

[보도자료] ‘흠과’를 ‘곰()’과로 쿠팡, 청송 사과농가 매출 4배 성장 이끌어

2022. 3. 15.



- 생채기가 나 가공용으로 헐값에 팔리던 사과 합리적인 가격의 ‘곰곰 보조개 사과’로 재탄생
- ‘곰곰 보조개 사과’ 출시 이후 농가 소득 약 4배 늘어
- 농민의 수고로움을 높이 평가하는 쿠팡의 경영 철학과 소비자의 배려 상생협력 모델 될 수 있어

2022. 3. 15. - 쿠팡의 도움으로 청송 지역 사과농가 소득이 4배 가까이 성장했다. 우수한 품질에도 불구하고 헐값에 넘겨지던 ‘흠과’가 쿠팡 PB식품 브랜드 ‘곰곰’을 통해 농가의 효도상품으로 거듭났기 때문이다.

쿠팡은 재배 과정에서 생채기가 생겨 온전한 판매가 어려웠던 사과를 ‘곰곰 보조개 사과’로 소비자들에게 선보이며 매출 증진을 이뤄낸 한우리 영농조합 장길영 대표의 인터뷰를 14일 쿠팡 뉴스룸을 통해 공개했다. 쿠팡은 대한민국 대표 사과 산지인 경상북도 청송군에서 생산되는 사과를 쿠팡의 자체 브랜드(PB)인 ‘곰곰’ 사과로 판매하고 있다.

그동안 흠과는 맛에는 이상이 없지만 외모가 상했다는 이유로 버려지거나 주스 가공용으로 헐값에 넘겨졌는데 그 비율이 높으면 전체 수확량의 30~40%에 달했다. 이처럼 매출 기여도가 거의 없었던 ‘흠과’는 합리적인 가격의 ‘보조개 사과’로 출시된 후 꾸준히 사랑받고 있다. 청송군 최대 사과 생산자인 한우리 영농조합 장길영 대표는 “2021년 한우리가 판매한 ‘보조개 사과’가 160톤이었다”며 “사과나무 4천 그루 분량의 흠과가 버려지거나 떨어로 처리될 운명에서 살아났다”고 설명했다.



법인 매출도 2년 만에 80억 원에서 300억 원으로 4배 가까이 증가했으며, 8명이던 직원 수도 60여 명까지 늘었다. 장 대표는 “처음 쿠팡에서 흠과 판매를 제안했을 때는 믿겨야 본전이라는 심정이었다”며 “이제 쿠팡을 만나 과일을 많이 판매할 수 있으니 농사만 열심히 지으면 되다는 생각을 갖고, 소비자 입맛에 맞게끔 다방면으로 상품을 개발할 수 있게 됐다”고 말했다. 현재 한우리 영농조합은 늘어난 매출을 통해 새로운 품종 재배 및 사과 신선도를 높일 수 있는 시설 투자를 확대하고 있다.

윤태명 경북대 농업생명대학 원예학과 교수는 “사과 생산과정 중 생긴 작은 흠집 때문에 우수한 맛의 품질 좋은 사과가 값싼 가공용으로 치부되는 것은 생산자는 물론 소비자를 위해서도 현명하지 못하다”며 “작은 흠집보다는 청송사과의 질적 우수성과 생산 농민의 수고로움을 더 높이 평가하는 쿠팡의 경영철학과 소비자의 배려는 상생협력의 모델이 될 수 있을 것이다”고 말했다.

보조개 사과를 담당하고 있는 박지연 쿠팡 매니저는 “현명한 쿠팡 고객들은 이런 청송 사과의 진면목을 알아줄 것이라고 생각했다”며 “복잡한 중간 유통 과정을 거치지 않고 쿠팡을 통해 하루 이틀 만에 산지에서 청송 사과 본연의 맛이 그대로 전해지니, 고객의 사랑을 받게 된 것 같다”고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com