

## “월세는 커녕 전기세도 못 냈는데 쿠팡이츠 시작하니 배달 매출 3배 뛰었어요”

2022. 3. 11.



인기 TV 프로그램 <백종원의 골목식당>에서 소개된 돈까스 맛집 ‘연돈’ 등으로 유명세를 떨쳤던 서울 은평구 홍은동 포방터시장은 3년 전만 해도 손님들로 발 디딜 틈이 없었습니다. 하지만 시간이 지나며 방송에 나온 맛집에 대한 사람들의 관심이 주춤해진 데다, 코로나19 유행까지 덮치면서 행인들의 발길이 뜸해졌습니다.

포방터시장에서 10년째 ‘미키네분식집’을 운영하고 있는 유복례 사장(64)도 지난 여름 사회적 거리두기 강화 등으로 매출이 급감하면서 장사 최대 위기를 맞았습니다.

“손님이 한 명도 없는 날도 많았어요. 월 매출이 10분의 1로 줄고 월세는 커녕 전기세도 안 나오는 상황이라 진지하게 폐업을 할까 고민했습니다.”

그때 시장 상인회를 통해 “쿠팡이 전통시장 소상공인들을 돕기 위해 온라인 판매 교육 및 입점 절차 코칭, 고객용 쿠폰 지원 등을 해주는 쿠팡이츠 ‘전통시장 활성화 프로그램’의 효과를 느껴보는게 어떨겠느냐”는 제안을 받았습니다.

처음 해 보는 온라인 판매였지만 배달을 시작하자 매출이 증가하면서 숨통이 확 트이기 시작했다고 합니다. 지난해 9월에서 11월 사이 2달만에 쿠팡이츠에서 발생한 월 매출이 3배로 뛰기도 했습니다.

“코로나 유행 이후 줄었던 매장 매출이 이제는 배달만으로도 모두 메꾸고도 남아요. 쿠팡이츠 덕분에 폐업 직전까지 갔다가 살아났어요(웃음).”

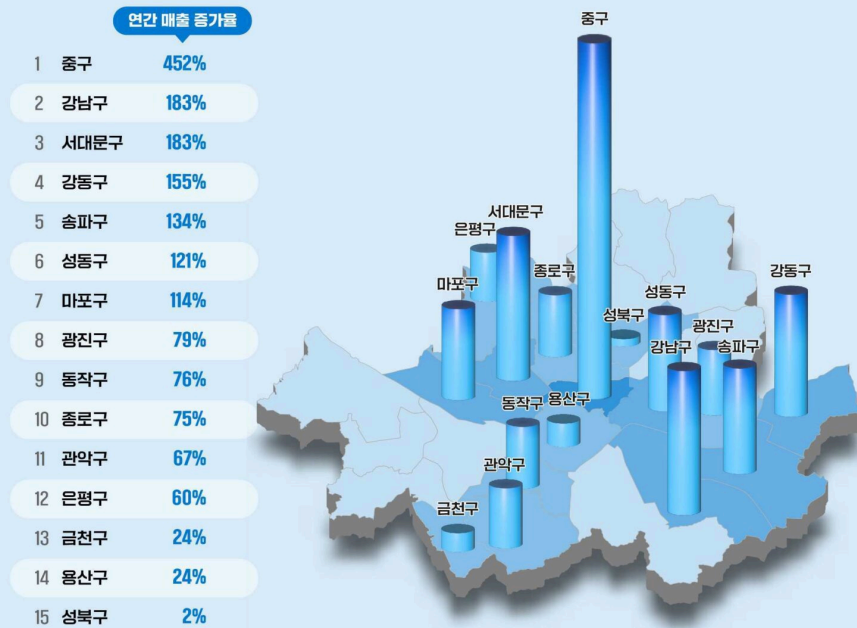


미키네분식집 유복례 사장

## 쿠팡이츠 ‘전통시장 프로그램’ 참여 상점 매출 급증 “연 매출 1억 원 이상 점주만 40 곳”

쿠팡이츠가 제공하는 ‘전통시장 활성화 프로그램’에 참여해 배달을 시작한 전국 52개 시장 300여 개 가맹점들의 매출이 지난해 12월 기준 연초 대비 평균 77% 오른 것으로 나타났습니다. 2년째 장기화하는 코로나 확산 속에서 피해를 입은 전통시장 점주들이 배달을 통해 매출 절벽을 벗어난 것입니다.

2021년 서울 지역구별 쿠팡이츠 입점 전통시장 매출 증가율



\* 2021년 1월~12월 기준, 휴식이 없이 쿠팡이츠 전통시장 프로그램에 참여한 전국 52개 시장 305개 가맹점 대상

2021년 서울 시내에서 가장 매출이 많이 오른 쿠팡이츠 입점 전통시장 상위 10곳



\* 2021년 1월~12월 연간 매출 증가율 기준, 휴식기 없이 쿠팡이츠 전통시장 프로그램에 참여한 전국 52개 시장 305개 가맹점 대상

쿠팡이츠에 따르면 전통시장 프로그램의 혜택을 입은 전국 전통시장 중 지난 1년간 가장 높은 매출 증가율을 보인 곳은 서울 남대문 시장으로 연간 452% 증가했습니다. 남대문시장은 한때 외국인 관광객으로 북적였지만 한중 관계 악화, 코로나 사태가 겹치며 한산한 날이 많았습니다. 강동구 둔촌시장과 은평구 포방터시장이 각각 298%, 235%의 매출 증가율로 뒤를 이었습니다.

포방터시장도 코로나가 덮치면서 어려움을 겪었지만 쿠팡이츠 배달로 활력을 되찾았습니다. 유경혜 포방터시장 상인회장은 “쿠팡이츠 배달을 시작한 일부 점주들의 성공사례 덕분에 시장에 활기가 돌아, 아직 오프라인 판매에 머무는 점주들의 입점 문의가 늘고 있다”며 “코로나 때문에 힘들어하던 전통시장 소상공인들이 다시 희망을 찾고 있다”고 말했습니다.



유경혜 포방터시장 상인회장

## 2021년 포방터시장 내 쿠팡이츠 입점업체의 합산 월 매출 추이

단위: 만원



\* 연중 휴식이 없이 쿠팡이츠 전통시장 프로그램에 참여한 7개 매장 대상

사실 쿠팡이츠 이전에도 전통시장 소상공인들의 배달 진출을 지원하고자 하는 시도는 있었습니다. 지자체와 전통시장은 코로나 사태가 시작된 2020년부터 라이브 커머스, 일부 소규모 배달앱을 통한 배달 지원 사업을 진행했죠. 하지만 급락한 매출을 보전하기에는 역부족이었습니다. 실제로 소상공인시장진흥공단 자료에 따르면 전통시장들이 새로운 활로를 모색한 2020년도 전국 전통시장 고객 수는 전년 대비 14.5%, 매출은 2.7% 감소했습니다.

반면 쿠팡이츠를 이용한 소상공인들은 직접적으로 체감할 수 있는 매출 증가 효과를 얻고 있습니다. 지난해 한국에서 가장 많이 다운로드된 앱인 쿠팡이츠의 이용자 기반에 더해, 전통시장 점주 대상 온라인 판매 컨설팅 및 고객 유입 유도 등 전통시장 활성화 프로그램의 효과가 작용했기 때문입니다.

실제로 전통시장에 나가보면 “온라인 배달만으로 천만원 단위의 월 매출을 꾸준히 내고 있다”는 쿠팡이츠 입점 사장님들의 증언을 쉽게 들을 수 있습니다. 서울 강동구 D시장의 한 배달횃집은 지난해 1월 쿠팡이츠서 발생한 배달 매출이 100만 원에 못 미쳤지만 같은 해 12월에는 1600만 원을 넘겼습니다. 마포구 A시장의 한 중국집은 월 3000만 원 정도이던 배달 매출이 쿠팡이츠 덕분에 8500만 원을 넘기며 연 매출 5억 원을 돌파했다고 합니다. 이외에 연 매출 1억 원 이상을 기록한 쿠팡이츠 전통시장 가맹점이 총 40곳에 이릅니다.

## 소상공인 사이 뜨거운 반응 “맞춤형 코칭 덕분에 온라인 적응 완료”

쿠팡이츠의 전통시장 활성화 프로그램은 기존 오프라인 중심이었던 전통시장 매출구조를 온라인으로 전환할 수 있도록 돕기 위한 목적으로 2020년 8월 처음 시작됐습니다.

이를 위해 쿠팡이츠 직원들은 전통시장에 직접 찾아가 ‘1대1 온라인 판매 교육’에 나섰습니다. 앱 사용법뿐만 아니라 메뉴를 어떻게 구성해야 이용자들이 더 편하게 주문을 할 수 있는지, 할인 이벤트는 어떻게 진행해야 하는지 등 직접적으로 매출을 높일 수 있는 방법에 대해 코칭을 해 줬죠.

배달 경험이 없는 전통시장 소상공인들이 빠르게 배달 시장에 적응할 수 있도록 하고, 전통시장의 숨겨진 맛집을 발굴해 소비자들에게 더 나은 서비스를 제공함으로써 지속적인 상생을 추구하기 위한 것이었습니다.



친환경청과 오광렬 사장

지난해 배달로만 역대 매출을 낸 서울 강남개포시장 '친환경청과'의 오광렬 사장(51)은 쿠팡이츠에 입점한 전통시장 청과점 가운데 전국 매출 1위의 주인공입니다.

지난해 여름 월 매출이 30% 급감하며 위기상황에 빠진 오 사장도 쿠팡 직원들의 1대1 교육을 받고 배달을 시작했습니다. 매출이 점점 올라 현재 월 평균 매출 1000만 원 이상을 꾸준히 내고 있다고 합니다.

“쿠팡이츠가 없었다면 어떻게 매출 절벽을 버텼을지 상상이 안 가요. 더 좋은 과일을 찾아오고 품질 검수도 잘 해서 앞으로도 배달 고객분들의 좋은 리뷰를 받고 싶어요.”



우이락 전은철 사장

망원시장 인기 전집 '우이락'의 전은철 사장(33)도 쿠팡이츠 덕분에 코로나로 인한 매출 절벽에서 벗어날 수 있었습니다. 그는 “영업시간 제한이 적용되면서 오후 9시 이후 손님들을 매장에서 내보내야 할 때마다 한숨이 나왔다”며 “처음엔 줄어든 매장 매출을 메꾸기 위해 쿠팡이츠 입점을 했다”고 말했습니다. 결과는 기대 이상이었고.

“쿠팡이츠를 시작하자마자 배달 매출이 급증하기 시작했어요. 이츠 앱의 방대한 이용자 기반 덕분에 저희 가게를 몰랐던 분들에게도 많은 홍보가 되었기 때문인 것 같아요. 직원들도 이렇게 많은 배달 주문이 들어올 것이라고 생각하지 못했기 때문에 깜짝 놀랐죠.”

그는 배달을 통해 성장한 매출을 기반으로 올해에는 프랜차이즈 진출도 계획하고 있습니다.

## 수도권 넘어 지방까지 ”전국 전통 시장이 살아나도록 하겠다”

쿠팡이츠는 전통시장 활성화 프로그램을 앞으로도 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다. 지원 대상 상점의 카테고리를 이전보다

넓히고, 오프라인 고객들을 위한 포장주문에도 쿠폰을 지원하는 등의 다양한 혜택으로 더욱 많은 고객들이 이용할 수 있도록 할 예정입니다.

서울 외 타 지역 소상공인들도 혜택을 입을 수 있도록 프로그램 적용 지역도 확대합니다. 쿠팡이츠 전통시장 프로그램의 긍정적인 사례가 전해지면서 전국의 전통시장 상인들로부터 ‘우리도 프로그램에 참여할 수 있느냐’는 요청이 몰려들기 때문입니다.

쿠팡이츠의 ‘상생 효과’는 학계에서도 인정받고 있습니다. 강형구 한양대 경영학과 교수는 “대형마트에 밀려 고전하던 전통시장이 코로나19를 계기로 매출구조를 오프라인 중심에서 온라인으로 전환하면서 새로운 활로를 찾고 있다” 며 “모바일에 익숙치 않은 50대 이상 소상공인도 배달 앱에 입점해 성공한 사례가 늘어나는 것은 긍정적인 모습”이라고 말했습니다. 이어 그는 “역량 있는 테크기업이 디지털 전환을 돕는 소상공인 상생협력 모델이 더욱 확산되기를 바란다”고 덧붙였습니다.

쿠팡이츠의 전통시장 활성화 프로그램을 담당하는 윤호석 매니저도 주변의 긍정적인 반응에 힘을 얻었다고 합니다. 그러면서 아래와 같이 포부를 밝혔습니다.

“가맹점 소상공인들로부터 ‘쿠팡이츠 덕분에 매출이 많이 늘어서 감사하다’는 이야기를 들을 때마다 정말로 뿌듯합니다. 앞으로도 전통시장 상인들이 온라인에서 새로운 판로를 개척할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.”

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