

# ‘KBS 일요진단’ 공정위 사건 언급 관련한 쿠팡 입장을 말씀드립니다

2024. 4. 23.

1. 쿠팡 PB를 제조하는 90%는 중소기업체로, 쿠팡은 대기업의 시장 장악으로 생존이 어려운 우수한 중소기업의 PB상품들을 소개하기 위해 투명하고 적법하게 ‘쿠팡 체험단’을 운영하고 있으며, 이를 고객들에게 분명하게 고지하고 있습니다.

## 체험단에 대한 공정위 주장 vs. 진실

| 공정위 주장          | 진실                                 |
|-----------------|------------------------------------|
| 임직원 동원          | 임직원 포함, 모든 고객 대상 자발적 참여            |
| 상단노출 조작         | 상단노출 조작 없음                         |
| 직원 동원 우호적 리뷰 조작 | 일반인 체험단 대비 낮은 직원 체험단 평점            |
| 고객 공지 없다        | 모든 체험단 리뷰에 예외 없이 고객 공지 (시스템 자동 적용) |
| 자사 우대로 PB 상품 폭리 | 중소기업/고객 혜택 지원으로 1조 2000억원 누적 손실    |

- 쿠팡 체험단은 고객과 임직원의 자발적 참여를 통해 공정하고 적법하게 운영되고 있습니다.
- 임직원 상품평을 통해 PB상품을 상단에 노출했다는 것은 사실이 아닙니다. 쿠팡에서 판매되는 모든 상품은 상품평 뿐만 아니라 판매량, 고객 선호도, 상품 정보 충실도 등을 종합적으로 반영해 노출하고 있습니다. 게다가 임직원 체험단의 평점은 일반인 체험단 평점보다 낮은 수준으로 작성될 정도로 까다롭게 평가되고 있습니다.
- 체험단이 작성한 모든 후기는 체험단이 작성 했음을 반드시 명시하고 있고, 고객들은 이러한 점을 이해하고 제품에 대한 객관적인 판단을 할 수 있습니다.
- 쿠팡은 우수한 PB상품을 제조하는 중소기업의 제품 판매를 지원하고, 고객에게 더 나은 할인혜택을 제공하기 위해 지난 5년간 1조2000억원 이상의 손실을 감수해 왔습니다.

2. 공정위는 언론 등을 통해 이 사건의 본질을 PB 자사우대인 것처럼 이야기하고 있지만 실제 이 사건의 본질은 모든 유통업체에서 이루어지는 상품 진열 방식을 문제 삼고 있습니다.

공정위는 이 사건에서 소비자가 가장 원하는 상품을 우선 보여주는 것을 ‘알고리즘 조작’이라고 문제삼고 있습니다. 유통업체가 고객이 원하는 제품을 원하는 방식으로 보여주는 것은 유통업의 본질이며, 온·오프라인 불문한 모든 유통업체가 동일하게 운영하고 있습니다. 전세계에서 이러한 유통업의 본질을 규제하는 나라는 없습니다.

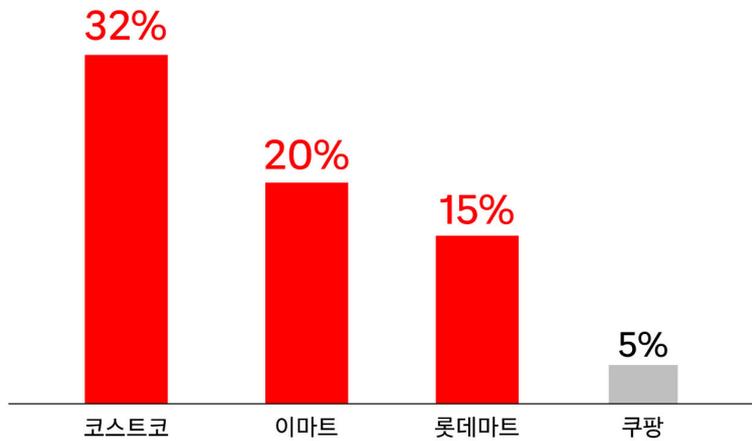
### 쿠팡 검색결과 노출에 대한 공정위의 주장 예시

| 검색 결과            | 공정위 주장  |
|------------------|---------|
| 신형 갤럭시/아이폰 우선 노출 | 알고리즘 조작 |
| 화장품 정품 우선 노출     | 알고리즘 조작 |
| 계절에 맞춘 상품 우선 노출  | 알고리즘 조작 |
| 빠른배송 우선 노출       | 알고리즘 조작 |
| 값싼 신상품 우선 노출     | 알고리즘 조작 |

- 공정위는 소비자가 원하는 애플, 삼성 등에서 출시된 신제품을 우선 노출한 것에 대해 알고리즘을 조작했다고 주장하고 있습니다. 쿠팡에서 고객이 '아이폰'을 검색했을 때, '신형 아이폰'을 우선 보여주는 것을 공정위는 알고리즘 조작으로 간주하고 있습니다.
- 공정위는 또 안전성과 품질을 갖춘 정품 화장품과 계절별 맞춤 상품이 우선 노출되는 것을 문제로 여기는 한편, 최저가 수준으로 가장 빠르게 배송되는 상품을 고객들에게 먼저 소개하는 것 역시 알고리즘 조작으로 주장하고 있습니다.
- 공정위 주장대로 유통업체의 검색 결과에 기계적인 중립성을 강제한다면 소비자는 원하는 상품을 찾기 어렵게 되고 신규업체의 시장 진입과 중소기업의 판매가 어려움을 겪을 수 밖에 없습니다. 그렇기 때문에 유통업체에게 구글, 네이버 등 검색 서비스에 요구되는 중립성을 요구하는 나라는 전세계 한 곳도 없습니다.

3. 대형마트는 대부분의 인기 PB상품을 매출이 최대 4배 오르는 '골든존' 매대에 진열하는 상황에서 쿠팡 PB 진열만 규제하는 것은 명백한 '역차별'입니다.

### 국내 주요 유통업체 PB 매출 비중



\*출처: 주요 보도내용 등 참고 (2022년~2023년)

쿠팡 PB 전체 매출 기준 5%

- 대형마트 인기 PB 상품 10개 중 9개는 매출이 최대 4배 상승하는 '골든존'을 장악하고 있음에도, 공정위는 쿠팡 PB(온라인 PB) 노출만 문제 삼고 있습니다.
- PB상품 매출 비중 30% 대기업 대형마트는 놔두고, 매출 비중 5% 온라인PB(쿠팡 PB)만 이중잣대로 규제하고 있습니다.

4. PB 자사우대를 통해 쿠팡이 막대한 수익을 얻었다는 공정위 주장은 사실이 아닙니다. 쿠팡은 코로나 확산기에 타

사 마스크 가격이 개당 1만원 이상으로 폭등했을 때에도 PB 마스크 가격 동결하여 500억원의 손실을 입었으며, 고물가 시대 고객들에게 저렴한 생수(탐사)를 제공하기 위해 매년 600억원 이상의 손실을 감수해 오고 있습니다. 쿠팡 PB를 납품하는 90%는 중소기업체로, 쿠팡은 대기업과 경쟁하는 우수한 PB상품을 제조·납품하는 중소기업의 제품 판매를 지원하고, 고객에게 더 나은 할인혜택을 제공하기 위해 지난 5년간 1조2000억원 이상의 손실을 감수해 왔습니다.

쿠팡은 전원회의를 통해 상기 사실관계를 밝히고 적극 소명하도록 하겠습니다.

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