

2020 쿠팡
소상공인 리포트

coupang

쿠팡과 함께 역경을 이겨내고 있는
작지만 강한 기업들



쿠팡이 소상공인의 버팀목이 되겠습니다

올해 1월, 코로나라는 이름을 들어본 적도 없는 바이러스가 우리 앞에 처음 나타났을 때만 해도 이렇게까지 우리가 살아온 방식이 송두리째 바뀔 것이라고는 상상도 못했습니다. 이러한 환경 속에서 고객들은 언택트 시대에 걸맞는 새로운 요구들을 하게 되었고, 쿠팡 역시 고객에게 최고의 만족을 드리기 위해 끊임없이 고민하고 있습니다. 이러한 고민들 끝에 내린 쿠팡의 답은 역시 소상공인입니다. 보다 다양하고 신선한 상품을 고객이 원하는 시간과 장소에 정확히 전달하는 것은 전국 곳곳 고객 바로 옆에서 지역 특유의 다양한 품목을 제공하는 소상공인을 통하지 않고는 해결할 수 없는 문제이기 때문입니다.

즉, 쿠팡은 소상공인을 통해 고객에게 최고의 만족을 전달하고 소상공인은 쿠팡을 통해 어떠한 어려움 속에서도 건실하게 성장한다는 것이 바로 쿠팡의 신념입니다. 소상공인이 쿠팡의 어깨를 딛고 올라서야만 소상공인과 쿠팡이 함께 성장하고 고객이 행복해진다는 것이 쿠팡의 철학입니다. 또한, 우리는 이 순간에도 끊임없이 혁신하고 있는 로켓 배송을 통해 소상공인과 함께 하고자 합니다. 어떠한 상황에서도 안정적인 수익을 올릴 수 있도록 소상공인의 물건을 확보하고, 편리한 공급관리 시스템으로 소상공인들이 보다 효율적으로 일할 수 있도록 지원하며 고객과 끊임없이 소통할 수 있도록 적절한 방법들을 제공해 왔습니다. 우리의 이러한 선택이 잘못되지 않았다는 것을 이번 리포트를 위해 행했던 다양한 분석들을 통해 확인할 수 있었습니다.

쿠팡은 한국벤처창업학회와 함께 지난 8월 초부터 한 달간 데이터를 조사, 분석하고 파트너사 대표 인터뷰를 진행했습니다. 그 결과, 코로나 시대라는 전대미문의 환경 속에서도 로켓배송이 소상공인이 성장할 수 있는 원동력이 되었고, 앞으로도 쿠팡과 소상공인이 상생할 수 있는 가장 강력한 도구라는 점까지 확신할 수 있었습니다. 앞으로도 쿠팡은 소상공인이 꿈과 희망을 키울 수 있는 환경을 제공할 수 있도록 노력할 것입니다. 쿠팡과 함께하는 작지만 강한 기업들의 힘찬 미래를 응원합니다.



대기업 중소기업 소상공인

쿠팡 소상공인이란?

쿠팡 파트너사 중 '연매출 30억 이하'의 규모는 작지만 강한 기업을 의미합니다.

*쿠팡 파트너사 : 쿠팡 로켓배송 거래 파트너사 + 쿠팡 마켓플레이스 입점 파트너사



판매/검색/결제 시스템

3억 중 이상의 상품을 검색 / 추천하며 원터치로 결제하는 기술력



상품보관 및 재고관리

전국을 커버하는 축구장 277개 규모의 물류인프라



상품포장 및 배송

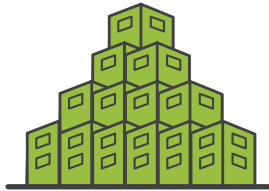
소상공인 제품을 대신 전달하는 '로켓배송'



CS

소상공인 대신 쿠팡이 직접 고객문의 응대

소상공인은 쿠팡과 함께 달립니다



53,305
(2020년 2분기 기준)

더많은 소상공인이 쿠팡과 함께 하고 있습니다.
취급품목은 1억5천만개입니다. 쿠팡에서 팔리는 제품의 둘 중 하나는 소상공인 품목.

소상공인들의 총매출은 4조에 달합니다. 전년대비 매출액 47.9%성장.
특히 지방에 소재한 소상공인의 매출비중이 79.2%.



쿠팡에 입점한 소상공인은 7만7천명의 고용을 창출했습니다.
2019년에 새롭게 창출된 일자리만 2만6천개로 추산됩니다.

쿠팡의 고용은 2020년 6월말 37,584명으로 삼성전자, 현대자동차,
LG전자 다음으로 많습니다. 상반기에 증가된 고용만 12,277명입니다.



소상공인은 쿠팡과 함께 역경을 이기고 있습니다.
코로나 속에서 쿠팡은 소상공인의 성장판, 버팀목, 동반자가 되고 있습니다.

전문가 REVIEW



서울대학교 경영대학 유병준 교수

소비자들은 비대면 시대 변화에 빠르게 적응하고 있습니다. 사회적 거리두기와 함께 집에 머무는 시간이 길어지면서 새로운 라이프 스타일이 나타나고 있습니다. 온라인 전자상거래 채널 비중이 빠르게 올라가고 있습니다. '비대면화 및 온라인화로 인한 긍정적 효과와 부정적 효과 등을 함께 고려할 경우, 디지털 시대로의 전환이 종합적으로 우리 사회에 어떤 영향을 미칠 것이라고 생각하는가' 라는 질문에 80%나 "우리 사회에 긍정적 영향을 미친다" 라고 답할 정도로* 소비자들은 이번 위기를 디지털 시대로의 전환 기회로 삼겠다는 인식이 높습니다.

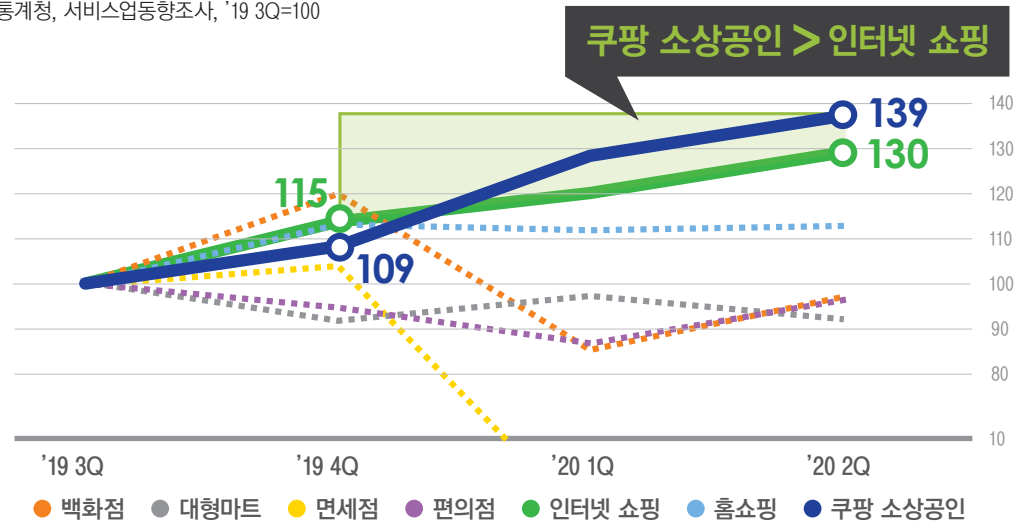
*한국리서치, 2020. 6. 3. '포스트코로나 - 코로나19와 비대면, 디지털사회 전환' 여론조사

코로나 사태 중에도 쿠팡과 함께한 소상공인의 매출 성장률은 굳건합니다

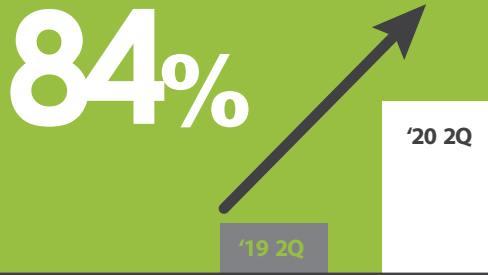
2020년 초 코로나 위기가 발생해 실물경제가 타격을 입기 시작한 이래 백화점, 대형마트, 면세점, 편의점, 홈쇼핑 영역에서 매출이 감소 및 유지현상을 보인 반면, 인터넷 쇼핑부문은 언택트산업의 성장에 힘입어 약 15%에 달하는 매출성장을 기록했습니다. 국내 최대 이커머스 기업인 쿠팡과 함께한 소상공인은 코로나 직전인 '19 4Q 대비 '20 2Q에는 27%의 매출성장을 보이며 전체 인터넷 쇼핑 부문 평균치의 약 2배에 가까운 수치를 보이며 위기 속 성장의 아이콘이 되었습니다.

소매업태별 판매액지수 ('19 3Q ~ '20 2Q)

통계청, 서비스업동향조사, '19 3Q=100



소상공인들은
쿠팡 로켓배송을 통해
로켓성장하고 있습니다



로켓 배송을 이용한 소상공인 기업 당 매출액

코로나 사태 이후 전국의 수 많은 소상공인이 영업에 큰 타격을 입었지만, 로켓배송을 통해 기업 당 매출이 늘어나서 위기를 버텼습니다.



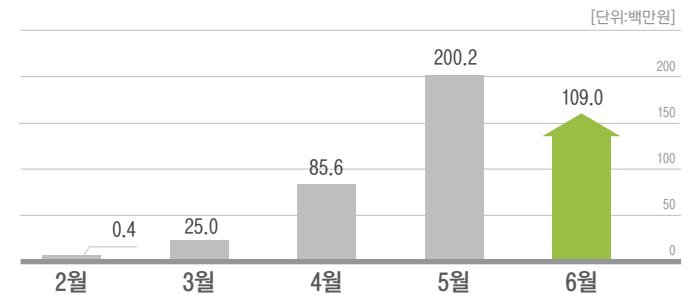
농업회사법인 지우

이재규 대표 / 파프리카 / 전라북도 익산시

“코로나 시기에 쿠팡 입점은 신의 한수”

코로나19 사태 이후에는 학교급식 납품 중단 등으로 여러 납품처가 문을 닫으면서 곤란한 상황에 처했지만, 다행히 쿠팡 로켓프레시로 기사회생 할 수 있었습니다. 사람들로 붐비는 대형마켓으로 외출을 꺼리는 고객 분들께서 로켓프레시를 통해 저희의 신선한 제품을 만나 보실 수 있게 되면서 저희 회사는 코로나 시대에 더욱 유력한 새로운 매출원을 확보하게 된 것이지요. 최첨단 자동화시설에서 수경재배를 통해 생산되는 저희 제품의 품질은 최고라고 생각하지만 인지도가 지역사회에 머물렀던 점이 아쉬웠어요. 지금은 쿠팡의 엄격한 검품과정을 통과한 후에 쿠팡의 전국유통망을 등에 업고 대기업 제품과 동등한 기회에서 경쟁할 수 있게 됐어요. 기존고객 분들의 긍정적인 리뷰가 쌓이고 검색노출이 잘 되기 시작하면서 많은 분들께서 저희 제품을 더 많이 찾아주시기 시작했어요.

2월 거래시작,
코로나19사태 이후
누계 4.2억 납품



전문가 REVIEW



가천대학교 경영대학 전성민 교수

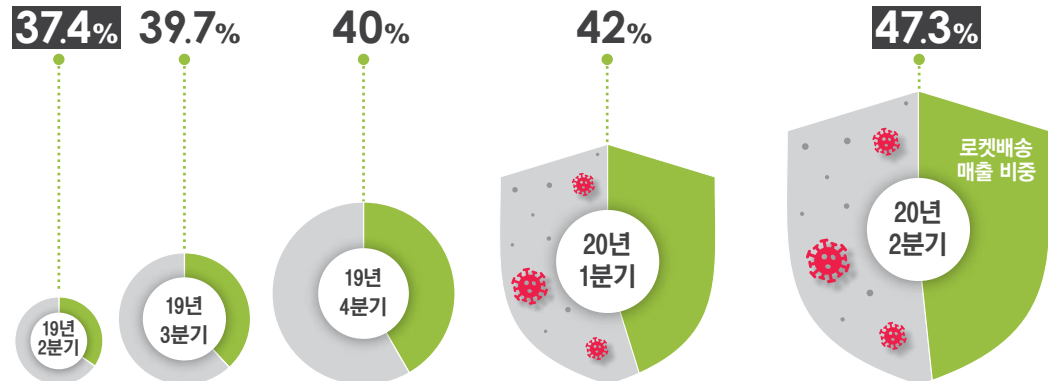
쿠팡이 코로나 상황에서도 로켓배송으로 소상공인들의 확실한 매출처 역할을 하며 소상공인들의 사업 위험을 부담한 결과, 소상공인들은 코로나 위기 속에서 더 빠르고 안정적인 성장을 할 수 있었습니다. 또한 로켓배송을 통해 배송 시간이 짧아지고 비용이 줄어들면서 신선식품이나 저가 상품 판매와 같이 소상공인들이 새로운 사업 기회를 갖게 되었습니다. 전국민의 70% 이상이 로켓배송센터에서 10분 거리 내로 들어올 수 있도록 확장한 쿠팡의 배송시스템은 비대면 시대에 소상공인을 위한 새로운 사업모델이 출현할 수 있는 인프라가 될 것이라 기대합니다.

쿠팡의 로켓 배송은 코로나 시대에 소상공인들의 든든한 방패입니다

로켓배송은 24시 이전에 주문 하면 그 다음날 배송해주는 시스템입니다. 이것이 가능한 이유는 쿠팡이 미리 물건을 대량으로 구매, 종류 별로 나눠 전국의 물류센터에 보관하고 있다가 주문이 들어오면 바로 포장하고, 출고시켜 각 지역 캠프로 보낸 후 곧바로 쿠팡친구들이 배송하기 때문입니다. 코로나19 사태와 같이 예측이 힘든 상황에서 소상공인 제품을 미리 구매하여 판매를 보장해 주는 로켓배송은 소상공인에게 든든한 보험 역할을 합니다. 국내 도소매업 소상공인 연 매출은 평균 3.38억 원*인데 로켓배송을 하는 쿠팡의 소상공인들은 이보다 20% 이상의 성과를 거두었습니다.

*통계청, 2018년 기준 소상공인 실태조사, 2019.12.27

분기별 소상공인 로켓배송 매출 비중



쿠팡은 소상공인의 동반자

푸드서플라이 (양트레)

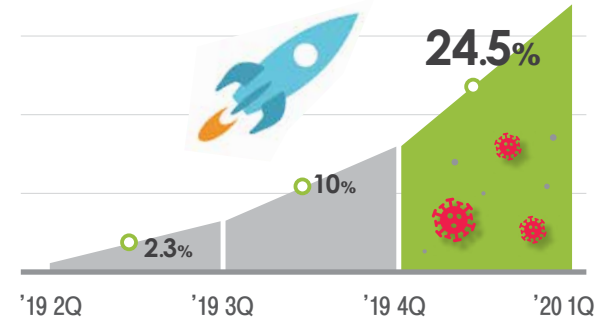
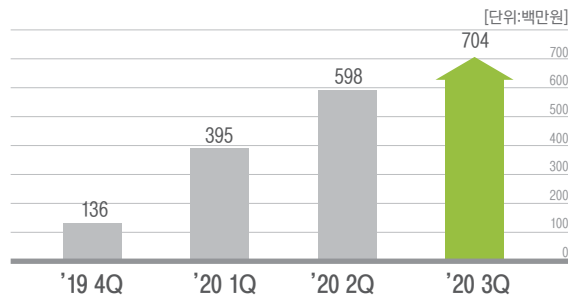


구성민 대표 / 종합식품 제조 / 경기도 광주시

“코로나로 고립된 소비자들께, 밀키트가 로켓으로 달려갔다”

코로나 시기에 국민들이 외출을 하지 않고도 가정에서 안전하게 생필품을 받을 수 있도록 배송서비스를 제공하여 쿠팡은 사랑을 받았습니다. 로켓배송센터에서 10분 거리 내 거주하는 로켓배송 생활권 소비자가 3,400만 명에 달한다는 점은 밀키트 사업을 하는 우리 푸드서플라이의 비즈니스 전략에서 가장 주요하게 활용하는 포인트입니다. 특히 코로나 사태로 대구경북 등 고립된 지역이 발생했을 때, 그곳의 주민들에게 우리 양트레 밀키트가 차질없이 로켓배송되는 장면을 보고, 저는 밀키트 사업을 하는 큰 보람을 느낄 수 있었습니다. 쿠팡이 1일 동안 문을 닫으면 100만 가구가 식품과 생필품을 구하기 위해 외출을 해야 한다고 들었습니다. 언제든 어디서든 그리고 누구에게나 닿칠 수 있는 위기 상황에서 라이프라인 역할을 하는 쿠팡의 노력에 푸드서플라이도 동참하고 있다는 점에 가슴 뿌듯합니다.

푸드서플라이
로켓배송 매출



소상공인들의 로켓매출 상승율은
코로나 시기에 더 높았습니다.



로켓으로 팔리고 있는
제품 2개 중 1개
595만개 중 325만개,
약 55%는 소상공인 제품임

전문가 REVIEW



한양대학교 경영대학 강형구 교수

소상공인에게 어려운 때 거래를 유지해주는 파트너가 무척 중요합니다. 쿠팡은 코로나 기간에도 소상공인과 **일정한 거래비율을 유지합니다** 따라서 신종 코로나 바이러스 감염증 사태가 길어지면서 소상공인 업체들의 매출이 급감하고 있는 상황에서 쿠팡의 로켓배송이 소상공인의 든든한 안전망 역할을 수행하고 있는 셈입니다. 이는 어려울 때일수록 쿠팡의 '사회통합기능' 이 발휘되고 로켓배송 성장의 혜택이 골고루 재분배 된다고 평가할 수 있습니다.

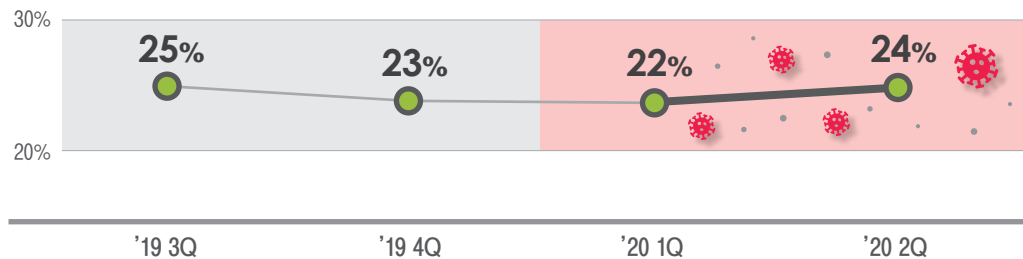
로켓배송은 어려운 상황 속에서 소상공인의 믿을 수 있는 동반자 역할을 합니다

과거 외환위기나 금융위기보다 훨씬 피해가 큰 코로나19 위기 상황 속에서도 쿠팡 로켓배송을 발판으로 수 많은 소상공인이 꾸준히 생겨나고 성장하며 대기업과 어깨를 나란히 하고 있습니다. 로켓배송 서비스를 이용하는 소상공인의 매출 비중은 비소상공인 매출의 20% 이상을 꾸준히 유지하며 함께 성장하고 있습니다. (우리나라 전체 기업 중 소기업 매출은 약 15% 차지*)

*통계청, 2018 영리법인 기업체 행정통계, 2019.12.10

3월 매출 기준, 전년 대비 매출 감소 50% 이상 기업비율 : 83%
코로나 사태 6개월 이상 유지될 경우, 폐업을 고려 중인 소상공인 업체 비율 : 73%
(소상공인연합회, 2020) **그러나 쿠팡에서는 ...**

소상공인 vs. 비소상공인 로켓배송 매출 비중



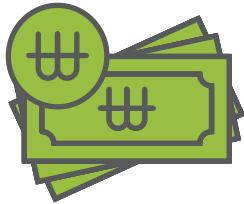
지역발전에 기여하는 쿠팡 소상공인

쿠팡 소상공인의 지방소재비율은

69.2%



지방소상공인의 매출비중은



79.2%

(전년 동기 대비 3.3%p 증가)

전년 대비 쿠팡 지방소상공인 상승 매출액

약 1.11조원 기준, 지방에 2만명 이상

신규 일자리 창출

2만명

- 2020년 국가직 공무원 공채 선발인원 6,110명 (인사혁신처, 2019)
- 2018년 대구광역시 총 시장상인 수 21,432명 (통계청, 2020)

한국은행 산업연관표의 '도소매 취업유발계수(18.9명/10억원)'로 추정

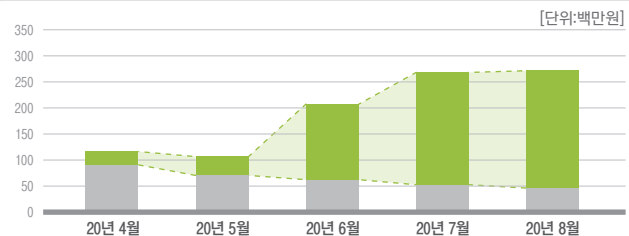
이형



길준모 대표 / 패션의류 / 부산시 강서구

“부산에서라도, 로켓제휴라면 전국판매 가능”

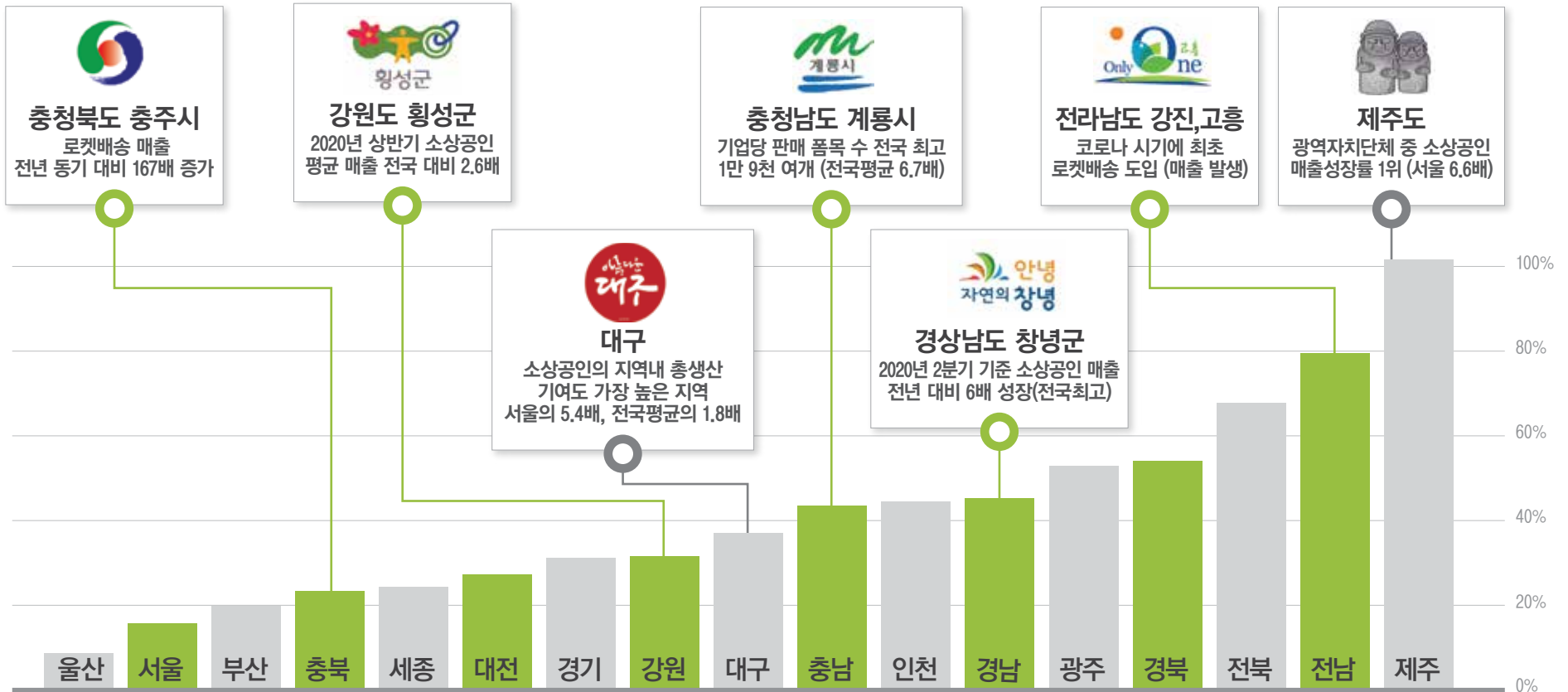
오프라인 매장을 운영하는 아내가 비싼 임대료와 인건비, 재고문제 등으로 힘들어하는 모습을 보고 해결책을 모색하던 중 오픈마켓을 고민하게 되었고, 2018년 쿠팡에 처음 입점하게 되었어요. 쿠팡에서는 별도의 비용없이 키워드 설정만으로 이형의 상품이 패션 카테고리 상위에 노출될 수 있어 정말 공평한 쇼핑 플랫폼이라고 생각해요. 키워드 뿐만 아니라 패션 기획전에서 좋은 성과를 내면서 쿠팡을 좀 더 믿게 되었어요. 또한 쿠팡에서는 패션분야 판매자에게 극심한 비수기인 2월에도 매출이 꾸준히 발생하고 있어서 타격이 덜합니다. 특히 2020년 4월 새롭게 시작한 로켓제휴는 판매자가 가격과 재고량을 스스로 설정하면서도 입고 이후에는 보관, 판매, 배송, CS 응대까지 모든 과정을 쿠팡이 대신해 주고 있어 사업에 단순한 프로세스를 정립하는 데 큰 도움이 됐습니다. 서울이 아닌 부산에서 패션사업을 한다는 불리함이 느껴지지 않습니다.



로켓제휴 도입 후 판매액

■ 오픈마켓
■ 로켓제휴

쿠팡 소상공인들의 성장은 지역균형발전의 밑거름이 됩니다



충청북도 충주시
로켓배송 매출
전년 동기 대비 167배 증가

강원도 횡성군
2020년 상반기 소상공인
평균 매출 전국 대비 2.6배

충청남도 계룡시
기업당 판매 품목 수 전국 최고
1만 9천 여개 (전국평균 6.7개)

전라남도 강진,고흥
코로나 시기에 최초
로켓배송 도입 (매출 발생)

제주도
광역자치단체 중 소상공인
매출성장률 1위 (서울 6.6배)

대구
소상공인의 지역내 총생산
기여도 가장 높은 지역
서울의 5.4배, 전국평균의 1.8배

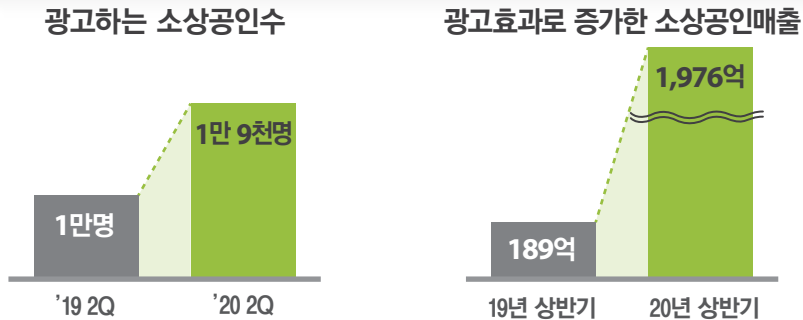
경상남도 창녕군
2020년 2분기 기준 소상공인 매출
전년 대비 6배 성장(전국최고)

[전년대비 지역별 소상공인 매출 성장률]

쿠팡 상품광고 서비스로 소상공인 매출이 증가합니다

2020년 상반기 쿠팡상품광고 서비스로 증가한 소상공인 매출액 : **1,976억원**

상대적으로 인지도가 부족한 소상공인도 원하는 예산으로 한국 최대 이커머스 기업인 쿠팡 고객들에게 자신의 상품을 노출할 수 있습니다. 유연한 예산 설정(최소 1만 원부터)과 상품 노출 후 실제 클릭했을 때만 과금이 발생하는 합리적인 시스템은 소상공인이 더 빠르게 성장할 수 있는 지름길입니다.



구글 검색 광고 경제효과*와의 비교

구글이 발표한 구글 검색 광고 경제적 효과 추정 방법론은 버클리 대학 Varian 교수의 연구결과**를 기초로 AdWords 광고 \$1 지출로 평균 \$2 매출 증대를 가정하고 있습니다. 한편 검색광고 1 클릭 당 평균 5 클릭 발생*** 되는 연구를 근거로 AdWords 광고 \$1 지출로 \$8 매출이 발생하는 것으로 추정하고 있습니다.

$$\text{매출증가} = 2 * (\text{광고지출액}) + 0.7 * 5 * 2 * (\text{광고지출액}) - (\text{광고지출액}) = 8 * (\text{광고지출액})$$

직접적 매출 증가가 광고 지출액의 2배이고, 간접적으로 클릭이 5번 증가하나 그 중 70%가 매출로 연결되는 것으로 추정됩니다.

* Google Economic Impact Report 2019

** Varian, H. R. (2009). Online ad auctions. American Economic Review, 99(2), 430-34.

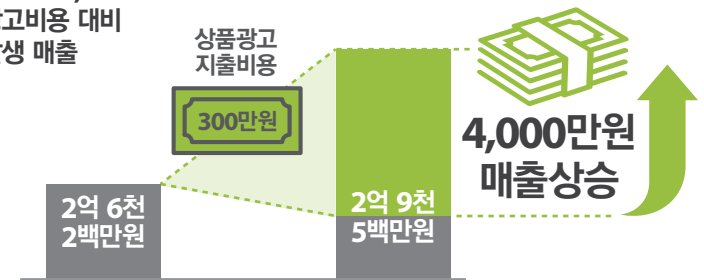
*** Jansen, B. J., & Spink, A. (2009). Investigating customer click through behaviour with integrated sponsored and non-sponsored results. International Journal of Internet marketing and advertising, 5(1), 74.



“기술 기반 회사라서 더욱, 쿠팡광고 시스템을 믿어요”

㈜스코코는 국가 공인 연구시설에서 개발한 기술력을 바탕으로 보호필름을 제조 및 판매하는 전문업체입니다. 국내 최고 수준의 품질을 자랑하는 보호필름을 판매하고 있습니다. 쿠팡의 광고시스템은 최소한의 비용으로도 매우 효율적으로 저희 브랜드를 대중들에게 소개시켜준다는 점이 큰 매력 포인트라고 생각합니다. 가격경쟁력과 제품력을 통해서 자연스럽게 노출의 기회가 높아지는 구조를 취하고 있어서 사업초기에 인지도가 낮은 상황 속에서도 많은 고객분들께서 저희 제품을 찾아주셨습니다.

* ROAS=1,333%
광고비용 대비
발생 매출



제이제이나인

서가에 대표 / 여성모자, 악세서리 / 경기도 고양시

“쿠팡에서 한 우물 팠더니 매출도 늘고 물류창고도 생겼어요”

제일 먼저 쿠팡은 온라인 창업을 하려는 사람들이 필수적으로 거쳐야만 하는 최고의 온라인 시장이라는 것부터 말씀드리고 싶네요. 입점부터 판매까지 정말 쉽거든요. 매출 기회가 높은 상품을 알려주는 등 똑똑한 기능 덕분에 판매 흐름을 빠르게 캐치할 수도 있어요. 자체적으로 기획전도 열어 노출 빈도도 높일 수 있어 그야말로 초기에 큰 비용 투자 없이도 매출을 올리기 쉬운 오픈마켓이에요. 특히 제이제이나인은 쿠팡의 빅데이터 기반 코칭 서비스의 덕을 많이 본 편이에요. 아무래도 저희 제품을 구매하는 고객층은 한정되어 있잖아요. 그래서, 우리 같은 사람은 고객에 대해 더욱 자세히 알아야만 하는데, 쿠팡은 어떤 고객이 무엇을 사는지 부터 고객별 유입현황, 사이트 내 행동분석까지 고객에 대한 모든 것을 제공해 줍니다. 그것만이 아니라 우리가 파는 상품에 대해서는 판매상품별 현황 분석, 품목별 판매 예상 정보, 납품을 등까지 실시간으로 알려 줍니다. 그러니까 우리 같은 소상공인은 그냥 알려주는 대로 잘 활용하기만 하면 되더라고요. 이렇게 쿠팡에 모든 것을 맡길 수 있게 되면서 우리는 상품과 평판관리에 더욱 신경을 많이 쓸 수 있게 되었어요. 요새 유행하는 말로 빅데이터 분석 덕을 톡톡히 보고 있는 것이지요. 지금은 저만의 브랜드를 키우는 재미가 쏠쏠해요. 쿠팡에서 계속 사업을 확장하고 언젠가는 중국, 미국 이커머스에 도전 하는게 저의 목표예요. 그러면 “여성 소상공인” 이 아닌, “잘 나가는 기업인” 으로 불러주겠지요?



쿠팡 '판매자 아카데미' 인기 강좌 순위

(2020년 8월 유튜브, 카카오톡, 웹사이트 집계 기준, 월간 누적 수강 10만명)

- 1위 | 너무 쉬운 상품 등록하기
- 2위 | 월 매출 4만원이 4천만원으로! 경단녀에서 성공한 사장님이 된 사연
- 3위 | 쿠팡에서 팔리는 가격은 얼마일까요?
- 4위 | 쿠팡은 아이템마켓! 아이템위너가 되는 방법



사단 법인 한국벤처창업학회

The Korean Society of Business Venturing and Entrepreneurship

쿠팡과 함께 ‘2020년 쿠팡 소상공인 리포트’를 준비하면서, 한국벤처창업학회는 소상공인들이 쿠팡을 통해 지속적으로 성장 중이며, 특히 코로나 바이러스 위기 속에서 로켓배송의 비중을 높여가며 매출이 증가하고 있다는 점을 확인했습니다. 또한 쿠팡에서는 소상공인들이 일정한 매출비율을 유지하면서 대기업과 어깨를 나란히 하며 성장 중이며, 그 매출성장도 서울이 아닌 지방에서 주로 이뤄지고 있다는 점에서 로켓배송 성장의 혜택이 사회에 재분배되고 있다고 평가할 수 있었습니다.

한국판 뉴딜에서는 비대면 산업을 통한 새로운 고용의 창출이라는 가치가 바로 디지털 기업이 창출해야 할 사회적 몫이라는 점이 부각되고 있습니다. 쿠팡은 6월말 현재 37,584 명을 고용하고 있어 이미 삼성전자, 현대자동차, LG전자에 이어 대한민국에서 네 번째로 많은 직원을 고용하고 있으며, 특히 올해 상반기 고용 증가가 12,277명에 달하여 코로나로 인해 축소된 대기업 고용 규모만큼을 흡수하고 있습니다. 기업이 사회적 가치를 추구함으로써 사회공헌을 하듯이 고객은 사회공헌도 높은 기업의 서비스를 이용함으로써 사회적 가치를 추구합니다. 이처럼 팬데믹 시대의 고용과 사회통합이라는 측면에서, 쿠팡은 사회적 가치까지 구현하는 회사라고 하겠습니다.

앞으로 쿠팡을 통해서 소상공인들이 고객만족에 최적화된 판매 환경에서 성장하면서 고용을 창출하여 우리 사회에 기여하는 선순환을 이루어내기를 기대합니다. 보다 많은 소상공인들이 쿠팡이라는 창업 플랫폼에서 새로운 사업모델을 발굴, 창업하고 성장하기를 바랍니다.