

[보도자료] “로켓배송, 소상공인 판로 넓혀 상생 앞장” 쿠팡 ESG 경영 분석한 논문 첫 발간

2022. 4. 20.

쿠팡 로켓배송이 ESG 친화적인 이유



Environment 환경

- ‘엔드 투 엔드’ 배송으로 평균 배송거리 단축
- 다회용 보냉백 ‘프레시백’ 개발해 스티로폼 폐기물 30만 개 대체



Social 사회적 책임

- 소상공인의 온라인 시장 진입 부담을 낮춰주는 관리 시스템
- 소상공인 판로 확대 및 매출 증진 위해 4000억 원 규모 지원금 조성



Governance 거버넌스

- 현장 근무 직원에게 주식 무상 부여 등 직원 우대 정책
- 업계 최초 유급 건강증진 프로그램 ‘쿠팡케어’ 실행

- 유통학계 권위자 숙명여대 서용구 교수 논문 발표
- “쿠팡 로켓배송이 사회적 가치 창출”
- 유통산업 전반에 의미있는 경영 사례로 평가

2022. 4. 20. - 쿠팡의 핵심 서비스인 ‘로켓배송’이 회사의 ESG(환경·사회·거버넌스) 경영에 기여하고 있다는 내용의 논문이 발간됐다. 직매입 방식인 로켓배송 덕분에 소상공인의 시장 진입 부담이 줄고, 대형 업체와 대등하게 상품력으로 경쟁할 수 있는 기회를 갖게 된 것이 대표적이다. 회사의 사업구조 자체가 ESG에 부합한다는 색다른 관점의 분석이어서 유통업계의 주목을 받고 있다.

서용구 숙명여대 경영학과 교수는 유통산업 분야 국내 대표 학술지 중 하나인 ‘상품학연구’ 최근호에 <쿠팡의 ESG 경영: 로켓배송을 중심으로>라는 제목의 논문을 발표했다. 서 교수는 국내 유통학계의 권위자로 유통업계 현안과 마케팅 트렌드를 적극적으로 제시하고 있다.

서 교수의 논문은 최근 기업을 평가하고 투자 여부를 가늠짓는 지표로 각광받고 있는 ESG 즉 환경(Environment), 사회적 책임(Social), 거버넌스(Governance)라는 세 가지 관점에서 쿠팡의 로켓배송이 우리 사회에 미치는 긍정적 영향을 자세히 분석했다. 쿠팡과 다른 글로벌 이커머스 기업을 비교한 논문은 있었지만, 쿠팡의 로켓배송 생태계를 ESG 관점에서 집중 분석한 논문은 이번이 처음이다.

논문은 우선 로켓배송이 환경보호에 기여한다는 점을 강조했다. 로켓배송은 기존 이커머스 대비 유통단계를 줄인 ‘엔드 투 엔드(End-to-End)’ 방식을 도입하면서 평균 배송거리를 단축할 수 있었다. 이는 쿠팡이 전국 30여개 지역에 100개 이상의 물류인프라(112만평 규모)를 운영하기 덕분에 가능했다는 분석이다.

코로나19 장기화로 인해 늘어난 포장 폐기물을 줄이기 위한 노력도 효과가 있었다. 일례로 다회용 보냉백인 ‘프레시백’을 직접 개발, 도입해 하루 평균 30만개의 스티로폼 상자를 대체하고 있다. 이는 연간 900만그루의 나무를 심는 효과로 여의도 면적 6.5배 규모의 숲을 조성하는 것과 같다.

로켓배송은 쿠팡이 6만6000명이 넘는 직원과 약 1800만명에 달하는 활성고객을 가진 국내 최대 이커머스 기업으로서 사회적 책임을 다 하는 데에도 공헌했다는 것이 서 교수의 설명이다.

서 교수는 특히 로켓배송이 소상공인의 판로 확대 및 매출 증진에 큰 도움을 주고 있다는 점에 주목했다. 온라인 판매에 처음 뛰어 드는 소상공인이 쿠팡 로켓배송 또는 제트배송을 이용하면 매입부터 재고관리, 반품, 고객관리까지 모두 지원하기 때문에 시장 진입 부담이 줄어든다. 쿠팡은 전국 소상공인과 농수축산인들의 온라인 판로 개척을 돕기 위해 지난해 4000억원 규모의 지원금을 조성하기도 했다.

논문은 마지막으로 거버넌스 차원에서 쿠팡의 직원 우대 정책에도 주목했다. 쿠팡은 지난해 뉴욕증시 상장과 함께 물류센터와 배송캠프의 현장 근무 직원들에게 회사 주식을 나눠줬다. 배송 업무 최전선에 있는 직원들도 주식 보유자로 만들어 주인의식을 가지고 일할 수 있도록 하겠다는 김범석 창업자의 의지였으며 이러한 사례는 쿠팡이 최초였다. 업계 최초의 유급 건강증진 프로그램 '쿠팡케어' 실행 등 직원들의 근무환경도 꾸준히 개선하고 있다.

이처럼 로켓배송을 중심으로 실행된 쿠팡의 ESG 경영은 회사 안팎으로 긍정적인 효과를 냈다. 회사 외부적으로는 쿠팡의 브랜드 가치뿐만 아니라 고객들의 충성도를 높이고 있다. 지난해 4분기 한번이라도 쿠팡에서 물건을 구입한 활성고객은 1794만명으로 전년 동기대비 20% 늘었다. 활성고객 1인당 매출은 283달러로 같은 기간 11% 증가했다. 회사 내부적으로는 직원들의 충성도와 근무 몰입도를 높이는 효과가 있었다.

서 교수는 “쿠팡처럼 사회적 가치를 만드는 유통 플랫폼 기업은 우리나라에서 보기 드물다”며 “유통산업 전반에 본보기가 될 수 있는 의미 있는 사례가 될 것으로 평가한다”고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com