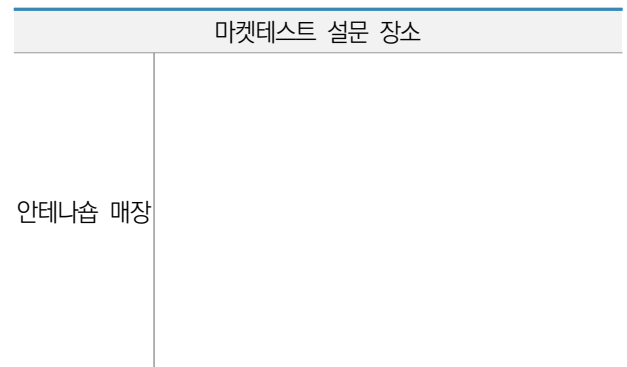
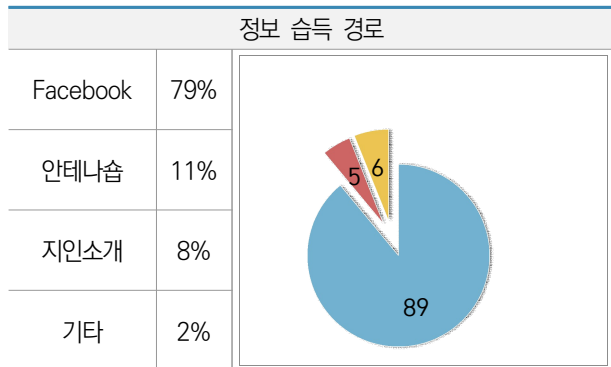
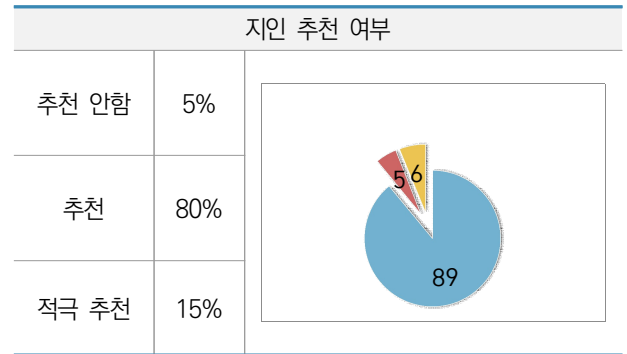
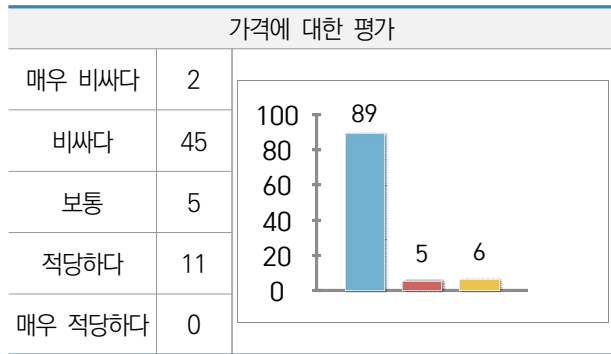
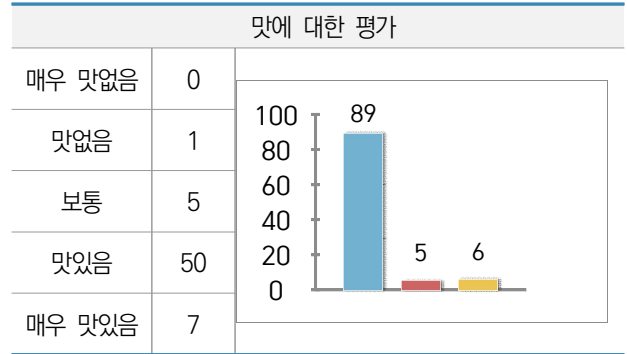
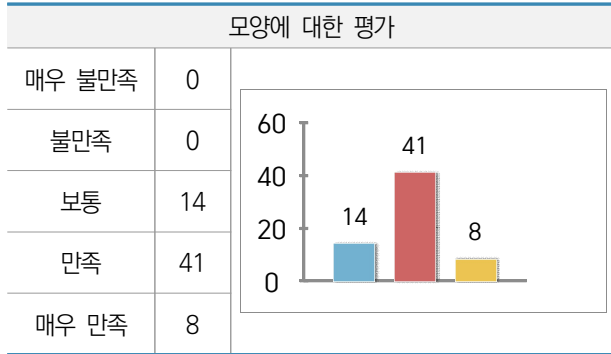
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 서* 우유
- 제품명 : 서* 우유 유제품

구분	현지소비자 반응
검역, 통관	○ COVID19 전염병 때문에 중국 검역이 강화되어 몽골로 통과시키는 일이 시간이 오래 걸려 유통기한 짧은 유제품들 판매 못하고 폐기할 예정
소비자 반응	○ COVID19 전염병 발생한 상황에서 건강관리를 위해 한국산 식품을 많이 선호함
가격경쟁력 비교	○ COVID19 전염병 때문에 몽골에서 제품 가격이 오르고 있는 반면 안테나숍은 가격을 올리지 않아 할인까지 하는 일에 소비자들이 감사하게 잘 구매하고 있다고 평가
맛, 품질 등	○ 서울우유 제조사 제품의 맛과 품질은 항상 소비자가 만족해하는 반응을 얻음
포장(디자인)	○ 깔끔하고 선명한 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족해함
시장진출 전략	○ 3년간의 안정적인 가격 정책, 호텔과 레스토랑에서 공급 계획 중이며 올란바타르시의 많은 편의점에도 공급 중
제품사진	

■ 설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 63 명



- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 새롭다, 포장이 깔끔하다, 맛과 품질이 좋아 보인다 등이 있음
- 개선해야 될 부분 : 가격이 비싸다는 의견이 있었음
- 건의사항 : 서* 우유 제조사 더 다양한 제품을 수입

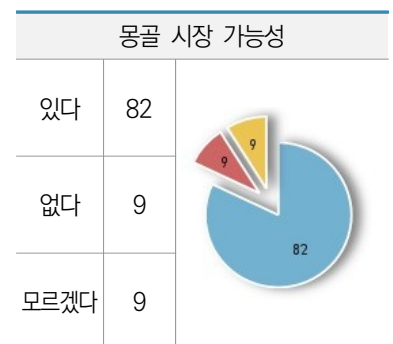
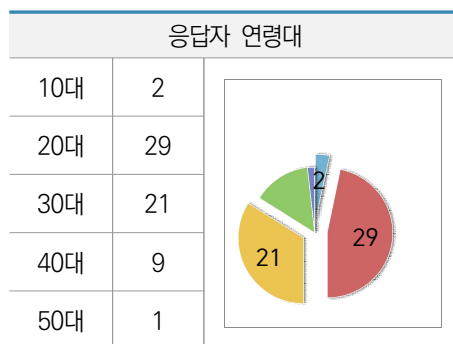
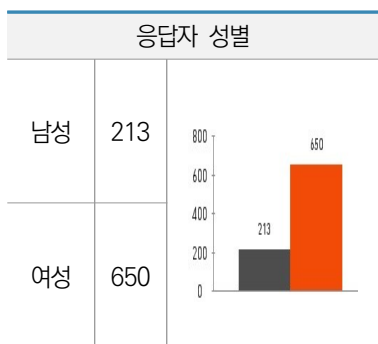
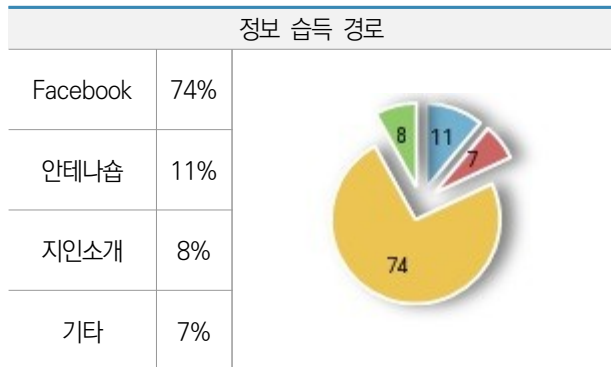
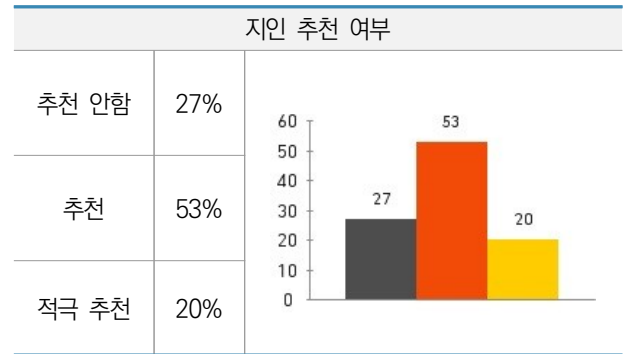
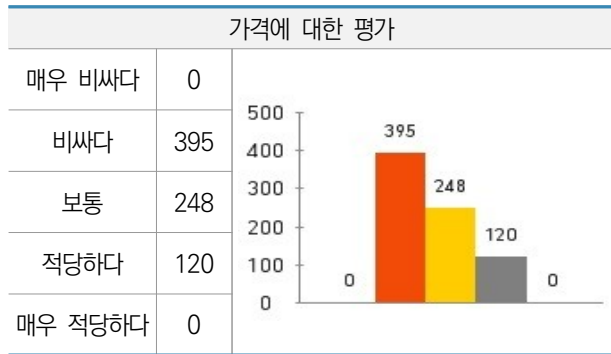
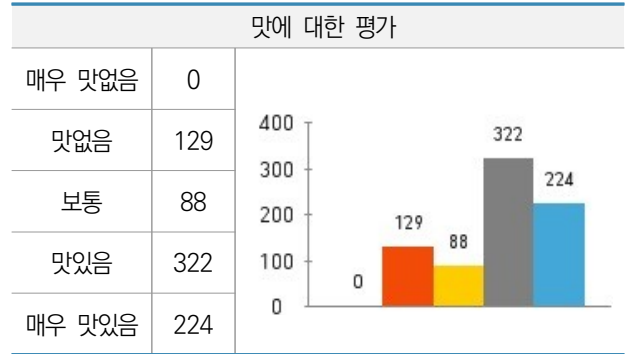
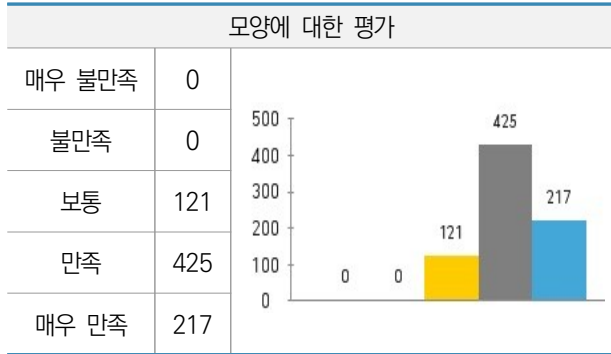
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

- 수출업체(제조사) : 베*밀
- 제품명 : 검은콩 & 16곡 두유 950ml

구분	현지소비자 반응
검역, 통관	○ COVID19 전염병 때문에 한국산 수입 제품에 대한 검역이 강화되어 검진하고 소독해서 통과시키는 일이 시간이 오래 걸려 유통기한 짧은 제품들 판매 못하고 폐지하는 경우가 있음
소비자 반응	○ COVID19 전염병 발생한 상황에서 중국산 과일보다 한국산 과일을 많이 선호함
가격경쟁력 비교	○ COVID19 전염병 때문에 몽골에서 제품 가격이 오르고 있는 반면 안테나숍은 가격을 올리지 않아 소비자들 많이 감사하게 잘 구매하고 있다고 평가함
맛, 품질 등	○ 한국 제품의 맛과 품질은 항상 소비자가 만족해하는 반응을 얻음
포장(디자인)	○ 계절이나 명절에 따라 항상 새로운 디자인으로 제공됨으로 소비자 만족도 높음
시장진출 전략	○ 3년간의 안정적인 가격 정책, 호텔과 레스토랑에서 공급 계획 중이며 올란바타르시 편의점 공급 중
제품사진	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div>

■ 설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 763 명



- 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 새롭다, 포장이 깔끔하다, 맛과 품질이 좋아 보인다 등이 있음
- 개선해야 될 부분 : 가격이 좀 비싸다는 의견이 있었음
- 건의사항 : 효능, 활용법 등의 정보를 알려달라는 의견이 있었음