Mongolia
몽골 사무소

소비자와 '온택트(On-tact)'하려는 몽골 온라인시장의 변화 움직임

코로나19로 인해 비대면으로 모든 사업방향이 전환되면서 세상과 '온택트(On-Tact)'하기 위한 움직임이 커지고 있다. 그 중에서 몽골의 식품시장에서는 기본적으로 식품을 보고 사려는 소비자들의 심리와 배달의 불안정성으로 인해 이용률이 낮았으나 차츰 소비자와 '온택트'하려는 변화의 바람이 불고 있다.

몽골의 온라인시장 현황

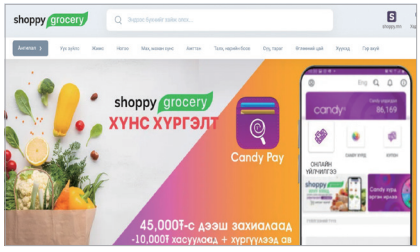
작년에 비하면 올해 몽골 온라인시장은 많은 발전을 보였지만 세계 다른 국가에 비해 느린 성장을 보이고 있다. 세계시장을 무대로 하는 아마존, 이베이, 알리바바 등 쇼핑몰을 통해 물품을 구매하여 집 앞까지 바로 배달되는 것이 아직까지 모든 몽골 구매자에게 이뤄지지 않고 있지만 한정적으로 울란바타르 시내 안의 일부 지역에서는 이루어지고 있다.

몽골 기술대학교의 통계에 따르면 전체 330만 명의 몽골 국민 중 약 170만 명 정도가 온라인을 이용하고 있으며 온라인시장 중 온라인 쇼핑몰이 42%, 식품 24%, 관광업 21%, 숙박업 13% 등으로 구성된다. 또한 약 6,000개의 비즈니스 사이트, 66개의 포털사이트 업무가 이뤄지고 있으며 하루 50만 명 정도의 접속이 이뤄지고 있다는 통계가 나왔다.

인터넷 쇼핑몰을 운영하는 관련자들에 따르면 인터넷 쇼핑을 가장 잘 이해하고 이용하는 연령대는 25-35세이며 그 중 집에 주로 거주하며 육아 중인 여성이라고 한다(몽골은 여성의 경우 결혼 연령대가 20대 초반이며, 출산율도 평균 3명으로 한국보다 높은 편). 최근 코로나19로 인해 남성들의 온라인 쇼핑 이용률도 조금씩 증가하는 추세라고 전했다.

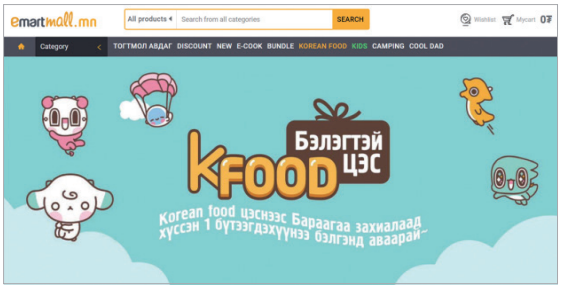
몽골에서 가장 많이 사용하는 온라인 쇼핑몰은?

몽골의 온라인 쇼핑 업체 중 가장 규모가 큰 곳은 www.Shoppy.mn 사이트로서, Bloomberg Mongolia TV에 따르면 2020 상반기 매출이 전년 동기 대비 250% 증가했다고 발표했다. 2017년 설립 이후 500개의 협력업체와 함께 일하며, 30만 명 정도의 이용자가 꾸준히 이용하고 있다. 또한 코로나19 발생 이후, 매일 식료품 600개 종류를 판매하는 shoppy grocery 매장을 오픈하여 운영하고 있다. 오프라인보다 5~10% 더 싼 가격으로 지정된 장소에서 물건을 받아가는 서비스를 제공하는 avlaa.mn 포털 사이트는 Avlaa Box 기기를 주택지역이나 사무실 인근 지역에 배치해 소비자가 주문을 하면 배달 직원이 소비자와 가까운 지정된 장소로 배송을 하고, 고유번호를 전달해 소비자가 직접 찾아가는 새로운 형태의 서비스를 제공하고 있다.

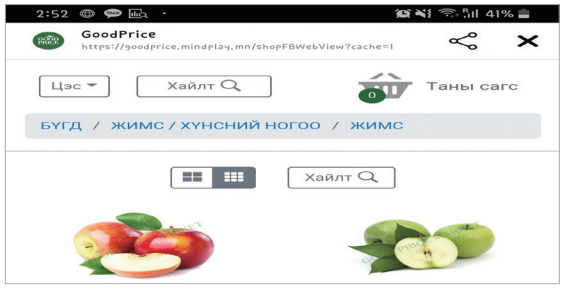


▲ '20.6월 새롭게 개설된 shoppy grocery 코너

▲ AVLAA 의 새로운 주문배송 서비스



▲ 이마트몰 온라인 사이트 한국식품관 배너



▲ 굿프라이스(goodprice) 페이스북 shop now

몽골 식료품 전문 온라인시장

이처럼 성공적으로 이뤄지고 있는 적은 수의 쇼핑몰 사이트가 존재하지만 주로 판매되고 있는 품목은 옷, 가정용품 등이다. 식료품의 경우 온라인 쇼핑을 통한 구매가 아직 잘 이뤄지지 않고 있지만 최근 노밍, 이마트, 굿프라이스 등의 대형 체인 매장들이 온라인 쇼핑몰을 함께 오픈하여 성장 중에 있다. 특히 굿프라이스 매장은 페이스북과 Chatbox, IPTV를 이용하여 기존의 온라인 쇼핑몰과는 다른 SNS 계정을 활용한 판매를 하고 있다.

- **노밍 대형마트** : www.e-shop.mn 가장 큰 식료품 체인 매장인 노밍 대형마트는 89,000MNT(원화 약 4만원) 이상 구매 시 무료배달이 이뤄지고 있지만, 온라인 몰의 매출은 전체 매출의 1%에도 아직 못 미치고 있다.

- **이마트 대형마트** : www.emartmall.mn 2020년 1월 이마트 쇼핑몰이 오픈하여 운영되고 있다. 1개 품목만 사도 배달을 해주며 과일, 야채, 계란, 우유 등 냉장 및 냉동식품 등이 있다.

음식, 식료품 배달서비스의 성장

몽골에서 온라인시장과 더불어 음식 배달서비스가 활성화되고 있다. 음식 배달서비스는 짧은 시간에 성공적으로 발전하며, 이용자들에게 점점 더 폭넓은 분야의 서비스를 제공하고 있다. 2018년도부터 배달 어플리케이션이 생겨나기 시작했고 이제는 그 영역이 음식뿐만 아니라 식료품으로도 넓혀가고 있으며 현재 2개의 배달앱이 사용되고 있다.

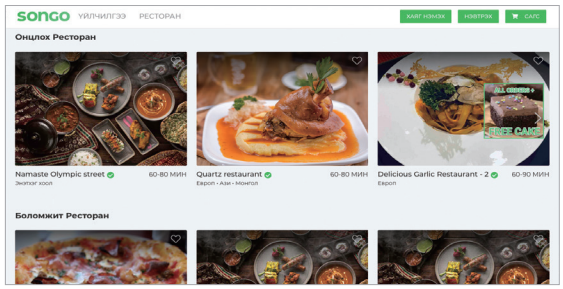
- **TOK TOK food delivery** : 2019년 새로 오픈한 TOKTOK 배달서비스는 현재 폭이 넓어져 식료품, 가전제품. 약품, 책 등의 물품들이 배달되고 있다. 현재 가장 큰 이용 서비스를 제공하며 배달 비용은 3,500MNT(원화 1,500원)이다.

- **SONGO food delivery** : 2018년에 개설되었다. 100개 정도의 음식점과 협력하여 약 1,000개 종류의 배달서비스를 제공하고 있다. 음식 배달뿐 아니라 식료품, 꽃, 드라이클리닝, 건강식품도 배달된다. 배달 비용은 거리에 따라 1㎞당 1,000MNT(원화 430원)이다.

Key Point

몽골에서는 해외 다른 나라들의 성공적인 온라인 쇼핑, 배달앱 등을 모방하며 다양한 사업들이 진행되고 있지만 아직까지 초기 단계라 성공적인 수익과 이용률을 보이기까지 충분한 시간이 필요하다. 하지만 코로나19로 인해 전 세계적으로 '온택트'하려는 변화에 발맞춰 온라인시장에 적극적으로 진출을 하고 있다.
몽골에서 온라인시장이 성공하기 위해선 이용자의 구입 형태(특히 신선식료품의 경우 직접 눈으로 보고 사려는 관행), 신뢰관계, 주소지 불분명, 교통체증, 모방상품의 대량화, 전산 시스템 등이 개선되어야 한다. 몽골 수도인 울란바토르는 도로 환경이 낙후되어 차량으로 이동하는데 많은 시간이 소요되어 자전거를 활용한 배달서비스가 나오고 있다. 이처럼 몽골지역에 특화된 마켓팅과 서비스를 제공하면서 부족한 부분을 개선해나가면 몽골 소비자의 마음을 사로잡기에는 충분할 것으로 예상된다.

▲ TOKTOK 배달 앱



▲ Songo food 배달 앱