



Mongolia

몽골사무소

내륙의 땅 몽골에 한국의 신선식품이 있다? 없다?



| Home Plaza에서 판매되는 여러 나라의 사과 |

* 맨 왼쪽에 위치한 한국사과의 가격은 제일 뽕 사과의 가격과 3배 차이난다.

10년간 한국산 식품을 판매하고 있는 Home Plaza

‘फल은 가족이 먹는 것인데 어떻게 사람이 फल을 먹을 수 있겠느냐’라는 옛 몽골 관용구에서 볼 수 있듯이 몽골인의 식문화에서 채소나 과일은 중요한 식품이 아니었다. 고기와 유제품 중심으로 발달해왔던 몽골의 외식시장에서, 정부의 농업 육성정책과 주변국의 투자를 통해 몽골산 신선식품이 증가하며 수요도 함께 오르고 있다. 몇 년 전만 해도 거의 찾아볼 수 없었던 한국산 신선식품도 최근 들어 여러 대형마트에서 찾아볼 수 있다. 판촉행사와 특별판매를 통해 몽골 소비자에게 좋은 품질의 한국 신선식품을 선보이고 있는 덕분이다.

Home Plaza는 한국 제품만 판매하는 판매대를 따로 운영할 정도로 몽골 내 대표적인 한국 제품 판매처이다. 다른 유통업체와 비교해 가장 많은 한국산 신선청과를 일주일 단위로 입고하고 있는 Home Plaza는 울란바토르 내 매장이 두 곳 밖에 없지만, 프리미엄 이미지가 강하고 한국산 신선식품을 다른 곳보다 다양하게 볼 수 있다는 점에서 고소득층에게 사랑받는 대형판매업체이다. 이곳에서는 현재 한국산 사과, 토마토, 배, 한라봉, 버섯, 마늘, 배추 등 다양한 제철 과일과 채

소를 진열해놓고 단골 고객들을 꾸준히 모으고 있다. 다만 중국산 대비 2배에서 5배까지 가격차이가 나, 소비자들이 선택을 망설이게 하는 요인이 되기도 한다.

주요 한인식당의 신선재료를 공급하는 MK마트

몽골에서 찾은 MK마트는 그야말로 한국식품만 전문적으로 파는 마트이다. 쉽게 먹을 수 있는 가공식품부터 냉동식품, 아이스크림, 라면, 커피까지 없는 게 없을 정도다. MK마트는 대부분 한국인들이 이용하지만, 한국생활에 익숙한 몽골 현지인도 많이 이용하는 추세다. MK마트는 자사의 물류창고(MK TRANS WORLD)를 통해 한국 식품을 직접 수입, 운송, 판매 중이며, 주요 한인식당은 MK마트에서 직접 신선재료를 바로 납품하고 있는 주요 거래처이기도 하다.

Nomin은 몽골 최대의 국내투자 식품유통업체로, 울란바토르 중심부터 외곽까지 고루 분포되어 있다는 점에서 몽골 소비자들이 가장 많이 찾고 있다. 다양한 제품을 통한 경쟁력 제고를 위해 신선식품에 대한 투자를 늘려가고 있는 Nomin은, 한국산 과일에 대해서도 관심을 보이고 있으며 일시적으로 수박과 배를 판매하기도 했다.



| MK마트 전경 |



| 한국산 소스류, 밀가루, 냉동식품 등을 파는 MK마트 |

한국 기업인 emart에서는 한국 가공식품이 많이 판매가 되고 있으나 신선식품 판매도 간헐적으로 이뤄진다. 이는 한국에서 수입 하는데 어려움이 존재하기 때문이다. 그렇기 때문에 한국산 신선식품들 중 한국 종자를 몽골 혹은 중국에서 재배한 것이 대다수이며, 현재는 한국산 감을 판매 중에 있다. 지난해에는 한시적으로 굴, 배, 감, 고구마 등 제철 과일과 채소를 판매하기도 했다.

한국산 신선식품 수입 한계점과 진출 대응방안

현재 대형 유통업체에 들어온 한국산 신선청과는 일시적인 단기 납품이 대부분이다. emart에서조차 한국에서 종자를 들여와 현지 재배한 과일만 있을 뿐, 특정 시즌이 아니면 한국에서 직수입되는 청과를 찾아보기 어렵다. 신선식품 수입의 한계점을 극복하기 위한 방안으로 다음과 같은 방법을 생각해볼 수 있다.

① 소비자분석을 통한 구매량 확대

한국산 청과는 인근 국가들에 비해 월등히 좋은 품질을 자랑하고 있으며 소비자 또한 이를 인식하고 있다. 하지만

아직은 소수의 청과만 몽골시장에 진출한 상황이고, 이 상품들은 개별적인 팔레트나 컨테이너로 운송되기보다는 콘솔을 통해 다른 제품과 혼합되어 운송되고 있다. 이러한 운송방식은 개별 청과를 위한 적절한 환경유지가 불가능하여 Loss율을 높이는 원인이 된다. 따라서 정확한 소비자 분석을 통해 구매율이 높은 개별 품목에 대한 수출 파이를 키우고, 한국 청과에 대한 소비자의 기대품질을 지켜 점차 품목을 넓혀나가야 할 것으로 보인다.

② 신공항 개설을 통한 수출 경로 확대 및 공동물류센터 확보

몽골로 들어오는 수입품은 육로와 철도로 들어오는 것이 대부분이다. 항공을 이용한 신선식품 수입은 현재 단가가 맞지 않아 딸기와 같은 극소수 제품만 일시적으로 들어온다. 최근, 울란바토르에는 신공항이 건설되었고 곧 오픈을 앞두고 있다. 이를 통해 항공협정으로 맺어진 MIAT-대한항공 간 1국 1노선 체제는 깨지고, 아시아나와 에어부산이 울란바토르로 취항하게 되었다.

신공항 덕분에 더 많은 항공편이 증설될 것으로 예상되며, 기존에는 어려웠던 정기 화물 운송이 가능할 것으로 기대된다. 이로 인한 항공 운송비 부담 완화도 기대할 수 있다. 다만, 몽골 시내에 물류센터가 부족하기 때문에 냉동장치 설치 지원 및 임차 공간 확보 등으로 여러 유통업체들에게 공급할 수 있는 여건을 마련할 필요가 있다.

Key
Point

한국 신선식품만의
우수성 알리며 진입해야

몽골 내 최대 유통판매업체인 Nomin도 이제야 대형 신선창고를 짓기 시작할 정도로 몽골 내 신선식품시장은 태동기라고 볼 수 있다. 아직까지는 몽골 소비자들에게 한국 청과의 우수성보다는 가격적인 부담이 더 크게 작용한다. 하지만 몽골 대다수의 마트에서 한국가공식품을 찾아볼 수 있게 된 지도 10년이 채 되지 않았다. 한국인들뿐만 아니라 이제는 몽골에 없어서는 안 될 판매채널이 된 emart도 1호점을 개점한 것이 불과 7년 전이다. 울란바토르 시내에 어디서든 볼 수 있는 CU 역시 올해가 개점 2년째다. 충분한 시간이 필요하겠지만 한국 신선식품의 우수성과 특징을 더 많은 몽골 소비자들에게 알린다면 앞서 진출한 한국 제품과 기업처럼 몽골 생활권에 자연스럽게 녹아들 수 있을 것이다.