
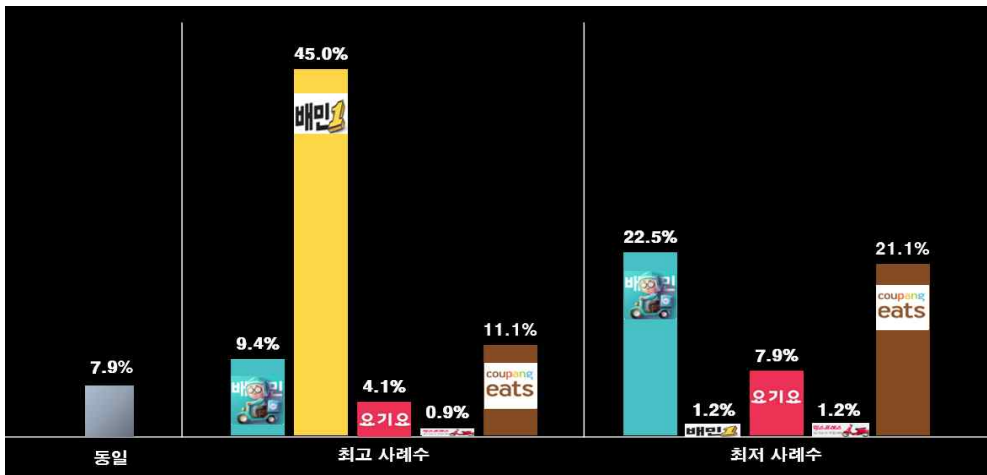
	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
소비자 물가정보서비스 	배포일시	2022년 8월 31일(수)
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

6월 대비 8월 동일 음식점 중 31.8%, 배달비 인상 또는 인하돼 배달비에 대한 소비자 정보 제공 열약 배달앱, 음식점체 배달 관련 가격 정보 명확하게 제공해야

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터에서는 소비자 정보제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 분식, 치킨, 한식(짬닭 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(8월 13일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(8월 2일) 총 2회에 걸쳐 조사하였다.¹⁾

- 주말 점심시간, 최고 배달비는 배민1. 단건배달 서비스가 대부분 높아
- 요기요, 6월 대비 8월²⁾ 최저 배달비 사례 수 5.4% 증가한 것으로 나타나

<표1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교>



소비자가 동일한 조건에서 배달서비스를 이용할 때 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 92.1%였다. 최고 배달비가 가장 많은 앱은 본 협회회의 이전 조사 결과들과 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건, 이하 배민1)이 45.0%로 가장 많았고 그다음으로는 쿠팡이츠가 11.1%로 많았다.

최저배달비 사례는 6월 조사 결과에서 배민1이 3.0%로 최저 배달비 사례가 세 번째로 많

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(8월 13일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(8월 2일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.
8월 조사 업종은 분식, 치킨, 한식(짬닭 중심) 업종을 중심으로 조사하였고, 자세한 조사 방법은 별첨 자료에 첨부함.

2) 조사 업종(분식, 치킨, 한식)이 같은 6월과 8월 가격조사 결과를 비교하였음.

3) 최고, 최저 배달비는 3개 이상 배달비 중 top, bottom의 가격이 각 1개씩 있을 경우의 배달앱만 표시함.

은 것으로 나타났으나, 8월 조사 결과에서는 1.2%로 조사되어 요기요 익스프레스와 함께 최저 배달비 사례 수가 가장 적었던 것으로 조사되었다. 반면, 6월 조사 결과 요기요의 최저 배달비 사례는 2.5%였으나, 8월 조사 결과에서는 7.9%로 조사되어 최저 배달비 사례가 눈에 띄게 증가한 배달앱으로 나타났다.

배달비를 배달 거리별로 분석한 결과, 앱별 배달비 최빈값을 보면 2km 미만 거리에서는 대부분 3,000원이었다. 2km 이상~3km 미만 배달 거리에서는 배민1을 제외한 앱에서는 3,000원이었고 배민1은 4,770원이었다. 3km 이상~4km 미만 배달 거리에서의 최빈 배달비를 비교하면 쿠팡이츠가 6,000원으로 가장 비싼 것으로 조사되었다. 또한 배달의 민족(묶음)과 요기요는 2km 미만~4km 미만 모든 구간의 최빈값이 3,000원인 것으로 조사되었다.

<표 2. 배달 거리에 따른 배달앱, 배달서비스에 따른 배달비 현황>

(단위 : 원)

거리 구간	배달의 민족 (묶음)		배민1 (배달의 민족 단건)		요기요		요기요 익스프레스		쿠팡이츠	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	3,000	5,800	3,000/ 4,000	6,000	3,000	6,000	2,900	4,000	3,000	4,000
2km~3km 미만	3,000	7,000	4,770	6,540	3,000	5,500	3,900	4,400	3,000	4,000
3km~4km 미만	3,000	8,000	5,310	7,080	3,000	6,000	-	-	6,000	7,000

* 주말 점심시간 기준

배달 거리별 분석 결과, 쿠팡이츠는 단건 배달서비스이지만, 2km~3km 미만 거리에서 묶음 배달앱과 배달비가 동일한 경우가 많은 것으로 나타나, 배달 거리가 3km 이내인 경우 동일 음식점라도 단건, 묶음 구분 없이, 가격 비교 시 더 저렴한 배달서비스 선택을 할 수 있을 것으로 보인다.

■ 주말 점심시간 기준, 6월 대비 8월 동일 음식점(분식, 치킨, 한식) 배달비 비교 결과, 배민1, 요기요 익스프레스 40% 이상의 업체에서 배달비 상승

<표 3. 6월 대비 8월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과>

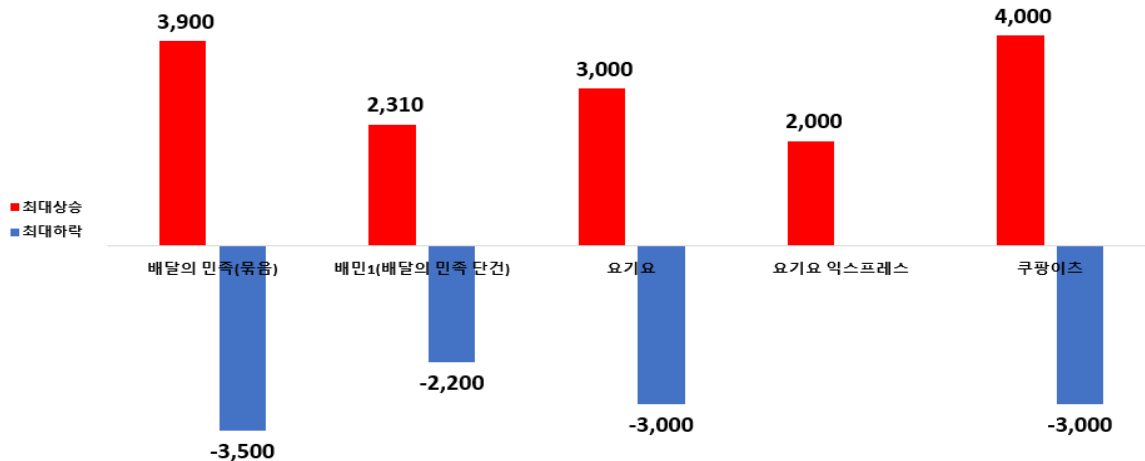
	배달의 민족 (묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	22.4%	46.0%	15.9%	40.0%	17.1%	28.3%
하락한 업체	7.0%	7.0%	2.0%	-	1.4%	3.5%
동일한 업체	70.6%	47.1%	82.1%	60.0%	81.6%	68.3%

동일 음식점에 대해 6월 대비 8월 배달비를 비교한 결과, 평균 28.3%의 업체에서 배달비가 인상되었고 평균 3.5%의 업체에서는 배달비가 하락하였다. 배달비가 인상된 업체들의 평균 인상 가격은 887원, 인하된 업체들의 평균 인하 가격은 1,044원인 것으로 조사되었다. 이중 배민1이 6월 대비 8월 배달비가 상승한 업체가 46.0%로 나타났고 요기요 익스프레스는 40.0%로 나타나 두 달 사이 무려 두 개의 배달앱에서 절반가량의 음식점 배달비 인상이 이루어졌음을 확인할 수 있었다.

배달의 민족(묶음)은 6월 대비 8월 동일 업체에서 배달비가 인상된 경우 평균 944원이 인상된 것으로 조사되었고, 하락한 경우 평균 1,245원 하락한 것으로 나타났다. 배민1은 배달비가 상승한 곳은 평균 664원 상승, 하락한 경우 평균 647원 하락한 것으로 나타났다. 요기요는 평균 1,013원 상승, 하락한 경우 평균 1,300원 하락한 것으로 나타났다. 요기요 익스프레스는 평균 1,267원 상승, 하락한 경우는 없었다. 쿠팡이츠는 6월 대비 8월 배달비가 상승한 곳은 평균 1,228원 상승, 하락한 경우 평균 1,600원 하락한 것으로 나타났다. 또한, 배달의 민족(묶음)의 배달비 인상 폭은 최대 3,900원이었고, 하락 폭은 최대 3,500원인 것으로 나타났으며, 쿠팡이츠는 배달비 인상 폭이 최대 4,000원, 하락 폭이 최대 3,000원으로 나타나 눈에 띄는 결과를 보였다.

<표 3. 6월 대비 8월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>

(단위: 원)



배달앱 및 음식점체는 배달비 변동 근거 및 가격 구조 소비자에게 명확하게 정보 제공해야

8월 배달비 조사 결과 전월 조사와 같이 배달비가 높은 배달앱은 배민1, 쿠팡이츠, 배달의 민족(묶음) 순으로 나타났다. 6월 조사했던 분식, 치킨, 한식(짬뽕 중심) 업체 중 8월 조사와 중복되는 업체들을 분석해본 결과, 평균 28.3% 업체에서 배달비를 인상하였고, 3.5% 업체에서는 배달비가 인하되어 전체 업체 중 약 31.8% 업체의 배달비가 변경된 것으로 나타났다. 여전히 배달비 변동에 대한 근거는 알 수 없는 상황이었다. 현재 배달비 산정 시 추가 요금에 대한 정보는 배민1은 2km 초과 시에는 500m당 770원의 추가 배달팁이 적용되

고 쿠팡이츠의 경우, 3km 이상 배달 거리에서 무조건 3,000원의 추가 배달팁을 적용하고 있다는 것이다. 이외에 배달비 산정 근거에 대한 정보는 제공되지 않아 같은 거리 구간 내의 배달비 차이가 왜 발생하는지, 왜 갑자기 인상되었는지 등에 대해 소비자는 여전히 알 수 없는 상황에서 서비스를 선택하고 비용을 지불하고 있다. 배달앱에서는 최종 배달비 결정이 음식점체에 있다고 주장하지만, 배달앱 내 배달비에 대한 정보제공 공간 마련 혹은 음식점체에 배달비 산정 정보제공 가이드 등을 제공해 주어 소비자들이 쉽고 정확하게 배달비에 대한 정보를 확인할 수 있도록 해야 할 것이다. 또한 음식점체 역시 소비자에게 배달비 산정 및 변경에 대한 정보를 최대한 자세하게 제공할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달비에 대한 소비자 정보제공이 충분히 이루어질 때까지 배달비 조사를 지속하고 배달서비스 시장을 모니터링할 계획이다. 끝.

회원단체

소비자교육중앙회, 한국여성소비자연합, 한국YWCA연합회, 한국소비자연맹, 소비자시민모임, 한국소비자교육원
한국YMCA전국연맹, 녹색소비자연대, 소비자공익네트워크, 한국부인회총본부, 대한어머니회중앙회, 미래소비자행동