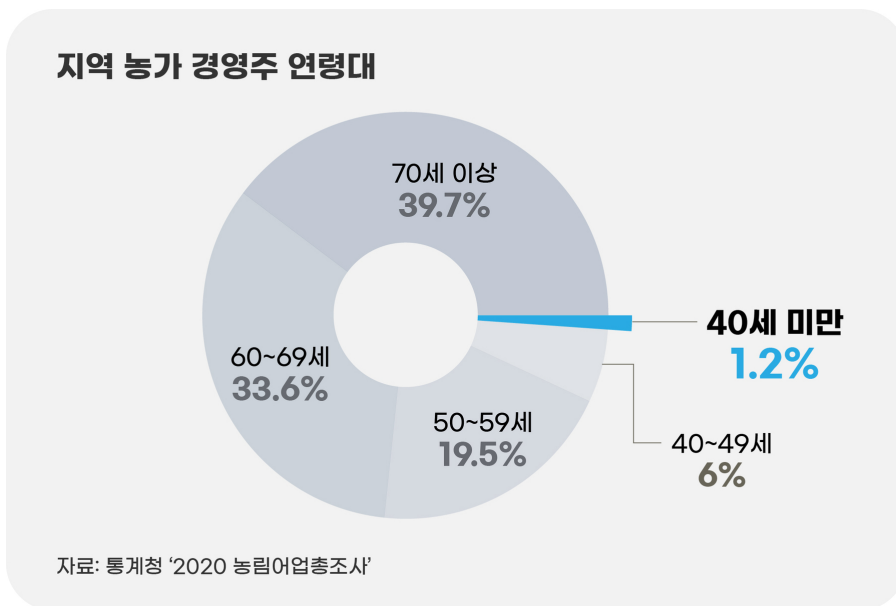


# “매실, 감 30톤 금세 완판” 서른살 청년 농부들, 로켓처럼 날아올랐다

2022. 2. 10.

농촌에서 청년들이 줄고 있습니다. 지난해 9월 통계청이 발표한 ‘2020 농림어업총조사’에 따르면, 2020년 40대 미만 청년 농가 경영주들이 전체 103만 농가에서 차지하는 비중은 1.2%(1만 2000가구)에 불과합니다. 반면 60대 이상 농가 경영주는 73.3%에 달합니다. 고령화 현상과 청년 이탈, 인구 절벽 등 ‘삼중고’가 덮친 농가는 5년 뒤 ‘100만 농가 붕괴’가 현실화될 것이라는 암울한 전망까지 나옵니다.



하지만 농가 소멸위기 속에서도 새로운 기회를 맞은 청년 농부들이 있습니다. 경상남도 하동에서 매실과 감 농사를 짓는 김기명(30) 농업회사법인 ‘농담’ 대표, 전남 영암군에서 무화과와 고구마를 재배하는 김희화(30) 햇살팜 대표가 그들입니다. 두 대표 모두 20대 중반에 농사에 뛰어들었으며, 지난해 중순 쿠팡 로켓프레시를 시작해 단기간에 1억 원 이상의 판매고를 올렸습니다. 이들은 “로켓프레시를 통해 청년 농부의 밝은 미래를 그려가고 있다”고 합니다. 두 청년이 경험한 로켓프레시의 핵심 장점 4가지를 들어봤습니다.

## 1. 매실 감 30톤 ‘완판’, 무화과는 이틀 만에 매진 새벽배송은 신세계였다



김기명 농담 대표(왼쪽)과 농담 직원들

“최근에도 대봉감 3톤을 출하해 쿠팡 로켓프레시로 보냈어요. 봄 여름에는 매실, 가을 겨울에는 감을 팔아 전체 매출의 20% 선인 1억 5000만 원의 매출을 거뒀습니다. 지금까지 매실(20톤)과 감(13톤)을 합해 30톤 이상이 완판됐어요.”

김기명 대표의 목소리는 상기돼 있었습니다. 대학을 졸업하고 공무원 시험을 준비하다 2014년 부모가 운영하는 매실 밭을 이어받아 농사에 뛰어들어 이 청년은 처음부터 위기에 봉착했습니다. “매실 판매가 하향곡선을 그리고 있었어요. 당시 일부 방송에서 매실이 부정적으로 보도되면서 연간 판매 물량 300톤이 150톤으로 반토막 났거든요.” 해가 지나면서 판매 부진을 어느 정도 회복했지만 판로 확대에 한계가 있었습니다. 유통의 대부분은 식자재를 파는 지역 협동조합에 의존했기 때문입니다. 그러다 로켓프레시를 시작하면서 상품을 다각화했습니다. ‘매실 장조림’ ‘매실 엑기스’ ‘매실 장아찌’ 쿠팡 새벽배송으로 다양한 상품들이 잘 팔리면서 온라인 판매를 본격화할 수 있었습니다.

요리사로 일하다 2014년 농사에 뛰어들어 김희화 대표는 부모가 20년간 일군 무화과와 고구마 밭을 이어받아 경영하는 케이스입니다. 매년 8~10월은 무화과, 10월부터 이듬해 5월까지 고구마를 수확합니다. 그녀도 상품을 대형 마트, 백화점에 유통해오다 지난 9월 로켓프레시를 처음 시작했고 두 달 반 동안 1억 5000여만 원의 매출을 올렸습니다. “매일 200kg~1톤의 무화과를 출하했는데 쿠팡에서 이들 만에 매진되곤 했어요. 무화과 작황이 좋아 생산을 많이 할 수 있었다면 훨씬 큰 매출을 올릴 뻔했습니다.”





김희화 햇살팜 대표

그러면서 “청년 농부가 귀하다 보니 지자체에서 대출 이자 지원 등 여러 도움을 주지만 ‘판로 개척’에 대한 지원은 미비한 편”이라고 말했습니다. “아무리 좋은 상품을 만들어도 판매처가 마땅치 않은 농사는 현실적으로 성공하기 어렵습니다. 지역 오프라인 장터를 통해 판로를 확대해봤지만 수확량에 비해 소비가 크지 않았어요. 그런데 쿠팡을 시작했더니 전국에서 주문이 쏟아졌어요. 특히 오프라인 대형 유통업체에 비해 진입 허들도 높지 않아 청년 농부 누구라도 빨리 시작할 수 있답니다.”

## 2. 전국에서 가장 빠르고 신선 “최적의 온도를 유지한 채 고객에게 배송”

두 청년 농부는 “과일을 이렇게 신선하게 팔아본 일이 없다”며 신선도를 완판 비결로 뽑았습니다. 이들이 재배한 상품은 통상 오후 1~2시 출고되며 쿠팡 간선차를 통해 전국에 새벽 배송합니다. ‘초스피드’ 배송이 가능한 비결은 쿠팡의 빠른 산지직송 프로세스에 있습니다. 산지 농가에서 미리 상품의 검수 및 검품을 진행하고 송장을 붙여 배송시간을 단축했기 때문입니다. “굉장한 차별화 포인트였어요. 보통 농가에서는 농부들이 제품을 박스에 담아 도매업체에 보내는 게 전부예요. 그런데 쿠팡을 시작하면서 현지에서 고객에게 최종 배송하는 형태의 상품을 만듭니다. 신선도가 핵심인 매실이 경쟁력을 가질 수 있게 된 겁니다.” 두 청년 농부는 상품의 검품/검수, 송장처리를 위한 직원을 별도로 고용하고 있습니다.

김희화 대표의 무화과는 어떨까요? 당일 수확, 당일 출고가 원칙인 무화과는 복숭아, 딸기처럼 신선도가 상품 생명을 좌우합니다. 0~7도 사이의 온도를 유지하지 못하면 물러지거나 상하기 십상입니다. “로켓프레시는 상품에 냉매제를 같이 포장, 고객에게 적절한 온도를 유지한 제품을 배송합니다. 다른 오프라인 유통업체에 납품하는 무화과는 물류센터에서 별도의 포장 작업을 반복해 매대에 진열하는데, 그 과정에서 신선도가 떨어집니다.”



신선하게 배송되는 햇살팜 무화과와 농담 매실

지금까지 신선도가 떨어진 상품을 제때 유통하지 못하면 헐값에 팔기 일쑤였다고 합니다. 김기명 대표는 “연간 생산 물량의 10~20% 정도를 소매가의 50% 가격으로 각종 가공공장에 넘기곤 했다”며 “배송 과정에서 실수가 거의 없는 것도 차별화 포인트”라고 하더군요. 그가 말을 이어갔습니다.

“다른 택배업체는 과일 박스를 공산품과 섞어 취급해 험하게 다룰 때가 있었어요. 예를 들어 무거운 쌀 포대가 감 박스를 짓누르는 경우가 종종 있었습니다. 그러나 쿠팡은 팔레트(pallet 물건을 적재하는 받침대)를 써서 안전하게 신선식품을 차량에 적재해 배송합니다.”



### 3. 인터넷 마케팅 비용은 ‘제로’ “상세페이지 제작부터 노출까지 쿠팡이 지원, 상품에 만 집중”

로켓프레시는 청년 농부들의 가장 큰 숙제인 ‘온라인 진출’을 덜었습니다. 사실 이들이 온라인을 시도한 것은 이번에 처음이 아닙니다. 김희화 대표는 “지난 2019년 직접 한 포털사이트의 쇼핑몰 플랫폼을 운영하다 포기했다”고 하더군요. 매달 1000만 원씩 광고비를 들여 무화과를 1년간 광고했지만 고객유입이 거의 없었다고 합니다.

“매달 매출보다 광고비가 더 많이 나갔어요. 농사에 집중해도 모자란 데 온라인 마케팅 교육 몇 번 듣는 수준으로 전문성이 쌓이지 않더군요. 자본력이 부족한 저에게 너무 높은 벽이었습니다.” 직접 온라인 쇼핑몰을 운영하는 것은 고객 주문에 대한 택배도 직접 처리해야 한다는 뜻입니다. 그녀는 “타 택배업체를 직접 쓸 때 제품 가격의 20% 정도를 물류비로 추가로 부담해야 했다”고 말했습니다.

쿠팡은 청년 농부들이 농사에 집중할 수 있도록 상품을 소개하는 상세페이지 제작부터 제품 노출, 고객 서비스(CS)와 배송을 모두 지원합니다. “쿠팡은 샘플 상품을 직접 촬영해서 앱에 업로드해주고 노출도 해줍니다. “오로지 제 상품의 신선도와 맛에만 집중할 수 있게 됐어요.” 김기명 대표의 설명입니다.





농담의 청년 직원들이 일하러 가는 모습과 하동에 있는 농담 공장



#### 4. 최첨단 이커머스와 농업의 결합 “농촌 미래 아직 밝아, 청년들에게 새로운 도전 기회”

청년 농부들의 일상이 달라진 또 하나의 계기는 압도적인 ‘고객 피드백’입니다. 지금까지 오프라인 유통망이나 도매업체에 제품을 납품하면 최종 고객 피드백이 어떤지 알 수 없었습니다. 그러다 보면 매일 반복하는 농사일 속에서 개선점을 찾기 어려웠습니다. “무화과가 너무 무르다’ ‘너무 단단하다’ ‘당도가 부족하다’고 지적하는 리뷰를 보고 고객의 힘을 실감했어요. 고객 평을 보고 적당한 경도( )로 무화과를 수확할 환경과 조건을 개선하기도 했습니다. 그만큼 제 상품에 훨씬 큰 책임감을 갖게 됐어요.”





지난해 냉해가 발생하면서 생산량이 기대에 못 미친 두 청년의 올해 쿠팡 매출 목표는 각각 5억 원 이상입니다. 이들은 “로켓프레시 중심의 이커머스 유통과 농업의 결합으로 농업에 대한 비전이 더욱 커졌다”고 강조합니다.

“농업인구는 줄어들고 있지만 일손은 그만큼 늘고 있습니다. 선진 이커머스 유통은 계속 발전하고 있는데, 생산을 담당하는 농가는 이 시스템을 따라가지 못하고 있어요. 청년들이 중간다리 역할을 할 필요가 있어요. 최첨단 기술에 익숙한 2030 청년들이 농사에 도전해볼 때입니다. 아직 농촌의 미래는 밝습니다(웃음)”

취재 문의 [media@coupang.com](mailto:media@coupang.com)