

‘Made in Seoul’ - 쿠팡에서 쑥쑥 크는 수제 하이힐 이야기

2023. 7. 21.



민경훈 대표

쿠팡 [로켓그로스](#)를 활용해 런칭 반 년 만에 월매출 1억 원을 바라보는 구두업체가 있습니다. 여성용 하이힐 구두브랜드 ‘슈스프레소’를 만드는 회사 ‘다주 제화’입니다. 이곳은 전통 방식으로 수제화를 만들고 있었습니다. 서울 도봉구 쌍문동에 있는 공방을 찾아갔습니다.

“높으면 높을수록 더 좋아(the higher, the better).”

한국에서도 인기 있었던 미국 드라마 ‘섹스 앤 더 시티’에서 주인공 캐리 브래드쇼는 이렇게 말했습니다. 브래드쇼는 항상 높은 굽 구두를 신고, 남자친구보다 구두를 더 사랑한다고 말하는 캐릭터였죠. 이 드라마 때문에 ‘스틸레토’라고도 불리는 하이힐 구두가 전 세계적 유행이 되기도 했습니다.

힐이 높은 구두는 착용자의 미()와 자신감을 높여줍니다. 그러나 잘 만들기가 어렵습니다. 구두가 불안정하면 착용자가 넘어지기 쉽습니다. 모양이 변형되기도 쉽습니다. 힐 구두는 발의 아름다움을 드러낼 수 있도록 최소한의 소재만 사용하면서도 튼튼하게 중력을 이겨내야 합니다. 숙련된 장인의 기술이 필요한 영역입니다.

서울 안에서 이런 스틸레토 수제화를 만드는 사람들이 있습니다. 민영기 민경훈 부자가 운영하는 회사 ‘다주 제화()’입니다. 쿠팡 판매 브랜드 이름은 ‘슈스프레소’ 이고요.

‘정직한 제품을 정직한 가격에 판다’가 이 회사의 철학입니다.



아버지 민영기 님은 40년 전부터 여성용 구두를 만들어 왔습니다. 아들 민경훈 님은 9년 전 합류해 마케팅과 재무 등 경영 전반을 담당하고 있습니다.

먼저 두 분께 굽 높은 구두는 어떻게 골라야 하는지 물었습니다.

“센터를 잘 잡는 게 제일 중요하죠. 신었을 때 중심이 흔들리지 않고 안정감 있는 신발을 찾으세요.”

40년 경력 민영기 대표의 말입니다. 기계로 대량생산하는 하이힐은 신었을 때 중심이 흔들리는 경우가 있다고 합니다. 아무리 정밀하게 가공한다고 해도 제품마다 미묘하게 무게중심이 다를 수밖에 없고, 대량생산에서는 미세조정을 하기 어렵다는 것입니다.

민경훈 대표가 덧붙입니다. “스텝(굽)만 중요한 게 아닙니다. 중창(mid-sole)도 중요합니다. 중창과 그 안에 들어가는 ‘허리쇠’는 눈에 보이지 않지만 사람의 코어(허리) 근육 같은 역할을 합니다. 특히 5cm 이상 되는 하이힐은 굽이 지면에 닿는 면적이 좁아 발을 균형적으로 지탱하는 게 매우 중요합니다.”

저희는 국내에서 생산되는 고급소재의 중창을 사용하고 사람 손으로 만드니까 하이힐을 잘 만들 수 있지만, 대량생산을 하는 곳에서는 기술적 포인트를 놓칠 수 있습니다. 그래서 굽 없는 플랫 슈즈 시장에서는 중국 업체들과의 가격경쟁이 어렵다 해도 굽 높은 힐 슈즈 시장은 (국산 제품도) 아직 경쟁이 가능합니다.”



원래 이 회사는 동대문 도매시장을 통해 신발을 유통했습니다. 그런데 큰 위기가 찾아왔습니다. 코로나19가 시장을 무너뜨렸습니다. “동대문 신발도매상이 3층에 매장이 있었어요. 지금은 철수했습니다. 권리금이 3~4억원씩 하던 것이 지금은 없어졌을 정도에

요.”

폐업을 고민했습니다. 그러다 마지막 희망을 품고 2022년 초 여러 온라인 쇼핑 사이트에서 판매를 시작했습니다. 그러자 좋은 품질, 합리적 가격을 갖춘 여성 구두에 대한 소비자의 반응이 있었습니다.

쿠팡 마켓플레이스에는 2022년 11월 입점하고 곧 [로켓그로스를 시작](#)했습니다. 그러자 불과 반 년 만에 쿠팡이 회사 전체 매출의 절반 이상을 차지할 정도로 커졌습니다. 2023년 5월 월매출은 약 7000만원, 6월은 약 8000만원입니다.





쿠팡 로켓그로스는 슈스프레소에 어떤 도움을 줬을까요? 민경훈 대표는 다섯 가지를 꼽습니다.

1. 빠른 배송

역시 빠른 배송이 최고입니다. “내일 당장 신을 결혼식 하객룩 구두가 필요한 사람은 쿠팡으로 주문하시죠. 로켓그로스도 로켓배송이 되니까요.”

2. 유통 비용 감소

“예전에는 도매로 유통했기 때문에 마진이 낮았습니다. 마진이 낮다보니 일 1000켤레까지 제작해야 했습니다. 쿠팡에 입점하고 나서부터는 중간유통 단계를 거치지 않으니 마진이 2~3배 늘어났습니다. 그래서 하루 200켤레만 만들어 팔아도 이익이 잘 나옵니다.” 그만큼 구두 한 켤레 한 켤레 만드는 데에 공을 더 들일 수 있습니다.

3. 재고 비용 감소

“도매 장사 할 때는 항상 재고가 충분히 있어야 하니까 구두 1만족 이상씩을 저희 창고에 채워놓고 있었어요. 지금은 로켓그로스 쿠팡 물류창고에 보내니까 재고를 많이 보관할 필요가 없습니다. 반품도 쿠팡이 알아서 처리해주죠.”

4. 고객 서비스 부담 감소

“다른 온라인 채널에서 판매할 때는 저 혼자 상품기획, 웹디자인, 고객서비스까지 다 했어야 했어요. 그런데 쿠팡 로켓그로스는 고객 문의 대응을 대신 해주니까 제가 할 일이 크게 줄었어요.”

5. 넓은 고객층

“다른 온라인 채널은 구매자 대부분이 20대와 30대였어요. 아무래도 온라인 패션 시장은 젊은 층 위주니까요. 하지만 쿠팡은 달라요. 40~50대 고객도 많고, 전 연령층이 고르게 저희 제품을 구매해주세요. 그만큼 쿠팡이 쓰기 편하다는 이야기 아닐까요?”



민경훈 대표는 쿠팡 마켓플레이스와 로켓그로스로 매출이 올라 함께 일하는 공방 장인들과 거래처에게도 면이 선다고 말합니다. 슈스프레소 공방에서 일하는 장인분들은 대부분 수십 년간 이 일을 해왔습니다. 이들은 직원이 아니라 개인사업자로서 협업해 신발을 만듭니다. 국내 수제구두 업계에서는 중국으로부터의 가격경쟁으로 한 번, 코로나19로 두 번 타격을 받아 베테랑 구두 장인들이 많이 은퇴했다고 합니다. 이제 쿠팡 등 온라인 채널 판매 덕분에 다시 일감이 늘어나 공방으로 돌아오는 분들이 조금 늘었습니다.

부자재 업체들도 마찬가지입니다. 여성 구두 한 켤레를 만들 때 원단,창, 중창, 월형(뒷굽 심), 접착제 등 거래처 10여 곳에서 공급하는 부자재가 들어갑니다. 다들 수십 년 씩 거래한 업체들이기에 어려운 시기도 함께 겪었습니다. 이제 주문량을 늘릴 수 있어서 미안한 마음이 덜합니다.

“서울에는 이제 수제화 공장이 10개 정도 남았을 거예요. 성수동 쪽에 천연가죽 수제화 하는 분들이 아직 계시고, 이쪽(강북구 도봉구)에 저희 같은 공장들이 몇 개 있어요. 부자재 업체들은 경기도권에 있고요. 쿠팡과 함께 하면서 수제화 제조 산업의 명맥을 이어갈 수 있다는 자신감을 조금 얻었습니다.”



아버지 민영기, 어머니 임예재, 아들 민경훈 님

상반기도 좋았지만, 하반기는 더 기대가 크다고 합니다. “지난 겨울에 스웨이드 재질의 겨울용 구두를 팔았는데 쿠팡 후기가 많이 쌓였어요. 쿠팡은 고객 평가가 중요하잖아요. 다시 겨울이 찾아오면 후기를 보고 그 상품들을 찾는 분들이 많아지겠죠.”

높을수록 좋은 건 구두 굽만이 아닙니다. 쿠팡과 함께 매출과 고객 만족을 높여가고 있는 슈스프레소, 그 앞길을 응원합니다.

영상에 더 많은 이야기가 있습니다

취재 문의 media@coupang.com