

[보도자료] 지역 식품 중소기업들,쿠팡 통해 고속성장 “산지직송으로 매출 38배 뛰어”

2025. 10. 9.



모산에프에스 직원들 작업 모습

- 대기업 점유율 높은 식품시장에서 고속성장한 식품 중기들
- “산지직송·새벽배송으로 경쟁력 확보, 직거래로 유통비용 절감”
- 생산시설·고용 크게 증가하며 지역경제 대표기업으로

2025. 10. 09. 서울 - 대기업이 주류를 이루는 치열한 식품시장에서 쿠팡을 통해 물류 경쟁력을 갖춰 빠르게 성장하는 지역의 중소 식품 제조사들이 늘고 있다. 경기침체와 내수 부진 속에서도 각종 유통비용을 낮춘 빠른 산지직송과 새벽배송 시스템, 지역 쿠세권을 발판으로 차별화된 브랜드 경쟁력을 갖추는 ‘히든 챔피언’들이 성장하면서 지역 경제를 대표하는 중소기업으로 발돋움하고 있다.



모산에프에스 김진경 대표가 갓 담근 김치 상품을 들고 있는 모습

◇'갓 담근 김치' 산지직송으로 5년만에 매출 38배 ↑ "치열한 시장경쟁서 고속성장"

9일 쿠팡에 따르면, 김치·된장찌개·냉장햄 분야의 지역 우수 식품 중소제조사들이 치열한 경쟁상황에서도 최근 수년째 고속성장을 이어가고 있다. 이들 식품 카테고리는 일부 대기업들이 오랜 기간 시장점유율의 70% 이상을 선점하고 있다. 또 국내 음식료품 소매판매액의 지난해 성장률(전년 대비)은 2.2%, 올 2분기(전년 동기 대비)는 2.3% 그치는 등 지난 수년간 성장률이 저조했다. 하지만 쿠팡과 손을 잡은 이들 중소 식품업체들은 단기간에 몇 배 이상의 성장을 거두는 사례들이 나오고 있다.

경상남도 김해의 김치 제조사 '모산에프에스'가 대표적이다. 이 업체는 지난해 전체 매출 115억원 가운데 절반 수준인 60억원을 쿠팡에서 냈다고 밝혔다. 2019년 최초 입점 첫해 매출(1억6000만원) 대비 5년만에 38배 성장한 결과다. 올해는 전체 150억 매출을 예상한다. 모산에프에스는 쿠팡 입점 전 약 10년간 소상공인 기준인 연 매출 30억원 내외에 머물렀다. 2010년 초 밀반찬 가게에서 출발, 지역 초중고교 등에 납품을 해오다 쿠팡 입점 후 '소비자간 거래'(B2C) 업체로 전환, 중소기업으로 발을 내딛으며 연매출 100억을 첫 돌파했다.

모산에프에스 성장 비결은 쿠팡의 물류 인프라를 십분 활용한 '갓 담근 김치 산지직송'이었다. 대기업을 비롯한 경쟁업체들이 냉장속성김치에 주력할 때, 모산에프에스는 쿠팡과 손을 잡고 2022년부터 갓 담근 김치를 산지직송하는 '역발상'을 택했다. 업체는 배추절임·고춧가루·양념 등을 준비한 다음 당일 새벽과 오전에 거쳐 김치를 담근다. 항산화 효과가 뛰어난 지역 특산물인 장군차를 쓴다. 고객 주문에 맞춰 냉매제 포장·검수 절차를 거쳐 당일 오후 1~2시에 상품을 발송, 익일 새벽 7시까지 고객에 도착한다. 김진경 대표는 "겉절이·얼갈이 등 신선한 김치를 선호하는 고객이 늘어난데다 익힘 정도를 시간에 따라 스스로 조절할 수 있어 인기가 높다"며 "쿠팡이 산지직송이라는 큰 물길을 중소기업들에게 열었고, 대기업 비중이 높은 김치시장에서 중견기업의 꿈을 키우게 됐다"고 했다.

된장 카테고리에선 지리산 해발 600m에서 생산되는 전통 된장 상품이 인기다. '지리산 피아골' 된장은 지리산 특산물인 '고로쇠수액'을 물 대신 사용하고, 소금도 3년 이상 간수를 뺀 신안 천일염만 고집한다. 쿠팡 입점 첫해인 2021년 매출 5000만원에서 지난해 4억원으로 8배 뛰었고 올해엔 5억원을 전망한다. 전북 남원 시내에서도 차로 30분 떨어진 지리산 산기슭에서 제품을 만들지만, 쿠팡 물류센터가 호남권역 곳곳에 위치한만큼 빠른 새벽배송으로 지리산 된장이 전국으로 빠르게 배송된다. 김미선 대표는 "도서산간지역인만큼 과거엔 자사물의 자체 택배 물류비만 상품 가격의 20%나 차지해 유통비용이 컸다"며 "전통된장은 대기업 인기 제품을 따라잡기 어려운데 쿠팡이 배송·CS 등을 맡아주면서 연구개발(R&D) 여력이 높아졌고 최근 주먹밥·볶음밥 등 신제품을 개발중"이라고 했다.



지리산 피아골 김미선 대표와 직원

◇생산시설 2배 키우고 지역 농산물 대규모 매입..지역경제 이끄는 대표 중기로

중소업체들은 쿠팡의 장점으로 “도매·중도매 등의 복잡한 유통구조나 수수료 부담 없는 직거래로 인한 유통비용 절감, 상품 품질을 유지할 수 있는 빠른 배송, 업체가 제품 개발·생산에만 집중할 수 있는 비즈니스 구조”를 손에 꼽는다. 인천의 수제햄 제조업체 ‘소금집’은 지난해 쿠팡에서 13억원의 매출을 냈는데, 올해 1~8월 매출만 20억을 넘었다. 전체 회사 매출의 40%가 쿠팡에서 나온다. 전통 유럽 방식의 가공법으로 원육의 특징을 살린 잠봉·파스트라미 등을 제조한다. 소금집 이시형 이사는 “핵심 경쟁력인 쿠팡의 콜드체인 새벽배송 시스템을 통해 대기업 주도의 냉장함 시장에서 틈새시장을 쿠팡과 공략하고 있다”고 했다.



지리산 피아골 김미선 대표

중소 업체들의 성장은 고용과 생산시설 증대, 지역 경제 활성화의 선순환 효과로 이어지고 있다. 모산에프에스의 직원 수는 최근 3년간 40여명(전체 100여명) 늘었고, 생산시설은 3000평에서 5000평으로 증축했다. 김해, 해남 등 지역 농가 50곳의 배추·무 등 농산물을 매일 평균 30톤씩, 연간 1만톤 이상 매수하며 지역 경제를 이끌고 있다. 지리산 피아골은 쿠팡 판매 증가로 지난해 전체 매출 25억원을 냈고, 조만간 ‘소상공인 졸업’(연매출 30억 이상)을 내다보고 있다. 쿠팡에서 입소문이 퍼지면서 미국·유럽·호주 수출길이 열렸고 생산시설을 200평에서 400평으로 키웠다.

쿠팡에서 지난 5년간(2020년~2024년) 소상공인을 졸업한 업체가 1만곳을 돌파한 바 있다. 쿠팡 관계자는 “우수한 지역 중소상공인 상품을 적극 발굴해 이들의 판로를 확대하고, 대기업과 경쟁 속에서 유의미한 성장을 이룩할 수 있도록 지원을 아끼지 않을 것”이라며 “더 많은 소상공인들이 중소기업으로 발돋움할 수 있도록 노력을 기울이겠다”고 했다.

취재 문의 media@coupang.com