

## [보도자료] 쿠팡, 못난이 사과 200톤 매입해 지역농가 지원 소비 확대 위해 신규 상품 개발

2025. 6. 29.



- 못난이 사과+땅콩버터 세트 출시 농가 소득 보전 및 가치 소비 확산
- 상품성이 낮은 지역 농산물 전량 구매 지역 경제와의 상생도 함께

2025. 06. 29. 서울 - 쿠팡이 국내 주요 사과 산지에서 생산된 '못난이 사과' 약 200톤을 매입하고, 이를 활용한 신규 소비 상품 '사과 일병 구하기'를 출시한다.

'사과 일병 구하기'는 외형상 상품성이 낮아 일반 유통이 어려운 못난이 사과에 새로운 가치를 부여하고, 소비자에게는 건강하고 간편한 식품을 제공하기 위한 취지로 기획됐다. 쿠팡은 영주, 안동, 봉화, 예천 등 경북 지역에서 못난이 사과를 대량 매입했으며, 경북은 국내 사과 생산량의 60% 이상을 차지하는 핵심 산지다. 생산량이 많은 만큼, 못난이 사과도 다량 발생하는 지역이다.

못난이 사과는 생채기나 흠집 등 외관상의 이유로 상품성이 낮지만, 평균 11~13브릭스의 높은 당도와 아삭한 식감을 지닌 고품질 과일이다. 그럼에도 불구하고 제값을 받지 못해 폐기되거나 주스용으로 헐값에 판매되는 경우가 많아, 농가의 부담으로 이어져 왔다.

쿠팡은 이러한 문제를 해결하기 위해 못난이 사과 2.5kg과 무가당 천연 땅콩버터 160g을 세트로 구성한 '사과 일병 구하기'를 개발

했다. 땅콩버터는 아이들도 안전하게 사용할 수 있는 튜브형 포장으로 제작해 편의성과 위생을 모두 고려했다. 쿠팡은 튜브형 땅콩 버터를 제조할 수 있는 경쟁력 있는 소규모 업체를 직접 발굴해 협업했다.

해당 상품은 전국 쿠팡 와우회원 대상으로 로켓프레시를 통해 판매되며, 간편한 아침 식사나 건강 간식으로 활용할 수 있다. 사과와 땅콩버터의 조합은 미국과 유럽 등지에서 널리 즐겨 먹는 건강 간식으로, 해외에서도 과일과 견과류 버터를 결합한 다양한 아이디어 상품들이 인기를 끌고 있다. 쿠팡 로켓프레시는 이러한 글로벌 소비 트렌드에 착안해 상품 아이디어를 얻었으며, 제조업체와 공동 개발을 통해 ‘사과 일병 구하기’를 완성했다.



쿠팡은 향후 못난이 사과 매입을 늘려 헤이즐버터, 아몬드버터 등 견과류 버터와 사과를 조합한 상품을 추가 개발할 방침이다.

이번 프로젝트는 단순한 상품 개발을 넘어 △지역 농가 소득 증대 △농산물 폐기물 감축을 통해 지속 가능한 유통 생태계 구축에 기여할 것으로 기대된다. 통계청 농작물생산조사에 따르면, 매년 국내 농산물의 약 10~15%가 외형 불량 등의 이유로 폐기되며, 특히 사과의 경우 지역에 따라 폐기율이 최대 15%에 달한다. 경북 영주에서 40년째 사과 농사를 짓고 있는 김기진 농부는 “한 해 수확하는 사과 중 30~40%가 못난이 사과로 분류된다”며 “이번 상품 개발을 통해 못난이 사과가 상품으로서 가치를 되찾을 수 있었고, 쿠팡의 대량 직매입으로 농가 소득도 늘게 됐다”고 말했다.

쿠팡 로켓프레시 관계자는 “이번 프로젝트는 못난이 농산물 소비 확대를 위한 신규 상품 개발의 첫 사례”라며 “폐기 위기에 놓인 농산물에 새로운 유통 가치를 입히고, 농가와 소비자가 모두 만족하는 지속 가능한 모델을 만들어갈 것”이라고 밝혔다.

쿠팡은 앞으로도 다양한 지역 농산물에 대해 이와 같은 방식의 가치 소비형 제품 기획을 확대해, 생산자와 소비자 모두에게 이로운 유통 생태계를 구축해 나갈 계획이다.

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