

2023 농식품 수출국가 정보조사 「몽골」

2023.12.

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

4 유통채널 연계정보

- 4-1 국가보고서
- 4-2 품목보고서
- 4-3 해외지사 발간 보고서

3 수출품목 및 소비 트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비 트렌드

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 (2023년 추정치)	3,255,468명, 전 세계 133위
민족구성 (2020년 추정치)	할하몽골인 83.8%, 카자흐스탄인 3.8%, 도르브르족 2.6%, 바이드족 2%, 부리아드족 1.4%, 자흐칭족 1.2%, 다리강가족 1.1%, 기타 4.1%
언어	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: 26.16% (남성 434,400/여성 417,335) 15~64세: 68.24% (남성 1,076,692/여성 1,144,759) 65세 이상: 5.6% (남성 73,245/여성 109,037)
중위연령 (2020년 추정치)	전체: 29.8세, 전 세계 126위 남성: 28.세 여성: 30.7세

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.2 경제지표

실질GDP	\$39.063십억 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 124위 \$38.434십억 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$40.27십억 (2019년 추정치)
실질GDP 성장률	1.64% (2021년 추정치), 전 세계 171위 -4.56% (2020년 추정치) 5.6% (2019년 추정치)
1인당 실질GDP	\$11,700 (2021년 추정치), 2017년 달러 기준, 전 세계 133위 \$11,700 (2020년 추정치), 2017년 달러 기준 \$12,500 (2019년 추정치)

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중	12.1% (2017년 추정치)	농업 인구 비중	31.1% (2016년 추정치)
주요 생산품	우유, 밀, 산양유, 감자, 양고기, 양유, 소고기, 염소고기, 말고기, 당근, 순무 등		

*주: 2023.11. 조회 기준

*출처: CIA Factbook

1.1.4 FTA 체결현황

<몽골의 FTA 체결현황>

기체결	협상중	검토중
해당사항 없음	해당사항 없음	해당사항 없음

*주: 2023.10. 조회 기준

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

<우리나라와의 FTA 체결현황>

발효	서명/타결	협상중	재개개시 여건조성
APTA	해당사항 없음	해당사항 없음	한-몽골 FTA

*주: 2023.11. 조회 기준

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

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

몽골 식품 시장은 2018년 32억 2,500만 달러에서 연평균 9.4% 성장하여 2022년 46억 2,700만 달러로 집계되었다.

육류

육류 시장규모는 2018년 6억 7,240만 달러에서 연평균 9.7% 성장하여 2022년 9억 7,370만 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 21.0% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2018년 6억 120만 달러에서 연평균 9.6% 성장하여, 2022년 8억 6,670만 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.7% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 시장규모는 2018년 5억 9,120만 달러에서 연평균 9.2% 성장하여, 2022년 8억 4,150만 달러로 집계되었으며, 전체 식품 시장의 18.2% 비중을 차지하고 있다.

<몽골 품목별 식품 시장규모(2018~2022)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	3,225.0	3,398.0	3,616.0	3,914.0	4,627.0	100.0	18.2	9.4
육류	672.4	708.0	753.1	814.5	973.7	21.0	19.5	9.7
스낵류	601.2	633.6	674.4	729.9	866.7	18.7	18.7	9.6
수산물	591.2	623.7	664.8	720.5	841.5	18.2	16.8	9.2
베이커리 및 곡물류	343.1	361.4	384.6	416.2	490.2	10.6	17.8	9.3
채소류	265.5	280.0	298.4	323.2	385.6	8.3	19.3	9.8
낙농품	205.3	216.3	230.3	249.3	297.1	6.4	19.2	9.7
과일 및 견과류	200.3	211.2	225.0	243.7	283.9	6.1	16.5	9.1
편의식품	172.1	180.4	191.0	205.7	243.2	5.3	18.2	9.0
소스 및 향신료	70.3	73.7	78.0	84.0	99.7	2.2	18.7	9.1
유지류	47.8	50.2	53.3	57.5	66.8	1.4	16.2	8.7
스프레드 및 당류	41.9	44.4	47.8	52.3	61.6	1.3	17.6	10.1
영유아식품	11.7	12.2	12.9	13.6	14.1	0.3	3.5	4.8
펫푸드	2.1	2.4	2.7	3.2	3.5	0.1	8.4	13.9

*출처: STATISTA

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

몽골의 1인당 식품 소비액은 2018년 1,017달러에서 연평균 7.7% 성장하여 2022년 1,370달러로 집계되었다.

육류

육류 소비액은 2018년 약 212달러에서 연평균 8.0% 성장하여 2022년 약 288달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.0% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비액은 2018년 약 189달러에서 연평균 7.9% 성장하여 2022년 약 256달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.7% 비중을 차지하고 있다.

수산물

수산물 소비액은 2018년 약 186달러에서 연평균 7.5% 성장하여 2022년 약 249달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 18.2% 비중을 차지하고 있다.

<몽골 품목별 1인당 식품 소비액(2018~2022)>

(단위: 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	1,017.0	1,053.0	1,103.0	1,176.0	1,370.0	100.0	16.5	7.7
육류	212.1	219.5	229.7	244.7	288.2	21.0	17.8	8.0
스낵류	189.6	196.5	205.7	219.2	256.6	18.7	17.1	7.9
수산물	186.5	193.4	202.8	216.4	249.1	18.2	15.1	7.5
베이커리 및 곡물류	108.2	112.1	117.3	125.0	145.1	10.6	16.1	7.6
채소류	83.8	86.8	91.0	97.1	114.1	8.3	17.5	8.0
낙농품	64.8	67.1	70.2	74.9	87.9	6.4	17.4	8.0
과일 및 견과류	63.2	65.5	68.6	73.2	84.1	6.1	14.8	7.4
편의식품	54.3	55.9	58.3	61.8	72.0	5.3	16.5	7.3
소스 및 향신료	22.2	22.9	23.8	25.2	29.5	2.2	17.0	7.4
유지류	15.1	15.6	16.3	17.3	19.8	1.4	14.5	7.0
스프레드 및 당류	13.2	13.8	14.6	15.7	18.2	1.3	15.9	8.4
영유아식품	3.7	3.8	3.9	4.1	4.2	0.3	2.0	3.2
펫푸드	0.7	0.8	0.8	1.0	1.0	0.1	7.3	12.2

*출처: STATISTA

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

몽골의 1인당 식품 소비량은 2018년 약 318kg에서 연평균 1.6% 성장하여 2022년 339kg으로 집계되었다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 소비량은 2018년 약 77kg에서 연평균 1.2% 성장하여 2022년 약 81kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 23.8% 비중을 차지하고 있다.

채소류

채소류 소비량은 2018년 약 67kg에서 연평균 1.7% 성장하여 2022년 약 72kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.3% 비중을 차지하고 있다.

스낵류

스낵류 소비량은 2018년 37kg에서 연평균 1.5% 성장하여 2022년 39kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 11.7% 비중을 차지하고 있다.

<몽골 품목별 1인당 식품 소비량(2018~2022)>

(단위: kg, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	318.7	318.0	329.1	335.8	339.9	100.0	1.2	1.6
베이커리 및 곡물류	77.3	76.7	79.3	80.6	81.0	23.8	0.5	1.2
채소류	67.5	67.6	69.5	71.1	72.3	21.3	1.6	1.7
스낵류	37.6	37.4	38.7	39.3	39.8	11.7	1.3	1.5
낙농품	34.5	34.7	36.3	37.4	38.2	11.2	2.3	2.6
육류	33.8	34.5	36.1	37.3	37.9	11.2	1.7	2.9
과일 및 견과류	26.3	25.9	26.6	27.0	27.2	8.0	0.8	0.8
편의식품	13.6	13.4	13.8	14.0	14.1	4.1	0.9	0.8
수산물	12.5	12.3	12.6	12.8	12.7	3.7	-0.3	0.4
스프레드 및 당류	6.5	6.5	6.9	7.1	7.1	2.1	0.3	2.5
소스 및 향신료	5.9	5.9	6.0	6.1	6.3	1.8	2.5	1.4
유지류	2.4	2.3	2.3	2.3	2.3	0.7	-0.9	-0.4
펫푸드	0.5	0.6	0.6	0.7	0.7	0.2	4.5	8.2
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	3.4	1.7

*출처: STATISTA

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

몽골 식품 시장은 2022년 이후 연평균 14.6% 성장하여 2026년 79억 7,400만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

육류

육류 시장규모는 2022년 이후 연평균 15.9% 성장하여 2026년 17억 5,800만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2022년 이후 연평균 15.0% 성장하여 2026년 15억 1,700만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

수산물

수산물 시장규모는 2022년 이후 연평균 14.1% 성장하여 2026년 14억 2,800만 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

<몽골 품목별 식품 시장규모 전망(2022~2026)>

(단위: 백만 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	비중 (26)	YoY (25/26)	CAGR (22/26)
전체	4,627.0	5,392.0	6,240.0	7,109.0	7,974.0	100.0	12.2	14.6
육류	973.7	1,148.0	1,345.0	1,548.0	1,758.0	22.0	13.6	15.9
스낵류	866.7	1,016.0	1,178.0	1,345.0	1,517.0	19.0	12.8	15.0
수산물	841.5	988.6	1,143.0	1,301.0	1,428.0	17.9	9.8	14.1
베이커리 및 곡물류	490.2	578.5	671.1	765.9	864.0	10.8	12.8	15.2
채소류	385.6	454.3	530.0	607.9	688.3	8.6	13.2	15.6
과일 및 견과류	283.9	327.4	375.2	424.1	474.5	6.0	11.9	13.7
편의식품	243.2	283.9	327.4	371.5	417.7	5.2	12.4	14.5
낙농품	297.1	311.3	341.3	372.8	409.4	5.1	9.8	8.3
소스 및 향신료	99.7	117.1	135.3	153.7	171.0	2.1	11.3	14.4
유지류	66.8	77.1	88.6	100.1	112.2	1.4	12.1	13.8
스프레드 및 당류	61.6	71.6	84.5	98.1	110.7	1.4	12.8	15.8
영유아식품	14.1	14.8	16.3	17.0	18.2	0.2	7.1	6.6
펫푸드	3.5	3.7	3.9	4.2	4.4	0.1	5.7	6.2

*출처: STATISTA

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2022년 몽골의 식품 수출액은 약 5억 4,739만 달러로 2021년 대비 18.4% 증가하였다. 또한, 2018년 약 5억 1,846만 달러에서 연평균 1.4% 증가하였다.

對대한민국 수출

대한민국으로의 식품 수출액은 0.6% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 326만 달러로 2021년 대비 35.2% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.1% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 88.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 4억 8,555만 달러로 2021년 대비 13.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 0.7% 증가하는 추세를 보인다.

이란으로의 식품 수출액은 1.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 729만 달러로 2021년 대비 386.3% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 5.2% 감소하는 추세를 보인다.

이 밖에도, 카자흐스탄(1.3%), 독일(1.3%), 러시아(1.3%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<몽골 식품 수출국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	518,466	499,092	349,579	462,352	547,394	100.0	18.4	1.4
1 중국	472,565	453,609	327,381	427,316	485,553	88.7	13.6	0.7
2 이란	9,022	21,138	1,826	1,500	7,295	1.3	386.3	-5.2
3 카자흐스탄	2,120	466	1,073	1,155	7,183	1.3	521.9	35.7
4 독일	2,700	1,918	403	3,305	6,961	1.3	110.6	26.7
5 러시아	8,765	1,480	585	1,029	6,782	1.2	559.1	-6.2
6 홍콩	1,444	62	2,551	3,694	4,832	0.9	30.8	35.3
7 이탈리아	2,924	2,812	2,641	4,324	4,702	0.9	8.7	12.6
8 스페인	51	7	1	835	4,372	0.8	423.6	204.3
9 대한민국	1,796	1,668	996	2,417	3,268	0.6	35.2	16.1
10 일본	3,108	3,764	2,799	4,967	3,244	0.6	-34.7	1.1

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.5.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **탈각한 잣, 말·당나귀 고기, 동물 내장, 보존 돼지육 기타, 유채(저에루크산)** 등이 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

주요 수출품목

탈각한 잣의 수출액은 14.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 8,025만 달러로 집계되었다.

말·당나귀 고기의 수출액은 3.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 2,046만 달러로 2021년 대비 41.7% 증가하였다. 그러나 2018년 이후 연평균 25.1% 감소하는 추세를 보인다.

동물 내장의 수출액은 3.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 1,620만 달러로 2021년 대비 5.5% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 16.9% 증가하는 추세를 보인다.

보존 돼지육 기타의 수출액은 2.7% 비중을 차지하며, 2022년 약 1,454만 달러로 2021년 대비 54.5% 감소하였다. 그리고 2018년 이후 연평균 25.1% 감소하는 추세를 보인다.

유채(저에루크산)의 수출액은 2.6% 비중을 차지하며, 2022년 약 1,432만 달러로 2021년 대비 889.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 23.2% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **절단한 냉동 양고기(0.9%), 냉동 염소고기(0.7%), 절단한 양고기(0.5%)** 등을 수출하였다.

<몽골 식품 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	518,466	499,092	349,579	462,352	547,394	100.0	18.4	1.4
1 탈각한 잣	0	0	0	0	80,255	14.7	N/A	N/A
2 말·당나귀 고기	64,974	57,689	33,047	14,443	20,463	3.7	41.7	-25.1
3 동물 내장	8,684	8,627	9,269	15,356	16,204	3.0	5.5	16.9
4 보존 돼지육 기타	46,286	25,379	45,909	31,942	14,547	2.7	-54.5	-25.1
5 유채(저에루크산)	6,221	7,664	5,075	1,448	14,327	2.6	889.4	23.2
6 절단한 냉동 양고기	10,437	13,961	1,018	1,027	4,947	0.9	381.7	-17.0
7 냉동 염소고기	2,643	2,593	2,639	2,731	4,104	0.7	50.3	11.6
8 절단한 양고기	1,151	7,321	1,171	543	2,554	0.5	370.3	22.0
9 보존 쇠고기	28,678	24,737	12,894	6,485	2,483	0.5	-61.7	-45.8
10 잣	11,341	77	131	85,271	1,812	0.3	-97.9	-36.8

*주: HS CODE(0802.92, 0205.00, 0504.00, 1602.90, 1205.90, 0204.42, 0204.50, 0204.22, 1602.50, 0802.90)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2022년 몽골의 식품 수입액은 약 11억 3,104만 달러로, 2021년 대비 16.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 6억 7,747만 달러에서 연평균 13.7% 증가하였다.

對대한민국 수입

대한민국에서의 식품 수입액은 10.5% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 1억 1,843만 달러로 2021년 대비 54.3% 증가하였다. 또한, 2018년 약 4,021만 달러에서 연평균 31.0% 증가하는 추세를 보인다.

주요 수입국

러시아 연방에서의 식품 수입액은 24.7%로 가장 큰 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 7,973만 달러로 2021년 대비 18.8% 감소하였다. 그러나 2018년 약 2억 458만 달러에서 연평균 8.1% 증가하는 추세를 보인다.

중국에서의 식품 수입액은 19.4% 비중을 차지하며, 2022년 수입액은 약 2억 1,893만 달러로 2021년 대비 45.6% 증가하였다. 또한, 2018년 약 1억 3,239만 달러에서 연평균 13.4% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도, **대한민국(10.5%), 폴란드(5.0%), 독일(3.9%)** 등에서 식품을 수입하고 있다.

<몽골 식품 수입국 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	677,470	643,176	670,027	970,104	1,131,044	100.0	16.6	13.7
1 러시아 연방	204,580	159,767	218,980	344,482	279,735	24.7	-18.8	8.1
2 중국	132,393	131,553	123,770	150,332	218,939	19.4	45.6	13.4
3 대한민국	40,212	51,864	57,303	76,746	118,432	10.5	54.3	31.0
4 폴란드	31,312	26,109	26,634	46,665	56,781	5.0	21.7	16.0
5 독일	27,432	27,115	26,759	42,482	44,162	3.9	4.0	12.6
6 말레이시아	18,400	16,576	14,906	18,264	31,058	2.7	70.1	14.0
7 미국	19,803	20,052	18,735	27,594	30,148	2.7	9.3	11.1
8 베트남	15,280	19,647	19,016	21,397	28,691	2.5	34.1	17.1
9 인도	3,441	8,961	3,594	14,210	23,377	2.1	64.5	61.4
10 이탈리아	10,288	9,490	10,081	19,802	20,935	1.9	5.7	19.4

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.6.2 수입품목

개요

2022년 수입액 기준 **조제식료품, 절단한 냉동 닭고기, 초콜릿 기타, 사탕수수 기타, 쌀(정미)** 등 순으로 큰 수입 비중을 차지하고 있다.

주요 수입품목

조제식료품 수입액은 9.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 1억 202만 달러로 2021년 대비 8.6% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.2% 증가하는 추세를 보인다.

절단한 냉동 닭고기 수입액은 4.0% 비중을 차지하며, 2022년 약 4,506만 달러로 2021년 대비 32.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 20.5% 증가하는 추세를 보인다.

초콜릿 기타 수입액은 3.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 4,391만 달러로 2021년 대비 4.7% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.6% 증가하는 추세를 보인다.

사탕수수 기타 수입액은 3.8% 비중을 차지하며, 2022년 약 4,308만 달러로 2021년 대비 20.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 8.2% 증가하는 추세를 보인다.

쌀(정미) 수입액은 2.9% 비중을 차지하며, 2022년 약 3,333만 달러로 2021년 대비 19.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 10.6% 증가하는 추세를 보인다.

이 밖에도 **설탕과자 기타(2.9%), 음료 기타(2.8%), 스위트 비스킷(2.5%)** 등을 수입하였다.

<몽골 식품 수입품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	677,470	643,176	670,027	970,104	1,131,044	100.0	16.6	13.7
1 조제식료품	60,035	58,637	61,673	93,943	102,029	9.0	8.6	14.2
2 절단한 냉동 닭고기	21,383	24,542	23,201	33,914	45,066	4.0	32.9	20.5
3 초콜릿 기타	31,567	31,982	31,023	41,944	43,918	3.9	4.7	8.6
4 사탕수수 기타	31,450	23,018	25,003	35,773	43,081	3.8	20.4	8.2
5 쌀(정미)	22,252	22,196	28,313	27,932	33,339	2.9	19.4	10.6
6 설탕과자 기타	21,160	22,140	18,722	26,007	33,120	2.9	27.4	11.9
7 음료 기타	14,631	17,346	15,297	19,162	31,881	2.8	66.4	21.5
8 스위트 비스킷	15,089	16,386	16,068	20,568	28,023	2.5	36.2	16.7
9 파스타	18,537	20,137	19,022	20,181	26,167	2.3	29.7	9.0
10 맥주	4,762	4,476	5,450	14,296	25,084	2.2	75.5	51.5

*주: HS CODE(2106.90, 0207.14, 1806.90, 1701.99, 1006.30, 1704.90, 2202.99, 1905.31, 1902.30, 2203.00)

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)

1.7 | 對몽골 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2022년 한국산 식품 수출액은 약 1억 1,375만 달러로 2018년 약 5,021만 달러에서 연평균 22.7% 증가하였다.

농산물

농산물 수출액은 89.5% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 1억 186만 달러로 2021년 대비 28.4% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 22.5%의 증가세를 보이고 있다.

수산물

수산물 수출액은 6.8% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 772만 달러로 2021년 대비 6.1% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 25.5%의 증가세를 보이고 있다.

임산물

임산물 수출액은 2.3% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 257만 달러로 2021년 대비 17.9% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 26.3%의 증가세를 보이고 있다.

축산물

축산물 수출액은 1.4% 비중을 차지하며, 2022년 수출액은 약 158만 달러로 2021년 대비 64.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 14.9%의 증가세를 보이고 있다.

<한국산 對몽골 부문별 수출현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	50,219	56,688	66,235	89,762	113,759	100	26.7	22.7
농산물	45,177	50,670	59,096	79,322	101,866	89.5	28.4	22.5
수산물	3,117	3,849	4,301	7,287	7,728	6.8	6.1	25.5
임산물	1,014	1,378	1,434	2,186	2,576	2.3	17.9	26.3
축산물	912	792	1,404	967	1,589	1.4	64.3	14.9

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

1.7.2 수출품목

개요

2022년 수출액 기준 **라면, 맥주, 기타 무알콜 음료, 소스 조제품 기타, 조제식료품 기타** 등 순으로 큰 수출 비중을 차지하고 있다.

수출 성장률이 높은 품목에는 '맥주'와 '조제식료품 기타' 등이 있으며, 2022년 '맥주'는 최근 5년간 연평균 성장률 58.7%를 기록했다. '조제식료품 기타' 역시 같은 기간 동안 연평균 55.1%의 성장률을 보였다.

주요 수출품목

라면 수출액은 8.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 931만 달러로 2021년 대비 54.0% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 27.2% 증가하는 추세를 보인다.

맥주 수출액은 7.7%의 비중을 차지하며, 2022년 약 877만 달러로 2021년 대비 143.8% 증가하였다. 또한, 연평균 성장률 1위를 차지하였다.

기타 무알콜 음료 수출액은 6.2%의 비중을 차지하며, 2022년 약 703만 달러로 2021년 대비 48.3% 증가하였다. 또한, 2018년 이후 연평균 15.0% 증가하는 추세를 보인다.

소스 조제품 기타 수출액은 3.4%의 비중을 차지하며, 2022년 약 388만 달러로 2021년 대비 4.5% 감소하였다. 그러나, 2018년 이후 연평균 11.8% 증가하는 추세를 보인다.

조제식료품 기타 수출액은 3.3%의 비중을 차지하며, 2022년 약 373만 달러로 2021년 대비 3.0% 감소하였다. 그러나, 연평균 성장률 2위를 차지하였다.

<한국산 對몽골 수출품목 현황(2018~2022)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중 (22)	YoY (21/22)	CAGR (18/22)
전체	50,219	56,688	66,235	89,762	113,759	100.0	26.7	22.7
1 라면	3,559	4,451	4,379	6,051	9,319	8.2	54.0	27.2
2 맥주	1,384	1,350	1,121	3,599	8,773	7.7	143.8	58.7
3 기타 무알콜 음료	4,021	4,332	3,995	4,740	7,031	6.2	48.3	15.0
4 소스 조제품 기타	2,479	2,448	2,943	4,061	3,880	3.4	-4.5	11.8
5 조제식료품 기타	646	1,257	1,823	3,848	3,735	3.3	-3.0	55.1
6 과실주스 음료	1,249	1,402	1,661	1,356	2,650	2.3	95.4	20.7
7 비스킷류	844	1,330	1,117	2,325	2,336	2.1	0.4	29.0
8 인스턴트 커피	1,577	819	793	1,921	1,796	1.6	-6.5	3.3
9 기타 음료	928	954	637	1,217	1,763	1.5	44.9	17.4
10 커피 조제품 기타	362	391	541	761	1,757	1.5	130.9	48.4

*주: HS CODE(1902.30-1010, 2203.00-0000, 2202.99-9000, 2103.90-9090, 2106.90-9099, 2202.99-2000, 1905.90-1040, 2101.11-1000, 2202.10-9000, 2101.12-9010)

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

2.1.2 오프라인 유통채널 매장수

편의점

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

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 하였다.

하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

몽골에서 가장 많은 점포 수를 가지고 있는 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 기업은 Nomin으로, 2022년 기준으로 30개의 하이퍼마켓 매장(창고형 매장 포함)과 21개의 슈퍼마켓 매장을 보유하고 있다. 이어서 점포 수가 많은 기업으로는 Sansar(20개), Orgil Supermarket(13개), M mart(10개), Good price market(5개), Home Plaza(3개), E사(3개) 순이다.

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, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수에서 52.9%의 비중을 차지했다.

② GS25

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 150개로, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수에서 26.5%의 비중을 차지했다.

③ Nomin

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 51개로, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수에서 9.0%의 비중을 차지했다.

④ Sansar

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 20개로, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수에서 3.5%의 비중을 차지했다.

⑤ Orgil Supermarket

2022년 기준 운영 중인 점포 수는 13개로, 편의점·슈퍼마켓·하이퍼마켓 매장 수에서 2.3%의 비중을 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.)



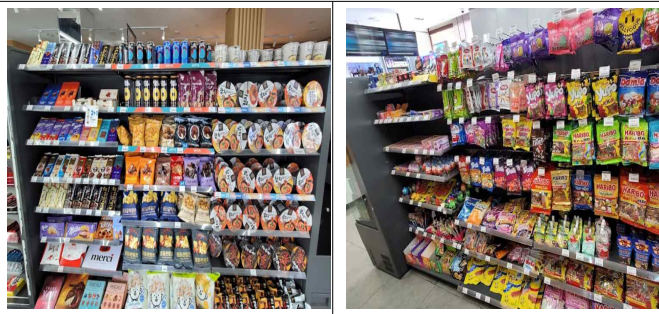
*출처: 2022 수출기업 맞춤형조사_몽골 목이버섯 시장분석형 보고서(한국농수산물유통공사)

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	CU	창립연도	2012
	점유율	52.9%	브랜드 국적	대한민국
	웹사이트	cumongol.mn	매장 수	300개
	<ul style="list-style-type: none"> - BGF Co 산하의 편의점 브랜드. - 매장에서 직접 볶음밥, 닭고기 요리 등의 음식을 조리하여 판매함. - 약 절반이 넘는 매장이 24시간 영업*하며, 애플리케이션을 통한 배송 서비스 제공 - HEYROO와 같은 PB 제품을 취급하며, 타 점포에 비해 가격이 비쌘. - 00시부터 07시까지는 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	대한민국
	웹사이트	-	매장 수	150개
	<ul style="list-style-type: none"> - GS Retail 산하의 편의점 브랜드. - 튀김, 고치류와 같은 즉석식품을 판매함 - 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
	<ul style="list-style-type: none"> - 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

몽골의 온라인 시장 규모는 코로나19 영향으로 비대면 쇼핑이 확산됨에 따라 2020년 전년 대비 55.6%, 2021년 전년 대비 50.0% 증가했다.

2.2.2 온라인 유통채널 점유율 규모

2.2.3 주요 온라인 유통채널

개요

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

<몽골 주요 온라인 쇼핑몰 및 주요 취급 품목>

쇼핑몰 명	설립연도	주요 취급품목
Shopyy	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

2.3.2 온라인 유통채널 전망

■ 2.4 | 유통채널 연계정보

2.4.1 국가보고서

몽골 식품 유통 현황 (2020.12)	- 농식품 시장 규모 · 신선식품 시장 · 가공식품 시장 · 청량음료(물, 탄산음료, 주스 등) 시장 · 온음료(커피, 차) 시장
몽골 온·오프라인 식품 유통채널 (2020.12)	- 오프라인 유통채널 유형 · 주요 유통업체: ①Nomin ②EMART ③DAISO ④MINISO, CU ⑤CIRCLE K ⑥ABSOLUTE · 주요 도매시장: ①Narantuul ②Bars ③Khuchit Shonkhor - 온라인 유통채널 유형 · 주요 유통업체: ①쇼피 ②이카트온라인몰 ③리오 ④M마켓 ⑤apm
몽골 내 한국 식품 유통채널 (2020.12)	- 한국식품 판매 현황 - 업체별 한국 식품 판매 현황

2.4.2 품목보고서

몽골 가공식품 유통정보	
몽골 건강기능식품 유통정보	
몽골 신선식품 유통정보 (2022.03)	[생목이버섯] - 몽골 신선식품 유통구조 및 현황 - 몽골 신선식품의 주요 유통채널 분석 · ①하이퍼마켓/슈퍼마켓 ②편의점, 한인마트 ③온라인 쇼핑몰

2.4.3 해외지사 발간 보고서

몽골	
----	--

3

수출품목 및 소비 트렌드

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 스낵(수출상위 품목)

시장현황

몽골의 스낵 시장은 2020~2024년 연평균 성장률 9.20%를 기록할 정도로 높은 성장세를 보이고 있다. 2025년까지 비스킷 및 크래커 시장규모는 약 7천만 달러에 달할 것으로 예상되며, 동기간 감자칩 시장규모는 연평균 12.74%씩 증가하여 약 2천 4백만 달러에 이를 것으로 예측된다. 토르티야 칩, 프레첼, 팽창 스낵 시장도 2025년까지 약 1천 7백만 달러 규모로 성장할 것으로 보인다.

몽골에 진출한 국내 유통채널을 통해 한국 스낵류 제품 및 PB 상품이 주목받고 있다. 감자칩, 쌀과자, 사탕 등 다양한 한국 스낵류 제품이 현지에 진출하였으며, 최근 글로벌 OTT를 통해 접한 한국 제품의 인지도가 높아지고 있다.

시사점

몽골의 스낵 시장 특히, 비스킷 및 크래커, 감자칩, 토르티야 칩 등의 부문에서 높은 성장 잠재력이 있음을 인지하고, 이에 맞는 전략을 수립할 필요가 있다. 또한, 현지에 진출한 국내 유통채널을 통해 시장점유율을 확대하는 것이 주효할 것으로 보인다.

		
Miaow Miaow Cheese Ball	Crax	Redpepper snack

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Mongolia Snack Foods, Marketresearch.

Homeplus enters Mongolian market with PB products, The Korea Economic Daliy

② 조미김(수출상위 품목)

시장현황

몽골은 바다가 없는 내륙국인 특성 탓에 수산식품에 대한 인지도가 매우 낮은 편이나, 최근 한국산 김에 대한 수요가 급격히 증가하고 있다. 몽골은 2022년 9월까지 약 96%의 김을 한국에서 수입했으며, 전년 대비 수입량이 약간 감소하였음에도 여전히 몽골시장에서 한국은 최대 수출국의 위치를 유지하고 있다.

몽골 김 시장은 2017년 100만 달러 미만에 불과했으나, 2020년부터 연간 50% 이상의 높은 성장세를 보이며 2022년 9월까지의 수입액은 336만 달러를 기록했다.

또한, 몽골인들은 소금이 있는 짠 김을 선호하며, 주로 자반김, 김스낵 등을 소비하는 것으로 나타났다. 김자반은 몽골의 전통 음식인 보르츠의 재료로 사용되고 있고, 김스낵은 몽골 소비자들 사이에서 간식으로 인기가 높다.

시사점

몽골 시장으로의 김 수출을 지속적으로 증가시키기 위해서는 몽골 소비자들의 입맛과 선호를 고려하여 다양한 형태의 김 제품을 출시하는 것이 중요하다. 이는 기업에게 새로운 시장진출 기회를 제공하고, 김을 중심으로 한 K-푸드의 인기를 더욱 확대할 수 있는 방법이다.



*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Mongolia: Seaweed Market, WM strategy

③ 간편식품(수출상위 품목)

시장현황

몽골의 간편식품 시장은 2023년부터 2028년까지 연평균 11.65%씩 성장하여, 2028년 약 4억 9,000만 달러 규모에 달할 것으로 전망된다. 특히 레디밀(데워서 즉시 섭취 가능한 식품) 부문은 주목할 만한 성장을 보이고 있는데, 레디밀 시장규모는 2023년에 2억 6,500만 달러로 집계되었다. 또한, 2028년까지 연평균 11.89% 성장할 것으로 예상된다.

이러한 간편식품 시장의 성장은 몽골 경제의 전반적인 회복과 함께 이루어지고 있다. 월드뱅크에 따르면, 몽골의 경제규모는 2023년에 전년 대비 5.8% 성장한 것으로 추정되며, 2024년에는 2023년보다 6.2% 성장할 것으로 보인다. 경제 회복에 따라 소비심리가 되살아 날 것으로 예상되며, 이로 인해 간편식품을 포함해 식품 시장 전반에 활기가 돌 것으로 보인다.

시사점

몽골의 간편식품 시장은 몽골 경제의 전반적인 성장과 함께 확장되고 있으며, 건강과 편의성을 중시하는 소비자 경향이 시장의 성장을 가속화하고 있다. 가정에서 쉽게 조리하고 섭취할 수 있는 제품에 대한 수요 증가가 시장의 잠재력을 더욱 높이고 있으므로, 몽골 소비자의 입맛에 맞춘 장기적인 시장 진출 계획이 필요할 것으로 보인다.

		
오뚜기 컵누들	Heiwa 된장국	Itsuki 우동

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

Statista

Mongolia's Economy Continues to Pick Up, But Growth Remains Uneven, The world Bank

■ 3.2 | 소비 트렌드

① K푸드 열풍 확산

이슈배경

한국 대형 유통업체가 몽골 시장 진출을 확대하면서 몽골 소비자들은 이들 유통업체를 통해 한국 식품을 보다 쉽게 구매할 수 있게 되었으며, 한식은 단순한 유행을 넘어 현지 소비자의 일상생활 깊숙이 자리잡았다.

이슈내용

몽골의 주식은 지역과 계절에 따라 확연히 차이가 난다. 남쪽의 주식은 양고기와 낙타고기, 낙타 젖 제품이며, 항가이(Hangai) 산에서는 쇠고기가 더 보편적인 주식이다. 울란바토르시에서는 몽골인과 외국인을 위한 다양한 종류의 음식이 있으나 주로 고기 위주의 식단으로 구성된다. 코로나19로 인해 건강에 관한 관심이 증가하면서 한국 영화나 드라마 등에서 선보인 다양한 채소와 발효 식품이 포함된 한식에 대해서 관심과 선호도가 높아지고 있다.

이러한 분위기 속에 한국의 대형 유통업체들이 울란바토르시에 편의점을 오픈하면서 몽골의 소매 유통시장에 빠르게 확장하고 있다.

CU는 약 320여개 점포를 운영 중이며, GS리테일은 약 200여개의 점포를 운영하고 있다. 현지 점포에 진열된 상품은 대부분 한국상품으로 구성되어 있고 점포의 평균 방문 고객 수는 한국보다 많은 것으로 업계 관계자는 이야기하고 있다.

이처럼 몽골 소매유통망에 성공적으로 안착함으로써 한국식품에 대한 접근성이 좋아지고 있다. 특히 SNS를 통한 한국 음식 챌린지 등이 몽골 젊은 소비자들에게 유행하면서 향후 시장이 확대될 것으로 전망된다.

② 젊은 소비자 입맛을 사로잡은 한국 간편식품

이슈배경

몽골의 젊은 세대 사이에서 한국 간편식품의 인기가 급증하고 있다. CU와 GS25와 같은 한국의 편의점 브랜드들은 몽골 시장에서 빠르게 자리 잡고 있으며, 이는 몽골 내 한국 문화의 영향력 증가와 더불어 건강하고 다양한 식단에 관한 관심 증가로 인해 이루어지고 있다.

이슈내용

한국 편의점 기업이 몽골 시장에 활발하게 진출하면서 이들 편의점을 통해 유통된 한국 제품에 대한 인지도가 급격하게 확대되었다. 한국 편의점 브랜드들은 저렴한 가격과 편리성, 그리고 다양한 한국식 제품을 제공함으로써 몽골 젊은이들의 관심을 끌고 있다.

특히 간편식 제품은 편의점을 통해 현지 소비자를 사로잡고 있으며, 편의점 매장에서는 떡볶이, 호떡, 어묵 등 다양한 한국 즉석조리식품이 판매되고 있다. 뿐만 아니라 한국식 소불고기 김밥, 제육김밥, 참치마요 삼각김밥 등 편의점 특화 상품을 통해 몽골의 젊은 소비자들에게 한국 고유의 맛을 선보여 선풍적인 인기를 얻었다.

K-영화와 드라마 등을 통해 접한 제품을 실제로 경험할 수 있어 소비자로 하여금 흥미를 유발하였으며, 또한, 이를 SNS를 통해 공유하는 것이 일종의 문화로 자리잡게 되었다. 특히 몽골 인구의 70% 이상이 40세 미만일 만큼 젊은 소비자 비중이 높은 편으로, 이들을 중심으로 향후에도 한국 식품이 인기를 끌 것으로 전망된다.

③ 건강 지향 소비 확산

이슈배경

몽골 소비자들은 건강한 식단과 건강한 미래에 대해 점점 더 관심을 보이고 있다. UNICEF가 지원하는 몽골의 Teen Parliament에서는 건강한 식단에 대한 중요성과 이와 관련된 정책 제안이 논의되었다.

이슈내용

몽골 인구 5명 중 1명이 과체중에 해당하여 사회적 문제로 대두되고 있는 상황이며, 이러한 문제의 원인으로 불균형한 식단 및 잘못된 식습관이 지목되었다.

몽골의 식단체계는 팬데믹을 거치면서 그 취약성이 더욱 부각 되었으며, 지속 가능한 식단으로의 전환이 필요한 상황이다. 몽골 성인 중 남성의 20.9%, 여성의 26.5%가 비만으로, 이는 아시아 지역 평균(남성 17%, 여성 20%)보다 높은 수치이다.

아직까지 몽골 소비자는 전통적인 농경 및 목축 문화에 기반한 육식 위주 식생활을 유지하고 있으며, 이에 따라 미네랄, 철분, 비타민D, 요오드 등 주요 영양소 결핍을 겪는 인구 비중이 높은 편으로 나타났다. 그 결과, 최근 풍부한 영양으로 구성된 건강한 식단과 건강기능식품, 식물성 식품 등 건강한 식품에 대한 관심이 증대되고 있다.

▶ 출처

Assessment of Mongolian dietary intake for planetary and human health, Plos Global Public Health

④ 냉동식품 소비 증가 추세 지속

이슈배경

몽골은 전통적으로 육류와 유제품을 중심으로 한 식습관을 가지고 있으며, 최근에는 경제 성장과 함께 소득이 증가하면서 냉동식품에 대한 수요가 증가하고 있다.

이슈내용

몽골에서 가장 많이 소비되는 냉동식품은 육류와 유제품을 이용한 제품으로, 전통적으로 육류와 유제품을 중심으로 한 식습관을 가지고 있기 때문으로 보인다. 최근에는 건강에 대한 관심이 증대되고 다양한 영양소를 섭취하고자 하는 소비자가 늘면서, 채소류와 과일류를 이용한 다양한 종류의 냉동식품이 출시되고 있다.

냉동식품은 대부분 대형 마트나 슈퍼마켓에서 판매되며, 최근 온라인 식품 시장이 성장함에 따라 온라인 유통채널을 통한 냉동식품 유통 역시 확대되는 추세를 보인다.

몽골에서 유통되는 냉동식품 대부분이 수입산으로 나타나 한국 기업의 시장 진출 기회가 엿보인다. 현지 소비자 입맛 및 트렌드에 부합하는 제품 개발이 필요할 것으로 보인다.

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 가축병원검역 을 실시하며, 식물 및 식물성 식품은 식물검역 을 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출 품목에 대한 몽골 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 몽골 수출 시 아시아태평양무역협정(APTA)을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 아시아태평양무역협정 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 발급받을 수 있음

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 <ul style="list-style-type: none"> · 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 <p style="text-align: center;"><수출신고 수리 유형></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">· 서류 심사 후 수리</td> <td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td> </tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td> <td>우범성이 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> <ul style="list-style-type: none"> · 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	우범성이 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	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	<ul style="list-style-type: none"> ● 몽골 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <p style="text-align: center;"><수출검역 신청 시 제출 서류></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">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> </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)				
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)						

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="386 192 566 347">축산물검역</td> <td data-bbox="566 192 1436 347"> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> · 수출검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출 상대국의 검역요건에 적합하는지 여부를 검사함 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음 	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
<p>운송수단 선적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함 		

②몽골 수입제도 및 통관·검역 절차

▶몽골 수입통관·검역 절차

<p>수입업체의 몽골 법인 등록 및 식품 품질 확보</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 식품 수입 규정에 따라 몽골에 등록된 법인만이 식품 수출입 업무가 가능하며 수입 식품은 자체 식품검수, 품질관리체계(HACCP, GMP, GHP, ISO)를 도입한 생산 공장 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 	
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 <p style="text-align: center;"><몽골 수입신고 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td> ①무역계약서 또는 가격 청구서 ②운송서류 ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수출 당국의 허가·면허 및 인증서 등 ⑥실험실 시험 보고서(필요한 경우) ⑦기타 필요 서류 </td> </tr> </table>	①무역계약서 또는 가격 청구서 ②운송서류 ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수출 당국의 허가·면허 및 인증서 등 ⑥실험실 시험 보고서(필요한 경우) ⑦기타 필요 서류
①무역계약서 또는 가격 청구서 ②운송서류 ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수출 당국의 허가·면허 및 인증서 등 ⑥실험실 시험 보고서(필요한 경우) ⑦기타 필요 서류		
<p>수입검역</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 몽골 관세청의 명령으로 모든 물품에 대한 검역 의무 · 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 <p style="text-align: center;"><몽골 수입검역 신청 시 제출서류></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td> ①ISO인증서 ②제품 리스트 ③가격 리스트 ④결제조건(선결제/후결제) 정보 </td> </tr> </table>	①ISO인증서 ②제품 리스트 ③가격 리스트 ④결제조건(선결제/후결제) 정보
①ISO인증서 ②제품 리스트 ③가격 리스트 ④결제조건(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 수행함**

<화물 위험도 구분>

높음	<ul style="list-style-type: none"> · 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	<ul style="list-style-type: none"> · 사람 및 동물의 건강에 부정적인 영향을 끼칠 가능성 · 자연환경 및 농작물을 훼손할 가능성이 있음 · 자연환경을 오염시킬 가능성이 있음
낮음	<ul style="list-style-type: none"> · 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>

- 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 공장에서 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

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 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, 튜립, 팔레놉시스 - 화훼류 기타(재배매체 포함) : 국화, 글라디올러스, 난초, 백합, 선인장(접목 선인장) <p>*상기 품목 외에 수출이 가능한 품목은 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계자료도 없어 수출 가능 여부는 품목별로 확인이 필요함</p>
-----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

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

*출처: 2022 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5

비관세장벽

5.1 | 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원료 · 중량 · 제조사 및 수입업체	· 원산지 · 제조일자 또는 포장일자 · 유통기한 · 사용설명	· 열량 · 영양성분 · 임산부 및 어린이 사용 관련 표시
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	· 몽골어, 러시아어 또는 영어	
	제품명	· 제품의 명칭	
	원료	· 원료 목록	
	중량	· 순중량, 총중량 및 기타 수치적 지표	
	제조사 및 수입업체	· 제조사, 수입업체, 유통업체, 판매자 명칭 및 주소	
	원산지	· 제조사 또는 수입업체의 정보와 함께 원산지 정보도 기재해야 함	
	제조일자 또는 포장일자	· 제품을 제조 또는 포장한 날짜	
	유통기한	· 유통기한 및 저장 조건	
	사용 설명	· 제품 사용 또는 섭취 방법	
	열량	· 열량 정보	
	영양성분	· 영양성분과 함량 단위 표기	
	기타	· 임산부 및 어린이 사용 관련 주의 표기 · 약품 및 조제용 원료의 경우 제조일자와 유통기한을 포장에 명시해야 함	

*출처: 일본 소비자청(CAA), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 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	대한민국																																						
공식대리점	"Ай энд Эр Монголиа" ХХК	I&R MONGOLIA LLC																																						
원산지	South Korea 한국																																							
영양성분	<table border="1"> <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 border="1"> <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

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

6.1 | 보고서 소개

몽골 식품시장은 2022년 약 46억 달러로 집계되었으며, 전년 대비 18.2% 증가했다.

몽골의 식품 수입액은 약 11억 달러로, 러시아 연방·중국·대한민국 순으로 수입 비중이 높다. 주요 수입품은 ①조제식료품 ②절단한 냉동 닭고기 ③초콜릿 기타로 나타났다.

한국산 수출액은 2022년 약 1억 달러로 전년 대비 26.7% 증가했으며, 주요 수출품목은 ①라면 ②맥주 ③기타 무알콜 음료이다.

그래프로 보는 몽골 식품시장

