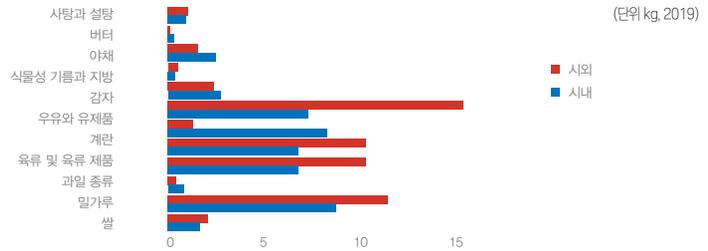




몽골에서 가장 인기있는 한국 식품의 현황

몽골인들은 식사에 고기가 빠지면 안 될 정도로 고기 섭취량이 많은 국가 중 한 나라이다. 밀가루와 고기만 있으면 매 끼니가 해결이 될 정도로 고기 섭취량이 많으며 자국에서 양, 소, 말 등을 가축으로 키우며 자급을 또한 높은 편이다. 고기를 제외한 몽골식품 중 몽골인들이 많이 소비하며 수입하는 대표적인 한국 제품으로는 커피, 유제품, 식물성 기름 등이 있다. 이 식품 3가지 중에서 한국 제품이 차지하는 점유율과 다른 제품과 차별되는 점 그리고 몽골인들의 소비행태에 대한 내용을 알아보자.

몽골인들의 주요 식품 평균 소비량



몽골인들은 울란바타르에 사는 도시 사람들과 시외지역에 사는 사람들 모두 유제품, 육류, 밀가루를 제일 많이 섭취한다는 것을 알 수 있다. 2019년 기준 한국은 몽골 농산물 수입의 17%를 차지하는데, 이중 몽골시장에서 성공적으로 판매된 한국 제품 중에는 다음의 세 식품(기름, 커피, 마요네즈)으로 정리해 볼 수 있다.

Key Point

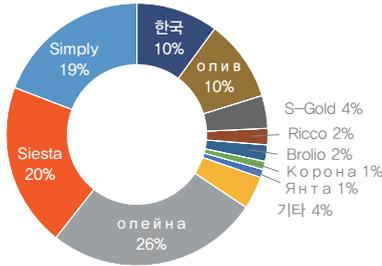
몽골은 식품의 경우 주로 러시아에서 철도를 통해 수입하며, 타 국가에서 수입하는 것보다 가격면에서 우월한 위치를 차지한다. 이러한 저렴한 가격은 몽골시장에서 주요 식품 점유율 1위를 차지하는 주된 이유이다. 한국에서 수입식품의 경우, 타 국가의 수입식품에 비해 광고와 마케팅이 많지 않지만 몽골시장에서 꾸준히 한국식품에 대한 관심과 수요가 있어 이를 활용한 마케팅 전략(몽골어로 된 상품 설명 등)이 필요하다. 상위 3가지 식품에 대한 예는 좋은 광고와 경쟁력 있는 가격을 가진 한국식품이 몽골시장에서 성공적으로 진출할 수 있음을 보여준다.

| 한국상품 | 상품정보 | 타국가상품 | 상품정보 |
|---|---|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 콩기름 • 수입자 한국 • 평균 가격 7900mnt / 0.9L • 시장 점유율 4위 (~10%) |  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 Oleina • 수입자 러시아 • 평균 가격 4,359mnt / 1L • 시장 점유율 1위 |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 맥심 • 수입자 한국 • 평균 가격 2,499mnt / 10개 • 시장 점유율 1위 |  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 Maccoffee • 수입자 러시아 • 평균 가격 12,699mnt / 50개 • 시장 점유율 2위 |
|  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 오뚜기 • 수입자 한국 • 평균 가격 5,819mnt / 500g • 시장 점유율 6위 (~4%) |  | <ul style="list-style-type: none"> • 상품 이름 골든안타 • 수입자 러시아 • 평균 가격 3,000mnt / 500g • 시장 점유율 1위 |

몽골의 식물성 기름 시장

몽골은 식물성 기름을 100% 해외에서 수입하고 있으며, 한국에서 수입하는 기름은 타 국가에 비해 홍보나 마케팅이 많은 편은 아니다. 특정 고객층의 수요가 지속적으로 유지되며 한국 브랜드의 경우 몽골에서 10%를 차지한다. 그 외 대부분은 러시아에서 수입한 식물성 기름 브랜드가 차지하고 있다.

[몽골의 주요 식물성 기름 브랜드의 시장 점유율, 2019]



출처 : Y-INSIGHT, 2019

최근에는 몽골에서도 건강에 대한 관심이 늘어나 올리브유 함유 식물성 기름이 인기를 끌며 매출이 점점 증가하고 있다. 또한, 올리브유 함유 식물성 기름이 건강에 좋고 콜레스테롤이 적다는 광고도 많이 나오고 있다. 하지만 설문조사(Y-INSIGHT, 2020)에 따르면 아직까지 일반적인 몽골 소비자의 소비패턴을 볼 수 있어 전략적인 마케팅 방안이 필요하다.

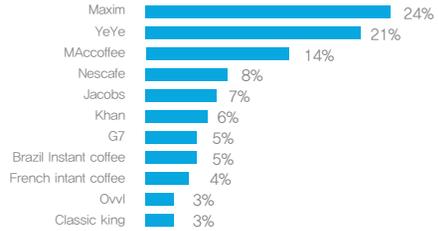
- 식물성 기름 브랜드 선택에 부주의
- 보통 익숙한 제품을 선택
- 어떤 기름이 건강에 좋은지 잘 모르고, 가격이 높으면 품질이 좋다고 생각함
- 광고와 입소문은 구매 결정에 큰 영향을 미침
- 어디에서 생산되는지 또는 그 성분이 무엇인지 관심 없음

몽골의 브랜드커피 시장 현황

요즘 몽골사람들에게 믹스 커피는 일상생활의 필수품이 되었고 프랜차이즈 커피 전문점도 한국에서 들어와 정착에 성공하면서 몽골인들에게도 젊은층에 걸쳐 커피 문화가 많이 형성되어 있다. 시장에 출시된 대부분의 소비재는 포장된 커피믹스 제품이다. 몽골은 해외에서 100% 커피를 수입하고 있으며 수입 커피 중 한국산 맥심 커피가 가장 많이 판매되고 있다. 설문조사에 따르면 커피믹스에 대한 몽골 소비자들의 다음과 같은 행동이 관찰되었다.

- 커피 소비가 증가했으며 소비자는 주로 젊은 층이다. 특히 여성이 더 많이 제품을 소비한다.
- 익숙한 커피브랜드의 제품만 소비한다.
- 커피 제품을 선택할 때 성분면에 대한 관심이 아직까지 높지 않다.

[몽골의 커피제품 시장 점유율, 2019]



출처 : Y-INSIGHT, 2019

- 젊은 사람들은 커피숍보다 들고 갈 수 있는 커피를 선호하고 소비 문화가 개선되고 있다.
- 커피에 익숙하지 않은 소비자는 쓴 맛이 없는 우유 단맛을 선호한다.

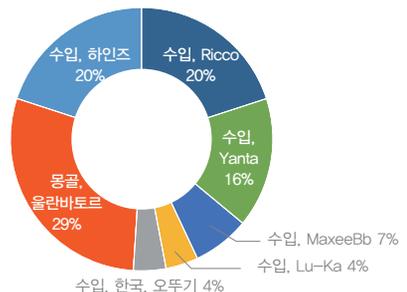
특히 1위를 차지하는 한국산 커피의 경우, 한국 영화에서 해당 제품을 마시는 장면이 많이 노출되어 해당 제품을 선택하는데 많은 영향을 끼쳤으며 맛이나 포장이 몽골 소비자들에게 잘 맞는 것을 알 수 있다.

몽골의 마요네즈 시장 현황

지리적 특성상 러시아의 영향을 많이 받은 몽골은 러시아에서 마요네즈 소비 1위 차지하는 것과 같은 추세로 다른 아시아 국가와 비교해 볼 때 마요네즈 수요량이 높은 편이다. 몽골은 전체 마요네즈 수요에서 77%를 수입하며, 수입 된 마요네즈의 대부분은 러시아산이다. 한국산 마요네즈의 경우 몽골 소비자들에게 아직까지 많이 알려지지 않았지만 맛과 포장이 괜찮으나 가격이 다소 비싸다고 생각한다. 또한, 다음과 같은 몽골 소비자들의 일반적인 성향을 관찰 할 수 있다.

- 모든 마요네즈는 크림과 같은 질은 형태로 있어야 한다는 일반적인 고정 관념이 있다.
- 전에 사용했던 마요네즈 1-2종류만 자주 소비한다.
- 성분에 대해 잘 모르거나 관심이 없다.
- 사용하는 마요네즈 맛을 다른 마요네즈와 잘 구별 못 한다.
- 널리 광고되는 마요네즈의 경우 양질의 제품으로 생각한다.
- 계란으로 만들어지기 때문에 유통 기한에 더 신경을 쓴다.
- 마요네즈 소비는 해마다 증가하고 있다.

[몽골의 마요네즈 브랜드 시장 점유율, 2020]



출처 : Y-INSIGHT, 2020