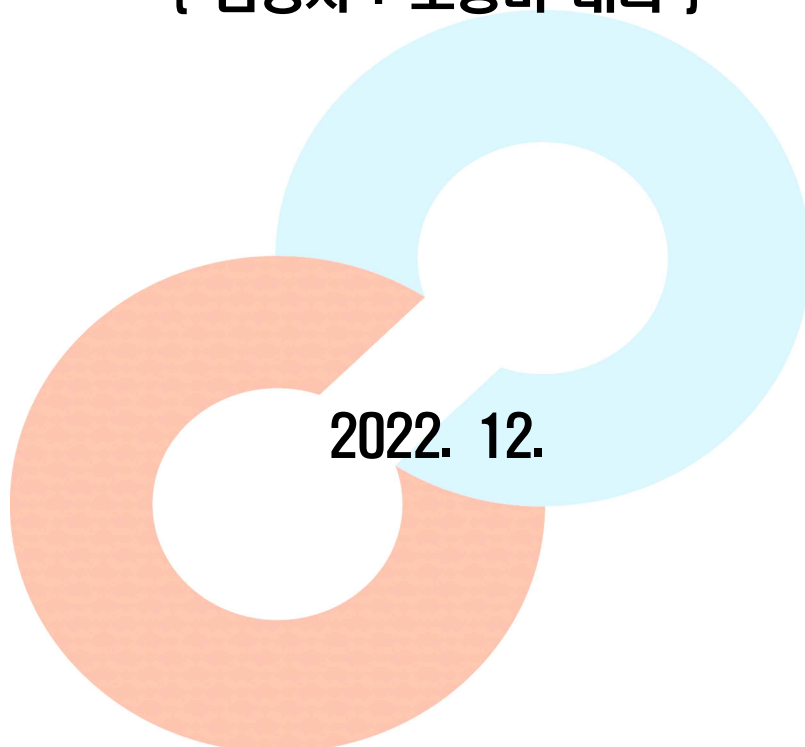


배달앱 이용 실태조사

[담당자 : 노옹비 대리]



시 장 조 사 국
유 통 조 사 팀

목 차

I. 조사 개요	6
1. 조사 배경 및 목적	6
2. 조사 내용	8
3. 조사 대상 및 방법	9
4. 조사 기간 및 담당자	9
II. 배달앱 현황	10
1. 일반 현황	10
2. 국내·외 시장 현황	13
III. 소비자상담 사례 분석	26
1. 주요 배달앱 소비자상담 현황	26
2. 주요 상담 사례	27
IV. 배달앱 가격 실태조사	28
1. 조사 개요	28
2. 음식배달 시장 변화에 따른 비용 변화 분석	29
3. 공공배달앱 배달비 조사	33
4. 배달앱별 가격 차이 조사	38
5. 배달앱과 매장 내 음식 가격 차이 조사	43
V. 배달앱 소비자 설문조사	47
1. 조사 개요	47
2. 배달앱 이용행태 설문조사 결과	49
3. 배달앱 인식 설문조사 결과	57
VI. 배달앱 이용 소상공인 설문조사	60
1. 조사 개요	60
2. 배달앱 이용행태 설문조사 결과	62
3. 배달앱 인식 설문조사 결과	68
VII. 시사점 및 향후 계획	71
1. 시사점	71
2. 향후 조치계획	74
{참고문헌}	76

표 목 차

[표1-1] 배달비 관련 소비자상담 접수 현황	6
[표1-2] 건당 배달비 및 배달비 적정성	6
[표1-3] 배달 거리에 따른 배달비 현황	7
[표1-4] 배달앱 관련 의원 법률 개정 발의 현황	7
[표2-1] 음식배달 관련 비용	12
[표2-2] 미국의 주요 배달앱 현황	14
[표2-3] 미국의 일회용품 저감 노력	14
[표2-4] 유럽의 주요 배달앱 현황	15
[표2-5] EU의 일회용품 저감 노력	15
[표2-6] 중국의 주요 배달앱 현황	16
[표2-7] '14.5 플라스틱 오염 제어 행동계획' 주요 내용	17
[표2-8] 온라인 음식서비스 거래액	17
[표2-9] 국내 주요 배달앱 현황	18
[표2-10] 국내 주요 배달앱 수수료 등 현황	19
[표2-11] 한국형(K)-순환경제 이행계획 주요 내용	20
[표2-12] 국가별 음식배달 시장 비교	21
[표2-13] 국내 수수료 상한제 현황	22
[표2-14] 공인중개사법상 중개보수 상한요율	23
[표2-15] 영세한 중소신용카드가맹점에 대한 우대수수료율	24
[표2-16] 대부 중개수수료 상한금액	25
[표2-17] 제증명수수료 상한금액	25
[표3-1] 주요 배달앱 소비자상담 접수 현황	26
[표3-2] 배달앱 관련 상담사유별 접수 현황	26
[표4-1] 배달앱 가격 실태조사 내용	28
[표4-2] 자장면 배달가격 비교	30
[표4-3] 배달앱 주문 시 합리적 배달비 수준	30
[표4-4] 음식가격 2만원, 2km 미만 거리 배달 시 비용 시뮬레이션	32
[표4-5] 공공배달앱 배달 거리에 따른 배달비 현황	34
[표4-6] 공공배달앱 지역에 따른 배달비 현황	34
[표4-7] 서울 시내 배달 거리에 따른 배달비 현황('22. 10.)	35
[표4-8] 배달앱별 음식 가격 조사 결과	38
[표4-9] 배달과 포장 시 음식 가격 비교	41
[표4-10] 배달앱 음식 가격 일치 여부	42
[표4-11] 음식점의 매장 가격과 배달앱 가격 비교조사 결과	44
[표5-1] 소비자 설문조사 설계 내용	47
[표5-2] 소비자 설문조사 수행 내용	47
[표5-3] 소비자 설문조사 응답자 특성	48
[표5-4] 배달앱 주문 횟수	49
[표5-5] 배달앱 주문 음식	49
[표5-6] 주문 10회당 평균 배달 주문 횟수	50

[표5-7] 배달앱 주문 가격대	50
[표5-8] 배달앱 주문 시간대	50
[표5-9] 배달앱 결제 수단	51
[표5-10] 배달앱별 결제 수단	51
[표5-11] 배달앱별 평균 배달 소요 시간	52
[표5-12] 민간배달앱별 이용 이유	53
[표5-13] 공공배달앱별 이용 이유	53
[표5-14] 배달앱 소비자피해 경험 유무	54
[표5-15] 배달앱 소비자피해 유형	54
[표5-16] 배달앱별 소비자피해 경험	55
[표5-17] 배달앱별 평균 지연시간	55
[표5-18] 배달앱 소비자피해 발생 시 대응	56
[표5-19] 배달앱 피해 대응 후 보상	56
[표5-20] 소비자 배달비 수준 평가	57
[표5-21] 배달앱별 배달비 수준 평가	57
[표5-22] 비싼 배달비에 따른 소비자행동	58
[표5-23] 비싼 배달비에 대한 조정 방안	58
[표5-24] 배달앱별 ESG 경영에 대한 소비자인식	59
[표6-1] 소상공인 설문조사 설계 내용	60
[표6-2] 소상공인 설문조사 수행 내용	60
[표6-3] 소상공인 설문조사 응답자 특성	61
[표6-4] 소상공인 영위 업종	62
[표6-5] 배달앱 이용 기간	62
[표6-6] 이용 배달앱 수	63
[표6-7] 소상공인 영업 현황	63
[표6-8] 공공배달앱 이용 이유	64
[표6-9] 공공배달앱 문제점	64
[표6-10] 공공배달앱 미이용 이유	65
[표6-11] 민간배달앱 이용 이유	65
[표6-12] 민간배달앱 문제점	66
[표6-13] 민간배달앱 부당행위	66
[표6-14] 민간배달앱 비용 인상 시 행동	67
[표6-15] 민간배달앱 미이용 이유	67
[표6-16] 배달앱 선택·이용 시 주요 고려사항	68
[표6-17] 포장주문 중개수수료 부과의 필요성	68
[표6-18] 소상공인 배달비 수준 평가	69
[표6-19] 비싼 배달비에 대한 조정 방안	69
[표6-20] 배달앱 관련 요구 개선사항	70
[표6-21] 가장 인하가 시급한 비용	70

그림 목 차

[그림2-1] 배달앱 시장 진출 현황	10
[그림2-2] 중개 플랫폼 등장에 따른 배달방식 변화	10
[그림2-3] 음식 배달 방식	11
[그림2-4] 미국의 음식 배달앱 시장 총매출 규모	13
[그림2-5] 카드 수수료를 변동 경과	24
[그림4-1] 주이용 배달앱의 배달비에 대한 인식	30
[그림4-2] 매출 전가에 따른 문제점	31
[그림4-3] 공공배달앱 배달비 현황	36
[그림4-4] 배달앱별 음식 가격 차이 현황	39
[그림4-5] 배달앱 포장 할인 제공 현황	41
[그림4-6] 음식점의 매장과 배달앱 내 가격 차이 현황	45
[그림4-7] 배달앱 내 음식 가격 관련 표시	46
[그림5-1] 배달앱 주문 횟수	49
[그림5-2] 배달앱 주문 음식	49
[그림5-3] 주문 10회당 평균 배달 주문 횟수	50
[그림5-4] 배달앱 주문 가격대	50
[그림5-5] 배달앱 주문 시간대	50
[그림5-6] 배달앱 결제 수단	51
[그림5-7] 배달앱별 평균 배달 소요 시간	52
[그림5-8] 배달앱 소비자피해 경험 유무	54
[그림5-9] 배달앱 소비자피해 유형	55
[그림5-10] 배달앱 소비자피해 발생 시 대응	56
[그림5-11] 배달앱 피해 대응 후 보상	56
[그림5-12] 소비자 배달비 수준 평가	57
[그림6-1] 배달앱 이용 기간	62
[그림6-2] 이용 배달앱 수	63
[그림6-3] 배달앱 선택·이용 시 주요 고려사항	68
[그림6-4] 포장주문 중개수수료 부과의 필요성	68
[그림6-5] 소상공인 배달비 수준 평가	69
[그림6-6] 가장 인하가 시급한 비용	70

I 조사 개요

1. 조사 배경 및 목적

□ (온라인 음식서비스 거래액 급증) 국내 온라인 음식서비스 거래액은 2021년 약 25조 6,783억원으로 2017년 대비 839.7%가량 증가하며 최근 5년간 거래액이 9배 이상으로 급증

* ('17년) 2조 7,326억원, ('18년) 5조 2,628억원, ('19년) 9조 7,354억원, ('20년) 17조 3,342억원, ('21년) 25조 6,783억원

○ (소비자상담 증가) 최근 5년간 1372소비자상담센터를 통해 접수된 배달비 관련 소비자상담은 187건으로, '19년을 제외하고 매년 증가하고 있음.

[표 1-1] 배달비 관련 소비자상담 접수 현황

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	계
건수	16건	40건	36건	45건	50건	187건
증감율	-	150.0%	△10.0%	25.0%	11.1%	-

▶ 품목 : '음식서비스', 사건제목 : '배달비', '배달료', '배달팁'으로 조회

○ 현재 일부 배달앱에서 배달주문 시에만 중개수수료를 부과하고 있으나, 차후 포장 주문에 대한 수수료도 부과할 것으로 보여¹⁾ 소비자의 부담 및 불만도 크게 증가할 것으로 예상됨.

□ (소상공인의 부담 가중) 배달앱 이용사업자가 부담하는 주문 건당 평균 배달비는 '21년 기준 3,394원으로 사업자의 69.3%가 배달비에 부담을 느끼고 있음.

[표 1-2] 건당 배달비 및 배달비 적정성

[단위 : %, Base: 배달앱 이용사업자(n=300)]

구분	적정	보통	부담
건당 배달비 적정성	9.0	21.7	69.3
건당 배달비(평균)	3394.3원		

▶ 2021년 온라인 플랫폼 이용사업자 실태조사 결과보고서(중소벤처기업부, '21. 12.)

1) ““치킨 배달비 5000원 아까워 직접 가는데” 포장도 이젠 돈 내라?”(헤럴드경제, '22. 6. 28.)

- (배달비 공시제를 통한 물가안정화 도모) 정부는 배달비 상승을 외식물가 상승의 주요 이유 중 하나로 보고, 민간배달앱 배달비를 공개하는 배달비 공시제를 시행)
 - 현행 배달비 공시제에 포함되지 않은 공공배달앱에 대한 조사도 필요

[표 1-3] 배달 거리에 따른 배달비 현황

(단위 : 원)

거리구간	배달의민족		배민1 (단건)		요기요		요기요 익스프레스		쿠방이츠 (단건)	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	3,000	5,300	3,000	6,000	3,000	5,000	2,400	3,500	3,000	4,000
2km~3km 미만	3,000	7,000	4,550	6,200	3,000	5,500	-	4,400	3,000	5,000
3km~4km 미만	3,000	8,000	4,650	6,200	3,000	6,000	-	6,400	6,000	7,000

▶ 한국소비자단체협의회 배달비 조사 보도자료(한국소비자단체협의회 물가감시센터 '22. 6.)

* 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동 주소지의 분식, 치킨, 한식 업종 주말 점심시간 기준 배달비('22년 6월 기준)

- (배달앱 관련 제도 개선 지원) 최근 배달앱 등 플랫폼 사업자 관련 제도 개선 필요성에 대한 공감 증대로 관련 법률 개정안 발의 등 증가
 - 공정거래위원회는 배달앱 등 온라인 플랫폼 운영사업자의 책임 등을 명시한 「전자상거래법」 전부개정안을 입법예고('21. 3. 5.)했고, 최근 관련 법률 의원 발의가 증가하는 등 배달앱 관련 제도 개선 논의 활성화

[표 1-4] 배달앱 관련 의원 법률 개정 발의 현황

법률	발의자(발의연월일)	내용
전자상거래법	김병욱 의원('21. 6. 10.)	배달앱 등 온라인 플랫폼 운영사업자의 책임 등 규정
	이정문 의원('21. 6. 25.)	
	유동수 의원('21. 8. 18.)	
	유의동 의원('21. 10. 8.)	
전자상거래법	배진교 의원('21. 6. 24.)	통신판매중개자에 대한 소비자 이용후기 관련 정보 공개 및 조작 행위 등 금지
	김희곤 의원('21. 9. 7.)	배달앱 등 사업자의 개인정보 악용에 대한 처벌 규정 마련 등
정보통신망법	임오경 의원('21. 9. 14.)	이용자가 거짓으로 타인의 영업을 방해하는 행위에 대한 처벌 근거 마련 등
	김경만 의원('21. 7. 19.)	배달앱 사업자 등이 고객의 발신번호를 변경하여 표시하는 것을 허용

1) 제3차 물가관계차관회의 개최(기재부 보도자료, '22. 1. 21.)

- (배달앱 내 이중가격 개선) 최근 배달앱에서의 이중가격 행위 조사 및 개선방안 마련 필요성 제기(2022년 국감)
 - 일부 음식점이 동일 메뉴의 매장 판매 시 음식 가격과 배달 시 음식 가격을 다르게 책정하고 있으며, 해당 이중가격 행위에 대하여 적절한 표시를 하고 있지 않다는 문제 제기

2. 조사 내용

- (현황 및 관련 제도) 배달앱 시장 현황 및 국내외 현황 비교, 배달앱 관련 제도 등 조사
 - 민간배달앱 외 지역 공공배달앱도 조사 대상*에 포함
 - * 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠, 배달특급, 대구로, 먹깨비, 배달의명수 등 월간 이용자 수를 고려하여 업체 선정
- (가격 실태조사) 배달비 부과체계 및 배달앱 입점 음식점의 이중가격 행태 등 배달앱 관련 가격 조사
 - 배달비 공시제 대상에 포함되지 않은 공공배달앱 배달비 시범 조사
- (소비자상담 사례 분석) 배달앱 관련 소비자상담 접수 현황 및 주요 피해사례 분석
- (다층 설문조사) 관련 업체 및 전문기관 협업을 통한 배달앱 이용자(소비자* 및 입점 소상공인) 대상 설문조사
 - * 소비자 설문조사는 배달앱 서비스 비교조사 결과 활용
 - 소상공인 응답자 확보 및 설문 문항 발굴 등 한국외식업중앙회(한국외식 산업연구원) 협업

3. 조사 대상 및 방법

조사 대상	조사 내용	방법
일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> ○ 일반 현황 - 배달앱 국내외 시장 현황 	자료조사 문헌조사
소비자상담 사례 분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자상담 사례 분석(2017~2021년) - 배달앱 관련 소비자상담 유형별 분석 	자료조사
가격 실태	<ul style="list-style-type: none"> ○ 가격 조사 - 배달비 부과체계 조사 - 배달앱 이중가격 실태 등 조사 	자료조사 문헌조사
이용실태 및 인식조사	<ul style="list-style-type: none"> ○ 배달앱 이용 소상공인 설문조사 - (대상) 배달앱 입점 소상공인 - (주요내용) 배달앱 이용실태 및 만족도, 불만, 개선 요구사항 등 배달앱 관련 인식조사 	설문조사 전문가 자문

4. 조사 기간 및 담당자

조사 기간 : 약 3개월

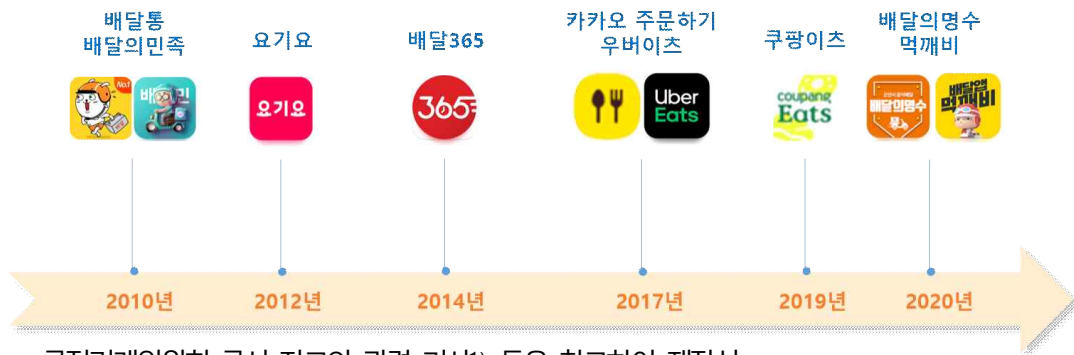
- 기초조사 및 조사계획 수립 : 2022. 9. 1. ~ 2022. 9. 16.
- 가격·표시 실태조사 : 2022. 9. 19. ~ 2022. 11. 29.
- 설문조사 및 소비자상담 사례 조사 : 2022. 9. 30. ~ 2022. 10. 14.
- 설문결과 분석 및 전문가 자문 등 : 2022. 10. 17. ~ 2022. 11. 23.
- 분석 및 결과보고서 작성 : 2022. 10. 26. ~ 2022. 12. 15.
- 최종 결과보고 : 2022. 12. 16.

조사 담당자 : 노응비 대리

1. 일반 현황

- (정의) 배달앱은 소비자에게 음식점과 메뉴 정보를 제공하고, 주문/결제, 배달 서비스 등을 연계하여 신속·편리하게 음식 배달을 가능하게 하는 중개 플랫폼
- 2010년 배달통이 서비스를 개시한 이래 민간배달앱이 주를 이루었으나, 2020년 이후 지자체가 운영하거나 지원하는 공공배달앱(배달의명수, 떡깨비 등)이 등장

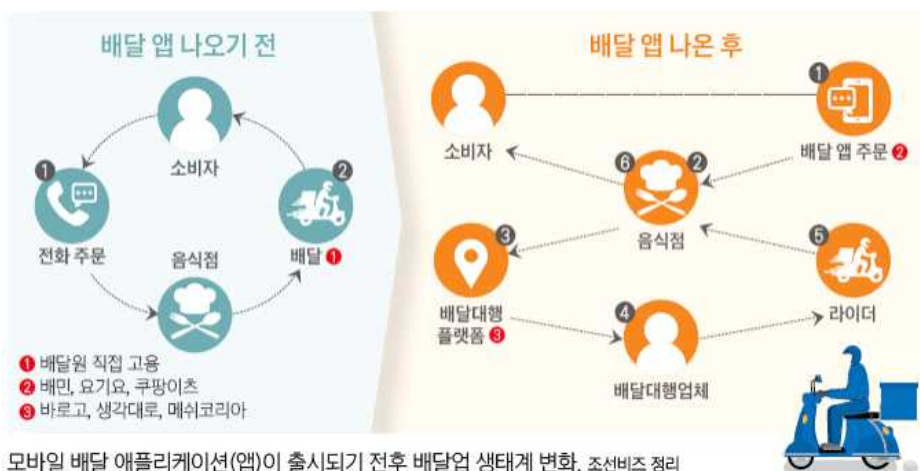
[그림 2-1] 배달앱 시장 진출 현황



▶ 공정거래위원회 공시 자료와 관련 기사) 등을 참고하여 제작성

- (배달방식) 기존에는 음식점에서 배달원을 직접 고용하여 배달하였으나, 배달앱과 배달대행업체 등 중개 플랫폼의 등장으로 배달방식이 다변화

[그림 2-2] 중개 플랫폼 등장에 따른 배달방식 변화



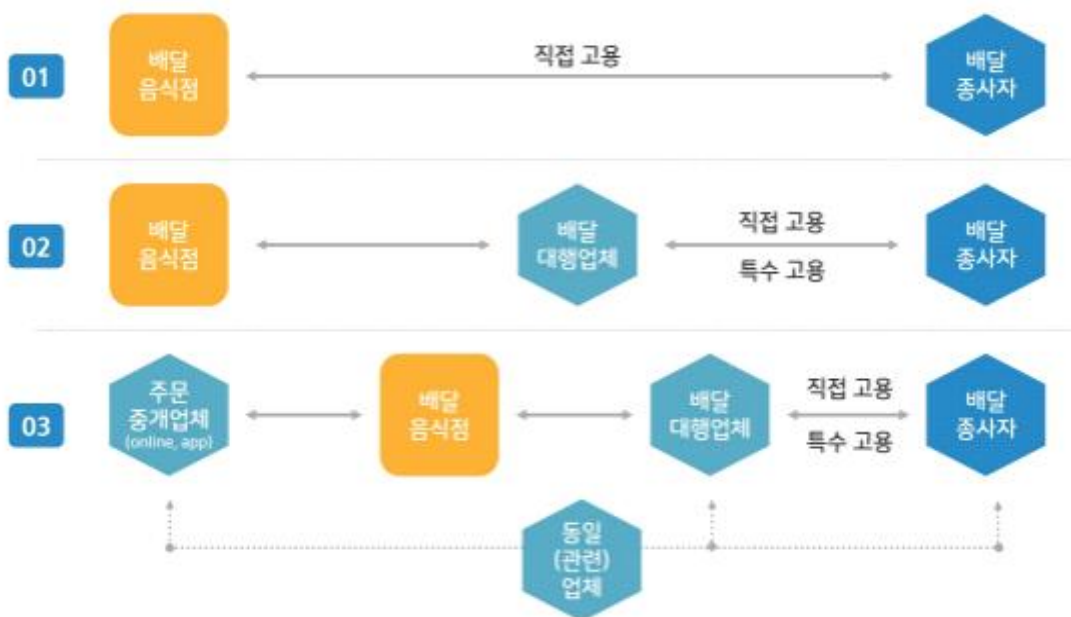
모바일 배달 애플리케이션(앱)이 출시되기 전후 배달업 생태계 변화. 조선비즈 정리

▶ 웃돈 주고 가맹점라이더 사고판다...1강 선점 경쟁 치열(이코노미조선 '22. 2. 9.)

1) 배달앱 관련 심의 의결서(공정위, '21. 2. 2.), “동네마다 공공배달앱.. 경쟁에 밀려 상당수 존폐기로(국민일보, '21. 12. 14.)

- 업체별로 차이가 있으나 일반적으로 (1) 배달원을 고용하여 배달하는 방식, (2) 배달대행업체(생각대로, 바로고, 만나플러스 등)를 통해 배달하는 방식, (3) 배달앱을 통해 배달하는 방식 등 크게 3가지로 나뉨.
- 배달앱을 통해 배달하는 방식에는 별도 배달대행업체를 이용하는 방식과 배달앱이나 동일(관련)업체가 운영하는 배달대행을 이용하는 방식(배민1, 쿠팡이츠, 요기요 익스프레스)이 있음.

[그림 2-3] 음식 배달 방식



▶ 외식산업 배달 실태에 관한 연구(한국외식산업연구원 '19. 8.)

- 전통적으로 배달원을 고용하여 배달하는 방식이 주로 사용되었으나, 최근에는 배달앱을 통한 주문이 크게 늘며 (3) 배달앱을 통해 배달하는 방식이 일반화됨.
- (배달방식 변화에 따른 일회용품 사용 증가) 최근 배달 플랫폼을 통한 음식 배달이 일반화되어 음식점이 더 이상 배달용기를 회수하지 않게 되자 플라스틱 배출량이 크게 증가하며 새로운 환경문제 대두
- 특히, 코로나19 팬데믹을 거치며 일회용품 사용이 최대화되어 일회용품 저감에 대한 정책적 필요성 및 사회적 공감대 증대

- 2020년 플라스틱 음식용기 생산량은 총 110,957t으로 2016년 64,081t 대비 73.0%가 증가했고, 2020년 공공 선별시설에서 하루 평균 처리한 플라스틱 폐기물은 전년 대비 18.9% 증가한 923t에 육박¹⁾
- 1인당 연간 배달음식 플라스틱 사용량은 1,341.6개(10.76kg)로 일부 배달 음식은 소형 소스·반찬용기 등 평균 32종의 일회용품이 사용되고 있는 것으로 나타남.¹⁾

□ (비용 구조) 배달방식에 따라 비용 구조도 다양하며 일반적으로 음식점은 배달앱에 주문중개수수료와 광고비를 지급하고, 배달대행업체에는 관리비(가맹비)*와 배달비**를 지급

* 음식점과 배달대행업체의 계약 내용에 따라 다르나 일반적으로 관리비가맹비 등 명칭 사용
 ** 배달비 = 기본 배달비 + 할증 비용(거리, 기상 할증 등)

- 배달비는 소비자가 부담하는 배달팁과 음식점이 부담하는 배달료로 구성되며 일반적으로 음식점이 소비자의 부담 비율을 설정
- 배달비는 주로 배달대행업체가 수취하며, 배달앱이 배달대행까지 담당하는 경우 배달앱이 배달비까지 수취
- 대부분 공개된 배달앱 수수료율과 달리 배달대행업체의 비용 부과기준 등은 공개되지 않아 명확한 기준을 공개할 필요가 있음.

[표 2-1] 음식배달 관련 비용

구분		비용	지급 대상
배달앱 미이용	배달원 고용	배달원 임금	고용배달원
	배달대행업체 이용	배달대행 관리비(가맹비) 및 배달비 등	배달대행업체
배달앱 이용	배달앱의 배달대행 이용	중개수수료 및 광고비, 배달비 등	배달앱
	별도 배달대행업체 이용	중개수수료 및 광고비 등	배달앱
		배달대행 관리비(가맹비) 및 배달비 등	배달대행업체

1) 「배달음식 플라스틱 용기 실태조사」(한국소비자원, '21. 10.)

2. 국내·외 시장 현황

- (음식배달 시장 급성장) 2021년 전 세계 음식배달 시장 규모는 2,940억 달러로 2018년 900억 달러 대비 3배 이상으로 성장했고, 2026년에는 4,660억 달러에 육박할 것으로 예상¹⁾

가. 미국

- (배달앱 시장 규모) 2020년 미국의 음식 배달앱 시장 총매출 규모는 265억 달러로 2025년에는 420억 달러에 이를 것으로 추정²⁾

[그림 2-4] 미국의 음식 배달앱 시장 총매출 규모²⁾



- (주요 배달앱 현황) 주요 배달앱으로 도어대시(DoorDash), 우버이츠(Uber Eates) 등이 있고, 이들은 배달주문에 대하여 15.0%~30.0%, 포장주문에 대하여는 6.0%의 수수료를 부과
 - 배달앱 수수료가 음식 가격의 최대 30.0%를 초과하자 샌프란시스코와 뉴욕시는 배달앱 수수료에 상한(배달수수료 15%, 광고수수료 5%)을 두는 법안을 통과시킴.³⁾

1) “전세계 음식배달 시장 규모 389조원으로 3년만에 3배 이상 급증”(동아사이언스, '22. 8. 19.)
2) “5달러 커피가 13달러에”...코로나가 바꾼 美요식업계 명암”(동아일보, '21. 2. 11.)
3) “수수료 상한제 부당”..美 3대 음식 배달업체, 뉴욕시 상대로 소송”(한국경제, '21. 9. 10.)

[표 2-2] 미국의 주요 배달앱 현황

앱명	DoorDash (도어대시)	Uber Eates (우버이츠)
사업자명	DoorDash, Inc.	Uber Technologies Inc.
배달수수료 (2022년 9월 기준)	15.0%~30.0%	
포장수수료 (2022년 9월 기준)	6.0%	
시장점유율 (2022년 5월 기준)	59.0%	27.0% (자회사 Postmates 포함)
본사	미국	미국
설립일	2013년 1월	2014년 8월

▶ 각 사 홈페이지 및 관련 기사¹⁾ 등 참고

□ (일회용품 저감 정책) 미국은 일부 도시를 중심으로 일회용품 사용 규제 및 재활용 비율 확대 관련 법안 발의 등 증가 추세

[표 2-3] 미국의 일회용품 저감 노력

구분	주요 내용
캘리포니아	- 법안 발의 및 의회 통과(SB54, 2022): 2028년까지 플라스틱 제품 재활용 비율 30%, 2032년까지 65%까지 확대, 2032년까지 일회용 플라스틱 사용 25%까지 축소, 일회용 플라스틱 제품 제조사용 기업에 수수료 부과
로스앤젤레스	- '일회용 식기류 조례 승인(2021): 시내 모든 식음료 판매 시설에서 고객의 요청 없이 일회용 식기 제공 금지 , 온라인 주문 플랫폼의 경우 일회용 식기류 요청 옵션을 포함시켜야 하며, 옵션을 선택하지 않은 소비자에게 일회용 식기류 제공 불가
메인·오리건	- 플라스틱과 포장재 물질 등에 대한 생산자책임재활용제도(EPR) 법안 통과

▶ 관련 기사²⁾ 등 참고

* 생산자책임재활용제도(EPR) : 제품의 생산자에게 그 제품이나 포장재의 폐기물에 대하여 일정량의 재활용 의무를 부여하고, 이를 이행하지 않을 시 생산자에게 재활용 부과금을 부과하는 제도(출처 : 한국환경공단)

1) “우버 음식 배달 전쟁에서 승리할까?”(뉴스핌, '22. 8. 8.)

2) “가주서 일회용 플라스틱 순차적 퇴출”(한국일보, '22. 7. 1.)

“식기류 등 준비물품 많아 업주들 부담 늘어”(중앙일보, '22. 4. 28.)

“열탱크에 라면봉지 넣자 기름 팔팔...리사이클링에 '날개'”(세계일보, '22. 6. 28.)

나. 유럽

- (온라인 음식배달 시장 규모) 2020년 유럽 온라인 음식배달 시장 규모는 약 138억 달러로 2026년에는 202억 7000만 달러에 육박할 것으로 예상¹⁾
- (주요 배달앱 현황) 주요 배달앱으로는 저스트잇테이크어웨이(Just Eat Takeaway), 우버이츠(Uber Eates), 딜리버루(Deliveroo)가 있고, 수수료는 14.0%~30.0% 부과

[표 2-4] 유럽의 주요 배달앱 현황

앱명	Just Eat Takeaway (저스트잇테이크어웨이)	Uber Eates (우버이츠)	Deliveroo (딜리버루)
사업자명	Just Eat Takeaway	Uber Technologies Inc.	Deliveroo
수수료 (2021년 영국 기준)	14.0%~30.0%	30.0%	
시장점유율 (2020년 기준)	45.0%	12.0%	10.0%
본사	네덜란드	미국	영국
설립일	2000년	2014년 8월	2013년

▶ 관련 기사²⁾ 등 참고

- (일회용품 저감 정책) EU는 ‘일회용 플라스틱 사용지침(2019)’에 따라 2021년부터 EU 역내에서 음식용기 등 10개 품목에 대한 판매금지 등 조치 마련

[표 2-5] EU의 일회용품 저감 노력

구분	주요 내용
일회용 플라스틱	- 일회용 플라스틱 지침(Directive (EU) 2019/904)을 통해 10개 품목 (음식용기, 식기류 등) 판매금지(2017. 7. 시행), 생산자책임제도 (EPR) 도입
플라스틱 포장재	- 2024년 말까지 모든 회원국은 모든 포장재에 대한 생산자책임 제도 도입 필요 - 플라스틱 포장재 재활용률 2025년 50%, 2030년 55% 목표
플라스틱세	- 2021년 1월부터 각 회원국에 재활용되지 않은 플라스틱 포장 폐기물 1kg당 0.8유로의 플라스틱세 부과

▶ 국제사회의 플라스틱 규제 현황과 시사점(KIEP 세계경제 포커스 '2022. 5. 9.), 도표 재작성

1) “유럽, 음식·서비스 배달 경쟁 가속화?”(애플경제, '21. 5. 24.)

2) “This is how the likes of Deliveroo, Just Eat and Uber Eats work”(KentOnline, '21. 3. 17.)

- (독일) 독일은 EU 일회용 플라스틱 지침 등을 자국법에 내재화한 개정된 포장재법을 발효(21. 7.)
 - 2022년부터 온 오프라인 플랫폼 운영자에 EPR(생산자책임재활용제도) 준수 여부 확인 의무가 부여되어 플랫폼 내 제품이 EPR 미준수 시 제재 대상에 포함)
 - 독일은 2019년부터 실폐장재법을 통해 모든 유형의 제조사 및 유통기업 (온·오프라인)에게 포장재 관련 회수, 재활용 등 의무를 부여2)

다. 중국

- (음식배달 시장) 2020년 중국 음식배달 거래량은 171.2억 건, 거래액은 8,352억 위안으로 나타났고, 음식배달 앱 사용자 수가 4억 5,600만 명을 돌파함.3)
- (주요 배달앱 현황) 메이투안와이마이(美團外賣)와 어러머(餓了么)가 94.2%의 시장점유율을 차지하고 있으며, 20.0% 내외의 수수료 부과(2020년 말 기준)
 - 2022년 2월 중국 당국은 외식업계의 비용 부담 완화를 위해 온라인 배달 플랫폼 기업들이 음식점에 부과하는 수수료를 낮추도록 지침을 내림.4)

[표 2-6] 중국의 주요 배달앱 현황

앱명	美团外卖 (메이투안와이마이)	饿了么 (어러머)
사업자명	Beijing Sankuai Online Technology Co., Ltd.	ELEME Inc.
수수료 (2020년 기준)	20.0%	
시장점유율 (2020년 말 기준)	67.3%	26.9%
본사	중국	중국
설립일	2013년 11월	2008년

▶ 관련 기사5) 등 참고

1) “EU 주요 환경 정책과 시사점”(한국무역협회 EU Trade Brief, '22. 8. 19.)
 2) “독일, 2019년 실폐장재법 도입”(KOTRA 해외시장 뉴스, '17. 11. 1.)
 3) 중국 딜리버리 앱 시장 현황(KOTRA 해외시장 뉴스, '21. 7. 16.)
 4) “중국, 음식배달 플랫폼에 수수료 인하 압박...메이탄 주가 급락”(연합뉴스, '22. 2. 22.)
 5) “배달 앱, 관건은 수수료다 ‘순평’이 시작한 치킨 게임”(뉴스포퓰, '20. 6. 29.)

- (일회용품 저감 정책) 중국은 폐플라스틱 수입 금지, 일회용품 생산 및 사용 제한 등 규제를 강화하는 추세로 2021년 '14.5 플라스틱 오염 제어 행동계획'을 발표

[표 2-7] '14.5 플라스틱 오염 제어 행동계획' 주요 내용

구분	주요 내용
플라스틱 제품의 녹색 설계	- 일회용 플라스틱 제품 표준 제정 및 제품 구조 설계 최적화로 복잡도를 감소시켜 플라스틱 제품의 재활용성 강화
일회용 플라스틱 제품 사용 감량	- 일회용 플라스틱 제품 판매 금지 제한 및 사용에 관한 국가 규정 이행 - 전자상거래, 배달 등 플랫폼 업체 등에 일회용 플라스틱 제품 감량 플랫폼 규칙 제정 촉구
플라스틱 폐기물 회수 및 운송 강화	- 전자상거래 플랫폼(배달 플랫폼 포함) 등의 플라스틱 폐기물의 규범적 회수 강도 제고 - 공급판매협동조합은 플라스틱 폐기물 규범 회수 대대적으로 전개

▶ 글로벌 해양 플라스틱 오염 문제: 중국의 플라스틱 산업 동향은?(KOTRA 해외시장 뉴스 '21. 12 21), 도표 재작성

- '플라스틱 오염관리의 추가 강화에 관한 의견(2020)' 발표 이후 이미 일부 지역에서 일부 플라스틱 제품에 대한 생산, 판매 및 사용을 금지·제한

라. 국내 현황

- (온라인 음식서비스 거래액 급증) 국내 온라인 음식서비스 거래액은 2021년 약 25조 6,783억원으로 2017년 2조 7,325억원 대비 839.7%가량 증가하며 최근 5년간 거래액이 9배 이상으로 급증
- 2017년 이후 모바일을 통한 거래액 비중이 매년 커지며 배달앱 등 모바일 플랫폼의 강세가 눈에 띈.

[표 2-8] 온라인 음식서비스 거래액

(단위 : 백만원)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년(~6월)
총합계	2,732,568	5,262,777	9,735,362	17,334,238	25,678,335	13,230,185
모바일쇼핑	2,354,254	4,773,004	9,069,334	16,434,234	24,982,810	12,941,367
인터넷쇼핑	378,319	489,773	666,029	900,004	695,527	288,821
모바일 비중(%)	86.2%	90.7%	93.2%	94.8%	97.3%	97.8%

▶ 온라인쇼핑몰 판매매체별/상품군별거래액(통계청 국가통계포털, '22. 9. 기준)

□ (주요 배달앱 현황) 주요 민간배달앱에는 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠 등이 있고 공공배달앱은 대구로, 떡깨비, 배달의 명수, 배달특급 등이 있음.

- 2021년 7월 기준 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠가 97.0%¹⁾의 시장점유율을 차지하고 있어 상위 3개 업체가 국내 시장을 독과점하고 있음.

[표 2-9] 국내 주요 배달앱 현황

구 분	앱명	사업자명*
민간배달앱	배달의민족	(주)우아한형제들
	요기요	(주)위대한상상
	쿠팡이츠	쿠팡(주)
공공배달앱	대구로	인성데이터(주)
	떡깨비	(주)떡깨비
	배달의명수	(주)올리고컴퍼니
	배달특급	코리아경기도(주)

▶ 배달앱 이용자 수 상위 업체(민간배달앱 '22년 6월, 공공배달앱 '22년 5월 기준), 업체명 가나다순

* 공공배달앱은 주로 지자체가 운영 등을 위탁한 민간업체가 운영(배달특급은 지자체 산하 공공기관이 운영)하고 있으며, 지자체는 행정적으로 지원

- 민간배달앱은 6.8%~27.0%까지 수수료가 부과되나, 공공배달앱의 경우 최대 2.0%로 민간배달앱 대비 수수료 부담 크게 절감

- 대부분 주문 건당 중개수수료를 부과하는 정률형으로 '배민'은 광고비로 명시하고 있으나, 용어에만 차이가 있을 뿐 '오픈리스트'의 경우 타배달앱의 정률형과 동일한 구조
- '배민'과 '요기요'의 정액형은 주로 '깃발'이라고 불리며 특정 구역에 점포가 노출되도록 광고를 추가하는 방식으로 광고비의 성격을 띠.
- '요기요'와 공공배달앱은 포장주문에 대하여도 수수료를 부과하고 있으며, '배달의민족'과 '쿠팡이츠'는 한시적으로 포장주문 수수료 부과를 유예함.

1) "악기 레슨·웹 디자인까지 저임금·불안정 노동 번져"(한겨레, '22. 6. 15.)

[표 2-10] 국내 주요 배달앱 수수료 등 현황

구분		수수료	
배달의민족	배민	오픈리스트 (정률형)	광고비 6.8%
		울트라콜 (정액형)	광고비 월정액 80,000원 (특정 구역 내 노출, 중복 가능)
	배민1 (단건배달*, 배달대행포함)	기본형	중개수수료 6.8% 배달료 0~6,000원
		배달비 절약형	중개수수료 15.0% 배달료 900~2,900원(주문금액별 차등)
		통합형	중개수수료+배달료 27.0%
	배민포장주문		한시적 무료(2022년 12월 31까지 연장)
요기요	주문 중개	정률형	중개수수료 12.5%
		정액형	중개수수료 월정액 (특정 동 내 노출, 중복 가능)
	요기요 익스프레스 (배달대행 포함)		주문 중개수수료+배달료 2,900원
	포장주문		중개수수료 12.5%
쿠팡이츠 (단건배달, 배달대행포함)	수수료 일반형	중개수수료 9.8% 배달료 1,764원~5,400원	
	수수료 절약형	중개수수료 7.5% 배달료 2,364원~6,000원	
	배달비 절약형	중개수수료 15.0% 배달료 900~2,900원(주문금액별 차등)	
	배달비 포함형	중개수수료+배달료 27.0%	
	포장주문	한시적 무료(2022년 12월 31까지 연장)	
공공배달앱		중개수수료 0.0%~2.0%(포장 시 동일)	

▶ 각 사 홈페이지 등 참고('22년 9월 기준)

※ 부가세 등 미포함, 결제수수료 등 별도

* 단건배달 : 일반(묶음)배달과 대비되는 배달 방식으로 배달원이 한 번에 주문 1건에 대한 배달만 수행하는 방식

- (일회용품 저감 정책) 우리나라도 ‘한국형(K)-순환경제 이행계획(2021)’을 발표하여 플라스틱 저감 및 순환경제 활성화 등을 위한 기반 마련

[표 2-11] 한국형(K)-순환경제 이행계획 주요 내용

구분	주요 내용
생산·유통단계 자원순환성 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 석유계 플라스틱을 석유계 혼합 바이오 플라스틱으로 전환 유도, 2050년까지 순수바이오 플라스틱으로 대체 촉진 - 제품 설계단계부터 순환이용이 쉬운 원료 사용, 재사용재제조 용이성 등을 고려하여 지속가능한 설계 적용 강화 - 2023년부터 플라스틱 제조업체에 대해 재생원료 사용 의무 부과 - 폐기물부담금(플라스틱세) 현실화로 플라스틱 생산 감축. (한국) 75~150원/kg, (EU) 1,075원/kg, (이탈리아) 605원/kg, (영국) 267원/kg - 플라스틱 재질 1회용품 사용 금지제한 확대(2021~)
친환경 소비 촉진	<ul style="list-style-type: none"> - ‘다회용기 음식배달 시범사업’ 추진 및 다회용기 세척시설 설치(2022) - 자원순환실천플랫폼을 통해 다회용기 배달매장 등에 관한 정보 제공 - 유통포장재 생산자책임재활용제도 도입(~2023) 및 유통사업자의 포장재 감량 재사용 의무화 검토(2023~)

▶ 출처 : “탄소중립을 위한 한국형(K)-순환경제 이행계획 수립”(환경부 보도자료, '21. 12. 31.)

- (생산자책임재활용제도) 생산자책임재활용제도는 제품 생산자나 포장재 이용 제품 생산자에게 재활용의무를 부여하는 제도이나 현재 음식점이나 배달앱은 대상에 포함되지 않음.
 - 최근 배달플랫폼 사업자에 포장폐기물 발생 억제 의무를 부여하고, 재활용 의무 생산자의 범위에 추가하는 법안이 발의되는 등 관련 논의 활발(강은미 의원 등 10인, '21. 12. 23.)
- (탄소중립실천포인트제) 탄소중립실천포인트제는 탄소중립 실천문화 확산을 위하여 다양한 민간기업의 친환경활동 이용 시 참여실적에 따라 인센티브를 지원하는 제도
 - 요기요 등 배달앱에서 다회용기 사용을 선택하여 배달음식을 주문 시 회당 1,000원(연 최대 70,000원)의 인센티브 부여

마. 국가별 비교

- 모든 국가에서 소수 배달앱이 시장을 장악하고 있으며, 일부 국가에서는 배달앱 수수료 상한제나 플라스틱 제품 판매금지 등 적극적인 규제 마련
 - 국내 배달앱의 최저수수료율은 타국 대비 낮고, 최고수수료율은 타국과 비슷한 수준이나, 최저수수료율 선택 시 배달료가 높아지는 등 소상공인의 부담은 일정
 - 국내에서도 배달앱 사업자에 재활용의무 등을 부담하게 하거나 배달비 상한제 도입, 수수료 가이드라인 제정 등을 다각적으로 검토할 필요

[표 2-12] 국가별 음식배달 시장 비교

구분	미국	유럽	중국	한국
시장 규모 (2020년)	265억 달러 (36조 1,328억원) ¹⁾	138억 달러 (18조 8,163억원) ¹⁾	8,352억 위안 (157조 1,011억원) ¹⁾	17조 3,342억원
주요 배달앱 시장점유율	86.0% (2022년)	67.0% (2020년)	94.2% (2020년)	97.0% (2021년)
주요 배달앱 수수료	15.0%~30.0% (2022년)	14.0%~30.0% (2021년 영국)	20.0% (2020년)	6.8%~27.0% (2022년)
배달앱 관련 주요 정책	<ul style="list-style-type: none"> ○ 배달앱 수수료 상한제 (샌프란시스코 뉴욕) 배달 15% 광고수수료 5% ○ 배달 시 옵션 미선택 소비자에게 일회용 식기류 제공 불가(LA) ○ 일회용 플라스틱 사용 기업 등에 수수료 부과 (캘리포니아) ○ 플라스틱포장재 등에 대한 EPR 법안통과 (메인 오리건) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 온오프라인 플랫폼에 포장재 회수, 재활용 의무 등 부여(독일) ○ 음식용기 식기류 등 10개 플라스틱 품목에 대한 판매금지 ○ 미재활용 플라스틱 포장폐기물에 대하여 플라스틱세 부과 ○ 모든 포장재에 대한 생산자책임제도 도입 (~2024) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 배달 플랫폼 기업들이 음식점 부과 수수료를 낮추도록 지침 ○ 일부 플라스틱 판매 금지 및 사용 제한 ○ 배달 플랫폼 기업들에 플라스틱 감량 규칙 제정/폐기물 회수 촉구 ○ 일회용 플라스틱 설계 최적화 등 플라스틱 재활용성 강화 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 배달 플랫폼에 포장 폐기물 발생억제 의무 부여 등(법안 발의) ○ '다화용기 음식배달 시범사업(탄소중립 실천포인트제 연계) ○ 폐기물부담금 현실화 플라스틱 생산 감축 ○ 유통포장재 EPR 도입 및 유통사업자 EPR 의무화 검토

1) '22. 11. 9. 환율 기준 환산(1달러 : 1,363.5원, 1위안: 188.1원)

바. 국내 수수료 상한제 도입 현황

- 국내에서도 배달 플랫폼 수수료 상한제 도입 요구가 확대되는 상황에서 국내에서 시행되고 있는 수수료 상한제 현황 등을 통해 배달 플랫폼 수수료 상한제 논의에 대한 시사점 제시
 - 국내 수수료 상한제로 (1) 부동산중개수수료 상한제, (2) 카드수수료 상한제, (3) 대부중개수수료 상한제, (4) 의료기관 제증명수수료 상한제 등이 있음.

[표 2-13] 국내 수수료 상한제 현황

분야	주요 내용	근거 법률
부동산중개 수수료 상한제	중개보수 상한율 적용 • (주택) 0.3%~0.7% • (오피스텔) 0.4~0.5% • (그 외) 0.9%	「공인중개사법」
카드수수료 상한제	영세가맹점에 대한 우대수수료를 적용 • (연매출액 3억 이하) 0.5% 이하 • (연매출액 3억~5억 이하) 1.1% 이하 • (연매출액 5억~10억 이하) 1.25% 이하 • (연매출액 10억~30억 이하) 1.5% 이하	「여신전문금융업법」
대부중개수수료 상한제	대부중개수수료 상한금액 적용 • (대부금액 5백만원 이하) 3.0% • (대부금액 5백만원 초과) 15만원+5백만원 초과금액의 2.25%	「대부업법」
의료기관 제증명수수료 상한제	의료기관의 제증명수수료 상한금액 적용 • 각 항목별 상한금액 존재	「의료법」

[참고]

1) 부동산중개수수료 상한제

- (개요) 부동산 중개보수는 부동산 거래가격과 연동된 구조로 부동산 거래 가격이 전반적으로 상승함에 따라 중개보수에 대한 부담이 증가하자 중개보수 개편 관련 국민의 요구 증가
- (근거 조항) 「공인중개사법」 제32조 및 「공인중개사법 시행규칙」 제20조

[표 2-14] 공인중개사법상 증개보수 상한요율

구분	거래내용	거래금액	상한요율	한도액
주택* (부속토지 포함)	매매·교환	5천만원 미만	1천분의 6	25만원
		5천만원 이상 2억원 미만	1천분의 5	80만원
		2억원 이상 9억원 미만	1천분의 4	
		9억원 이상 12억원 미만	1천분의 5	
		12억원 이상 15억원 미만	1천분의 6	
		15억원 이상	1천분의 7	
	임대차 등	5천만원 미만	1천분의 5	20만원
		5천만원 이상 1억원 미만	1천분의 4	30만원
		1억원 이상 6억원 미만	1천분의 3	
		6억원 이상 12억원 미만	1천분의 4	
		12억원 이상 15억원 미만	1천분의 5	
		15억원 이상	1천분의 6	
오피스텔 (전용면적 85제곱미터 이하, 전용입식 부엌, 전용수세식 화장실 및 목욕시설 구비)	매매·교환		1천분의 5	
	임대차 등		1천분의 4	
그 외	매매·교환·임대차 등		1천분의 9	

▶ 현행 「공인중개사법」 및 「공인중개사법 시행규칙」에 따른 요율

* 주택의 경우 해당 상한 내에서 특별시·광역시·도 또는 특별자치도의 조례로 정함.

2) 카드수수료 상한제

□ (개요) 가맹점의 협상력 차이 등으로 영세가맹점의 수수료가 높아 형평성 문제가 있다는 의견에 따라 2012년 「여신전문금융업법」을 개정하여 적격 비용에 기반한 카드수수료 체계 운영

○ 2012년 이후 3년마다 적격비용 재산정을 통해 카드수수료를 개편하고, 영세 가맹점에 대하여는 우대수수료를 적용

○ 가맹점이 부담하는 것이 합당한 비용(이하 “적격 비용”)만을 가맹점수수료를 산정에 반영하여야 함(「여신전문금융업감독규정」 제25조의4 제1호)

□ (근거 조항) 「여신전문금융업법」 제18조의3, 「여신전문금융업감독규정」 제25조의4 및 제25조의6

[표 2-15] 영세한 중소기업가맹점에 대한 우대수수료율

구분	가맹점수수료율
연간 매출액이 3억원 이하인 가맹점	0.5% 이하
연간 매출액이 3억원을 초과하고 5억원 이하인 가맹점	1.1% 이하
연간 매출액이 5억원을 초과하고 10억원 이하인 가맹점	1.25% 이하
연간 매출액이 10억원을 초과하고 30억원 이하인 가맹점	1.5% 이하

▶ 현행 「여신전문금융업감독규정」 제25조의6

[그림 2-5] 카드 수수료율 변동 경과

※ : 우대가맹점		신용카드 수수료율 (괄호 : 체크카드)			
		'12년말 개편	'15년말 개편	'18년말 개편	'21년말 개편
연 매 출	2억원 이하	1.5%(1.0%)	0.8%(0.5%)	0.8%(0.5%)	0.5%(0.25%)
	2~3억원	2.12%(1.6%)	1.3%(1.0%)	1.3%(1.0%)	1.1%(0.85%)
	3~5억원		2.09%(1.6%)		
	5~10억원			1.6%(1.3%)	1.5%(1.25%)
	10~30억원			2.06%(1.47%)	-
	30억원 초과		-		-
연간 누적 절감 규모		0.3조원 (+3,300억)	1.0조원 (+6,700억)	2.4조원 (+1.4조)	3.1조원 (+6,900억)

▶ 금융위원회 보도자료, ('22. 2. 24.)

3) 대부중개수수료 상한제

- (개요) 높은 중개수수료에 따른 무분별한 대출 모집 행태를 개선하고 고금리 업권의 저신용자 대출 여력을 확보하기 위하여 대부 중개수수료 상한 설정
- (근거 조항) 「대부업 등의 등록 및 금융이용자 보호에 관한 법률」 (이하 '대부업법') 제11조의2, 「대부업법 시행령」 제6조의8
 - 대부업자가 개인이나 소규모 법인에 대부하는 경우 대부중개업자등에게 지급하는 중개수수료는 해당 대부금액의 100분의 5의 범위에서 대부금액에 따라 일정 금액을 초과할 수 없음(대부업법」 제11조의2 제3항)

[표 2-16] 대부 증개수수료 상한금액

대부금액	증개수수료 금액
5백만원 이하	대부금액의 100분의 3에 해당하는 금액
5백만원 초과	15만원 + 대부금액 중 5백만원을 초과하는 금액의 100분의 2.25에 해당하는 금액

▶ 현행 「대부업법 시행령」 제6조의8 제2항

4) 의료기관 제증명수수료 상한제

- (개요) 제증명수수료는 의료기관의 자율결정 사항으로 동일한 증명서도 병원마다 가격 편차가 있어 의료기관을 이용하는 국민의 불만 제기 지속
- (근거 조항) 「의료법」 제45조의3, 「의료기관의 제증명수수료 항목 및 금액에 관한 기준」 제4조

[표 2-17] 제증명수수료 상한금액

연번	항목	기준	상한금액(원)*
1	일반진단서	의료법 시행규칙 [별지 제5호의2서식]에 따라 의사가 진찰하거나 검사한 결과를 종합하여 작성한 진단서를 말함	20,000
2	건강진단서	취업, 입학, 유학, 각종 면허 발급 등을 위해 의사가 건강상태를 증명하는 진단서를 말함	20,000
3	사망진단서	의료법 시행규칙 [별지 제6호서식]에 따라 의사가 환자의 사망을 의학적으로 확인 후 그 결과를 기록한 진단서를 말함	10,000
4	후유장애진단서	질병, 부상 등이 원인이 되어 신체에 발생한 장애로, 의사가 더 이상의 치료효과를 기대할 수 없다고 판단하는 진단서를 말함	100,000
5	상해진단서(3주미만)	의료법 시행규칙 [별지 제5호의3서식]에 따라 질병의 원인이 상해(傷害)로 상해진단기간이 3주 미만일 경우의 진단서를 말함	100,000
6	상해진단서(3주이상)	의료법 시행규칙 [별지 제5호의3서식]에 따라 질병의 원인이 상해(傷害)로 상해진단기간이 3주 이상일 경우의 진단서를 말함	150,000
7	진료기록영상(DVD)	영상진단, 내시경사진, 진료 중 촬영한 신체부위 등 영상 자료를 DVD를 이용하여 복사하는 경우를 말함	20,000
8	제증명서 사본	기존의 제증명서를 복사(재발급)하는 경우를 말함(동시에 동일 제증명서를 여러통 발급받는 경우 최초 1통 이외 추가로 발급받는 제증명서도 사본으로 본다)	1,000

▶ 보건복지부 보도자료('17. 9. 19.) 일부 발취

* 상한금액은 진찰료 및 각종 검사료 등 진료비용 미포함

Ⅲ 소비자상담 사례 분석

※ 최근 5년간(2017년~2021년) 1372소비자상담센터를 통해 접수된 소비자상담 데이터를 정리·분석함.

1. 주요 배달앱 소비자상담 현황

□ (건수) 최근 5년간 주요 배달앱 관련 소비자상담은 1,147건으로 매년 증가하고 있으며, '21년에는 전년 대비 148.7% 증가한 567건이 접수됨.

[표 3-1] 주요 배달앱 소비자상담 접수 현황

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	계
건수	50건	84건	218건	228건	567건	1,147건
증감률	-	68.0%	159.5%	4.6%	148.7%	-

▶ 품목 : '음식서비스', 사업자명 : '배달의민족', '우아한형제들', '요기요', '위대한상상', '쿠팡이츠', '쿠팡', '대구로', '인성데이타', '먹깨비', '배달의명수', '올리고컴퍼니', '배달특급', '코리아경기도'(7개 배달앱 앱명과 사업자명)로 조회

□ (상담사유별) 상담사유별로는 '계약불이행(불완전이행)'이 33.6%로 가장 많았고, 다음으로 '품질(17.2%)', '취소·청약철회(15.5%)', '부당행위(15.0%)' 순이었음.

[표 3-2] 배달앱 관련 상담사유별 접수 현황

(단위 : 건(%))

상담사유	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	계
계약불이행(불완전이행)*	16	23	74	74	198	385(33.6)
품질**	3	11	30	39	114	197(17.2)
취소·청약철회	10	23	38	38	69	178(15.5)
부당행위	4	14	36	36	82	172(15.0)
단순문의·상담	6	3	15	9	25	58(5.1)
표시·광고	3	5	11	6	18	43(3.7)
기타***	8	5	14	26	61	114(9.9)
계	50	84	218	228	567	1,147(100.0)

* 오배송, 배달 지연, 미배달 등

** 이물 혼입, 음식 섭취 후 이상 증상, 품질 불량 등

*** 가격·요금, 안전 등

2. 주요 상담 사례

사례 1 : 배달앱 내 사진과 실제 배달된 음식이 너무 다름

A씨는 배달앱에서 메뉴 사진을 보고 음식을 주문하였으나 실제 배달된 음식은 배달앱 내 사진과 너무 달라서 어떻게 해야 하는지 문의함.(2017. 5.)

사례 2 : 배달앱에서 주문한 음식 중 일부가 누락됨

B씨는 배달앱에서 떡볶이와 튀김 4개 등을 주문하였으나, 치즈와 튀김 2개가 오지 않음. 이에 업체에 연락하여 미배달분에 대하여 일부 환급을 요청하려고 하였으나 업체가 전혀 전화를 받지 않는바 처리 방안에 대하여 문의함.(2018. 2.)

사례 3 : 배달앱이 부당하게 계약해지를 요구함

C씨는 배달앱에 입점해있는 소상공인으로 한 고객이 음식을 주문한 다음 날 머리카락이 나왔다면 환급을 요청하자 이를 거부함. 이후 고객과 실랑이를 하던 중 고객이 C씨를 고소하였고, 배달앱 측에서 계약위반이라고 주장하며 일방적으로 계약을 해지함.(2019. 2.)

사례 4 : 배달앱에서 주문한 음식에서 이물이 발견됨

D씨는 배달앱에서 볶음밥을 주문하여 음식을 받아보았으나 볶음밥에 재가 섞여있어 배상이나 신고 절차를 문의함.(2020. 3.)

사례 5 : 배달앱에서 커피를 주문하였으나 미배달됨

E씨는 배달앱에서 커피를 주문하여 50분 후 도착한다고 문자로 안내받음. 그러나 약속된 시간에도 커피가 도착하지 않아 이의제기하였고, 업체와 배달기사는 모두 배달을 완료하였다고 주장하여 처리 방안에 대하여 문의함.(2020. 12.)

사례 6 : 배달앱에서 음식 주문 후 배달이 지나치게 지연됨

F씨는 배달앱에서 음식을 주문하였으나 도착예정시간 50분이 지나도 오지 않았고, 20분을 더 기다렸음에도 오지 않아 취소 신청함. 주문취소가 거절되어 배달앱에 연락했으나 전혀 연락을 받지 않았고, 결국 1시간 30분만에 음식을 수령함.(2021. 4.)

IV

배달앱 가격 실태조사

1. 조사 개요

- (조사 대상) ‘배달의민족’ 등 민간배달앱 3개와 ‘배달특급’ 등 공공배달앱 4개
- (조사 내용) 배달앱 수수료와 배달비 등 배달 플랫폼 관련 가격 실태조사
 - (시장 변화 분석) 배달 플랫폼 등장 이전과 등장 이후의 음식배달 시장 및 배달 비용 변화 분석
 - (공공배달앱 배달비 조사) 공공배달앱 배달비 조사 및 민간배달앱과 비교분석
 - (배달앱별 가격 차이 조사) 동일 음식점이 배달앱별로 음식 가격이나 배달비에 차이를 두고 있는지에 대하여 실태조사
 - (이중가격 차이 분석) 실제 매장에서의 음식가격이 배달앱상의 음식 가격과 어떻게 다른지 현장 실태조사

[표 4-1] 배달앱 가격 실태조사 내용

구분	조사 방법
1. 음식배달 시장 변화에 따른 비용 변화 분석	한국소비자원 참가격 외식비 현황 및 배달앱 관련 선행연구 등을 통한 비교조사
2. 공공배달앱 배달비* 조사 - 민간배달앱과 공공배달앱의 배달비 비교	민간배달앱과 공공배달앱간 배달비 비교 (민간배달앱은 배달비 공시제 자료 활용)
3. 배달앱별 가격 차이 조사	음식점의 음식 가격 및 배달비가 배달앱별로 어떻게 달라지는지 비교조사
4. 배달앱과 매장음식 가격 차이 조사	배달앱에서의 음식 가격이 매장에서 어떻게 달라지는지 비교조사

* 이하의 배달비는 소비자가 부담하는 배달팁을 의미

2. 음식배달 시장 변화에 따른 비용 변화 분석

□ (조사 배경) 2018년 이후 배달비 유료화가 확산되었고) 최근에는 소비자의 배달비 부담이 더 커지는 등 음식배달 시장의 수수료 및 배달비 부과 구조 등에 대한 의문 확산

- 배달 플랫폼 등장 이전의 음식배달 시장과 배달 플랫폼 등장 이후의 음식배달 시장을 비교분석

1) 소비자 관점

□ (서비스의 질적 향상) 배달 플랫폼의 등장으로 서비스의 품질은 향상되며 소비자는 더 나은 서비스를 누리게 됨.

- (배달음식 다양화) 중국집 등 일부 음식점에서만 가능하던 배달이 다양한 음식점에서도 가능해져 소비자의 선택권 확대
- (구매 편의성 향상) 배달 플랫폼 등장 이전 대비 소비자의 구매 편의성 향상
 - (주문 편의성) 직접 음식점에 전화하여 주문해야 하는 번거로움 없이 배달앱을 통해 클릭 몇 번으로 주문이 가능
 - (결제 편의성) 배달앱 내에서 다양한 결제 수단을 활용하여 신속한 결제 가능
- (정보 접근성 개선) 음식점과 메뉴, 다른 사람의 후기 등을 직접 검색해야 했으나, 배달앱 내에서 바로 확인 가능
- (기타 혜택) 이벤트 참가나 할인쿠폰 발급 등을 통해 주문 시 혜택 적용 가능

□ (소비자 부담 증가) 배달 플랫폼 등장 전인 2005년과 배달비 유료화가 정착된 2018년, 업계가 배달비를 인상한 2021년의 음식배달 시장을 자장면 1그릇 가격을 기준으로 비교할 때 배달가격 증가율은 외식가격 증가율의 2배에 육박

1) “[막내린 ‘공짜배달’]“공짜는 없다”...외식업계, 배달 유료화 확산에 소비자 분통”(이데일리, '18. 6. 28.)

- 소비자가 배달비를 부담하게 되었고, 자장면 1그릇 배달도 최소 주문금액 등으로 인해 불가능하게 되어 결국 소비자는 음식배달에 과거 대비 더 많은 비용을 지불하게 됨.

[표 4-2] 자장면 배달가격 비교

구분	2005년	2018년	2021년
자장면 외식가격(a)	3,277원	4,944원	5,382원
증가액/증가율	-	1,667원/50.9%	438원/8.9%
소비자 부담 배달비(b)	무료	1,650원	2,250원
자장면 배달가격(a+b)	3,277원	6,594원	7,632원
증가액/증가율	-	3,317원/101.2%	1,038원/15.7%

▶ 한국소비자원 참가격 내 외식비 가격(전국 평균) 및 관련 기사¹⁾ 등 참고

※ 기본 배달비만 발생하며, 소비자점주가 각각 기본 배달비(배달대행 수수료)의 50%를 부담한다고 가정

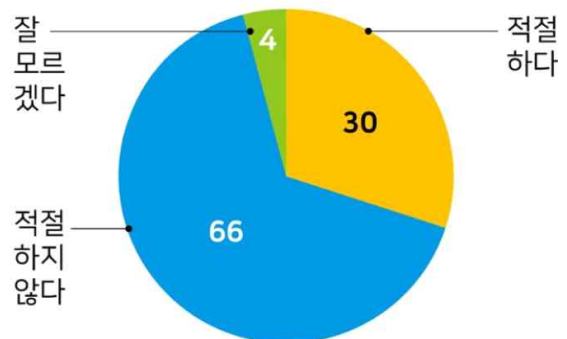
□ (합리적인 배달비 기준 필요) 소비자도 더 나은 서비스를 체감하며 배달비를 부담하는 것에 어느 정도 동의하고 있었으나, 현재의 배달비 수준에 대하여는 대부분(66%)이 부적절하다는 의견²⁾

- 실제 배달비는 소비자가 생각하는 합리적인 수준을 상회하고 있어 소비자가 수용할 수 있는 배달비 기준 마련 필요

[표 4-3] 배달앱 주문 시 합리적 배달비 수준²⁾ [그림 4-1] 주이용 배달앱의 배달비에 대한 인식²⁾

구분	비율
배달비 없음	3%
1,000원 미만	1%
1,000원 이상~1,500원 미만	20%
1,500원 이상~2,000원 미만	20%
2,000원 이상~2,500원 미만	46%
2,500원 이상~3,000원 미만	6%
3,000원 이상~3,500원 미만	15%
3,500원 이상~4,000원 미만	0%
4,000원 이상~5,000원 미만	1%
5,000원 이상	1%
잘 모르겠다	1%
합리적인 배달비 평균 = 1,943원	

가장 많이 이용하는 배달앱에서 책정된 배달비에 대해 어떻게 생각하나(%)



1) “옛 자장면값, 기억하나요?...2000 vs 2022 물가 비교해보니”(이코노미스트, '22. 2. 26.)

“치킨업계 잇따른 가격인상에도 BBQ “당분간 가격인상 없다””(노컷뉴스, '21. 12. 15.)

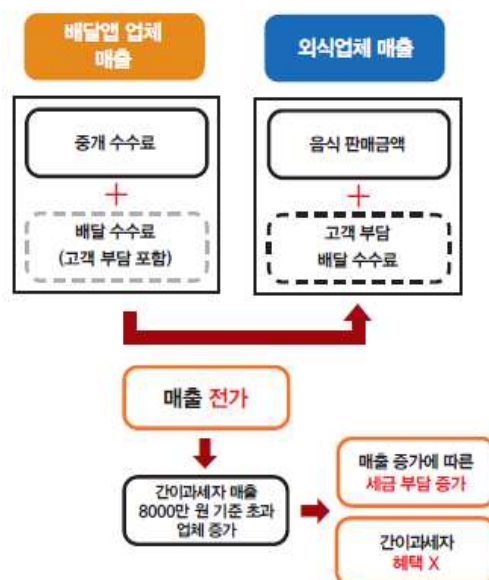
2) “이용자 66% “배달비 부적절”...풀액셀 뺀 배달앱 인기 주춤하나 [여론 속의 여론]”(한국일보, '22. 3. 12.)

2) 소상공인 관점

- (영업 편의성 향상) 배달 플랫폼 등장 이전 대비 점주의 영업 편의성 향상
 - (관리 효율화) 배달앱을 통해 주문관리, 매출관리 등이 용이해지고, 전단지 제작하거나 일간지에 직접 광고할 필요가 없어지는 등 광고관리도 간편화
 - (인건비 등 절감) 유류비 등 배달 오토바이 관련 비용 절감, 최저시급 상승 및 각종 보험료율 인상 등에 따른 배달원 및 주문관리 인건비 등 절감
 - (다각화된 사업 구상 가능) 배달주문을 받지 않던 음식점이 배달을 개시하거나 배달전문점으로 창업하는 등 다각화된 사업 구상 가능

- (소상공인 부담 증가) 음식점은 중개수수료·광고비·배달료·관리비 등 플랫폼에 2·3중으로 비용을 지출하고 있으며, 플랫폼의 출혈경쟁 등으로 부담이 가중
 - (매출 및 부가세 전가) 단건 배달의 경우 소비자 부담 배달비가 점주의 매출로 잡혀 세금이 증가¹⁾하고, 소비자 부담 배달비의 부가세도 점주가 부담²⁾한다는 문제가 제기됨.

[그림 4-2] 매출 전가에 따른 문제점



▶ 한국외식업중앙회, 음식과 사람 2022년 6월호

1) 한국외식업중앙회, 음식과 사람 2022년 6월호

2) “단건 배달앱 자영업자들 부가세 논쟁...배달료는 고객과 분담하는데 세금은 왜 자영업자가 다 내?”(소비자가 만드는 신문, '22. 3. 15.)

- (비용 시뮬레이션) 음식 가격 2만원, 2km 미만 거리의 음식 배달을 가정할 때, 점주는 매출의 평균 24.53%~30.8%(공공배달앱은 17.6%)을 플랫폼에 지급
 - 소비자가 부담하는 비용을 포함하여 배달앱은 매출액의 10.78%~45.45%(공공배달앱은 3.85%)를 수취하고, 배달대행업체는 매출액의 23.75%를 수취
- 평균적인 배달 외 지출을 가정할 때 점주에게는 식재료비, 임대료, 인건비, 세금을 제하고 3.1%~9.37%(공공배달앱은 16.3%) 정도의 이익만 남음.

[표 4-4] 음식가격 2만원*, 2km 미만 거리 배달 시 비용 시뮬레이션

구분			단건배달		일반배달		
			배민 (기본형 요금제)	쿠팡이츠 (수수료 일반형)	배달의민족 (오픈리스트)	요기요 (정통형)	공공배달앱 (배달특급)
음식점	배달앱 관련 비용(a)	중개수수료	1,496원	2,156원	1,496원	2,750원	220원
		결제수수료	660원	660원	660원	660원	550원
		점주 부담 배달비	3,600원 ¹⁾	3,273원 ¹⁾	-	-	-
	배달대행 관련 비용(b)	기본 가맹비	-	-	550원 ²⁾	550원 ²⁾	550원 ²⁾
		점주 부담 배달비	-	-	2,200원	2,200원	2,200원
	배달 관련 지출 합계(c=a+b) (매출 대비 배달 관련 지출 비중)		5,756원 (28.78%)	6,089원 (30.45%)	4,906원 (24.53%)	6,160원 (30.80%)	3,520원 (17.60%)
	음식점 수입(d=20,000-c) (매출 대비 음식점 수입 비중)		14,244원 (71.22%)	13,911원 (69.55%)	15,094원 (75.47%)	13,840원 (69.20%)	16,480원 (82.40%)
	음식점 배달 관련 외 지출(e) (매출 대비 배달 관련 외 지출 비중)		13,220원 (66.1%) ³⁾				
순이익(d-e) (매출 대비 순이익률)		1,024원 (5.12%)	691원 (3.46%)	1,874원 (9.37%)	620원 (3.10%)	3,260원 (16.30%)	
소비자	소비자 부담 배달비	배달앱 수취(A)	3,000원	3,000원	-	-	-
		배달대행 수취(B)	-	-	2,000원	2,000원	2,000원
배달업계	배달앱 수입(a+A) (매출 대비 배달앱 수입 비중)		8,756원 (43.78%)	9,089원 (45.45%)	2,156원 (10.78%)	3,410원 (17.05%)	770원 (3.85%)
	배달대행업체 수입(b+B) (매출 대비 배달대행업체 수입 비중)		-	-	4,750원 (23.75%)	4,750원 (23.75%)	4,750원 (23.75%)

▶ 각 사 수수료를 및 배달비 공시제 최빈 배달비('22. 9. 기준) 등 참고

※ 단순 비교를 위해 일반적인 상황을 가정하고 있으며 실제와 다를 수 있음.

소비자와 점주가 배달비의 50%를 각각 부담한다고 가정하며 점주 부담 비용에 대한 부가세 포함

* 소비자가 주로 주문하는 음식의 가격대는 1~2만원대(p50 참고)로 평균 주문금액을 가정하여 계산

□ (플랫폼 수수료 조정 필요) 음식 배달 시 플랫폼 수수료 부담이 커 소상공인도

수용할 수 있도록 플랫폼 수수료 조정 및 상생 대책 마련 필요

1) 31p 각주 2) 참고

2) ““치킨 팔아 뭐하나, 배달대행사에 수수료로 다 뜯겨”...자영업자들 피눈물”(매일경제, '22. 3. 10.)

3) 2021년 일반음식점업 매출 대비 식재료비·고용인 인건비·임차료·세금 비율(외식업체경영실태조사, 농림축산식품부)

3. 공공배달앱 배달비 조사

- (조사 배경) 민간배달앱 배달비 현황은 매월 공시되고 있으나, 공공배달앱은 대상에 포함되지 않아 관련 정보 부재
- (조사 개요) 한국소비자단체협의회의 '22년 10월 민간배달앱 배달비 공시제 조사 방법을 참고하여 공공배달앱 배달비 시범 조사

공공배달앱 배달비 조사 계획(안)

- 조사 대상 : 대구로, 먹깨비, 배달의명수, 배달특급
- 조사 품목 : 분식, 치킨, 한식
- 조사 기간 : 2022. 10. 30. 12:00 ~ 15:00
- 조사 방법 : 공공배달앱별 주문 가능 지역*의 특정 주소지를 선정하여 소비자가 많이 이용하는 주말 점심시간(12시~15시)에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사(앱당 최소 50개 표본)
 - * 주문 가능 지역이 너무 많은 경우 인구수 하위 일부 지역 제외
 - 각 공공배달앱 주문 가능 지역의 인구수*를 고려하여 읍·면·동별 특정 주소지 선정, 각 주소지에서 4km 미만 내의 분식, 치킨, 한식(짬뽕 중심) 업체를 검색
 - * 행정안전부 주민등록 인구통계(22. 9.) 기준으로 인구수 등을 고려하여 구(동) 선정
- 조사 지역 : '22년 9월 기준 각 배달앱의 주문 가능 지역 중 일부 지역

구분	시·군·구	읍·면·동
대구로	대구 중구	남산4동, 성내2동
	대구 동구	안심1동, 도평동
	대구 달서구	진천동, 두류3동
먹깨비	서울시 송파구	위례동
	서울시 중구	약수동
	시흥시	은행동
	성남시 분당구	운중동
	성남시 중원구	성남동
	세종시	조치원읍
	천안시 서북구	부성2동
	청주시 흥덕구	가경동
배달의명수	군산시	수송동, 나운3동, 조촌동, 나운2동, 흥남동, 성산면, 서수면, 해신동, 나포면
배달특급	서울시 성동구	왕십리도선동, 송정동
	수원시 권선구	권선2동
	용인시 기흥구	구갈동
	고양시 덕양구	화정1동
	성남시 분당구	운중동
	화성시	동탄7동

1) 공공배달앱 배달비

- (조사 결과) 소비자의 배달 이용률이 높은 주말(10월 넷째주) 점심시간 4개 공공배달앱의 거리별 총 218개 분식·치킨·한식 음식점의 배달비 조사
- (배달 거리에 따른 배달비) 공공배달앱의 배달비를 거리별로 분석한 결과 4개 배달앱의 2km 미만의 거리 기준 배달비 최빈값은 2,000원~3,000원 수준으로 모두 거리가 증가함에 따라 최대 1,000원까지 배달비가 인상됨.
- 배달앱 간 단순 비교 시 '대구로', '배달의명수' 대비 '먹깨비', '배달특급'의 배달비가 상대적으로 비싼 것으로 나타남.

[표 4-5] 공공배달앱 배달 거리에 따른 배달비 현황

(단위 : 원)

거리구간	대구로 (N=54)		먹깨비 (N=53)		배달의명수 (N=54)		배달특급 (N=57)	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	2,000	4,000	3,000	4,500	2,000 3,000	3,500	3,000	4,000
2km~3km 미만	2,000	4,000	3,000 3,500 4,000	7,000	3,000	5,000	3,000	5,500
3km~4km 미만	3,000	6,500	4,000	7,000	3,000	4,500	3,000 4,000	7,000

* 각 거리별 최고 가격에 Bold 표시

** 최빈 배달비가 2개 이상인 경우 모든 값이 동수

- (지역별 배달비) 공공배달앱의 배달비를 지역별로 재분류한 결과 서울, 경기 등 수도권이 타지역에 비해 상대적으로 배달비가 비싼 것으로 나타남.

[표 4-6] 공공배달앱 지역에 따른 배달비 현황

(단위 : 원)

거리구간	서울 (N=33)		경기 (N=59)		대구 (N=54)		세종천안청주 (N=18)		군산 (N=54)	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	3,000	4,000	3,000	4,500	2,000	4,000	3,000	4,000	2,000 3,000	3,500
2km~3km 미만	4,000	5,000	3,000	5,500	2,000	4,000	-	7,000	3,000	5,000
3km~4km 미만	3,000 5,000	7,000	4,000	7,000	3,000	6,500	-	6,500	3,000	4,500

* 각 거리별 최고 가격에 Bold 표시

2) 민간배달앱 배달비와 비교

- (민간배달앱·공공배달앱간 비교) 공공배달앱 배달비를 10월 민간배달앱 배달비 공시 자료와 비교분석
 - (서울 시내 배달비 비교) 공공배달앱은 서울 이외의 배달비도 포함되어 있어 서울에서 이용 가능한 '떡깨비', '배달특급'의 서울 시내 배달비와 민간배달앱 배달비를 비교
 - 공공배달앱과 민간배달앱의 배달비는 단건 배달을 제외하고는 비슷한 수준으로 거리에 따라 공공배달앱의 배달비가 더 비싼 경우도 있음.

[표 4-7] 서울 시내 배달 거리에 따른 배달비 현황('22. 10.)

(단위 : 원)

거리구간	단건배달				배달의민족		요기요		요기요 익스프레스		공공배달앱 (떡깨비 배달특급)	
	배민1		쿠팡이츠									
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	4000	6000	3,000	4,000	3,000	5,300	3,000	5,500	2,600	3,100	3,000	4,000
2km~3km 미만	4770	6,540	3,000	4,000	4,000	7,000	3,000	5,500	3,600	4,100	4,000	5,000
3km~4km 미만	5,310	8,080	6,000	7,000	3,000	8,000	3,000	6,000	-	6,100	3,000 5,000	7,000

▶ 한국소비자단체협의회 배달비 조사 보도자료 참고(한국소비자단체협의회 물가감시센터 '22. 10.)

* 각 거리별 최고 가격에 Bold 표시

** 민간배달앱 : 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동 주소지의 분식, 치킨, 한식 업종 주말 점심시간 기준('22. 10.)

공공배달앱 : 서울 3개 구, 4개 동 주소지의 분식, 치킨, 한식 업종 주말 점심시간 기준('22. 10.)

- (수수료 절감에 따른 소비자 혜택은 미미) 공공배달앱의 중개수수료가 민간 배달앱 대비 크게 낮음에도 소비자 배달비는 차이가 없거나 비싼 경우도 있어 공공배달앱의 저렴한 수수료 혜택이 소비자에게 돌아가는 부분은 한정적임.
 - 위와 비슷하게 공공배달앱과 민간배달앱에 동시에 입점한 597곳의 음식점 중 168곳(28.14%)은 공공배달앱에서 더 높은 배달비를 책정한 것으로 나타나¹⁾ 등 배달앱별 가격 차이 관련 추가 조사 필요

1) “[팩트인사이드] ‘배달특급’ 배달비가 다른 배달앱보다 비싸다?”(중부일보, '22. 9. 23.)

[그림 4-3] 공공배달앱 배달비 현황

대구로	먹깨비																						
<h3>짬뽕</h3> <p>★ 4.9 (100+) ♥ 단골 짬 (88)</p> <p>☎ 전화하기 📄 공유하기</p> <p>최소주문금액 18,000원 배달소요시간 40~120분 결제방법 바로결제, 만나서결제(카드/현금) 배달팁 2,000원 자세히 매장위치 대구 (약 1,653m)</p> <p>지도로보기 주소 복사</p> <hr/> <p>메뉴 정보 리</p>	<h3>떡볶이</h3> <p>★ 4.5 리뷰 4개 ></p> <p>매장정보</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>🎫 스탬프 5장 적립시 모듬튀김 가격 무료</p> </div> <p>배달시간 약 40분~50분 최소주문금액 5,900원 결제방법 시루 가맹점, 즉시결제, 현장결제 배달비 500 ~ 4,500원 자세히 배달위치 1.1km (배달위치 주소지 기준)</p> <p>♥ 단골가게 (4) 🗣 카톡공유</p> <p>최소주문금액 : 5,900원</p> <hr style="border: 1px solid yellow;"/>																						
<div style="text-align: center;"> <h3>짬뽕</h3> <p>★ 4.9 (100+) ♥ 단골 짬 (88)</p> <p>☎ 전화하기 📄 공유하기</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <h4>배달팁 안내</h4> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>최소주문금액</th> <th>배달팁</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>18,000원 이상</td> <td>2,000원</td> </tr> </tbody> </table> <p style="font-size: small;">아래 할증 금액이 배달팁에 포함되어 있습니다. · 지역별 할증 +1,000원</p> <p style="text-align: right; color: blue;">확인</p> </div> <p>대표메뉴 빼있는 짬뽕 순살짬뽕</p> <p>대표메뉴</p>	최소주문금액	배달팁	18,000원 이상	2,000원	<h3>배달요금 안내</h3> <p>배달요금은 거리, 금액, 날씨 등에 따라 매장에서 사장님이 직접 입력합니다.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td>기본 배달팁</td> <td></td> </tr> <tr> <td>16,000원 이상</td> <td style="text-align: right;">0원</td> </tr> <tr> <td>14,000원 ~ 16,000원 미만</td> <td style="text-align: right;">2,000원</td> </tr> <tr style="border: 2px solid red;"> <td>5,900원 ~ 14,000원 미만</td> <td style="text-align: right;">4,000원</td> </tr> <tr> <td>지역별 추가 배달팁</td> <td></td> </tr> <tr style="border: 2px solid red;"> <td>은행동</td> <td style="text-align: right;">+500원</td> </tr> <tr> <td>매화동 · 방산동 · 포동 · 미산동</td> <td style="text-align: right;">+3,000원</td> </tr> <tr> <td>심야할증 배달팁</td> <td></td> </tr> <tr> <td>일요일 00:00 ~ 00:00</td> <td style="text-align: right;">+0원</td> </tr> </tbody> </table>	기본 배달팁		16,000원 이상	0원	14,000원 ~ 16,000원 미만	2,000원	5,900원 ~ 14,000원 미만	4,000원	지역별 추가 배달팁		은행동	+500원	매화동 · 방산동 · 포동 · 미산동	+3,000원	심야할증 배달팁		일요일 00:00 ~ 00:00	+0원
최소주문금액	배달팁																						
18,000원 이상	2,000원																						
기본 배달팁																							
16,000원 이상	0원																						
14,000원 ~ 16,000원 미만	2,000원																						
5,900원 ~ 14,000원 미만	4,000원																						
지역별 추가 배달팁																							
은행동	+500원																						
매화동 · 방산동 · 포동 · 미산동	+3,000원																						
심야할증 배달팁																							
일요일 00:00 ~ 00:00	+0원																						

배달의명수	배달특급						
<p style="text-align: center;">김밥 ★3.8 (리뷰10, 사장님 0) 상품권 모바일</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최소주문금액 15,000원 • 결제방법 바로 결제, 만나서 결제 • 배달금액 3,000원 자세히보기 • 배달시간 30분~50분 <p style="text-align: center;">전화 공유 찜</p> <p style="text-align: center;">메뉴 정보 리뷰</p> <p style="text-align: center;">대표메뉴 김밥류 별미류 분식류</p>	<p style="text-align: center;">떡볶이 ★★★★★ 4.8</p> <p style="text-align: center;">찜 17 전화 공유</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> COUPON 사장님 쿠폰 (1,000원 할인) 외 2개 </div> <p style="text-align: center;">배달주문 픽업주문</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최소주문 15,000원 • 운영시간 평일 오전 10:30 ~ 오후 10:30 토요일 오전 10:30~오후 10:30 일요일 오전 10:30~오후 10:30 • 기본배달비 0원 ~ 2,000원 • 추가배달비 2,500원 요금상세 • 배달지역 동화동, 왕십리도선동, 청구동, 신당동, 황학동, 왕십리제2동, 신당제5동, 사근동, 약수동, 제기동, 행당제2동, 삼선동, 마장동, 행당제1동, 금호1가동, 다산동, 금호2.3가동, 안암동, 이화동, 응봉동, 금호4가동, 송인제2동, 송인제1동, 용신동, 옥수동, 전농제2동, 답십리제2동, 성수1가제1동, 답십리제1동, 전농제1동, 휘경제2동, 성수1가제2동, 청량리동, 용답동, 장안제1동, 성수2가제3동, 성수2가제1동, 한남동, 장안제2동, 송정동 						
<p style="text-align: center;">김밥 ★3.8 (리뷰10, 사장님 0) 상품권 모바일</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최소주문금액 15,000원 • 결제방법 바로 결제 만나서 결제 <div style="border: 1px solid gray; padding: 10px;"> <p>배달료 정보</p> <p style="text-align: center;">3,000원 나운동 산북동, 소릉동</p> <p style="text-align: center; border: 1px solid gray; border-radius: 15px; width: 50px; margin: 0 auto;">닫기</p> </div>	<p style="text-align: center;">전체메뉴 매장정보 리뷰</p> <p>동화동, 왕십리도선동, 청구동, 신당동, 황학동, 왕십리제2동, 신당제5동, 사근동, 약수동, 제기동, 행당제2동, 삼선동, 마장동, 행당제1동, 금호1가동, 다산동, ...</p> <p>기본 배달비</p> <table border="1"> <tr> <td>• 2,000원</td> <td>15,000원 이상</td> </tr> <tr> <td>• 1,000원</td> <td>30,000원 이상</td> </tr> <tr> <td>• 0원</td> <td>50,000원 이상</td> </tr> </table> <p>추가 배달비</p> <p>지역별 추가 요금</p> <ul style="list-style-type: none"> • 500원 동화동, 왕십리도선동, 청구동, 신당동, 황학동, 왕십리제2동, 신당제5동 • 1,500원 사근동, 약수동, 제기동, 행당제2동, 삼선동, 마장동, 행당제1동, 금호1가동, 다산동 • 2,000원 금호2.3가동, 안암동, 이화동, 응봉동, 금호4가동, 송인제2동, 송인제1동 • 2,500원 용신동, 옥수동, 전농제2동, 답십리제2동, 성수1가제1동, 답십리제1동, 전농제1동, 휘경제2동, 성수1가제2동, 청량리동, 용답동 • 3,000원 장안제1동, 성수2가제3동, 성수2가제1동, 한남동, 장안제2동 송정동 	• 2,000원	15,000원 이상	• 1,000원	30,000원 이상	• 0원	50,000원 이상
• 2,000원	15,000원 이상						
• 1,000원	30,000원 이상						
• 0원	50,000원 이상						

4. 배달앱별 가격 차이 조사

- (조사 배경) 동일 음식점에서 주문하더라도 이용 배달앱에 따라 배달비가 달라지는 상황에서 배달앱별 음식 가격도 달라지는지 등 배달앱별 가격 차이 실태에 대한 조사 필요
- (조사 개요) 서울 시내 음식점의 배달앱별 가격 차이 발생 여부 등 조사

배달앱별 가격 비교조사 개요

- 조사 대상 : 배달앱에 입점한 서울 시내 음식점
- 조사 품목 : 분식, 패스트푸드·치킨 중심
- 조사 기간 : 2022. 11. 14. ~ 2022. 11. 17.
- 조사 방법 : 서울 시내 음식점의 배달앱별 음식 가격 등 조사
- 조사 표본 : 33개

- (조사 결과) 5개 배달앱(배달의민족*, 요기요, 쿠팡이츠, 쓱캐비, 배달특급) 중 최소 2개 이상에 입점해있는 33개 음식점을 대상으로 배달앱별 가격 비교조사
 - * 음식점이 '배민1(단건배달)', '배민(일반배달)'에 동시에 입점해있는 경우 각각의 가격도 비교
 - (배달앱별 음식 가격) 각 음식점의 배달앱별 음식 가격을 비교한 결과 10개 음식점(30.3%)만 배달앱별 음식 가격이 일치했고, 23개 음식점(69.7%)에서는 배달앱별로 음식 가격에 차이를 두고 있는 것으로 나타남.
 - 동일 배달앱이라도 타배달앱 대비 특정 메뉴는 비싸고, 특정 메뉴는 저렴하게 나타나는 등 특정 배달앱이 음식 가격 측면에서 우위에 있다고 할 수 없음.

[표 4-8] 배달앱별 음식 가격 조사 결과

(단위 : 개(%))

구분	음식점 수
배달앱별 음식 가격 일치*	10(30.3)
배달앱별 음식 가격 불일치	23(69.7)
합계	33(100.0)

* 입점한 모든 배달앱의 모든 메뉴의 가격이 동일한 경우에만 일치로 분류

[그림 4-4] 배달앱별 음식 가격 차이 현황

배민1	배민
<p>오징어튀김 오징어튀김 5EA 5EA : 5,500원</p> 	<p>치즈고구마고로케 치즈고구마고로케 4EA : 5,000원</p> 
<p>감자튀김 다시마와 콩나물 곁들인 감자튀김 1PL : 5,000원</p> 	<p>오징어튀김 오징어튀김 5EA : 5,500원</p> 
<p>새우튀김 새우튀김 4EA : 5,000원</p> 	<p>감자튀김 1PL : 5,000원</p>  <p>새우튀김 4EA : 5,500원</p> 
요기요	배달특급
<p>치즈고구마고로케 (4EA) 5,000원</p>  <p>야채튀김 (4EA) 4,500원</p>  <p>해쉬브라운 (4EA) 4,000원</p>  <p>새우튀김 (4EA) 5,500원</p> 	<p>SPECIAL FOOD 해치스 SET SIDE</p> <p>오징어튀김 5EA 5,500원</p> <p>감자튀김 1PL 5,000원</p> <p>새우튀김 4EA 5,500원</p>

배민1	요기요
<div data-bbox="225 286 738 477"> <p>수제돈가스 수제돈가스 2인분 (소) 맛있게 먹어야 돼요! 9,000원 사양남 추천</p>  </div> <div data-bbox="225 510 738 723"> <p>알찬모듬튀김 크림프라이(치킨) + 새우(치킨) + 감자(치킨) + 감자(소)... 8,500원 사양남 추천</p>  </div> <div data-bbox="225 779 738 891"> <p>닭가슴살샐러드 7,500원</p> </div> <div data-bbox="225 947 387 1016"> <p>배민1</p> </div>	<div data-bbox="825 286 1369 432"> <p>수제돈가스 리뷰(1) 8,500원</p>  </div> <div data-bbox="825 454 1369 577"> <p>알찬모듬튀김 8,500원</p>  </div> <div data-bbox="825 645 1369 790"> <p>닭가슴살샐러드 8,000원</p>  </div> <div data-bbox="825 835 1369 981">   </div>
쿠팡이츠	배달특급
<div data-bbox="217 1131 762 1305"> <p>수제돈가스 8,500원</p>  </div> <div data-bbox="217 1339 762 1518"> <p>알찬모듬튀김 8,500원</p>  </div> <div data-bbox="217 1552 762 1675"> <p>닭가슴살 샐러드 8,000원</p>  </div> <div data-bbox="217 1709 762 1798">   </div>	<div data-bbox="809 1171 1393 1350"> <p>수제돈가스 9,000원</p>  </div> <div data-bbox="809 1384 1393 1552"> <p>알찬모듬튀김 8,500원</p>  </div> <div data-bbox="809 1585 1393 1686"> <p>닭가슴살샐러드 8,000원</p> </div> <div data-bbox="809 1731 978 1798">  </div>

- (배달과 포장 시 음식 가격 비교) 각 배달앱별로 조사 대상 음식점의 배달 시 음식 가격과 포장 시 음식 가격을 비교한 결과 모든 배달앱에서 배달 시 음식 가격과 포장 시 음식 가격이 일치하는 것으로 나타남.
- 음식점이 배달 방식별로 음식 가격에 차등을 두고 있지는 않으나, 일부 음식점에서는 포장 주문 시 추가 할인 혜택을 제공하여 포장 시 가격이 실질적으로 더 저렴했음.
- 포장 주문에 대한 수수료 부과를 한시적으로 유예한 '배달의민족'과 '쿠팡이츠'의 포장 할인 제공 비율이 높은 것으로 나타남.

[표 4-9] 배달과 포장 시 음식 가격 비교

(단위 : 개(%))

구분	배달의민족	요기요	쿠팡이츠	공공배달앱 (약까비배달특급)
배달 시 음식 가격과 포장 시 음식 가격 일치*	27(100.0)	18(100.0)	22(100.0)	15(100.0)
포장 할인 제공**	8(29.6)	1(5.6)	3(13.6)	1(6.7)
포장 할인 미제공	19(70.4)	17(94.4)	19(86.4)	14(93.3)

※ 배달주문과 포장주문이 가능한 음식점에 한해 배달 가격과 포장 가격을 비교

* 점수가 입력한 가격(쿠폰 등 적용 전 가격)을 기준으로 배달 시 가격과 포장 시 가격 비교

** 포장 할인 등 추가 제공으로 배달 시의 가격 대비 포장 시의 실제 가격이 낮아지는 경우만 포함

[그림 4-5] 배달앱 포장 할인 제공 현황

배민		쿠팡이츠	
배달주문	포장/방문주문	배달 23-33분	포장 11-21분
할인 %	1,000원 포장 시 할인됩니다.	🕒 포장까지 약 11-21분	매장·원산지정보 >
최소주문금액	없음	매장주소	
이용방법	포장	✓ 결제 시 1,000원 쿠폰 자동 적용	
픽업시간	10~20분 소요 예상 ②		

[표 4-10] 배달앱 음식 가격 일치 여부

순번	분류	배달앱별 음식 가격 일치 여부*	배달 음식 가격과 포장 음식 가격 일치 여부**			
			배민	요기요	쿠팡이츠	공공 배달앱
1	분식	x	○	○	○	○
2	분식	x	○	○	○	○
3	분식	x	○	-	-	○
4	분식	x	○	○	○	○
5	분식	○	○	-	○	○
6	분식	x	○	○	○	○
7	분식	x	-	○	-	○
8	치킨	x	○	○	○	○
9	치킨	x	○	○	-	-
10	치킨	x	○	○	-	-
11	치킨	x	-	-	-	-
12	분식	x	○	-	○	-
13	분식	○	○	○	○	-
14	분식	x	○	-	○	-
15	패스트푸드	x	○	○	○	-
16	패스트푸드	○	○	○	○	-
17	치킨	○	○	○	○	-
18	패스트푸드	○	○	○	○	-
19	분식	○	-	○	○	-
20	분식	x	○	○	○	-
21	분식	x	-	-	○	○
22	분식	x	○	○	○	○
23	분식	x	○	-	-	○
24	분식	○	○	-	-	○
25	분식	x	○	-	○	○
26	분식	x	-	-	○	-
27	치킨	x	○	-	-	-
28	치킨	x	-	-	-	-
29	패스트푸드	○	○	-	-	-
30	패스트푸드	○	○	-	-	-
31	패스트푸드	x	○	○	○	○
32	패스트푸드	○	○	○	○	-
33	치킨	x	○	-	○	○

* 입점한 모든 배달앱의 모든 메뉴의 가격이 동일한 경우에만 일치로 분류

** 배달주문과 포장주문이 모두 가능한 음식점에 한하여 전체 메뉴의 배달 가격과 포장 가격을 비교

5. 배달앱과 매장 내 음식 가격 차이 조사

- (조사 배경) 일부 음식점에서 배달앱 상 음식 가격을 매장에 비해 높게 책정한다는 문제가 제기되어¹⁾ 배달앱과 매장 내 음식 가격 차이 조사
- (조사 개요) 배달앱 상 음식 가격과 실제 매장에서의 음식 가격 비교분석

배달앱과 매장 내 음식 가격 비교조사 개요

- 조사 대상 : 배달앱에 입점한 서울 시내 음식점
- 조사 품목 : 분식, 패스트푸드·치킨 중심
- 조사 기간 : 2022. 11. 7. ~ 2022. 11. 8.
- 조사 방법 : 서울 시내 음식점의 배달앱 내 음식 가격과 매장 내 음식 가격 조사 후 비교
- 조사 표본 : 34개

- (조사 결과) 배달앱에 입점해있는 서울 시내 34개 음식점의 총 1,061개 메뉴의 배달앱 내 가격과 매장 가격을 비교
 - (음식점별 가격 차이) 조사 대상 34개 음식점 중 20개 음식점(58.8%)에서 매장과 배달앱 내 음식 가격이 다른 것으로 나타남.
 - 특히, 분식집은 12곳(80.0%)에서 매장과 배달앱 내 음식 가격이 달랐고, 패스트푸드·치킨 전문점의 경우 8곳(42.1%)에서 매장과 배달앱 내 음식 가격이 다른 것으로 나타남.
 - (메뉴별 가격 차이) 조사 대상 34개 음식점의 총 1,061개 메뉴 중 541개 (51.0%) 메뉴의 매장 가격과 배달앱 내 가격이 일치하지 않는 것으로 나타남.
 - 그 중 529개(97.8%)의 메뉴가 매장보다 배달앱에서 더 비쌌고, 평균 621.4원, 최대 4,500원 더 비싼 것으로 나타남.

1) “배달앱 입점 음식점 57%, 매장보다 높은 가격에 음식 판매”(아시아투데이, '21. 2. 9.)

→ 배달앱 내 음식점의 이중가격 행태는 부당하게 소비자의 비용 부담을 증가시키는 행위로 대책 마련 필요

[표 4-11] 음식점의 매장 가격과 배달앱 가격 비교조사 결과

(단위 : 개, (%))



메뉴별 가격 일치 여부 (N=1,061)	
구분	메뉴 수
매장 가격과 배달앱 가격 불일치	541(51.0)
배달앱이 더 비쌌	529(97.8)
배달앱이 더 싼	12(2.2)
소계	541(100.0)

메뉴별 가격 차이 현황 (N=541)			
구분	배달앱 음식 가격-매장 음식 가격		
	평균값	최대값	최소값
매장 가격과 배달앱 가격 불일치			
배달앱이 더 비쌌 (N=529)	621.4원	4,500원	100원
배달앱이 더 싼 (N=12)	-1,233.3원	-3,000원	-100원

음식점별 가격 일치 여부 (N=34)			
구분	전체	분식	패스트푸드·치킨
매장 가격과 배달앱 가격 불일치	20(58.8)	12(80.0)	8(42.1)
매장 가격과 배달앱 가격 일치*	14(41.2)	3(20.0)	11(57.9)
계	34(100.0)	15(100.0)	19(100.0)

※ 현장조사 가격과 동시간대 배달앱 내 가격을 비교했으며, 일부 매장은 조사된 일부 메뉴를 기준으로 비교
 * 음식점 내 모든 메뉴의 매장 가격과 배달앱 가격이 동일한 경우에만 일치로 분류

[그림 4-6] 음식점의 매장과 배달앱 내 가격 차이 현황

매장	배달앱
 <p>7000 8000 9000</p> <p>김치볶음밥 7500</p> <p>치즈 김치볶음밥 8500</p>	<p>김치볶음밥 8,000원</p> <p>치즈 김치볶음밥 9,000원</p> <p>흑계장 8,000원</p> <p>훈제스키리 8,500원</p> <p>짜장기리떡볶이 8,000원</p>
매장	배달앱
 <p>치즈버거 ₩5,800 619 Kcal</p>	<p>세트 버거 스낵 & 사이드 디저트</p> <p>치즈버거 6,600원</p>

□ (가격 관련 안내 여부) 조사 대상 34개 음식점 중 12개 음식점(35.3%)만 배달앱 내 가격이 매장 가격과 동일하다는 사실 또는 다르다는 사실을 안내하고 있는 것으로 나타남.

○ 특히, 매장 음식 가격과 배달앱 내 음식 가격이 다른 20개 음식점 중에서는 7개 음식점(35.0%)에서만 배달앱 내 가격이 매장과 다르거나, 다를 수 있다는 사실을 안내하고 있었음.

→ 음식점이 배달앱 내 음식 가격을 매장과 달리 책정한 경우 해당 사실을 반드시 안내하도록 하는 등 소비자가 이중가격 여부를 인지하고 거래할 수 있도록 개선할 필요

[그림 4-7] 배달앱 내 음식 가격 관련 표시

<p>최소주문금액 10,000원 결제방법 바로결제 배달시간 38~53분 소요 예상 ② 배달팁 3,500원 자세히</p> <p>메뉴 정보 리뷰</p> <p>원산지 표기</p> <p>■ 배달 제품의 가격은 매장의 제품 가격과 동일합니다</p> <p>■ 산지 이상기후로 인해 양상추 수급이 원활하지 않아 매장에 따라 양상추와 양배추를 혼합하여 제공할 수 있...</p>	<p>최소주문금액 10,000원 결제방법 바로결제 배달시간 20~35분 소요 예상 ② 배달팁 3,500원 자세히</p> <p>메뉴 정보 리뷰</p> <p>원산지 표기</p> <p>→ 배달제품의 가격은 매장의 제품가격과 동일합니다</p> <p>->산지 이상기후로 인해 양상추 수급이 원활하지 않아 매장에 따라 양상추와 양배추를 혼합하여 제공할 수 있습</p>
<p>메뉴 정보 리뷰</p> <p>원산지 표기</p> <p><<<기상 악화시 포장 주문만 가능합니다>>></p> <p>- '배달'가격과 '내점'가격은 상이합니다.</p> <p>◆◆ 대표 메뉴 ◆◆</p>	<p>사업자등록번호</p> <p>영업시간 월요일 ~ 일요일: 10:20 ~ 24:00</p> <p>매장소개 매장 별 무료 배달 주문 금액 및 소액주문비는 다르게 운영될 수 있으며, 주문 시 결제 페이지에서 미리 확인하실 수 있습니다. 배달 시 가격은 매장과 상이합니다.</p> <p>공지사항 쿠팡이츠 주문 관련 문의 및 요청사항은 *My이츠 → 고객센터*의 고객센터 전화연결을 통해 처리 도와 드리겠습니다.</p>

1. 조사 개요

1) 조사 목적

- 소비자의 배달앱 이용행태 및 인식 파악
 - 주문 횟수, 주문 음식 종류, 주문 가격대 등 배달앱 이용행태와 이용 이유, 배달비 수준 및 조정 방안 등 배달앱 관련 소비자인식 조사

2) 조사 설계

- 전국 소비자 대상 온라인 설문조사 수행

[표 5-1] 소비자 설문조사 설계 내용

구분	조사 설계 내용
조사 대상	○ 최근 1년 이내 배달앱 서비스를 이용한 경험이 있는 전국 거주 소비자
조사 품목	○ 배달앱(민간배달앱/공공배달앱)
조사 표본	○ 1,950명(신뢰수준 95%, 표본오차 ±2.18%p)
조사 방법	○ 온라인 설문조사
조사 기간	○ 2022. 9. 1. ~ 2022. 9. 16.
조사 기관	○ (주)마크로밀엠브레인

- 조사 목적 및 품목 특성 등을 고려하여 조사 내용 선정

[표 5-2] 소비자 설문조사 수행 내용

구분	조사 내용
소비자 특성	○ 성별, 지역, 연령 등
이용행태	○ 주문 횟수, 주문 음식 종류, 주문 가격대, 주문 시간대, 결제수단 등 ○ 소비자피해 경험 유무, 소비자피해 유형 등
소비자 인식	○ 이용 이유, 배달비 수준에 대한 평가, 배달비 조정 방안, ESG 활동 등

1) 2022년 한국소비자원 3차 서비스 비교조사(배달앱) 결과 활용

3) 응답자 특성

- 소비자의 성별, 연령대 등에 대한 고려 및 배달앱별 최소 인원을 할당하여 총 1,950명의 표본 구성

[표 5-3] 소비자 설문조사 응답자 특성

(단위 : 명, (%))

구분		배달의 민족	요기요	쿠팡이츠	대구로	먹깨비	배달의 명수	배달특급
성별	남	150(50.0)	150(50.0)	150(50.0)	150(50.0)	158(52.7)	68(45.3)	159(53.0)
	여	150(50.0)	150(50.0)	150(50.0)	150(50.0)	142(47.3)	82(54.7)	141(47.0)
연령대	20대 이하	120(40.0)	75(25.0)	112(37.3)	50(16.6)	51(17.0)	35(23.3)	66(22.0)
	30대	105(35.0)	105(35.0)	113(37.7)	87(29.0)	98(32.7)	44(29.4)	108(36.0)
	40대	60(20.0)	90(30.0)	60(20.0)	86(28.7)	94(31.3)	42(28.0)	81(27.0)
	50대 이상	15(5.0)	30(10.0)	15(5.0)	77(25.7)	57(19.0)	29(19.3)	45(15.0)
거주 지역	서울	54(18.0)	60(20.0)	59(19.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	부산	19(6.3)	15(5.0)	15(5.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	대구	14(4.7)	10(3.3)	13(4.3)	300(100)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	인천	19(6.3)	22(7.3)	20(6.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	광주	7(2.3)	14(4.7)	8(2.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	대전	6(2.0)	8(2.7)	9(3.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	울산	8(2.7)	8(2.7)	8(2.7)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	경기	83(27.7)	88(29.3)	90(30.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	300(100.0)
	충북충남세종	24(8.0)	25(8.3)	23(7.6)	0(0.0)	166(55.3)	0(0.0)	0(0.0)
	경북경남	35(11.7)	20(6.7)	24(8.0)	0(0.0)	92(30.7)	0(0.0)	0(0.0)
	전북전남	20(6.7)	24(8.0)	19(6.3)	0(0.0)	42(14.0)	150(100.0)	0(0.0)
	강원제주	11(3.7)	6(2.0)	12(4.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
계		300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	150(100.0)	300(100.0)

2. 배달앱 이용행태 설문조사 결과

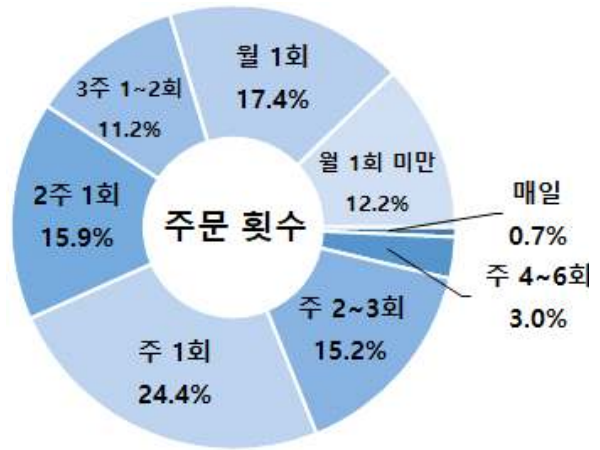
- (주문 횟수) 배달앱을 통해 '주 1회' 주문하는 소비자가 24.4%로 가장 많았고, '월 1회(17.4%)', '2주 1회(15.9%)', '주 2~3회(15.2%)'가 뒤를 이었음.

[표 5-4] 배달앱 주문 횟수

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
매일	14(0.7)
주 4~6회	59(3.0)
주 2~3회	296(15.2)
주 1회	475(24.4)
2주 1회	310(15.9)
3주 1~2회	218(11.2)
월 1회	340(17.4)
월 1회 미만	238(12.2)
계	1,950(100.0)

[그림 5-1] 배달앱 주문 횟수



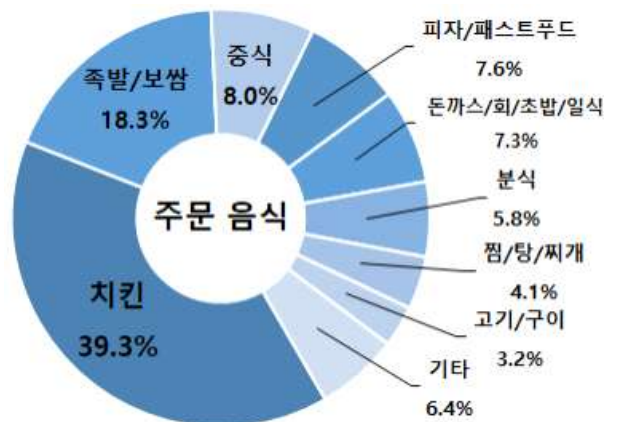
- (주문 음식) 배달앱을 통해 주로 주문하는 음식은 '치킨'이 39.3%로 가장 많았고, '족발/보쌈(18.3%)', '중식(8.0%)', '피자/패스트푸드(7.6%)'가 뒤를 이었음.

[표 5-5] 배달앱 주문 음식

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
치킨	766(39.3)
족발/보쌈	357(18.3)
중식	156(8.0)
피자/패스트푸드	148(7.6)
돈까스/회/초밥/일식	142(7.3)
분식	113(5.8)
찜/탕/찌개	80(4.1)
고기/구이	62(3.2)
기타*	126(6.4)
계	1,950(100.0)

[그림 5-2] 배달앱 주문 음식

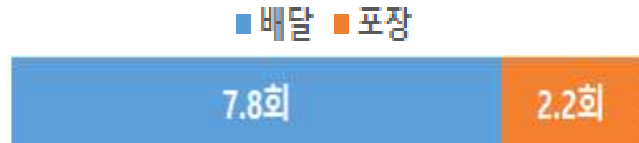


* 카페/디저트, 양식 등

□ (배달 횟수) 소비자가 배달앱을 통해 음식을 10회 주문할 때 평균 7.8회는 배달 주문이었고, 평균 2.2회는 포장 주문인 것으로 나타남.

[표 5-6] 주문 10회당 평균 배달 주문 횟수 [그림 5-3] 주문 10회당 평균 배달 주문 횟수

구분	10회당 평균 횟수
배달	7.8회
포장	2.2회
계	10회



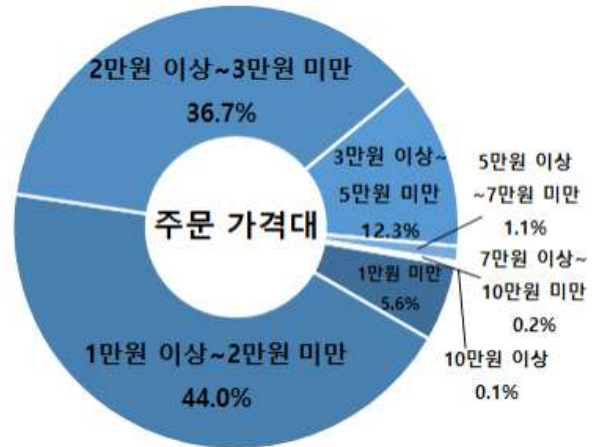
□ (주문 가격대) 주로 주문하는 음식의 가격대(1인분 기준)는 '1만원 이상~2만원 미만(44.0%)'이 가장 많았고, '2만원 이상~3만원 미만(36.7%)' 등이 뒤를 이었음.

[표 5-7] 배달앱 주문 가격대

(단위 : 명, %)

구분	응답자 수
1만원 미만	110(5.6)
1만원 이상~2만원 미만	858(44.0)
2만원 이상~3만원 미만	715(36.7)
3만원 이상~5만원 미만	241(12.3)
5만원 이상~7만원 미만	22(1.1)
7만원 이상~10만원 미만	3(0.2)
10만원 이상	1(0.1)
계	1,950(100.0)

[그림 5-4] 배달앱 주문 가격대



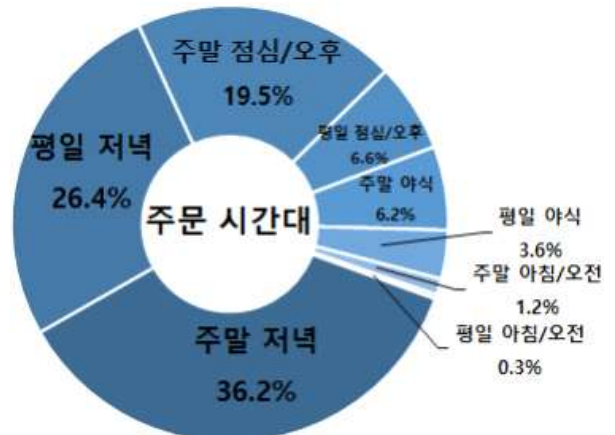
□ (주문 시간대) 배달앱 이용 시 주로 주문하는 시간대는 '주말 저녁(36.2%)'과 '평일 저녁(26.4%)'이 가장 많았고, '주말 점심/오후(19.5%)' 등이 뒤를 이었음.

[표 5-8] 배달앱 주문 시간대

(단위 : 명, %)

구분	응답자 수
주말 저녁	705(36.2)
평일 저녁	514(26.4)
주말 점심/오후	380(19.5)
평일 점심/오후	130(6.6)
주말 야식	121(6.2)
평일 야식	70(3.6)
주말 아침/오전	23(1.2)
평일 아침/오전	7(0.3)
계	1,950(100.0)

[그림 5-5] 배달앱 주문 시간대



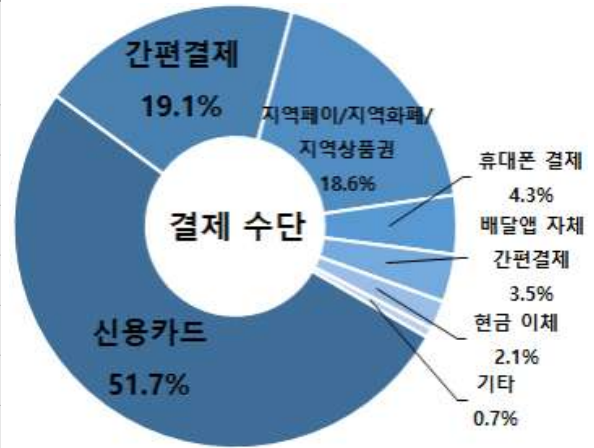
□ (결제 수단) 배달앱 주문 시 주로 이용하는 결제 수단으로는 '신용카드'가 51.7%로 가장 많았고, '간편결제(19.1%)', '지역페이/지역화폐/지역상품권(18.6%)' 등이 뒤를 이었음.

[표 5-9] 배달앱 결제 수단

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
신용카드	1,009(51.7)
간편결제	372(19.1)
지역페이/지역화폐/지역상품권	362(18.6)
휴대폰 결제	84(4.3)
배달앱 자체 간편결제	68(3.5)
현금 이체	41(2.1)
기타*	14(0.7)
계	1,950(100.0)

[그림 5-6] 배달앱 결제 수단



* 배달앱 상품권(선물 받기), 적립금·포인트·쿠폰 등

○ (배달앱별 결제 수단) 민간배달앱과 공공배달앱 모두 '신용카드'가 주된 결제 수단으로 나타났으며, '배달앱 자체 간편결제'는 주로 민간배달앱에서, '지역페이/지역화폐/지역상품권'은 주로 공공배달앱에서 활용됨.

[표 5-10] 배달앱별 결제 수단

(단위 : 명, (%))

구분	민간배달앱	순위	공공배달앱	순위
신용카드	521(57.9)	1	488(46.5)	1
간편결제	246(27.3)	2	126(12.0)	3
지역페이/지역화폐/지역상품권	3(0.3)	7	359(34.2)	2
휴대폰 결제	35(3.9)	4	49(4.6)	4
배달앱 자체 간편결제	68(7.6)	3	0(0.0)	9
현금 이체	18(2.0)	5	23(2.2)	5
배달앱 상품권(선물 받기)	7(0.8)	6	1(0.1)	7
적립금·포인트·쿠폰	2(0.2)	8	3(0.3)	6
기타(현금결제)	0(0.0)	9	1(0.1)	7
계	900(100.0)	-	1,050(100.0)	-

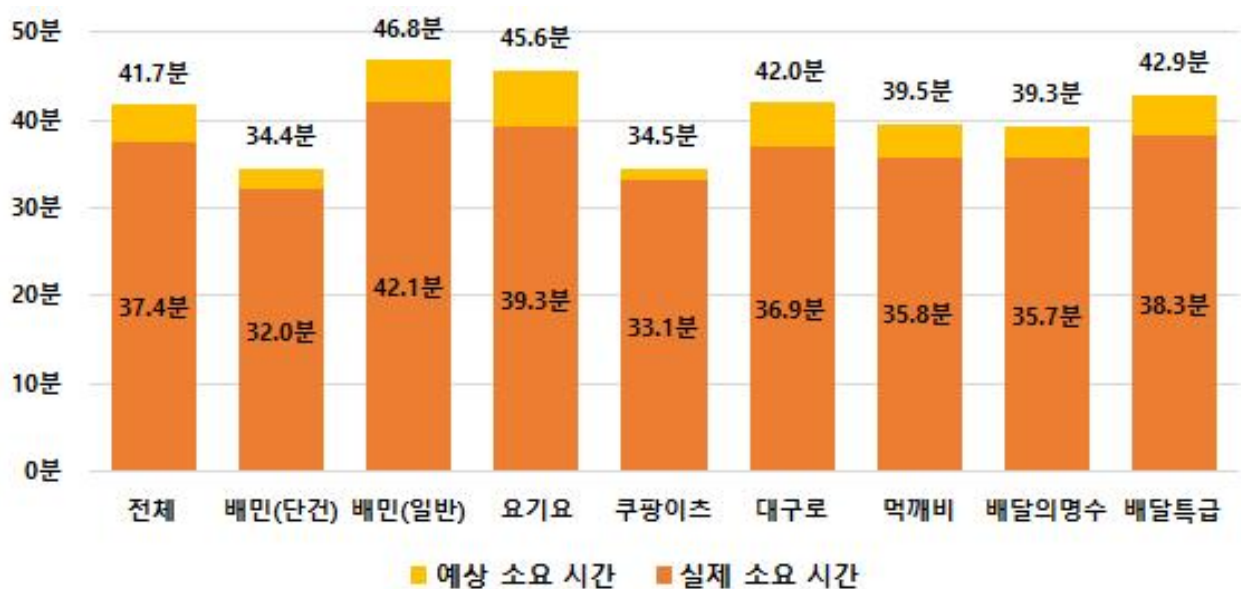
□ (배달 소요 시간) 음식주문 시 배달앱 내 공지된 배달 예상 소요 시간은 평균 41.7분이나, 실제 배달에 소요된 시간은 평균 37.4분으로 소비자가 음식 주문 시 예상 소요 시간보다 평균 4.3분 빨리 배달된 것으로 나타남.

○ (배달앱별 소요 시간) 모든 배달앱에서 예상 소요 시간보다 실제 소요 시간이 짧았으며, 배민1, 쿠팡이츠 등 단건배달 이용 시 예상 소요 시간 및 실제 소요 시간이 상대적으로 가장 짧았음.

[표 5-11] 배달앱별 평균 배달 소요 시간

구분	전체	민간배달앱				공공배달앱			
		배달의민족		요기요	쿠팡이츠	대구로	먹깨비	배달의명수	배달특급
		배민1	일반						
예상 소요 시간	41.7분	34.4분	46.8분	45.6분	34.5분	42.0분	39.5분	39.3분	42.9분
실제 소요 시간	37.4분	32.0분	42.1분	39.3분	33.1분	36.9분	35.8분	35.7분	38.3분
소요 시간 차이	4.3분	2.4분	4.7분	6.3분	1.4분	5.1분	3.7분	3.6분	4.6분

[그림 5-7] 배달앱별 평균 배달 소요 시간



- (이용 이유) 소비자가 각 배달앱을 이용하는 이유를 취합한 결과, 민간 배달앱은 '등록된 음식점이 다양해서(21.7%)', '할인, 쿠폰 등 이벤트가 마음에 들어서(16.8%)'가 가장 많은 것으로 나타남.
- 공공배달앱의 경우에는 '지역페이/지역화폐/지역상품권을 쓸 수 있어서'가 34.3%로 가장 많았고, '배달비가 저렴해서(15.4%)' 등이 뒤를 이었음.

[표 5-12] 민간배달앱별 이용 이유

(단위 : 명, (%))

구분	배달의민족	요기요	쿠팡이츠	계
등록된 음식점이 다양해서	110(36.7)	40(13.3)	45(15.0)	195(21.7)
할인, 쿠폰 등 이벤트가 마음에 들어서	11(3.7)	114(38.0)	26(8.7)	151(16.8)
잘 알려진 유명한 배달앱이어서	72(24.0)	26(8.7)	20(6.7)	118(13.1)
배달이 신속해서	13(4.3)	7(2.3)	95(31.7)	115(12.8)
주문, 결제 등 앱 이용이 쉬워서	32(10.7)	35(11.7)	25(8.3)	92(10.2)
등록된 메뉴가 다양해서	34(11.3)	14(4.7)	25(8.3)	73(8.1)
배달비가 저렴해서	2(0.6)	12(4.0)	17(5.7)	31(3.4)
음식가격(배달비 포함)이 적절해서	5(1.7)	8(2.6)	16(5.3)	29(3.2)
기타*	21(7.0)	44(14.7)	31(10.3)	96(10.7)
계	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	900(100.0)

* 결제수단이 다양해서 등

[표 5-13] 공공배달앱별 이용 이유

(단위 : 명, (%))

구분	대구로	먹개비	배달의명수	배달특급	계
지역페이/지역화폐/지역상품권을 쓸 수 있어서	115(38.3)	91(30.3)	51(34.0)	103(34.3)	360(34.3)
배달비가 저렴해서	53(17.7)	33(11.0)	16(10.7)	60(20.0)	162(15.4)
할인, 쿠폰 등 이벤트가 마음에 들어서	31(10.3)	44(14.7)	5(3.3)	32(10.7)	112(10.7)
지역 소상공인과 영세 음식점을 도울 수 있어서	43(14.3)	31(10.3)	11(7.3)	23(7.7)	108(10.3)
음식가격(배달비 포함)이 적절해서	23(7.7)	29(9.7)	8(5.3)	17(5.7)	77(7.3)
등록된 음식점이 다양해서	7(2.3)	21(7.0)	21(14.0)	10(3.3)	59(5.6)
등록된 메뉴가 다양해서	8(2.7)	15(5.0)	9(6.0)	14(4.7)	46(4.4)
배달이 신속해서	6(2.0)	8(2.7)	10(6.7)	10(3.3)	34(3.2)
기타*	14(4.7)	28(9.3)	19(12.7)	31(10.3)	92(8.8)
계	300(100.0)	300(100.0)	150(100.0)	300(100.0)	1,050(100.0)

* 주문, 결제 등 앱 이용이 쉬워서

□ (피해 경험) 전체 응답자 중 65.2%(1,272명)는 피해 경험이 없었고, 34.8%(678명)만 배달앱 관련 소비자피해 경험이 있는 것으로 나타남.

○ 배달앱 관련 피해 경험이 있는 소비자 678명의 피해 유형을 분석한 결과 '주문 후 음식점이 일방적으로 취소'가 265명(39.1%)으로 가장 많았고, '주문한 음식이 늦게 배달(225명/33.2%)', '주문 내용과 다른 음식 배달(179명/26.4%)' 등이 뒤를 이었음(중복응답).

- 특히, 소비자가 주문한 음식이 늦게 배달된 상황에서 지연시간은 평균 44.3분이었던 것으로 나타남.

[표 5-14] 배달앱 소비자피해 경험 유무 [표 5-15] 배달앱 소비자피해 유형(중복응답)

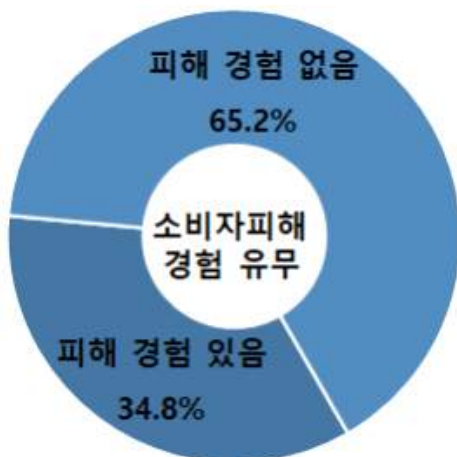
(단위 : 명, (%))

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
피해 경험 없음	1,272(65.2)
피해 경험 있음	678(34.8)
계	1,950(100.0)

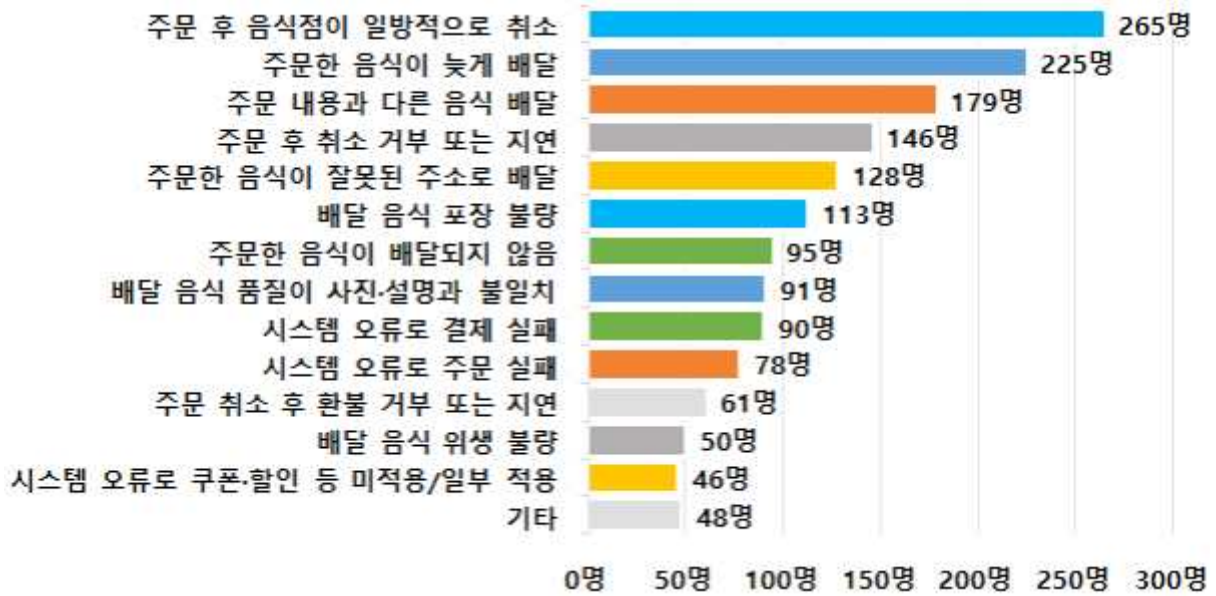
구분	응답자 수 (N=678)
주문 후 음식점이 일방적으로 취소	265(39.1)
주문한 음식이 늦게 배달	225(33.2)
지연시간	44.3분
주문 내용과 다른 음식 배달	179(26.4)
주문 후 취소 거부 또는 지연	146(21.5)
주문한 음식이 잘못된 주소로 배달	128(18.9)
배달 음식 포장 불량(포장 훼손 등)	113(16.7)
주문한 음식이 배달되지 않음	95(14.0)
배달 음식 품질(양·신선도 등)과 배달앱의 음식 사진/설명과 불일치	91(13.4)
시스템 오류로 결제 실패	90(13.3)
시스템 오류로 주문 실패	78(11.5)
주문 취소 후 환불 거부 또는 지연	61(9.0)
배달 음식 위생 불량(변질, 이물질 등)	50(7.4)
시스템 오류로 쿠폰포인트·할인 미적용 또는 일부만 적용	46(6.8)
기타*	48(7.1)
계	1,615(238.2)

[그림 5-8] 배달앱 소비자피해 경험 유무



* 배달 음식 정보 부족 등

[그림 5-9] 배달앱 소비자피해 유형



- (배달앱별 피해 경험) 소비자의 피해 경험률을 배달앱별로 분류한 결과, '배달의민족(51.3%)'의 피해 경험률이 가장 높았고, 상대적으로 공공배달앱의 피해 경험률이 낮게 나타남.

[표 5-16] 배달앱별 소비자피해 경험

(단위 : 명, (%))

구분	전체	민간배달앱			공공배달앱			
		배달의민족	요기요	쿠팡이츠	대구로	먹개비	배달의명수	배달특급
피해 경험 없음	1,272(65.2)	146(48.7)	168(56.0)	163(54.3)	232(77.3)	226(75.3)	102(68.0)	235(78.3)
피해 경험 있음	678(34.8)	154(51.3)	132(44.0)	137(45.7)	68(22.7)	74(24.7)	48(32.0)	65(21.7)
계	1,950(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	150(100.0)	300(100.0)

- (배달앱별 지연시간) 배달 지연 관련 피해 경험을 배달앱별로 분류한 결과, '배달의민족'에서 배달 지연 경험률이 가장 높았고, 지연시간도 가장 길었음.

[표 5-17] 배달앱별 평균 지연시간

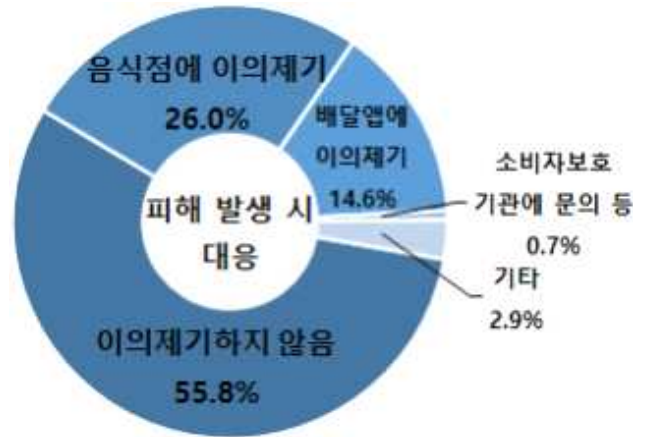
(단위 : 명, (%))

구분	전체	민간배달앱			공공배달앱			
		배달의민족	요기요	쿠팡이츠	대구로	먹개비	배달의명수	배달특급
지연 경험 있음	225(33.2)	76(49.4)	47(35.6)	51(37.2)	16(23.5)	8(10.8)	13(27.1)	14(21.5)
지연시간(평균)	44.3분	50.3분	42.0분	48.3분	34.0분	18.8분	44.8분	30.4분

□ (피해 발생 시 대응) 배달앱 관련 피해 경험이 있는 소비자 678명 중 378명 (55.8%)은 이의제기를 하지 않은 것으로 나타났고, 176명(26.0%)은 주문한 음식점에, 99명(14.6%)은 배달앱에 이의제기한 것으로 나타남.

[표 5-18] 배달앱 소비자피해 발생 시 대응 [그림 5-10] 배달앱 소비자피해 발생 시 대응
(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=678)
이의제기하지 않음	378(55.8)
음식점에 문의·항의 혹은 보상 요청	176(26.0)
배달앱에 문의·항의 혹은 보상 요청	99(14.6)
1372소비자상담센터 등 소비자보호기관에 문의 혹은 피해구제 요청	5(0.7)
기타*	20(2.9)
계	678(100.0)



* 배달 기사와 조울 등

□ (대응 후 보상) 피해 경험 후 대응 경험이 있는 300명 중 40명(13.3%)은 아무 보상도 받지 못했으나 122명(40.7%)은 음식점으로부터, 64명(21.3%)은 배달앱으로부터 사과를 받고, 107명(35.7%)은 교환·환불 등을 받음(중복응답).

[표 5-19] 배달앱 피해 대응 후 보상(중복응답) [그림 5-11] 배달앱 피해 대응 후 보상
(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=300)
음식점의 사과를 받음	122(40.7)
주문 취소·교환·환불을 받음	107(35.7)
배달앱의 사과를 받음	64(21.3)
보상받지 못함	40(13.3)
피해나 미흡한 서비스에 대해 금전적으로 배상받음	26(8.7)
기타*	21(7.0)
계	380(126.7)



* 재배달, 서비스메뉴 제공 등

3. 배달앱 인식 설문조사 결과

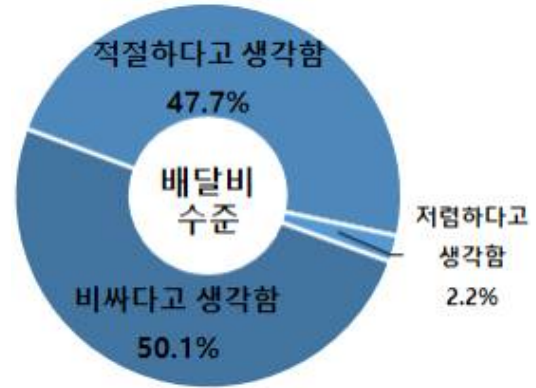
- (배달비 수준) 소비자의 50.1%(977명)는 현재 배달비를 비싼 수준으로 인식하고 있었으며, 47.7%(930명)는 적절한 수준으로 인식하고 있었음.

[표 5-20] 소비자 배달비 수준 평가

(단위 : 명, %)

구분	응답자 수
비싸다고 생각함	977(50.1)
적절하다고 생각함	930(47.7)
저렴하다고 생각함	43(2.2)
계	1,950(100.0)

[그림 5-12] 소비자 배달비 수준 평가



- (배달앱별 배달비 수준) 배달비 수준에 대한 소비자의 평가를 배달앱별로 분류한 결과, 민간배달앱 이용자는 배달비가 전반적으로 비싸다고 인식한 반면, 공공배달앱 이용자는 배달비가 전반적으로 적절하다고 인식했음.
 - 특히, '배달의민족(86.7%)', '요기요(75.3%)' 이용자가 배달비에 대한 부정적인 인식이 강한 것으로 나타남.

[표 5-21] 배달앱별 배달비 수준 평가

(단위 : 명, %)

구분	전체	민간배달앱			공공배달앱			
		배달의민족	요기요	쿠팡이츠	대구로	떡까비	배달의명수	배달특급
비싸다고 생각함	977(50.1)	260(86.7)	226(75.3)	170(56.7)	98(32.7)	90(30.0)	51(34.0)	82(27.3)
적절하다고 생각함	930(47.7)	38(12.7)	74(24.7)	125(41.7)	189(63.0)	200(66.7)	95(63.3)	209(69.7)
저렴하다고 생각함	43(2.2)	2(0.6)	0(0.0)	5(1.6)	13(4.3)	10(3.3)	4(2.7)	9(3.0)
계	1,950(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	300(100.0)	150(100.0)	300(100.0)

- (비싼 배달비에 따른 소비자행동) 현재 배달비가 비싸다고 응답한 소비자 977명 중 413명(42.3%)이 배달앱 이용 횟수를 줄였고, 371명(38.0%)은 배달 대신 포장 횟수를 늘린 것으로 나타남.(중복응답)

[표 5-22] 비싼 배달비에 따른 소비자행동(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=977)
배달앱 이용 횟수를 줄임	413(42.3)
배달 대신 포장 횟수를 늘임	371(38.0)
배달비가 비싸지만 배달 서비스가 필요해서 예전처럼 이용	328(33.6)
배달 대신 직접 요리하는 횟수를 늘림	236(24.2)
배달앱 이용 중단	60(6.1)
다른 배달앱을 이용	57(5.8)
가까이 있는 사람들과 공동으로 배달/구매 요청	29(3.0)
기타*	7(0.7)
계	1,501(153.6)

* 배달비 없는 중국집 이용 등

- (비싼 배달비 조정 방안) 현재 배달비가 비싸다고 응답한 소비자 977명 중 558명(57.1%)은 배달앱이 더 부담해야 한다고 응답했고, 344명(35.2%)이 기본 배달비는 내리고, 상황에 따른 배달비 차등이 필요하다고 응답함.(중복응답)

[표 5-23] 비싼 배달비에 대한 조정 방안(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=977)
배달앱이 더 부담해서 소비자가 지출하는 배달비를 내려야 함	558(57.1)
기본 배달비는 내리되, 주문금액이나 날씨, 배달기사 수급 상황 등에 따라 차등 적용해야 함	344(35.2)
인건비 상승과 배달기사 근무여건 개선 등을 고려하면 현재 수준보다 배달비를 인하하는 것은 어려움	172(17.6)
배달기사의 임금·수당을 줄여서 소비자가 지출하는 배달비를 내려야 함	144(14.7)
음식점이 더 부담해서 소비자가 지출하는 배달비를 내려야 함	128(13.1)
기타	37(3.8)
계	1,383(141.6)

* 근거리 배달 할인, 배달비 정액제 등

□ (ESG 경영에 대한 소비자인식) 소비자들은 민간배달앱의 친환경 경영활동/ 기업의 사회적책임/지배구조개선(ESG) 경영활동에 대하여 대부분 잘 모르는 것으로 나타났고, 공공배달앱의 중소·영세 음식점 등에 대한 지원활동은 이용 소비자의 2명 중 1명이 알고 있는 것으로 나타남.

[표 5-24] 배달앱별 ESG 경영에 대한 소비자인식(중복응답)

(단위 : 명, %)

구분	전체 (N=1,950)	민간배달앱			공공배달앱			
		배달의민족 (N=300)	요기요 (N=300)	쿠팡이츠 (N=300)	대구로 (N=300)	먹까비 (N=300)	배달의명수 (N=150)	배달특급 (N=300)
중소영세 음식점 지원(중개수수료 등 인하)	641(32.9)	38(12.7)	32(10.7)	43(14.3)	155(51.7)	149(49.7)	74(49.3)	150(50.0)
친환경 활동 (일회용품 줄이기 다회용품 캠페인 등)	563(28.9)	101(33.7)	90(30.0)	89(29.7)	76(25.3)	79(26.3)	46(30.7)	82(27.3)
배달 기사 지원 (오토바이 지원 보험 가입 등)	297(15.2)	34(11.3)	26(8.7)	79(26.3)	32(10.7)	42(14.0)	25(16.7)	59(19.7)
정직투명한 서비스/ 회사 정보 제공	243(12.5)	27(9.0)	18(6.0)	34(11.3)	48(16.0)	45(15.0)	18(12.0)	53(17.7)
소외취약계층 지원 및 기부	149(7.6)	15(5.0)	4(1.3)	24(8.0)	35(11.7)	30(10.0)	11(7.3)	30(10.0)
고객만족경영(고객 불만 등을 경영에 적극 반영 등)	180(9.2)	16(5.3)	17(5.7)	34(11.3)	30(10.0)	33(11.0)	9(6.0)	41(13.7)
회사직원복지 증대 활동(상담사만족도 증대 프로그램 등)	72(3.7)	11(3.7)	4(1.3)	18(6.0)	18(6.0)	6(2.0)	4(2.7)	11(3.7)
지배구조 개선 (사외이사제도 도입 소액주주권한 강화)	38(1.9)	3(1.0)	2(0.7)	3(1.0)	11(3.7)	4(1.3)	2(1.3)	13(4.3)
기타*	1(0.1)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(0.3)	0(0.0)	0(0.0)
잘 모르겠음	580(29.7)	134(44.7)	156(52.0)	95(31.7)	63(21.0)	54(18.0)	22(14.7)	56(18.7)
계	2,764(141.7)	379(126.3)	349(116.3)	419(139.7)	468(156.0)	443(147.7)	211(140.7)	495(165.0)

* 지역경제 활성화 등

1. 조사 개요

1) 조사 목적

- 소상공인의 배달앱 이용행태 및 인식 파악
 - 배달앱 이용 기간, 이용 배달앱 수, 영업 현황 등 배달앱 이용행태와 배달앱 이용 시 주요 고려사항, 요구 개선사항 등 소상공인 인식조사

2) 조사 설계

- 전국 소상공인 외식업주 대상 설문조사 수행
 - 한국외식업중앙회를 통해 회원(음식점) 응답자 확보

[표 6-1] 소상공인 설문조사 설계 내용

구분	조사 설계 내용
조사 대상	○ 민간 및 공공배달앱 이용 외식업주(종업원 4인 이하 소상공인)
조사 품목	○ 배달앱(민간배달앱/공공배달앱)
조사 표본	○ 1,005명(신뢰수준 95%, 표본오차 ±3.07%p)
조사 방법	○ 온라인 설문 및 직접 조사
조사 기간	○ 2022. 11. 7. ~ 2022. 11. 24.
조사 기관	○ 한국외식산업연구원

- 조사 목적 및 품목 특성 등을 고려하여 조사 내용 선정

[표 6-2] 소상공인 설문조사 수행 내용

구분	조사 내용
소상공인 특성	○ 성별, 지역, 연령 등
이용행태	○ 이용 기간, 이용 배달앱 수, 영업 현황 등 ○ 배달앱별 이용 이유, 문제점, 월평균 비용 등
소상공인 인식	○ 주요 고려사항, 배달비 수준에 대한 인식, 요구 개선사항 등

3) 응답자 특성

- 소상공인의 성별 및 연령대, 공공배달앱*의 지역적 특성 등을 고려하여
 총 1,005명의 표본 구성 * 대구로, 먹깨비, 배달의명수, 배달특급

[표 6-3] 소상공인 설문조사 응답자 특성

(단위 : 명, (%))

구분		응답자 수
성별	남성	498(49.6)
	여성	507(50.4)
연령대	20대	36(3.6)
	30대	155(15.4)
	40대	317(31.6)
	50대	362(36.0)
	60대 이상	135(13.4)
거주 지역	서울특별시·경기도	381(37.9)
	부산광역시	3(0.3)
	대구광역시	158(15.7)
	인천광역시	16(1.6)
	광주광역시	3(0.3)
	대전광역시	16(1.6)
	울산광역시	1(0.1)
	강원도	5(0.5)
	충청북도	79(7.8)
	충청남도	59(5.9)
	전라북도	57(5.7)
	전라남도	71(7.1)
	경상북도	78(7.8)
	경상남도	75(7.4)
	제주도	3(0.3)
사업주 제외 종업원 수	0명	159(15.8)
	1명	456(45.4)
	2명	228(22.7)
	3명	95(9.4)
	4명	67(6.7)
계		1,005(100.0)

2. 배달앱 이용행태 설문조사 결과

- (업종) 소상공인 응답자의 영위하는 업종으로 '한식 음식점업(일반, 면, 육류, 해산물 등)'이 49.9%로 거의 절반을 차지하고 있는 것으로 나타남.

[표 6-4] 소상공인 영위 업종

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
한식 음식점업(일반, 면, 육류, 해산물 등)	501(49.9)
간이 음식점업(피자, 햄버거, 치킨)	235(23.4)
외국식 음식점업(중식, 일식, 서양식, 동남아, 할랄 등)	159(15.8)
간이 음식점업(김밥, 떡볶이, 이외의 포장전문 등)	67(6.6)
간이 음식점업(제과, 제빵, 샐러드, 샌드위치)	13(1.3)
비알콜 음료점업(커피전문점, 주스전문점, 비알코올 음료점 등)	12(1.2)
주점업(생맥주 전문점, 바 등)	8(0.8)
기타 업종	10(1.0)
계	1,005(100.0)

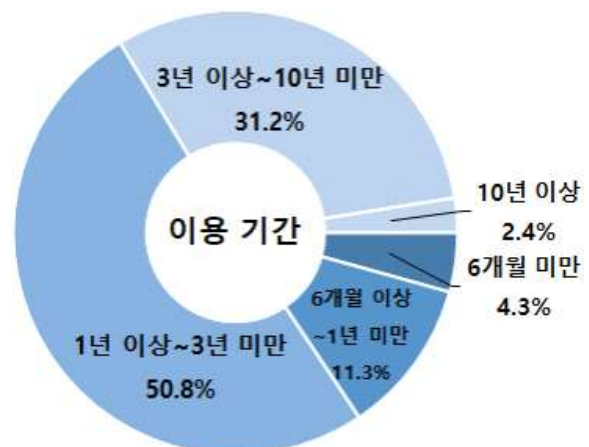
- (배달앱 이용 기간) 소상공인의 배달앱 이용 기간을 조사한 결과 '1년 이상~3년 미만'이 50.8%로 가장 많았고, 다음으로 '3년 이상~10년 미만(31.2%)' 등이 뒤를 이었음.

[표 6-5] 배달앱 이용 기간

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
6개월 미만	43(4.3)
6개월 이상~1년 미만	114(11.3)
1년 이상~3년 미만	510(50.8)
3년 이상~10년 미만	314(31.2)
10년 이상	24(2.4)
계	1,005(100.0)

[그림 6-1] 배달앱 이용 기간



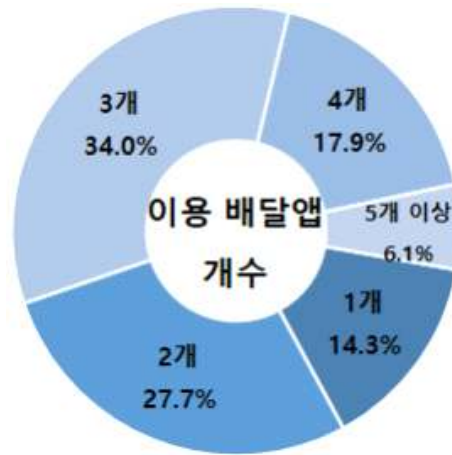
□ (이용 배달앱 수) 소상공인의 85.7%가 2개 이상의 배달앱을 이용하고 있으며, 3개를 이용하고 있는 소상공인(34.0%)이 가장 많은 것으로 나타남.

[표 6-6] 이용 배달앱 수

(단위 : 명, %)

구분	응답자 수
1개	144(14.3)
2개	278(27.7)
3개	342(34.0)
4개	180(17.9)
5개 이상	61(6.1)
계	1,005(100.0)

[그림 6-2] 이용 배달앱 수



□ (영업 현황) 소상공인의 영업 매출 및 배달 관련 지출을 평균한 결과, 월평균 매출액은 1,831만 9,700원이며, 플랫폼에 지급하는 배달 관련 월평균 비용은 427만 9,300원에 달해 월평균 매출액의 23.4%에 육박¹⁾하는 것으로 나타남.

○ (주문 1건당 배달비 부담 비율) 소상공인의 41.8%가 평균적으로 소비자와 배달비를 5:5 비율로 부담하고 있다고 응답

[표 6-7] 소상공인 영업 현황

구분	평균 금액
1. 월평균 매출액 (N=871)	1,831만 9,700원
2. 이용 중인 배달앱 관련 월평균 비용합계 (N=870)	266만 6,300원
3. 이용 중인 배달대행 관련 월평균 비용합계 (N=870)	161만 3,000원

4. 주문 1건당 배달비 부담 비율(음식점:소비자)

(단위 : 명, %)

비율	1:9	2:8	3:7	4:6	5:5	6:4	7:3	8:2	9:1	계
응답자 수	67	63	119	90	420	104	64	41	37	1,005
비율	6.7	6.3	11.8	8.9	41.8	10.3	6.4	4.1	3.7	100.0

1) 한국외식산업연구원 설문조사(2022) 결과 전체 매출액 대비 지불하는 수수료 비율 22.1%(한국외식업중앙회, 음식과 사람 2022년 6월호)

- (공공배달앱 이용행태) 조사 대상 소상공인 1,005명 중 현재 공공배달앱을 이용하고 있는 소상공인 741명을 대상으로 설문조사
 - (이용 이유) 공공배달앱을 이용하는 이유로 '중개수수료가 저렴해서(76.5%)'가 가장 많았고, '광고비가 저렴해서(52.2%)' 등이 뒤를 이었음(중복응답).

[표 6-8] 공공배달앱 이용 이유(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=741)
중개수수료가 저렴해서	567(76.5)
광고비가 저렴해서	387(52.2)
더 많은 고객을 확보하기 위해서	350(47.2)
지역화폐 결제고객 유입을 위해서	205(27.7)
경쟁업체도 이용하고 있어서	198(26.7)
공공앱이라 신뢰할 수 있어서	176(23.8)
앱 이용자가 많아서	69(9.3)
기타*	106(14.3)
계	2,058(277.7)

* 시스템 이용이 편리해서 등

- (문제점) 소상공인 741명 중 453명(61.1%)이 공공배달앱에 문제점이 있다고 응답했으며, 문제점으로 '앱 이용자가 많지 않음(63.6%)', '시스템 이용이 불편함(15.9%)'을 선택한 경우가 가장 많았음.

[표 6-9] 공공배달앱 문제점

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
앱 이용자가 많지 않음	288(63.6)
시스템 이용이 불편함	72(15.9)
중개수수료가 비쌌	25(5.5)
시스템이 안정적이지 않음	20(4.4)
입점업체가 많지 않음	19(4.2)
점주에 대한 혜택이 부족함	6(1.3)
불만 처리 및 피드백 지연	6(1.3)
기타*	17(3.8)
계	453(100.0)

* 대금 정산 지연 등

- (공공배달앱 미이용 이유) 현재 공공배달앱을 이용하지 않는 소상공인(264명)의 공공배달앱을 이용하지 않는 이유로 '입점업체가 많지 않아서(71.2%)', '추가 비용이 부담돼서(37.9%)', '공공배달앱의 이점을 잘 몰라서(34.8%)' 등 순이었음.

[표 6-10] 공공배달앱 미이용 이유(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=264)
입점업체가 많지 않아서	188(71.2)
추가 비용이 부담돼서	100(37.9)
공공배달앱의 이점을 잘 몰라서	92(34.8)
민간배달앱을 이용하고 있어서	87(33.0)
이용할 수 있는 공공배달앱이 무엇인지 잘 몰라서	63(23.9)
시스템 이용이 불편해서	62(23.5)
우리 지역에는 공공배달앱이 없어서	32(12.1)
앱 이용자가 많지 않아서	31(11.7)
기타*	35(13.3)
계	690(261.4)

* 공공앱을 신뢰할 수 없어서 등

- (민간배달앱 이용행태) 조사 대상 소상공인 1,005명 중 현재 민간배달앱을 이용하고 있는 소상공인 967명을 대상으로 설문조사
- (이용 이유) 민간배달앱을 이용하는 이유로 '앱 이용자가 많아서(78.3%)'가 가장 많았고, '더 많은 고객을 확보하기 위해서(71.5%)' 등이 뒤를 이었음(중복응답).

[표 6-11] 민간배달앱 이용 이유(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=967)
앱 이용자가 많아서	757(78.3)
더 많은 고객을 확보하기 위해서	691(71.5)
경쟁업체도 이용하고 있어서	464(48.0)
입점업체가 많아서	255(26.4)
시스템 이용이 편리해서	209(21.6)
시스템이 안정적이어서	89(9.2)
본사의 방침 등으로 인해서	82(8.5)
기타*	146(15.1)
계	2,693(278.5)

* 중개수수료가 저렴해서 등

- (문제점) 소상공인 967명 중 806명(83.4%)이 민간배달앱에 문제점이 있다고 응답했으며, 이 중 '중개수수료가 비쌌(57.8%)', '광고비가 비쌌(21.8%)'이 가장 많았음.

[표 6-12] 민간배달앱 문제점

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
중개수수료가 비쌌	466(57.8)
광고비가 비쌌	176(21.8)
시스템 이용이 불편함	44(5.5)
앱 이용자가 많지 않음	41(5.1)
점주에 대한 혜택이 부족함	32(4.0)
입점업체가 많지 않음	14(1.7)
음식점 상위노출 기준 등이 불공정	12(1.5)
기타*	21(2.6)
계	806(100.0)

* 시스템이 안정적이지 않음 등

- (부당행위) 3대 민간배달앱(배달의민족·요기요·쿠팡이츠)을 주로 이용하는 소상공인 964명 중 114명(11.8%)이 부당행위를 경험한 적이 있다고 응답
- 부당행위 중 '소비자 응대나 배상책임을 모두 회피(47.4%)', '점포 순위를 높이거나 좋은 후기만 노출하는 등의 조건으로 과도한 비용 요구(31.6%)'가 가장 많았음.

[표 6-13] 민간배달앱 부당행위(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=114)
소비자 응대나 배상책임을 모두 회피	54(47.4)
점포 순위를 높이거나, 좋은 후기만 노출하는 등의 조건으로 과도한 비용 요구	36(31.6)
앱 내 판촉행사 등에 참여할 것을 강요	35(30.7)
타 배달앱 대비 유리한 조건으로 판매할 것을 강요	28(24.6)
과도하게 사은품, 쿠폰 등을 제공하도록 강요	24(21.1)
사전 안내 또는 협의 없이 비용 인상	21(18.4)
특정 상품을 구매하거나 프로그램에 가입하도록 강요	16(14.0)
과도하게 가격을 인하하도록 강요	15(13.2)
기타*	32(28.1)
계	261(228.9)

* 타 배달앱에서 퇴점하거나 타 배달앱에 입점하지 않도록 강요 등

- (민간배달앱 비용 인상 시 행동) 중개수수료·광고비·배달비가 인상된 경우 소상공인 2명 중 약 1명*은 음식 가격 또는 소비자 부담 배달비를 올리거나 음식의 양을 줄인 것으로 나타남.

* 중개수수료 인상 시 49.4%, 광고비 인상 시 45.8%, 배달비 인상 시 59.5%

[표 6-14] 민간배달앱 비용 인상 시 행동

(단위 : 명, (%))

구분	인상된 비용 (N=964)		
	중개수수료	광고비	배달비
비용 인상 경험 없음	186(19.3)	209(21.7)	158(16.4)
비용 인상 경험 있음	778(80.7)	755(78.3)	806(83.6)
음식가격을 인상함	223(28.7)	203(26.9)	166(20.6)
소비자 부담 배달비를 인상함	146(18.8)	130(17.2)	301(37.3)
음식의 양을 줄임	15(1.9)	13(1.7)	13(1.6)
기타*	394(50.6)	409(54.2)	326(40.5)
소계	778(100.0)	755(100.0)	806(100.0)

* 음식가격 등을 인상하지 않음 등

- (민간배달앱 미이용 이유) 현재 민간배달앱을 이용하지 않는 소상공인(38명)은 '중개수수료가 비싸서(68.4%)', '광고비가 비싸서(52.6%)', '추가 비용이 부담돼서(50.0%)' 등의 이유로 민간배달앱을 이용하지 않고 있는 것으로 나타남.

[표 6-15] 민간배달앱 미이용 이유(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=38)
중개수수료가 비싸서	26(68.4)
광고비가 비싸서	20(52.6)
추가 비용이 부담돼서	19(50.0)
공공배달앱을 이용하고 있어서	15(39.5)
민간배달앱의 이점을 잘 몰라서	10(26.3)
앱 이용자가 많지 않아서	5(13.2)
시스템 이용이 불편해서	4(10.5)
기타*	6(15.8)
계	105(276.3)

* 시스템이 불안정해서 등

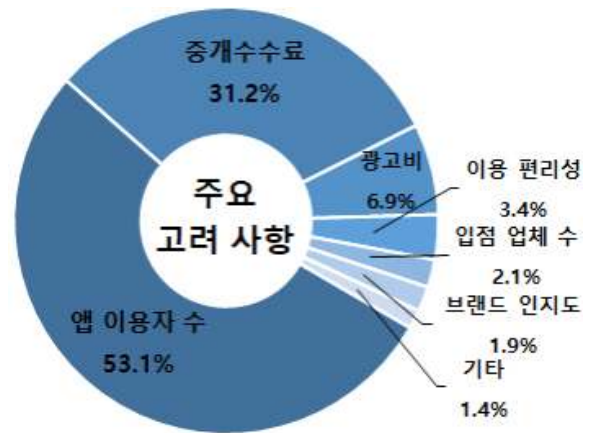
3. 배달앱 인식 설문조사 결과

- (주요 고려사항) 소상공인이 배달앱 선택 및 이용 시 가장 중요하게 고려하는 사항으로 '앱 이용자 수(53.1%)', '중개수수료(31.2%)', '광고비(6.9%)'가 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타남.

[표 6-16] 배달앱 선택·이용 시 주요 고려사항 [그림 6-3] 배달앱 선택·이용 시 주요 고려사항

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
앱 이용자 수	534(53.1)
중개수수료	314(31.2)
광고비	69(6.9)
이용 편리성	34(3.4)
입점 업체 수	21(2.1)
브랜드 인지도	19(1.9)
기타*	14(1.4)
계	1,005(100.0)



* 시스템 안정성 등

- (포장주문 중개수수료 부과) 소상공인의 92.3%가 포장주문 건에 중개 수수료를 부과할 필요가 없다고 응답함.

[표 6-17] 포장주문 중개수수료 부과의 필요성 [그림 6-4] 포장주문 중개수수료 부과의 필요성

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
포장주문 건에 중개수수료 부과 불필요	928(92.3)
포장주문 건에 중개수수료 부과 필요	77(7.7)
계	1,005(100.0)



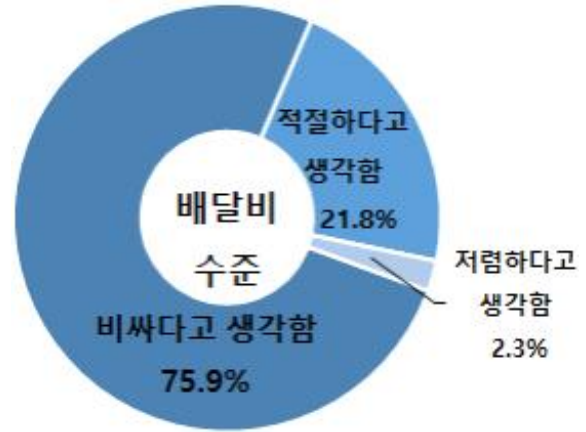
- (배달비 수준) 소상공인의 75.9%(763명)는 현재 배달비를 비싼 수준으로 인식하고 있었으며, 21.8%(219명)는 적절한 수준으로 인식하고 있었음.

[표 6-18] 소상공인 배달비 수준 평가

[그림 6-5] 소상공인 배달비 수준 평가

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수
비싸다고 생각함	763(75.9)
적절하다고 생각함	219(21.8)
저렴하다고 생각함	23(2.3)
계	1,005(100.0)



- (비싼 배달비 조정 방안) 현재 배달비가 비싸다고 응답한 소상공인 763명 중 660명(86.5%)은 배달앱이 더 부담해야 한다고 응답했고, 510명(66.8%)이 기본 배달비는 내리고, 상황에 따른 배달비 차등이 필요하다고 응답함(중복응답).

[표 6-19] 비싼 배달비에 대한 조정 방안(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=763)
배달앱이 더 부담해서 배달비를 내려야 함	660(86.5)
기본 배달비는 내리되, 주문금액이나 날씨, 배달기사 수급 상황 등에 따라 차등 적용해야 함	510(66.8)
인건비 상승과 배달기사 근무여건 개선 등을 고려하면 현재 수준보다 배달비를 인하하는 것은 어려움	396(51.9)
배달기사의 임금·수당을 줄여서 배달비를 내려야 함	261(34.2)
음식점이 더 부담해서 배달비를 내려야 함	135(17.7)
계	1,962(257.1)

- (요구 개선사항) 소상공인이 배달앱에 요구하는 개선사항으로 '수수료 등 인하'가 92.3%로 가장 많았고, '공공배달앱 활성화 및 혜택 증대(52.6%)', '과장광고 및 지나친 경쟁 유도 제재(45.4%)' 등이 뒤를 이었음(중복응답).

[표 6-20] 배달앱 관련 요구 개선사항(중복응답)

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=1,005)
수수료 등 인하	928(92.3)
공공배달앱 활성화 및 혜택 증대	529(52.6)
과장광고 및 지나친 경쟁 유도 제재	456(45.4)
수수료 등 산정 근거 공개	397(39.5)
앱 이용 편리성 향상	291(29.0)
부당행위 처벌 강화	226(22.5)
불만 처리 및 피드백 개선	188(18.7)
계	3,015(300.0)

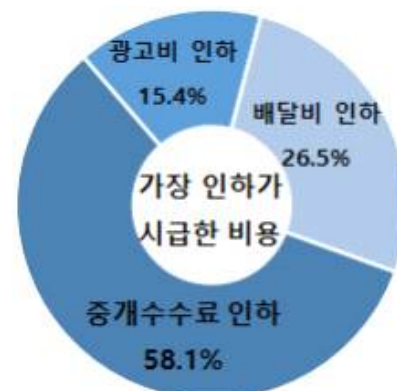
- (인하 시급 비용) 배달앱에 대한 요구 개선사항으로 '수수료 등 인하'를 선택한 928명의 소상공인 중에서 539명(58.1%)은 '중개수수료 인하'가, 246명(26.5%)은 배달비 인하가 가장 시급하다고 응답하였음.

[표 6-21] 가장 인하가 시급한 비용

[그림 6-6] 가장 인하가 시급한 비용

(단위 : 명, (%))

구분	응답자 수 (N=928)
중개수수료 인하	539(58.1)
배달비 인하	246(26.5)
광고비 인하	143(15.4)
계	928(100.0)



VII 시사점 및 향후 계획

1. 시사점

1) 배달비 현실화 및 부과체계 개선 필요

- 소비자의 배달비 부담 경감 필요
 - 2005년, 2018년, 2021년의 자장면 1그릇 가격을 기준으로 할 때 배달가격 증가율은 외식가격 증가율의 2배에 육박하는 것으로 나타남.
 - 기존에는 없던 배달비를 소비자가 부담하게 되었고, 최소 주문금액 등이 생기는 등 소비자는 음식배달에 과거 대비 더 많은 비용을 지불하게 됨.
 - 소비자의 50.1%(977명)가 현재 배달비가 비싼 수준이라고 인식하고 있는 것으로 나타남.
- 배달대행 비용 부과기준 공개 및 명확하고 투명한 기준 마련 필요
 - 배달비는 일반적으로 배달대행업체에 따라 달라지나, 대부분 공개된 배달앱 수수료율과 달리 배달대행 업체의 비용 부과기준 등은 공개되지 않아 명확한 기준을 공개할 필요가 있음.
 - 배달대행 플랫폼별 배달비 부과기준도 제각각이고, 음식점도 자율적으로 소비자의 배달비 부담 비율을 설정하고 있어 배달 가격 안정화를 위해 명확하고 투명한 기준 마련 필요

2) 공공배달앱 활성화 대책 마련 필요

- 공공배달앱은 소상공인의 입장에서 수수료 부담을 크게 덜어주는 효과적인 수단이나, 소비자 입장에서의 혜택은 상대적으로 부족

- 공공배달앱과 민간배달앱의 배달비를 비교한 결과 단건 배달을 제외하고는 비슷한 수준으로 공공배달앱의 배달비가 더 비싼 경우도 있었음.
- 이용 소비자 측면의 이점 확대 필요
 - 가격 측면의 혜택 확충 필요
 - 공공배달앱 배달비가 민간배달앱과 비슷하고, 음식 가격이나 할인 혜택 등도 민간배달앱과 크게 차이가 없어 소비자가 공공배달앱을 이용할 유인이 부족
- 소상공인에 대한 혜택 및 홍보 강화, 시스템 개선 필요
 - 공공배달앱 미이용 소상공인의 34.8%(92명)는 '공공배달앱의 이점을 잘 몰라서', 23.5%(62명)는 '시스템 이용이 불편해서' 공공배달앱을 이용하지 않는다고 응답
 - 공공배달앱에 문제가 있다고 응답한 소상공인 중 15.9%(72명)이 시스템 이용이 불편하다고 응답함.
 - 소상공인의 52.6%(529명)가 '공공배달앱 활성화 및 혜택 증대(52.6%)'를 요구

3) 플랫폼 수수료 조정 필요

- 높은 플랫폼 수수료로 인해 소비자 가격이 왜곡되지 않도록 대책 마련 필요
 - 배달앱 내 음식 가격이 매장보다 비싸거나, 배달앱별 수수료에 따라 음식 가격도 달라지는 등 높은 수수료 부담이 소비자에게 전가되어 가격 왜곡 발생
 - 소상공인 설문 결과, 민간배달앱이 수수료 등을 인상한 경우 소상공인 2명 중 약 1명이 음식 가격 등을 인상하거나 음식의 양을 줄인 것으로 나타남.
- 배달 플랫폼 이용 소상공인의 부담 완화 필요
 - 비용 시뮬레이션 결과, 음식점은 매출의 평균 24.53%~30.8%(공공배달앱은 17.6%)의 수준을 배달 플랫폼에 지급

○ 소상공인 설문 결과, 음식점이 배달 플랫폼에 지급하는 월평균 비용은 427만 9,300원으로 월평균 매출의 23.4%에 육박

- 소상공인의 92.3%가 배달앱에 대한 요구사항으로 '수수료 등 인하'를 선택

○ 해외 주요 배달앱과 비교할 때 국내 배달앱의 최고수수료율은 비슷하고, 최저수수료율은 낮은 편이나, 최저수수료율 선택 시 배달료가 올라가는 등 소상공인의 부담은 일정

□ 플랫폼 수수료 조정 방안 마련 필요

○ 기본 수수료율은 낮추되 다양한 요금제 옵션을 마련하여 음식점이 상황에 따라 옵션을 선택·추가하여 지출을 조정할 수 있도록 하는 등 수수료 체계 개선 필요

4) 플랫폼 거래 환경 개선 필요

□ 배달앱 내 부당행위 및 소비자피해 방지 대책 마련 필요

○ 소상공인 설문 결과, 민간배달앱의 부당행위로 배달앱이 '소비자 응대나 배상책임을 모두 회피(47.4%)', '점포 순위를 높이거나, 좋은 후기만 노출하는 등의 조건으로 과도한 비용을 요구(31.6%)'가 가장 많았음.

○ 소비자 설문 결과, 소비자의 34.8%가 배달앱 관련 피해 경험이 있었고, '주문 후 음식점이 일방적으로 취소', '주문한 음식이 늦게 배달' 등이 가장 많았음.

□ 소비자에 대한 이중가격 행태 개선 필요

○ 조사 대상 34개 음식점의 매장과 배달앱 내 음식 가격을 비교한 결과 총 1,061개 중 541개(51.0%) 메뉴의 매장 가격과 배달앱 가격이 달랐고, 그 중 529개(97.8%)의 메뉴가 매장보다 배달앱에서 더 비싼 것으로 나타남.

- 조사 대상 34개 음식점 중 20개 음식점(58.8%)에서 매장 내 음식 가격과 배달앱 내 음식 가격이 달랐고, 이 중 7개 음식점(35.0%)만 배달앱 내 가격이 매장과 다르거나, 다를 수 있다는 사실을 안내하고 있었음.

5) 일회용품 사용 저감 대책 마련 및 제도 보완 필요

- 최근 음식배달 증가 등으로 플라스틱 배출량이 크게 늘며 환경문제 대두
 - 1인당 연간 배달음식 플라스틱 사용량은 1,341.6개(10.76kg)로 일부 배달 음식의 경우 소형 소스·반찬용기, 포장 랩 등 평균 32종의 일회용품이 사용
- 소비자·사업자의 자발적인 참여 기회 확대
 - 일회용품 저감을 규제 측면으로만 접근할 것이 아니라 소비자·사업자가 자발적으로 참여할 수 있도록 제도 확대 및 추가 기회 마련 필요
 - '다회용기 음식배달 사업' 확대 시행, 탄소중립실천포인트제 인센티브 확대 등
- 음식배달 시 일회용품 저감 관련 제도 보완 필요
 - 배달플랫폼 사업자에 포장폐기물 발생억제 의무를 부여하거나, 재활용 의무 생산자의 범위에 추가하는 등 제도 도입에 관한 지속적 논의 필요
 - 해외에서는 이미 일부 플라스틱 제품에 대한 사용 제한이나, 온·오프라인 플랫폼 재활용 의무 부여 등 일회용품 저감을 위해 적극적인 조치 마련

2. 향후 조치계획

- (사업자 자율개선 유도) 배달앱 관련 소비자피해 등에 관한 사업자의 자율적인 개선 권고
 - (플랫폼 측면) 배달 플랫폼에 대한 시스템 등 개선 권고

- (소비자피해 예방) 각 피해 유형에 따른 시스템 개선과 피해보상 강화 권고
- (이중가격 관련 표시 개선) 배달앱 내 이중가격 설정 시 음식점이 관련 내용을 안내하도록 이용약관이나 관련 시스템 등 개선 권고
- (소상공인 측면) 배달앱 내 이중가격 행태에 대한 자율 시정 및 교육 권고(한국외식업중앙회 등 공동)
- (정보 제공) 배달앱 관련 가격 실태조사 및 소비자·소상공인 대상 설문 조사 결과 공표

【참고문헌】

한국소비자원(2021. 10.), 배달음식 플라스틱 용기 실태조사
한국소비자원(2019. 12.), 배달서비스 플랫폼(앱) 소비자문제 실태조사
공정거래위원회(2021. 2.), 기업결합 의결서 제2021-032호
농림축산식품부(2022. 8.), 2021 외식업 경영실태 조사 보고서
대외경제정책연구원(2022. 5.), 국제사회의 플라스틱 규제 현황과 시사점
중소벤처기업부(2021. 12.), 2021년 온라인 플랫폼 이용사업자 실태조사
한국무역협회(2022. 8.), EU 주요 환경 정책과 시사점
한국외식산업연구원(2019. 8.), 외식산업 배달 실태에 관한 연구
한국외식업중앙회(2022. 6.), 음식과 사람

【보도자료 및 언론기사】

국토교통부(2021. 8.), 국민부담 경감을 위한 중개보수 및 중개서비스 개선
금융위원회(2022. 2.), 카드수수료 적격비용 제도개선을 위한 협의체(TF)
구성 및 제1차 회의 개최
금융위원회(2021. 8.), 「대부업법 시행령 개정안」 국무회의 통과 - 8.17일부터
대부중개수수료가 최대 1%p 인하됩니다.
기획재정부(2021. 1.), 제3차 물가관계차관회의 개최
보건복지부(2017. 9.), 제증명수수료 상한금액 기준, 9월 21일부터 모든
의료기관에 적용
환경부(2021. 12.), 탄소중립을 위한 한국형(K)-순환경제 이행계획 수립
KOTRA(2021. 12.), 글로벌 해양 플라스틱 오염 문제: 중국의 플라스틱 산업
동향은?
KOTRA(2021. 7.), 중국 딜리버리 앱 시장 현황

KOTRA(2017. 11.), 독일, 2019년 신포장재법 도입

한국소비자단체협의회(2022. 10.), 10월 배달비 조사 보도자료

한국소비자단체협의회(2022. 6.), 6월 배달비 조사 보도자료

국민일보(2021. 12.), 동네마다 공공배달앱.. 경쟁에 밀려 상당수 존폐기로

글로벌이코노믹(2021. 12.), ‘배달앱 출혈경쟁’ 등쌀에 ‘소비자·점주·배달업체’ 모두 피해

노컷뉴스(2021. 12.), 치킨업계 잇따른 가격인상에도 BBQ “당분간 가격인상 없다”

뉴스포픽(2020. 6.), 배달 앱, 관건은 수수료다 ‘순평’이 시작한 치킨 게임

뉴스핌(2022. 8.), 우버 음식배달 전쟁에서 승리할까?

동아사이언스(2022. 8.), 전세계 음식배달 시장 규모 389조원으로 3년만에 3배 이상 급증

동아일보(2021. 2.), “5달러 커피가 13달러에”...코로나가 바꾼 美요식업계 명암

매일경제(2022. 3.), “치킨 팔아 뭐하나, 배달대행사에 수수료로 다 뜯겨”...자영업자들 피눈물

비즈니스워치(2022. 9.), “요기요는 받는데...” 배민·쿠광이츠, 포장수수료 ‘딜레마’

소비자가 만드는 신문(2022. 3.), 단건 배달앱 자영업자들 부가세 논쟁...배달료는 고객과 분담하는데 세금은 왜 자영업자가 다 내?

세계일보(2022. 6.), 열탱크에 라면봉지 넣자 기름 왁왁...리사이클링에 ‘날개’

아시아투데이(2021. 2.), 배달앱 입점 음식점 57%, 매장보다 높은 가격에 음식 판매

애플경제(2021. 5.), 유럽, 음식·서비스 배달 경쟁 가속화?

연합뉴스(2022. 2.), 중국, 음식배달 플랫폼에 수수료 인하 압박...메이탄 주가 급락

이데일리(2018. 6.), “공짜는 없다”...외식업계, 배달 유료화 확산에 소비자 분통

이코노미스트(2022. 2.), “옛 자장면값, 기억하나요”...2000 vs 2022 물가 비교해보니

이코노미조선(2022. 2.), 웃돈 주고 가맹점·라이더 사고판다...1強 선점 경쟁 치열

중부일보(2022. 9.), [팩트인사이드] ‘배달특급’ 배달비가 다른 배달앱보다 비싸다?

중앙일보(2022. 4.), 식기류 등 준비물품 많아 업주들 부담 늘어

한겨레(2022. 6.), 악기 레슨·웹 디자인까지 저임금·불안정 노동 번져

한국경제(2021. 9.), “수수료 상한제 부당”... 美 3대 음식 배달업체, 뉴욕시 상대로 소송

한국일보(2022. 7.), 가주서 일회용 플라스틱 순차적 퇴출

한국일보(2022. 3.), 이용자 66% “배달비 부적절” 풀액셀 뺀 배달앱 인기 주춤하나 [여론 속의 여론]

헤럴드경제(2022. 6.), “치킨 배달비 5000원 아까워 직접 가는데” 포장도 이제 돈 내라?

Kentonline(2021. 3.), This is how the likes of Deliveroo, Just Eat and Uber Eats work

【참고사이트】

한국소비자원 참가격 정보서비스 price.go.kr/tprice/portal/main/main.do

국회 의안정보시스템 likms.assembly.go.kr/bill/main.do

법제처 국가법령정보센터 law.go.kr

한국환경공단 생산자책임재활용제도 iepr.or.kr/main/main.do

한국환경공단 탄소중립실천포인트 cpoint.or.kr/netzero/ghg/Main.do

KOSIS 국가통계포털 kosis.kr/index.do