

2025. 12. 23.[화]

을지로위원회 사무국 : Tel 02-6788-3201, Fax 02-6788-3629
차도순 국장 010-6436-1726 / 이철호 보좌관(김남근의원실) 010-8268-2752

입점업체 영업비밀로 자사상품 만든 쿠팡의 악랄적 행태 규탄 기자회견

2025년 12월 23일 (화) 14:00, 국회 소통관 기자회견장

더불어민주당 을지로위원회(위원장 민병덕)는 12월 23일(화) 오후 2시, 국회 소통관에서 쿠팡의 입점업체 데이터 부당 활용 및 영업비밀 침해 의혹에 대해 철저한 진상 규명과 관계 당국의 전면 조사, 실효성 있는 제도 개선을 촉구하는 기자회견을 개최했다. 이날 기자회견은 더불어민주당 을지로위원회, 한국중소상인자영업자총연합회, 전국중소유통상인협회, 한국자동차전문정비사업조합연합회, 참여연대 민생희망본부, 민주사회를위한변호사모임이 공동 주최했으며, 기자회견에는 민병덕 위원장을 비롯해 김남근·이강일·권향엽·정진욱·송재봉·김윤·박주민·박홍배 국회의원이 참석했다.

이번 기자회견은 쿠팡이 입점업체들이 장기간 축적한 판매·수요 데이터와 거래 정보를 플랫폼의 우월적 지위를 이용해 확보하고, 이를 자사 상품(PB) 기획·판매에 활용해 왔다는 의혹이 언론 보도를 통해 제기된 데 따른 것이다. 입점업체의 판매량, 고객 반응, 재고 흐름, 가격 변동, 광고 성과 등은 개별 사업자의 생존과 경쟁력을 좌우하는 핵심 영업자산으로, 이를 플랫폼 사업자가 자사 이익을 위해 활용했다면 이는 정상적인 경쟁이 아닌 영업비밀 침해이자 플랫폼 지배력을 이용한 구조적 착취라는 지적이다.

참석자들은 쿠팡이 단순한 온라인 플랫폼이 아니라 실제로는 직매입 및 PB상품 중심의 유통사업자로 기능하고 있다는 점을 문제 삼았다. 특히 플랫폼 운영 과정에서 취득한 입점업체의 거래·성과 데이터를 자사 상품 경쟁력 강화에 활용했다면, 이는 ‘선수이자 심판’ 역할을 동시에 수행하며 공정경쟁 질서를 훼손한 중대한 사안이라는 비판이 제기됐다. 이러한 행태는 입점업체의 경쟁력을 약화시키고, 나아가 골목상권과 지역경제 전반의 기반을 붕괴시킬 수 있다는 우려도 함께 제시됐다.

이날 기자회견에서 단체들은 쿠팡을 향해 ▲입점업체 거래·성과·트래픽 등 영업정보의 PB 활용 여부에 대해 데이터 항목·접근 주체·기간·목적·내부 통제 체계 전면 공개, ▲쿠팡과 PB 조직 간 정보 공유 차단(파이어월) 체계에 대한 외부 독립기관 검증, ▲영업비밀 침해 또는 플랫폼 지위 남용이 확인될 경우 책임자 처벌과 피해업체에 대한 실질적 배상 및 구제 조치의 즉각 이행을 촉구했다.

아울러 관계 당국과 국회에 대해서는 본 사안에 대한 신속하고 철저한 조사에 착수할 것과 함께, 플랫폼의 ‘선수 겸 심판’ 구조를 차단하기 위한 법·제도 개선 및 온라인 플랫폼 독점규제법 제정을 강력히 요구했다. 특히 시장지배적 플랫폼 사업자를 사전에 지정하고 입증책임을 전환해 신속한 제재가 가능하도록 하는 제도 마련을 통해 공정한 경쟁 질서를 회복해야 한다고 강조했다.

첨부자료 : 기자회견문

입점업체 영업비밀로 자사상품 만든 쿠팡의 악탈적 행태 규탄 기자회견문

그간 플랫폼의 탈을 쓰고, 직접 매입 상품(Retail) 및 자체 브랜드(PB) 상품 중심의 로켓 배송으로 대한민국 유통시장을 장악해 온 쿠팡의 민낯이 드러났다. 언론 보도를 통해 쿠팡이 PB상품 운영 초기부터 쿠팡 입점 업체들의 거래·판매 데이터를 활용한 정황이 드러났다. 한마디로 쿠팡이 플랫폼을 운영하며 취득한 정보를 이용해 소상공인·자영업자들의 판매 성과를 불법적으로 수집하고, 이를 바탕으로 자사 상품의 기획과 판매에 집중해 왔다는 것이다.

쿠팡은 스스로를 플랫폼이라 주장하지만, 실제로는 매출의 대부분이 직매입 상품과 PB상품에서 발생한다. 2024년과 2025년 공시 자료 및 시장 추정치를 종합하면, 쿠팡 전체 매출에서 직매입 상품의 비중은 약 80%, PB상품은 5~6%에 이를 것으로 보인다. 그렇다면 질문하지 않을 수 없다. 과연 쿠팡은 입점 업체의 데이터를 PB 상품에만 활용했는가? 판매 성과가 검증된 입점 업체 상품을 선별해 직매입으로 전환해 자사 수익을 극대화해 온 것은 아닌가. 이처럼 입점 업체를 연결하는 중개자가 아니라, 스스로 최대 판매자가 된 사업자를 과연 플랫폼이라 할 수 있는가.

우리는 이 사안을 “단순한 운영 편의”가 아니라, 플랫폼 권력을 악용한 구조적 악탈로 규정한다. 입점 업체가 피땀으로 쌓아 올린 상품 경쟁력과 고객 반응, 재고·주문 흐름, 유입 트래픽은 곧 장사의 생명줄이다. 그 정보를 한 손에 쥔 플랫폼이, 다른 손으로는 PB 상품을 만들고 확장하며 시장을 잠식했다면, 그것은 거래가 아니라 악탈이며, 혁신이 아니라 반칙이다. 입점 업체는 쿠팡의 파트너인가, 아니면 자사 수익 확장을 위한 데이터 채굴 대상인가.

이에 우리는 관계 당국에 강력히 요구한다. 쿠팡이 입점 업체의 영업비밀을 침해하거나 플랫폼 지위를 남용한 정황이 확인된다면, 책임자에 대한 엄정한 처벌과 실효성 있는 제재에 나서야 한다. 더 나아가 이번 사안은 개별 기업의 일탈을 넘어, 플랫폼이 ‘선수이자 심판’으로 기능하도록 방치해 온 제도의 실패를 드러낸 사건이다. 공정화 규율만으로는 이러한 구조적 문제를 막을 수 없다.

이제 국회와 정부는 시장지배적 플랫폼 사업자를 사전에 지정하고, 입증책임을 전환해 신속한 제재가 가능하도록 하는 온라인 플랫폼 독점규제법 제정에 나서야 한다. 자사 상품 판매와 플랫폼 운영 간의 이해충돌을 차단하고, 자사우대·차별적 취급을 금지하며, 데이터 이동성과 호환성을 보장함으로써 플랫폼 간 경쟁을 회복해야 한다. 반칙과 약탈이 아닌 공정한 경쟁을 회복하기 위한 플랫폼의 ‘선수 겸 심판’ 구조를 차단할 법·제도 개선을 추진하여 골목상권을 보호하라.

2025. 12. 23 (화)

더불어민주당 을지키는민생실천위원회