

몽골 이마트 성공 진출 전략



과거 : 몽골사업 초창기

□ 2014년 몽골 사업 검토

- 시장성 조사 → 가능성 확인 → 실행방안 수립 (JV방식)
→ 파트너사 선택 (한-몽간 좋은 파트너쉽 관계유지)
- 몽골시장의 잠재력 : “울란바트라”, “한국 국가 브랜드”, “파트너쉽”

• 울란바트라 :

- 도시 인구 밀집 (150만명) : 몽골 전체인구 350만명 대비 50% 점유
- 소비수준 양호 (GDP 1.2만\$) : 신규비즈니스에 대한 성공 가능성이 높음
- 인구 연령층 35세 젊은층 : 새로운 소비 문화에 대한 확대가 용이
- 작은 슈퍼마켓 중심의 유통구조 : 원스톱 쇼핑 할인점 미입점

• 한국 국가브랜드 :

- 한류 영향, 몽골사람 한국거주 4만명으로 한국에 대한 이해도 높음
- 파트너쉽 : 몽골 조직관리, 인허가 문제 해결

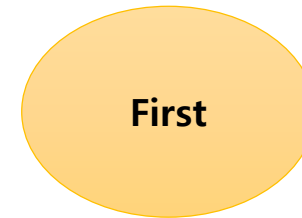
□ 기회시장 포착 : STP

- S : 1차적으로 울란바트라 도시 지역을 선택과 집중하자
- T : 젊은 소비자층을 대상으로 이마트 좋은 상품을 공급하자
- P : 원스톱 쇼핑을 할 수 있는 하드웨어 강점인 할인점을 차별화로 압도하자

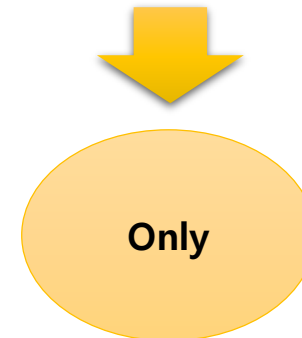
□ 알타이 그룹과 JV 협약을 통한 비즈니관계 수립

- 알타이 그룹 경영 : 몽골인력 관리, 할인점 오픈 관련 법적 인허가 관리
- 한국이마트 경영 컨설팅 지원 및 한국상품 공급

전략 Keyword



- 몽골시장 최초 할인점 런칭
- 원스톱 쇼핑 : 편리한 쇼핑

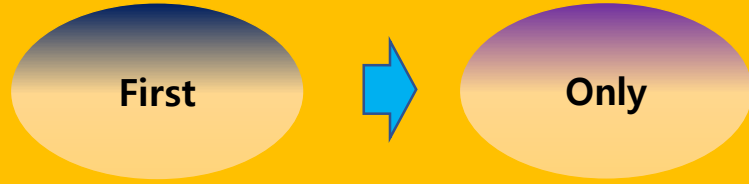


- 점포출점확대 : 유통1등 기업
- 차별화된 MD 전략
- 해외소싱 네트워크 구축



- 몽골 2선 도시 오픈
- 온라인몰 1등 기업
- 중앙 아시아 개척

현재 : 몽골시장 경쟁우위 확보



□ 점포 오픈 현황

구 분	1 호 점	2 호 점	3 호 점
오픈년	2016년 7월	2017년 10월	2019년 9월
매장면적	2,300평	1,000평	4,100평

○ 연간 매출규모 : 1,500억 규모 (한화)

- 단일 점포 규모로 보았을 때 몽골 지역 1번점으로 자리매김

□ 점포 인프라 경쟁력 확보

- 원스톱 쇼핑 구현 : 식품과 비식품 한번에 구매 가능
- 테넌트 매장 확보를 통한 놀이 시설 유치 등 고객 만족도 제고
- 물류센터 확장 : 신속한 상품 공급망 구축

□ 상품 MD 우위 전략

- 가성비 상품 공급 : 한국 PL브랜드 런칭 (노브랜드, 피코크, 데이즈 등)
- 한국 농수산물 확대 : 신선, 맛, 건강 키워드로 지속적 확대 진행 예정
- 한국 중소기업 브랜드 런칭의 기회에 지속적 협력 예정
- 해외소싱 네트워크 구축 : 한국 이마트 전세계 우수상품 공급망 활용

□ 몽골 소비자에게 사랑 받는 CSR 전략

- 몽골의 힘 프로젝트 : 몽골 로컬 상품 확대 ("국산의 힘")
- 사회적 기부 : 불우이웃돕기, 친환경 사업에 공헌 ("나무심기")

전략 Keyword

점포 인프라
경쟁력 확보

MD우위
전략

사회적
기업

몽골시장내
확고한 이마트 입지 구축
(매출규모, 수익성)

지속적인 발전을
위한 경쟁력 확대
(차별화 포인트)

이마트 브랜드
인지도 제고
(“신뢰받는 기업”)

미래 : 몽골 사업 미래 비전

Only



Best

□ 신규점포 확대

○ 대형점포 :

- 1,000평이상 2024년까지 2개 점포 오픈 예정
- 울란바트라외에 2선 도시 공략 (2026년~)

○ 소형점포 : “자신감” → MD우위, 소싱 네트워크

- 이마트 성공 플랫폼 도전 : 노브랜드 점포, SSM 슈퍼 런칭

몽골시장
전체 매출규모
1위 시장점유

□ 온라인몰 시장 선점 : MD 경쟁우위 전략 적극 활용

○ 자사몰 + 오픈몰 시스템 구축 : 몽골시장 온라인몰 리딩

○ 한국 “쓱닷컴”과 연계 한-몽간 해외 직구 채널 확보 및 시너지 효과

- 온라인 판매 검증 → 우수 벤처기업 오프라인 런칭 등 시너지 효과

□ 중앙아시아 지역 개척

○ 몽골 이마트 성공 사례 접목 : 사업방식, 상품 공급 등

○ 무역상사 개념의 신규 사업 검토 : 한국상품, 전세계 상품 공급 기반 마련

- 몽골내 안정적 제 3 물류 시스템 기반 마련

○ 최종 러시아와 유럽지역 이마트 할인점 브랜드 런칭의 가교 역할

□ 한-몽골간 국가간 교류에 이마트 일조 역할에 기여

○ 한국 우수 상품이나 브랜드 런칭에 협조 : 한국 수출자 안정성 확보

- 한국 스타트업 기업들 상품 발굴 등 신상품 런칭 플랫폼 구축

○ 몽골 우수 상품 한국 수출 판로 개척 : 이마트 유통 채널에 공급

전략 Keyword

신규점포
확 대

온라인몰
시장 선점

중앙아시아
개 척

한-몽 교류
일조 역할

몽골 시장 전체
매출총액 1위 할인점
시장 점유달성

한-몽골 국가간
비즈니스 교류에
역할 담당



고객 제일 주의

“몽골 소비자에게
좋은 혜택을 주는
사랑받는 할인점으로
성장해 나가겠습니다”