

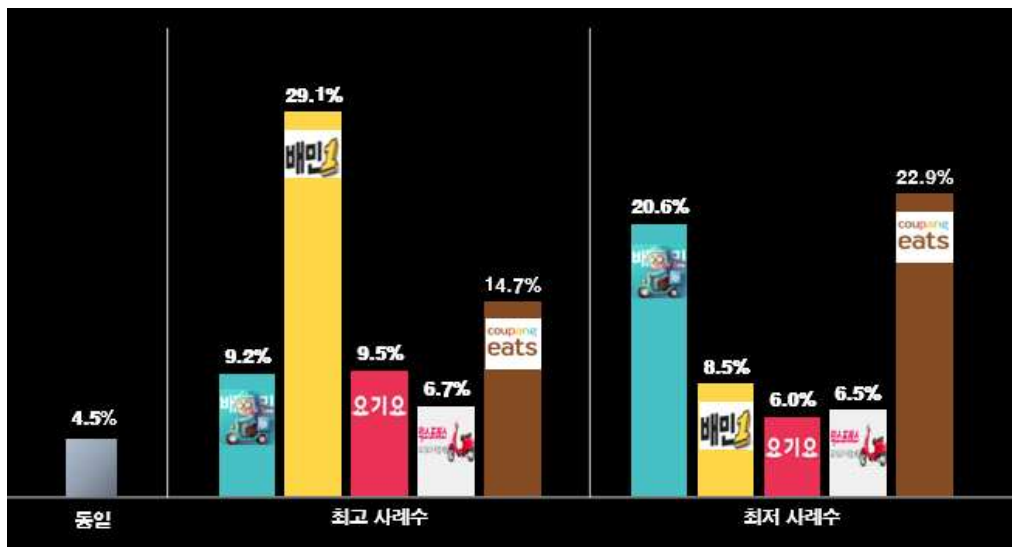
 한국소비자단체협의회 Korea National Council of Consumer Organizations	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
소비자 물가정보서비스	배포일시	2022년 11월 30일(수)
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

최고 배달비 사례수는 단건 배달서비스가 가장 많아 소비자와 소통 외면하는 배달서비스 시장, 상생 위한 노력 필요

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달서비스 시장에 대한 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 환경 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(11월 12일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(11월 1일) 총 2회에 걸쳐 조사하였다.¹⁾

- 주말 점심시간 최고 배달비 사례수 많은 앱, 단건 배달서비스인 배민1, 쿠팡이츠
- 최고 배달비는 배민1(배달의 민족 단건) > 쿠팡이츠 > 요기요 순

<표 1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교2>



소비자가 동일한 조건에서 지불하는 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 95.5%였으며 똑같은 경우는 4.5%뿐이었다. 최고 배달비가 가장 많은 앱은 본 협회회의 이전 조사 결과들과 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건, 이하 배민1)이 29.1%로 가장 많았고 그다음으로 쿠팡이츠가 14.7%로 많았다. 최저배달비가 많았던

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(11월 12일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(11월 1일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.
11월 조사 업종은 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종을 중심으로 조사하였고, 자세한 조사 방법은 별첨 자료에 첨부함.
2) 최고, 최저 배달비는 3개 이상 배달비 중 top, bottom의 가격이 각 1개씩 있을 경우의 배달앱만 표시함.

앱은 쿠팡이츠 22.9%, 배달의 민족(묶음) 20.6% 순이었다.

배달비를 배달 거리별로 분석한 결과, 앱별 배달비 최빈값을 보면 2km 미만 거리에서는 배달의 민족(묶음)과 요기요가 2,000원으로 다른 앱들에 비해 상대적으로 저렴한 편으로 나타났다. 2km 이상~3km 미만 배달 거리에서 요기요는 묶음 배달임에도 불구하고 최빈값이 4,000원으로 가장 비싼 것으로 조사되었다. 3km 이상~4km 미만 배달 거리에서의 최빈 배달비를 비교하면 배달의 민족(묶음)과 요기요가 가장 저렴한 것으로 조사되었다. 이를 통해 2km 미만과 3km 이상~4km 미만 거리 구간에서는 묶음 배달이 저렴하나, 2km 이상~3km 미만 거리에서는 묶음 배달이 단건 배달보다 비싼 경우도 볼 수 있었다. 한편 최고 배달비의 경우, 3km 이상 4km 미만 거리에서 배민1이 다른 앱에 비해 배달비가 높은 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
2km 미만	2,000	5,500	3,000	6,000	2,000 (2,900)	5,500 (3,400)	3,000	4,000
2km~ 3km 미만	3,000	6,600	3,770	6,540	4,000 (3,900)	7,000 (4,400)	3,000	4,000
3km~ 4km 미만	4,000	6,000	5,310	8,300	4,000 (5,400)	7,000 (6,400)	5,000/6,000	7,000

* 주말 점심시간 기준

배달 거리별 분석 결과, 쿠팡이츠는 단건 배달서비스이지만, 2km 이상~3km 미만 거리에서 묶음 배달앱과 배달비가 동일하거나 더 저렴한 경우가 많은 것으로 나타나, 배달 거리가 3km 이내인 경우 동일 음식점이라도 더 저렴한 배달서비스를 선택하기 위해서는 단건, 묶음 구분 없이 가격 비교를 해야 할 것이다.

■ 9월 대비 11월 동일 업체(중식, 피자, 한식) 배달비 비교 결과 28.9% 변동, 23.5% 인상

- 배달비가 인상된 업체들의 평균 인상은 529원, 인하된 업체들의 평균 인하는 958원

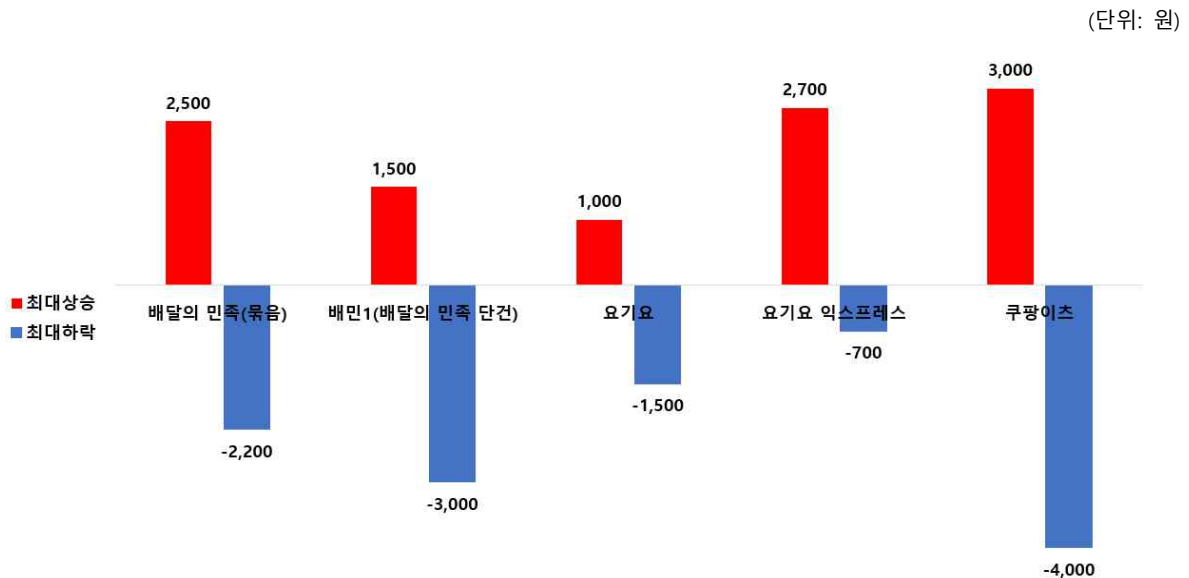
<표 3. 9월 대비 11월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과>

	배달의 민족(묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	5.3%	7.7%	3.2%	97.8%	3.4%	23.5%
하락한 업체	9.3%	6.2%	3.6%	2.2%	5.4%	5.4%
동일한 업체	85.4%	86.1%	93.1%	0%	91.1%	71.2%

동일 업체의 주말 점심시간 배달비를 9월 대비 11월 비교한 결과, 평균 23.5%의 업체에서 배달비가 인상되었고, 평균 5.4%의 업체에서는 배달비가 하락하였다. 배달비가 인상된 경우 평균 529원이 인상된 것으로 조사되었고, 하락한 경우 평균 958원 하락한 것으로 나타났다. 배달비 인상이 가장 많았던 배달앱은 요기요 익스프레스로 97.8% 업체의 배달비가 상승했다. 이는 9월 배달비 할인 프로모션을 진행하던 다수의 업체가 조사 당시 할인 프로모션을 중단하면서 나타난 결과로 보인다. 배달비를 인상한 대부분의 업체에서는 300원씩 인상, 일부 업체에서 최대 2,700원 인상하였으며, 배달비를 하락한 업체에서는 평균 700원을 내렸다. 배달비 하락이 가장 많았던 앱인 배달의 민족(묶음)은 9.3%가 배달비를 내렸고 평균 761원 하락, 평균 906원 상승하였다. 배민1은 9월 대비 11월 동일 업체에서 배달비가 인상된 경우 평균 720원이 인상된 것으로 조사되었고, 하락한 경우 평균 1,146원 하락한 것으로 나타났다. 요기요는 배달비가 상승한 곳은 평균 663원 상승, 하락한 경우 평균 644원 하락한 것으로 분석되었다. 쿠팡이츠는 평균 833원 상승, 하락한 경우는 평균 1,216원 하락한 것으로 나타났다.

배달비 등락 폭을 보면 쿠팡이츠의 배달비 인상 폭은 최대 3,000원, 하락 폭은 최대 4,000원으로 나타나, 가장 등락 폭이 컸다. 하락 폭이 눈에 띄는 이유는 11월 일부 프랜차이즈에서 배달비를 하락했기 때문이다.

<표 4. 9월 대비 11월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>



* 주말 점심시간 기준

고객과의 소통 외면하는 배달서비스 시장

배달서비스 시장의 안정적 발전 도모 위해 소비자와의 소통 강구해야

11월 배달비 조사 결과 전월 조사와 마찬가지로 최고 배달비가 많은 배달앱은 배민1, 쿠팡이츠로 같았지만, 요기요의 최고 배달비 사례 수가 9월 대비 1.5%p 더 높게 나타나 최고 배달비가 세 번째로 많은 것으로 나타났다. 또한 동일한 음식점에도 배달앱 별로 배달비가 다른 경우가 95.5%로 높아 소비자들이 배달서비스 이용 시 배달앱 별 배달비 비교는

필수임을 확인할 수 있었다. 9월 조사했던 업체 중 11월 조사와 중복되는 업체들을 분석해 본 결과, 평균 23.5% 업체에서 배달비를 인상하였고, 5.4% 업체에서는 배달비를 인하하여 전체 업체 중 약 28.9% 업체의 배달비가 변경된 것으로 나타났다. 이렇게 짧은 기간 동안 배달비가 변경되고 있으나 소비자정보는 여전히 제공되고 있지 않아 서비스 이용 고객과의 소통을 전혀 고려치 않고 있음을 알 수 있었다. 올해 거리두기 해제와 지속된 고물가 영향으로 배달앱 이용 소비자가 빠르게 감소하고 있고³⁾ 배달 플랫폼 라이더들은 기본 배달료 인상 요구, 포장 중개 수수료 도입 논란까지 배달앱 시장에서 여러 변화가 일어나고 있다. 이 같은 현상이 코로나19와 같은 예외적인 상황에 의해 급성장한 이후 나타나고 있어 안정적이고 장기적으로 배달서비스 시장을 발전시키기 위해서는 배달앱, 라이더, 음식 업체, 소비자가 모두 상생할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다. 본 협의회는 2월 배달비 조사 이후에도 배달비는 꾸준히 증가하고 있으며, 소비자는 여전히 배달앱 별 서비스 금액을 한 번에 확인, 비교할 수 없는 여건 속에서 배달비 인상 부담을 지고 있다. 이에 한국 소비자단체협의회(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

3) 데이터 기업 아이지아이웍스의 모바일인덱스에 따르면 1년 전인 지난해 10월과 비교하면 이 시장 1위인 배민에서 77만 명이 감소했고 요기요와 쿠팡이츠는 각각 109만 명, 181만 명이 줄었다.