

## 배달플랫폼-입점업체 상생협약체 중개수수료 인하 합의는 **졸속** 정부 무능과 배달플랫폼의 기만행위에 자영업자 속 타들어 간다

현황1    치킨 1마리 팔면 사장님 수익은 2~3천원, 플랫폼 수익은 4~5천원?

치킨무O	1개	19,000원
후라이드		
양념		
매출액		
		19,000원
상점부담 쿠폰 금액		-1,500원
주문중개 수수료		-1,862원
결제대행사 수수료		-525원
배달비		-2,900원
광고비		-950원
부가세		-624원
즉시할인금액		0원
정산 예정 금액 (24.08.30)		
		10,639원

소상공인·자영업자에게 부과하는 중개수수료, 광고수수료, 결제수수료, 배달비 등으로 실제 매장 사업주의 영업이익이 줄고 있음.    와중에 배달의민족이 중개수수료를 6.8%에서 9.8%로 인상하겠다는 안을 발표하며, 큰 사회적 공분을 일으킴

- 업계에서는 배달의민족의 모기업인 딜리버리히어로가 유럽연합 반독점법 위반으로 인해 6천억 원에 달하는 벌금을 부과받을 상황에 처한 것을 수익성 강화책의 배경으로 제시. 지난해 우이한형제들에서 4천억원 이상의 배당을 받아간 딜리버리히어로가 올해엔 그보다 더 큰 금액을 회수해야 할 형편에 놓인 탓
- 정부는 배달플랫폼과 입점업체가 상생방안을 모색하도록 ‘상생협약체’를 발족함. 2024년 7월 23일 출범한 상생협약체는 세간의 기대와 다르게 12차까지 회의를 지속하는 지지부진한 과정을 거쳤고, 12차 회의에서 극적 타결된 것으로 언론에 보도됐으나 현실은 많은 문제점을 내포하고 있음

현황2 12차 회의 끝에 상생안 마련...반쪽짜리 합의안에 일부 협회는 크게 반발!

14일 배달음식 앱 배달의민족과 쿠팡이츠, 요기요의 입점업체 수수료율 인하가 결정  
올해 7월 공정거래위원회 주도로 출범한 배달플랫폼 입점업체 상생협의체가 우여곡절 끝에  
상생안을 마련함 , 모든 단체가 상생안에 동의한 건 아니어서 반쪽짜리 결과물에 그  
 졌다는 지적이 나옴

- 배달의민족 쿠팡이츠 최종 상생안에는 거래액 기준으로 차등해서 중개수수료율과 배달비  
 를 적용하는 내용이 담겼음. △거래액 상위 35% 수수료율 7.8%, 배달비 2400-3400원 △  
 35~50% 6.8%, 2100~3100원 △50~80% 6.8%, 1900~2900원 △하위 20% 2%, 1900~2900원  
 으로 구분. 수수료율 9.8%, 배달비 1900~2900원인 현행 방식과 비교하면 수수료율은  
 2~7.8%p 내려가고, 배달비 상한은 500원 높아졌음. 상생안 기간은 2025년부터 3년간 적용

**<배달의민족·쿠팡이츠 최종 상생방안>**

구간	중개수수료	배달비
현행	9.8%	1,900~2,900원
상위 35%	7.8%	2,400~3,400원
35~50%	6.8%	2,100~3,100원
50~80%		1,900~2,900원
하위 20%	2.0%	
적용기간	향후 3년간	

출처: 공정거래위원회 보도자료

- 이번 상생안은 상생협의체 참석 단체 전원의 동의를 얻지 못한 채 소상공인연합회 전국상  
 인연합회, 공익위원 등의 찬성으로 가결된 만큼 자영업자들의 동의를 얻는 데 실패함. 입점  
 업체 측 단체인 한국외식산업협회와 가맹점주협의회는 회의 도중 퇴장한 것으로 알려짐
- 가맹점주협의회는 15일 성명에서 "상생안은 입점업체들과 영세 자영업자들의 배달비 부담  
 완화를 외면하고 철저히 플랫폼 기업들의 이익을 옹호하는 안으로 결론이 났다"라고 비판함.  
 최초 논의 시작 전 수수료 6.8%보다 더 높은 7.8%를 상생안이라며 발표했다"라며 "수수료  
 인하를 위해 출범한 상생협의체가 수수료를 1%p 더 높이고, 배달비용도 500원 추가 인상하는  
 안을 도출한 것"이라는 입장을 밝힘

·자영업자 회원으로 구성된 네이버카페 <아프니까 사장이다>에서 ‘\_\_\_\_\_ .쿠  
팡이츠 최종 상생방안을 주제로 실시한 긴급 여론조사 결과, 응답자의 85%가 ‘반대(전혀  
 상생안이 아니다)’라고 응답 **찬성 5.6%(88표), 반대 85.1%(1,341표), 잘 모르겠다 9.3%(147표)**

□ (판매가격별) 이번 상생안으로 변경될 정산구조를 추산해 본 결과, 매출 상위 35% 점주들  
 의 경우 판매가격이 2만5천 원보다 낮으면 기존보다 정산받는 금액이 오히려 낮아졌음. 수  
 수수료율을 2% 인하하면서 배달비를 인상한 까닭으로 해석됨

**<배달앱 상생안 합의에 따른 판매가격별 정산구조 변화(추정, 단위: 원)>**

판매가격	기존 정산구조			변경 정산구조			정산차액
	수수료(9.8%)	배달비	업주 정산	수수료(7.8%)	배달비	업주 정산	
10,000	980	2,900	6,120	780	3,400	5,820	-300
20,000	1,960	2,900	15,140	1,560	3,400	15,040	-100
25,000	2,450	2,900	19,650	1,950	3,400	19,650	0
30,000	2,940	2,900	24,160	2,340	3,400	24,260	+100

□ (거래액 구간별) 치킨 1마리 2만 원 기준으로 거래액 구간별 업주 부담 액수 추이를 살펴보면  
 상위 35%는 현행과 비교해 100원을 더 부담해야 하는 것으로 나타남

- 하위 20%의 경우, 현행 수수료 체계와 비교해 차이를 보이지만, 하위 20% 업장은 매장 식사를  
 주력으로 하는 사업구조이므로, 이번 정책변화와 무관하다고 보는 것이 타당. 더욱이, 가게에  
 서 부담해야 하는 수수료가 중개수수료만이 아님을 고려할 때, 나머지 거래액 구간에서도 이  
 번 상생안 도출로 실익이 발생했는지 면밀히 살펴볼 필요가 있음

**<배달앱 상생안 합의에 따른 거래액 구간별 업주 부담 액수 변화(치킨 1마리 2만 원 기준 추정 단위 원)>**

구간	중개수수료(A)	배달비(B)	A+B
현행	1,960	2,900	4,860
상위 35%	1,560	3,400	4,960
35~50%	1,360	3,100	4,460
50~80%		2,900	4,260
하위 20%	400		

**☞ 상생안은 정부 주도로 결성한 상생협의체에서 합의안 도출에 실패했다는  
 지적을 면피하기 위해 궁여지책, 아랫돌 빼서 윗돌을 낀 ‘졸속대책’ 으로 규정.  
 국회 입법이 이루어지지 않도록 원만히 합의한 것처럼 포장하려는 교묘한 술수**

문제 배달플랫폼-입점업체 상생협약체, 알고보니 문제점 투성이  
 플랫폼은 ‘시간 끌기’와 ‘악의적 약관변경’ 등으로 맞대응

**방관적 태도도 모자라 상생안 합의 기준 제시조차 못 한 정부**

임기 초부터 온라인플랫폼시장의 자율규제 원칙을 고집하면서 배달앱 시장 내 지역  
 업자들의 좌절과 분노만 키웠음. 배달의민족이 9.8%로 중개수수료를 인상하겠다는 발표 이  
 후 국민적 공분이 일어나자 뒤늦게 상생협약체를 출범시킨 정도의 미온적 대응이 뒤따름

- 상생협약체에 참여한 정부 부처의 적극성이 부족했다는 지적이 제기됨. 공정거래위원회와  
 같이 회의에 참석한 중소벤처기업부, 농림축산식품부의 회의 참여도가 특히 미  
 흡했으며, 특히, 중소벤처기업부의 경우, 국회 국정감사에서 여러 국회의원이 제기한 문제  
 점을 적극적으로 해결하려는 의지를 보이지 못한 것으로 파악됨

- 아울러, 정부 차원에서 정책 연구용역 의뢰, 혹은 기존의 신뢰도 높은 조사나 연구자료를  
 활용해 일종의 상생한 합의 가이드라인을 만들어 적정선의 중개수수료를 유도했어야 하나,  
 그러한 자료 제시가 전혀 없었음. 배달앱들은 중개수수료 9.8%에서 인하해야 할 적절한 근  
 거를 찾지 못하고, 회의가 장기간 늘어지는 상황이 발생함
- 배달앱 상생협약체의 주된 목적이 플랫폼의 이익을 일부 양보하여 지역업자의 수익을 보장  
 하는 데 의의가 있는 회의였으나, 플랫폼들이 수익성을 포기해야 하는 충분한 이유와 설명  
 이 없었기 때문에 플랫폼 기업의 공감대 형성 및 수익성을 양보해야 할 이유가 사라짐. 결  
과적으로, 이번 상생협약체 회의는 불필요한 논쟁만 오고 간 회의로 끝나게 됨

**② 낮춰진 중개수수료? 배달비는 늘고 광고수수료는 논의도 안했다**

- (중개수수료) 최종 상생방안의 골지는 현행 9.8% 수준인 배달 중개수수료를 거래액에 따라  
 최저 2%에서 7.8%까지 차등 적용하는 것. 배민은 올해 8월 중개수수료를 6.8%에서 9.8%로  
 인상했음. 상생안의 최고 수수료율은 7.8%로, 8월 인상 이전 시점으로 보면 배달의민족 중  
 개수수료는 1%p 인상된 셈
- (배달비) 현행 1,900~2,900원의 배달비를 거래액 기준 구간을 나눠봤음. 하위 50% 사업장까  
 지는 현행 배달비와 동일하나, 35~50%의 경우 2,100~3,100원, 상위 35%의 경우 2,400~3,400  
 원으로 최저와 최고금액 모두 200원에서 최대 500원까지 인상

( ) 배달의민족의 경우 (CPC, 광고리스트의 상점을 클릭해도 요금 발생, 클릭당 200~600원), **울트라콜**(깃발꽃기, 정액제, 개당 월 8만 8천원), **오픈리스트**(광고 카테고리 상단노출, 정률제, 주문시 6.8% 수수료 발생) 등 항목을 활용해 주문이 발생하지 않더라도 광고비를 부과하는 플랫폼 운영방식을 취하고 있음

- 국정감사 과정에서 중소벤처기업부는 광고수수료 측면에서 부당성을 인지하고 플랫폼 측에 계속해서 의견을 전하고 있다고 말하며 상생협의체에서 원만한 합의안이 도출되도록 노력하겠다는 입장을 밝혔으나 이번 상생방안에 광고수수료 문제는 포함되지 못함

**업주들의 현실은 외면한, 중개수수료 인하 요구만 반복**

- 상생협의체가 구성된 이유가 외식 자영업계의 폐업자 수 증가, 외식물가 상승에 대응하기 위해서라면, 협의체 회의는 자영업자들의 현실을 근본적으로 개선하는 방향으로 운영돼야 했으나, 수수료 인하를 요구하는 입점업체와 수익성 감소를 용인할 수 없는 배달앱간의 줄다리기 싸움으로 이어졌다는 것이 상생협의체 운영 과정에서 실패의 원인으로 지적

- 무료배달과 정률형 수수료의 도입이 본격화된 2024년, 외식업체들의 영업이익이 급감하면서 폐업자 수가 증가하였고, 추가 광고비 지출 또한 발생하는 상황에서, 배달앱 내 이중가 격제까지 등장하는 등 상황에 대한 우려와 위기의식이 결여된 상생협의체 회의였다고 판단

**④ 풍선효과 불러일으킨 상생협의체 회의**

- 중개수수료 인하에 대한 상생협의체의 강력한 요구로 풍선효과를 일으키는 부작용이 발생함

- 배달의민족은 국정감사와 상생협의체 회의 등으로 인한 수익성 악화를 우려하여, 추가광고 상품에 대한 적용범위를 확대하는 방식으로 이미 수익성 확보 방안을 마련한 상태. 배달의민족은 10.25와 10.31에 나눠 약관변경을 완료함

- 과거, 주문 발생시 ‘기타유압’으로 분류되어 중개수수료가 발생하지 않았던 주문영역에 ‘오픈리스트’ 광고상품의 범위를 적용하여, 업주들의 광고비 발생을 강제하고, 사실상 업주의 역량으로 발생한 재주문건 및 신규주문 건에 대한 정률형 수수료 적용을 강제하기 시작함

- 상생협의체의 결과와는 무관한 추가적인 광고비 지출이 업주들에게 강요되는 상황이 벌어지고 있음. 사실상의 정액형 상품인 ‘울트라콜’ 광고와 정률제(6.8%)의 오픈리스트 상품을 결합한 이중 광고비 지출 영역을 확대한 것으로, 배달의민족의 상생 의지가 전혀 없음을 방증

이러한 약관을 변경하는 과정에서 상생협약체는 ‘개약’ 형태의 결과를 만드는 데 조력한 셈 , 업주들의 주문 비율 가운데 중개수수료가 부가되는 ‘오픈리스트’의 주문 숫자가 급증하는 결과를 가져옴

12 **걸친 상생협약체 회의는 업주들의 고통스러운 현실은 외면한 채, 중개수수료 문제에만 매달렸음에도 종전 6.8%에서 1%P 인상된 안을 내놓았음. 배달비, 광고수수료 문제는 제대로 다루지도 못함. 아울러, 배달의민족 등 플랫폼이 약관을 변경하여 광고수수료를 활용해 우회적 수익구조를 확보할 수 있도록 시간을 보장해준 꼴이 됨**

대안 상생협약체는 끝났지만, 올바른 상생을 위한 국회 차원의 법·제도 정비 나선다

**배달의민족, 쿠팡이츠 등 배달앱 국회 청문회 추진**

- (문제) 배달의민족, 쿠팡이츠 등 배달플랫폼이 국회 국정감사나 입법 등의 절차를 철저히 무시한 채 약관변경 등을 일삼으며 수익성 확보에만 매진하고 있음. 이같은 행태는 국회 국정감사 등 과정에서 배달앱 문제만 다룰 수 없다는 상황 진단에서 비롯된 것이라고 봄
- (대안) 국회 산업통상자원중소벤처기업위원회, 정무위원회 합동 국회 청문회 추진 필요

**② 배달플랫폼의 영업이익, 수수료 수익현황 등 공시 의무화 추진**

- (문제) 배달의민족, 쿠팡이츠, 요기요 등 배달플랫폼의 영업이익에 기반으로 둔 적절한 중개수수료에 대한 연구나 논의가 전무한 상태에서의 일방적인 수수료 산정은 시장지배기업의 횡포가 될 수밖에 없음. 입점업체의 협상권 부여를 위해서도 배달앱의 경영실태를 정기적으로 공시하는 시스템을 구축할 필요가 있음

- (대안) 배달플랫폼의 영업이익, 수수료 수익현황 등 자료의 반기별·분기별 공시 의무화 추진, 온라인플랫폼법 제정, 시행령 및 고시 정비, 감독기관 지정 및 제재 조치 등 후속조치 필요

※ (공시 근거) 신용카드 수수료: 여신전문금융업법과 그 하위 규정인 ‘여신전문금융업감독규정’, 홈쇼핑 수수료: 과학기술정보통신부 ‘홈쇼핑 방송채널 사용계약 가이드라인’, 백화점 수수료 공시: 유통산업발전법

### 입점업체 점주에 대한 배달앱 협상권 부여 및 불이익 방지 조항 신설

( ) 배달앱들의 일방적인 계약변경 강요, 꼼수 약관변경 등을 통해 원하는 만큼 수익성을 강탈할 수 있는 상황이며, 수수료 및 배달비에 대한 협상권이 전무한 상태. 이는 지속적인 착취구조로의 전환을 방치하며, ‘거부할 시에는 탈퇴할 수 있다’ 라는 기만적 알림으로 사실상 시장에서 떠나는 것 외에 대응할 방법이 없는 상황

( ) 공정거래법 개정을 통한 배달플랫폼의 과도한 수수료 부과, 광고비 강요, 노출 순위 조작 등 규제, 표준계약서 의무화를 통해 플랫폼이 수수료, 광고비 등 계약 조건을 변경할 경우 점주와 사전 협상 의무화, 입점업체 점주 등의 단체활동과 협상권을 부여하는 가맹사업법 개정 및 부당행위 여부에 대한 공정거래위원회 실태조사 정례화 추진

- 가맹사업법을 가맹점과 가맹본부, 배달플랫폼의 3면 관계로 전환한다면 공정거래위원회에 모니터링 권한을 부여하는 등 사전적 적극적 조치를 통해 플랫폼 독과점에 따른 문제 일부 완화 가능

※ (하도급법 사례) 불합리한 유보금 설정, 원사업자의 비용전가, 부당한 특약 설정, 대금미지급 등 건설분야의 불공정 하도급거래에 관해 공정위는 관련 집중 모니터링으로 범위반행위에 엄정 대처

### ④ 통합 공공배달앱 구축 및 신규 이용자 유입을 위한 지원예산 마련

□ (문제) 배달앱 시장의 시장 점유율은 3사가 90% 이상을 장악. 과점 형태 속에서의 사실상 담합 형태로 운영되며 경쟁보다는 입점업체와 배송 라이더에 대한 착취 고착화

- 시장지배기업의 횡포로 인해 시장 논리가 작동하지 않으며, 새로운 플랫폼 사업자의 참여도 기대하기 어려운 상황. 공공배달앱들의 경쟁력을 고취시키는 방법이 유일한 대응책으로 보이지만, 이 또한 정부 지원의 미비, 방치 때문에 경쟁력을 키우기 어려운 환경
- 여러 지자체에서 공공배달앱을 구축하려고 시도한 전례가 있고, 관련 예산이 지속해서 투입됐으나 대중화 등 실질적인 성과를 거둔 사례는 찾기 어려움. 하나의 통합된 공공배달앱 구축이 필요한 이유
- 예컨대 2025년도 정부 예산안에 반영된 배달비 지원예산 2,037억 원의 경우, 사업주 1인당 연 30만원을 지원하는 정책이지만 월 단위로 환산하면 2만5천원 수준으로 자영업자들은 정책의 실효성을 의심하고 있음. 오히려 관련 예산을 공공배달앱에 신규 이용자가 유입될 수 있는 환경을 만드는 방식으로 정책이 설계될 필요가 있음

□ (대안) 통합 공공배달앱 구축, 공공배달앱의 경쟁력 강화를 위한 정책 연구용역 추진 및 공공배달앱 신규 이용자 유입을 위한 지원예산 마련

### 중개수수료, 결제수수료, 배달비 금액의 영수증 표기 의무화

( ) 배달앱 영수증 체계는 소비자가 지불하는 모든 비용이 업주에게 전달되는 듯한 착각을 불러일으킴. 사실상 업주가 모든 배달비와 중개수수료, 부가세, 결제 수수료 등을 부담하기 때문에, 배달앱 이용시에 이러한 비용이 음식 가격에 포함될 수밖에 없는 상황임에도 불구하고, 소비자들은 단순히 음식 가격이 비싸졌다고 오인할 수 있음

- 「배달플랫폼입점업체 상생협약체」 최종 상생방안에 소비자 영수증에 상세한 안내 문구를 기재한 것으로 해당 내용이 ‘일부 반영’되어 있지만, 중개수수료와 결제수수료를 퍼센트 구간으로 표기하고, 배달비만 액수로 기재하는 것으로 구분해놨음

※ (예) 지금 주문하신 가게에서는 주문금액에 대한 중개수수료(\*\*~\*\*%), 결제수수료(\*\*~\*\*%), 배달비(\*\*원)를 배달플랫폼 서비스 이용료로 당시에 지불하고 있습니다.

( ) 소비자들이 지불하는 비용에 관한 정확한 분류 및 표기가 의무화되어야 하므로, 중개수수료, 결제수수료, 배달비 모두 해당 가격을 기재하는 것으로 확대

### ⑥ ‘온라인 플랫폼법’ 제정 논의 속도 ↑

□ (문제) 온라인 플랫폼이 급성장하자마자 자영업자 종속이 '갑질' 논란으로 불거졌지만, 이를 규제할 법적 근거가 없다는 시각지대 문제가 지적되며, 온라인 플랫폼법 제정안이 지난 2020년부터 21대 국회가 총선 준비에 돌입하기 직전인 지난해 11월까지 20건 발의

- 당시 여당이자 다수당인 더불어민주당이 주로 법안을 냈으나 21대 국회에서 온라인 플랫폼 규제 법률 제정은 불발. 22대 국회 들어서도 민주당, 조국혁신당, 사회민주당 등 야당 의원 다수가 이름을 올린 법안이 17건 계류돼 있지만, 논의 속도가 굉장히 더딘 상태. 윤석열 정부는 온라인 플랫폼 입법 대신 대규모유통업법을 개정해 초대형 온라인 플랫폼만 일부 규율하고 '시장의 자율 시장 방침을 고수하고 있음

※ 조국혁신당안: 온라인 플랫폼 독점 규제에 관한 법률안(신장식의원 등 11인) 대표발의(24.9.24)

- 온라인 플랫폼 사업자 중 발행주식의 평균시가총액 또는 그에 준하는 공정시장가치가 10조원 이상인 자가 연평균 매출액이 3조원 이상이거나, 월평균 온라인 플랫폼 이용자 수가 1천만 명 이상이거나 월평균 온라인 플랫폼 이용사업자 수가 5만 개 이상인 온라인 플랫폼 서비스를 제공하는 경우 해당 온라인 플랫폼 서비스를 공정거래위원회에 신고하도록 함

- 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자의 자사우대, 끼워팔기, 멀티호밍 제한, 데이터 이동  
· 접근 제한, 최혜대우 요구 등 시장지배적지위 남용 행위 금지
- 시장지배적 온라인 플랫폼 사업자는 시장지배적 플랫폼 서비스의 이용 조건 등 온라인 플랫폼 이용자의 권익 보호를 위하여 필요한 시장지배적 플랫폼 서비스에 관한 사항 공시 등 규정

( ) 온라인 플랫폼 시장의 건전한 환경을 조성하여 국민 경제의 발전을 도모하기 위한 ‘온라인 플랫폼법 제정’ 속도 제고 및 민주당과의 입법 협력체계 구축