



문서번호 : 26-05-민생위-01

수 신 : 각 언론사

발 신 : 민주사회를 위한 변호사모임 민생경제위원회

제 목 : [민생위][공동논평] 배달의민족 상생없는 '처갓집양념치킨 상생 제휴 프로모션', 공정위는 신속히 조사에 나서라

전송일자 : 2026. 5. 7.(목)

전송매수 : 총 2매

**공정한플랫폼을위한사장협회, 민변 민생경제위원회,
전국가맹점주협의회, 참여연대**

공동논평

**배달의민족 상생없는 '처갓집양념치킨
상생 제휴 프로모션', 공정위는 신속히 조사에 나서라**

1. 처갓집양념치킨이 '배민온리' 프로모션 연장을 결정하면서 지난 30일부터 '배민 상생 제휴 프로모션 기간 연장' 공문을 통해 가맹점주들의 배민온리 계약 동의서를 받고 있다. '배민 상생 제휴 프로모션'은 지난 '배민온리' 협약의 이름만 바꾼 것으로, 결국 '처갓집양념치킨-배민온리 시즌2'에 지나지 않는다. 지난 '배민온리' 계약을 통해 처갓집양념치킨 가맹점주와 자영업자, 시민사회단체의 비판을 받고도 기어코 시장지배력을 바탕으로 입점업체 권리를 침해하고, 입점업체 간 차별을 공고히 하는 배달의민족을 규탄한다. 공정거래위원회는 배달의민족의 시장지배적지위 남용 행위를 조속히 제재해야 한다.
2. 공문에 따르면 배민 상생 제휴는 2026년 5월 9일부터 8월 8일까지 최대 3개월간 진행되며, 핵심 내용은 기존 '배민온리' 협약과 유사하게 배달의민족과 자사업 등에만 참여하고 쿠팡이츠와 같은 타사업 운영을 중단하는 것이다. 해당 조건으로 중개이용료는 기존 7.8%에서 3.5%로 인하된다. 또한 공문에서는 6월 월드컵 시즌과

배민푸드페스타 연계를 통한 매출 확대 등을 언급한다. 이는 플랫폼 의존도가 큰 입점업체로 하여금 해당 제휴에 참여하지 않으면 손해를 본다는 압박으로 다가온다. 배달의민족과 처갓집양념치킨 본사는 해당 제휴 프로모션은 자발적 참여임을 강조하지만, 배달앱 내 지면확대, 할인쿠폰 등 프로모션에 배제될 수 있다는 조건 자체가 이미 '선택의 여지가 없음'을 전제하고 있다. '배민온리 시즌1'에서 프로모션 효과를 믿고 배달의민족앱에서만 단독으로 영업하여 쿠팡이츠 등의 타사 앱 매출을 포기한 점주의 피해사례가 빗발치고 있지만 배달의민족도, 본사도 아무 책임을 지지 않고 있다. 이러한 상황에서 또다시 무리하게 배민온리 계약을 '상생 제휴'라는 이름으로 연장하는 것은 도대체 누구를 위한 선택인가.

3. '배민온리' 계약 형태는 배달앱 입점업체, 프랜차이즈와 비프랜차이즈간 불공정을 초래하고 나아가 소비자의 선택권을 박탈하는 불공정행위다. 지난 2/24, '배민온리' 계약 체결에 대해 자영업자단체와 시민사회단체는 공정거래위원회에 불공정행위로 신고한 바 있다. 그러나 거대 독과점 배달앱 기업은 공정위 신고에도 아랑곳 않고 시장지배력 남용행위를 자행하고 있다. 과거 문재인 정부 때부터 참여연대를 비롯한 시민사회단체는 '온라인 플랫폼 독점 규제법' 제정을 통해 이 같은 시장지배적 플랫폼 기업에 대한 불공정행위를 효율적으로 규제할 것을 촉구해왔다. 정부와 국회가 온라인 플랫폼 독점 규제법 제정의 필요성을 인지하고 제도개선에 힘썼다면, 오늘날 '배민온리' 계약과 같은 타사배제, 최혜대우 요구 등 시장지배력 남용 행위로 인한 입점업체 점주 피해는 발생하지 않았을 것이다. 선택권이 배제된 '자발적 참여'는 '사실상 강제'이며 기만일 뿐이다. '무늬만 자발적 참여'인 꿈수는 면피가 될 수 없으며, 공정거래위원회는 조속히 불공정행위에 대한 조사를 통해 제재 조치를 내려야 한다. 또한 정부와 국회는 민생의 고통을 더 이상 외면하지 말고 온라인 플랫폼법을 제정해야 한다. 끝.