

쿠팡, 일자리 창출 8만명… 지방 직고용 51% 2030 청년층

지역 직고용 ‘구직난 방파제’ 역할
작년 여성 일자리 2만명 이상 창출
장애인인력 1300명, 전년비 20% ↑

소상공인 23만명, 1년새 3만명 ↑
거래금액 12조 전년비 30% 뛰어

쿠팡이 국내에서 창출한 일자리가 8만 명을 돌파한 것으로 나타났다. 저출산과 인구소멸, 경기침체 어려움에 처한 지역 중심으로 직고용 일자리를 늘려 ‘구직난 방파제’ 역할을 했다는 평가다.

쿠팡의 고객과 물류망이 전국으로 촘촘히 확대되면서 입점 소상공인의 매출이 가파르게 올랐고, 이들의 대만 수출도 가속화되며 동반성장으로 이어지고 있다.

10일 쿠팡이 발행한 ‘2024 쿠팡 임팩트 리포트’에 따르면, 쿠팡과 물류배송 자회사인 쿠팡로지스틱스서비스(CLS)와 쿠팡풀필먼트서비스(CFS)의 직고용 인력은 지난 9월 기준 8만명을 넘었다.

쿠팡의 직고용 인력은 지난 1월 7만 명에 도달했는데, 약 8개월 만에 1만명

쿠팡 일자리 창출 현황과 소상공인 동반성장

 국내 고용 2위 8만명 이상 고용	 입점 중소기업 약 23만명
 배송물류직 비서율 근무 약 95%	 입점 중소기업 거래금액 약 12조원
 여성 일자리 창출 2만명	 중소기업 대만 수출 거래액 약 2600%

자료/쿠팡

가량 늘어났다. 쿠팡을 쓰는 소비자가 늘수록 지역에 더 많은 물류 인프라가 촘촘히 구축되고, 저출산 위기에 직면한 소도시에서 빠른 취업이 가능하면서도 안정적인 일자리가 늘어나는 선순환으로 이어지고 있다.

특히 쿠팡이 창출하는 일자리는 지역 청년들에게 수요가 높다. 경상도, 전라도, 충청도 등 쿠팡의 지방 물류센터에서 근무하는 2030 청년 직고용 인력 비중은 51% 이상이다(지난 9월 기준). 이는 같은 기간 수도권에 있는 쿠팡 물류센터의 2030 청년 비중(약 40%) 보다 높은 수치다.

지자체와 지속적으로 채용 박람회

등을 열어 지역 주민을 우선 채용하고, 지역 대학들과 파트너십을 맺고 물류 전문가 양성을 확대한 결과다.

여성과 장애인 일자리도 늘고 있다. 지난해 기준 쿠팡은 2만명 이상의 여성 일자리를 창출했고, 물류센터 근무자의 50%가 여성이다. 장애인 고용인력은 1300명을 넘어, 전년 대비 20% 늘었다.

저출산 시대에 쿠팡은 출산 장려와 직원 건강에도 힘쓰고 있다. 지난해 육아제도를 사용한 쿠팡의 배송 직원 중 85% 이상인 약 500명이 육아휴직을 썼고, 그 외 100여명은 육아기 단축근로를 이용했다. 육아제도를 쓴 직원 97%는 일터로 복귀했다. 육아휴직 사용 비

중은 매년 크게 오르는 추세다.

또 지난해 쿠팡은 시설 안전점검과 안전물품 구입 등에 약 180억원을 투자했다. 근로자들이 수시로 건강 관리를 받을 수 있는 쿠팡 헬스케어센터와 쿠팡레스트 정신건강 상담센터엔 현재까지 100억원 이상 투자했고, 약 2만5000명의 직원이 사용했다.

지역의 대규모 일자리 창출과 더불어 입점 소상공인들은 쿠팡으로 판로를 전국으로 넓히며 고속 성장했다. 특히 국내를 넘어 대만 로켓배송을 통해 수출을 늘리는 업체도 크게 확대됐다. 쿠팡에 입점한 중소기업인은 지난해 기준 약 23만명으로 1년 사이 약 3만명 늘었다. 이들의 거래금액도 12조원 수준으로, 전년(9조원)보다 약 30% 뛰었다.

쿠팡 관계자는 “쿠팡은 앞으로도 적극적인 추가 물류 인프라 투자를 통해 양질의 일자리를 창출하고 균형 있는 지역 발전에 앞장서는 동시에 소상공인들에게 새로운 시장의 기회를 열어줄 계획”이라며 “쿠팡 직원들이 더 좋은 근무 환경에서 일할 수 있도록 더고민하고 노력하겠다”고 말했다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr



국내 최초로 롯데월드몰에서 진행되는 드래곤볼 팝업에서 기념 사진을 촬영하는 모습.

/롯데백화점

롯데백화점

‘드래곤볼’ 팝업 오픈

롯데백화점이 애니메이션 ‘드래곤볼’의 공식 팝업 스토어를 선보인다고 10일 밝혔다. 잠실 롯데월드몰 1층 아트rium 광장에서 지난 7일부터 오는 17일까지 11일간 진행되는 이번 행사는 원작사가 승인한 국내 첫 공식 ‘드래곤볼’ 팝업 스토어다. 드래곤볼의 40주년을 기념하고, 갑진년 한 해를 마무리하는 의미를 담아 특별히 기획됐다.

역사적 애니메이션인 ‘드래곤볼’의 스토리와 상품을 종합한 ‘스토리텔링형’ 팝업이다.

‘드래곤볼’은 전 세계적인 격투 만화 신드롬을 불러온 애니메이션으로 국내는 물론 해외에도 두터운 팬층을 거느리고 있는 것으로 유명하다. 실제, 앞서 열린 일본, 대만 등지의 팝업에서 대규모 인파가 몰리며 큰 성공을 거둔 바 있다.

국내 최초로 진행되는 잠실 롯데월드몰 팝업에서는 아트rium 광장의 265㎡(약 80평)의 공간을 애니메이션 드래곤볼의 한 장면처럼 꾸민다. 드래곤볼에 등장하는 다양한 주인공과 배경으로 매장 곳곳을 연출해, 고객들에게 실제 만화 속에 들어온 것과 같은 이색 경험을 제공한다.

/최빛나 기자

홈플러스 온라인

김장족·김포족 증가

홈플러스 온라인은 금(金)배추가 화두에 오르면서 예년보다 빠르게 김장을 준비하는 이른 ‘김장족’과 김장을 포기하고 대용량 김치를 구매하는 큰손 ‘김포족(김장을 포기한 사람들)’이 증가했다고 10일 밝혔다.

실제 홈플러스 온라인 데이터를 분석한 결과, 지난달 절임배추 사전예약 매출이 전년 대비 2배 늘었다. 또 올해 절임배추 사전예약을 시작한 지 3주 만에 지난해 3달 간의 매출을 넘겼다. 그만큼 미리 저렴하게 김장을 준비하고, 온라인을 통해 빠르고 편리하게 주문하는 고객이 늘고 있다는 의미다. 10월까지 포근한 날씨로 배추 가격 급등이 화제가 됐고 ‘김장족’의 소비 촉진에 큰 영향을 미쳤다.

‘김포족’의 온라인 소비도 증가했다. 지난달 포장김치 매출은 전년 대비 25% 올랐는데, 흥미로운 점은 대형마트에서 판매하는 포장김치 중 중량이 가장 큰 10kg 상품의 매출이 무려 18배나 폭등했다는 것이다. 배추 물가 상승으로 ‘김장족’이 ‘김포족’으로 돌아서면서 대용량 완제품 김치를 찾는 것으로 분석된다.

/최빛나 기자

“건강식품·초콜릿·쿠키… 수험생 응원 선물 준비하세요”

고려은단 ‘쫄라C 젤리스틱’ 선배
파리바게뜨 ‘합격기원 세트’ 출시
뚜레쥬르 ‘찰쌀찰쌀 따뭇찰떡’ 등

2025학년도 대학수학능력시험을 앞둔 수험생들을 위한 식품업계의 마케팅이 실용성에 초점을 맞추며 활발히 전개되고 있다.

기존 대표적인 수능 선물이었던 옛 대신 건강식품과 초콜릿, 쿠키 등 수험생의 건강과 컨디션 관리에 도움이 되는 제품들이 주목받음에 따라 식품업계에서는 수험생들을 응원하는 메시지를 담은 다양한 신제품 및 수능 선물 세트를 선보이고 있다. 고려은단은 귀여운 응원 메시지와 함께 간편하게 섭취할 수 있는 비타민C 영양 간식 ‘쫄라C 젤리스틱’을 출시했다. 글로벌 비타민 원료 기업 DSM사의 프리미엄 비타민 C 500mg을 함유했으며, 상큼한 오렌지



쫄라C젤리스틱(왼쪽), 파리바게뜨 수험생 응원 선물세트. /S/PC그룹

맛의 젤리 제형으로 맛있게 섭취할 수 있다.

파리바게뜨는 ‘온 우주가 널 응원해’를 슬로건으로 행운을 의미하는 네오킴로버와 합격을 기원하는 마음을 담은 찰떡 등 재치있는 스토리를 반영한 선물세트를 선보였다.

오색찬란한 찰쌀떡에 통팠, 고구마, 고운 팥앙금 세 가지 맛을 담은 ‘오색찬



란 찰쌀떡’, 다양한 색상의 찰쌀떡과 고소한 호두정과로 구성된 ‘합격 기원 세트’, 폭신하고 부드러운 카스텔라에 고운 팥앙금을 넣은 만주에 네오킴로버가 각인되어 있는 ‘고운 단팥 행복만주’ 등이다.

CJ푸드빌의 뚜레쥬르는 ‘럭키 루키 합격의 주인공은 바로 나!’라는 콘셉트로 수능 시즌 선물 세트를 선보였다.

/원신선 기자 tree6834@

롯데온, 17일까지 ‘코리아 세일 페스타’

노스페이스 자켓 등 월동상품 특가

롯데온은 11일부터 17일까지 ‘롯데온에서 만나는 국가대표 쇼핑축제 코리아 세일 페스타(이하 코세페)’를 진행한다고 10일 밝혔다.

롯데온에서는 한파가 예보된 이번 겨울을 위해 완벽한 월동 준비를 돕는 특가 상품을 선보인다. 가볍고 따뜻한 노스페이스 얇시 온볼 자켓과 하이브리드 다운 코트를 비롯해 닥스 키즈 및 헤지스 키즈의 프리미엄 아우터 그리고 바바라 세븐플로어 부츠와 알레르

망 이불, 경동나비엔 온수매트와 환절기 뷰티아이템 등 다양한 카테고리를 총망라해 선보인다.

코세페 쿠폰을 적용하는 방법은 다음과 같다. 우선 롯데온 검색창에서 필요한 상품을 검색하고, 결과 페이지에서 ‘코세페’ 필터를 선택한다. 검색된 상품에 코세페 스티커가 붙어 있으면 쿠폰 적용이 가능한 상품이다.

11월 첫째 주 기준으로 롯데온에서 인기를 얻고 있는 월동 준비 상품은 방한커튼과 난방텐트, 기습기 순으로 나타났다.

/최빛나 기자

롯데免, 리아킴 협업 브랜드 ‘싱글러’ 첫 선

잠실 롯데월드몰서 팝업스토어 운영

롯데면세점이 원밀리언 댄스 스튜디오와 협업해 첫 패션 브랜드 ‘SINGULAR(싱글러)’를 선보이고 잠실 롯데월드몰에서 팝업스토어를 운영하는 등 신사업 추진에 나섰다고 10일 밝혔다.

원밀리언은 유명 안무가 리아킴이 이끄는 세계 최대 댄스 스튜디오로, 유튜브 구독자 약 2600만명을 보유하고 있으며 내·외국인들에게 큰 인기를 끌고 있다.

롯데면세점 역시 외국인 고객이 전체 매출의 약 84%를 차지하고 있으며, 다양한 K-팝 마케팅을 통해 K-컬처 열풍에 이바지하고 있다. 이에 롯데면세점은 원밀리언과의 글로벌 시너지를 극대화하고자 지난 4월 업무협약(MOU)을 체결한 이후 약 7개월의 준비 기간을 거쳐 처음으로 패션 브랜드 ‘싱글러’를 론칭했다.

싱글러는 국내 유일의 댄스웨어 브랜드로, 자신만의 개성과 자유를 마음껏 표현하고자 하는 이들을 위해 만들어졌다.

/최빛나 기자