

[2023년 통계청 정책 돋보기]

외식배달비지수 작성 결과 (실험적통계)

- 통계청(청장 이형일)은 코로나19 이후 배달음식 이용 증가와 배달료 상승에 따른 배달비 체감물가 지표 제공 요구 증가에 적극 대응하여 외식배달비지수 작성을 추진·완료하였습니다.
- 먼저, 외식배달비 실태 파악을 위해 '22.11월부터 '23.12월까지 매월 소비자물가 외식 대상처에서 매장가격과 배달가격을 조사하였습니다.
 - 조사 결과, 건당 외식배달비는 3,000원이 가장 많았으며 업종별 배달매출 비중은 치킨, 햄버거 등 간이음식이 48.8%로 가장 높았습니다.
- 외식배달비지수 작성 결과, '23.11월 전월대비 0.4% 하락, 전년동월대비 3.9% 상승하였고 '23.12월 전월대비 0.4%, 전년동월대비 4.3% 각각 상승하였습니다.
- 외식배달비지수는 처음으로 배달비를 조사하여 실험적통계로 작성·공표하였으며, 향후에는 분기별로 국가통계포털을 통해 공개할 예정입니다.
 - 또한, 이번 실태조사를 바탕으로 '24년부터는 온라인조사로 전환하여 외식배달비지수를 작성할 계획이며, '25년 기준 소비자물가 개편 시 신규 품목으로 선정할 예정입니다.

담당 부서	경제동향통계심의관 물가동향과	책임자	과 장	백지선 (042-481-2530)
		담당자	사무관	이정화 (042-481-3664)

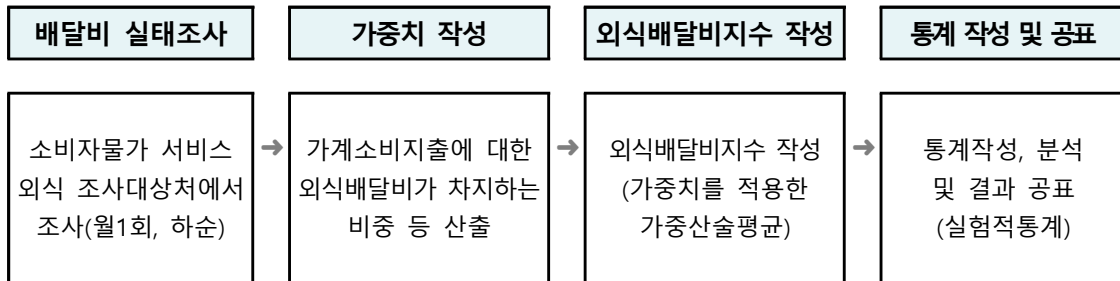
일 러 두 기

□ 이 통계는 국가승인통계가 아니며, 새로운 방식을 적용한 통계작성 및 이용 활성화를 위해 도입된 실험적통계* 2023-008호임

* 새로운 유형의 데이터를 활용하거나 새로운 방식을 적용하여 실험적으로 작성하는 통계로, 작성 이후 신뢰성 및 타당성의 확인·점검이 필요한 통계

□ 작성개요

- (작성목적) 코로나19 이후 달라진 소비패턴 변화를 반영한 외식배달비지수 작성·제공으로 소비자물가지수의 활용성 및 체감도 제고
- (기준시점) 지수 2022.11월=100.0, 가격 2022.11월, 가중치 2022년
- (작성방법) 매월 외식배달비 조사, 가중치 적용 등의 과정을 통해 작성



- (작성 및 공표주기) 매월 작성, 분기 공표
- (공표방법) 보도자료 및 통계표 제공
- '24년부터는 외식배달비지수 통계표만 제공

□ 주요 용어 설명

- (외식) 식사 장소에 관계없이, 가정 외의 장소에서 조리한 음식을 구입해 한 끼분의 식사를 해결하는 경우로 매장음식, 배달음식, 포장음식도 포함
- (매장가격) 외식을 해당 매장에서 취식하는 경우 소비자가 매장에서 실제 지불하는 음식가격

- **(배달가격)** 외식을 배달 주문하는 경우 음식가격에 외식배달비(추가 할증비가 적용되지 않는 배달비)를 포함하여 소비자가 실제 지불한 가격
- **(외식배달비)** 배달가격에서 매장가격을 차감한 가격을 외식배달비로 산정
 - 기본배달비(거리 등 추가 할증비가 적용되지 않는 배달비)에 해당
- **(매출 비중)** 해당 외식 대상처의 판매유형별(매장, 배달) 매출 비중
- **(업종)** 소비자물가 외식품목을 산업분류 세분류 기준에 따라 4개 업종으로 구분
 - 한식(백반, 탕류, 면요리, 육류요리, 해산물요리 등), 외국식(중식, 일식, 서양식 등), 간이음식(햄버거·피자, 치킨, 김밥 등), 커피및음료(커피전문점, 비알콜음료)

□ **통계 해석 시 유의사항**

- 외식배달비는 거리, 배달형태, 시간대, 기상여건 등에 따라 수시로 변동되나,
 - 외식배달비지수는 별도의 조사대상처 선정없이, 서비스물가 조사기간에 외식조사 대상처에서 매장가격과 배달가격을 조사하여 작성되었으므로 소비자가 체감하는 배달비 변동 추이와는 다소 상이할 수 있음

□ 통계표의 등락률 및 기여도는 반올림된 것으로 서로 일치하지 않을 수 있음

□ 전문가 자문회의, 국민참여 플랫폼 등을 통해 이용자 의견을 수렴하고, 외식배달비지수 시계열 추적 및 작성 결과의 타당성과 신뢰성을 확인·점검한 후 '25년 기준 소비자물가 개편 시 신규 품목으로 선정할 계획임

□ 본문에 수록된 자료는 국가통계포털(<http://kosis.kr>)을 통해 이용할 수 있음

목 차

□ 외식배달비지수 작성 결과 ('22.11. ~ '23.12.)

I. 총 괄	1
II. 외식배달비 조사 결과	2
1. 외식배달비 분포	2
2. 업종별 외식배달비 분포	3
3. 배달매출 비중	4
III. 외식배달비지수	5
1. 외식배달비 소비지출액 비중(가중치)	5
2. 외식배달비지수 등락률	6
□ 외식배달비지수 통계표	7
□ 불 임	
1. 작성 개요	8
2. 주요 용어 설명 및 통계 해석 시 유의사항	11
3. 외식배달비지수 작성 결과 Q&A	12

외식배달비지수 작성 결과

I. 총괄

□ 외식배달비 조사 결과

- (분포) 조사기간('22.11.~'23.12월) 동안, 외식배달비(1건당)는 무료부터 최대 7,000원까지 분포하고 있으며, 3,000원(32.1%)이 가장 많음
 - '2천원대~3천원대'가 78.2%로 대부분이며, 3천원대가 47.3%를 차지함
 - 업종별로는 치킨 등 간이음식이 '3천원대'에서 59.5%로 가장 높게 나타남
- (매출 비중) 배달 비중은 24.5%, 매장 비중은 75.5%로 나타남
 - 업종별 배달 비중은 간이음식이 48.8%로 가장 높고, 외국식 22.6%, 한식 11.6%, 커피및음료 7.0% 순으로 나타남

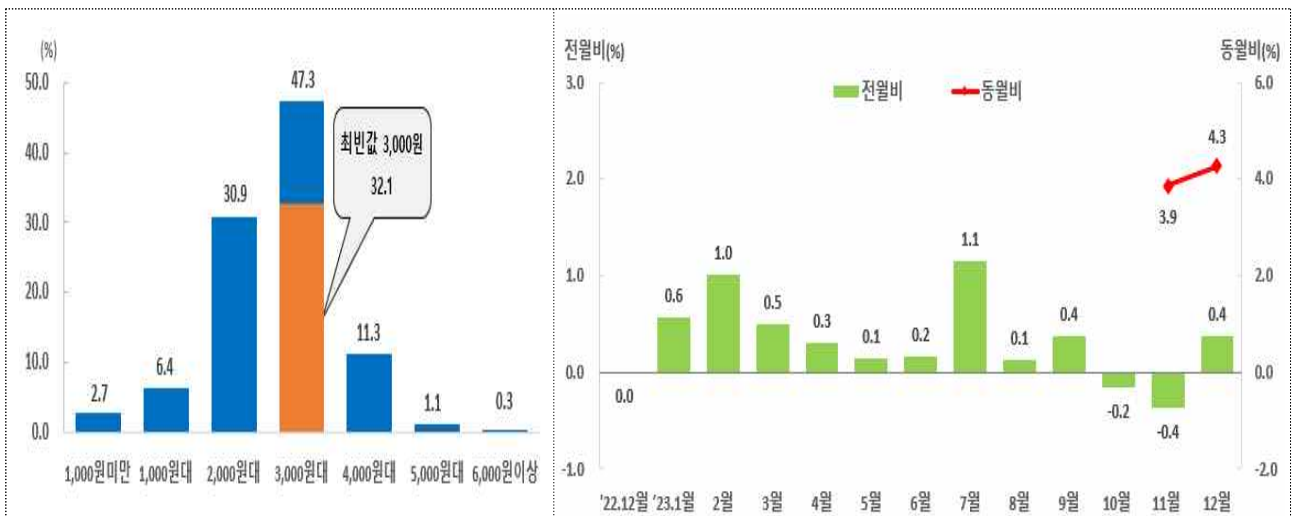
□ 외식배달비지수 등락률

- '23.11월 외식배달비지수는 전월대비 0.4% 하락, 전년동월대비 3.9% 상승
- '23.12월 외식배달비지수는 전월대비 0.4%, 전년동월대비 4.3% 각각 상승

< 외식배달비 분포 >

< 외식배달비 등락률 추이 >

(2022.11월=100.0, %)



II. 외식배달비 조사 결과

1. 외식배달비 분포

□ 조사기간(22.11.~23.12월) 동안, 소비자물가 대상처에서 조사한 배달비는 무료*부터 최대 7,000원까지 분포하며, 3,000원(32.1%)이 가장 많음

* 중식 등 일부 대상처 자체배달로 인함

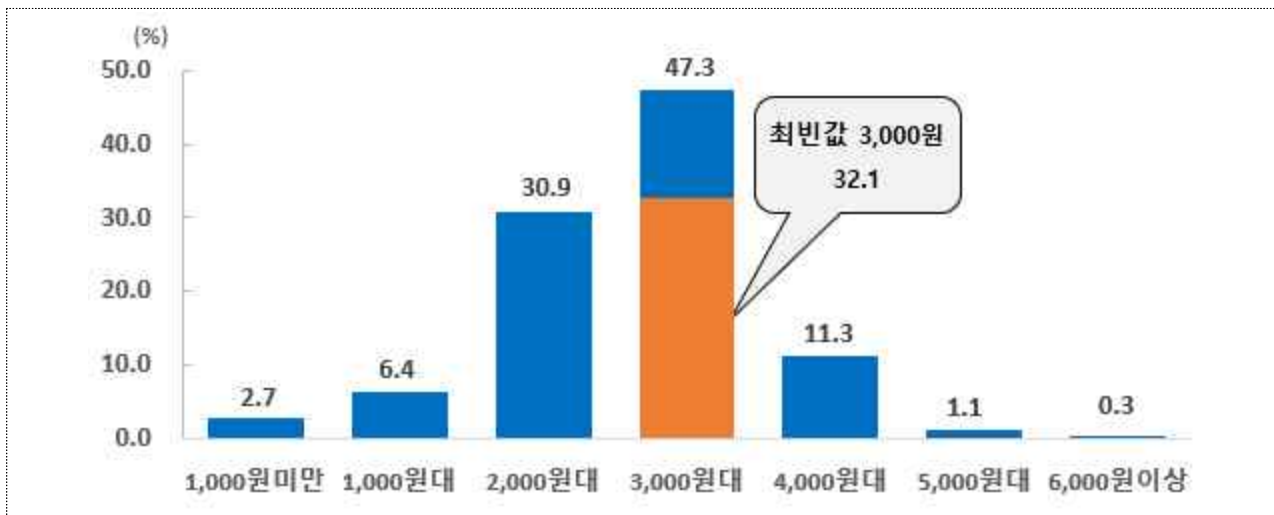
○ 구간별로는 '2천원대 ~ 3천원대'가 78.2%로 대부분이며, 3천원대가 47.3%를 차지함

<외식배달비 분포>

(단위: 원, %)

최대	최빈	1천원미만	1천원대	2천원대	3천원대	4천원대	5천원대	6천원이상	계
7,000	3,000	2.7	6.4	30.9	47.3	11.3	1.1	0.3	100.0

< 외식배달비 분포 >



< 조사설명 >

- 조사대상 : 소비자물가 외식품목 중 배달비 조사가 가능한 33개 품목
 - 조사대상처 : 매월(하순) 외식조사 대상처 중 배달을 취급하는 외식업체
 - 조사내용 : 매장가격, 배달가격(외식배달비 포함), 매출 비중(매장, 배달), 최소주문액
- * 일부 대상처 최소주문액(주문 시 배달이 가능한 최소 금액) 이용 / 기본배달비(추가 할증비 미포함) 기준 적용

2. 업종별 외식배달비 분포

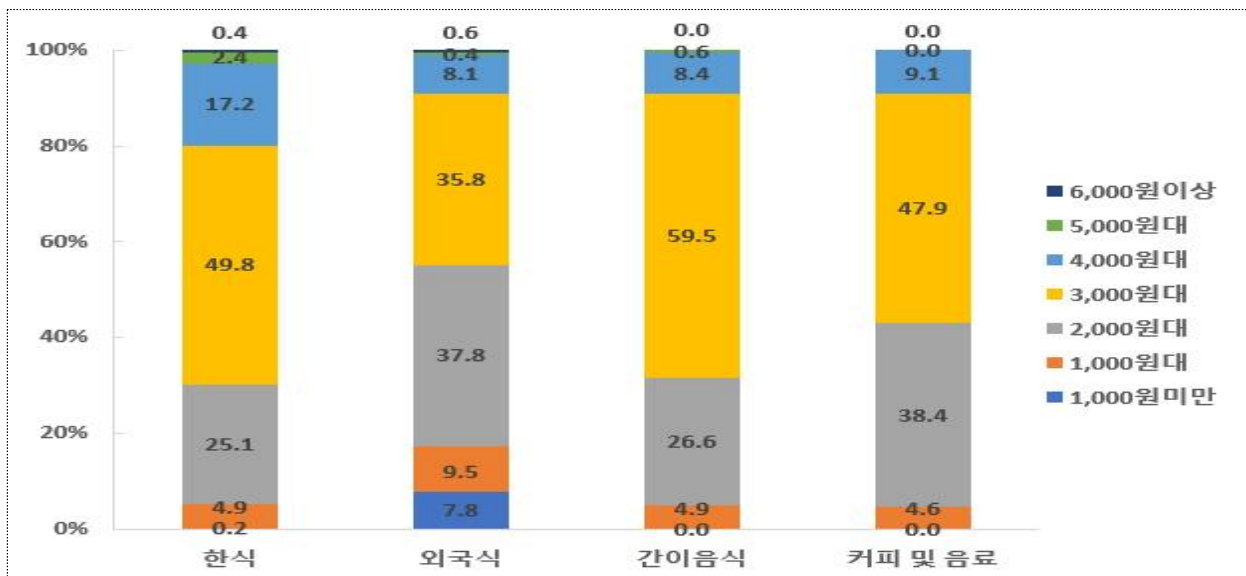
- 업종별 최대 배달비는 외국식 7,000원, 한식 6,200원, 간이음식 5,000원, 커피및음료 4,500원 순이며, 모든 업종에서 3,000원이 가장 많음
- 한식과 외국식은 전 구간에 분포하며 간이음식은 1천원대에서 5천원대, 커피및음료는 1천원대에서 4천원대까지 나타남
- 모든 업종에서 '2천원대'와 '3천원대'가 대부분이며, 특히 간이음식은 3천원대에서 59.5%로 매우 높게 나타남

<업종별·구간별 배달비 분포>

(단위: 원, %)

업종	최대	최빈	1천원미만	1천원대	2천원대	3천원대	4천원대	5천원대	6천원이상	계
한 식	6,200	3,000	0.2	4.9	25.1	49.8	17.2	2.4	0.4	100.0
외국식	7,000	3,000	7.8	9.5	37.8	35.8	8.1	0.4	0.6	100.0
간이음식	5,000	3,000	0.0	4.9	26.6	59.5	8.4	0.6	0.0	100.0
커피및음료	4,500	3,000	0.0	4.6	38.4	47.9	9.1	0.0	0.0	100.0

<업종별·구간별 배달비 분포>



■ 업종 : 소비자물가 외식품목을 산업분류 세분류 기준에 따라 4개 업종으로 구분

* 한식(백반, 탕류, 면요리, 육류요리, 해산물요리 등), 외국식(중식, 일식, 서양식 등), 간이음식(햄버거·피자, 치킨, 김밥 등), 커피및음료(커피전문점, 비알콜음료)

3. 배달매출 비중

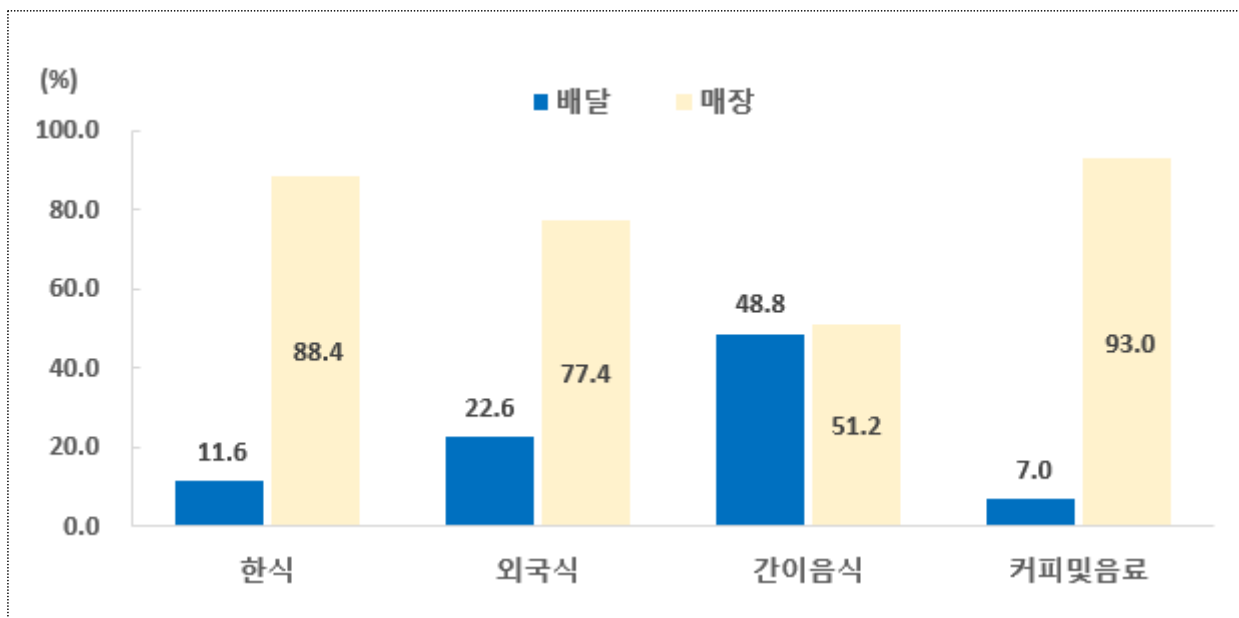
- 조사기간('22.11.~'23.12월) 동안, 소비자물가 외식대상처의 판매유형별 평균 매출 비중은 배달 24.5%, 매장 75.5%로 나타남
- 업종별 평균 배달매출 비중은 간이음식이 48.8%로 가장 높고, 외국식 22.6%, 한식 11.6%, 커피및음료 7.0% 순으로 나타남

<업종별 평균 매출 비중>

(단위: %)

업종 판매유형	전체	한식	외국식 (자장면 생선초밥 등)	간이음식 (치킨 햄버거 피자 김밥 등)	커피 및 음료
배달 비중	24.5	11.6	22.6	48.8	7.0
매장 비중	75.5	88.4	77.4	51.2	93.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

<업종별 평균 매출 비중>



■ 매출 비중 : 해당 외식 대상처의 판매유형별(매장, 배달) 매출 비중을 조사한 결과

III. 외식배달비지수

1. 외식배달비 소비지출액 비중(가중치)

- 소비자물가지수 외식배달비 가중치는 1.2%(천분비)로 추정됨
- 외식배달비 소비지출액의 업종별 비중은 간이음식이 48.3%으로 가장 높고, 한식 23.8%, 외국식 17.7%, 커피및음료 10.2%로 나타남
- 간이음식은 치킨 21.8%, 햄버거·피자 18.6%, 김밥 등 7.9% 순임

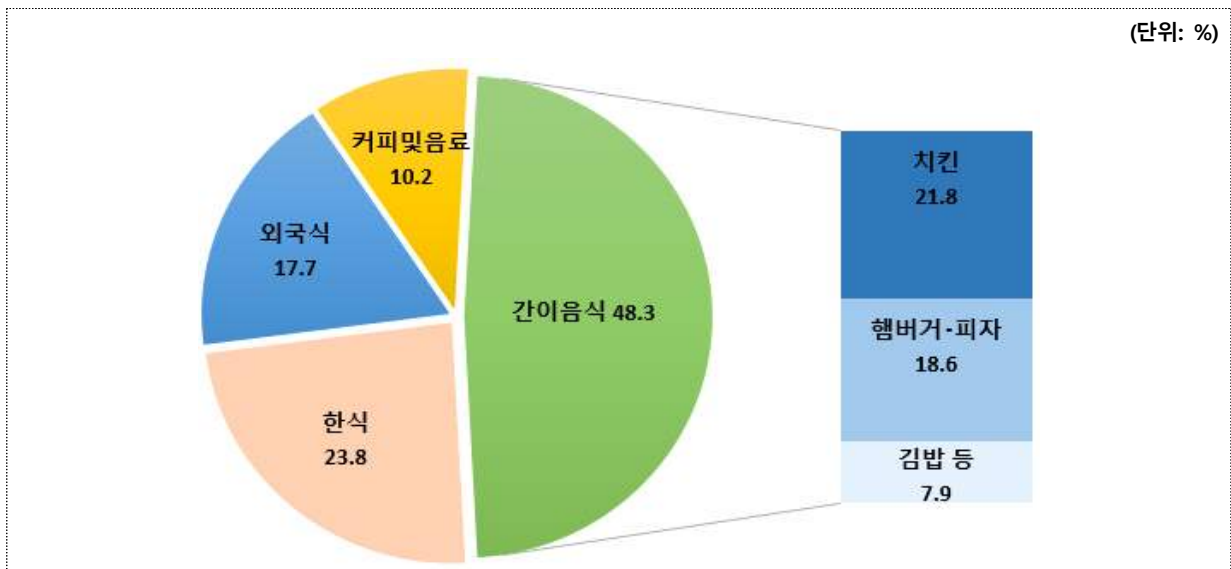
<업종별 비중>

(단위: %)

한식	외국식 (자장면 생선초밥 등)	간이음식				커피 및 음료	계
		계	치킨	햄버거·피자	김밥 등		
23.8	17.7	48.3	21.8	18.6	7.9	10.2	100.0

<업종별 비중>

(단위: %)



< 참고 >

- 기준시점 : 2022년
- 가중치 : 가계소비지출(외식비)에서 외식배달비가 차지하는 비중 등으로 산출
- * 활용자료 : 가계동향조사, 지방조사 결과, 타기관 승인통계 등 이용
- 업종 : 소비자물가 외식품목을 한국표준산업분류 세분류 기준으로 구분

2. 외식배달비지수 등락률

□ '23.11월 외식배달비지수 등락률

- (전국) 전월대비 0.4% 하락, 전년동월대비 3.9% 상승
- (지역) 수도권 전월대비 0.3% 하락, 전년동월대비 4.1% 상승
비수도권 전월대비 0.5% 하락, 전년동월대비 3.6% 상승

□ '23.12월 외식배달비지수 등락률

- (전국) 전월대비 0.4%, 전년동월대비 4.3% 각각 상승
- (지역) 수도권 전월대비 0.4%, 전년동월대비 4.6% 각각 상승
비수도권 전월대비 0.3%, 전년동월대비 3.9% 각각 상승

<외식배달비지수 등락률>

(2022.11월=100.0, %, %, %p)

구분		'22.11월	12월	'23.1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
전국	가중치	1.2														
	지수	100.0	100.0	100.6	101.6	102.1	102.4	102.6	102.7	103.9	104.0	104.4	104.3	103.9	104.3	
	전월비	등락률		0.0	0.6	1.0	0.5	0.3	0.1	0.2	1.1	0.1	0.4	-0.2	-0.4	0.4
		기여도*		0.0	0.001	0.001	0.001	0.0	0.0	0.0	0.001	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	동월비	등락률													3.9	4.3
		기여도*													0.01	0.01
지역	수도권	전월비		0.0	1.4	0.7	0.3	0.6	0.1	-0.1	1.1	0.1	0.4	-0.2	-0.3	0.4
		동월비													4.1	4.6
	비수도권	전월비		0.0	-0.3	1.4	0.7	0.0	0.1	0.5	1.2	0.2	0.4	-0.1	-0.5	0.3
		동월비													3.6	3.9

* 소비자물가 총지수에 대한 기여도임

<외식배달비지수 등락률 추이>

<지역별 전년동월비>



외식배달비지수 통계표

□ '22.11.~'23.12월 외식배달비지수

(2022.11월=100.0, %, %, %p)

년월	전국(가중치 1.2)					지역					
	지수	전월비		동월비		수도권			비수도권		
		등락률	기여도*	등락률	기여도*	지수	전월비	동월비	지수	전월비	동월비
'22.11월	100.0					100.0			100.0		
12월	100.0	0.0	0.000			100.0	0.0		100.0	0.0	
'23.1월	100.6	0.6	0.001			101.4	1.4		99.7	-0.3	
2월	101.6	1.0	0.001			102.0	0.7		101.1	1.4	
3월	102.1	0.5	0.001			102.4	0.3		101.8	0.7	
4월	102.4	0.3	0.000			103.0	0.6		101.8	0.0	
5월	102.6	0.1	0.000			103.1	0.1		101.9	0.1	
6월	102.7	0.2	0.000			103.0	-0.1		102.4	0.5	
7월	103.9	1.1	0.001			104.1	1.1		103.6	1.2	
8월	104.0	0.1	0.000			104.2	0.1		103.8	0.2	
9월	104.4	0.4	0.000			104.6	0.4		104.2	0.4	
10월	104.3	-0.2	0.000			104.4	-0.2		104.1	-0.1	
11월	103.9	-0.4	0.000	3.9	0.01	104.1	-0.3	4.1	103.6	-0.5	3.6
12월	104.3	0.4	0.000	4.3	0.01	104.6	0.4	4.6	103.9	0.3	3.9

* 소비자물가 총지수에 대한 기여도임

1. 추진 배경

- 코로나19 이후 배달음식 이용 증가와 배달료 상승에 따라 소비자물가지수에서 '배달비'에 대한 변동 추이 요구 증가
- 외식가격에 포함하여 조사 중인 외식배달비를 외식비와 분리한 별도의 외식배달비지수 개발 추진

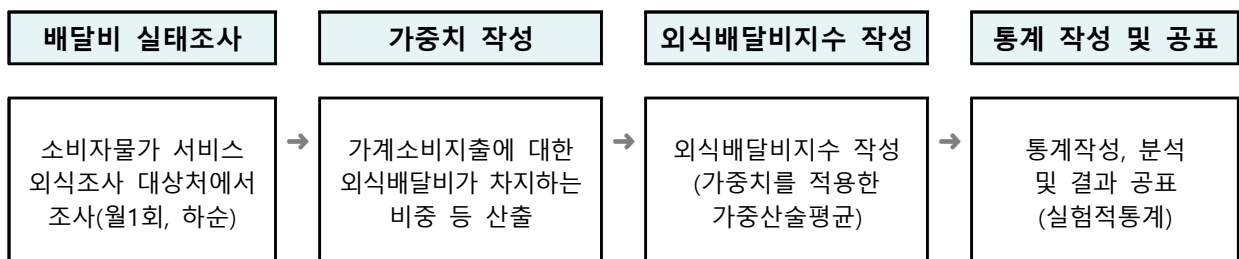
2. 추진 경과

- 외식배달비 분리 작성·공표 계획 수립('22.9월)
- 지방청 외식배달비 조사 실시('22.11월~)
- 외식배달비 가중치 관련 기초자료 수집 및 가중치 작성(~'23.5월)
- 외식배달비지수 작성 관련 내부·외부 전문가 회의('23.6.~11월)
- 외식배달비지수 실험적통계 작성확인('23.11월)

3. 작성 절차

- (기준시점) 지수 2022.11월=100.0, 가격 2022.11월, 가중치 2022년
- (가격조사) 매월(하순) 외식조사 대상처에서 매장가격과 배달가격을 조사('22.11.~'23.12.)하여 외식배달비를 파악
- (가중치) 가계동향조사, 지방조사 결과, 타기관 승인통계를 이용하여 가계 소비지출액에서 외식배달비가 차지하는 비중 등으로 산출
- (지수작성) 외식배달비 품목지수에 가중치를 적용한 가중 산술평균 방식

< 작성과정 >



4. 외식배달비 조사

- (조사대상) 소비자물가 외식품목(39개) 중 배달비 조사가 가능한 33개 품목
* 구내식당식사비, 주류 등 6개 품목 제외
- (조사대상처) 소비자물가 외식조사 대상처 중 배달을 취급하는 외식업체에서
매월(하순) 조사 실시
- (조사내용) 매장가격, 배달가격, 매출 비중(매장매출, 배달매출), 최소주문액 조사

5. 가중치 작성

- 가계소비지출액(외식비)에서 외식배달비가 차지하는 비중 파악을 위해
가계동향조사, 지방조사 결과, 타기관 승인통계를 활용하여 가중치 산출

6. 지수 및 등락률(기여도) 산식

- (계산식) 품목지수에 가중치를 적용한 가중산술평균 방식

$$\text{물가지수 } L_{0,t} = \frac{\sum W_0 \times \left(\frac{P_t}{P_0}\right)}{\sum W_0} \times 100$$

* W_0 : 기준시 가중치, P_0 : 기준시 가격, P_t : 비교시 가격, P_t/P_0 : 품목지수

- 등락률 및 기여도 산식

○ 등락률(%) : 전월(동월)과 비교한 금월의 물가수준 변동률

- $\text{전월(동월)비} = \frac{\text{금월지수} - \text{전월(동월)지수}}{\text{전월(동월)지수}} \times 100$

○ 기여도(%p) : 외식배달비의 변동이 총지수의 변동률에 기여하는 정도를 나타내는 지표

- $\text{기여도} = \frac{(\text{비교시점 품목지수} - \text{기준시점 품목지수})}{\text{기준시점 총지수}} \times \frac{\text{품목 가중치}}{\text{전체 가중치}} \times 100$

5. 향후 계획

- '24년부터 현장조사에서 온라인조사로 전환
 - (대상처) 배달플랫폼에 등록된 외식업체를 대상으로 주문 건수 등을 고려하여 대표성 있는 표본 선정
 - (조사가격) 배달형태(단건, 정액제 등) 등에 따라 변동되는 배달비를 소비자가 부담하는 최종 결제가격(최소거리 기준, 기본배달비 및 최소할증비 포함)으로 조사하여 체감 개선
 - '25년 기준년 개편을 대비하여 매월 외식배달비 변동 추이 파악

- 시계열 추적 및 작성 결과의 타당성과 신뢰성을 확인·점검한 후 전문가, 국민 등 이용자 의견을 수렴하여 '25년 기준 소비자물가 개편 시 신규 품목으로 선정할 계획임

붙임2 주요 용어 설명 및 통계 해석 시 유의사항

□ 주요 용어 설명

○ 외식	식사 장소에 관계없이, 가정 외의 장소에서 조리한 음식을 구입해 한 끼분의 식사를 해결하는 경우로 매장음식, 배달음식, 포장음식도 포함
○ 매장가격	외식을 해당 매장에서 취식하는 경우 소비자가 매장에서 실제 지불하는 음식가격
○ 배달가격	외식을 배달 주문하는 경우 음식가격에 외식배달비(추가 할증비가 적용되지 않는 배달비)를 포함하여 소비자가 실제 지불한 가격 - 외식조사 대상처가 배달 취급할 경우에 해당 - 일부 대상처에서 해당 품목의 배달 최소주문액(주문 시 배달이 가능한 최소 금액)이 있는 경우는 최소주문액의 배달비를 포함하여 조사
○ 외식배달비	배달가격에서 매장가격을 차감한 가격을 외식배달비로 산정 - 기본배달비(거리 등 추가 할증비가 적용되지 않는 배달비)에 해당
○ 매출비중	해당 외식 대상처의 판매유형별(매장, 배달) 매출 비중
○ 업종	소비자물가 외식품목을 산업분류 세분류(4자리) 기준에 따라 4개 업종으로 구분 - 한식(백반, 탕류, 면요리, 육류요리, 해산물요리 등), 외국식(중식, 일식, 서양식 등), 간이음식(햄버거·피자, 치킨, 김밥 등), 커피 및 음료(커피전문점, 비알콜음료)

□ 통계 해석 시 유의사항(자료 한계)

- 외식배달비는 거리, 배달형태, 시간대, 기상여건 등에 따라 수시로 변동되나,
 - 외식배달비지수는 별도의 조사대상처 선정없이, 서비스물가 조사기간에 외식조사 대상처에서 매장가격과 배달가격을 조사하여 작성되었으므로 소비자가 체감하는 배달비 변동 추이와는 다소 상이할 수 있음

Q1. 외식배달비 조사를 어떻게 하였습니다?

- 기존 소비자물가 외식조사 대상처에서 서비스 조사기간에 매장가격과 배달가격을 조사하여 외식배달비를 파악하였습니다. 이때 배달가격에 포함된 배달비는 거리 등 추가 할증비가 적용되지 않는 배달비로 기본 배달비에 해당됩니다.

Q2. 배달가격에 기본배달비만 포함하여 외식배달비를 조사한 이유는 무엇인가요?

- 외식배달비는 해당 외식업체에서 배달비를 책정하므로 조사 대상처마다 거리 등에 따라 할증비가 수시로 변동되어 통일된 기준을 마련하기 어렵습니다.
- 이에 따라, 본 조사에서는 외식배달비 실태 파악을 위해 소비자물가 외식 대상처 중 배달을 취급하는 업체에서 실시되었으며 가격 대표성, 조사 용이성, 계속성 등을 고려하여 배달가격에 기본배달비만 포함하여 외식배달비를 조사하였습니다.

Q3. 향후 온라인조사는 어떻게 하나요?

- 올해는 소비자물가 대상처에서 외식배달비 실태 파악을 위해 조사를 실시하였으나,
 - '24년부터는 이번 실태조사를 바탕으로 조사 대표성 제고 및 배달형태에 따른 배달비 변동 반영을 위해 온라인조사로 전환하고, 소비자가 부담하는 최종 결제가격(최소거리 기준, 기본배달비 및 최소할증비 포함)을 조사하여 외식배달비지수만 작성·분기별로 공개할 계획입니다.
- 또한, 매월 외식배달비 변동 추이를 파악하여 2025년 기준 소비자물가 개편 시에 신규 품목으로 선정될 경우를 대비하고자 합니다.