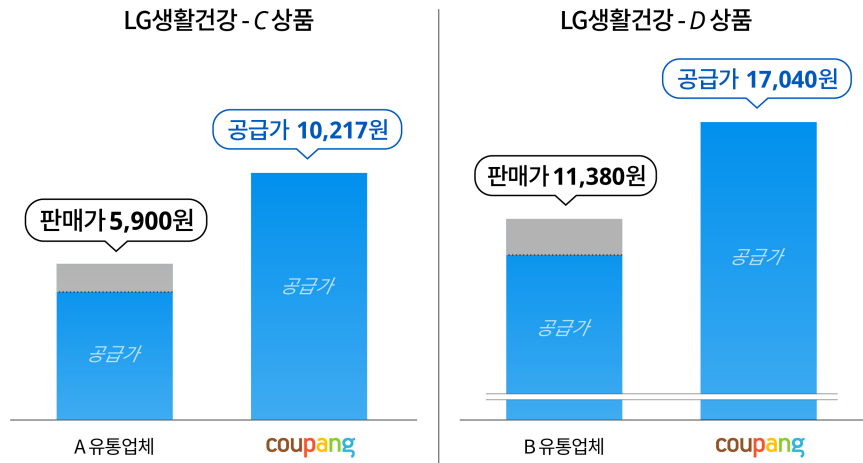


공정위 제재와 관련해 말씀드립니다

2021. 8. 19.

쿠팡은 소비자 편익을 최우선으로 모든 파트너 기업과 함께 성장하는 것을 목표로 해왔습니다. 그간 일부 대기업 제조사와 대형 유통 업체들이 시장 지배적인 위치를 활용해 과도한 이익을 추구해온 반면 쿠팡은 IT를 기반으로 온라인 직매입 방식을 도입한 혁신 기업으로, 소상공인들의 판로를 개척하는 한편 고객들에게도 공정한 가격을 제시해 왔습니다.

이번 사건은 재벌 대기업 제조업체가 쿠팡과 같은 신유통 채널을 견제하기 위해 공급가격을 차별한 것이 본질입니다. 실제 국내 1위 생활용품 기업인 LG생활건강은 독점적 공급자 지위를 이용해 주요 상품을 쿠팡에게 타 유통 업체 판매 가격보다도 높은 가격으로 오랜 기간 공급을 해왔고 이에 대해 공급가 인하를 요청한 것이 사건의 발단이었습니다.



※ A, B 유통업체 판매가는 공급가·유통비·마진 등을 포함

이 사건이 발단된 2017년~2018년 당시 쿠팡은 G마켓과 11번가에 이은 온라인 시장 3위 사업자였으며, 전체 소매시장 점유율은 약 2% 정도에 불과했습니다. 반면 2017년 LG생활건강은 사상 최대 실적을 달성하며 생활용품과 뷰티 시장 점유율 1위를 달성했으며, 2018년 사상 처음으로 영업이익이 1조 원을 돌파한 이후 현재까지 압도적 1위를 유지해 오고 있습니다.

대기업 제조업체들은 신유통 시장이 등장할 때마다 기득권을 지키기 위해 견제와 갈등을 반복해 왔습니다. 90년대 중반 대형할인점 출범 때에도 일부 대기업 제조업체는 제품 공급을 중단하거나 판매가를 일정 수준으로 유지하라고 압박을 가해 공정위로부터 제재를 받은 사례도 있습니다.

쿠팡은 이렇게 재벌과 대기업이 지배해왔던 유통 시장에서 소비자들이 보다 빠르고 저렴하게 상품을 구입할 수 있도록 혁신을 시도했습니다. 동시에 중소기업에 진입장벽을 낮춰 동반 성장을 추구하는 등 유통 혁신을 거듭해 왔습니다. 2021년 2분기 기준 쿠팡과 거래하는 업체의 80%는 소상공인이며, 입점한 소상공인의 매출은 전년대비 87% 증가했습니다.

이러한 독과점 제조업체의 가격 차별 행위가 사건의 본질이었음에도 쿠팡이 오히려 제재를 받은 점은 아쉽습니다. 일부 절차상의 문제에 대해서는 이미 시정 조치를 완료하였습니다. 소명되지 못한 부분은 의결서를 수령한 뒤 행정소송을 통해 법원의 판단을 받아보고자 합니다.

사실 여부를 떠나 이번 일로 고객과 국민들에게 심려를 끼쳐드려 송구스럽게 생각하며, 앞으로 고객 만족과 중소기업 성장을 위해 지속적으로 노력해 나가겠습니다.

취재 문의 media@coupang.com