

정부 ‘배달수수료 상한제’ 추진에 소상공인·소비자 모두 피해 우려

한국상품학회, 플랫폼 정책 포럼
김태완 교수 “실증 연구에 따르면
상한제 적용 독립식당 매출 감소”
플랫폼의 자발적 상생 등 유도해야

소상공인 보호를 명분으로 추진되는 ‘배달 수수료 상한제’가 오히려 소상공인과 소비자 모두에게 피해를 줄수 있다는 경고가 나왔다. 플랫폼 생태계의 복잡한 메커니즘을 고려하지 않은 선부론 규제가 시장 전체를 위축시키는 부작용만 낼 것이라는 우려도 있다.

한국상품학회는 1일 대한상공회의소에서 네모미래연구소 주관 ‘공정한 유통생태계를 위한 플랫폼 정책 방향’을 주제로 2025 정책포럼을 개최했다.

첫 번째 발제를 맡은 김태완 건국대 교수는 미국에서 진행한 실증 연구를 바탕으로 배달 수수료 상한제가 불러오는 의도치 않은 결과에 대해 설명했다. 즉 수수료 상한제가 오히려 영세 자영업자에게 불리한 결과를 불러올 수 있다는 것. 플랫폼은 수수료 수입이 줄어들면 손실을 보전하기 위해 소비자에게 부과하는 배달비를 인상하거나, 추천 알고리즘에서 수수료가 낮은 독립 식당의 노출을 줄이고 수수료가 높은 프랜차이즈 식당을 더 노출시킨다는 논리다.

김 교수는 “실증 연구에 따르면 수수

료 상한제가 도입된 도시에서 상한제 적용 대상인 독립 식당의 주문과 매출은 감소하고, 적용되지 않는 프랜차이즈 식당의 매출은 증가하는 역설적인 결과가 나타났다”고 밝혔다.

두 번째 발제를 맡은 이성희 호서대 교수는 국내 사례를 통해 가격 상한제의 역설을 설명했다. 소비자들은 수수료 상한제로 인한 혜택 감소에 매우 민감하며, 상한제가 도입될 경우 배달 주문 자체를 크게 줄일 것이라 분석이다. 한국상품학회가 1027명을 대상으로 진행한 ‘배달비에 대한 소비자 인식조사’에 따르면, 소비자들은 평균 3520원에 달하는 배달비를 비싸다고 인식(78.1%)하면서도, 무료배달(58.3%)과 할인쿠폰(32.4%) 혜택을 더 중요하게 생각했다.

이 교수는 “수수료 상한제로 무료배달이 없어지거나 배달비가 오르는 등 소비자 혜택이 줄어들 경우, 응답자의 75%가 상한제 도입에 반대했다”며 “또한 월평균 배달 이용 횟수가 현재 5.35회에서 2.11회로 60%나 감소할 것으로 예상됐다”고 밝혔다.

이후 한상린 한양대 교수를 좌장으로 한 종합토론이 이어졌다. 서용구 숙명여대 교수는 대형마트 영업시간과 출점을 규제했던 유통산업발전법이 산업 발전을 저해하는 결과로 이어졌다고 말하며 “규제 도입에 신중해야 하

며, 시행한다면 세종시와 같은 특정 지역에서 실험적으로 시행하면서 효과를 검증하는 단계를 거쳐야 한다”고 제안했다.

이유석 동국대 교수는 “배달앱은 한계비용이 ‘0’에 수렴하는 디지털 콘텐츠 플랫폼과 달리, 배달원 인건비, 유튜브 등 실물 비용이 발생하는 O2O 서비스”라며 “수익성을 무조건 낮추라는 규제는 플랫폼이 그 비용을 다른 이해관계자에게 전가하는 부작용을 낳을 수밖에 없다”고 분석했다. 그는 강제적인 규제보다 플랫폼, 소상공인, 소비자가 공동의 목표를 추구하도록 인센티브를 설계하는 ‘골 얼라인먼트(Goal Alignment)’가 필요하다고 제안했다.

김태완 교수는 “배달 수수료 상한제 규제는 풍선효과로 인해 어떤 곳에서 문제가 터져 나올지 모르는 근시안적 접근”이라며, 대안으로 음식 가격에 배달료를 포함하는 방식을 제안했다. 이성희 교수 역시 “선한 의도에도 불구하고, 법률 체계가 더 많은 국민과 소비자가 처한 여건을 충분히 고려하지 못한 것 같다”며 신중한 접근을 재차 당부했다.

전문가들은 이날 포럼에서 확실적인 수수료 상한제보다는 플랫폼의 자발적인 상생 모델 개발 유도나 장기 계약 소상공인 인센티브 제공 등 시장 친화적인 대안을 모색해야 한다고 입을 모았다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr



지난 9월 28일부터 이틀간 전남 일대에서 진행된 퀴진케이 마스터 클래스에 참여한 영세프들이 기념 사진을 찍고 있다. /CJ제일제당

퀴진케이, 영세프 참여 ‘마스터 클래스’ 성료

‘남도의 바다’ 주제 한식 심층 탐구

CJ제일제당의 K-푸드 인재 육성 플랫폼 ‘퀴진케이(Cuisine.K)’가 다섯 번째 ‘마스터 클래스’를 성황리에 마쳤다. 이번 프로그램은 지난 9월 28~29일 전남 일대에서 열렸으며, 29명의 영세프들이 참가해 남도의 바다와 식재료를 주제로 한식을 심층 탐구했다.

‘마스터 클래스’는 명인과 전문가와 함께 전통 식재료와 조리법을 연구하는 퀴진케이의 대표 프로그램이다. 첫째 날 해남 신활력플러스 혁신파크에서는 남도 해산물을 활용한 궁중한식 강의가 열렸고, 이어 빨전복과 로컬 식재료를 활용한 ‘국 오프(요리 챌린지)’가 진행돼 참가자들이 창의적인 요리

를 선보였다.

둘째 날 영암 참발효연구소에서는 ‘전통식초 장인’ 김명성 명인이 천연 식초의 원리와 활용법을 강연했다. 참가 셰프들은 직접 소스와 음료를 만들며 전통 발효의 가치를 체험했다.

참가자들은 “한식과 전통 식재료를 명인에게 직접 배울 수 있는 기회가 흔치 않은 만큼 뜻깊은 경험이었다”고 소감을 전했다.

CJ제일제당은 ‘퀴진케이’를 통해 ▲한식 팝업 레스토랑 운영 ▲한식 파인 다이닝 실습(K-스타주) ▲명인·셰프와 함께하는 연구 클래스 ▲요리대회 후원 등 차세대 셰프 발굴과 한식 세계화를 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

동원F&B, 참치뱃살 명작 등 추석선물 선배

총 100여종… 실속형 30% 확대

동원F&B가 건강과 실속을 강화한 ‘2025 추석 선물세트’ 100여 종을 선보였다. 참치 단독 세트 물량을 30% 늘리고, 고단백 ‘라이트 스탠다드’, ‘가미참치’, ‘동원맛참’ 등 다양한 제품을 조합했다. 참치 부위 중 단 1%만 담은 ‘참치뱃살 명작세트’도 처음 선보인다.

방탄소년단 진과 협업한 ‘BTS 진 슈퍼참치 선물세트’는 지난 7월 쇼핑라이브에서 40초 만에 1천 세트가 완판되며 화제를 모았다. 이번 추석부터 정식 판매에 돌입하며 글로벌 시장도 공략할 예정이다.

실속형 종합선물세트도 물량을 30% 이상 확대했다. 참치, 리즘, 참치액, 요

리유, 참기름 등을 묶은 3만 원대 ‘동원프리미엄 60호’가 대표적이다. 제주도 와 협업해 해녀가 채취한 톳으로 만든 ‘양반 제주 톳김 세트’도 첫 출시됐다.

또한 동원홈푸드의 저칼로리 소스 브랜드 ‘비비드키친’과 협업한 세트, 종이·재활용 소재로 만든 친환경 패키지도 마련했다. 온라인몰 ‘동원몰’은 10월 2일까지 할인 판매와 ‘오늘의 특가’ 행사를 운영한다.

동원F&B는 1984년 처음 선보인 선물세트로 40년 이상 명절 트렌드를 이끌어왔다. 2006년 누적 판매 1억 세트를 넘어섰고, 지난해까지 2억5000만 세트를 돌파했다. 회사 관계자는 “소비자 니즈에 맞춘 건강·실속·친환경 선물세트를 지속적으로 선보일 것”이라고 밝혔다.

/신원선 기자

롯데지주, 박정화 컴플라이언스위원장 선임

롯데지주가 박정화 전 대법관을 컴플라이언스위원장으로 선임했다고 1일 밝혔다.

박정화 신임 위원장(사진)은 고려대학교 법과대학을 졸업하고 1991년 서울지법 북부지원 판사로 임관했으며, 대법원 재판연구관, 대법원 양형위원회 위

원 등 다양한 법조 경력을 쌓으며 2017년부터 2023년까지 대법관을 역임했다. 박 위원장은 서울행정법원 개원 이래 첫 여성 부장판사이자 역대 5번째 여성 대법관으로서, 재임 기간 사회적 약자와 소수자의 권리 보호에 기여했다는 평가를 받고 있다. 2017년 설립된 롯데지주 컴플라



이언스위원회는 그룹 컴플라이언스 정책 방향 심의, 계열사 활동 점검 및 개선 등의 역할을 수행한다.

롯데 관계자는 “박정화 신임 위원장이 글로벌 기준에 부합하는 롯데그룹이 될 수 있도록 컴플라이언스 경영 강화와 윤리익식 제고에 역할을 해줄 것으로 기대한다”고 밝혔다.

/손종욱 기자

신세계百, 추석연휴 할인·팝업 행사 ‘풍성’

강남점서 9일까지 ‘아디다스’ 팝업
7일 ‘비밀의 아이프리’ 팝업스토어

신세계백화점이 최장 열흘간의 추석 황금연휴와 10월을 맞아 대규모 할인 행사와 국내 최초 팝업스토어 등을 연다고 1일 밝혔다. 패션부터 뷰티, 캐리어 굿즈까지 다양한 분야에 걸쳐 행사를 마련해 연휴 기간 고객 잡기에 나선다는 전략이다.

먼저 백화점 최초로 ‘아디다스 팝업스토어’를 신세계 강남점에서 오는 9일까지 선보인다. ‘STADIUM TO STREET’을 주제로 아디오스 프로4 등 스포츠 제품과 삼바OG 등 패션 제품을 한자리에 모았다. 이어 이달 7일부터 19일까지는 같은 장소에서 국내 최초로 인기 애니메이션 ‘비밀의 아이프리’



신세계백화점 강남점 1층에서 열린 아디다스 팝업스토어. /신세계백화점

팝업스토어를 열고 단독 굿즈와 체험존을 운영한다.

패션 부문에서는 이달 19일까지 해외 컨템포러리 브랜드 행사를 진행한다. 피어리, 매종키츠네 등 브랜드 고객을 대상으로 룩북 프로모션을 통해 최대 15% 할인권을 증정한다. 이와 함

께 이달 4일까지는 ‘신백 멤버스 페스타’를 열고 신세계 제휴 삼성카드로 일정 금액 이상 구매 시 최대 70만 ‘신백리워드’를 제공한다.

뷰티 부문에서는 이달 16일부터 26일까지 ‘옥도버 뷰티페어’를 연다. 행사 기간 중 앱에서 30만원 이상 구매 시 3만원 할인권 등을 제공하며, 딥디크, 프라다 뷰티 등 브랜드별 단독 프로모션도 진행한다. 뷰티 편집샵 ‘시코르’는 이달 9일부터 19일까지 ‘K-뷰티페스타’를 열고, 7만원 이상 구매 시 50여종의 샘플로 구성된 ‘메가샘플 키트’를 증정하는 등 다양한 혜택을 선보인다.

신세계백화점 관계자는 “신세계백화점에서 가족과 자신을 위한 선물을 구매할 절호의 기회가 될 것”이라 밝혔다.

/손종욱 기자

이마트 ‘핸드캐리형’ 선물세트 판매 강화

‘CJ 스팸 타워 세트’ 3000원 할인

이마트가 추석 연휴를 앞두고 휴대와 실용성을 강조한 ‘핸드캐리형’ 선물세트 판매를 강화한다고 1일 밝혔다. 일반 택배 배송이 마감된 이후 명절 직전 가벼운 선물세트 구매 수요가 급증하는 데이터를 바탕으로 한 전략이다.

실제로 지난해 추석 명절 전날 하루 동안 가벼운 과일 혼합세트 판매량은 전체 판매 기간의 9%를, 한차·인삼 세트류는 10%를 차지할 정도로 막바지 수요가 높았다.

이에 이마트는 올해 신규 기획한 휴대용 ‘CJ 스팸 타워 세트’와 ‘동원 참치

타워 세트’를 이달 5일까지 3000원 할인된 1만6980원에 판매한다. 또한 ‘시그니처 사인머스캣 3입’은 35% 할인된 4만6410원에, 전용 잔이 포함된 ‘발베니 12년’ 선물세트는 10만7800원에 선보인다. ‘휴럽 6년근 고려홍삼진액골드’ 등 건강선물세트는 1+1 행사를 진행한다.

이마트 정우진 마케팅 담당은 “명절 직전에도 고객분들이 부담 없이 직접 구매해 들고 가실 수 있도록 휴대성과 실용성을 갖춘 명절 선물세트 행사를 이어갈 예정”이라며, “이마트가 준비한 실속 선물세트를 통해 풍요로운 한가위를 보내시길 바란다”고 밝혔다.

/손종욱 기자