

2024 농식품 국가정보조사 몽골

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對몽골 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	3,281,676명, 전 세계 134위
민족구성 (2020년 추정치)	할하몽골인 83.8%, 카자흐스탄인 3.8%, 도르브르족 2.6%, 바이드족 2%, 부리야드족 1.4%, 자흐칭족 1.2%, 다리강가족 1.1%, 기타 4.1%
언어 (1999년 추정치)	몽골어 90%, 튀르크어, 러시아어
종교 (2020년 추정치)	불교 51.7%, 이슬람교 3.2%, 샤머니즘 2.5%, 기독교 1.3%, 기타 0.7%, 무교 40.6%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 25.7% (남성 429,867명/여성 412,943명) 15~64세: 68.4% (남성 1,087,487명/여성 1,156,547명) 65세 이상: 5.9% (2024년 추정) (남성 78,242명/여성 116,590명)
중위연령 (2024년 추정치)	전체: 31.5세, 전 세계 126위 남성: 30.1세 여성: 32.8세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$56.264조 (2023년 추정치), 전 세계 121위 \$52.572조 (2022년 추정치) \$50.053조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	7.02% (2023년 추정치), 전 세계 21위 5.03% (2022년 추정치) 1.64% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$16,300 (2023년 추정치), 전 세계 114위 \$15,500 (2022년 추정치) \$15,000 (2021년 추정치.)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2023년 추정치)	10.2%
주요 생산품 (2022년 추정치)	우유, 밀, 산양유, 감자, 양고기, 양유, 소고기, 염소고기, 말고기, 당근, 순무 등

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
몽골의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	해당사항 없음
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	해당사항 없음
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	한국-몽골 EPA
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

■ 1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

몽골 식품 시장은 2019년 30억 5,900만 달러에서 연평균 12.1% 성장하여, 2023년 48억 3,500만 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 7억 800만 달러에서 연평균 12.8% 성장하여, 2023년 11억 4,800만 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 23.7%를 차지했다.

수산물

수산물 시장규모는 2019년 6억 237만 달러에서 연평균 12.2% 성장하여, 2023년 9억 886만 달러로 증가했다. 2023년 수산물 시장규모는 전체 식품 시장의 20.4%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 3억 614만 달러에서 연평균 12.5% 성장하여, 2023년 5억 785만 달러로 증가했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 12.0%를 차지했다.

<몽골 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	3,059.0	3,253.0	3,523.0	4,153.0	4,835.0	100.0	16.4	12.1
육류	708.0	753.1	814.5	973.7	1,148.0	23.7	17.9	12.8
수산물	623.7	664.8	720.5	841.5	988.6	20.4	17.5	12.2
베이커리 및 곡물류	361.4	384.6	416.2	490.2	578.5	12.0	18.0	12.5
스낵류	294.8	311.2	339.0	392.6	458.4	9.5	16.8	11.7
채소류	280.0	298.4	323.2	385.6	454.3	9.4	17.8	12.9
과일 및 견과류	211.2	225.0	243.7	283.9	327.4	6.8	15.3	11.6
낙농품	216.3	230.3	249.3	297.1	311.3	6.4	4.8	9.5
편의식품	180.4	191.0	205.7	243.2	283.9	5.9	16.7	12.0
소스 및 향신료	73.7	78.0	84.0	99.7	117.1	2.4	17.5	12.3
유지류	50.2	53.3	57.5	66.8	77.1	1.6	15.3	11.3
스프레드 및 당류	44.4	47.8	52.3	61.6	71.6	1.5	16.4	12.7
영유아식품	12.2	12.9	13.6	14.1	14.8	0.3	4.5	4.9
펫푸드	2.4	2.7	3.2	3.5	3.7	0.1	6.6	11.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 몽골의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 946달러에서 연평균 10.3% 증가한 1,403달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 219달러에서 연평균 11.0% 증가한 약 333달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 23.7%를 차지했다.

수산물

2023년 수산물 소비액은 2019년 1인당 약 193달러에서 연평균 10.4% 증가한 약 287달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 20.4%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 112달러에서 연평균 10.7% 증가한 약 168달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.0%를 차지했다.

<몽골 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	946.3	987.5	1,052.0	1,222.0	1,403.0	100.0	14.8	10.3
육류	219.0	228.6	243.3	286.5	333.0	23.7	16.2	11.0
수산물	193.0	201.8	215.2	247.6	286.8	20.4	15.8	10.4
베이커리 및 곡물류	111.8	116.7	124.3	144.3	167.8	12.0	16.3	10.7
스낵류	91.2	94.5	101.3	115.5	133.0	9.5	15.2	9.9
채소류	86.6	90.6	96.6	113.5	131.8	9.4	16.1	11.1
과일 및 견과류	65.3	68.3	72.8	83.5	95.0	6.8	13.7	9.8
낙농품	66.9	69.9	74.5	87.4	90.3	6.4	3.3	7.8
편의식품	55.8	58.0	61.5	71.6	82.4	5.9	15.1	10.2
소스 및 향신료	22.8	23.7	25.1	29.3	34.0	2.4	15.8	10.5
유지류	15.5	16.2	17.2	19.7	22.4	1.6	13.7	9.5
스프레드 및 당류	13.7	14.5	15.6	18.1	20.8	1.5	14.7	10.9
영유아식품	3.8	3.9	4.1	4.2	4.3	0.3	2.9	3.3
펫푸드	0.8	0.8	1.0	1.0	1.1	0.1	4.9	9.3

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 몽골의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 296kg에서 연평균 1.9% 증가한 약 319kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 77kg에서 연평균 1.6% 증가한 약 82kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 25.6%를 차지했다.

채소류

2023년 육류 소비량은 2019년 1인당 약 67kg에서 연평균 1.9% 증가한 약 73kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 22.8%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 35kg에서 연평균 2.8% 증가한 약 39kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 12.1%를 차지했다.

<몽골 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	295.8	305.1	311.5	314.8	318.9	100.0	1.3	1.9
베이커리 및 곡물류	76.6	78.9	80.1	80.5	81.6	25.6	1.4	1.6
채소류	67.4	69.1	70.7	71.8	72.8	22.8	1.3	1.9
낙농품	34.6	36.2	37.1	38.0	38.7	12.1	1.9	2.8
육류	34.4	36.0	37.1	37.7	38.1	12.0	1.2	2.6
과일 및 견과류	25.9	26.5	26.8	27.0	27.2	8.5	0.5	1.2
스낵류	15.8	16.1	16.6	16.6	16.9	5.3	2.1	1.7
편의식품	13.4	13.7	13.9	14.0	14.1	4.4	0.5	1.2
수산물	12.2	12.6	12.7	12.7	12.8	4.0	1.3	1.2
스프레드 및 당류	6.5	6.8	7.1	7.1	7.1	2.2	-0.3	2.1
소스 및 향신료	5.8	6.0	6.1	6.2	6.4	2.0	2.1	2.2
유지류	2.3	2.3	2.3	2.3	2.3	0.7	-0.9	0.0
펫푸드	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7	0.2	4.3	6.5
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	3.4	1.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

몽골 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 12.6% 성장하여, 2027년 77억 7,400만 달러에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 14.0% 성장하여, 2027년 19억 4,200만 달러에 달할 전망이다.

수산물

수산물 시장규모는 2023년 이후 연평균 11.9% 성장하여, 2027년 15억 4,900만 달러에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 13.0% 성장하여, 2027년 9억 4,250만 달러에 달할 전망이다.

<몽골 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	4,835.0	5,590.0	6,362.0	7,119.0	7,774.0	100.0	9.2	12.6
육류	1,148.0	1,345.0	1,548.0	1,758.0	1,942.0	25.0	10.5	14.0
수산물	988.6	1,143.0	1,301.0	1,428.0	1,549.0	19.9	8.5	11.9
베이커리 및 곡물류	578.5	671.1	765.9	864.0	942.5	12.1	9.1	13.0
채소류	454.3	530.0	607.9	688.3	754.2	9.7	9.6	13.5
스낵류	458.4	528.6	597.7	662.4	723.6	9.3	9.2	12.1
과일 및 견과류	327.4	375.2	424.1	474.5	513.8	6.6	8.3	11.9
편의식품	283.9	327.4	371.5	417.7	454.3	5.8	8.8	12.5
낙농품	311.3	341.3	372.8	409.4	441.5	5.7	7.8	9.1
소스 및 향신료	117.1	135.3	153.7	171.0	186.9	2.4	9.3	12.4
스프레드 및 당류	71.6	84.5	98.1	110.7	121.7	1.6	9.9	14.2
유지류	77.1	88.6	100.1	112.2	120.5	1.6	7.4	11.8
영유아식품	14.8	16.3	17.0	18.2	18.9	0.2	3.8	6.4
펫푸드	3.7	3.9	4.2	4.4	4.7	0.1	5.4	5.9

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 몽골의 식품 수출액은 약 8억 2,093만 달러로 전년 대비 50.0% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 4억 9,909만 달러에서 연평균 13.2% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 0.5%로, 수출 상위 8위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 27.2% 증가한 약 416만 달러로 집계되었다. 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 25.7% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출 비중은 89.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 51.0% 증가한 약 7억 3,307만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 12.7% 증가하는 추세를 보인다.

이란으로의 식품 수출 비중은 4.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 381.8% 증가한 약 3,515만 달러로 집계되었다. 이란으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 13.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 독일(0.8%), 홍콩(0.7%), 러시아(0.6%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<몽골 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	499,092	349,579	462,352	547,394	820,925	100.0	50.0	13.2
1 중국	453,609	327,381	427,316	485,553	733,068	89.3	51.0	12.7
2 이란	21,138	1,826	1,500	7,295	35,150	4.3	381.8	13.6
3 독일	1,918	403	3,305	6,961	6,670	0.8	-4.2	36.6
4 홍콩	62	2,551	3,694	4,832	5,738	0.7	18.8	210.2
5 러시아	1,480	585	1,029	6,782	5,200	0.6	-23.3	36.9
6 아랍에미리트	1,066	1,668	1,031	1,056	4,965	0.6	370.2	46.9
7 우즈베키스탄	53	22	36	2,913	4,427	0.5	52.0	202.3
8 한국	1,668	996	2,417	3,268	4,158	0.5	27.2	25.7
9 카자흐스탄	466	1,073	1,155	7,183	4,060	0.5	-43.5	71.8
10 일본	3,764	2,799	4,967	3,244	3,354	0.4	3.4	-2.8

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 말·당나귀고기, 탈각한 잣, 기타·조제 보존 육·석육, 유채(저에루크산), 절단한 양고기 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

말·당나귀고기 수출 비중은 15.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 512.8% 증가한 약 1억 2,541만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.4% 증가했다.

탈각한 잣 수출 비중은 14.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 43.0% 증가한 약 1억 1,479만 달러로 집계되었다.

기타·조제 보존 육·석육 수출 비중은 13.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 632.5% 증가한 약 1억 655만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 215.7% 증가했다.

유채(저에루크산) 수출 비중은 5.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 212.4% 증가한 약 4,475만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 55.5% 증가했다.

절단한 양고기 수출 비중은 4.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 618.1% 증가한 약 3,553만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 26.3% 증가했다.

이 밖에도, 조제·보존쇠고기(4.0%), 동물내장(1.4%), 염소고기(0.6%) 등을 수출했다.

<몽골 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	499,092	349,579	462,352	547,394	820,925	100.0	50.0	13.2
1 말·당나귀 고기	57,689	33,047	14,443	20,463	125,407	15.3	512.8	21.4
2 탈각한 잣	0	0	0	80,255	114,785	14.0	43.0	43.0
3 기타조제 보존 육·석육	25,379	45,909	31,942	14,547	106,551	13.0	632.5	43.1
4 유채(저에루크산)	7,664	5,075	1,448	14,327	44,753	5.5	212.4	55.5
5 절단한 양고기	13,961	1,018	1,027	4,947	35,526	4.3	618.1	26.3
6 조제·보존 쇠고기	24,737	12,894	6,485	2,483	32,984	4.0	1,228.4	7.5
7 동물 내장	8,627	9,269	15,356	16,204	11,642	1.4	-28.2	7.8
8 염소고기	2,593	2,639	2,731	4,104	4,680	0.6	14.0	15.9
9 말기울	3,511	2,865	1,510	7	3,876	0.5	55,271.4	2.5
10 조제식료품	1,653	2,828	3,361	1,681	2,446	0.3	45.5	10.3

*주: HS CODE(0205.00, 0802.92, 1602.90, 1205.90, 0204.42, 1602.50, 0504.00, 0204.50, 2302.30, 2106.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

■ 1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 몽골의 식품 수입액은 약 10억 5,379만 달러로 2022년 대비 6.8% 감소했다. 최근 5년간 수입액은 2019년 약 6억 4,318만 달러에서 연평균 13.1% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 11.1%로, 수입 상위 3위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 1.5% 감소한 약 1억 1,666만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 22.5% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

러시아에서의 식품 수입 비중은 23.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 11.1% 감소한 약 2억 4,866만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 11.7% 증가하는 추세를 보인다.

중국에서의 식품 수입 비중은 22.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 10.2% 증가한 약 2억 4,120만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 16.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 폴란드(5.2%), 독일(4.0%), 카자흐스탄(2.4%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<몽골 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	643,176	670,027	970,104	1,131,044	1,053,790	100.0	-6.8	13.1
1 러시아	159,767	218,980	344,482	279,735	248,658	23.6	-11.1	11.7
2 중국	131,553	123,770	150,332	218,939	241,197	22.9	10.2	16.4
3 한국	51,864	57,303	76,746	118,432	116,658	11.1	-1.5	22.5
4 폴란드	26,109	26,634	46,665	56,781	54,794	5.2	-3.5	20.4
5 독일	27,115	26,759	42,482	44,162	42,599	4.0	-3.5	12.0
6 카자흐스탄	27,838	14,660	15,377	20,232	25,567	2.4	26.4	-2.1
7 태국	15,481	13,449	16,563	17,949	23,495	2.2	30.9	11.0
8 베트남	19,647	19,016	21,397	28,691	22,696	2.2	-20.9	3.7
9 말레이시아	16,576	14,906	18,264	31,058	22,501	2.1	-27.6	7.9
10 미국	20,052	18,735	27,594	30,148	20,340	1.9	-32.5	0.4

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **조제식료품, 절단한 냉동 닭고기, 초콜릿(기타), 설탕과자(기타), 사탕수수(기타)** 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

조제식료품 수입 비중은 7.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 20.4% 감소한 약 8,119만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.5% 증가했다.

절단한 냉동 닭고기 수입 비중은 4.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 6.8% 증가한 약 4,813만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 18.3% 증가했다.

초콜릿(기타) 수입 비중은 4.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 0.9% 감소한 약 4,352만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.0% 증가했다.

설탕과자(기타) 수입 비중은 3.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 16.7% 증가한 약 3,865만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 14.9% 증가했다.

사탕수수(기타) 수입 비중은 3.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 12.4% 감소한 약 3,776만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 13.2% 증가했다.

이 밖에도, **쌀(정미)(3.4%), 스위트비스킷(2.9%), 빵(기타)(2.7%)** 등을 수입했다.

<몽골 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	643,176	670,027	970,104	1,131,044	1,053,790	100.0	-6.8	13.1
1 조제식료품	58,637	61,673	93,943	102,029	81,193	7.7	-20.4	8.5
2 절단한 냉동 닭고기	24,542	23,201	33,914	45,066	48,131	4.6	6.8	18.3
3 초콜릿(기타)	31,982	31,023	41,944	43,918	43,524	4.1	-0.9	8.0
4 설탕과자(기타)	22,140	18,722	26,007	33,120	38,649	3.7	16.7	14.9
5 사탕수수(기타)	23,018	25,003	35,773	43,081	37,757	3.6	-12.4	13.2
6 쌀(정미)	22,196	28,313	27,932	33,339	35,653	3.4	6.9	12.6
7 스위트 비스킷	16,386	16,068	20,568	28,023	30,763	2.9	9.8	17.1
8 빵(기타)	11,792	12,613	18,455	24,811	28,791	2.7	16.0	25.0
9 파스타	20,137	19,022	20,181	26,167	26,287	2.5	0.5	6.9
10 음료(기타)	17,346	15,297	19,162	31,881	22,886	2.2	-28.2	7.2

*주: HS CODE(2106.90, 0207.14, 1806.90, 1704.90, 1701.99, 1006.30, 1905.31, 1905.90, 1902.30, 2202.99)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

■ 1.7 | 對몽골 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對몽골 수출액은 약 1억 2,722만 달러로 2019년 약 5,669만 달러에서 연평균 22.4% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 89.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.1% 증가한 약 1억 1,317만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 22.2%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 6.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 2.7% 증가한 약 793만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 19.8%의 증가세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 2.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 96.0% 증가한 약 312만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 40.8%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 2.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.7% 증가한 약 301만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.5%의 증가세를 보인다.

<한국산 對몽골 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	56,688	66,235	89,762	113,759	127,220	100.0	11.8	22.4
농산물	50,670	59,096	79,322	101,866	113,166	89.0	11.1	22.2
수산물	3,849	4,301	7,287	7,728	7,934	6.2	2.7	19.8
축산물	792	1,404	967	1,589	3,115	2.4	96.0	40.8
임산물	1,378	1,434	2,186	2,576	3,005	2.4	16.7	21.5

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對몽골 주요 수출 품목은 수출액 기준 **맥주, 라면, 소스 조제품(기타), 조제식료품(기타), 기타 무알코올 음료** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '아이스크림(147.7% ↑)'과 '맥주(59.5% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

맥주 수출 비중은 6.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 0.4% 감소한 약 874만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 59.5% 증가했다.

라면 수출 비중은 6.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.9% 감소한 약 849만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.5% 증가했다.

소스 조제품(기타) 수출 비중은 4.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 30.9% 증가한 약 508만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 20.0% 증가했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 3.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 29.2% 증가한 약 483만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 40.0% 증가했다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 3.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 33.6% 감소한 약 467만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.9% 증가했다.

<한국산 對몽골 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	56,688	66,235	89,762	113,759	127,220	100.0	11.8	22.4
1 맥주	1,350	1,121	3,599	8,773	8,742	6.9	-0.4	59.5
2 라면	4,451	4,379	6,051	9,319	8,489	6.7	-8.9	17.5
3 소스 조제품(기타)	2,448	2,943	4,061	3,880	5,079	4.0	30.9	20.0
4 조제식료품(기타)	1,257	1,823	3,848	3,735	4,826	3.8	29.2	40.0
5 기타 무알코올 음료	4,332	3,995	4,740	7,031	4,672	3.7	-33.6	1.9
6 비스킷류	1,330	1,117	2,325	2,336	2,852	2.2	22.1	21.0
7 인스턴트 커피	819	793	1,921	1,796	2,572	2.0	43.2	33.1
8 기타 음료	954	637	1,217	1,763	2,538	2.0	43.9	27.7
9 아이스크림	56	374	886	1,325	2,111	1.7	59.3	147.7
10 조미김	267	1,014	1,867	1,588	2,078	1.6	30.8	0.7

*주: HS CODE(2203.00-0000, 1902.30-1010, 2103.90-9090, 2106.90-9099, 2202.99-9000, 1905.90-1040, 2101.11-1000, 2202.10-9000, 2105.00-1090, 2008.99-5010)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 몽골의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 27억 4,700만 달러에서 연평균 4.2% 성장한 32억 3,560만 달러로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 15억 7,920만 달러에서 연평균 1.6% 성장한 16억 8,210만 달러로 집계되어, 전체 오프라인 유통채널 규모의 52%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 9억 8,820만 달러에서 연평균 7.9% 성장한 13억 4,170만 달러로 집계되어, 전체 오프라인 유통채널 규모의 41.5%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 7,820만 달러에서 연평균 0.4% 성장한 7,940만 달러로 집계되어, 전체 오프라인 유통채널 규모의 2.5%를 차지했다.

<몽골 오프라인 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	2,747.0	2,800.6	2,869.9	2,971.2	3,235.6	100.0	8.9	4.2
소규모 식료품점	1,579.2	1,576.1	1,565.2	1,584.3	1,682.1	52.0	6.2	1.6
슈퍼마켓	988.2	1,045.8	1,124.9	1,192.8	1,341.7	41.5	12.5	7.9
전문판매점	78.2	74.6	73.5	74.0	79.4	2.5	7.3	0.4
편의점	51.3	54.4	56.7	59.7	66.7	2.1	11.7	6.8
하이퍼마켓	50.0	49.7	49.7	60.4	65.8	2.0	8.9	7.1

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 유로모니터

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

편의점

몽골의 편의점 시장에서 CU는 300개 이상의 점포 수로 1위를 기록하고 있으며, GS25 역시 시장에 진출하여 점포 수를 확대한다. 이들 한국 편의점은 직접 진출 형태가 아닌 파트너사에 운영권을 맡기고 로열티를 받는 방식으로 몽골 시장에 진출한다.

Nomin그룹에서 운영하는 Eco express는 2021년 기준 12개의 점포를 보유하고 있으나, 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 비해 시장에서의 영향력은 상대적으로 작은 것으로 조사되었다. 또한, 미국의 Circle K가 몽골 시장에 진출했었지만, 한국의 편의점 브랜드에 의해 인수 합병되기도 했다.

하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

몽골에서 가장 많은 점포 수를 보유한 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 기업은 Nomin으로, 2022년 기준 몽골 전역에 30개의 하이퍼마켓 매장(창고형 매장 포함)과 21개의 슈퍼마켓 매장을 운영한다. 이 외 점포 수가 많은 기업에는 Sansar(20개), Orgil Supermarket(13개), M mart(10개), Good price market(5개), Home Plaza(3개), E사(3개) 등이 있다.

또한, Sansar Supermarket을 운영하는 Altan Joloo 그룹은 국제적인 대형 슈퍼마켓 체인인 까르푸와 파트너십을 체결하고 몽골 시장에 까르푸를 개점할 예정이다. 이러한 움직임은 몽골 내 소매 시장의 글로벌화와 성장을 나타내는 중요한 지표로 볼 수 있다.

<몽골 오프라인 유통채널 브랜드별 매장 수(2022)>

(단위: 개, %)

구분	브랜드	점포 수	비중(2022)
전체	-	567	100.0
편의점	CU, GS25, Eco Express	462	81.5
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Nomin, Sansar, Orgil Supermarket, M mart, Good price market, Home Plaza	105	18.5

*주: 매장 수는 조사시점을 기준으로 작성(2022.03.)

**출처: 2022 수출기업 맞춤형조사_몽골 목이버섯 시장분석형 보고서(한국농수산물유통공사)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① CU

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 300개로, 몽골 전역 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수의 52.9%를 차지했다.

② GS25

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 150개로, 몽골 전역 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수의 26.5%를 차지했다.

③ Nomin

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 51개로, 몽골 전역 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수의 9.0%를 차지했다.

④ Sansar

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 20개로, 몽골 전역 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수의 3.5%를 차지했다.

⑤ Orgil Supermarket

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 13개로, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수의 2.3%를 차지했다.

<몽골 오프라인 유통채널 브랜드별 매장 점유율 순위(2022)>

(단위: 개)

구분	브랜드	점포 수	점유율(2022)
전체	-	567	100.0
편의점	CU	300	52.9
편의점	GS25	150	26.5
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Nomin	51	9.0
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Sansar	20	3.5
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Orgil Supermarket	13	2.3
편의점	Eco express	12	2.1
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	M mart	10	1.8
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Good price market	5	0.9
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Home Plaza	3	0.5
하이퍼마켓 및 슈퍼마켓	Emart	3	0.5

*주: 매장 수는 조사시점을 기준으로 작성(2022.03.)

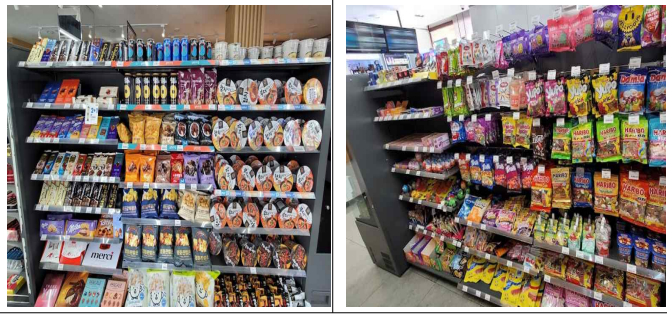
**출처: 2022 수출기업 맞춤형조사_몽골 목이버섯 시장분석형 보고서(한국농수산물유통공사)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	CU	창립연도	2012
	점유율	52.9%	브랜드 국적	한국
	웹사이트	cumongol.mn	매장 수	300개
	- 한국 BGF Co 산하의 편의점 브랜드 - 매장에서 직접 볶음밥·닭고기 요리 등의 음식을 조리하여 판매 - 대부분의 매장이 24시간 영업하며, 애플리케이션을 통한 배송 서비스 제공 - HEYROO와 같은 PB제품을 취급하며, 타 점포에 비해 가격이 비쌘 - 00시부터 07시까지 18도가 넘어가는 주류 제품을 취급하지 않음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*주: 2022년 8월 기준, 자세한 내용은 기사 참고 <https://ikon.mn/n/2mpr>

**출처 : CU 홈페이지

	브랜드명	GS25	창립연도	2005
	점유율	26.5%	브랜드 국적	한국
	웹사이트	-	매장 수	150개
	- 한국 GS Retail 산하의 편의점 브랜드 - 튀김·꼬치류와 같은 즉석식품을 판매 - 각종 수입 과자류 및 한국 내에서 판매량이 많았던 김밥류를 취급 - 한국의 회사들과 협업하여 몽골 내 해당 협업 제품을 취급하기도 함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: GS25 홈페이지

	브랜드명	Nomin	창립연도	1992
	점유율	9.0%	브랜드 국적	몽골
	웹사이트	nomin.co	매장 수	51개
	- Nomin Holding Co Ltd 산하의 슈퍼마켓·하이퍼마켓 브랜드 - 타 브랜드에 비해 가격대가 저렴하며, 러시아로부터 수입한 제품을 주로 취급 - 일본 제품이 판매되는 매장이 입점해 있음 - 대부분의 농산물 및 판매 제품을 수입으로 충당하며, 유기농 제품 판매대를 운영			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: Nomin 홈페이지

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 몽골의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 8.4% 증가한 4억 1,880만 달러로, 2019년 이후 연평균 16.5%의 증가세를 보인다.

<몽골 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 달러, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
227.1	271.8	336.4	386.3	418.8	8.4	16.5

*출처: 유로모니터

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

정보원에서 제공하지 않음

2.2.3 주요 온라인 유통채널

개요

주요 온라인 유통채널로는 Shoppy, Rio, Apm 등이 있으며, 글로벌 유통채널인 타오바오, 아마존도 시장에 진출했다.

<몽골 주요 온라인 쇼핑몰 및 주요 취급 품목>

쇼핑몰 명	설립연도	주요 취급품목
Shoppy	2016년	가정용품, 의류, 영유아용품, 스포츠, 식품, 화장품, 액세서리 등
Rio	2012년	컴퓨터, 휴대폰, 화장품, 의류, 액세서리, 도서, 가정용품 등
Apm	2014년	의류, 신발류, 액세서리, 화장품, 영유아용품, 가전제품, 가정용품, 도서 등

*출처: 2022 수출기업 맞춤형조사_몽골 목이버섯 시장분석형 보고서(한국농수산물유통공사)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

몽골의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 32억 3,560만 달러에서 연평균 15.2% 성장하여 2027년 56억 9,970만 달러에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 16억 8,210만 달러에서 연평균 14.0% 성장하여 2027년 28억 4,490만 달러에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 13억 4,170만 달러에서 연평균 16.6% 성장하여 2027년 24억 7,920만 달러에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 7,940만 달러에서 연평균 13.9% 성장하여 2027년 1억 3,340만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<몽골 오프라인 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	3,235.6	3,769.2	4,376.7	5,037.0	5,699.7	100.0	13.2	15.2
소규모 식료품점	1,682.1	1,936.8	2,231.9	2,544.0	2,844.9	49.9	11.8	14.0
슈퍼마켓	1,341.7	1,584.5	1,857.1	2,161.6	2,479.2	43.5	14.7	16.6
전문판매점	79.4	90.8	104.1	118.6	133.4	2.3	12.5	13.9
편의점	66.7	79.2	92.7	108.1	124.0	2.2	14.7	16.8
하이퍼마켓	65.8	77.8	91.0	104.7	118.1	2.1	12.8	15.7

*주: 전문 판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장

**출처: 유로모니터

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

몽골의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 19.9% 성장하여, 2027년 8억 6,560만 달러에 이를 것으로 전망된다.

<몽골 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 달러, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
418.8	511.1	620.2	743.0	865.6	16.5	19.9

*출처: 유로모니터

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 맥주(수출상위 품목)

몽골 맥주 시장에서는 현지 브랜드 제품뿐만 아니라 다양한 수입 맥주가 판매되고 있다. 몽골의 대표적인 맥주 브랜드는 'ШАР АЙРАГ СЭНГҮР'가 있으며, 한국산뿐만 아니라 미국, 일본, 중국 등에서 수입된 맥주가 유통되는 것으로 확인된다. 몽골은 약 22여 개국에서 3,047만 달러(2022년 기준) 규모의 맥주를 수입하고 있다.

특히 한류의 영향과 젊은 소비자를 중심으로 알코올 도수가 낮은 주류 선호 소비트렌드가 발생하며 한국 맥주에 대한 관심이 증가하고 있다. 한국산 맥주의 對몽골 수출액은 2023년 약 874만 달러로 집계되었으며, 2019년 이후 연평균 22.4%의 성장률을 보였다. 특히 몽골의 전체 맥주 수입액에서 한국산 맥주는 중국 다음으로 큰 규모를 보였다(2022년 기준).

젊은 소비자 사이에서 새로운 경험을 중시하는 트렌드가 자리 잡으며 수제 맥주(Craft Beer)의 인기도 증가하는 추세다. 몽골 소비자는 수제 맥주만의 맛과 향을 특별하다고 여겨 최근 관심이 증가하고 있다. 이에 현지 유통채널에서도 다양한 수제 맥주를 판매하고 있으며, 수제 맥주 전문점인 Hops&Rocks 자사에서 제조한 수제 맥주를 상품화해 판매하고 있다. 또한 과일이 첨가되어 맥주의 풍미를 높인 제품도 소비자의 관심을 끌고 있다. 더 나아가 건강을 중시하는 주류 소비트렌드가 형성되며 글루텐을 함유하지 않은 맥주 제품이 출시되어 몽골의 맥주 시장은 더욱 세분화되는 추세이다.

		
몽골 브랜드 맥주	Hops&Rocks의 수제 맥주	한국산 맥주

*출처: Emartmall.mm, Ikon

▶ 출처

"보드카 말고 소맥"...몽골 MZ 인기에 韓맥주 수출 급증, 이데일리
Хамгийн сайн шар айраг бол хамгийн шинэ шар айраг, Ikon
CRAFT шар айраг буюу Hops & Rocks брэнд, Ikon

② 소스(수출상위 품목)

한류의 영향과 몽골에 진출한 한국 기업의 브랜드 이미지로 몽골에서는 한국에 대한 우호적인 분위기가 형성되었다. 최근에는 한국 콘텐츠의 영향으로 한식에 관심을 갖는 소비자가 더욱 증가하는 추세이다.

이와 더불어 몽골에서도 건강에 대한 관심이 커지면서 건강식으로 인식되는 한식에 대한 선호가 높아진 것으로 나타났다. 육류 위주의 식사를 하는 몽골에서 한국 음식은 다양한 채소를 활용하고 발효한 식품도 많아 건강에 유익한 것으로 인식되고 있다.

한국 음식에 대한 선호 증가로 한국 음식을 직접 만들어 보려는 소비자가 늘어나며 한국산 소스류의 수요가 증가하고 있다. 2023년 한국산 소스류의 對몽골 수출액은 전년 대비 18.0% 증가한 826만 8,900달러로 2019년 이후 연평균 18.5%로 성장했다. 대형마트, 편의점 등 한국의 소매 유통기업이 다수 진출해 있어 한국 식품에 대한 소비자의 접근성이 높은 것 역시 한국 소스류 소비 확대에 기여한 것으로 분석된다.

몽골에서 지속적인 인기를 끌고 있는 불고기 소스나 마요네즈와 같은 소스류뿐만 아니라 최근 몽골에서 유행하고 있는 떡볶이, 제육볶음과 같은 메뉴를 집에서도 손쉽게 해 먹을 수 있는 소스류의 소비가 동반 성장하고 있다.

		
한국산 간장	한국산 돼지불고기 소스	한국산 소불고기양념

*출처: Nomin

▶ 출처

[르포]"삼김·소주 그리워" 몽골 핫플된 韓편의점, 아시아경제

"한식 코너 꼭 찻어요"...K푸드 열풍에 몽골인들 '복적복적', 한국경제

Амттай солонгос хоолны жорууд /Үхрийн махтай хоолны жорууд/, Huree

③ 아이스크림(수출상위 품목)

글로벌 조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 2023년 몽골의 아이스크림 시장규모는 2,068만 달러로 2019년 1,604만 달러 대비 28.9% 증가했으며, 2029년에는 3,053만 달러 규모로 성장할 전망이다. 예로부터 낙농업이 발달한 몽골에서는 유제품을 빻아 이를 가공한 식품을 활발히 소비하고 있으며 소젖, 야크젖 등 다양한 원재료를 사용한 아이스크림이 몽골에서 판매되고 있다. 최근 젊은 소비자를 겨냥해 녹차, 숯 등 혁신적인 재료를 사용한 소프트 아이스크림을 다양한 토핑과 함께 제공하는 아이스크림 트럭이 몽골 수도 울란바토르에서 영업 중이며 젤라또 같은 차별화된 제품의 출시가 이어지며 시장이 다변화되고 있다.

2023년 한국산 아이스크림의 對몽골 수출액은 전년 대비 59.5% 증가한 211만 3,100달러로 2019년 이후 연평균 125%의 높은 성장률을 기록했다. 몽골에 한국 편의점 및 슈퍼마켓 프랜차이즈가 성공적으로 진출해 한국 아이스크림의 판로가 확대되며 한국산 아이스크림의 소비를 더욱 부추기고 있다. 한국산 아이스크림의 수요 증가로 국내 주요 아이스크림 브랜드의 몽골 공식 대리점은 온·오프라인 매장을 통해 한국 아이스크림을 판매하고 있다. 또한 몽골에 진출한 대형 유통채널 이마트나 GS25, CU 등 편의점을 통해서도 한국산 아이스크림이 판매된다.

몽골 소비자의 마음을 사로잡기 위해 몽골에 진출한 국내 유통업체 및 한국 아이스크림 브랜드에서는 다양한 마케팅 전략을 구사하고 있다. 2024년 8월에는 한국 브랜드의 아이스크림 페스티벌이 개최되어 방문하는 모든 어린이에게 무료로 아이스크림을 제공하는 행사가 진행되었으며, 2024년 편의점 GS25는 몽골 아이스크림 제조기업 Icemark와 협업해 몽골에서 인기 있는 캐릭터를 활용한 제품을 출시했다.



몽골에서 진행된 한국 아이스크림 페스티벌



GS25 X Icemark에서 출시한 캐릭터 아이스크림

▶ 출처

"Serious Fox Moomoossi нь Millennials болон Z Үеийнхэнд зориулан бүтээсэн дүр юм", Ikon

"4년만에 신규" 이마트, 몽골 4호점 '바이안골점' 개장, 한국아이닷컴

10 interesting facts about Mongolia that will surprise you, Caritas Czech Republic

"Ice Cream in the Winter", mongoliawebsitarians

Grazia – The Italian-inspired Mongolian Ice-cream, Packaging of the World

Онцлох бизнес: Creamy Wheels - Дэлхийн амтыг Монголд, Unread

④ 비스킷(수출상위 품목)

글로벌 조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 몽골 비스킷 시장규모는 전년 대비 7.4% 증가한 5,010만 달러로 집계되었으며, 2024년 이후 몽골 비스킷 시장은 연평균 13.8% 성장해 2028년에는 9,600만 달러 규모로 확대될 전망이다.

전체 비스킷 시장의 53.3%를 달콤한 맛의 비스킷(Sweet Biscuits) 시장이 차지하고 있으며, 이 외에도 플레인 비스킷(Plain Biscuits) 17.2%, 속이 채워진 비스킷(Filled Biscuits) 17.0%, 짭짤한 맛의 비스킷(Savory Biscuits) 7.8%, 초콜릿이 코팅된 비스킷(Chocolate Coated Biscuits) 4.8%로 시장이 구분된다.

제조 인프라가 부족한 시장 특성으로 비스킷을 포함해 몽골의 과자류 시장은 수입에 크게 의존하고 있으며, 현지 소매 유통채널에서도 몽골 현지 브랜드 제품보다 수입산 제품이 주로 판매되고 있다.

한국 식품에 대한 관심과 선호 증가로 한국산 비스킷류의 수요도 지속적으로 증가하고 있다. 특히 비스킷을 포함한 한국 과자는 고품질이면서도 가성비가 높다고 여겨져 인기가 있다. 한국산 비스킷류의 對몽골 수출액은 2023년 약 302만 2,000만 달러로 전년 대비 22.5% 증가했으며, 2019년 이후 연평균 20.2%로 증가하는 추세이다.

몽골에서 판매되는 한국산 비스킷은 주로 버터의 풍미를 내거나 담백한 맛의 플레인 비스킷, 초콜릿을 입힌 비스킷 등이 고르게 분포하고 있으며, 특히 영유아가 선호하는 한국의 인기 캐릭터를 활용한 제품도 판매되고 있다.



▶ 출처

2024.09.09. 보도자료, 몽골 울란바토르 뜨겁게 달군 'K-푸드 페스티벌', 한국농수산물유통공사
"가성비 PB로 통했다" 유통업계, 몽골 매출 '쑥' [푸드360], 헤럴드경제

Импортын хүнстэй өрсөлдөх амт чанар-ТАЧИ нэрийн жигнэмэгүүдээс сар шинийн гарын бэлгээ сонгоцрооё!, Montsame

The "Healthy Mongolian" National Conference Held, Montsame

3.2 | 소비트렌드

① 한국 편의점에서 판매되는 식품 인기

몽골 내 한국 유통사의 인기가 지속되며 매장에서 판매되는 한국 식품이 인기를 끌고 있다. 2018년 8월 울란바토르에 1호점을 개점한 국내 편의점 CU는 2023년 10월 기준 몽골 전역에서 370개의 점포를 운영하고 있다. 또 다른 국내 편의점 브랜드 GS25 역시 2021년 5월 몽골 시장에 진출한 이후 2024년 1월 기준 273호점으로 규모가 확대되었다. CU와 GS25는 몽골 편의점 시장의 대부분을 점유하며 큰 영향력을 미치고 있다.

한국과 달리 몽골에서는 편의점이 고급 소매점으로 인식되며, 소비자들은 외식을 하기 위한 장소로 편의점을 방문하는 것으로 나타났다. 이에 몽골에 진출한 국내 편의점 브랜드에서는 다양한 K-편의점 음식을 선보이며 소비자의 관심을 꾀하고 있다.

2023년 CU는 세계 면요리 콘셉트의 한국식 자장면, 라면, 까르보나라 파스타 등 면요리 3종을 출시했고, 3개월 만에 합계 판매량 20만여 개, 일평균 1,700여 개가 넘는 수준으로 판매되어 큰 인기를 끌었다. 또한 2023년 4월부터 시험 판매를 시작한 한국식 핫바도 큰 인기를 끌어 2024년 3월까지 1년간 몽골 CU에서 판매된 핫바의 누적 판매량은 18만 개를 넘어선 것으로 나타났다. 2024년 7월 GS25는 주요 매장에서 'K-주류·라면 콜라보'를 진행하였고, 9월부터는 몽골 내 30개 매장에서 K라면 홍보 행사를 진행하고 있다. 2023년 몽골 이마트에서는 떡볶이나 제육볶음 등 인기 있는 한식을 판매하는 코너를 마련하여 큰 인기를 끌었다.

		
몽골 CU에서 출시한 한국 자장면	몽골 CU 매장에서 판매하는 한국 식품	몽골 GS25에서 판매하는 한국식품

▶ 출처

2024.07.09., 식품부-한국농수산물유통공사, 몽골 GS25와 K-푸드 콜라보 매장 오픈!, 한국농수산물유통공사 GS25, 해외 진출 6년 만에 20배 커졌다... 몽골 273개점, 하이몽골리아뉴스

'한국인줄'...몽골 장악한 K-편의점, 뉴스핌

한국 음식이 좋아요! 자장면, 핫바 등 몽골 CU에서 K-편의점 음식 인기, 한국경제

[르포]"삼김·소주 그리워" 몽골 핫플된 韓편의점, 아시아경제

"여기가 한국이야, 몽골이야"...'몽탄신도시' 겨냥하는 유통가, 매일경제

② 건강 지향 트렌드로 저당·저칼로리·기능성 음료에 관심

유목민적 생활방식이 자리 잡고 있는 몽골에서는 빠르고 편리하게 수분을 섭취할 수 있는 음료가 주로 소비되어 왔으며, 경제성장과 소비자의 소득 증가로 청량음료의 수요도 지속적으로 증가해 왔다.

그러나 과도한 설탕 섭취로 몽골 내 비만 및 과체중이 사회적 문제로 대두되며 설탕 함량이 적은 음료에 대한 관심이 증가하는 추세이다. 몽골 국립공중보건센터가 실시한 몽골영양조사에 따르면 15~49세 이상의 몽골인의 60% 이상이 비만 또는 과체중인 것으로 나타났다. 또한 몽골 정부에서 실시한 연구 결과에 의하면 몽골 어린이의 70%는 세계보건기구(WHO)의 권고 섭취량인 15g의 3배 이상의 설탕을 섭취하고 있으며, 몽골인의 설탕 섭취 중 65%는 가당음료 소비에 기인하는 것으로 나타났다.

건강을 중시하는 소비문화가 확대되며 몽골 소비자 역시 설탕 함량을 줄이거나 칼로리를 낮춘 음료를 선호하는 현상을 보이고 있다. 이에 몽골에 진출한 글로벌 음료 브랜드 코카콜라는 자사 주요 음료 제품의 설탕 함유량을 지속적으로 줄이며 변화하는 트렌드에 대응하고 있다.



▶ 출처

Чихэрлэг бүтээгдэхүүн хэрэглэх нь хүүхдийг хоол тэжээл, амин дэмийн дутагдалд оруулдаг, MongolTV
 Чихэрлэг ундааны хэрэглээг хуулиар л зохицуулж чадна, Zindaa
 Амтат "тахал", Eagle
 Minute Maid Punch ундааны чихрийн агууламжийг буурууллаа

③ 식품 폐기물 절감 캠페인

몽골에서는 음식물부터 시작해 모든 쓰레기를 재활용하지 않고 대부분 폐기하는 관습이 자리 잡고 있다. 폐기물의 절반 이상이 재활용 가능하지만, 재사용되거나 수출되는 폐기물은 7%에 불과하며, 처리 능력을 초과한 쓰레기는 개방형 매립지에 무분별하게 버려져 사회적 문제로 대두되고 있다.

2019년 아시아재단(Азийн сангаа)이 실시한 연구에 따르면 울란바토르에서 유통되는 채소, 과일, 곡물의 최소 22%에서 최대 35%가 운송·분류·배송 과정에서 폐기되었다. 소비자에 의해 낭비되는 식품까지 포함할 경우 전체 식품의 45%가 버려지고 있는 것으로 나타났다. 울란바토르에서는 매년 약 120만 톤의 고형 폐기물이 발생하며, 식품 폐기물은 공식 또는 비공식 매립지에 버려져 토양과 지하수를 오염시키는 것으로 나타났다.

몽골 정부는 자국민을 대상으로 자원 절약 및 재사용·재활용이 중요성을 제고하는 인식 전환 캠페인을 시행하고 있다. 더 나아가 국가 차원의 폐기물 처리 정책을 시행함으로써 국민이 녹색 소비를 실천하고 사회적 책임 의식을 지니도록 장려하고 있다.

2020년 몽골 정부는 아시아개발은행(Asia Development Bank)과 협력해 수도 도시에서 발생하는 음식물 쓰레기 재활용을 시스템을 개선하기 위해 300만 달러의 예산을 배정하였다.

또한 몽골 식량농업경공업부(ХҮнс, хөдөө аж ахуй, хөнгөн үйлдвэрийн яам)는 유엔식량농업기구(Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO)와 협력하여 청소년을 대상으로 식품 폐기물 재활용의 중요성을 알리고 식품 폐기물 감소 방안을 논의하는 행사를 주최하였다.

▶ 출처

"Нийт хоол хҮнсний гуравны нэг буюу 33% нь хаягдал болдог", Ikon

Нийт хоол хҮнсний гуравны нэг нь буюу дэлхий даяар жилд 1.3 тэрбум тонн хҮнс хаягддаг, Ikon

Mongolia : Ulaanbaatar Community Food Waste Recycling Project,

Mongolia, ADB sign grant to develop participatory food waste recycling, Mongolian National News Agency

④ 인플레이션으로 소비자 구매력 감소

2024년 1월 기준 몽골의 인플레이션은 7.6%로, 그 중 식품가격 인상이 42.7%를 차지했다. 또한 몽골의 수입품 가격은 물가상승률에 34.2% 영향을 미쳤다. 수입 식품 중 빵, 밀가루, 쌀 가격은 연간 13.9% 상승에 물가상승률 1.1%에 기여한 것으로 나타났다.

몽골에서 물가 상승이 이어지며 소비자의 구매력이 감소하고 있다. 밀가루, 쌀, 달걀, 식용유 등 주요 식품 가격이 지속적으로 상승하며 이를 통해 생산되는 식품 가격 역시 증가하는 추세이다. 식비 부담으로 몽골 소비자의 식품 구매 빈도와 양은 현저히 줄어들고 있으며, 육류와 채소 등의 식재료 구매를 자제하는 현상이 발생한 것으로 나타났다.

전통적으로 몽골에서는 식재료를 대량으로 구매해 비축해놓고 사용하는 소비행태를 보여왔으나, 최근 식료품 가격이 급등하며 식품을 소량 단위로 구매하는 행태가 나타나고 있다. 밀가루, 쌀, 설탕 등을 500g 또는 1kg과 같이 필요한 만큼만 구매하는 것이다. 채소류의 경우에도 과거 한 번 구매 시 2~3kg씩 대량으로 구매하던 행태에서 최근에는 구매량을 줄이거나, 구매를 자제하는 소비 행태가 발생했다.

과거 대량으로 식재료를 구매하던 몽골 소비자는 구매력 감소로 인해 식품을 소량 구매하기 시작했다. 쌀, 설탕같이 가격이 급등한 식품을 1kg, 500g 단위로 소량 구매하고 있으며 채소의 경우 2~3kg씩 구매하던 소비자들이 구매량을 줄이고 있다. 또한 소비자들은 더 저렴하게 식재료를 구매하는 방법을 찾고 있으며, 이에 따라 직거래나 외상 구매와 같은 거래가 나타나고 있다.

물가 안정을 위해 몽골 정부는 금리와 환율을 조정하고 수입 밀가루에 대한 관세를 면제하는 등 기초 생활용품의 가격을 인하하기 위한 정책을 추진하고 있다. 그러나 전 세계적인 경기 불황과 물가 상승에 영향을 미치는 외부 요인의 영향으로 인플레이션은 당분간 지속될 것으로 전망되며, 따라서 몽골 소비자의 긴축 소비 역시 이어질 전망이다.

▶ 출처

올 1월 몽골 인플레이션 7.6%에 달해, 뉴스비전

Mongolia July Inflation Rate: A Closer Look at Economic Trends, APAC

Д.Амарбаясгалан: Нийслэлийнхэн энэ долоо хоногийн сүүлчээс хямд Үнэтэй орос гурил хэрэглэх боломжтой, сонголттой болж байна, Ikon

Сурвалжлага: Үнийн өсөлт иргэдийг туйлдуулж байна, News.mm

Сурвалжлага: Импортын гурилын Үнэ эсрэгээрээ нэмэгджээ, News.mm

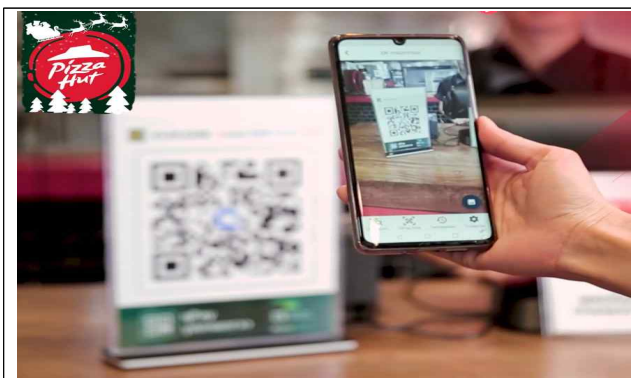
⑤ QR 결제 도입 및 활성화

몽골에서 QR코드를 사용한 결제 방식이 대중화되고 있다. 몽골 정부는 민간 기업과의 협력을 통해 전자결제 통합 서비스 'e-mongolia'를 운영하고 있으며, 민간뿐만 아니라 공공부문에서도 어디에서나 QR코드를 사용해 결제가 가능한 환경을 구축하는 것을 목표로 한다. 몽골 정부는 경제의 투명성과 공공성 확보를 위해 향후 QR코드 결제 방식을 활성화하겠다고 밝혔다.

몽골에서는 이미 Qpay, Social Pay 등 QR 결제 시스템이 슈퍼마켓과 레스토랑 등 소매 유통채널에서 사용되고 있으며, 현지에서는 초기 비용 투자가 필요한 카드 단말기의 사용보다 QR코드, 애플리케이션 결제 등 비용과 사용 면에서 효율적이고 간편한 QR코드 결제 방식이 선호되고 있다.

또한 몽골을 방문하는 관광객을 대상으로 한 QR코드 결제 서비스가 운영되고 있다. 2024년 국내 하나은행 자회사 GLN인터내셔널은 몽골 최대 결제대행사 샌드MN(SendMN)과 제휴를 맺고, 몽골 전역에서 쓸 수 있는 간편결제 서비스 큐페이 가맹점에서 QR결제 서비스를 시행했다. 이를 통해 이용자는 몽골 전역 가맹점 20만여 곳에서 국제카드보다 저렴한 수수료로 간편결제 혜택을 누릴 수 있게 되었다.

또한 알리페이 플러스와 몽골 최대 상업은행인 칸은행과의 디지털 간편결제 서비스 파트너십 체결을 통해 카카오페이·네이버페이·토스페이의 QR코드 결제 서비스가 몽골에서 확대되었다. 이번 협약에 따라 알리페이 플러스 이용자는 칸은행의 가맹점에서 QR코드 결제 서비스를 이용할 수 있게 되었다.



몽골 피자헛 매장의 QR 결제 코드



몽골 슈퍼마켓(Burd Mart)의 QR 결제 코드

▶ 출처

GLN인터내셔널, 몽골에서 QR결제 서비스, 스마트투데이

Н.Учрал: 2024 оноос төлбөр, тооцоогоо QR уншуулаад хийх боломжтой болно, 24tsag.mn

Н.Учрал: Ирэх оноос E-Mongolia аппликэйшнээр дамжуулан төлбөр тооцоогоо хийдэг болно, lkon.mn

Pizza Hut Mongolia, Facebook

"Wechat"-аар дамжуулан хятад жуулчдаас төлбөр хүлээн авах боломж нээгдлээ, lkon

Alipay+ and Khan Bank augment mobile payments in Mongolia, The Payers

Солонгос, Монголд төлбөр тооцоог хэмнэлттэй, хурдан хийх боломж бүрдлээ, News.mn

4

수출절차

4.1 | 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 몽골의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
법인 등록	· 몽골 수입업체는 식품 수입 전 몽골 경제개발부에 법인 등록 필수	몽골 수입업체
수입신고	· 몽골 관세청에 수입신고서 및 각종 통관서류를 구비해 제출 필요 · 제출서류: ①무역계약서 또는 가격 청구서 ②운송서류 ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수출 당국의 허가·면허 및 인증서 ⑥실험실 시험 보고서(필요한 경우) 등	몽골 수입업체
수입검역	· 제품 위험도가 낮은 화물은 서류검사를 시행하며, 위험도가 높은 경우 서류·물품·시험검사가 실시될 수 있음 · 제반서류를 갖춰 수입검역 신청 · 제출서류: ①ISO인증서 ②제품 리스트 ③가격 리스트 ④결제조건(선결제/후결제) 정보 · 동물 및 동물성 식품은 가축병원검역을 실시하며, 식물 및 식물성 식품은 식물검역을 실시	몽골 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능	몽골 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 몽골 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함 · 우유, 분유, 육류, 주류 등에 대한 수입 제한 등 각종 규제 사전 파악 필요
원산지증명서 발급	● 몽골 수출 시 아시아태평양무역협정(APTA)을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · 아시아태평양무역협정 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 발급받을 수 있음

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	위법성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 몽골 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> <tr> <td>축산물검역</td><td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td></tr> </table>	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	· 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 몽골 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 몽골 수입통관·검역 절차

수입업체의 몽골 법인 등록 및 식품 품질 확보	● 식품 수입 규정에 따라 몽골에 등록된 법인만이 식품 수출입 업무 수행 가능 · 법인 등록 시 △등록 신청서(UB-03 또는 UB-12) △주소 증명 서류 △정관 △자산 증빙 서류 등을 제출해야 함 ● 수입 식품은 자체 식품검수, 품질관리체계(HACCP, GMP, GHP, ISO)를 도입한 생산 공장에서 생산 필수 · 수입식품은 통관 시 유통기한의 3분의 2 이상 남아있어야 하고, 유기농·농축산물·유전자 변형 식품의 경우 국가기관에 신고해야 함 · 동식물성 식품과 원재료를 수입자가 처음으로 수입할 경우 이름, 종류, 지역, 국가, 원산지명을 상차 30일 전에 검수기관에 사전 통보해야 함 · 식품에는 제조일자와 보존기간 또는 제조일자와 유통기한이 포장에 명시되어야 하며, 통관 시 최대한 유통기한이 길게 남은 상품을 수출하는 것이 원칙 · 보존 유통기한이 1년인 식료품의 경우에는 남은 보존기간이 최소 3개월이어야 하며, 보존 유통기한이 6개월인 식료품의 경우에는 남은 보존기간이 최소 2개월이어야 함
수입신고	● 몽골 관세청에서 승인한 세관신고서(Customs Declaration Form; CDF)와 각종 통관 서류를 구비하여 제출 · 사전수입신고는 국경을 통과하기 전 혹은 세관에서 정밀검사하기 전에 진행할 수 있으며, 사전 수입신고 시 관세청에 구비서류 사본을 제출하고, 물품 수령 후 원본과 대조하여 확인함 · 신고인은 상기 서류를 전자우편, 팩스 또는 세관정보망을 통해 제출할 수 있음 <몽골 수입신고 제출서류> ① 무역계약서 또는 가격 청구서 ② 운송서류 ③ 포장명세서 ④ 원산지 증명서 ⑤ 수출 당국의 허가·면허 및 인증서 등 ⑥ 실험실 시험 보고서(필요한 경우) ⑦ 기타 필요 서류
수입검역	● 몽골 관세청은 수입식품에 대해 검역 실시 · 2018년에 개정된 “동식물, 동식물 원재료, 제품이 몽골국경 진입 시의 검역 통제, 검사에 관한” 법으로 규제함

- 관세청은 수입업체가 국경순찰대, 식물검역연구소 등과 같은 기관에서 발급한 표준품질 인증서(Standard and Quality Certification)를 제출하는 것에 한해 허가증을 발부함

<몽골 수입검역 신청 시 제출서류>

- | |
|--|
| ① ISO인증서
② 제품 리스트
③ 가격 리스트
④ 결제조건(선결제/후결제) 정보 |
|--|

- 상기 서류는 수입 검역 신청 시 필요한 서류이며 수입식품의 서류가 완벽할 경우 보통 1주일 이내로 통관이 가능함

● **제품의 위험도가 낮을 경우 서류 심사로 통관을 진행하나 위험도가 높을 경우에는 서류, 물품검수, 시험검사를 3개월 마다 수행함**

- 제품의 위험도 기준은 하기와 같이 분류되며, 기준에 따라 국경 및 세관 진입 시 요구 되는 서류와 절차가 상이함
- 검수는 검역의 초기 검수로 제품이 파손 및 변질, 오염, 품질·안정성 조건을 충족시키지 못한 경우 실험실 검사를 실시함

<화물 위험도 구분>

높음	· 사람 및 동물에게 질병이나 사망을 유발할 가능성 · 몽골에 등록되지 않은 질병이나 해충, 독성 식물 등이 확산되어 몽골 농축산업에 피해를 끼칠 가능성 · 자연 환경을 파괴할 가능성
중간	· 사람 및 동물의 건강에 부정적인 영향을 끼칠 가능성 · 자연환경 및 농작물을 훼손할 가능성이 있음 · 자연환경을 오염시킬 가능성이 있음
낮음	· 사람 및 동물, 자연환경에 부정적인 영향을 끼칠 가능성 없음

● **동식물, 동식물 원재료 제품은 가축병원 검역, 식물검역, 검사를 실시하며, 검역 및 검사 대상에 포함되는 품목은 다음과 같음**

<몽골 동식물 관련 검역 및 검사 대상 목록>

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · 각종 포유류, 애완 및 야생동물, 파충류, 수생동물, 새, 벌, 그것들의 새끼나 배아, 살아있는 알 · 고기, 우유, 부속 고기, 지방, 계란, 가죽, 뼈, 모피, 울, 캐시매어, 털, 내장, 뿔, 발굽, 새의 깃털, 오리털, 발톱, 가축의 생식기, 쓸개, 샘 등 동물성 원재료, 제품 · 자연 작물이나 재배된 뿌리채소, 열매채소 등, 나무, 그것의 씨앗, 묘목, 부위 · 곡물, 감자, 채소, 잎, 사료, 원두, 경공업 및 식품 공장장에서 사용되는 식물성 기타 원재료, 건조된 식물, 수집, 목재, 그것의 일부, 각종 과일, 밀가루, 설탕, 양념 등 식물성 원료로 만든 것 · 혈 및 혈청, 혈장 · 사냥한 동물 · 각종 병을 유발하는 벌레나 곤충, 미생물 배양, 유전자 변형 방식으로 만들어진 유전자 변형 생물 · 동물 사체, 분뇨, 병을 유발하는 물질 |
|--|

- 동식물, 원재료 제품의 원산지는 동물성 전염병이 발생하지 않았으며, 식물의 안전성이 검증된 안전한 국가 및 지역이어야 하고, 해당 제품의 위험요소가 없어야 함

	· 검역 시 국가전문검역청에 제출해야할 서류는 다음과 같음 · 동물, 식물, 제품 매매계약서, 증여계약서 및 그와 유사한 서류 · 동물, 식물, 제품을 운송할 운송수단 종류, 차종, 도로 경로 · 해당 국경 지역, 기간 · 원자재, 제품 수량, 가공상태(반가공, 원재료, 냉동, 신선 등), 포장, 상표, 품질, 안전성에 대한 정보
관세납부 및 물품 반출	● 서류 및 물품검사 이후 관세율에 따른 통관 세금을 납부한 물품은 반출 가능 · 몽골의 아시아태평양무역협정(APTA) 가입으로 인해 수산물, 과실·견과류 등에 대한 관세가 인하되었음 · 관세를 납부하면 화물인도지시서를 통해 물품 반출이 가능함 · 수입품의 경우 특별세 부과 대상 외에 기타 물품에 대한 세율은 대략 5% 정도이나, 유제품, 꿀, 감자, 배추, 순무 등 일부 채소와 밀가루 등에 대해서는 계절에 따라 5~15%의 수입 관세를 부과함 · 특별세 대상 품목 : 술, 와인, 담배, 맥주 등을 포함

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 곡 류 : 쌀(백미, 현미, 흑미), 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 - 과실류 : 감(단감), 감귤, 밤, 복숭아, 배, 사과, 유자, 참다래, 포도 - 채소류 : 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 딸기, 토마토, 가지, 고구마, 감자 - 종자류: 가지, 고추, 당근, 무, 멜론, 브로콜리, 배추, 상추, 수박, 양배추, 양파, 오이, 참외, 토마토, 파, 호박 - 버섯류 : 느타리, 만가닥, 송이, 새송이, 양송이, 영지, 표고, 팽이 - 절화류 : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 심비디움, 장미, 카네이션, 튤립, 팔레놉시스 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목 선인장), 심비디움, 장미, 철쭉속, 카네이션, 튤립 *상기 품목 외에 수출이 가능한 품목은 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계자료도 없어 수출 가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 주요 신선·건조 농산물 중 수출이 금지되어 있는 품목은 없음
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5

비관세장벽

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 목록 · 순중량 · 제조사 및 수입업체 정보	· 원산지 · 제조일 및 유통기한 · 사용방법 및 보관방법 · 영양성분
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	· 몽골어, 러시아어 또는 영어
	제품명	· 제품의 특징을 반영하는 일반명칭 또는 고유명칭을 표시 · 식품 유형, 가공방법 등을 설명하는 문구를 함께 표시 가능
	성분 목록	· 식품첨가물을 포함하여 식품에 사용된 원료의 명칭을 중량을 기준으로 내림차순 표시 · 인체에 유해하거나 알레르기를 유발하는 재료가 포함된 경우, 해당 사실을 반드시 성분 목록에 표시 · 알레르기 유발물질: 글루텐 함유 곡물, 갑각류, 계란, 어류, 땅콩, 견과류, 우유 및 유제품, 대두, 10ppm 이상의 아황산염 · 식품첨가물은 기능별로 분류하여 표시
	순중량	· 순중량, 총중량 및 기타 수치적 지표를 국제단위계를 사용하여 표시 · 충전액과 함께 포장된 경우 건조중량으로 표시
	제조사 및 수입업체 정보	· 제조사, 수입업체, 유통업체, 판매자 명칭 및 주소
	원산지	· 원산지 정보도 기재해야 함 · 여러 국가에서 가공된 경우 최종 가공 공정이 수행된 국가를 원산지로 간주
	제조일자 및 유통기한	· 제품을 제조 또는 포장한 날짜를 표시 · 유통기한 및 저장 조건을 표시
	사용 설명 및 보관방법	· 제품 사용 또는 섭취 방법 표시 · 제품을 적절하게 보관하기 위한 방법 표시
	영양성분	· 제품에 포함된 영양성분의 함량 단위 표기 · 열량, 단백질, 탄수화물, 지방, 포화지방, 나트륨, 설탕 함량은 필수 표시
	기타	· 임산부 및 어린이 사용 관련 주의 표기

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

소스류

라벨링 사진																																							
																																							
표기항목		표기내용																																					
제품명		Тахиан мах амтлагч 290гр, CJ 백설 닭볶음탕 양념 290g																																					
주의사항		-БҮтээгдэхүүний найрлагыг Үзээд өөрт харшлах орц байгаа эсэхийг шалгаж хэрэглэнэ ҮҮ	-제품 성분에 알레르기 유발 성분이 있는지 확인 후 사용하십시오.																																				
사용 방법		Тахианы махтай хамт хуурч хэрэглэнэ 닭고기와 볶아서 사용한다																																					
유통기한		Үйлдвэрлэснээс хойш 18 сар 제조일로부터 18개월																																					
보관방법		Нарны гэрлээс хол сэрүүн хуурай нөхцөлд хадгална 직사광선을 피하여 서늘한 곳에 보관하십시오																																					
제조업체		"CJ" корпораци	"CJ" 그룹																																				
제조원		БНСУлс	한국																																				
공식대리점		"Ай энд Эр Монголиа" ХХК	I&R MONGOLIA LLC																																				
원산지		South Korea 한국																																					
영양성분		<table><tr><td>Илчлэг</td><td>133.9kcal</td></tr><tr><td>НҮҮрс ус</td><td>26.6g</td></tr><tr><td>Сахар</td><td>9,4g</td></tr><tr><td>Уураг</td><td>4,4g</td></tr><tr><td>Өөх тос</td><td>1,1g</td></tr><tr><td>Ханасан тос</td><td>0.6g</td></tr><tr><td>Ханаагүй тос</td><td>0g</td></tr><tr><td>Холестрин</td><td>0mg</td></tr><tr><td>Натри</td><td>2425.4mg</td></tr></table>	Илчлэг	133.9kcal	НҮҮрс ус	26.6g	Сахар	9,4g	Уураг	4,4g	Өөх тос	1,1g	Ханасан тос	0.6g	Ханаагүй тос	0g	Холестрин	0mg	Натри	2425.4mg	<table><tr><td>열량</td><td>133.9kcal</td></tr><tr><td>탄수화물</td><td>26.6g</td></tr><tr><td>설탕</td><td>9,4g</td></tr><tr><td>단백질</td><td>4,4g</td></tr><tr><td>지방</td><td>1,1g</td></tr><tr><td>포화 지방</td><td>0.6g</td></tr><tr><td>불포화 지방</td><td>0g</td></tr><tr><td>콜레스테롤</td><td>0mg</td></tr><tr><td>나트륨</td><td>2425.4mg</td></tr></table>	열량	133.9kcal	탄수화물	26.6g	설탕	9,4g	단백질	4,4g	지방	1,1g	포화 지방	0.6g	불포화 지방	0g	콜레스테롤	0mg	나트륨	2425.4mg
Илчлэг	133.9kcal																																						
НҮҮрс ус	26.6g																																						
Сахар	9,4g																																						
Уураг	4,4g																																						
Өөх тос	1,1g																																						
Ханасан тос	0.6g																																						
Ханаагүй тос	0g																																						
Холестрин	0mg																																						
Натри	2425.4mg																																						
열량	133.9kcal																																						
탄수화물	26.6g																																						
설탕	9,4g																																						
단백질	4,4g																																						
지방	1,1g																																						
포화 지방	0.6g																																						
불포화 지방	0g																																						
콜레스테롤	0mg																																						
나트륨	2425.4mg																																						

■ 5.2 | 인증제도

① MNS 인증

MNS 인증은 모든 수입품에 대해 의무적으로 취득해야 하는 필수 인증은 아니다. 그러나 2005년에 제정된 '규격화 적합평가에 대한 추가 규정 127호'에 따라, 특정 목록에 해당하는 수입품은 ISO나 HACCP 등의 국제 인증을 보유하지 않은 경우 MNS 인증을 받아야 한다.

장	조	열	국가코드	상품명
02				고기, 식품
04	04.02			설탕 및 기타 양념에 들어가는 원액 우유
	04.03	0403.10.	00	요구르트
	04.05			버터, 우유 기름, 진한 버터
	04.06			치즈, curds from sour milk
05	05.04			가축, 동물의(생선 외) 내장
09	09.01			로스티드커피 및 원두커피, 카페인 커피, 무카페인 커피
	09.02			맛, 향이 첨가된 차, 첨가되지 않은 차(ferment, no ferment tea)
11	11.01	1101.00		밀, 호밀
	11.02	1101.00		밀, 호밀 외 기타 밀가루
	11.04			기타 방법으로 가공한 곡물
15				가축, 동물 및 식물유
16	16.01			고기, 보조 고기 및 혈액 등 영양식품
	16.02			고기, 보조 고기 및 기타 식품, 캔 식품
	16.04			생선 캔, 생선 알 등의 식품
17				설탕, 설탕 식품
19				곡물, 밀가루, 녹말, 밀가루 식품
21				기타 여러 가지 식품
22				물, 음료, 알코올, 술, 와인, 간장
24				담배, 담배 대체재

자료 : KATI농식품수출정보

인증명	MNS 인증	인증로고	
발행·검사기관	몽골표준계량원 (MASM, Mongolian Agency for Standardization and Metrology)	필수 여부	선택
목적	제품의 품질 및 안전성 보장을 위한 인증제도		
필요서류	현지 수입업체 신청서, 수입업체 사업자등록증, 상품 매매계약서, 제품 수량 및 가격, 제품에 대해 수행된 공인 실험실 테스트 결과, 담당기관에서 발급한 라이선스 (필요시), 수출국 관할 당국에서 발급한 인증서		

▶ 자세한 내용은 자료 참조: 「2021 농식품 해외인증·등록정보종합가이드」(한국농수산물유통공사)

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

정보원에서 제공하지 않음