

2021

# 바로그 배달 트렌드 리포트

목차

발간사	5
<hr/>	
Part1	
2021 배달 트렌드	
01 코로나 팬데믹 속 여전했던 배달 현황	
숫자로 보는 2021년의 바로고	9
2021년 가장 배달이 많았던 하루?	10
02 지방권에도 본격화된 음식 배달 열풍	
수도권 제외하곤, 경상도가 제일 잘나가? (경남, 부산)	14
지방권 성장 유망 지역! 전년대비 주문량 증가율 상위 TOP3 (강원, 제주, 전북)	16
(인터뷰) 경남, 강원지역 담당자 인터뷰 (본사 인프라혁신팀 Local Manager 신현철님, 정규호 님)	18
03 2021년 가장 인기있었던 배달 메뉴 TOP3	
2021년은 한식, 치킨, 카페 배달이 대세!	21
한식2.0 ... MZ세대 취향저격 카테고리가 되다	22
코로나19로 주춤한 2030 카페 문화 ... 배달로 이동	23
04 사시사철이 '성수기', 동서남북이 '똑같이'	
모호해진 배달 성수기/비수기 차이	26
(인터뷰) 전국 어디든 '비슷해진' 배달 트렌드 (인천 샵브샵브(휘귀)전문점 '소백양' 상점주)	28
05 식당 운영 시 홀 운영은 선택, 배달은 필수!	
서울 배달 TOP4의 변화	34
동네 소비 증가에 따른 온/오프라인 상권의 변화	36
음식점 많은 동네에서 신규 배달 상점 크게 증가	38
신선도 중요한 '날음식'도 배달 서비스는 필수	42
(인터뷰) 음식을 넘어 비식음(Non-F&B)까지 활발했던 배달 도입 (인천 '정가네불닭발' 상점주)	44

Part2	
2021 바로고 라이더 트렌드	
01 2021년 또 한 번 성장한 바로고 라이더 규모	50
02 (인터뷰) 2021년 3만 4000여 건의 배달을 수행한 '배달의 달인' (수원병점허브 조성호 라이더)	52
03 바로고 라이더, 이들은 어떻게 일할까?	54
04 바로고 라이더를 위한 다양한 지원 혜택	56
05 바로고 라이더, 왜 직업으로 좋은가요?	58
06 '바로고 플레이' 라이더들이 연결됩니다	59
07 (인터뷰) 2021년 바로고 플레이에서 댓글 321개를 단 '소통왕 라이더' (수원허브 김지영 라이더)	60
08 배달 용품 전용몰 '바로고몰'	62
09 (인터뷰) 바로고를 사랑한 라이더, 바로고 굿즈를 76개나 구매했어요 (충남대산허브 이기백 라이더)	64
10 (인터뷰) 우리동네를 지키는 바로고 선행 라이더,허브장을 소개합니다 (안동 허브 권오균, 조진묵 라이더, 장재훈, 정영진 허브장, 속초 허브 박태윤 라이더)	66

Part3	
2021 바로고 허브 트렌드	
01 바로고의 배달 기지 '허브'를 소개합니다	70
02 올해 바로고는 더 많은 지역에 배달을 수행했습니다	71
03 올해 바로고에 더 많은 허브가 함께했습니다	72
04 (인터뷰) '생활의달인'이 바로고 허브장을 겸하게 된 이유 (강원 인제 김남열 허브장)	73

Part4	
2021 마켓 트렌드	
01 라스트마일 배달 시장, 제2막이 열린다 2021년, 배달 시장의 영역 확장이 가속화 되다!	78
02 바로고 주요 신사업 동향 도시주방 텐고 무빙	82



# 발간사



라이더, 허브장, 상점주, 소비자로 구성된 바로고 이해관계자들의 2021년을 기록했습니다.

누군가에겐 치열했던 오늘의 삶을 모아놓은 일기, 또 누군가에겐 내일을 바라볼 수 있는 지표가 될 것입니다.

바로고만의 데이터로, 바로고만의 이야기만을 담았습니다.

2021년 배달 트렌드.  
지금 시작합니다.

바로고 드림

# Part 1

2021

배달 트렌드





# 01 코로나 팬데믹 속 여전했던 배달 호황

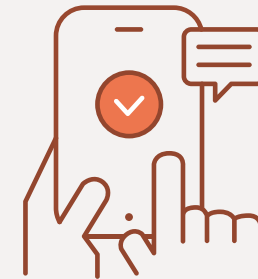
## 숫자로 보는 2021년 바로고

지난 2021년도 코로나와의 불편한 동거 속 정신없이 흘러간 한 해였죠? 사소한 일상의 변화부터 거대 산업군의 변화까지, 매월 새로운 트렌드가 출현한 해이기도 했는데요. 그 중 '음식 배달'은 우리의 일상과 가장 친밀해진 트렌드 중 하나입니다. 2021년에도 국내 음식 배달 서비스 성장세는 여전히 폭발적이었습니다.

### 2021년 바로고의 누적 거래액은 연간 총 4.6조원에 달합니다.

2020년 보다는 약 1.5배 그 규모가 더 커진건데요. 어마어마한 수치죠? 또한 연간 누적 배달거리만해도 2.4억km에 달했습니다. 이는 지구 한바퀴가 약 4만km라고 봤을 때, 지구를 약 6,000번 돌만큼의 거리라고 해요. 감이 오시나요? 이렇게 폭발적이었던 배달 주문과 더불어, 배달을 수행하는 상점 수와 배달 라이더 수도 모두 증가했는데요. 전국 11만 4000여 곳의 상점과 3만 2000여 명의 라이더가 바로고 프로그램을 통해 배달을 수행했습니다.

전년 대비 52.9%p ▲



2021년 누적 거래액

**4.6조** 원

\* 상품금액 기준



2021년 누적 배달 거리

**2.4억** km

전년 동월 대비 13.6%p ▲



2021년 바로고와 함께한 상점

**114,000** 개

\* 2021.12 등록 상점 기준

전년 동월 대비 15.1%p ▲



2021년 배달을 수행한 라이더

**32,000** 명

\* 2021.12 활동 라이더 기준

출처: 바로고 데이터



# 2021년 한 해동안 배달이 가장 많았던 하루는 언제였을까요? 바로 '7월 31일(토)'입니다.

**78만건!** = 하루동안 제주도 전체 인구 수 67만 6,691명 보다 더 많은 주문이 발생했다!

비 내리는 고온다습한 7월의 마지막 주말, 하루동안 약 78만건의 엄청난 주문이 발생했습니다. 7월 첫 주말에 역대 최초로 일 70만건을 달성하더니, 월말에는 신기록을 경신한겁니다.

이 날 무슨 일이 있었길래 배달 주문이 폭발했던걸까요? 2021년에만 특수하게 작용한 두 요인을 꼽아봤습니다.

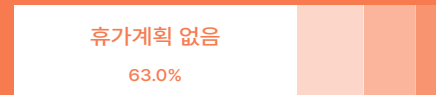


## 코로나 4차 대유행 속 맞이한 여름휴가 극성수기 시즌... '홈캉스족'과 '먹캉스족'의 증가

우선, 이 시기는 전통적인 여름휴가 극성수기 시즌입니다. 하지만 2021년은 코로나 4차 대유행 정점으로 일 확진자 수가 일 2-3000명대로 치솟아, 전국적으로 강도높은 사회적 거리두기가 시행됐었죠. 이러한 영향으로 특별한 여름 휴가를 떠나지 않는 국민들의 비중(63.0%, 2021년 7월 조사)이 높았던 것으로 확인됩니다. 연휴기간 일상에 머무르며, 소소하게 휴가를 보낸 '홈캉스족'이 많아진 것이죠.

더불어 여행지에서도 지역 맛집 음식을 배달로 시켜먹는 '먹캉스족'이 증가(2021년 1월 조사)한 것도 이 시기 높은 주문이 발생한 배경 중 하나로 추정됩니다.

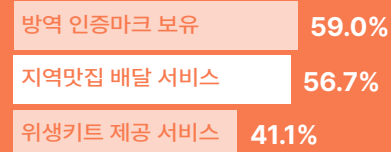
"코로나 4차 대유행 정점, 휴가 떠나지 않는 '홈캉스족' 비중 증가"



출처: 리서치 플랫폼 라인, 롯데멤버스  
2021.07 / 전국 20~60대 남녀 5000명 대상

"홈캉스족 중에서도 여행지의 지역 맛집 배달 서비스를 이용하는 '먹캉스족' 비중 증가"

꼭 있었으면 하는 홈캉스 서비스는?



출처: 호텔스컴바인  
2021. 01 / 전국 만 20~59세 2000명 대상



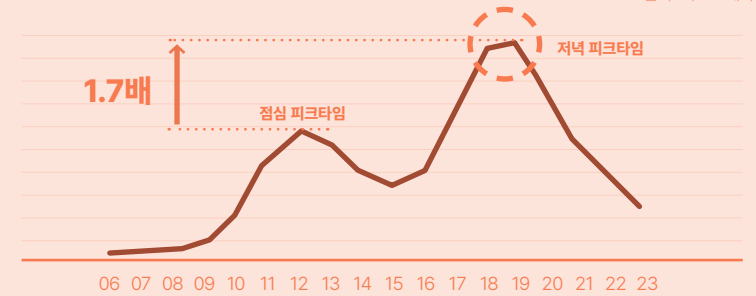
## 도쿄 하계 올림픽 시즌... 저녁 경기보며 음식 배달! 스포츠와 배달음식은 찰떡궁합

또한 2021년은 도쿄 하계 올림픽이 있었던 해입니다. 특히 7월 31일 저녁엔 여자배구 한일전과 남자축구 8강전 등 국민들을 TV 앞으로 부르는 인기 경기도 많았죠. 실제 이 날은 저녁 시간대 주문이 평소보다 더 많이 발생하기도 했습니다. 이 날 총 주문의 약 57.7%가 저녁 시간대(17~23시)에 발생했고, 저녁 피크타임(17~19시) 주문량은 점심 피크타임(11~13시) 대비 약 1.7배가 더 많았습니다.

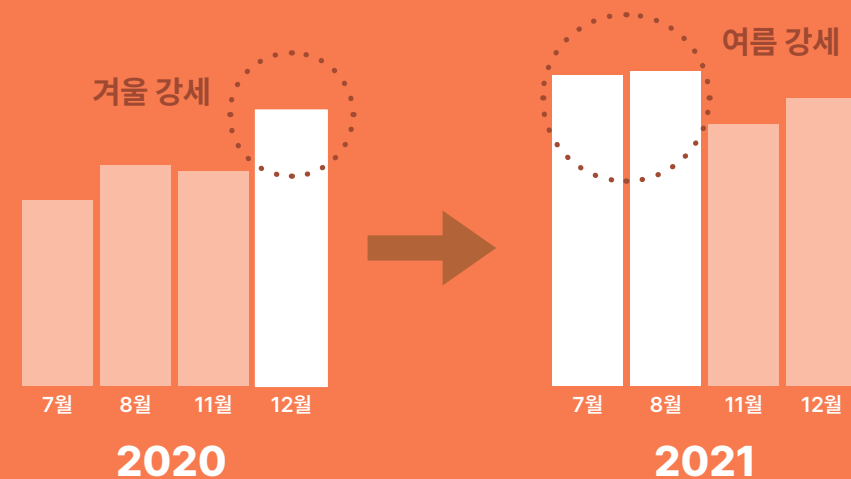
### 실제로 이 날 저녁 시간대 주문이 더 많았다

저녁 피크타임 점심 피크타임 대비 1.7배 증가

출처: 바로고 데이터



### 2020 vs 2021 여름-겨울 월 건수 | 2020년과도 상반된 양상



이렇게 여름 성수기에 최대치를 기록한 것은 2020년과는 상반된 양상이라 흥미롭습니다. 2020년에는 크리스마스(25일)와 한 해의 마지막날인 31일에 연중 가장 많은 배달이 발생했습니다. 연말로 갈수록 주문이 점차 증가해 겨울이 강세였죠. 하지만 2021년에는 여름이 강세를 보였습니다. 2020년보다는 일년 내내 절대적인 주문 수가 증가했으나 특히 '여름'의 주문량이 가장 크게 증가한 것입니다.





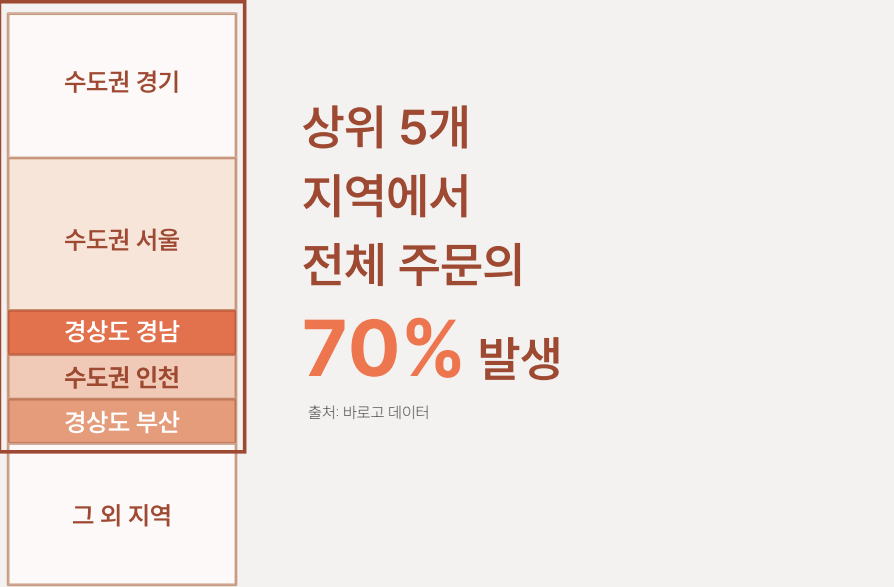
02

## 지방권에도 본격화된 음식 배달 열풍

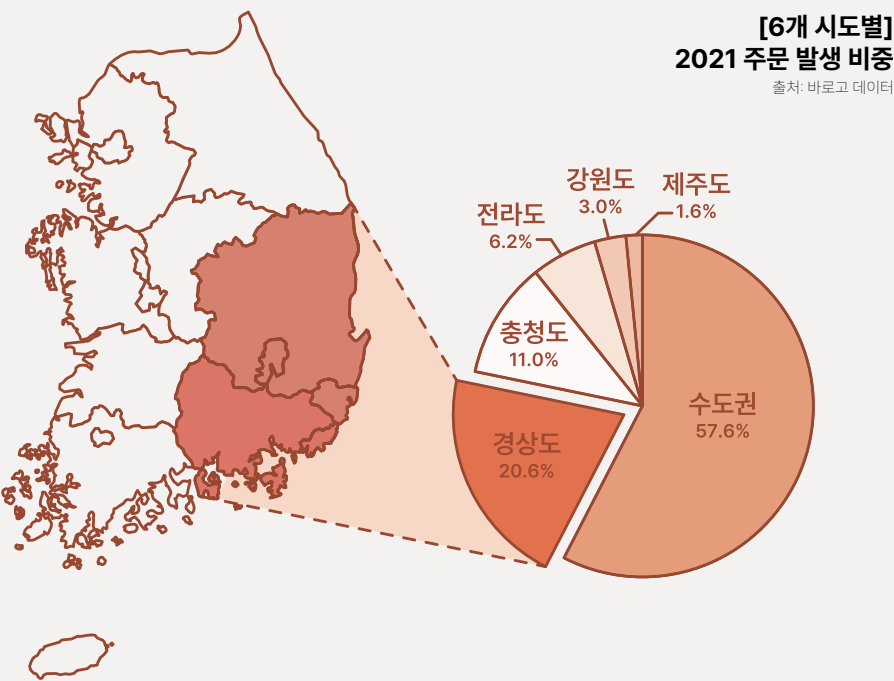


수도권 제외하곤,  
경상도가 제일 잘나가?

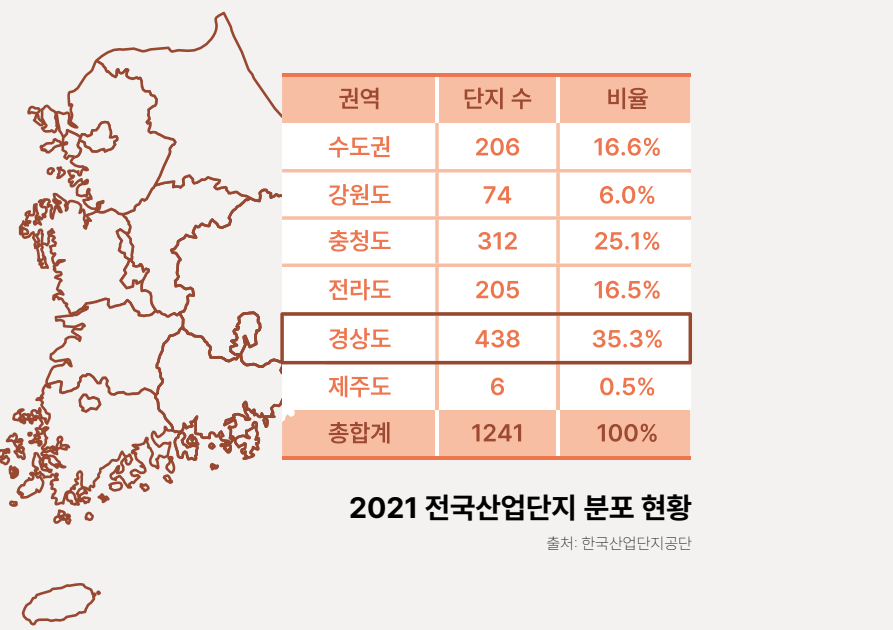
2021년은 지방권에서의 음식 배달 열풍이 본격화된 한 해였습니다. 상위 5개 지역에서 전체 배달 주문의 대다수인 약 70%가 발생했는데요.  
그 중에서도 기존 배달 성숙도가 높은 수도권(서울, 경기, 인천)을 제외하곤, '경상도' 지역의 약진이 두드러졌습니다. 특히 '경남'과 '부산'의 총 주문 발생량이 유독 많았습니다.



경남, 부산이 포함된 경상도는 전통적으로 제조/조선업 중심의 산업단지가 크게 분포해있는 지역입니다. 전국에서 가장 많은 공단을 보유하고 있죠. 보통 시내와 떨어진 곳에 위치한 공단 부지는 사내 식당이 있는 경우가 많았습니다. 이 때문에 배달 수요도 적고, 지리적으로 멀어 배달 가능지역에서 제외되는 경우가 대부분이었는데요.

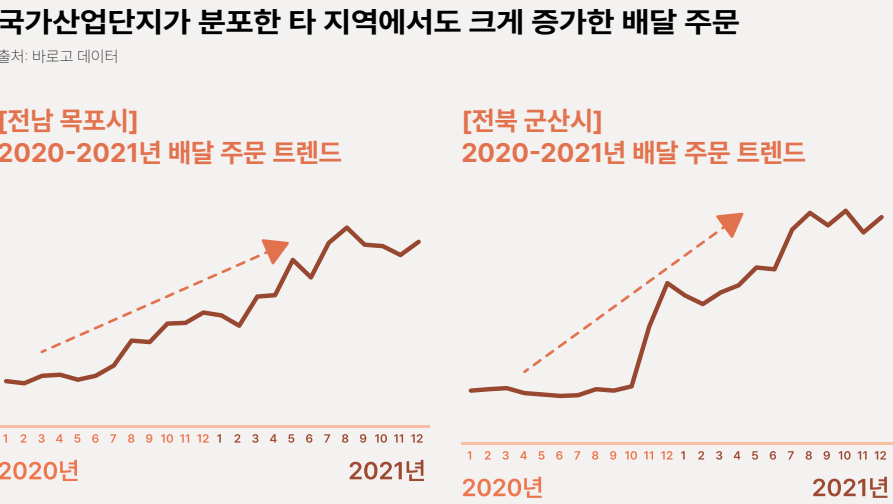


이 또한 코로나로 인해 변화의 바람이 불게 됐습니다. 공단 내 사내 식당이 문을 닫자 배달을 통해 식사를 해결하는 수요가 늘어나게 되고, 산업단지에도 배달을 하는 상점이 점차 증가하게 된 것입니다.



이 같은 산업단지 변화에 따른 배달 주문 증가는 경남과 부산에서만 일어난 일은 아니었습니다. 국가산업단지가 분포한 타 지역에서도 이와 같은 양상을 확인할 수 있었는데요. [자료1]는 산업단지가 조성돼 있는 대표 지역인 전남 목포와 전북 군산의 2021년 배달 주문 추이입니다. 2020년과 비교했을 때, 상당히 가파르게 우상향 하며 배달 주문이 크게 증가한 것을 알 수 있습니다.

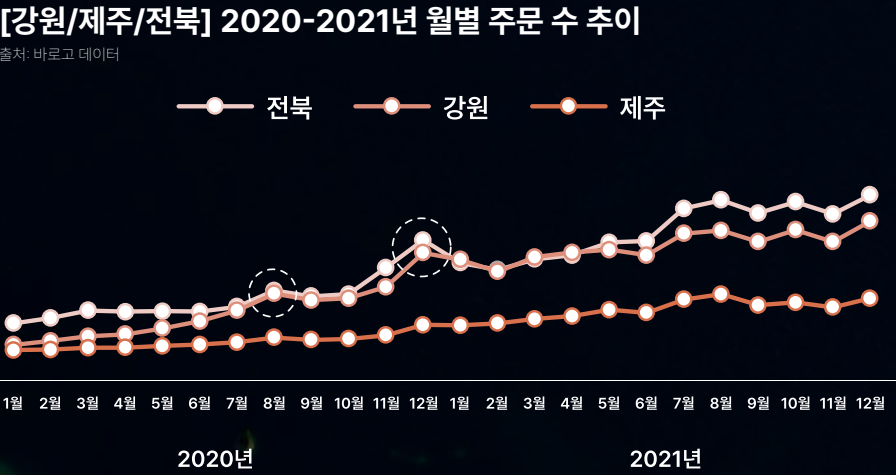
[자료1]





# 지방권 성장 유망 지역! 전년대비 주문량 증가율 상위 TOP3

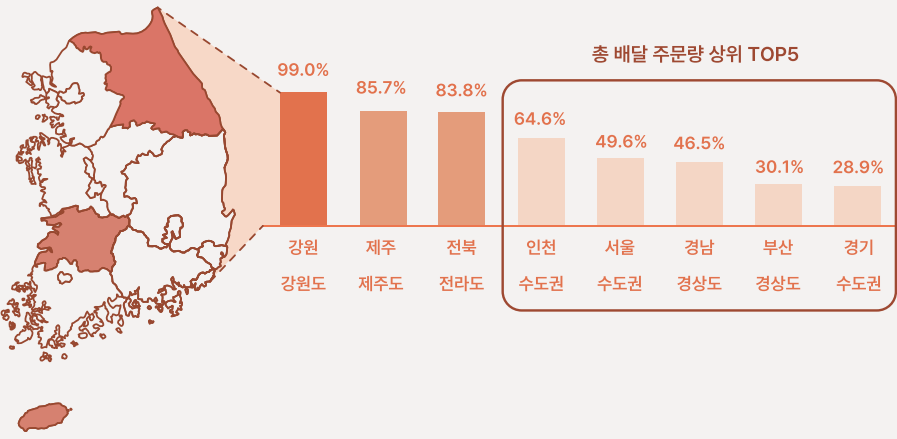
잔잔하게 증가한 제주,  
하반기 내내  
주문 강세 지속된  
전북과 강원



이번엔 전체 주문량은 많지 않았으나, **2020년 대비 주문량이 크게 증가한 지역** 세 곳을 살펴보겠습니다. 바로 **강원, 제주, 전북**인데요. 이 세 지역은 2020년보다 **약 1.8~2배 가량 주문량이 크게 증가**했습니다. 서울 수도권을 포함한 배달 강세 TOP5 지역보다도 전년 대비 주문량 증가폭이 훨씬 더 컸습니다.

## 2021년 배달 주문량 증가율 트렌드

출처: 바로고 데이터



2021년도는 국내 주요 배달 주문앱사가 지방권 진출을 본격화한 해입니다. 실제 ‘강원에서 제주까지!’를 외치며 2021년 3월부터 전국구 진출을 선언하기도 했죠. 이러한 흐름속에서 해당 지역 내 배달 서비스를 시작한 상점도 늘고, 배달을 경험하고 즐기는 소비자 또한 증가하게 된 것입니다.

증가율 상위 3개 지역의 월별 주문 트렌드는 지역마다 약간씩 차이가 있었는데요. 제주는 전년도와 비슷했습니다. 일년 내내 월별 증감폭이 크지 않은 잔잔한 흐름을 보였습니다. 반면, **전북과 강원**은 **2020년보다 좀 더 역동적인 추세를 보였**는데요. 8월과 12월에만 주문량이 살짝 튀었던 지난 해와 달리, 2021년에는 하반기 내내 상승한 주문량이 지속되는 양상을 보였습니다.

세 지역의 계절별 주문을 또한 약간 달랐습니다. 지난 해에 비해 **강원은 ‘봄’의 주문량이, 제주와 전북은 ‘여름’의 주문량이 상대적으로 크게 증가**했습니다. 이는 2020년 연말부터 크게 증가한 배달 주문량이 2021년 상반기에도 지속돼, “상/하반기 주문량 편차가 2020년보다 적어졌다”라고도 해석할 수 있습니다.

[강원] 2020-2021년 계절별 주문율					[제주] 2020-2021년 계절별 주문율				
2020	17%	26%	31%	25%	2020	21%	24%	29%	26%
	봄	여름	가을	겨울		봄	여름	가을	겨울
2021	24%	26%	26%	24%	2021	21%	27%	28%	23%

[전북] 2020-2021년 계절별 주문율				
2020	21%	24%	29%	26%
	봄	여름	가을	겨울
2021	21%	27%	28%	23%

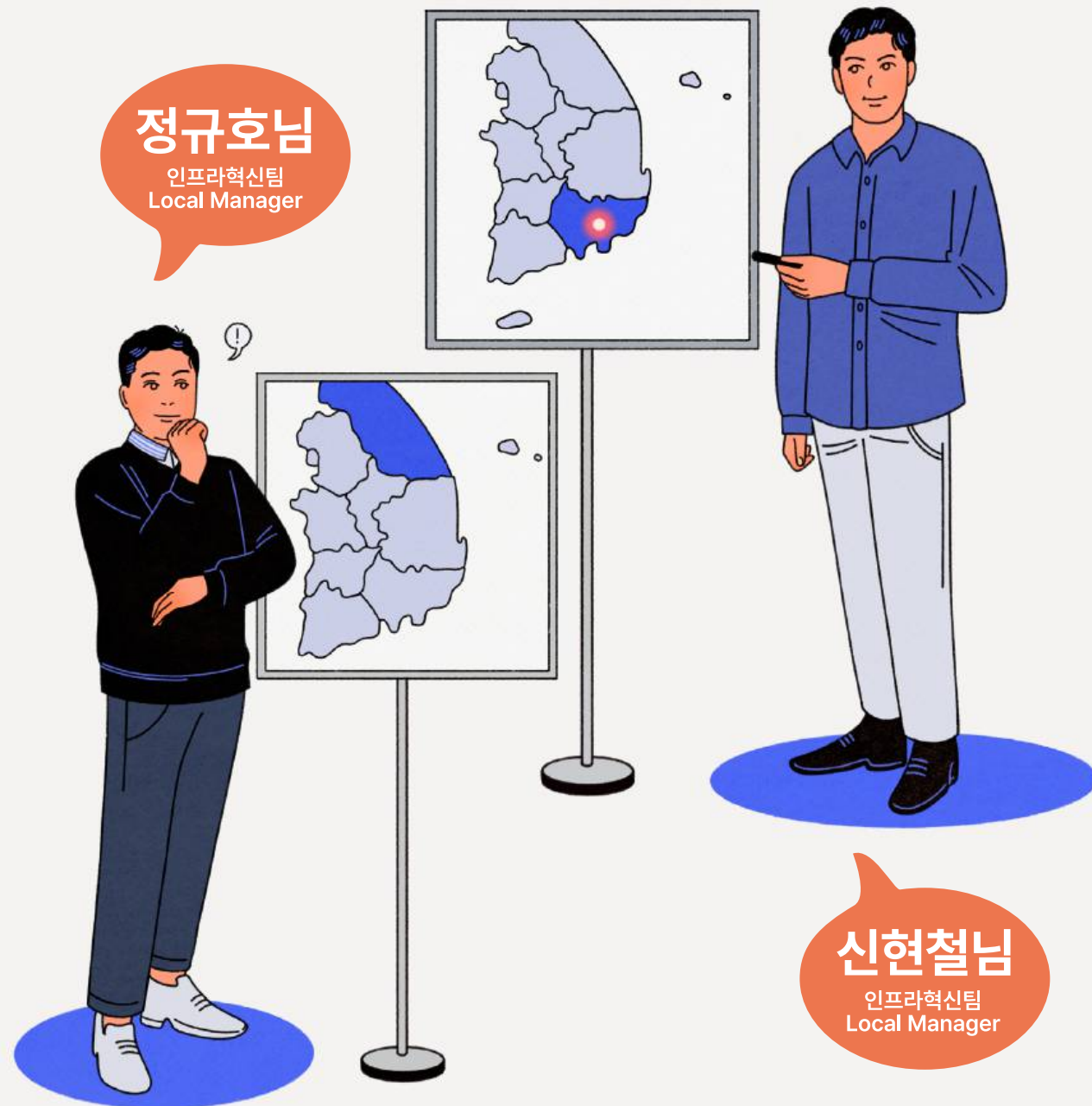
강원은 ‘봄’,  
전북과 제주는 ‘여름’에 특히  
주문 급증!

출처: 바로고 데이터



2021년 배달 상위 지역 인터뷰

# 2021년 경남과 강원에서 많은 주문이 발생한 배경은...?



앞서 간략하게 살펴본 것처럼, 2021년에 경남과 강원지역에서 많은 배달이 발생한 배경에는 또 무엇이 있을까요? 바로고 본사 인프라혁신팀에서 근무하고 있는 Local Manager 신현철님, 정규호님을 직접 만나, 이 두 지역의 2021년은 어땠는지 살펴봤습니다.

현철님, 규호님 안녕하세요. 본인 소개 부탁드립니다.

현 철 : 안녕하세요 바로고 인프라혁신팀 신현철입니다.

규 호 : 같은팀에서 강원 지역을 담당하고 있는 정규호입니다.

현철 규호: 인프라혁신팀은 전국 배송 인프라 조직을 확장, 관리하며 허브와의 소통을 통해 현장과 플랫폼사가 함께 상생할 수 있는 생태계를 구축하고자 노력하고 있습니다.

현철님과 규호님의 담당 지역이 2021년 '배달 상위 지역', '배달 증가율 상위 지역'으로 선정됐습니다. 해당 지역 내 배달 수요가 많았던 요인은 무엇일까요?

현 철 : '어떤 지역에 가든 바로고가 있다'라는 인식이 생길 수 있도록 구석구석 씨앗을 뿌려 놓았던것들이 결실을 본 것 같습니다. 경남 지역은 타지역에 비해 바로고 프로그램을 오래 사용하고 계신 허브장님들이 많습니다. 상호 간의 신뢰가 있었기 때문에 안정적인 성장과 유지가 가능했습니다.

규 호 : 강원 지역의 배달 증가율이 2020년 대비 2021년 99%나 상승했다는 이야기를 듣고 많이 놀랐습니다. 사실 강원 지역은 바로고 프로그램 사용 점유율이 높은 편은 아니었습니다. 이를 보완하고자 지난해 점유율을 높이기 위한 노력을 많이 한 것이 좋은 결과로 이어진 것 같습니다.

바로고 프로그램을 사용하는 허브 확대 외 배달 수요가 높아진 다른 요인이 있다면요?

현철 규호: 아무래도 코로나19 영향을 빼놓을 수 없을 것 같아요. 지난해 해당 지역에는 배달전용매장 및 간편조리전문(밀키트) 매장, 로컬 맛집들의 배달 서비스 도입 등 많은 변화가 있었습니다. 특히 지역 내 동물병원이나 반려동물 용품 판매점 등에서도 배달을 통해 수익을 창출하고자 하는 움직임이 늘었어요. 대형 브랜드사가 아니더라도 지역 내 중소 브랜드나 단일 사업주가 지역 배달 대행업체와 함께 하려는 시도가 많습니다.

코로나19와 배달 수요의 상관관계에 대한 다양한 시각이 존재합니다. 실제 현장에서는 어떤 변화가 있었나요?

현 철 : 물길을 막으면 다른 물길이 생기듯 코로나 장기화로 인한 다양한 변화가 있었습니다. 경남의 경우 공단이나 공장 부지가 많은데요. 이곳에서 시내까지 나가 식사를 하기 어렵기 때문에 근처에 사내 식당이 위치합니다. 그래서 이 지역의 경우 배달 가능 지역에서 제외되는 경우가 빈번했어요. 하지만 코로나 장기화로 사내 식당이 문을 닫으면서 배달 수요가 늘어났고, 이 시점에 시내 식당 역시 집합 인원이 제한되고 배달로 매출을 유지하는 상점이 늘면서 공단이나 공장 부지까지 배달해주는 상점이 많아졌습니다.

규 호 : 강원 지역은 관광지가 많아 주요 소비층이 관광객인데요. 코로나 19의 영향으로 관광객 숫자가 줄면서 홀 운영만을 고집하던 상점들이 배달 서비스를 도입하게 됐어요. 이는 '집에서도 충분히 맛집 음식을 접할 수 있다'라는 긍정적인 경험을 하게 했고, 배달 주문 증가에 큰 영향을 미쳤습니다.

허브장님과 라이더님께 한 말씀 부탁드립니다.

현철 규호: 코로나 19라는 힘든 상황 속에서도 그 자리에서 항상 웃어주시는 허브장님, 라이더님 늘 감사합니다. 지금까지 성장해온 만큼 더 성장할 수 있도록 오래오래 함께했으면 좋겠습니다. 언제나 건강하시고 바로고 안에서 행복하시길 응원합니다.



# 03 2021년 가장 인기 있었던 배달 메뉴 TOP3

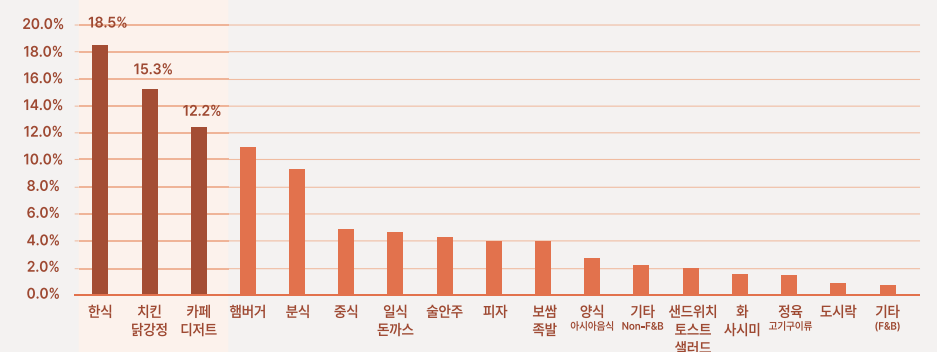
## 2021년은 한식, 치킨, 카페 배달이 대세!

## 5060세대의 한식 사랑과 2030세대의 카페 사랑에 주목

2021년 가장 많이 배달된 카테고리별 비중은 한식(18.5%), 치킨.닭강정(15.3%), 카페.디저트(12.2%), 햄버거(10.9%), 분식(9.3%) 순으로 이어집니다. 특히 지난해 바로고 전체 배달 주문의 약 1/5가량이 한식 카테고리에서 발생할 만큼, 2021년 배달 고객의 한식 사랑은 남달랐습니다. '한국인은 역시 밥심'이란 말이 괜히 있는 게 아닌 것 같은데요. 하지만 정통 배달 음식(중식, 치킨)도, 유명 프랜차이즈가 많은 업종(햄버거, 피자)도 아닌, 한식이 전체 1위를 차지했다는 점은 분명 주목할 만한 일입니다. 한식의 반란, 대체 어떻게 해석해야 할까요? 사실 배달 업계가 한식을 주목한 지는 그리 오래되지 않았습니니다. 배달이 일상화되고, 이용 연령층이 다양해지면서 한식의 위상 역시 부상하게 된 것인데요. 이유는 크게 두 가지를 들 수 있습니다.

## 2021년 카테고리별 배달 건수 비중

출처: 바로고 데이터

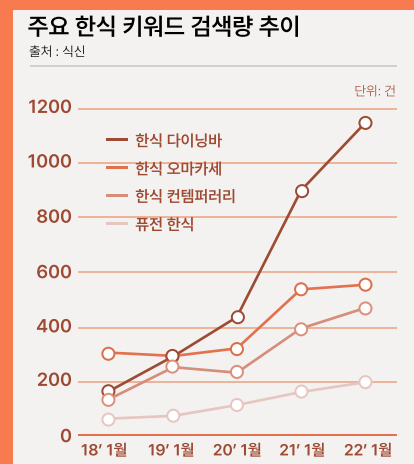




# 한식2.0 ... MZ세대 취향저격 카테고리가 되다

## 한식의 무한 변신 ... 1인가구 MZ세대 맞춤화 바람

과거 한식은 트렌드와는 거리가 멀었습니다. 평소 한국인들이 즐겨 먹는 평범한 음식 정도로 인식되었죠. 배달 업계 역시 크게 다르지 않았습니다. 최근엔 이런 한식이 MZ세대 취향에 맞춰 변화하고 있습니다. 특히 배달 업계에선 MZ세대를 주 타깃으로 음식의 양부터 메뉴 변화까지 다양한 맞춤화 바람이 일고 있습니다. 그 중 가장 눈여겨봐야 할 것이 바로 ▲1인분 특화, ▲메뉴 다양화 입니다. 푸짐함이 매력인 한식, 이제는 늘어난 1인 가구에 맞춰 소박한 한상 차림이 대세로 떠오르고 있습니다. 이는 1인 가구가 주요 소비층인 배달 업계에서 큰 강점으로 작용하고 있습니다.



MZ세대의 취향을 저격한 다양한 퓨전 한식도 2021년 한식의 선방을 설명합니다. 배달 수요가 급증하기 시작한 2018년부터 2022년 1월까지의 한식 관련 키워드 검색량 추이를 살펴보면, '퓨전 한식', '한식 컨템퍼러리' 등 기존 한식과는 어울리지 않는 키워드들이 급증한 것을 알 수 있습니다.

이런 흐름은 배달 업계에도 많은 영향을 미치고 있습니다. 특히 코로나19 이후 하루에도 여러 차례 배달 음식을 마주하는 MZ세대에게 평범한 메뉴보단 약간의 버라이어티가 가미된 한식이 더 매력적으로 다가올 수밖에 없습니다.

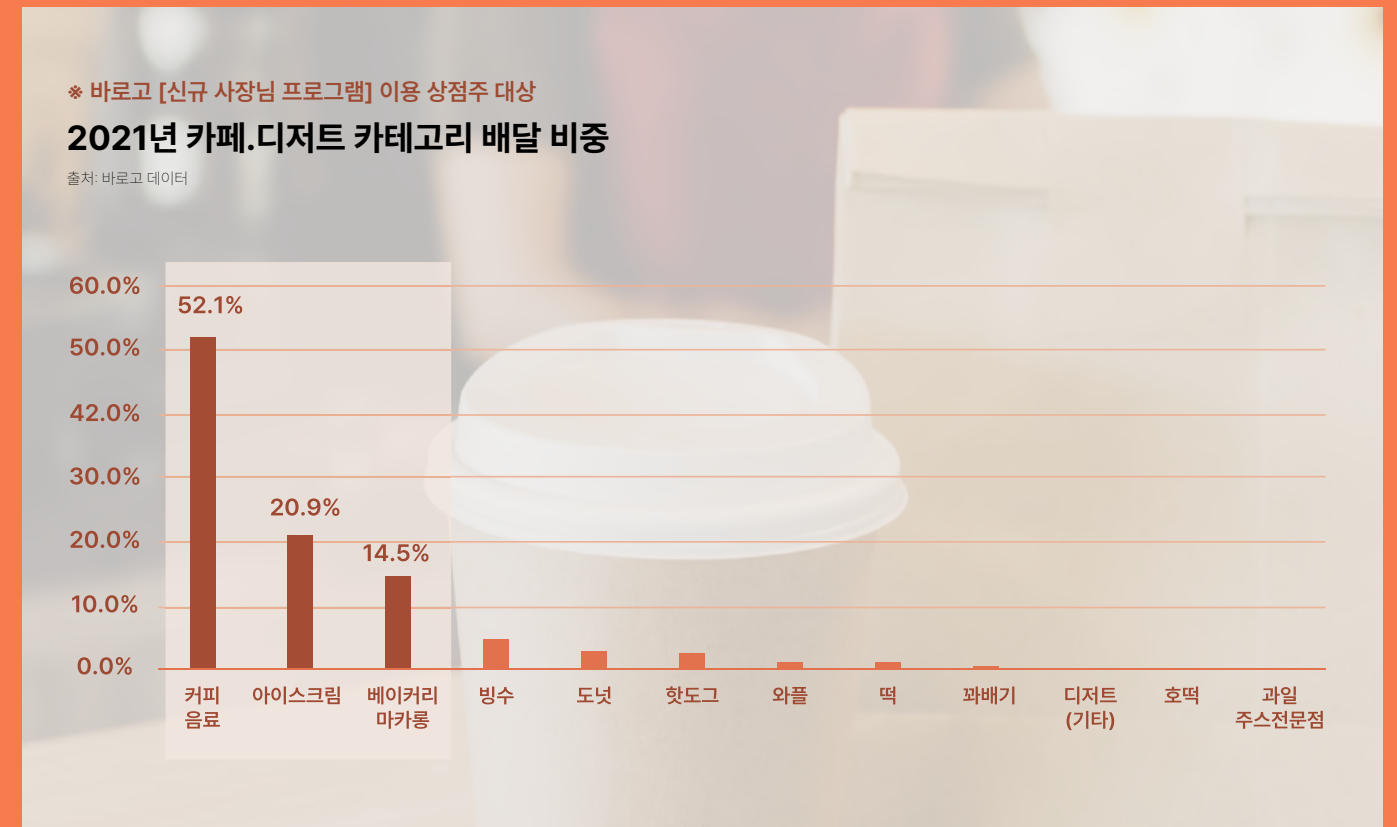
일례로 2021년 대한민국을 강타한 '로제' 열풍을 들 수 있습니다. 한식 업계는 로제에 빠진 MZ세대를 위해 로제 찜닭, 로제 갈비찜 등 다양한 퓨전 메뉴를 발빠르게 출시했습니다. 해당 메뉴들은 배달 앱에서도 큰 인기를 끌었습니다.

## 배달 음식으로 '건강한 한끼' 즐기는 문화 확산

한식의 변신 외에도 한식의 부상은 '배달 문화'의 변화로도 설명할 수 있습니다. 과거 배달은 '한 끼를 가볍게 때우는 식사' 정도로 통용되었습니다. 건강한 밥상, 정성스러운 집밥의 개념과는 거리가 있었습니다. 하지만 배달이 하루에도 여러 차례 끼니를 해결하는 일상적인 방법이 되면서, 건강한 식사를 즐기는 트렌드가 배달 영역까지 확대된 것입니다. 실제로 2022년 10대 소비 트렌드 중 하나로 '헬시 플레저(즐거운 건강 관리, Healthy Pleasure)'가 꼽힐 만큼, MZ세대를 중심으로 건강한 식사에 대한 니즈는 꾸준히 증가하고 있습니다. 이런 트렌드는 배달 업계에서도 꾸준히 확인되는 동향 중 하나인데요. 간편함과 건강함 모두 놓칠 수 없는 배달 소비자들의 다양한 니즈를 건강한 한식이 채워주고 있는 것입니다.



# 코로나19로 주춤한 2030 카페 문화 ... 배달로 이동



카페.디저트(12.2%) 카테고리에선 무려 52.1%의 주문이 발생한 커피 및 음료 메뉴가 눈에 띄니다. 코로나19 장기화로 커피 및 음료도 배달로 즐기는 시대가 된 지 오래인데요. 이를 증명하듯 엄청난 수의 배달 주문이 해당 카테고리에서 발생한 것으로 나타났습니다. 커피 및 음료와 함께 즐길 수 있는 베이커리, 마카롱 메뉴 역시 카페.디저트 카테고리에서 3위를 차지했습니다.

이는 **카페에서 여유로운 시간을 보내던 2030 MZ세대의 여가 문화가 배달로 이동하면서 발생한 자연스러운 결과**로 해석할 수 있습니다. 실제로 지난해 오픈서베이에서 발표한 '배달 서비스 트렌드 리포트 2021'에 따르면, 커피/음료 등 카페 메뉴 배달의 연령별 선호도(실제 주문 빈도)는 2030세대(18.9%)가 4050세대(6.6%)를 크게 앞지르는 것으로 나타났습니다. '식후 커피 한 잔'을 선호하는 MZ세대의 카페 문화가 코로나19라는 상황적 변수를 만나 온라인(배달)으로 이동하게 된 것입니다.





04

사시사철이 '성수기',  
동서남북이 '똑같이'



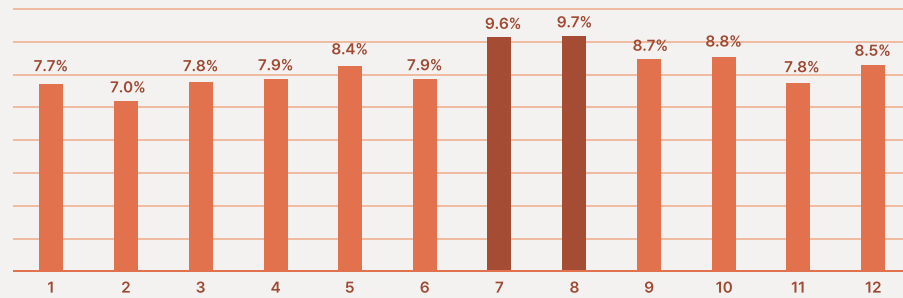
## 모호해진 배달 성수기/비수기 차이

### 폭염 심했던 여름철 강세 확인 ... 그러나 매월 1000만 건 이상 고루 발생

2021년은 매월 1000만 건 이상의 배달 주문이 발생했습니다. 전통적으로 배달 성수기로 구분되는 여름철 강세를 2021년에도 확인할 수 있었지만, 비수기와와의 극명한 차이는 볼 수 없었습니다. 역대 3번째로 폭염이 길었던 2021년 여름(7-8월), 바로고 배달 주문의 19.3%가 발생했습니다. 여름이 시작되는 7월엔 직전 달인 6월(7.9%) 대비 1.7%p 증가하며, 성수기의 시작을 알렸습니다. 하지만 비교적 배달 주문이 적게 발생하는 봄, 가을철 때와 비교해 상당히 상승했다고 보기엔 어려운 수준입니다. 가장 건수가 많았던 8월과 가장 적었던 2월간 차이 역시 2.7%p 수준으로 크지 않습니다. 이처럼 2021년은 전월 모두 10% 미만을 기록하며, 큰 차이 없이 **매월 배달 주문이 고루 발생**했습니다.

#### 2021년 월별 배달 건수 비중

출처: 바로고 데이터

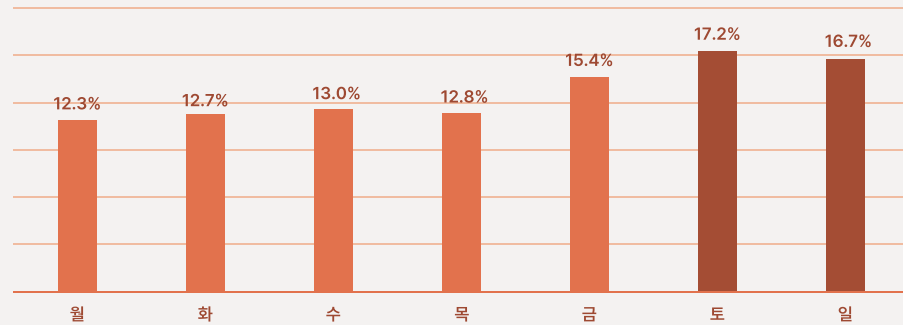


### 주말 강세 ... 그러나 평일에도 꾸준했던 배달 주문

2021년 요일별 배달 건수에서도 비슷한 양상을 확인할 수 있습니다. 황금 요일로 꼽히는 토요일(17.2%)과 일요일(16.7%), 금요일(15.4%)이 각각 요일별 배달 건수 1~3위를 차지했습니다. 평일 대비 주말이 우세했다고 볼 순 있으나, 평일(금요일 제외) 역시 12~13% 수준의 적지 않은 배달이 발생했습니다. 전 요일에서 고르게 배달이 발생한 것으로 볼 수 있는 수준입니다. 이렇게 2021년 월별, 요일별 배달 비중 변화는 **‘배달 성수기와 비수기의 개념이 모호해졌다’**는 것을 시사하고 있습니다.

#### 2021년 요일별 배달 건수 비중

출처: 바로고 데이터

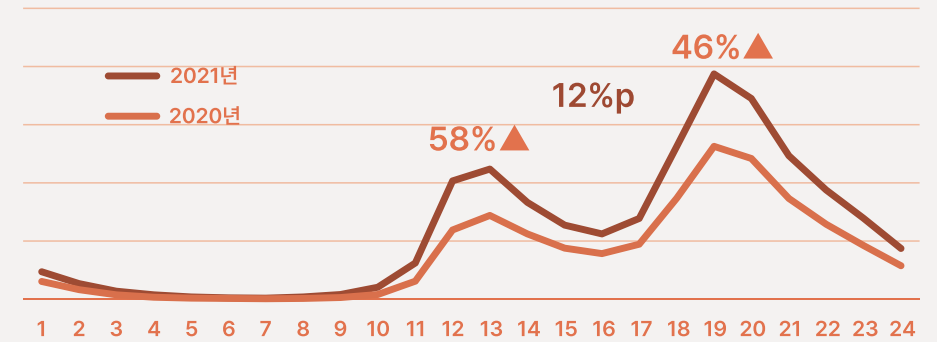


### 저녁 배달보다 더 크게 늘어난 점심 배달 ... 재택근무가 만든 풍경!

매일이 배달 성수기였던 2021년, 과연 어떻게 설명할 수 있을까요? 우리는 코로나19 영향으로 재택근무가 상당수 늘었다는 점을 기억해야 합니다. 재택근무가 일상화되면서 배달로 삼시 세끼를 해결해야 하는 직장인들이 많아진 것인데요. 재택근무의 장기화는 특히 점심 배달의 증가로 이어졌고, 이는 평일 배달 수요를 주말과 유사한 수준으로 끌어올리는 데 주요한 역할을 했습니다.

#### 시간대별 주문 수 추이

출처: 바로고 데이터  
기간: 2020 vs 2021



실제로 2020년과 2021년 시간대별 주문 수 추이를 비교하면, 점심 시간대(11-13시) 증가율이 저녁 시간대(17-20시) 증가율보다 12%p 더 높은 것을 알 수 있습니다.

코로나19 이전, 점심 배달은 일부 직장인들만 즐길 수 있는 식사 방식이었습니다. 때가 되면 삼삼오오 모여 식당에 방문하는 것이 오랜 기간 이어져 온 직장인들의 식사 문화였는데요. 배달이 점차 일상화되면서 일부 배달로 점심을 해결하는 직장인들도 많아졌지만, 사내 배달을 지양하는 회사도 더러 있었기 때문에 모두가 즐길 수 있는 문화는 아니었습니다.

하지만 코로나19가 확산되면서 상황은 달라졌습니다. 재택근무가 성행하게 되고, 출근을 하더라도 사람들이 붐비는 식당 이용을 자제하는 경우가 많아진 것이죠. **점심 배달이 새로운 직장인들의 식사 문화로 자리잡게 된 것**입니다.

이는 코로나19 확진자가 급격히 늘어난 2021년 더 강력한 트렌드로 부상했습니다. 2021년 연간 누적 확진자 수는 총 57만 98명으로, 2020년(6만 740명) 대비 무려 9배 이상 늘어났습니다(중앙방역대책본부). 9배 이상 늘어난 만큼 격리 대상자도 크게 늘었는데, 이들의 대다수는 배달로 식사를 해결했습니다. **재택근무자와 격리자가 함께 점심 배달 광풍을 이끌어 낸 것**이죠.

‘자의 반 타의 반’ 재택근무자가 늘어날 수밖에 없는 환경이 점심 배달의 폭증으로 이어졌고, 이것이 주말에 쏠려 있던 배달 주문이 평일에도 고루 발생할 수 있었던 주요한 원인으로 작용했습니다.



## 전국 어디든 '비슷해진' 배달 트렌드

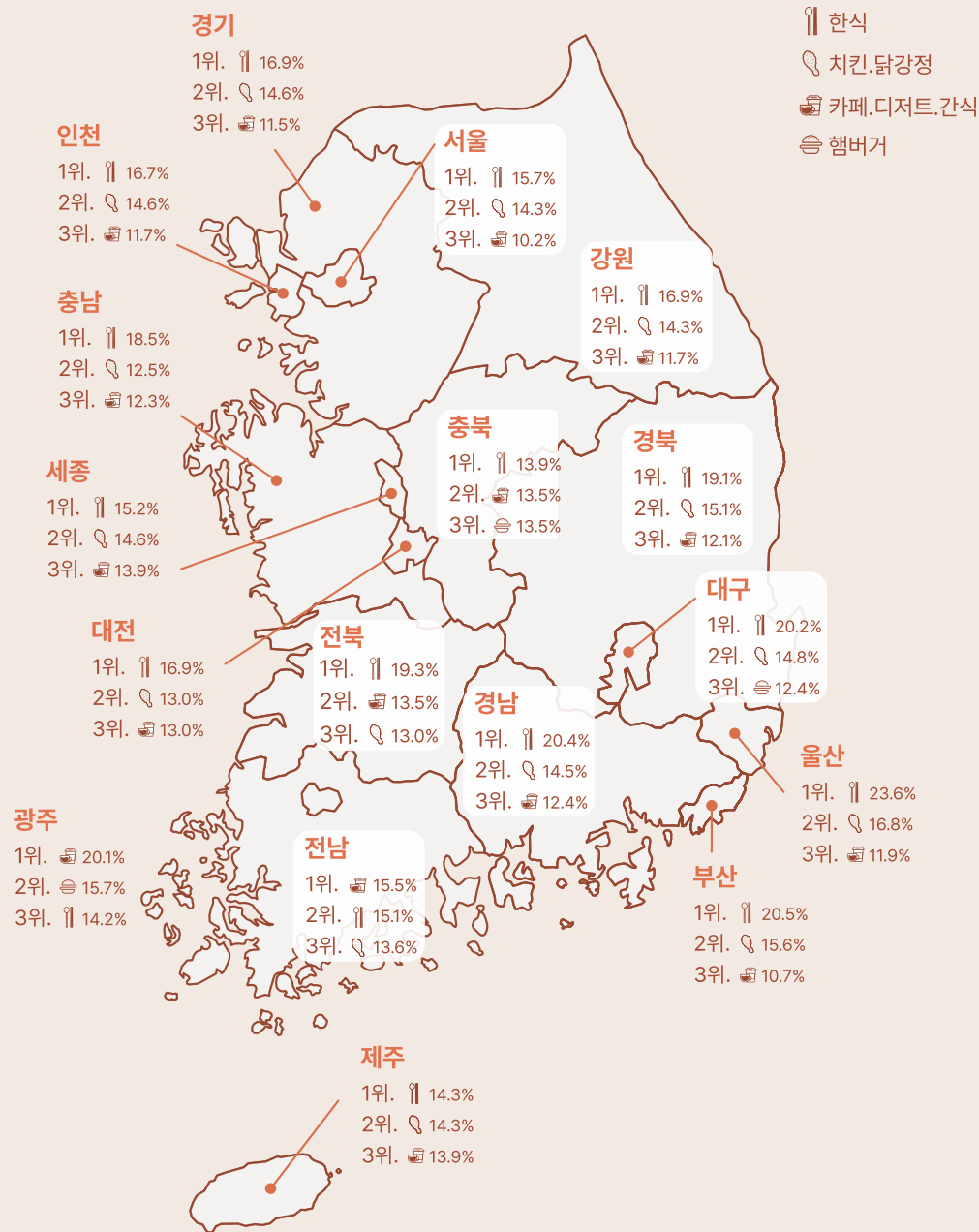
### 지역별 인기 메뉴가 곧 전국 인기 메뉴

2021년 지역별 인기 메뉴를 살펴보면, 지역별 약간의 순위 차이는 있으나, 앞서 소개한 **전국 인기 카테고리 순위와 크게 다르지 않은 것**을 확인할 수 있습니다.

특히 한식의 경우 전남, 광주를 제외하곤 전 지역에서 1위를 차지했습니다. 그만큼 한식의 인기가 전국적으로 높다는 것을 알 수 있는 대목입니다. 유일하게 1위를 놓친 전남, 광주 지역에서도 각각 2위와 3위에 오르며, 전체 1위의 위상을 굳건히 했습니다. 불과 몇 년 전만 해도 서울을 비롯한 수도권 지역에서만 가능했던 **카페, 디저트 배달** 역시 전국적으로 확대되며, 큰 인기를 끌고 있는 것을 확인할 수 있습니다. 대구 지역을 제외하면 전 지역에서 인기 순위 3위 내에 오른 것인데요. 지역에 상관없이 카페 배달을 즐기는 모습이 인상적입니다.

### 2021년 지역별 인기 카테고리 TOP3

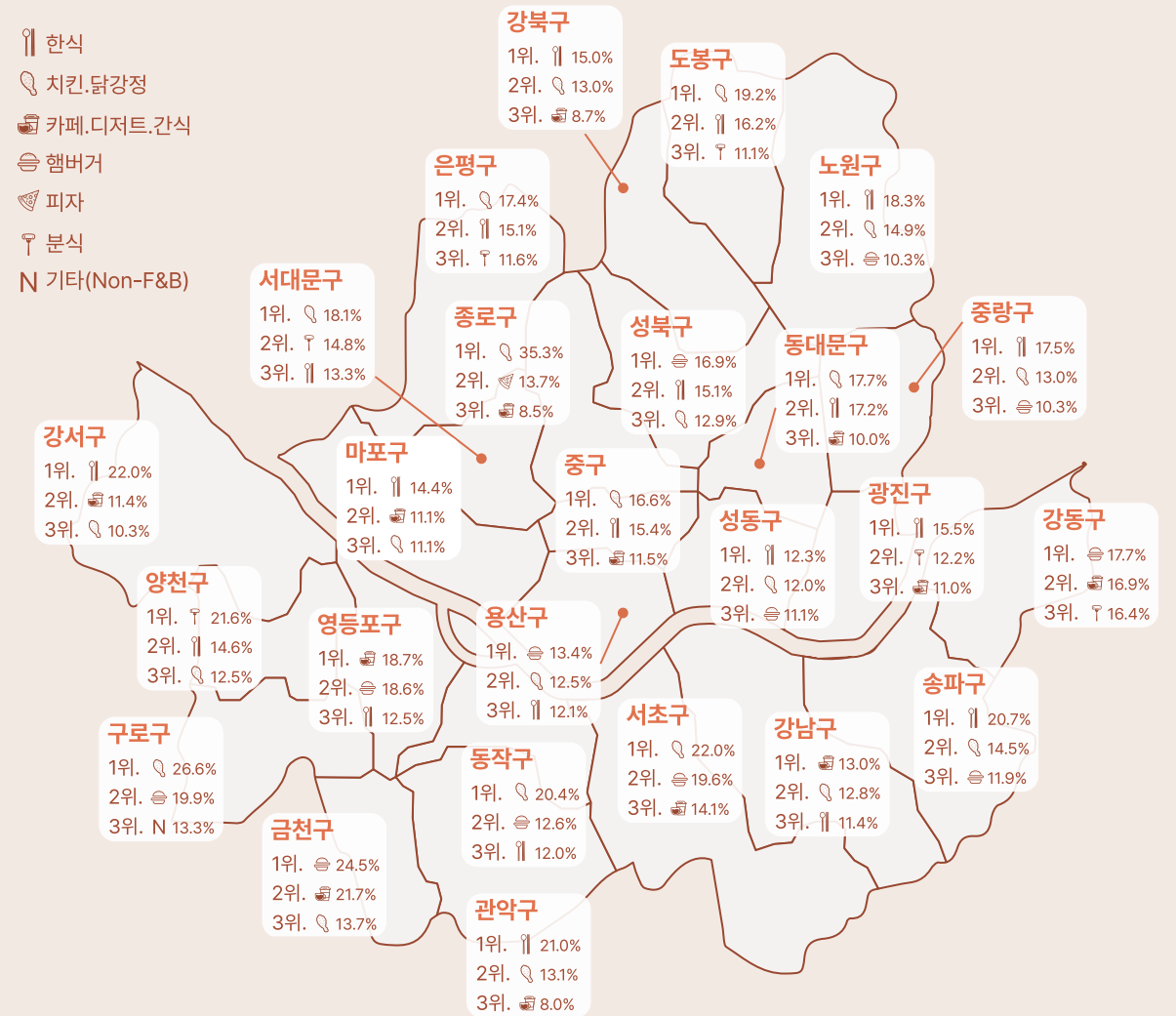
출처: 바로고 데이터



### 배달 격전지, 서울 지역별 인기 메뉴 역시 전국과 비슷

### 2021년 지역별 인기 카테고리 TOP3

출처: 바로고 데이터



서울 시군구별 인기 카테고리 순위 역시 전국 인기 순위와 유사한 편입니다.

일부 지역을 제외한 대부분의 지역은 전국 인기 순위 5위(한식, 카페, 디저트, 간식, 치킨, 닭강정, 햄버거, 분식) 카테고리 안에서 1~3위가 결정되었습니다. 이는 전국 어디든 비슷한 수준의 배달 서비스를 즐길 수 있다는 것을 의미합니다. 탄탄한 인프라로 오래전부터 배달 성지로 불리던 서울과 비교해도 크게 뒤쳐지지 않는 수준인 것이죠.

다시 말해, 배달 서비스로부터 소외된 지역이 점차 사라지고 있다는 뜻이기도 합니다. 전국 어디에서나 동일한 메뉴를, 동일한 앱을 통해, 동일한 배달 서비스로 제공받을 수 있는 것입니다. 바로고의 배달 커버리지 역시 꾸준히 확장하고 있어, 지역 간 차이는 해를 거듭할수록 좁혀질 것으로 예상됩니다. 이렇게 전국적으로 비슷한 배달 트렌드가 포착되는 현상은 그만큼 국내 배달 업계가 더욱 성숙해지고 있다는 것을 의미하는 게 아닐까요?



인천 사브샤브(휘귀) 전문점 '소백양' 상점주 인터뷰

# 2021년 가장 많은 배달 주문이 발생한 상점은?



지난해 바로고와 함께한 상점은 총 114,000개 (등록 상점 기준). 이중 라이더의 발길이 가장 많이 닿았던 상점을 바로고가 직접 찾았습니다. 인천의 '소백양'이 바로 그 주인공인데요. 바로고와 함께 더 나은 내일을 그리며, 수많은 고객에게 맛의 즐거움과 행복을 전하는 가게, '소백양'의 사장님을 함께 만나보시죠.

안녕하세요 상점주님, 소백양이 '2021년 바로고 프로그램을 사용한 전국 상점 중 배달 주문이 가장 많이 발생한 상점' 중 한 곳으로 선정되었습니다. 축하드립니다! 소감 한 말씀 부탁드립니다.

와~ 소백양이 상위에 랭크 되었다니 믿기지 않네요. 바로고 덕에 큰 사랑을 받을 수 있던 것 같습니다. 지난 한 해 동안 소백양을 위해 열심히 달려 주신 바로고 측에도 정말 감사합니다. 바로고 덕에 더욱 많은 고객 분들께 소백양의 음식을 선보일 수 있게 되었습니다.

인천 내에도 다양한 배달 플랫폼사가 존재합니다. 그 중에서 바로고를 선택하신 이유는 무엇인가요?

배달 서비스 도입을 결정하고 주변 음식점 사장님들께 여쭙보니 '바로고 십정허브'를 추천하시더라고요. 그래서 계약 상담을 받았는데 담당자 분께서 본인 일처럼 섬세하게 챙겨 주셨습니다. 그리고 상점주, 라이더와의 '상생'을 중요하게 여기는 바로고 이태권 대표님의 경영 철학도 너무 좋았어요. 계약을 맺고 직접 바로고 프로그램을 사용해보니 조작이 정말 쉽더라고요. 제가 기계 치인데 적응하는데 금방이었어요. 또, 핸드폰으로 실시간 확인 등의 업무가 가능하다는 점도 장점이예요. 무엇보다 바로고 라이더 분들이 참 좋아요. 배달도 잘 해주시고 항상 웃으며 살갑게 대해 주셔서 서로 정이 많이 들었습니다. 그 덕에 지금까지 서로 즐겁게 일하고 있어요.

소백양 내에서도 가장 배달 주문이 많은 메뉴가 무엇인가요?

배달 주문이 가장 많은 메뉴는 마라탕입니다. 마라탕은 소백양의 대표 메뉴인데요, 저희는 8단계로 맵기 조절이 가능합니다. 또, 사리 추가도 중량 별로 선택할 수 있어 손님이 자신의 취향대로 주문할 수 있다는 점에 많은 사랑을 받는 것 같습니다.

소백양의 배달 주문이 많았던 이유가 뭐라고 생각하세요? 사장님만의 노하우를 전수해주세요!

거창한 노하우는 없습니다. 저만 알려고 하는 게 아니라 정말이에요!(웃음) 하지만 저희 가게 매출 중 배달 주문이 80% 이상의 높은 비중을 차지하는 건 맛과 배달 서비스에 대한 고객 만족도가 높아서라고 생각합니다. 최근 식자재 값이 많이 올라서 가게 운영에 부담이 가긴 하지만 항상 아낌없이 드리려고 노력하고 있어요. 조리 과정에 있어 정직함은 물론이고요. 또, 저희 가게 리뷰를 보시면 배달이 깔끔하고 신속하다는 평이 많습니다. 바로고 라이더 분들께서 항상 안전하게 배달해주시는 덕에 많은 분들이 찾아 주시는 것 같습니다.

이제 배달 서비스가 가게 운영에 필수 요소라 해도 과언이 아닌데요. 배달 서비스를 '똑똑하게' 운영하는 사장님만의 방식이 있을까요?

저는 배달 서비스 계약을 맺은 '바로고 십정허브'와 적극적으로 소통을 하는 편입니다. 리뷰 중 배달 서비스에 관한 내용이 있다면 꼼꼼히 확인하고 담당자 분과 이야기를 나눕니다. 허브에서 먼저 피드백을 주시는 경우도 있고요. 배달 서비스에 대한 꾸준한 관심과 소통이 가장 중요하지 않을까 싶습니다.

지난 한 해 동안 소백양을 찾아주신 고객에게 한 말씀 부탁드립니다!

저희 가게를 찾아 주신 많은 고객 분들 덕에 소백양이 이만큼 성장할 수 있었습니다. 관심과 사랑에 너무나도 감사드리며 앞으로도 초심을 잃지 않고 더 열심히 하겠습니다.



04

# ● 식당 운영 시 홀 운영은 선택, 배달은 필수!



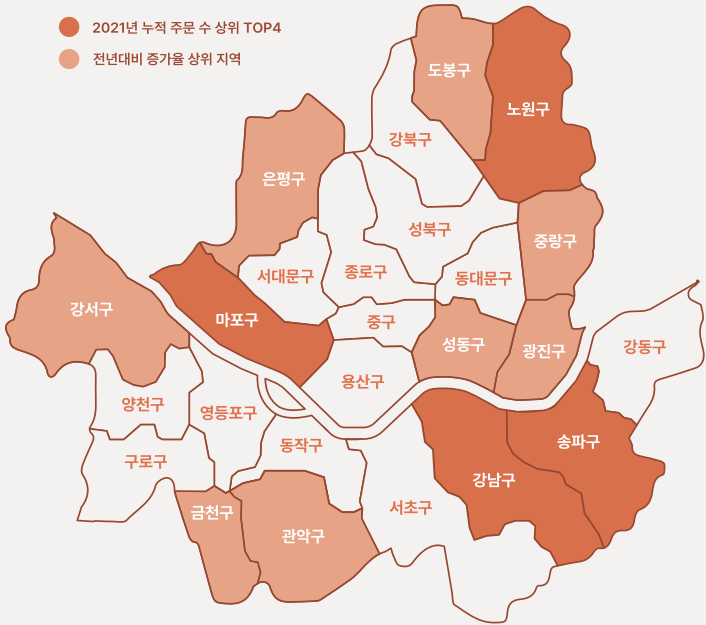


서울 배달 TOP4의 변화

2021년, 대한민국의 중심이자 수도권의 핵심 서울의 배달 트렌드에는 어떤 변화가 있었을까요? 서울 내 대표적인 배달 상위 TOP4 지역에 약간의 변화가 있었습니다.

[서울] 2021년 주요 배달주문 발생 지역

출처 : 바로고 데이터

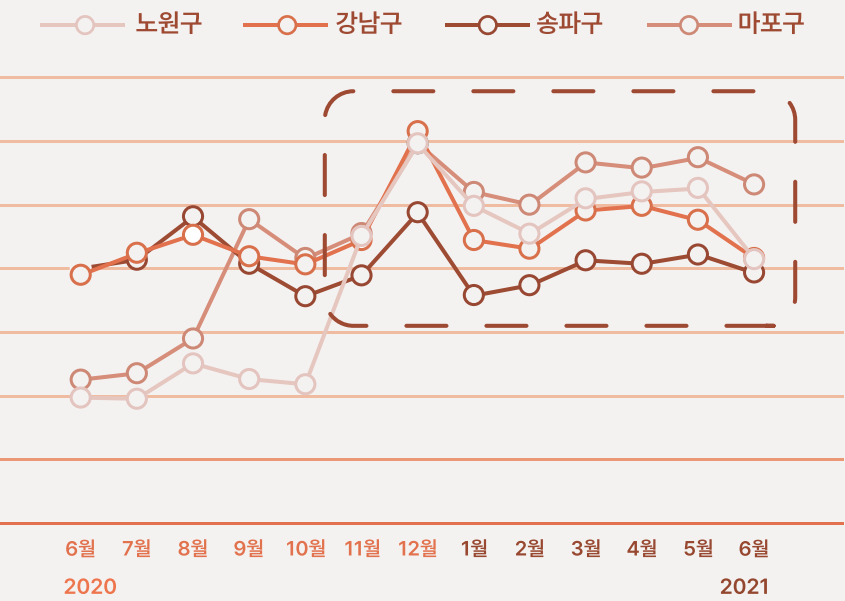


2020년까지 ‘강남/송파/마포/성북’은 서울 음식배달 주문을 대표하는 핵심 지역으로 꼽혔었는데요. 2021년부터는 이 상위권 대열에 ‘성북’이 빠지고, ‘노원’이 새롭게 합류하게 됐습니다. 2020년 전체 주문 5위로 성북에 밀려있던 노원은 2021년 성북의 주문 발생이 부진한 틈을 타 4위로 올라서게 됐습니다. [자료1]에서처럼, 노원에서는 2020년 말부터 지속적으로 배달 최고 격전지인 강남/송파에 버금가는 많은 주문이 발생하기도 했습니다.

[자료1]  
2020년 말부터 주문 강세 지역인 강남/송파에 버금가는 많은 주문이 발생한 노원

출처 : 바로고 데이터

[서울] TOP4 2020-2021년 월별 주문 수 추이

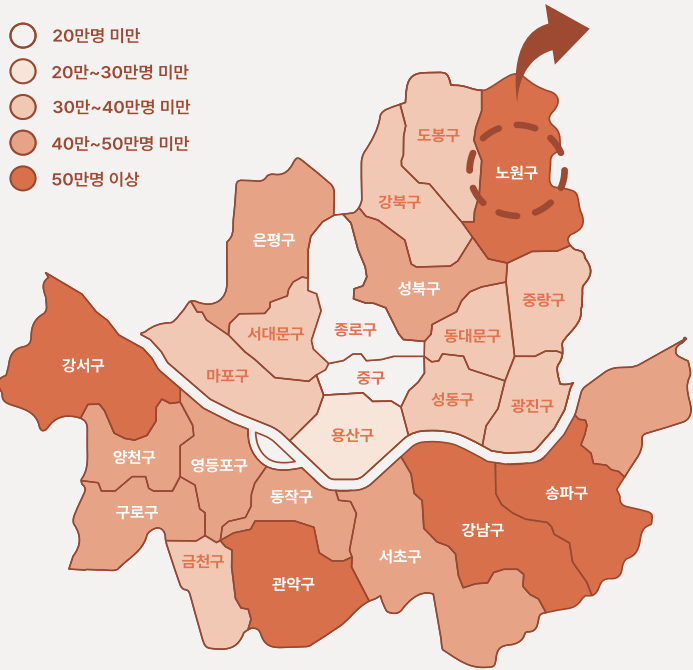
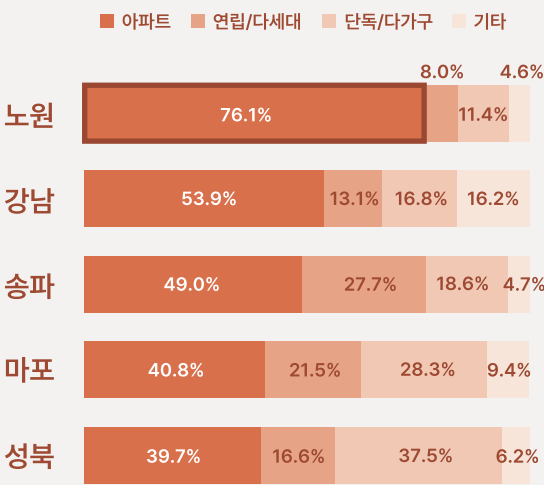


노원에서 배달 주문이 이렇게 증가하게 된 배경에는 ‘코로나로 인해 소비 상권이 주거밀집지로 확산된 트렌드’도 있었는데요. 노원은 50만명 이상의 인구가 분포해있는 지역입니다. 이는 서울 내에서도 인구 비중이 높은 강남/송파와도 비슷한 수준이죠. 또한 서울 자치구 중 아파트 비율(76.1%)이 가장 높은, 대표적인 주거밀집지 중 하나이기도 합니다. 이 이야기는 다음 장에서 좀 더 자세히 살펴볼게요!

[서울] 주요 자치구 주거형태별 비율

기준 : 2018

출처 : 서울시



[서울] 자치구별 인구 현황

기준 : 2020년 말

출처 : 서울시



## '동네 소비' 증가에 따른 온/오프라인 상권의 변화

**[오프라인]**  
코로나 이후 소비 상권의 변화  
출처 : BC카드 빅데이터센터

서울 TOP4 지역 외에도 배달 주문이 유독 많이 증가했던 지역 특성에 주목할 필요가 있습니다. 2020년 대비, 배달 주문이 최소 2배에서 4배까지 증가한 도봉, 중랑, 금천, 은평, 강서는 모두 서울 가장자리에 위치한 '전통적인 주거 밀집지'인데요. 이는 코로나로 인한 '오프라인 소비상권의 변화'와 매우 유사한 양상입니다.

### 서울 배달 상권의 변화는 오프라인 소비 상권의 변화와 유사하다?



**[온라인]**  
2021년 서울 주요 배달주문 발생  
출처 : 바로그 데이터

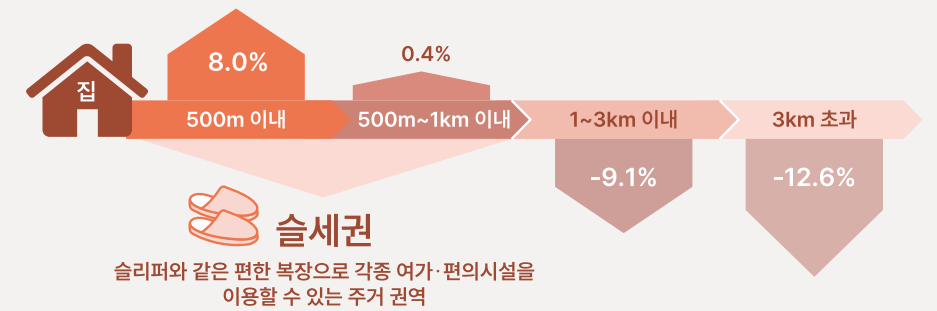


코로나 발생 이전, 오피스 상권에 형성된 전통적인 오프라인 소비상권은 코로나 발발 이후, 서울 가장자리의 주거밀집지로 소비 중심이 이동했는데요. 이는 거주지 주변에서 총 소비액의 약 60%를 쓰는 '동네 소비형' 소비자가 증가한 영향이기도 합니다. 배달 상권도 이와 유사했습니다. 2021년 전통적인 오피스 상권보다는 서울의 주요 주거지역 위주로 배달 주문량이 급증한 것이죠.

## 사회적 거리두기 기간 동안 오프라인 카드 결제 건수 변화

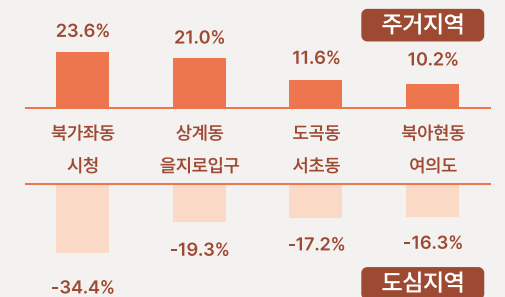
전년동기 대비 가맹점 오프라인 카드 결제 건수 증감률

기준 : 2021.03~04  
출처 : 롯데카드



### 도심상권 vs 동네상권 제과점 매출 증감률

기준 : 2020 하반기  
출처 : 신한카드빅데이터연구소

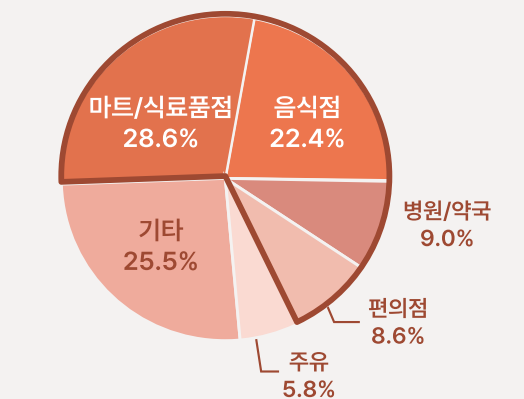


## '슬세권'과 동네 소비형 지출은 어떤 요인에 의해 더 커지게 된 걸까요?

이는 거주 지역 내 소비를 촉진하는 '코로나국민지원금'과 역대 최대치였던 '재택근무의 확대시행'의 큰 영향을 받은 것으로 보입니다. 실제로 코로나국민지원금 절반 이상이 음식점이나 동네 마트, 식료품점에서 사용됐고 그 외 편의점, 약국 등 집 주변 소비에 쓰였습니다. 또한 국내 코로나가 발발한 2020년 재택근무자 수는 약 50만명으로 2019년 대비 5배 이상 폭증했는데요. 이렇게 거주지에 머무는 시간이 늘어나면서 온/오프라인 상권에도 변화가 일어난 것입니다.

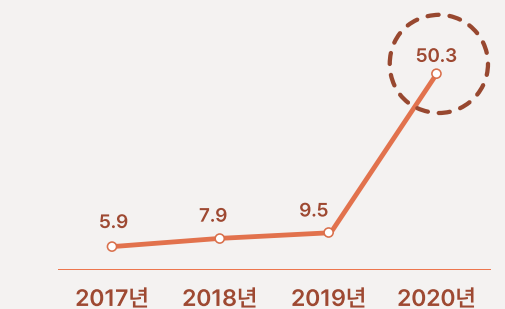
### 코로나국민지원금 사용처 비중

기준 : 2021.10.31  
출처 : 행정안전부



### 재택근무자 역대 최대

단위 : 만명  
출처 : 통계청







# 음식점 많은 동네에서 신규 배달 상점 크게 증가

## 실제 음식점 많은 수도권과 경상도 지역에서 배달 서비스 도입 활발

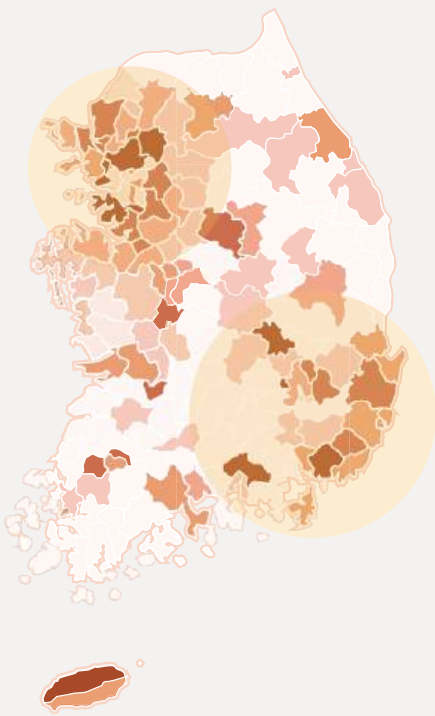
2021년 바로그 프로그램 신규 이용은 일반 음식점부터 유명 F&B 프랜차이즈, 비식음 분야까지 업종 구분 없이 활발했습니다. 눈에 띄는 것은 **오프라인 상권 발달 지역에서 특히 활발했다**는 점입니다. 오프라인 상권과 배달 상권이 명확히 구분되었던 시절, 음식점을 찾는 고객과 배달을 주문하는 고객 사이엔 큰 차이가 있다고 믿었습니다. 하지만 배달이 일상이 된 지금, 과연 차이가 있을까요? [자료1]는 더 이상 **오프라인 상권과 배달 상권이 다르지 않다**는 것을 설명하고 있습니다.

2021년 바로그 신규 상점이 가장 많았던 지역은 서울(28.3%), 경기(22.6%), 인천(7.6%) 순으로, 수도권이 과반 이상(58.4%)을 차지했습니다. 그 뒤를 이어 경남(6.6%), 부산(5.7%), 경북(4.3%) 등 경상도 지역이 이름을 올렸습니다. 실제로 수도권(43.3%)과 경상도(21.4%)는 오프라인 음식점이 가장 많은 지역이기도 합니다. [자료2]를 보면, 약간의 순위 변동은 있지만, **실제 지역별 음식점(사업체) 비중과 바로그 신규 상점 비중이 유사한 것**을 확인할 수 있습니다.

## [자료1]

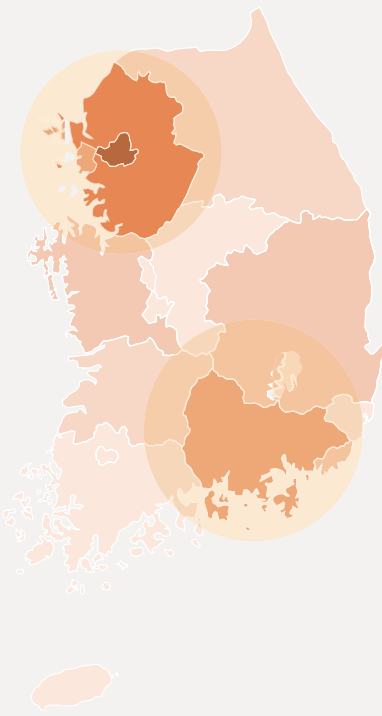
### 대한민국 전국 음식점 분포도

출처 : SGIS 통계지리정보서비스(2020년)



### 바로그 신규 상점 분포도

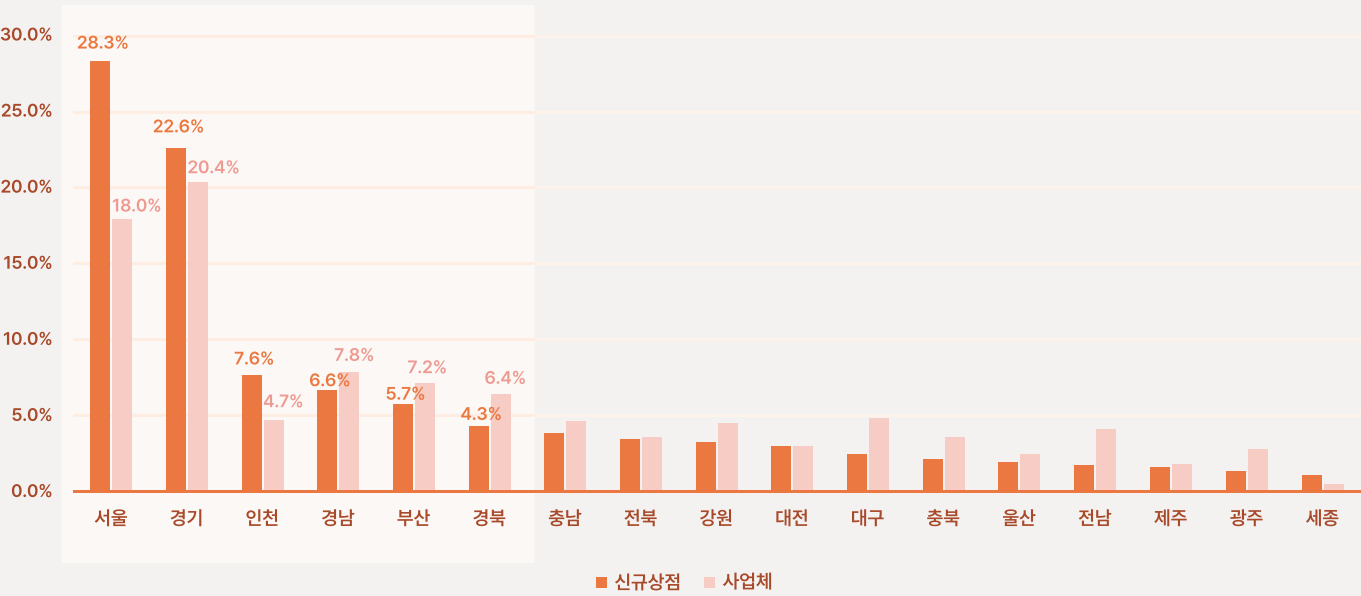
출처 : 바로그 데이터(2021년)



## [자료2]

### 전국 시도별 바로그 신규 상점 및 음식점 비중

출처 : 바로그 데이터(2021년)/ KOSIS 국가통계포털(2020년)

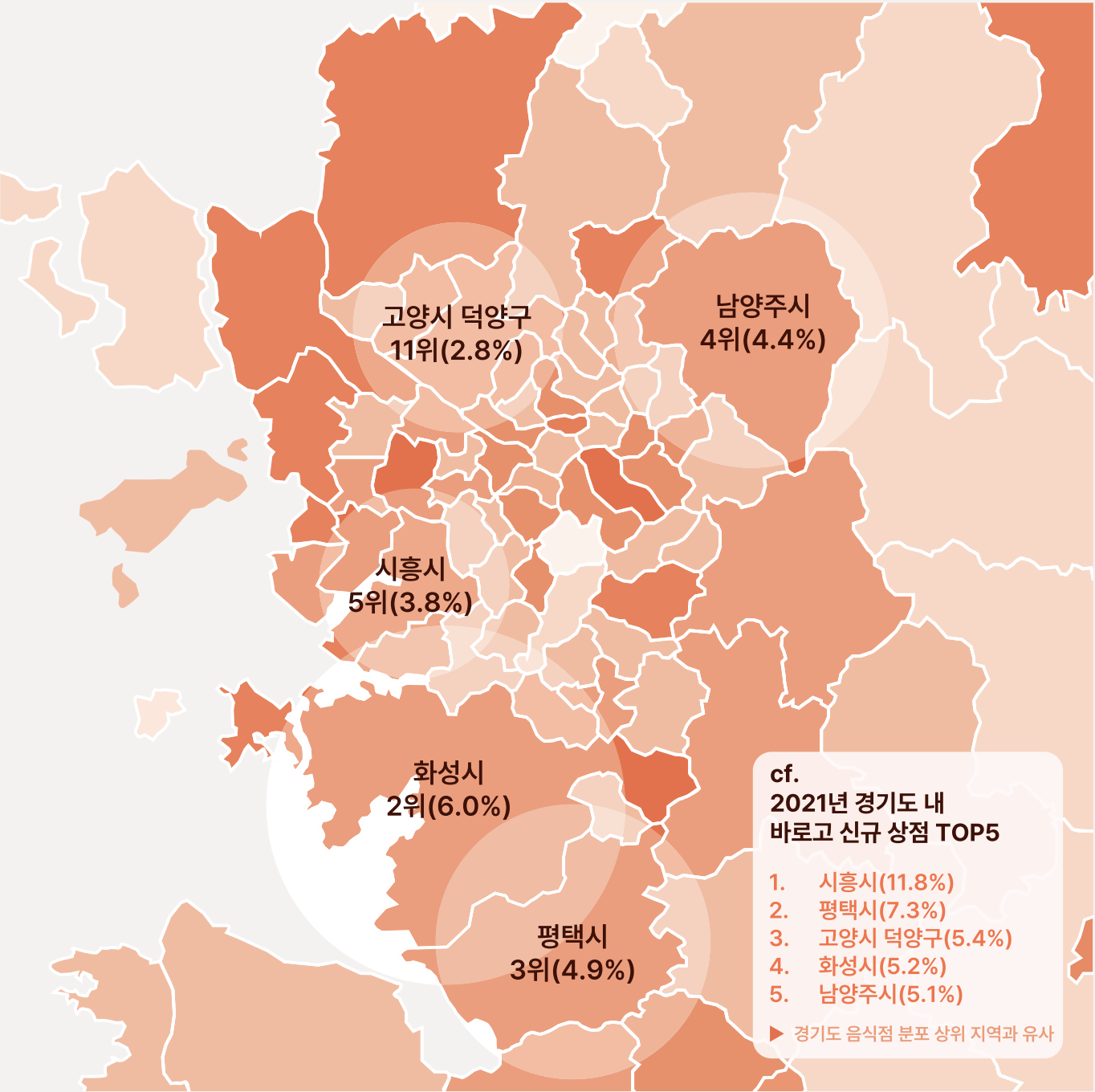




서울, 경기 시군구별 신규 상점 역시 상권 발달 지역이 강세

경기도 42개 시군구 음식점 분포도

출처 : SGIS 통계지리정보서비스(2020년)



경기도만 따로 떼어 보아도, 유사한 결과가 나옵니다. 지난해 경기도 '내' 상점 중 바로고 프로그램 신규 사용이 가장 활발했던 지역'은' 시흥시(11.8%), 평택시(7.3%), 고양시 덕양구(5.4%), 화성시(5.2%), 남양주시(5.1) 순입니다. 여기엔 실제 경기도 내 오프라인 음식점이 가장 많은 2~5위 지역이 모두 포함되어 있습니다. 경기도 내 음식점 수 1위 지역인 부천시(6.3%) 역시 경기도 42개 시군구 중 상위권인 8위(4.0%)에 올랐습니다.

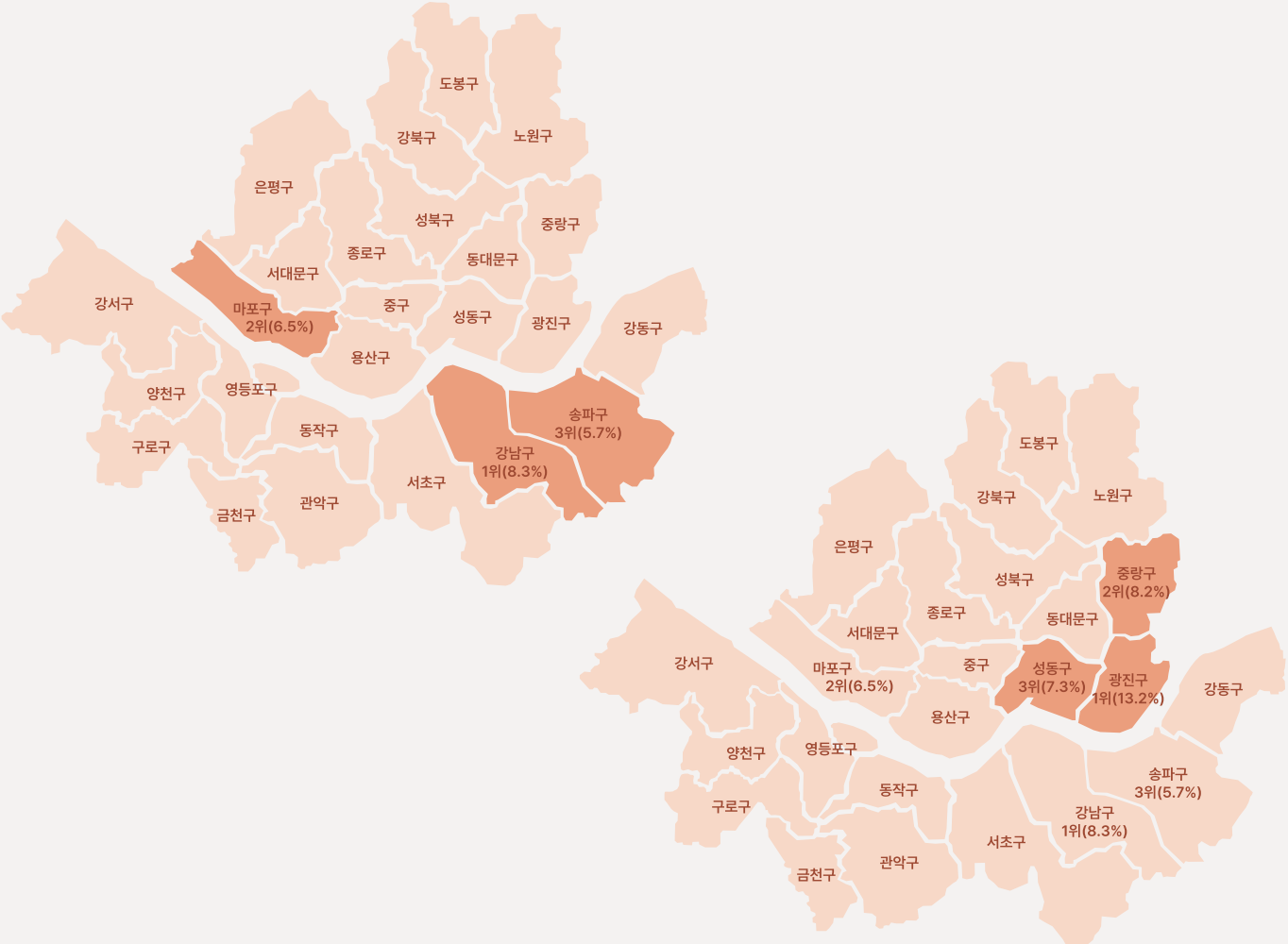
서울은 조금 달랐습니다. 실제 음식점이 가장 많은 3구(강남구, 마포구, 송파구)가 아닌, 광진구(13.2%), 중랑구(8.2%), 성동구(7.3%)에서 바로고 프로그램 신규 이용이 크게 늘어난 것인데요. 일단 강남구, 마포구, 송파구는 배달 격전지로 유명합니다. 그만큼 성숙한 배달 시장이 자리잡은 지역이기도 합니다. 이미 대부분의 상점이 배달 서비스를 제공하고 있기 때문에 새롭게 바로고 프로그램을 이용하거나, 프로그램을 변경하는 경우는 타 지역에 비해 적을 수밖에 없습니다. 때문에 서울 내 비교적 음식점이 적은 지역에서 신규 상점이 더 많을 수 있었던 것입니다.

하지만 1위를 차지한 광진구의 실제 음식점 수(4,399개)가 경기도 평균(3,373개)보다 더 많은 것을 고려(SGIS 통계지리정보서비스)하면, 서울의 신규 상점 패턴이 전국&경기도의 패턴과 다르다고 보긴 어렵습니다. 발달된 상권에서 배달 상점이 활발히 늘어나고 있다는 사실은 동일하기 때문입니다.

우리는 이 결과를 통해 ① 지난해 기존 배달 서비스를 도입하지 않았던 상점들의 배달 전환이 상당수 이루어졌다는 사실과 ② 배달 상권의 규모와 특성은 동일 지역 오프라인 상권 규모와 특성에 비례할 수 있다는 가능성을 유추할 수 있습니다. 배달은 더 이상 '특정' 음식점만 하는 '특별한' 서비스가 아닙니다. 손님이 찾는 가게라면, 누구나 도입할 수 있는 일상적인 서비스가 되었죠. 그러니, 음식점이 많은 곳에서 풍요로운 배달 시장 역시 꽃 피울 수 있는 것입니다.

서울시 25개 구 음식점 분포도

출처 : SGIS 통계지리정보서비스(2020년)



서울시 25개 구 바로고 신규 상점 분포도

출처 : 바로고 데이터(2021년)



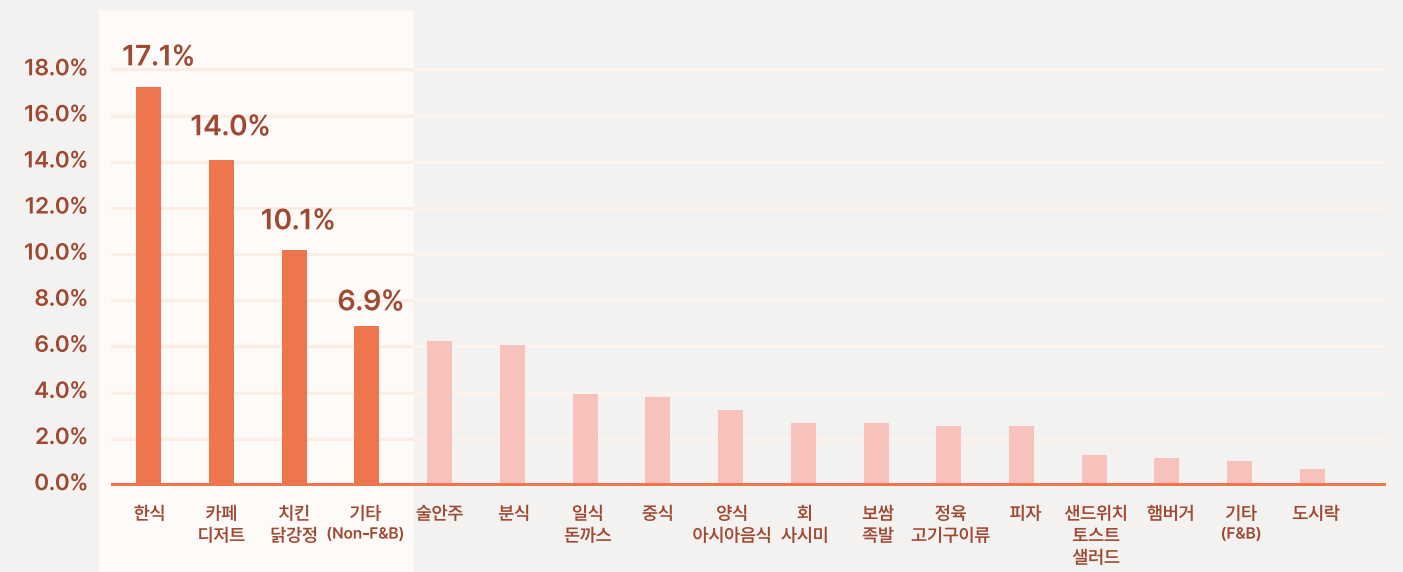
# 신선도 중요한 '날음식'도 배달 서비스는 필수

## 회.사시미, 정육.고기구이류 신규 상점 증가율 가장 높아

2021년 새롭게 바르고 프로그램을 신규 이용하게 된 상점의 대부분은 한식(17.1%), 카페(14.0%), 치킨(10.1%) 메뉴를 판매하는 곳이었습니다. 해당 카테고리 모두 인기 배달 메뉴인데다, 전국적으로 매장 수도 많아 어쩌면 당연한 결과일지 모르는데요. 주목할 업종은 2020년 대비 바르고 프로그램 신규 이용이 가장 크게 늘어난 회.사시미(57.9%), 정육.고기구이류(30.5%), 양식.아시아음식(12.3%) 카테고리입니다. 높은 증가율을 보인 세 카테고리 모두 전형적인 배달 음식과는 거리가 있습니다. 특히 신선도가 생명인 회.사시미, 정육.고기구이류 등 날음식이 포함된 카테고리가 1, 2위를 차지했다는 점은 눈여겨봐야 할 대목입니다. 날음식 배달의 경우 배달 인프라의 확대와 포장 및 보랭기술의 발전 덕분에 가능해진 서비스입니다. 바르고 역시 음식의 신선도 유지를 위해 배달 파우치의 보랭 기술을 꾸준히 업그레이드하고 있습니다.

### 2021년 카테고리별 신규 상점 비중

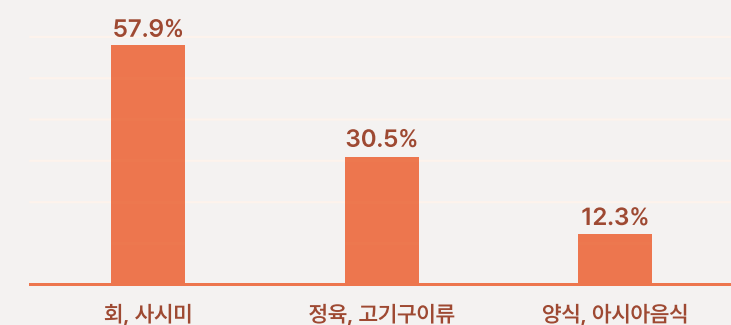
출처 : 바르고 데이터



이처럼 기존에는 배달이 어려웠던 다양한 카테고리에서 배달 서비스 도입이 활발해지고 있는 것을 포착할 수 있습니다. 기술의 발달과 함께 코로나19로 점차 더 다양한 음식을 배달로 즐기고 싶은 소비자들의 니즈가 만난 결과라고 할 수 있는데요. 이는 결국 배달 서비스를 도입할 때 가게의 업종이나 메뉴의 특성은 더 이상 고려 대상이 아님을 시사합니다. 고객을 상대하는 상점이라면, 배달은 필수적으로 도입해야 하는 서비스가 된 것이죠.

### 카테고리별 신규 상점 증감률 TOP3

기준 : 2020년-2021년  
출처 : 바르고 데이터



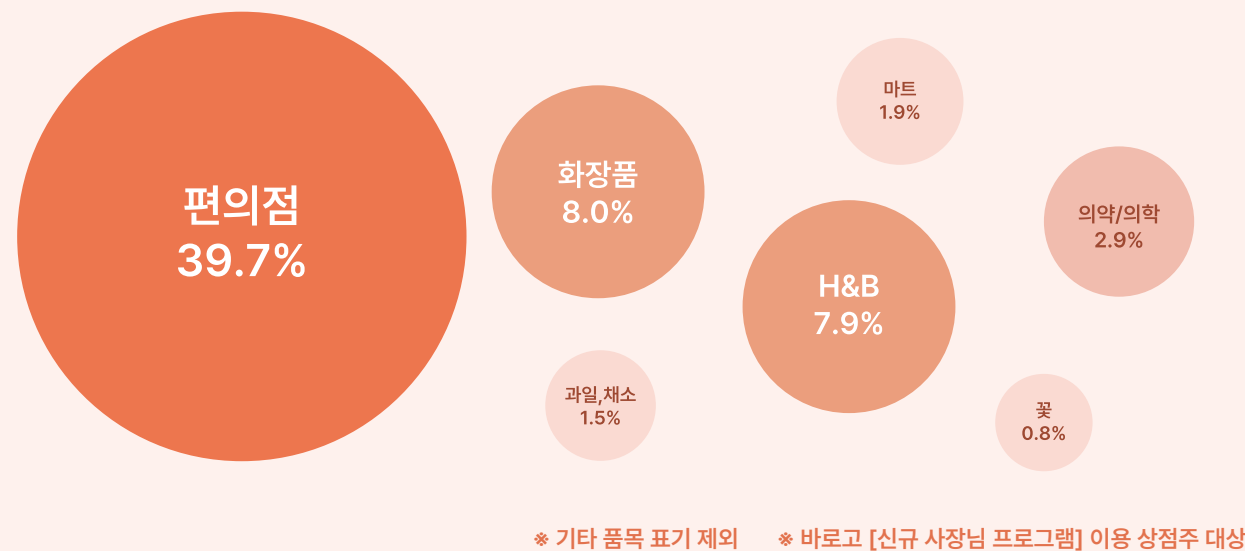


# 음식을 넘어 비식음(Non-F&B)까지 활발했던 배달 도입

퀵커머스 붐 불었던 2021년, 편의점 업계 배달화 가속

## 2021년 비식음(Non-F&Q) 카테고리별 신규 상점 비중

출처: 바로고 데이터



비식음 분야(Non-F&B) 업종 역시 전체 카테고리 중 6.9%로 4위를 기록할 만큼 지난해 신규 상점이 많은 편이었습니다. 이중에서도 특히 편의점 업계가 눈에 띄니다. 지난 한 해 바로고에 새롭게 합류한 비식음(Non-F&B) 상점의 39.7%는 편의점이었습니다. 최근 **퀵커머스 시장이 급성장하면서, 지난 몇 년 간 편의점 업계의 배달 서비스 도입 역시 상당히 활발했는데요.** 이를 증명하듯 신규 편의점도 상당히 많은 것으로 보입니다. 실제로 바로고는 GS25, CU에 이어, 지난해 세븐일레븐과 새롭게 배달 대행 계약을 체결한 바 있습니다. 이 밖에도 마트, 과일 및 채소, 꽃 등 퀵커머스 시장 확대로 배달에 눈을 돌린 다양한 상점들의 바로고 프로그램 이용도 눈에 띄었습니다.

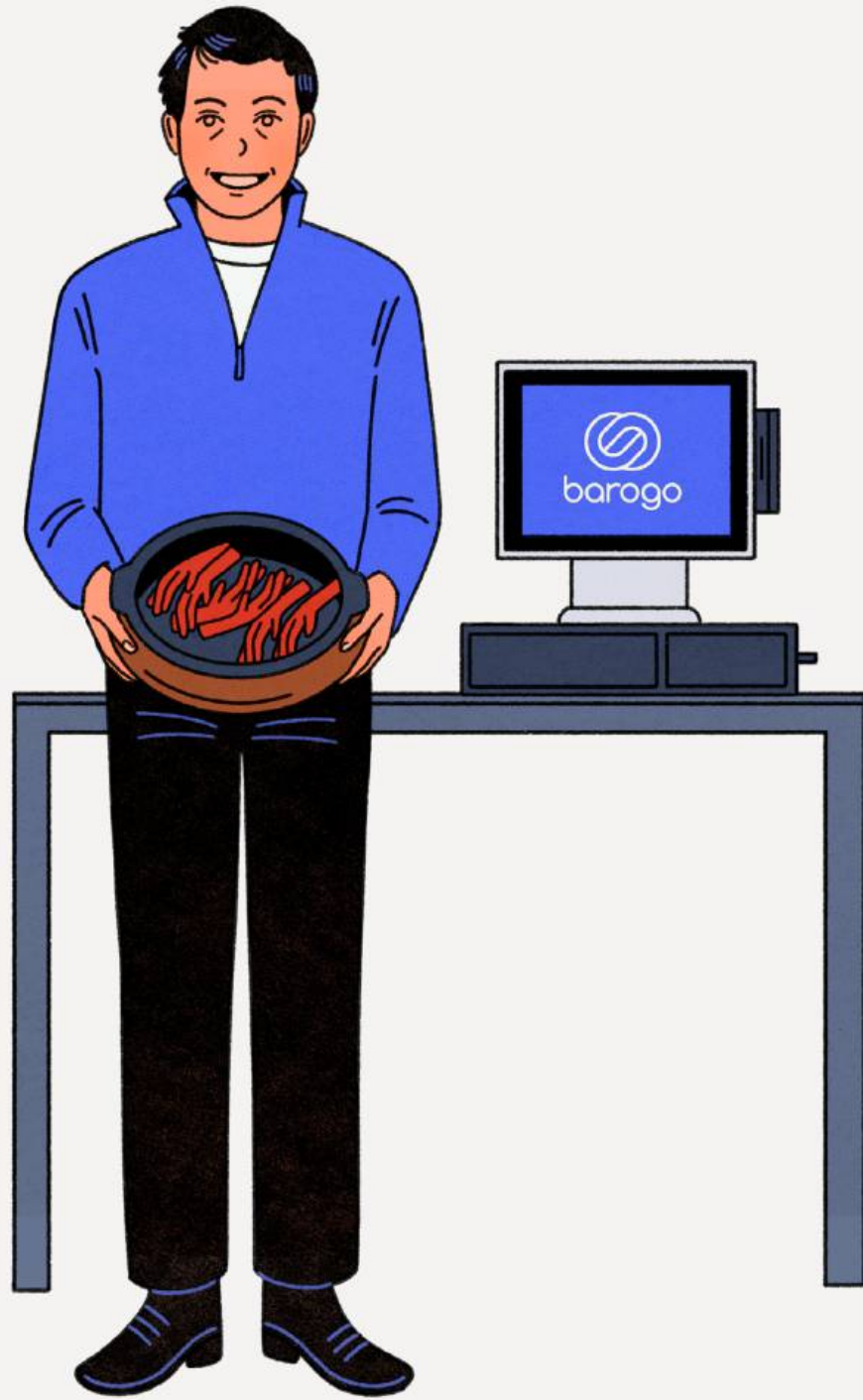
## 코로나19 여파 ... 약국, 병원 배달 서비스 도입 트렌드

코로나19로 비대면 진료 및 의약품 처방이 자연스러워지면서, 약국, 병원 등 의약/의학계의 배달 서비스 도입도 활발했습니다. 비식음(Non-F&B) 카테고리의 3% 미만 수준으로 비교적 미미한 수치이지만, 비대면 진료 및 의약품 배달 서비스가 점점 더 일상화되면서 의약/의학 업계의 배달 전환은 지금보다 더 활발히 이루어질 것으로 예측됩니다.





## 바로고와 가장 인연이 오래된 상점은?



2015년 2월, 바로고가 탄생한 지도 어언 7년이 되었습니다. 강산도 변하는 세월이지만, 여전히 바로고와 함께 내일을 그리는 곳이 있습니다. 20년째 불닭발 매장을 운영하는 정광욱 사장님은 말 그대로 바로고의 산증인입니다. 바로고를 선택하고 오랜 세월 함께한 이유는 무엇인지, 사장님의 입을 통해 생생히 전해 들겠습니다.

안녕하세요 상점주님, 바로고와 인연이 가장 오래된 상점 중 한 곳으로 선정되었습니다. 처음 바로고를 선택하신 이유는 무엇인가요?

안녕하세요 20년째 불닭발 전문 매장을 운영하는 정광욱입니다. 7년 전, 배달 서비스를 도입하려고 했을 당시엔 '배달 대행업체'에 대한 정보가 많지 않았어요. 그래서 한 곳 한 곳 직접 방문해 운영 방식 등에 대해 물으며 서비스를 비교했던 기억이 나네요. 그중 프로그램 사용 편의성이 가장 탁월했던 바로고를 택하게 됐습니다. 계약한 배달 대행업체의 서비스도 너무 좋았어요.

바로고 프로그램을 통해 배달 서비스를 도입하시고 상점 매출에 어떤 변화가 생겼나요?

운영하는 매장이 넓지 않았고, 웨이팅까지 길다 보니 홀에서 식사를 하는 것보다 집에서 편하게 드시고 싶다는 고객들의 의견이 많았어요. 그래서 배달 서비스를 도입하게 됐죠. 배달 서비스를 도입하니 홀 운영만 했을 때보다 훨씬 많은 매출이 발생하게 됐어요. 특히 코로나 19 이후엔 배달로 매출을 유지하고 있습니다.

코로나 19 이후 가게 운영에 특히 신경 쓰는 요소가 있다면요?

배달 수요가 증가한 만큼 식어도 맛있게 먹을 수 있는 조리방법을 연구했어요. 또 배달 음식은 포장 용기나 포장 방식도 중요한데요. 음식이 빨리 식지 않도록 포장하는 방법을 시간 날 때마다 고민하고 있습니다.

바로고 라이더 또는 허브장님과의 일화가 있으신가요?

힘들고 지칠 수 있는 상황에서 항상 웃으며 먼저 인사해주는 라이더님들이 있어 힘을 내는 것 같아요. 또 가끔 배달 지연과 같은 돌발 상황도 생기는데, 이때 적극적으로 상황을 정리해주는 허브장님께 감사해요. 다음에 이런 상황이 생기지 않도록 먼저 해결방안을 말씀해주는 모습에 더 믿음이 갑니다.

지난해부터 바로고 프로그램이 상점주, 라이더 친화적으로 개편되고 있습니다. 현장에서 편리함을 체감하고 계시나요?

네, 프로그램이 한눈에 보기 편하게 개편돼서 사용하기 수월해요. 특히 식당에서 처음 일하는 아르바이트생들도 프로그램을 쉽게 사용합니다. 가게 운영을 하면서 프로그램 사용 설명을 길게 하기가 어려운데, 시간을 줄일 수 있어 편리함을 배로 느끼고 있습니다.

바로고 라이더분들께 한 말씀 부탁드립니다.

열정과 책임감을 가지고 안전하게 배달을 수행해 주셔서 감사합니다. 10년, 20년 앞으로도 늘 하고 싶습니다. 파이팅!



# Part 2

2021  
바로그  
라이더 트렌드



01 2021년 또 한 번 성장한  
바로고 라이더 규모

바로고 수행 라이더 37% 증가.  
한 여름에도 유입량 최고

2021년은 배달라이더가 그 어느 때보다 큰 주목을 받은 한 해였습니다. 언론과 소비자의 관심에 힘입어, 배달라이더는 이제 음식과 상품을 가정에 빠르게 전달하는 서비스 제공자일 뿐만 아니라 도전해 볼 가치가 있는 '직업'으로서도 큰 인정을 받게 되었습니다.

바로고 역시 2021년, 배달라이더에 대한 높아진 관심에 힘 입어 큰 성장을 이뤘습니다. 정말 많은 라이더가 바로고의 문을 두드리 주셨습니다. **2021년 최소 1건 이상 바로고에서 배달을 수행한 라이더는 총 7만 4000여명으로, 지난해(5만 4000여명)에 비해 37% 증가했습니다.**

최소 1건 이상 바로고에서 배달을 수행한 라이더 수

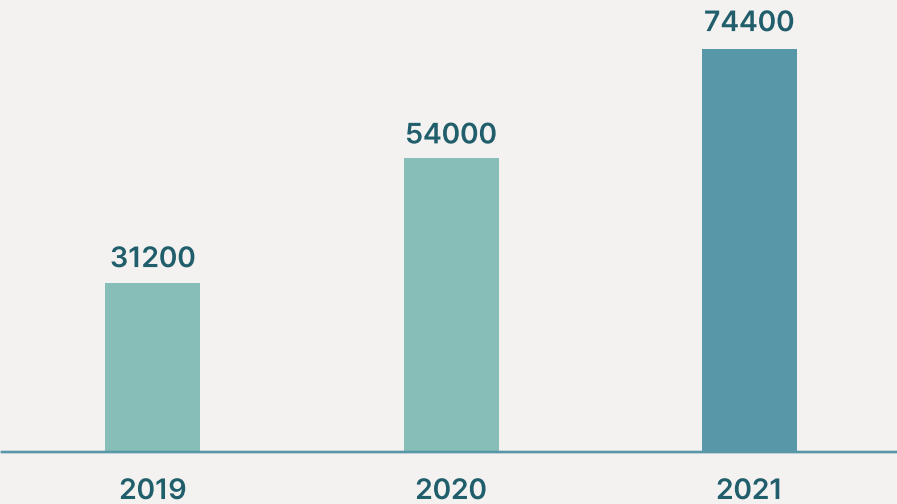
출처 : 바로고 데이터

2020년

5만 4000명

2021년

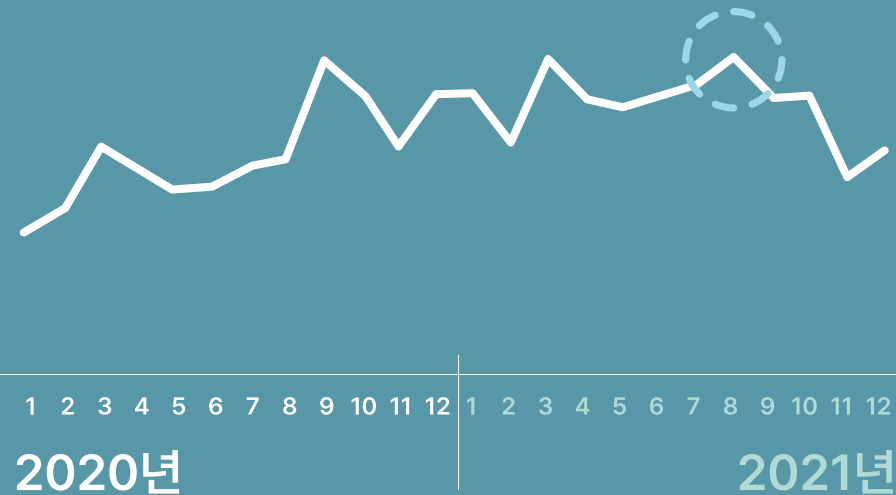
7만 4000명



라이더는 보통 '봄.가을 등 날씨가 좋을 때 몰린다'는 통념도 2021년 만큼은 예외였습니다. 2021년은 폭염 일수가 기상청 관측 이래 역대 5위에 해당할만큼 더웠습니다. 하지만 바로고에는 2021년 8월, 역대 가장 많은 신규 라이더가 등록했습니다. 무더위에도 불구하고 바로고 라이더들은 배달에 더 뜨거운 열정을 보인 것 입니다.

2020~2021 월간 신규 등록 라이더 수 추이

출처 : 바로고 데이터





바로고 수원병점허브 조성호 라이더

# 2021년 3만 4000여 건의 배달을 수행한 '배달의 달인'



2021년 바로고에서 가장 많은 배달을 수행한 라이더 중 한 명은 누구일까요? 확인 결과, 355일간 총 3만 4128건을 수행한 바로고 수원병점허브의 조성호 라이더님이었습니다. 오전 10시부터 자정까지 근무하면서, 일 평균 96건을 수행했다고 해요. 상점 위치를 직접 지도에 그려가며 수원 지역 도로 상황을 암기한 '학구파'이기도 합니다. 바로고가 직접 만나봤습니다.

라이더님 안녕하세요, 소개 부탁드립니다.

수원병점허브 소속 라이더로 일하고 있는 조성호입니다. 올해로 3년 차입니다.

**2021년 3만 4000여건의 배달을 수행해 바로고 '배달의 달인'으로 선정되었습니다.  
소감이 어떠신가요?**

처음 연락받았을 때 정말 깜짝 놀랐습니다. 제가 가장 많은 배달을 수행했다고 생각해보는 적이 없었거든요. 꿈과 같은 결과를 얻을 수 있게 해준 바로고에게 참 감사합니다. 라이더로서, 또 소속 허브의 팀장으로 일했던 날들이 보람차게 느껴집니다.

**한정된 시간 내 많은 배달을 수행하려면 상당한 노하우가 필요할 것 같습니다.**

저는 오전 10시부터 오후 2시까지, 오후 5시부터 자정까지 배달을 수행하고, 비교적 주문이 적은 3시부터 5까지는 식사를 하며 휴식을 취합니다. 효율적으로 배달을 하려면 상점 주소와 근처 지리를 먼저 익혀야 합니다. 상점 위치를 외우면 배달 경로가 머릿속에 그려지면서 시간을 단축할 수 있게 됩니다. 처음엔 다소 어렵게 느껴질 수도 있지만 같은 길을 여러 번 가면 빨리 외워집니다. 또 근처 지리를 다 외웠다고 생각될 때 상점 위치를 지도에 직접 그려보세요. 이 과정을 거치면 시간이 지나도 상점 위치가 정확하게 기억됩니다.

**사실 많은 배달을 수행하는 것보다 안전하게 배달하는 것이 더 중요할 것 같습니다.  
안전 운행을 위해 라이더님이 꼭 지키시는 수칙이 있으신가요?**

사고가 나면 배달을 수행할 수 없기 때문에 최대한 안전 운행합니다. 교통 신호를 철저히 지키는 것은 물론이고요, 횡단보도에 진입할 때나 정지 교차로에서는 무조건 정지 후 출발합니다. 또한 바이크 역시 안전과 직결되어 있기 때문에 미리 점검하고 있습니다. 특히 사고율이 높은 겨울철에는 브레이크 패드 점검에 더 신경 쓰고 있어요.

**동료 라이더들에게 응원의 한마디, 부탁드립니다.**

교통 수칙을 잘 지켜가며 항상 안전 운행하는 라이더가 될 수 있도록 함께 노력해나갑시다. 바로고 라이더님들 파이팅!





### 03 바로고 라이더, 이들은 어떻게 일할까?

#### 바로고 풀타임 라이더의 근무 기록 파헤치기

바로고 라이더란 어떤 직업일까요? 바로고 라이더의 각종 근무 기록을 살펴보면, 2021년에 바로고 라이더가 하나의 안정적인 직업으로 발돋움 했다는 것이 나타납니다.

#### 바로고 풀타임 라이더 2021년 평균 근무 기록

출처 : 바로고 데이터

출근부터 퇴근까지

8.61시간

시간당 배달 수행

3.9건

연 근무 일수

237일

주당 근무 일수

4.5일

#### ※ 바로고 '풀타임 라이더' 기준

1. 일주일에 최소 4일, 10시간 이상 근무한 라이더
2. 주말에만 근무하는 라이더 제외  
(전체 출근일 중 주말 출근이 90% 이상인 라이더 제외)
3. 평일 저녁(오후 7시 이후)에만 근무하는 라이더 제외

2021년 바로고의 '풀타임 라이더'를 기준으로, 바로고 라이더는 매일 출근(첫 배차)부터 퇴근(마지막 배달)까지 평균 8.61시간을 근무했습니다. 시간당 3.9건의 배달을 수행하고 있고, 1년에 평균 237일 출근합니다. 일주일에 평균 4.5일 정도 일하는 셈입니다.

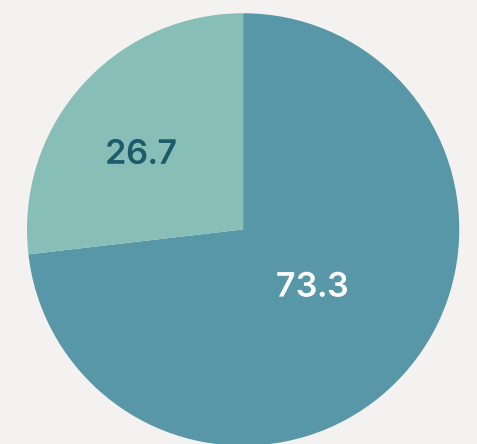
그러면서도 바로고 라이더의 수입은 적지 않습니다. 월 600건 이상 완료(월 20일 이상 출근), 월 300만원 이상 소득을 올린 라이더를 기준으로, **2021년 12월 바로고 라이더의 26.7%가 500만원 이상의 수입을 벌어들였습니다.**

\* 수입은 소득세 포함 금액

#### 2021년 12월 바로고 라이더 수입 비중

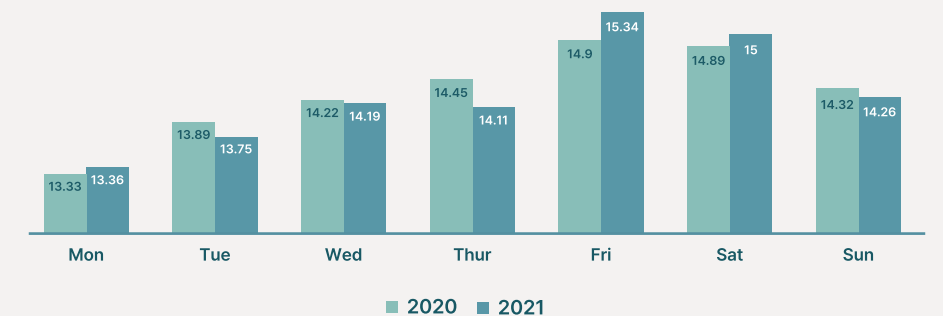
출처 : 바로고 데이터

- 300만원 이상 500만원 미만
- 500만원 이상



#### 바로고 라이더가 선호하는 근무 요일은? (%)

출처 : 바로고 데이터







04 바로고 라이더를 위한  
다양한 지원 혜택

코로나19 관련 지원금,  
라이더 단체 상해보험 까지

바로고는 라이더들이 안심하고 배달 업무에 집중할 수 있도록 항상 고민하고 지원하고 있습니다. 혹시 모를 사고에 대비해 상해보험과 운전자보험을 결합하고, 휴업시 손해까지 보장하는 ‘바로고 안심케어’를 운영하고 있으며, 2021년에는 코로나19 백신 접종 지원금, 자가격리 라이더를 위한 생계지원 지원금 등을 지급했습니다.

백신 접종 지원금, 진심지원금, 자가격리 생계 유지 지원금

생계를 유지하려고 백신 접종을 미루거나, 접종 후에도 쉬지 못하는 라이더를 위해 바로고는 총 4300여명의 라이더에게 인당 5만원의 ‘백신 접종 지원금’을 전달했습니다. 또, 이 지원금을 신청한 라이더의 비중이 높은 허브를 선정해, 해당 허브와 계약된 상점 약 660여 곳에도 ‘진심 지원금’을 지급했습니다.

바로고는 코로나19에 확진되거나, 자가격리 대상자가 된 라이더에게도 지원을 하고 있습니다. 바로고는 ‘자가격리 생계 유지 지원금’이라는 이름으로 **코로나19 확진.자가격리 대상자가 된 라이더 163명에게 약 8300만원의 지원금(22년 4월 기준)**을 지급했습니다.

라이더 단체 상해보험 ‘THE 바로고 안심케어 1,2’

주로 이륜차를 이용하는 배달 라이더는 항상 교통사고 위험에 노출되어 있지만, 보험료가 높아 보험 가입을 꺼리거나, 보험사로부터 가입 자체가 거절되기도 합니다. 이러한 문제를 해결하고, 바로고 라이더들이 보다 안심하고 근무할 수 있도록 바로고는 단체 상해보험인 ‘THE 바로고 안심케어 1,2’를 운영 중입니다.



## 05 바로고 라이더, 왜 직업으로 좋은가요?

바로고 라이더에게  
직접 물어봤습니다

### 바로고 분당 허브 최종선 라이더님

저는 뮤지컬 배우 활동을 하며 라이더 일을 겸하고 있어요. 요즘은 평균적으로 하루 40개의 배달을 수행하며 매일 15만~20만원을 벌고 있어요. 직업 특성상 스케줄과 수입이 일정하지 않는데 바로고를 통해 비는 시간을 활용하고, 안정적인 추가 수익을 낼 수 있어서 매우 만족합니다.

### 바로고 수원 허브 김지영 라이더님

예전에 저는 아내와 함께 24시간 택송 기사로 일을 했었습니다. 둘이 함께 근무해도 하루 10~12만원의 수익 밖에 되지 않았어요. 지금은 바로고에서 12시간씩 혼자 배달하며 하루 24만원 정도의 수익을 내고 있습니다. 이제 아내는 아이를 돌보는 것에만 전념할 수 있게 되어 마음이 편합니다.

### 바로고 의정부장암허브 김광민 라이더님

바로고는 원하는 시간에 배달을 하면서도 안정적인 수익을 얻을 수 있어서 가장 좋습니다. 과거에 저는 콜센터에서 야근 근무를 했었습니다. 야간 근무로 인해 밤낮이 바뀌어 몸도 피로해지고, 가족, 친구들과 시간을 내기가 너무 어려워 스트레스를 많이 받았는데, 지금은 바로고에서 원하는 시간에 마음 편히 일할 수 있어서 만족스럽습니다.



## 06 '바로고 플레이' 라이더들이 연결됩니다

### 바로고 라이더만을 위한 커뮤니티 공간

배달 라이더는 외로운 직업입니다. 혼자서 핸드폰을 보면서 배차를 잡고, 배달을 하는 일을 하루 종일 반복하다 보면, 다른 라이더는 어떻게 일 하는지, 비슷한 고민을 겪고 있는 사람들이 있을지 궁금해지기 마련입니다.

바로고는 라이더의 소통 문화를 만들기 위해 2020년 바로고 라이더 앱 내에 '바로고 플레이'라는 커뮤니티 공간을 만들었습니다. 바로고 라이더만을 위한 제휴 할인, 나눔 정보, 배달꿀팁(Tip) 등 다양한 소식을 접할 수 있습니다.

**2021년 바로고 플레이의 사용자 수는 8만2000여명, 방문기록은 총 134만회입니다.** 이벤트 게시물의 경우 게시물 한 개 당 평균 댓글 수가 630개에 달하는 등 바로고 라이더의 활발한 소통이 지금도 이어지고 있습니다.

### 2021년 바로고 플레이 최다 조회수 게시물 TOP5

출처 : 바로고 데이터

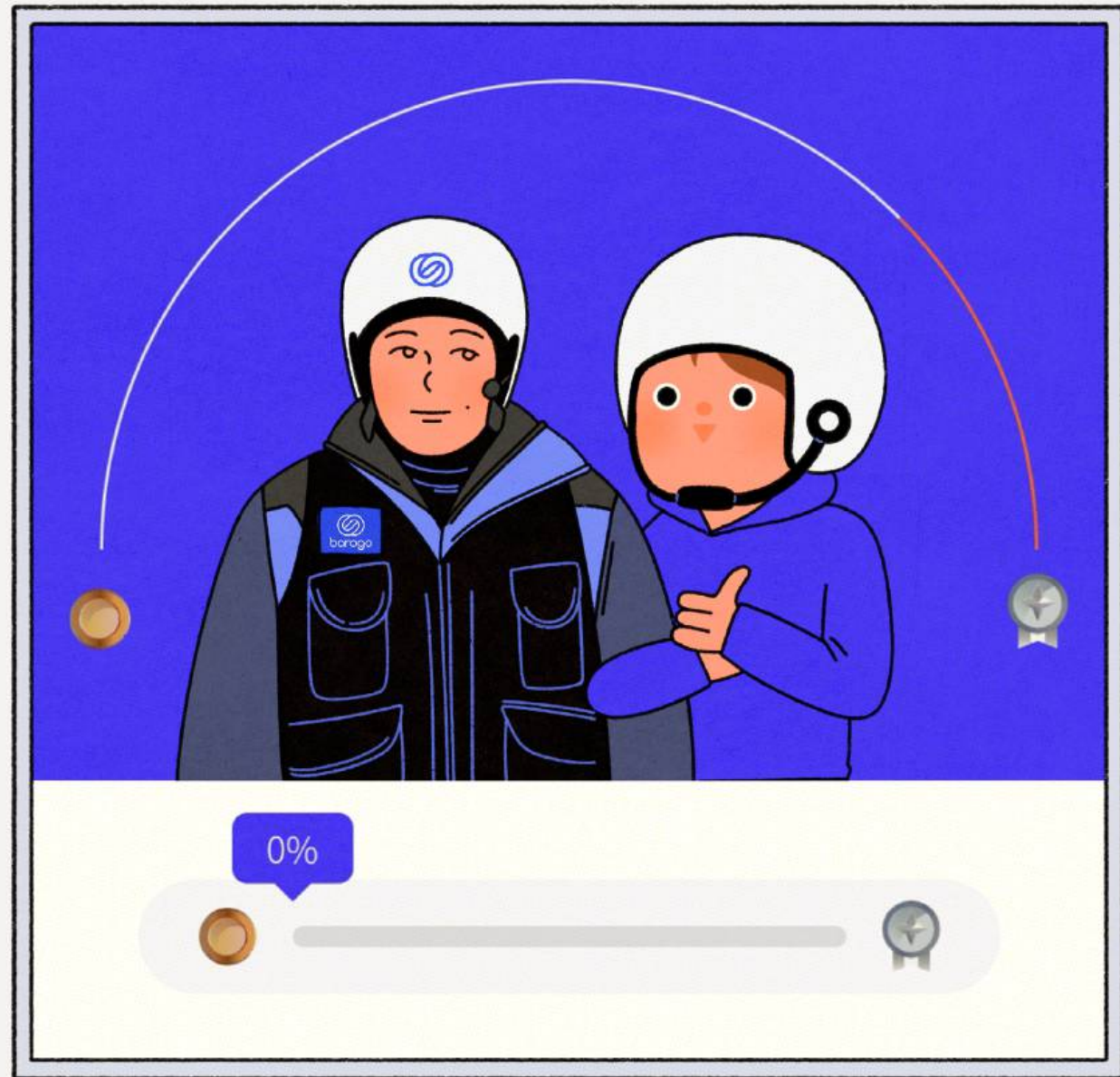
조회수 순위	콘텐츠
1	백신 접종 지원금 지급 안내
2	안전 운전 퍼즐 캠페인
3	블루투스 헬멧 지급 제휴 이벤트
4	바이크 블랙박스 선물 제휴 이벤트
5	응원 릴레이 제휴 이벤트

지난해 바로고 라이더 반응이 가장 뜨거웠던 콘텐츠는 '백신 접종 지원금 지급 안내'와 '안전 운전 퍼즐 캠페인'이었습니다. 역시 '안전'에 대한 관심이 높았어요. 배달 필수 아이템으로 손꼽히는 블루투스 헬멧과 블랙박스를 경품으로 제공하는 콘텐츠 역시 인기가 좋았습니다. 서로를 응원하는 '응원 릴레이 이벤트'도 순위권에 올랐네요.



바로고 수원 허브 김지영 라이더님

## 2021년 바로고 플레이에서 댓글 321개를 단 '소통왕 라이더'



2021년 바로고 플레이에서 가장 활발하게 활동한 라이더 중 한 명은 누구일까요? 확인 결과 한 해 동안 321회 댓글을 남기신 수원 허브의 김지영 라이더님이었습니다. 가족들과 저녁 식사를 하고, 잠에 들기 전 항상 바로고 플레이에 접속을 하신다고 하네요. 바로고 플레이엔 어떤 매력이 있을까요? 바로고가 직접 만나봤습니다.

라이더님 안녕하세요. 지난해 바로고 플레이에서 가장 많이 활동한 '바로고 플레이 소통왕' 중 한 분에 선정되었습니다. 바로고 플레이의 가장 큰 매력은 무엇일까요?

안녕하세요 라이더 김지영입니다. 제가 소통왕 중 한 명으로 선정되다니. 기쁘네요! 바로고 플레이의 가장 큰 매력은 바로 소속감을 느낄 수 있다는 것 아닐까요? 저와 같은 일을 하는 라이더들이 모여 있는 곳이라는 생각이 들어 더 자주 접속하게 되는 것 같아요.

어떤 순간에 바로고 플레이에 접속하시나요?

항상 새벽에 제일 많이 들어가요. 근무시간이 끝나고 가족들과 저녁 먹고 자기 전 그 시간에 '바로고 플레이'에 접속하는거죠. 오늘 하루 얼마나 운행을 했는지, 하루동안 벌어들인 수익도 확인하고 또 새로운 콘텐츠나 이벤트도 확인하고있어요.

바로고 플레이의 매력엔 어떤게 있을까요.

제 댓글에 대해 다른 라이더들이 공감해줄 때 또, 저와 같은 생각이 담긴 댓글을 볼 때 '다들 나와 같은 마음이구나'하는 생각이 들어요. 또 '항상 안전하게, 오늘도 무사히 배달하자'라는 격려의 메시지를 서로 주고받을 때 힘을 얻습니다. 동료들의 응원이 있어 안전에 대한 생각을 한번 더 하게 됩니다.

바로고 플레이의 콘텐츠나 라이더들과의 소통을 통해 도움을 받은 적이 있나요?

바로고 플레이를 통해 정말 많은 도움을 받았어요. 정부 정책이나 교통법규, 보험 등 라이더가 꼭 알아야 하는 소식을 일목요연하게 정리해 놓은 콘텐츠를 통해 제가 놓치고 있는 부분이 무엇인지 깨닫습니다. 또 계절마다 업로드되는 '계절별 안전 운행 수칙' 콘텐츠를 꼭 읽어 보는 편이에요. 최근에는 블랙 아이스에 대한 콘텐츠를 봤는데, 운행 시 '주의해야겠다'는 생각이들더라고요.

바로고 플레이에서 멋진 선물을 받은 적 있으시다고요.

케이크를 선물해주는 이벤트가 있었는데, 열심히 참여해 당첨된 적이 있었어요. 우연하게도 당첨된 날이 제 생일이었어요. 좋은 날 멋진 선물을 받게 돼 기분이 정말 좋았습니다. 이런 좋은 기억이 많다 보니 바로고 플레이를 대표하는 '로꼬' 캐릭터까지 좋아하게 됐어요. '로꼬'가 그려진 이벤트는 빠지지 않고 참여합니다.

나에게 바로고 플레이는 000이다. 한 단어로 바로고 플레이를 설명해주신다면?

바로고 플레이는 제게 '추억'입니다. 다양한 이벤트를 통해 많은 추억이 생기게 됐고, 동료 라이더들의 생각을 간접적으로 느끼는 매 순간순간이 추억으로 기억됩니다. 앞으로도 바로고 플레이에서 즐거운 추억 쌓아가고 싶습니다.



08 배달 용품 전용물  
‘바로고 물’

배달 용품을 저렴한 가격에.  
바로고 자체 개발 상품까지

바로고 플레이에는 라이더를 위한 전용 상품을 저렴하게 구매할 수 있는 ‘바로고 물’도 있습니다. 라이더들이 안전 용품과 배달 용품을 구매해 더 안전하고, 편하게 배달 서비스를 제공할 수 있도록 돕는 것입니다. 바로고가 라이더들에게 꼭 필요한 기능만 고려해 직접 만든 ‘블루픽’ 상품도 구매할 수 있습니다. 지난해 바로고 라이더들의 가장 많은 사랑을 받은 배달 용품은 ‘바로고 조끼(15.2%)’, ‘바로고 라이더 전용 장갑(14.2%)’, ‘바로고 컵홀더 PE폼(11.6%)’, ‘바로고 배달 파우치(7.6%)’ 였습니다.

판매순위



1위

바로고 조끼 (판매 비중 15.2%)

가방을 따로 가지고 다니기 어려운 라이더에게 조끼는 배달 필수 아이템이에요. 조끼에 함께 부착된 형광 반사판은 어두운 도로에서 라이더의 안전을 밝혀줍니다.



2위

바로고 라이더 전용 장갑 (판매 비중 14.2%)

라이더 전용 장갑은 일반 장갑과 달리 검지와 엄지에 구멍이 나 있어요. 핸드폰으로 배달을 잡을 때나, 현금 계산 시 불편함을 최소화하기 위해서 만들어졌어요.



3위

4위

바로고 컵홀더 PE폼 (판매 비중 11.6%)

바로고 배달 파우치 (판매 비중 7.6%)

컵홀더와 배달 파우치는 배달 서비스 퀄리티를 높여주는 일등 공신이랍니다. 컵홀더는 배달 중 음료 엎어짐을 방지하고, 파우치는 상품의 온도와 외형을 보존하는 데 큰 도움이 돼요.



바로고 충남 대산 허브 이기백 라이더님

# 바로고를 사랑한 라이더, 바로고 굿즈를 76개나 구매했어요



바로고몰에서 가장 많은 상품을 구매한 라이더 중 한 명은 누구일까요? 바로고 충남 대산 허브 이기백 라이더님은 무려 2021년 한 해 동안 76개의 상품을 구매했습니다. 배달 용품을 많이 사 모으다 보니, 물건을 살 때 어떤 부분을 확인해야 하는지, 라이더에게 가장 유용한 물건은 어떤 것인지 잘 알게 되었다고 해요. 바로고가 직접 만나보고, 이야기를 들어봤습니다.

라이더님 안녕하세요, 지난해 바로고 '블루픽' 굿즈를 가장 많이 구매한 라이더 중 한 분으로 선정되었습니다. 소감 한 말씀 부탁드립니다!

우선 기분이 좋습니다. 제가 바로고 굿즈를 애용하는 건 동료들 사이에서도 유명하거든요. 동료들에게 이 소식을 전하니 다들 웃으면서 축하해줬습니다.

처음 바로고 '블루픽' 굿즈를 처음 접하게 된 계기가 궁금합니다.

저는 바로고 '블루픽'의 팬입니다. 다른 곳에서 배달 용품을 구매하면 제 맘에 들지 않거나, 3개월 내 고장 나는 경우가 많았어요. 그러던 중 바로고 '블루픽' 굿즈를 구매해봤는데 제 맘에 쏙 들어 계속 구매해 쓰고 있습니다. 특히 패딩, 티셔츠, 우비 등 계절 용품은 계절마다 큰 도움을 받고 있어요.

배달 용품을 살 때 가장 중요시하는 부분이 있다면요. 바로고 '블루픽' 굿즈만의 강점을 말해주세요.

기능을 가장 중요하게 봅니다. 겨울철 용품의 경우 보온이 좋은지, 움직임이 편한지를 보고요. 여름철 용품은 통풍이 잘되는지, 방수가 잘 되는지 등을 확인해요. 특히 바로고 상품은 양말, 티셔츠, 패딩, 장화 등 매일 착용하는 배달 필수용품들의 퀄리티가 좋아요. 바로고 '블루픽' 굿즈는 기능도 좋지만, 구매 편의성과 접근성이 매우 좋아요. 만약 다른 곳에서 배달 용품을 산다면, 검색하고 비교하고 결제하는 과정이 번거로워요. 그런데 바로고 '블루픽' 굿즈는 라이더 앱 내 위치한 '바로고 몰'에 접속하면 바로 볼 수 있고, 상품 기능 설명도 너무 잘 되어 있어요.

라이더님의 '최애' 굿즈가 있다면요?

응급 처치 키트요! 이번 겨울 구매해서 오토바이에 넣고 다니는데, 정말 유용하게 사용했어요. 배달하다 보면 크고 작은 사고에 노출되는데, 그때마다 유용하게 썼습니다.

추후 출시되었으면 하는 바로고 '블루픽' 굿즈가 있으신가요?

보습력이 아주 좋은 로션과 핸드크림이요. 배달하면 얼굴과 손이 바람이 많이 노출되어 항상 건조하거든요. 특히 겨울철에는 핸드크림을 더 자주 바르게 돼요. 라이더들의 피부 건강까지 생각해주시면 더 좋을 것 같아요. (웃음)



## 11 우리동네를 지키는 바로고 선행 라이더.허브장을 소개합니다

2021  
바로고 '우리동네 히어로'  
수상자

상점과 지역 구석구석을 매일같이 잇고 있는 바로고 라이더는 그 누구보다 동네 주민들을 자주 마주치고 인사하고 있습니다. 동네 이웃과 인사가 뜸해진 요즘, 라이더만큼 자주 마주치는 이웃이 있을까요? 여기, 동네 이웃이 갑작스럽게 위기를 맞았을 때 내 일 처럼 발벗고 도운 바로고 라이더들이 있습니다. 바로고의 선행 라이더 표창 제도인 '우리동네 히어로'에 선정된 이들입니다.

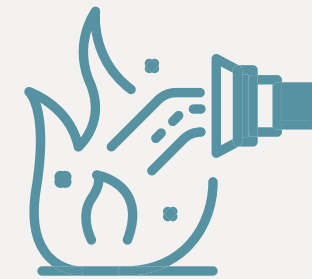
### 의식을 잃고 쓰러진 운전자를 구한 안동허브

바로고 경북 안동 허브 권오균, 조진묵 라이더와 장재훈, 정명진 허브장은 2021년 2월 차 안에서 의식을 잃고 쓰러진 운전자를 구했습니다. 운전 중 의식을 잃은 운전자의 차량은 벽을 박고 멈춰섰고, 차량 내 액셀이 돌아가면서 생긴 타이어 마찰로 인해 불길이 번지는 급박한 상황이었습니다. 이들은 급히 소화기를 찾아 불길을 껐고, 운전자를 차에서 구출해냈습니다. 안동경찰서는 운전자의 생명을 구한 공로로 장재훈 허브장에게 감사장을 보내기도 했습니다.

### 편의점 강도를 붙잡은 바로고 속초 허브 박태윤 라이더

바로고 강원 속초 허브 박태윤 라이더는 지난해 6월, 깨진 술병으로 편의점 업주를 위협하는 강도를 뒤쫓아가 검거했습니다. 속초경찰서는 위험을 무릅쓰고 강도를 검거한 박태윤 라이더에게 포상금과 표창장을 수여했습니다.

# 인터뷰



”

처음 겪는 상황이라 놀랐지만 눈앞에 쓰러져 있는 운전자를 구해야겠다는 생각 하나로 구조활동에 임했어요. 라이더 직업 특성상 동네 구석구석을 돌아다니기 때문에 위급 상황을 목격할 때가 많은데요. 1~2분 빠른 구조활동 시 못 살릴 사람도 살릴 수 있을 것이라 믿기 때문에 같은 상황이 닥쳐와도 외면하지 않을 것입니다.

”



”

강도가 흥기를 들고 있어 조금 무서웠지만, 평소 알고 지내던 사장님이 위험에 처해있었기 때문에 그냥 두고 볼 수 없었어요. 앞으로도 지역 지킴이로서의 역할을 수행하고 싶습니다.

”

# Part 3

2021  
바로고  
허브 트렌드



## 01 바로고의 배달기지 '허브'를 소개합니다

### 바로고 배달은 어디서 관제되고 있나요?

바로고의 모든 배달은 2021년 12월 기준 1,160곳의 지역 거점인 '허브'를 중심으로 이루어지고 있습니다. 허브는 소속 라이더를 통해 지역 상점에 배달 서비스를 제공합니다. 이 과정에서 발생하는 문제를 파악하고 대처하는 등의 역할을 합니다. 바로고의 배달 주문이 바로 이 허브를 통해 관리되는 것입니다. 바로고는 지역 허브와 '프랜차이즈 본사 - 직영점'과 같은 수직적인 관계가 아닙니다. 바로고의 지역 허브는 하나하나가 독립된 사업자로서, 바로고는 허브에 관리 프로그램, 바이크 리스 프로그램, 지역 허브간 업무 조정 등 사업 편의를 제공하고, 허브는 상점과 라이더를 직접 관리하며 바로고의 서비스를 완성합니다. 바로고의 허브가 더 많은 국내 상점, 소비자, 라이더와 연결되면서, 허브의 성장이 바로고의 성장으로 이어지는 상생 구조를 만드는 것이 바로고가 그리고 있는 미래입니다.



## 02 올해 바로고는 더 많은 지역에 배달을 수행했습니다

### 바로고 배달이 대한민국 도시 면적을 모두 채운다고요?

2021년은 바로고가 수행하는 배달의 영역도 점점 넓어진 한 해였습니다. 2020년 바로고 라이더의 배달이 닿은 수행 범위는 총 1만8672km<sup>2</sup>, 2021년에는 2만1632km<sup>2</sup>로 15% 증가했습니다. 바로고가 수행하는 배달이 대한민국의 도시 면적(17,762km<sup>2</sup>)을 모두 채울 뿐만 아니라, 국토 구석구석까지 닿고 있는 것입니다.

### 2021년 바로고 배달 도착지 전국 분포

출처 : 바로고 데이터

- 산간지역
- 배달 도착지



### 바로고 수행 배달 영역

출처 : 바로고 데이터

2020년

1만 8672km<sup>2</sup>

2021년

2만 1632km<sup>2</sup>



### 03 올해 바로고에 더 많은 허브가 함께했습니다

#### 바로고의 독립 사업자인 '허브장'도 늘어났어요

2021년 바로고 허브 역시 큰 성장이 있었습니다. 2021년 12월 기준 바로고 허브는 1160곳으로 전년 12월(928곳) 대비 25% 증가했습니다.

2020년엔 코로나19 대유행 이후 바로고의 신규 허브가 뒤따라 늘어나는 경향성이 있었습니다. 국내 코로나 바이러스 대유행이 시작된 2020년 2월, 8월, 12월 이후 신규 허브 숫자가 크게 늘어나는 추세를 볼 수 있었습니다.

그러나 2021년에는 코로나 바이러스 확진자 추세와는 관련 없이, 비교적 안정적으로 바로고의 신규 허브가 탄생했습니다. 코로나 바이러스 국면 이후 크게 주목을 받았던 바로고가 2021년에는 조금 더 안정 국면에 접어 든 것으로 볼 수 있습니다.

#### 바로고 전체 허브수

출처 : 바로고 데이터

# 928곳

2020년 12월

# 1160곳

2021년 12월

#### 2020~2021년 신규 허브 유입 추이 (개)

출처 : 바로고 데이터



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

2020년 2021년

바로고 강원 인제 김남열 허브장님

## '생활의 달인'이

## 바로고 허브장을 겸하게 된 이유



바로고에는 라이더로 활동하며, 가게 운영에 허브장까지 겸업하는 분들도 있습니다. 그 중에는 SBS '생활의 달인'에 탕수육 달인으로 출연하셨던 특이한 경력의 소유자도 있는데요. 달인이 바로고 허브장이 된 이유가 무엇인지, 바로고가 직접 만나봤습니다



**허브장님 안녕하세요, 자기소개 부탁드립니다.**

안녕하세요, 저는 강원도 인제 허브와 중식당 경주반점을 운영하고 있는 김남열입니다.

**허브장님께서는 지난 2019년 SBS 프로그램 '생활의 달인'에서  
탕수육의 달인으로 소개되기도 하셨는데요.**

20대 때 한 중국집에서 배달 아르바이트를 했습니다. 그러다 수타면을 뽑는 게 재밌어 보여 처음 요리를 배우게 됐어요. 그게 계기가 되어 23년째 중국집을 운영하고 있습니다. 손님들 사이에서 입소문이 나 '탕수육의 달인'으로 방송에도 출연했네요. (웃음)

**인제 맛집으로 소문날 만큼 성황리에 식당을 운영하고 있던 와중  
지난 해 바로고 인제 허브 운영을 시작하셨습니다. 계기가 무엇일까요?**

2020년 즈음 절친한 친구가 식당 근처에 바로고 허브를 오픈했습니다. 제가 젊었을 적 배달 아르바이트를 한 경험이 있기도 하고, 식당을 오랜 기간 운영하며 생긴 노하우로 관제 업무나 배달을 종종 도와주곤 했어요. 그러다 작년에 제가 업체를 인수해 운영까지 맡게 되었습니다.

**직접 배달에 나서실 만큼 허브 운영에 열정적이시라고 들었습니다.  
식당 운영과 허브 운영을 어떻게 동시에 하고 계시는지요.**

식당이 오후 3시부터 5시까지 브레이크 타임입니다. 그 때 허브에 가서 운영 업무를 맡습니다. 식당 마감 시간 이후와 휴일인 날 허브에 특히 신경을 많이 씁니다. 인제가 시골이다 보니 라이더가 부족해 하루에 10건 정도는 직접 배달을 수행합니다.

**식당과 상점을 동시에 운영하며 생긴 애로사항은 없으신가요?**

인제에는 한 곳에서 오래 장사를 하는 분들이 많은데요. 그래서 상점주의 평균 나이가 높습니다. 상점주의 평균 나이가 높다 보니 거리, 날씨 등에 따른 배달 할증료에 대해 부정적 의견을 가진 분들이 상대적으로 많아요. 그럴 때마다 "날씨가 궂어 배달이 많아졌는데, 반대로 라이더들이 나오려고 하질 않는다. 이 때 할증료를 붙이면 배달하는 라이더가 많아지고, 배달이 원활해진다"라고 설명해요. 저도 가게를 운영하는 사람으로서 상점주분들의 입장을 잘 알지만 허브장으로서는 이럴 때 조금 애먹습니다.

**허브를 직접 운영하시기 때문에 다른 상점주님들보다 배달에 관한 노하우가 많으실 것 같습니다.  
식당 배달 서비스를 효율적으로 제공하는 허브장님만의 팁이 있으실까요?**

상점주 입장에서는 라이더 한 명이 하나의 배달만 수행하기를 바라겠지만, 동일 지역에 같은 방향이라면 여러 개의 상품을 묶어 배달하는 게 훨씬 효율적입니다. 그럼 배달 수행력도 훨씬 높아지겠죠. 코로나19 이후 대부분의 상점에서 배달 서비스를 도입했다고 들었습니다. 아직 배달 서비스를 도입하지 않은 분들이 계신다면 무조건 하라고 말씀드리고 싶어요. 매출에 도움이 될 겁니다.

**한 지역에서 20년 이상 장사를 하신만큼, 지역에 대한 애정이 많으신 것 같습니다.  
식당, 허브를 운영하시면서 생긴 에피소드가 있을까요?**

인제는 군사 지역이라 가게 손님의 80% 이상이 군인, 군 가족입니다. 특히 배달 매출의 10% 이상이 군부대에서 발생하고 있어요. 가끔 군부대로 배달을 가는데, 군부대는 출입이 자유롭지 않기 때문에 거의 비대면으로 상품을 전달해요. 보관함에 상품을 두고 오면서 건강히 제대했으면 하는 마음도 놓고 옵니다.

**올 한 해도 허브장님 사업 번창을 기원합니다! 마지막으로 상점주.허브장들께 한 말씀 부탁드립니다.**

코로나19로 누구나 힘들겠지만, 저와 같은 자영업자분들은 특히 힘든 시기를 보내고 계실 거라고 생각합니다.언제가 될지는 모르지만 코로나19가 지나면 전처럼 지역 경제에 활기가 생길 거라고 믿습니다. 다같이 조금만 더 힘내 봅시다!

# Part 4

2021  
마켓 트렌드



01

# 라스트마일 배달 시장, 제2막이 열린다







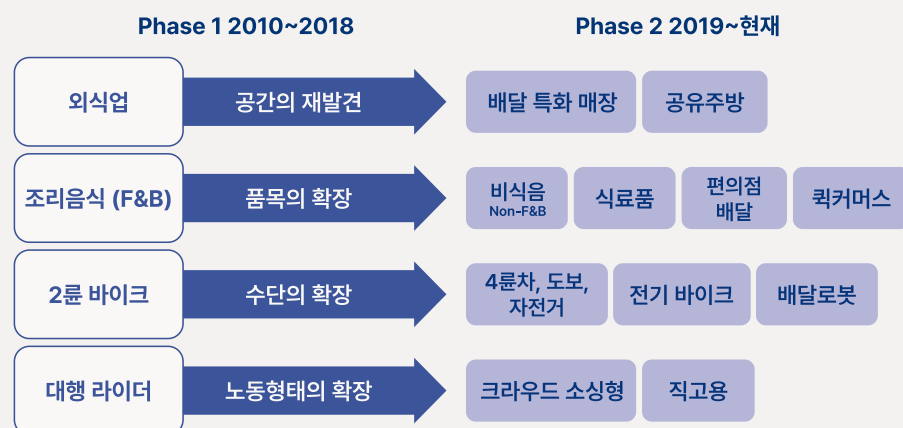
## 2021년, 배달 시장의 영역 확장이 가속화 되다

2021년은 산업군을 막론하고 다양한 시장변화가 일어났던 해입니다. 유통과 물류의 경계가 모호해지고, 전혀 다른 성격의 산업이 결합된 새로운 서비스가 대거 출시됐습니다. 국내 라스트마일 딜리버리, 그 중심에 있는 음식배달 시장 또한 배달 영역 확장이 더욱 가속화됐는데요.

국내 음식배달 시장의 제1막이 열린 건 지금으로부터 약 10여년전인 2010년부터입니다. 주요 배달 플랫폼이 첫 등장한 시기죠. 이 때부터 기존 오프라인 중심이었던 외식업의 온라인 서비스가 본격화됐습니다. 배달 시장 제1막의 구조는 비교적 간단합니다. 음식점이 제조한 조리음식(F&B)을 전문 배달 대행 라이더가 2륜 바이크를 통해 고객에게 배달하는 형태였죠.

### 국내 음식배달 시장의 영역 다양화

출처 : 바로고 데이터



이 시장 구조는 2019년부터 전환기를 맞이하게 되는데요. **2019년부터 현재까지, 배달 시장의 영역 다양화가 어떻게 이뤄지고 있는지 4개 키워드를 통해 살펴보겠습니다.**

### 첫째, 공간의 재발견입니다.

배달 서비스가 시장에 정착하면서 오프라인 판매(홀 서비스)가 아닌 배달만 하는 ‘배달 특화 매장’이 생겨났습니다. 또한 여러 브랜드가 조리 시설, 주방, 홀을 함께 공유하는 ‘공유주방’도 2021년 12월 30일부터 공식적으로 정부의 승인을 받으며, 본격적인 산업의 형태로 인정받게 됐습니다.

### 둘째, 품목의 확장입니다.

기존 음식배달은 완조리 식품과 음료이 주를 이뤘는데요. 이제 전통시장, 호텔 및 고급 High-end(하이엔드) 레스토랑 등 배달음식 카테고리가 다양해지는 것뿐만 아니라 식자재, 신선식품 그리고 화장품, 생활용품 등 비식음(Non-F&B) 상품의 배달도 일상이 됐습니다. 이런 트렌드 속 새롭게 탄생한 신사업이 바로 ‘퀵커머스(근거리 즉시 배송)’입니다.

### 셋째, 수단의 확장입니다.

배달 시장은 여전히 2륜 바이크 위주이나, 현재 배달 수단은 매우 다양해졌습니다. 4륜 자가용, 자전거, 도보뿐아니라 배달 로봇까지 점차 수면위로 올라오고 있죠. 또 하나 주목할 것은 바로 전기 바이크의 등장입니다. 2021년부터 배달 시장 또한 친환경 모빌리티로의 전환을 본격화하고 있는 것이 큰 특징입니다.

### 넷째, 노동형태의 확장입니다.

2019년 국내에도 ‘크라우드 소싱’ 배달이 첫 등장했습니다. 현재는 대한민국 국민 100명 중 1명이 라이더라고 할 정도로, 노동형태로서 크라우드 소싱 라이더는 시장에 매우 빠르게 정착했습니다. 또한 퀵커머스의 등장과 함께 배달 플랫폼사가 직접 고용해 운영하는 직고용 라이더 형태도 등장하게 됐습니다.



## 02 바로고 주요 신사업 동향

지난해 바로고는 근거리 물류 IT 플랫폼 운영 스타트업에서 생태계의 가치를 높이는 초연결 플랫폼사로 한단계 성장했습니다. 또한 초연결 플랫폼사로서의 역할과 비전을 인정받아 지난 한 해 동안 11번가, CJ그룹, LB인베스트먼트, 스틱벤처스, 프리미어파트너스, YG인베스트먼트, 신한벤처투자, 케이스톤파트너스 등으로부터 1천억 원 규모의 투자를 유치하기도 했습니다.

많은 이들이 '바로고의 성장 비결'에 대해 묻습니다. 우리는 '진정성'에 있다고 답합니다. 바로고 비즈니스는 라이더, 허브장, 상점주, 소비자에게 '도움을 드리기 위해' 시작됐습니다. 우리는 라이더와 허브장, 상점주의 어려움을 함께 고민하고, 해결책을 먼저 제시하며 이해 관계자들과 함께 성장해왔습니다.

이제 바로고는 초연결 플랫폼사로서 더 많은 이해 관계자들과 함께하며 더욱 촘촘한 연결고리를 만들어 나가고자 합니다.



# 도시주방

— CITY KITCHEN —

진화형 주방플랫폼, 도시주방

도시주방은 Food(푸드), Space(스페이스), Tech(테크)를 기반으로 소비자에게는 전에 없던 편리함과 새로운 식음 콘텐츠 소비 문화를 경험하게 하고, 상점주에게는 단순 공간 임대 서비스를 넘어 음식 조리에만 집중할 수 있는 환경과 다양한 F&B(에프앤비) 운영 서비스를 제공합니다.

현재 도시주방은 마포점, 역삼점, 고타점 총 3곳에 위치해 있으며 각 호점마다의 개성을 살려 운영 중입니다.

지난해 도시주방은 포스트코로나 시대에 변화하는 기업 고객들의 니즈에 맞춰 '케이터링 서비스'를 시작했으며, 도시주방의 음식을 친환경 다회용기에 담아 위워크 멤버들이 일하는 자리까지 딜리버리하는 'd2d 서비스'도 론칭했습니다.

올해 도시주방은 소비자들의 다양한 니즈를 만족시키기 위해 High-end(하이엔드)레스토랑의 딜리버리 매장을 오픈합니다.

앞으로의 도시주방은 ▲MZ(엠제트)세대 소비자를 사로잡는 Food+Space(푸드 플러스 스페이스) 콘텐츠 사업화, ▲상점주를 성공시키는 운영 서비스 고도화, ▲미래 도시에 부합하는 온/오프라인 공간 확장, ▲데이터 기반의 신속한 의사결정을 지원하는 디지털화/자동화, ▲바로고의 초연결 생태계 구축 목표에 부합하는 시스템 connectivity(커넥티비티)를 강화할 것입니다.



# Tengo

## ‘필요한 순간, 10분 배달’, 텐고

텐고는 생필품, 신선식품 뿐 만 아니라 노티드 도넛처럼 줄서서 구매하는 제품들을 10분 이내에 빠르게 배달하는 퀵 커머스 서비스를 제공합니다.

자체 개발한 텐고 앱을 통해 주문을 받고, 소규모 물류거점인 일명 dark store(다크스토어)에서 제품을 준비하며, 텐고 라이더를 통해 10분 이내 배달 서비스를 제공하고 있습니다.

텐고는 지난해 8월 베타테스트를 시작으로 현재 2호점까지 오픈했으며, 매월 주문 건수가 두배 이상 증가하는 등 성장하고 있습니다. 앞으로 텐고는 지역 소상공인과 함께하며 서로 상생하는 비즈니스를 만들기 위한 모델을 구축해 나갈 계획입니다.





Powered by MOOVING

podostation

MOOVING

### 지속가능한 연결 생태계, 무빙

무빙은 공유 배터리 충전 스테이션(BSS)을 활용하여 배달 라이더의 바이크를 친환경 전기 이륜차로 보급하는 사업을 추진하고 있습니다. 무빙은 지난해 9월 경기도 수원시에서 진행한 공유 배터리 충전시스템(BSS) 실증사업을 시작으로 토탈 친환경 모빌리티 플랫폼 \*'포도(podo)''를 론칭하는 등 e-모빌리티 확산에 기여하고 있습니다. 올해 무빙은 전국 주요 도시에 공유 배터리 충전시스템(BSS)과 e-바이크를 확대 공급함으로써 다가올 미래 친환경 라스트 마일 시장을 준비할 계획입니다.

\*'포도(podo)'는 무빙에서 제공하는 △포도모빌리티(전기 이륜차를 비롯한 다양한 마이크로 모빌리티), △포도프렌즈(배달대행 업체, 외식 프랜차이즈 기업 등 B2B 고객을 위한 바이크 리스 관리 통합 플랫폼), △포도스테이션(교체형 배터리 충전시스템), △포도앱(포도스테이션 사용을 위한 라이더 용 앱), △포도파트너스(포도 모빌리티의 A/S 네트워크)등의 서비스를 모두 아우른다.



# 2021 바로고 배달 트렌드 리포트



**발행일** 2022년 04월 12일

**발행처** 바로고

**만든이** 데이터인사이트그룹 트렌드리서치팀, 행복너나들이실 바로소통팀

이 리포트의 저작권은 바로고가 소유하고 있습니다.  
저작권법에 따라 보호받는 저작물이므로 무단전제와 무단복제를 금하며, 리포트의 내용을 인용하려면 반드시 출처를 밝혀 주시기 바랍니다.





# 2021

바른고 배달 트렌드 리포트