

배달앱 수수료 부담은 외식물가 상승의 요인으로 볼 수 있음

- 배달앱 수수료 부담으로 이증가격제를 도입, 외식가격 인상에 따라 외식 물가 인상의 요인으로 작용

< 보도 주요 내용 >

2월 27일(목) 헤럴드경제 헤럴드광장 칼럼 「외식물가 상승, 배달앱 수수료 때문일까」에서 “외식가격이 배달앱 수수료로 인해 상승했다는 주장은 과도한 측면이 있다.”라는 내용을 보도했습니다.

< 농림축산식품부 설명 >

‘2023년 외식업체 경영실태 조사’에 따르면 구내식당, 주점업 등을 포함한 전체 외식업 소상공인 중 배달앱을 이용했다고 응답한 비율은 28.7%에 불과하나, 피자·치킨 등 주요 프랜차이즈 업종에서는 배달앱 이용율이 42.3~83.4%로 높게 조사되었습니다.

* 배달앱 이용이 많은 업종 : 피자·햄버거·샌드위치 및 유사음식점(83.4%), 치킨(79.1), 간이 음식 포장판매전문점(44.7), 중식(44.6), 김밥 및 기타 간이음식점(42.3)

일부 프랜차이즈 업체에서는 배달앱 수수료 때문에 매장가격과 배달가격을 다르게 책정하는 이증가격제*를 도입하고 있습니다. 특히, 도시락 업체의 이증가격제 도입('24.10)으로 2024년 11월 도시락 소비자물가지수**가 전년 대비 11.1% 상승한 바 있습니다.

* '24년 이증가격제 도입업체 : 롯데리아, 맥도널드, KFC, 파파이스, 버거킹, 프랭크버거, 피자스쿨, 호식이두마리치킨, 한솔도시락 등

** 도시락 외식 물가지수 : ('24.1~9) 122.60 → (10) 129.28(전년비 8.1%↑) → (11~12) 132.88(11.1%↑) → ('25.1) 132.88(8.4)

또한, (사)소비자공익네트워크에서 지난 14일 외식업 점주 502명을 대상으로 설문조사한 결과에 따르면 외식업 점주들이 사업장 운영에서 가장 큰 부담을 느끼는 요인은 배달앱 수수료(7점 만점에 5.68점)로 나타났고, 다음으로 세금(5.46)과 식재료비(5.41), 공과금(5.38), 인건비(5.34), 임차료(5.30) 등의 순이었습니다.

조사에 참여한 점주의 47.6%는 배달앱 수수료 부담이 커져 메뉴 가격을 인상한 경험이 있다고 답변하였고, 34.8%는 배달앱 메뉴 가격을 오프라인 매장보다 높게 설정한 '이중 가격'을 도입한 것으로 나타났습니다.

지난 25일 박범수 농림축산식품부 차관 주재로 개최된 외식업계 현안 해결을 위한 간담회에서도 외식단체*와 참여업체 대부분은 정부에 배달앱 수수료 부담 완화대책을 요구하였습니다.

* 한국외식산업협회, 한국외식업중앙회, 한국프랜차이즈산업협회

정부는 배달앱 수수료 부담완화를 위해 공공배달앱 활성화*를 추진하고 외식업체 경영 안정을 위해 업계와 소통·협력하고 애로사항을 발굴·해소하는 등 지속적으로 노력하겠습니다.

* 공공배달앱 인지도 제고를 위해 지자체에서 운영하는 공공배달앱을 한곳에서 볼 수 있도록 포털을 구축(~4월초), 홍보, 외식업체 입점확대 등 지속 추진

담당 부서	식품산업정책관실 식품외식산업과	책임자	과 장	최민지 (044-201-2151)
		담당자	사무관	박춘규 (044-201-2157)

