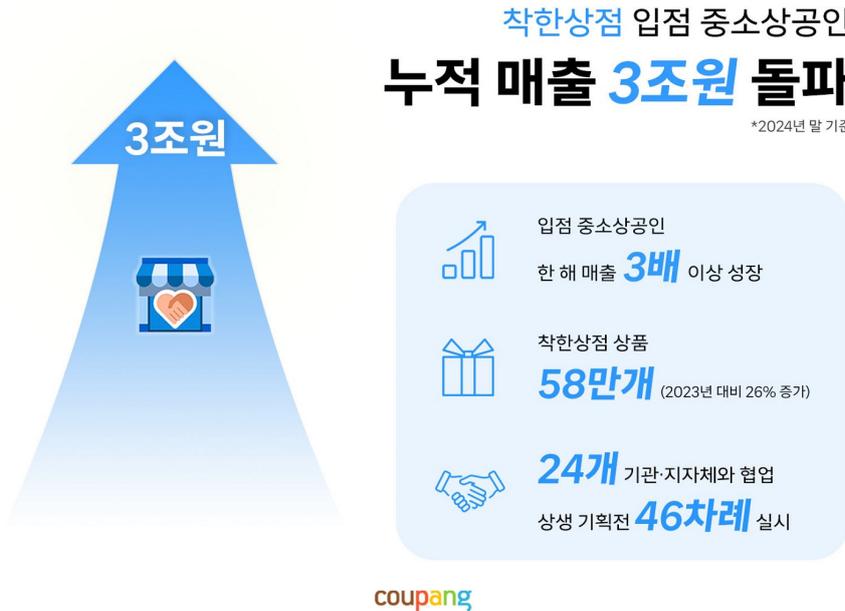


[보도자료] 쿠팡 ‘착한상점’, 중소기업인 누적 매출 3조원 넘었다 경기침체 속 ‘작은 사장님’ 판로개척

2025. 3. 4.



- 전국 수만 ‘작은 사장님’ 모인 착한상점, 지난해 2조 매출..1년간 3배 뛰었다
- 중소기업인 판로 개척 위한 착한상점, 중소기업 성장 핵심 발판으로
- 출범 2년 4개월 만에 누적 매출 3조원..상품 58만개
- 지난해만 24개 기관·지자체 협업 중소기업 매출 700% 뛰기도

2025. 03. 04. 서울 - 쿠팡 ‘착한상점’에 입점한 중소기업인들의 누적 매출이 3조원을 넘어섰다. 경기침체와 생산인구 감소, 판로 채널 위축으로 매출이 줄어드는 어려움을 겪어온 전국의 중소기업인과 지역 농어촌이 쿠팡을 통해 빠르게 경영위기를 돌파하고 성장 보폭을 넓혀가고 있다는 평가다.

◇전국 수만 ‘작은 사장님’ 모인 착한상점, 지난해만 2조 매출

쿠팡은 착한상점 누적 매출이 지난해 말 기준 3조원을 넘어섰다고 31일 밝혔다. 지난 2022년 8월 첫 론칭한 착한 상점은 2023년 말 1조원을 돌파했다. 그런데 그로부터 1년 간 2조원의 추가 매출을 내며 전년 대비 3배 넘게 성장한 것이다. 착한상점에 입점한 중소기업인들의 한해 매출이 3배 이상 성장했다는 것은 전국 소상공인들의 평균 매출 증가율과 비교해 두드러진다. 전국 소상공인들의 사업장당 평균 매출은 지난해 0.57% 역성장했다(한국신용데이터). 경기침체와 내수부진 위기 속에 쿠팡 착한상점이 고성장이 가능한 판로를 연 셈이다. 착한상점 중소기업인들의 매출 성장률은 쿠팡Inc의 2024년 전체 성장률(29%, 원화기준)도 크게 상회했다.

착한상점은 지방 농어촌과 중소기업인의 디지털 판로 개척을 위해 선보인 상설기획관으로 쿠팡은 이들에게 다양한 홍보와 마케팅 활동을 지원해왔다. 착한상점은 수도권은 물론 경상도·전라도·충청도·강원도 등에 있는 전국 수만 중소기업인이 만든 제품들로 구성돼 있다. 김·감·과메기 같은 지역 고유의 특산품부터, 우수 기술력을 보유한 업체들이 지역에서 운영하는 소규모 생산시설에서 만

든 식품·공산품 등이 총망라돼 있다. 지난해 쿠팡 고객들에 선보인 착한상점 상품은 58만개로, 2023년(46만개) 대비 26% 늘어났다.

착한상점의 최대 장점은 품질력만 우수하면 지속적으로 상품이 고객들에게 노출되면서 주문을 늘릴 수 있다는 점이다. 착한상점은 '로켓프레시'나 '로켓배송' 같은 쿠팡의 메인 탭과 함께 쿠팡 앱 메인 화면에서 고객들에게 안내되고 있다. 중소벤처기업부·중소기업중앙회·한국여성경제인협회·동반성장위원회를 비롯 24개 기관·지자체와 협업해 중소기업을 선정하고 다양한 테마를 꾸려 특별 할인 기획전을 진행해왔다. 지난해는 충주사과·나주배·김천포도 등 지리적표시 등록품목을 대상으로 한 '지리적표시 특별기획전', 여성 중소상공인을 대상으로 한 '여성기업제품 특별전' 등의 기획전을 46차례 실시했다. 현재 쿠팡 전체 판매자 중 약 70%는 연 매출 30억 미만의 소상공인들로 2250만 명에 달하는 쿠팡 프로젝트 커머스 부분 활성고객에 기반해 가파른 성장세를 이어가고 있다.

◇"1년간 무려 200만명이 우리 상품 구매했어요"..중소상공인 성장 견인

착한상점에 입점한 중소상공인들은 "별도의 마케팅 비용 없이 대형 인기 베스트셀러와 경쟁할 수 있으며, 다른 유통채널에서 노출 기회를 받지 못해 낮아진 인지도를 쿠팡으로 끌어올리면서 매출과 고용인력도 늘어났다"고 말한다. 쿠팡이 직접 상품을 직매입하는 로켓배송의 경우, 판매·배송·고객 민원 부담을 더는 것도 장점이다.

경기 김포의 주방용품 제조사 '키친블루밍'은 2023년 3월 입점했고, 지난해 매출이 전년 대비 700% 뛰었다고 말했다. 부식과 열에 강한 304 스테인리스 소재로 주방용품을 만들어온 여성기업으로, 2022년부터 온라인 시장에 뛰어들었지만 매출은 제자리걸음이었다. 신효정 키친블루밍 대표는 "입점 이후 고용 규모도 3배 늘었고, 공장 운영도 활발해졌다"며 "'여성 기업 제품 특별전'에 참여하면서 성장에 속도가 붙었고, 지금은 쿠팡이 전체 매출의 80%를 차지한다"고 했다.

국산 고춧가루 상품이 주력인 브랜드 '햇님마을'을 운영하는 '영양F&S'도 쿠팡 착한상점 입점을 계기로 지난해 매출이 전년대비 약 60% 성장했다. 고춧가루로 국립농산물품질관리원에서 전통식품인증을 받은 영양F&S는 지난해 6월~11월 동안 '전통식품품질인증제도 기획전'에 참여했다. 까다로운 심사를 거친 고품질 전통식품을 알리고 인증업체들의 판로 확대를 위해 기획된 행사였다.

이동환 영양F&S 대표는 "착한상점 입점 후 지난해 무려 200만명의 고객이 쿠팡에서 우리 상품을 구매했다"며 "지난해만 전체의 20%인 10억원의 매출을 쿠팡에서 냈는데 로켓배송 지역이 앞으로 더 넓어지면 고객이 더 크게 늘어날 것 같아 기쁘다"고 했다.

박대준 쿠팡 신사업부문 대표는 "전국 중소상공인과 함께 성장하기 위해 시작한 착한상점에 입점한 중소상공인들의 매출이 매년 가파른 성장세를 보이고 있다"며 "앞으로도 유관 기관 및 지자체와 적극 협업해 중소상공인들에게 새로운 성장 기회를 열어주기 위해 노력하겠다"고 말했다.

취재 문의 media@coupang.com