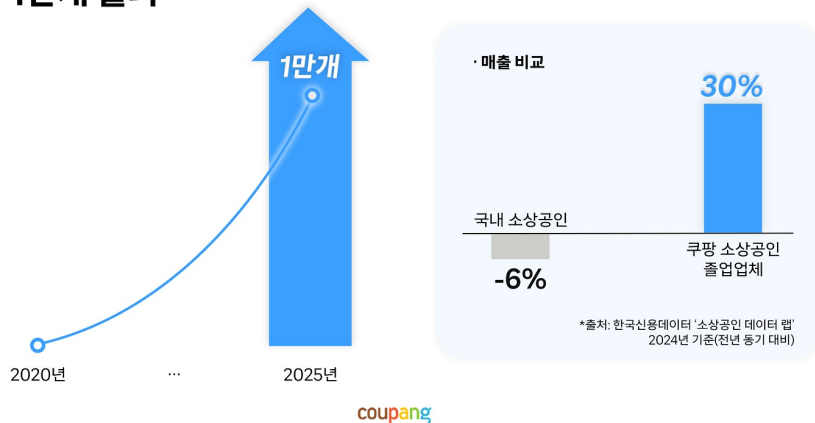


[보도자료] 쿠팡에서 소상공인을 졸업한 업체 1만개 돌파 “경기 침체 속 로켓성장 실현”

2025. 9. 7.

쿠팡 소상공인 졸업업체 1만개 돌파



- 경기침체 속 소상공인 성장 지원, 쿠팡 통해 안정적 매출 확대
- 국내 소상공인 6% 역성장할 때 쿠팡 소상공인 졸업생은 30% 전후 성장
- 2024년 71% 비서울 소상공인 졸업, 지역 경제 활성화 기여

2025. 09. 07. 서울 — 쿠팡에 입점한 이후 빠르게 성장해 소상공인에서 중소기업으로 발돋움한 중소 기업이 최근 5년간 1만개를 넘어섰다. 쿠팡에 입점할 때는 연 매출 30억원 이하의 소상공인이었지만, 전국 쿠팡권과 2390만명에 육박하는 활성고객을 보유한 쿠팡을 발판삼아 소상공인을 ‘졸업’해 성장에 날개를 단 중소기업들이 늘고 있다는 것이다. 최근 수년째 장기 저성장 기조로 내수부진과 경기침체의 직격탄을 맞은 국내 소상공인들의 수익성이 매년 감소하는 추세 속에 쿠팡이 소상공인들의 ‘지속가능한 성장’을 지원하는 핵심 유통채널로 자리매김했다는 평가다.

◇국내 소상공인 ‘역성장’ 할 때 쿠팡서 중소기업으로 ‘로켓성장’ ‘비서울’이 70%

쿠팡은 지난 2020년부터 지난해까지 누적 소상공인 졸업업체가 1만개를 넘어섰다고 7일 밝혔다. 1만개 중소기업체는 로켓배송과 로켓프레시와 로켓그로스, 마켓플레이스에 입점한 소상공인 가운데 한해 연 매출이 30억원을 돌파한 곳을 5년 누적으로 합한 숫자다. 2020년 소상공인 졸업업체는 1360여곳에서 2022년 1900여곳으로 늘었고, 2023년부터 매년 2000여개 이상 업체들이 연 매출 30억원을 달성했다. 연 매출 30억원을 넘은 소상공인들의 연간 거래액도 2022년 대비 지난해 65% 성장했다.

연 매출 30억원을 돌파해 중소기업으로 발돋움하는 사례가 늘어난다는 것은 갈수록 내수 침체가 가속화되고, 소상공인 성장세가 쏠리는 국내 현실과 대조적이다. 한국신용데이터 ‘소상공인 데이터 랩’에 따르면, 2024년 국내 소상공인의 분기별 합산 연 평균 매출은 1억7958만원으로 전년 대비 6% 감소했다. 국내 소상공인들의 성장률이 뒷걸음칠 때, 쿠팡과 손을 잡은 소상공인 2000여곳은 같은 기간 연 30% 수준의 거래액 성장세로 ‘연 매출 30억원’ 고지를 넘어섰다. 한국 경제 성장률이 2022년 2.7%에서 2023년 1.6%, 지난해는 2%를 기록하며 저성장이 가속화된 점을 감안하면 폭발적인 로켓성장을 구가한 것이다.

‘쿠팡 입점=소상공인 로켓성장’이라는 공식은 인구감소와 생산성 위기에 직면한 지역에서 더욱 빛을 발한다는 점에서 의미가 깊다. 연 매출 30억원을 뛰어넘은 업체 10곳 중 7곳 이상이 비서울 지역에 포진해 있었다. 거래액 기준으로 비서울 지역 업체 비중은

80%에 육박한다. 경상도·전라도·충청도·강원도 등 지역 업체들이 쿠팡을 통해 식품과 뷰티, 가전 생활용품 등 여러 분야에서 지역 특산품을 포함해 다양한 상품을 전국적으로 판매했다는 것이다.

◇ 매출 30억 돌파한 중소기업들 “역성장 걱정하다 로켓 성장했어요”

슈퍼너츠는 2023년 연매출 30억을 돌파하며 중소기업의 벽을 뛰어 넘었다. 브랜드 론칭 초기부터 쿠팡에 입점해 거래해온 슈퍼너츠는 전체 매출의 40~50%를 쿠팡에서 만들고 있다. 원한별 슈퍼너츠 대표는 “이후로도 계속 매출이 성장해 지난해에는 쿠팡에서만 약 66억 원의 매출을 기록했다”이라며, “100% 땅콩만을 사용한 피넛버터의 품질과 쿠팡의 노출도가 충성 고객을 쌓는 데 큰 역할을 했다”고 밝혔다. 특히, 철저한 원재료 품질 관리와 쿠팡의 물류 인프라를 통한 빠른 배송 서비스가 브랜드 가치를 높였으며, 초기 영세 사업자 시절 쿠팡의 다양한 광고 및 프로모션 프로그램이 성장의 발판이 됐다고 강조했다.

샤워기 헤드, 거실화 등 생활용품 브랜드 아리코를 운영하는 주식회사 아리코도 쿠팡 입점을 계기로 가파른 성장 궤도에 올랐다. 이재혁 아리코 전무는 “쿠팡의 물류 인프라를 통한 빠른 배송이 고객과의 심리적·물리적 거리를 좁혀 매출 성장을 이끌었다”며, “쿠팡의 높은 품질관리 기준 덕분에 고객이 ‘검증된 제품’으로 인식해 신뢰를 얻었다”고 설명했다. 그는 “쿠팡의 물류 지원과 데이터 기반 ‘비즈니스 인사이트’를 활용해 효율적인 물류 체계와 전략적 의사결정을 강화했으며, 이를 통해 경기침체 속에서도 연 매출 30억 원을 돌파하며 안정적인 성장을 이뤘다”고 덧붙였다. 앞으로는 자체 기획 상품 확대와 브랜드 정체성 강화를 통해 아리코만의 제품으로 더 큰 성장 모멘텀을 기대하고 있다.

쿠팡은 그동안 다양한 소상공인 지원 방침을 늘리며 이들의 빠른 성장을 독려해왔다. 전국 단위 물류 인프라 제공, AI 기반 상품 추천 시스템, 셀러 대상 프로모션 기획 지원 등이 그것이다.

대표적으로 2022년 8월 론칭한 착한상점은 전국 수만 중소상공인이 만든 제품들로 구성돼 있으며, 감·감·과메기 같은 지역 특산품부터 소규모 생산시설에서 만든 식품·공산품까지 총망라돼 있다. 쿠팡은 이들에게 홍보·마케팅 활동을 적극 지원해왔으며, 그 결과 착한상점 누적 매출은 2024년 말 기준 3조원을 돌파했다. 특히 2023년 말 1조원을 기록한 이후 단 1년 만에 2조원의 추가 매출을 달성하며 전년 대비 3배 넘는 성장을 이뤘다. 지리적 표시 등록 품목을 대상으로 한 특별 기획전, 지역 특산물 전용관 운영, 지역 중소기업 대상 입점 컨설팅 등 다양한 프로그램을 통해 지역 특화 상품의 매출을 끌어올리며 수도권 중심 경제 구조 속 지역 불균형 완화에 기여하고 있다.

서용구 숙명여대 경영학부 교수는 “최근 수년간 경기침체로 소비재 중소기업체들의 폐업이 잇따르는 어려움 속에서도 쿠팡을 통해 지속가능한 기업으로 성장하는 사례가 늘고 있는 것은 매우 고무적”이라며 “쿠팡을 통한 소상공인의 디지털 전환은 작은 업체들의 미래 성장 가능성에 중요한 동력이 되고 있다”고 말했다.

쿠팡 관계자는 “경기침체로 소상공인들의 매출이 감소하는 어려운 시기에도 쿠팡은 안정적 성장과 지역 경제 활성화를 지원하고 있다”며 “앞으로도 유관 기관 및 지자체와 협업을 확대해 소상공인들에게 새로운 기회를 제공할 것”이라고 밝혔다. 쿠팡은 소상공인들의 디지털 전환을 돕기 위해 마케팅·물류 지원을 지속적으로 강화할 계획이다.

취재 문의 media@coupang.com