

[보도자료] 쿠팡, 로켓프레시 수박으로 대성한 지역 중소기업인의 비결은 신선함

2022. 8. 19.



- 과정 많은 오프라인에서 로켓프레시로 전환해 높은 신선도 얻어
- 쿠팡 입점 후 연매출 500억 달성·직원수 100명 등 급성장 이뤄

2022. 8. 19. 서울 - “수박이 신선할 수밖에 없다.”

쿠팡을 통해 신선한 수박을 판매해 연매출 500억원을 달성한 지역 중소기업인이 이목을 끈다.

19일 쿠팡은 수박을 판매하는 수토마켓 임재근 대표의 인터뷰 영상을 쿠팡 뉴스룸을 통해 공개했다. 그는 전라북도 부안으로 귀촌해 아버지가 40년 동안 하던 수박 유통사업을 물려받아 가업을 잇고 있다.

임 대표는 그동안 수박이 유통단계가 많은 오프라인으로 판매되면서 신선도와 품질관리가 어려웠다고 한다. 이러한 고민을 하던 중에 주변 농가에서 쿠팡을 추천받아 입점하게 됐다.



수토마켓에선 쿠팡 로켓프레시로 수박이 주문되면 산지에서 물량을 확인하고 바로 수확 작업에 들어간다. 이렇게 갓 딴 수박은 배송차량으로 24시간 내에 고객 집앞까지 도착한다. 고객 입장에서 갓 수확한 수박을 산지직송으로 신선하게 전달받는 셈이다.

신선한 수박 덕분에 수토마켓의 매출도 급상승했다. 수토마켓은 지난해 매출 500억원을 기록하며 직원수 100명과 5000평의 공장, 60만평의 하우스를 보유한 기업으로 성장했다.

임 대표는 “오프라인에선 내 이름을 걸고 판매할 수 없어 아쉬웠다”면서 “쿠팡에선 내 브랜드, 내 이름 석자를 걸고 정직하게 판매한다”고 말했다.

로켓프레시는 고객이 오후 1시까지 주문하면 다음 날 오전 7시까지 상품을 받는다. 특히 신선도가 중요한 농산물이 판매의 ‘골든 타임’을 놓치지 않고 전국으로 유통되고 있다. 또 쿠팡과 함께하는 수많은 지역 중소상공인들이 한정적인 지역 소비 인구, 온라인 판매 노하우 부족 등 어려운 여건을 극복하고 성장 중이다.

쿠팡 관계자는 “코로나19의 영향과 지역소비의 한계 등으로 지역 농가와 소상공인들이 여러 어려움을 겪고 있다”면서 “쿠팡은 지역 소상공인들이 로켓프레시를 통해 성장할 수 있도록 다양한 지원을 이어 나갈 것”이라고 밝혔다.

취재 문의 media@coupang.com