



Mongolia

몽골사무소

몽골의 주류시장 엿보기

영하 40도 몽골의 겨울을 이겨내는 힘, 보드카

매월 1일에는 몽골의 슈퍼마켓, 술집 등 몽골 어느 곳에서도 술을 판매하지 못한다. 몽골인 대다수가 워낙 술을 좋아해 몽골 정부에서 이런 분위기에 경각심을 일깨우기 위해 내놓은 정책이다. 고려 말부터 현재에 걸쳐 한국의 술 문화에 가장 큰 영향을 주었던 국가 몽골에는 어떤 술이 있는지, 현재 몽골의 주류시장 트렌드는 어떤 변화를 거치고 있는지 집중 분석해보았다.

몽골에서 보드카는 '50ml 술잔에 정제에탄올 농도가 40% 이하인 술'이라고 정의한다. 보드카 생산량과 수입량을 비교해보면, 2018년 기준 수입량은 보드카 전체 소비량의 2%에도 미치지 못하고 있는데, 이는 현지인들이 마시는 보드카의 대부분이 현지 로컬 브랜드에서 생산된 것이기 때문이며 몽골에는 (2017년 기준) 허가받은 45개의 보드카 공장이 있고, 대표적인 보드카 브랜드의 경우 'APU COMPANY'가 존재한다. 해당 업체에서는 15종류의 보드카를 생산하고 있으며, 몽골 보드카 시장의 대부분을 차지하고 있다(*참고자료 : 몽골관세청「2015-2018 수출입 현황」, 몽골통계청「산업 물품별 생산 규모 2018」).

더디지만 꾸준히 성장 중인 몽골의 와인시장

몽골에서는 유럽, 호주, 뉴질랜드, 칠레, 아르헨티나 와인의 인기가 높다. 올 초부터는 몽골 와인시장에 처음 진출했던

아제르바이잔이 다시 와인 수출을 재개했다. 수입와인 한 병당 평균 가격은 \$15~20(약 17,000~24,000원)이며, 고급 빈티지와인은 \$35~50(약 41,000~59,000원)로 판매되고 있어 가격 편차가 크지 않다. 따라서 브랜드 인지도가 구매 결정에 가장 결정적인 역할을 하고 있다. 몽골에서 지금까지는 여성이 남성보다 와인을 더 선호했으나, 증류주나 맥주에 비해 와인이 건강에 좋다는 인식이 강해지고 있어 남성들 사이에서 와인 소비가 늘어나는 추세다. 와인 소비의 약 75%는 레드와인이며 85%의 스파클링 와인은 연말이나 몽골 공휴일에 소비되고 선물용으로도 인기가 높다.

| 몽골에서 판매중인 와인 |



한국 주류, 한류 타고 몽골로

몽골에서 한국 술은 처음처럼, 카스, 하이트, 클라우드가 수입되고 있다. 한국 맥주를 많이 찾는 소비자 덕분에 대형마트에 들어오는 한국 맥주량이 2배 가량 늘었고 몽골에서 팔리는 한국 브랜드의 70%가 카스이며, 카스가 몽골에 진출한 이후 몽골 토종맥주와 수입맥주 제품도 시장에 선보이기 시작했다. 경쟁업체들이 늘면서 점유율은 다소 낮아졌지만, 몽골의 수입맥주 시장에서 한국맥주가 차지하는 비중은 여전히 20%에 달한다. 소주의 경우도 몽골인들의 관심이 증가하면서 판매량도 함께 늘어나고 있고 국내 주류브랜드의 몽골시장 진출도 더욱 가속화되고 있는 상황이다.

몽골의 전통주 '아이락'과 '아르히'

몽골의 전통주 아이락은 말짚에서 짜낸 우유를 발효시켜 만든 술의 일종이며 우유와 막걸리를 희석한 맛이 난다. 아르히는 요구르트를 발효시켜 만든 술로 한국의 청주와 비슷한 맛을 내는데, 보드카와 달리 도수가 6~7° 정도라, 가볍게 마실 수 있다는 점이 특징이다. 모든 술 종류 중에서 전통주를 소비하는 몽골인의 비율은 약 60~70%이며 한 사람당 전통주를 소비하는 양은 연간 약 5~6리터에 달하며 전통주의 경우 여성보다 남성이 더 선호하는 양상을 보이며 20~25세의 몽골인이 주로 소비하는 것으로 나타났다.

| 전통주 아이락을 만드는 몽골인들 |



2000년대부터 꾸준히 성장해온 몽골 로컬 맥주시장

맥주는 주류소비의 44%를 차지할 만큼 많은 몽골사람들이 즐기는 주류이며 맥주시장은 2000년대부터 꾸준히 성장해왔다. 맥주시장의 성장과 함께 2001년 수입맥주에 대한 특별소비세를 부과하여 자국산 맥주를 우대하는 정책을 실시했다. 이러한 차별적 구조는 2005년 폐지되었으나 자국산 맥주시장이 크게 성장하는 계기가 되었다.

2017년 기준 몽골의 맥주 생산량은 8,241만 리터였으며 수입량은 637만 리터(378만 달러, 약 44억 5천만 원)였다. 2015년 몽골은 총 719만 달러(약 84억 7,341만 원)의 맥주를 수입했으나, 2017년 수입량이 378만 달러로 감소하면서 로컬맥주가 강세를 보였다. 경기침체로 인해 저렴한 로컬맥주에 대한 구매율이 증가한 부분도 있다.

몽골의 맥주시장에도 새로운 트렌드가 생겨나고 있다. 높은 도수의 맥주에 대한 인기가 높았던 과거와 달리, 젊은 여성층을 중심으로 도수가 낮은 술에 대한 수요가 증가하고 있으며 최근에는 맛과 향이 가미된 Radler*도 출시되어 인기를 끌고 있다.

(*레모네이드, 소다 등의 소프트 드링크(Soft Drink)와 밝은색 라거 맥주의 혼합주)

| 매장에서 판매되는 몽골 맥주 |



Key Point

우리나라 전통주의 몽골 진출 가능성

도수 높은 보드카의 소비량이 높고, 6~7°도의 전통 술을 어린 아이들부터 노인들까지 음료수 마시듯 즐기는 몽골의 오랜 풍습으로 미루어 볼 때 안동소주, 진도홍주, 문배주 등 높은 도수의 우리나라 지역 전통주가 충분히 경쟁력을 가지리라 예상된다. 대기업의 한국 맥주 수출 확대도 의미 있는 성과이지만, 미래에는 우리나라 지역 전통주의 수출 또한 기대해볼 수 있을 것이다.