

# 공정하게 열린 온라인 매대의 힘 대기업 그늘에 가려진 쿠팡서 빛 본다

2023. 6. 11.

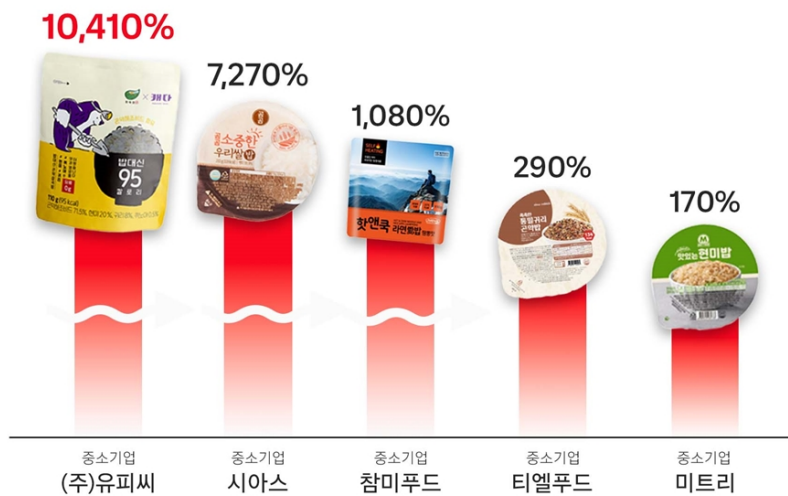
- 올해 상반기 식품 카테고리 판매 분석 결과, 중소-중견 식품기업이 독과점 식품 대기업 성장세 뛰어 넘어
- 쿠팡입점 중소기업, 공정한 열린 경쟁 속 최대 100배 성장 제품과 서비스에만 집중하는 판매 환경이 '비결'

2023. 6. 11. 서울 - 국내 식품시장에서 수십년간 독점체제를 구축하던 독과점 식품기업의 제품이 쿠팡에서 사라지면서 중소-중견 기업 제품 판매량이 급증한 것으로 나타났다. 즉석밥 등 식품 품목마다 시장점유율 50% 이상을 확보한 독과점 대기업이 빠지자, 그동안 '성장의 사다리'에 오르지 못한 무수한 후발 중소-중견 식품 업체들이 전례 없는 새로운 성장 모멘텀을 확보했다는 평가다.

쿠팡은 올 들어 1~5월의 식품 판매 추이를 분석한 결과, 중견기업 즉석밥 제품이 최고 50배, 중소기업 제품은 최고 100배 이상 성장한 것으로 나타났다고 11 일 밝혔다.

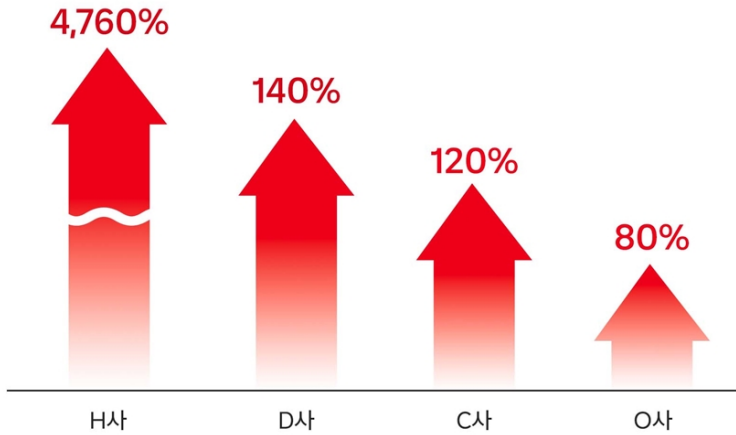
먼저 즉석밥 부문에서 성장률 상위권은 모두 중소-중견기업이 차지했다. 즉석밥 부문에서 가장 큰 성장세를 보인 업체는 중소기업 (주)유피씨로 올해 상반기 판매가 전년 동기대비 10407% 증가했다. 불과 1년 만에 100배 이상의 성장을 일군 셈이다. 이어 CPLB 곰곰 즉석밥과 자체 제조 즉석밥 '우리집 밥'을 생산하고 있는 중소기업 (주)시아스가 7270% 성장률을 기록하며 뒤를 이었다. 중견기업도 가파른 성장세를 보였다. 올해 1월부터 5월까지 H기업의 프리미엄 즉석밥의 경우 지난해 동기대비 4760% 성장했으며, 다른 D사의 즉석밥은 140% 성장세를 기록했다. 특히 중견기업 O사는 쿠팡내 판매량이 독과점 대기업 식품사를 뛰어넘는 수준으로 성장했다.

## 대기업 빠지니 대박 난 즉석밥 중소 식품업체



\*2023년 1월~5월 쿠팡 내 즉석밥 판매 성장률 기준 (전년 동기간 대비)

## 독과점 대기업 빠지니 폭발 성장한 중견 식품업체들



\*2023년 1월~5월 쿠팡 내 즉석밥 판매 성장률 기준 (전년 동기 대비)

즉석국, 냉동만두 등 특정 독과점 대기업이 독식하던 식품 카테고리에서도 중소-중견 기업들의 성장세가 두드러졌다. 즉석국 부문에서는 충청북도 옥천군에 위치한 중소기업 '교동식품'의 상반기 판매가 전년 동기 대비 60%가량 증가하며 괄목할 성장세를 보였다. 경쟁이 치열한 냉동만두 부문에서는 명동에서 중식당으로 시작한 중소기업 '취영루'가 전년 동기 대비 61% 성장하며 고객들의 많은 사랑을 받았다.

통상 시장점유율이 높은 독과점 대기업들이 막강한 브랜드 파워를 자랑하며 가격 인상을 단행하는 행위는 경제학 이론(관리가격 가설)으로도 알려졌다. 하지만 울 들어 쿠팡에서 독과점 수준의 시장점유율을 앞세운 대기업이 사라지면서 중소 중견기업들의 가성비 경쟁이 치열해졌고, 이에 따라 소비자 유입과 구매도 늘어나게 됐다는 분석이다.

실제 독과점 대기업이 사라지면서 쿠팡의 고객들은 전보다 더 나은 쇼핑환경에서 차별화된 서비스를 경험하고 있다. 중소-중견기업들이 만드는 즉석밥과 만두, 즉석국 등 식품 제품들의 가성비와 품질이 전반적으로 좋아지면서 고객 유입도 자연스럽게 늘고 있다는 평가다.

이들 중소-중견 식품업체들은 "특정 브랜드 인지도에 집중하기보다 제품력과 상품의 본질에 집중할 수 있는 공정한 판매 생태계가 국내 유통기업에서는 처음으로 쿠팡에 조성됐다"고 입을 모았다.

중소 냉동만두 제조업체 '취영루' 신정호 대표는 "치열한 국내 만두시장에서 대기업 틈에 우리같은 중소기업이 살아 남는 것은 정말 어려운 일이었다"며 "쿠팡은 대기업 중소기업 할 것 없이 오직 고객의 평가로 공정하게 경쟁할 수 있는 승부의 장이 열렸다"고 강조했다.

중소 식품제조 업체 '시아스' 최진철 대표는 쿠팡과 협업을 통해 질 좋은 상품을 개발하는데 집중할 수 있었다고 성장 비결을 밝혔다. 그는 "쿠팡에 전에 없던 새로운 유통시장이 열리게 됐다. 제조업체로서 더 많은 투자를 할 수 있고 일자리도 늘릴 수 있다"고 말했다.

강형구 한양대 경영대학 교수는 "오프라인 매장은 매대 제한으로 고객들에게 선보일 수 있는 상품이 한정적인 반면, 온라인은 제약 없는 열린 공간에서 공정하게 경쟁할 수 있는 판매 환경을 제공한다"며 "제품력을 갖춘 신생기업이나 영세기업들이 더 많은 성장의 기회를 잡을 수 있다"고 평가했다.

쿠팡은 앞으로도 중소, 중견기업과 함께 성장하기 위한 노력을 지속해 나간다는 방침이다.

쿠팡 관계자는 "쿠팡이 함께 하고 싶은 기업은 규모와 상관없이 고객에게 가장 좋은 제품과 서비스를 선보이는 기업이다. 대기업에 밀려 제대로 된 평가를 받지 못했던 중소, 중견 기업들이 공정한 판매 환경에서 고객들의 지지와 사랑을 받을 수 있도록 쿠팡이

버팀목이 될 것”이라고 말했다.

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