

신선식품 넘어 일상용품도 신속배송... 쿠팡커머스 매출 급증

유통 캐시카우 '쿠팡커머스'

GS리테일 이달 매출 49% 늘어나 식용유 452%, 소용량채소 347% 등

홈플러스 상반기 매출 56% 올라 과일 78%, 축산 63% 등 급상승

유통업계의 고객 서비스 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 신선 식품 위주였던 신속 배송 상품이 일상 용품으로 확대되면서 '쿠팡커머스 서비스'가 유통업계의 캐시카우가 되고 있기 때문이다.

14일 유통업계에 따르면 GS리테일은 이달 1일부터 5일까지 '우리동네GS' 앱 등을 통한 쿠팡커머스 매출이 지난 6월 같은 기간 대비 평균 49.4% 늘었다고 밝혔다. 그중에서도 편의점 GS25의 매출은 43.8%, 슈퍼마켓 GS더프레시의 매출은 54.1% 증가했다.

GS리테일은 2018년부터 편의점 쿠팡커머스 서비스를 선보였다. 현재까지 GS리테일은 전용 앱 우리동네GS 및 요기요, 네이버, 배달의민족 등과 전국 1만8000여 GS25, GS더프레시 매장을 연계한 쿠팡커머스 서비스를 제공하고 있다.

쿠팡커머스 매출 상승 효과가 두드러지



GS25의 쿠팡커머스 주문 상품을 전문 배달원이 전달받고 있다.

/GS리테일



홈플러스의 슈퍼마켓 홈플러스익스프레스는 2021년 2월 쿠팡커머스 서비스를 론칭했고, 지난해 8월 배달의민족 스토어에 입점했다. /홈플러스

기 시작한 것은 7월 장마철부터다. GS25 쿠팡커머스 주문을 통해 식용유(452.5%), 소용량 채소(347.1%), 밀가루·부침가루(339%) 등 장마철에 많이 찾는 부침개 재료가 높은 매출 신장률을 기록했다. 또한, 우산 매출은 6월 대비 308.9% 증가했다.

이외에 일반 식품 매출량도 눈에 띄게 상승했다. GS더프레시에서는 국산 과일(122.5%), 양곡(86.1%), 계란(85%), 국산 우유(66.8%), 양념류(65.2%) 순으로 쿠팡커머스 매출 비율이 상승했다. 먹거리 외에도 세습 용품(84.2%), 반려동물 용품(81.1%) 등의 매출이 증가세를 보였다.

GS리테일 관계자는 "전국 1만8000여 편의점과 슈퍼마켓 매장에서 쿠팡커머스 서비스를 제공해 경쟁력이 있다"며 "소비자들이 자주 찾는 상품을 편리하게 구매할 수 있도록 서비스를 개선해 쿠팡커머스 매출 비중을 2배 이상 확대할 것"이라고 말했다.

홈플러스 슈퍼마켓 홈플러스익스프레스 또한 2021년 쿠팡커머스 시장에 뛰어들어 지난해 8월 배달의민족 스토어에 입점했다. 올해 상반기 홈플러스익스프레스의 쿠팡커머스 매출은 전년 동기 대비 56% 증가했다.

홈플러스익스프레스 역시 신선식품 외 일반 제품 주문량이 매출 상승을 견

인했다. 과일(78%), 축산(63%), 채소(64%) 등 신선식품을 비롯해 비스킷(81%), 면류(52%) 등 가공식품 쿠팡커머스 주문량이 크게 늘었다.

홈플러스 관계자는 "쿠팡커머스 주문 고객의 절반가량이 저녁 식사 전인 오후 3시~7시에 주문해 주로 오전 시간대에 주문이 몰리는 대형마트 고객과 차별화된 모습을 보인다"고 설명했다.

홈플러스는 대형마트 온라인몰 주문 제품에 대해 다음 날 도착 보장 서비스를 제공한다.

e커머스 업체 컬리도 지난달 말부터 쿠팡커머스 서비스 '컬리나우'를 새롭게 시작했다. 컬리나우는 소비자가 1시간

안에 주문한 상품을 즉시 받아볼 수 있게 하는 쿠팡커머스 서비스로, 소비자는 신선식품 뿐만 아니라 생활필수품, 백화점의 화장품 브랜드들까지 총 5만여 개의 상품군을 만나볼 수 있다.

컬리 관계자는 "컬리나우는 일상의 장보기 외에 당장 상품이 필요한 고객에게 컬리가 엄선한 HMR, 그로서리, 뷰티 상품들을 1시간 내외로 배달해주는 서비스"라며 "연말까지 서울 내 유망 지역을 중심으로 서비스 권역을 확장할 예정"이라고 말했다.

먹거리 유통업계뿐만 아니라 패션 유통업도 쿠팡커머스 사업에 뛰어들었다. 패션 플랫폼 지그재그는 빠른 배송 서비스인 '직진배송' 시스템을 도입해 고객 서비스를 강화하고 있다.

직진 배송 상품군을 넓히고, 서울과 경기 지역을 대상으로 당일 및 새벽 배송이 가능한 쿠팡배송을 도입해 다양한 상품을 빠르게 만나볼 수 있도록 서비스를 강화했다고 지그재그 측은 설명했다.

지그재그 관계자는 "지그재그에 입점한 스토어의 매출 향상과 이용자의 서비스 만족도를 위해 기술 고도화, 마케팅, 할인 기획전 등 다양한 노력을 기울이겠다"고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr

최저임금 '1만30원'... 소상공인, 인건비 걱정 커졌다

최저임금위, 내년 1.7% 인상 확정 주 40시간·월 209시간 기준으로 직원 월 급여 209만6279원 꼴

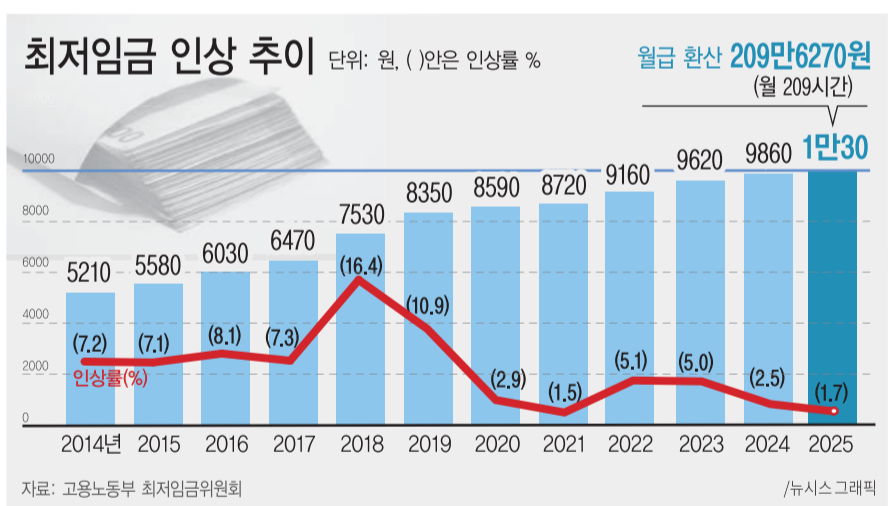
내년 최저임금이 사상 처음으로 시간당 '1만원'이 넘어서며 영세 소상공인·소기업의 발등에 불이 떨어졌다.

올해 최저임금인 9860원 수준에서 '동결'을 강력하게 주장했던 이들은 가뜰이나 경기가 좋지 않은 상황에서 인건비 걱정이 더욱 늘게 됐다.

14일 중소기업계에 따르면 최저임금위원회는 지난 12일 자정을 넘긴 오전 1시부터 시작한 제11차 전원회의에서 2025년 적용 최저임금 수준을 올해보다 170원(1.7%) 오른 시간당 1만30원으로 최종 결정했다.

주 40시간·월 209시간 기준으론 월 209만6279원 꼴이다.

인상률 1.7%는 역대 두번째로 낮은 수준이다. 코로나 팬데믹 시기인 2021



년 적용 최저임금(8729원)이 전년(8590원)보다 1.5% 오른데 그쳤다.

소상공인·중소기업계는 내년 최저임금을 절대 올려선 안된다고 일찌감치 배수진을 쳤다.

상징적인 숫자인 '1만원 천정'이 풀릴 경우 향후 견잡을 수 없이 오를 수 있다는 위기감 때문이다.

중소기업중앙회를 중심으로 한 중소기업계는 지난 6월 말 내놓은 호소문에서 "소기업·소상공인은 지금의 최저임금 수준도 감당하기 힘들만큼 어려운 여건"이라며 "우리 경제 특성과 최저임금 지급주체의 경영실적을 감안, 내년 최저임금을 현재 수준에서 유지되어야 한다"고 목소리를 높였다.

소상공인연합회도 이달 2일 세종시에 있는 고용노동부 앞으로 달려가 "매출은 곤두박질치고 공공요금과 금융비용 등 모든 비용이 가파르게 올라 소상공인 사업장이 하루하루 위태로운 생존을 이어가고 있는 상황"이라며 "소상공인의 생존권 확보와 민생경제 안정을 위해 최저임금을 동결해야 한다"고 호소했다.

그러면서 "현 최저임금 수준은 사회 안전망으로서의 역할은 충분히 달성한 만큼 이제 사용자와 근로자의 자율에 맡겨야 한다"고 덧붙였다.

하지만 당초부터 '동결' 주장은 너무 과도하다는 시각도 적지 않았다.

고물가, 고금리 등의 상황에서 임금 근로자인 서민들의 지갑도 얇아진 터라 '인상'이 불가피하다는 분위기도 상당했기 때문이다.

소상공인과 중소기업계의 바람대로라면 내년 최저임금이 코로나 팬데믹으

로 인한 역대 최저 수준의 인상률(1.5%)보다 낮은 1.4% 이내에서 결정됐어야 했다.

하지만 최저임금위원회의 결정은 달랐다.

이번 결정 과정에서 사용자위원(경영계)은 동결(1차)→9900(2차)→9920(3차)→9940원(4차)을 차례로 수정 제시하며 1만원 아래를 고수했다. 그러다 마지막 전원회의에서 공익위원이 제시한 심의축진구간(1만~1만290원)에 따라 사용자위원은 1만원이 살짝 넘는 1만30원을 제시했고, 결국 표결을 통해 이 안이 최종 통과됐다.

경영계와 달리 올해보다 27.8% 오른 1만2600원을 최초로 제시했던 근로자위원(노동계)은 이후 1만1150→1만1000→1만840원까지 내렸다. 마지막으로 1만120원(2.6%)을 제시했지만 결국 받아들여지지 않았다. 전국민주노동조합총연맹(민주노총) 소속 근로자위원 4명은 공익위원의 심의축진구간에 반발해 표결에 참여하지 않고 퇴장하기도 했다.

/김승호 기자 bada@

수출중소 2곳 중 1곳 "해상운임 상승에 어려움 겪어"

중기중앙회, 기업 300곳 조사 주요 애로사항 79% '과도한 운임' 운송지연 34%, 선복확보 곤란 28%

중소기업 2곳 중 1곳은 최근의 흥해 사태 등으로 인한 해상 운임 상승으로 어려움을 겪고 있는 것으로 파악됐다.

10곳 중 6곳은 연초에 비해 물류비가 오른 것으로 나타났다.

이같은 내용은 중소기업중앙회가 이

달 1일부터 5일까지 수출 중소기업 300개사를 대상으로 '해상 운임 급등 및 선복 부족에 따른 수출 중소기업 영향 조사'를 실시해 14일 내놓은 결과에서 나왔다.

조사 결과에 따르면 최근 수출 물류와 관련해 수출 중소기업 54.3%가 경영 애로를 겪고 있었다. '매우 그렇다'가 21%, '다소 그렇다'가 33.3%였다. 45.7%는 영향이 없었다.

주요 애로사항(복수응답)으로는 ▲과도한 운임 요구(79.1%) ▲운송 지연(34.4%) ▲선복 확보 곤란(27.6%) ▲컨테이너 부족(19%) ▲화물보관비 증가(9.2%) 순으로 조사됐다.

이런 가운데 응답 중소기업의 61%는 물류비가 연초 대비 상승한 것으로 드러났다. 2025년 상반기 이후까지 물류애로가 지속될 것으로 전망하는 기업 비중도 41.1%에 달했다.

해상 운송 계약 방식은 응답기업의 96%가 포워딩 업체를 통해 계약을 하고 있었다. 반면 선사와의 직접 계약은 4%에 불과했다.

계약 형태도 포워딩 업체나 선사 직접 계약 방식 모두 '건별계약'이 각 93.8%, 83.3%로 '장기계약'보다 높았다.

중소기업이 고려할 수 있는 대응 방안(복수응답)으로는 ▲정부 지원책 활용(32.7%) ▲제품 가격 인상(17%) ▲바이어와 거래조건 변경(8%) ▲대체 운송수단 모색(8%) 등의 순이었다.

그러나 37.7%의 중소기업은 특별한 대책이 없었다.

아울러 향후 물류애로 해소를 위해 중점 지원해야 할 사항(복수응답)으로는 '물류비 지원 확대'를 원하는 기업이 82.3%로 가장 많았다.

이외에 ▲중소기업 전용 선복지원 확대(22.3%) ▲대출 상황기한 연장 등 유동성 지원(14%) ▲정부지원책 홍보 강화(9.7%) ▲주요국항 선박 투입 확대(6%) 등의 순이었다.

/김승호 기자