

	<b>보 도 자 료</b>	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
소비자 물가정보서비스	배포일시	<b>2022년 12월 30일(금)</b>
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

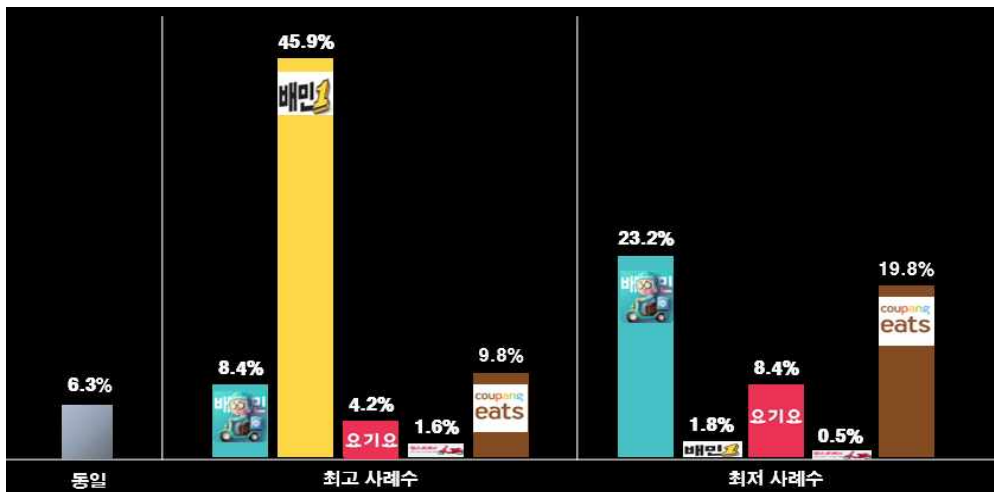
## 3km 이상 배달 거리에선 묶음 배달이 단건 배달에 비해 저렴 똑같은 음식점 이용 시 배달비 최고 1,000원 이상 차이

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달서비스 시장에 대한 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 환경 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 분식, 치킨, 한식(짬뽕 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(12월 10일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(12월 6일) 총 2회에 걸쳐 조사하였다.<sup>1)</sup>

### ■ 주말 점심시간 최고 배달비, 배민1(배달의 민족 단건) 사례가 가장 많아 - 3km 미만 거리에서 최빈 배달 요금 배민1이 평균 1,000원 더 높아

소비자가 동일한 조건에서 지불하는 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 93.7%였으며 똑같은 경우는 6.3%뿐이었다. 최고 배달비가 가장 많은 앱은 본 협회회의 이전 조사 결과들과 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건, 이하 배민1)이 45.9%로 가장 많았고 그다음으로 쿠팡이츠가 9.8%로 많았다. 최저배달비가 많았던 앱은 배달의 민족 23.2%, 쿠팡이츠 19.8% 순이었다.

<표 1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교2>



1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(12월 10일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(12월 6일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.  
12월 조사 업종은 분식, 치킨, 한식(짬뽕 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.

배달비를 배달 거리별로 분석한 결과, 앱별 배달비 최빈값을 보면 2km 미만 거리에서 4,000원, 2km 이상~3km 미만 거리에서 4,770원으로 배민1의 배달비가 높은 경우가 많았고 이는 단건 배달인 쿠팡이츠와 비교했을 때도 높은 편에 속했다. 배민1의 경우 거리에 따른 추가 비용이 2km 혹은 1.5km 이상부터 책정되기 때문으로 추정된다. 2km 이상~3km 미만 거리에서 요기요 최빈값은 4,000원이었으나, 3km 이상~4km 미만 거리에서는 3,000원으로 1,000원 더 저렴한 경우도 있었다. 3km 이상~4km 미만 거리에서 배달의 민족(묶음)과 요기요의 최빈값은 다른 앱들에 비해 낮은 편에 속하는데 낮은 배달비의 업종은 대부분 분식과 한식인 것으로 나타났다.

<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	3,000	5,500	4,000	6,000	3,000 (2,900)	5,500 (3,400)	3,000	4,000
2km~ 3km 미만	3,000	7,000	4,770	6,540	4,000 (3,900/4,400)	7,000 (4,400)	3,000	4,000
3km~ 4km 미만	3,500	8,000	5,310	9,080	3,000 (-)	6,500 (6,400)	6,000	7,000

\* 주말 점심시간 기준

■ 10월 대비 12월 동일 음식점 배달비 비교 결과 28.1% 변동, 23.7% 인상

- 배달비 인상 업체들은 평균 731원, 인하된 업체들의 평균 가격은 718원 변동해

동일 음식점에 대해 10월과 12월 배달비를 비교한 결과, 평균 23.7%의 업체에서 배달비가 인상되었고, 평균 4.4% 업체의 배달비가 하락하였다. 배달비가 인상된 경우 평균 731원 올랐고 하락한 경우 평균 718원 내린 것으로 나타났다. 배달의 민족(묶음)은 10월 대비 12월 동일 업체에서 배달비가 오른 경우, 평균 761원 인상, 인하된 경우는 평균 615원 내렸다. 배민1은 평균 857원 상승, 평균 829원 하락하였고, 요기요는 평균 653원 상승, 평균 843원 하락하였다. 쿠팡이츠는 평균 935원 상승, 546원 하락하였다. 요기요 익스프레스는 10월 진행하던 배달비 할인 프로모션 종료로 인해 배달비 상승한 업체가 86.4%로 가장 높았는데, 인상된 가격은 평균 300원이었다. 10월에 이어 할인 프로모션을 진행하는 일부 업체에서도 12월에는 할인 폭을 줄여 배달비 하락 업체는 없었다.

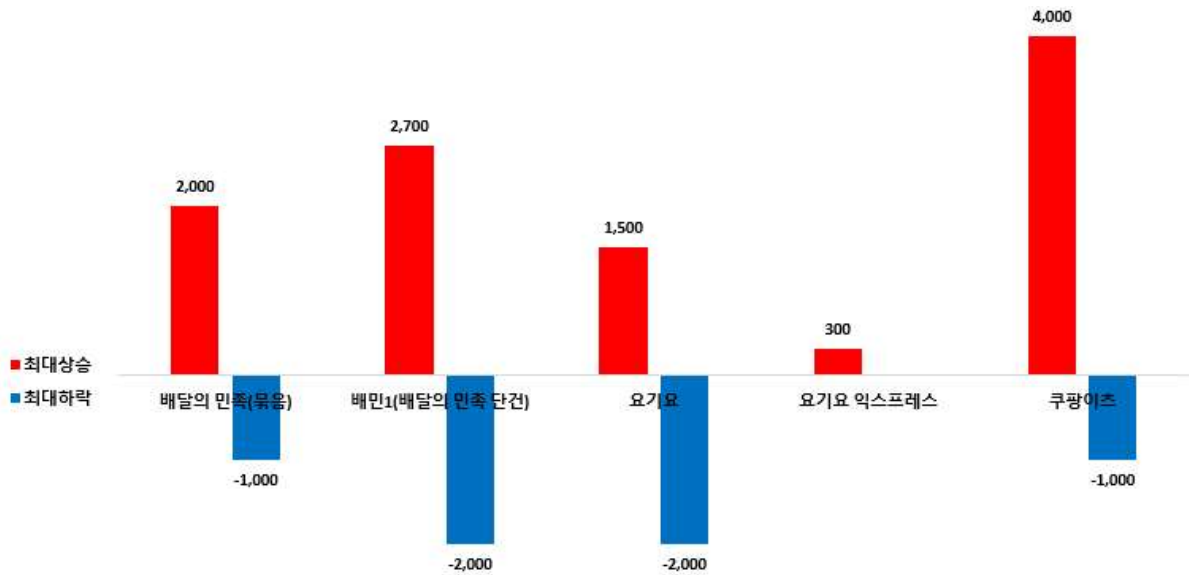
<표 3. 10월 대비 12월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과>

	배달의 민족(묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	10.4%	9.3%	5.9%	86.4%	6.7%	23.7%
하락한 업체	6.3%	6.9%	4.9%	-	3.8%	4.4%
동일한 업체	83.3%	83.8%	89.2%	13.6%	89.6%	71.9%

10월 대비 12월 배달비 차이는 배달의 민족(묶음)은 최소 200원부터 최대 2,000원까지 인상, 하락한 경우는 최소 100원부터 최대 1,000원까지 하락한 것으로 나타났다. 배민1은 최소 400원부터 최대 2,700원까지 가격을 인상하였고, 하락 폭은 최소 100원부터 최대 2,000원이었다. 요기요의 인상 폭은 최소 200원부터 최대 1,500원까지였으며, 하락 폭은 최소 100원부터 최대 2,000원까지로 나타났다. 요기요 익스프레스는 모두 300원씩 인상되었으며, 하락한 경우는 없었다. 쿠팡이츠는 최소 100원부터 최대 4,000원까지 배달비가 인상되어 상승 인상 폭이 가장 컸는데 이는 한 업체가 무료였던 배달비를 최소 주문액과 함께 배달비를 4,000원으로 인상한 결과였다. 쿠팡이츠의 하락 폭은 최소 100원부터 최대 1,000원이었다.

<표 4. 10월 대비 12월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>

(단위: 원)



\* 주말 점심시간 기준

### 소비자, 배달앱 입점 소상공인 모두 배달비 비용 부담 커 배달비 안정을 위해 이해관계자 논의 필요

12월 배달비 조사 결과 이전 조사와 마찬가지로 최고 배달비가 많은 배달앱은 배민1, 쿠팡이츠, 배달의 민족(묶음) 순으로 나타났다. 10월 조사대상 업체 중 12월 조사와 중복된 업체들을 분석한 결과, 평균 23.7% 업체에서 배달비를 인상하였고, 4.4% 업체의 배달비가 하락하여 배달비를 인상한 업체가 더 많았다. 소비자 역시 배달비 상승에 대한 체감도가 높은 편으로 음식 배달 비용 변화 체감도 설문조사에 따르면 “많이 올랐다”는 75.4%, “다소 올랐다”는 22.5%로 10명 중 8명이 체감상 배달비가 올랐다고 답하였다.<sup>3)</sup> 최근 한파주의보와 대설주의보로 인한 날씨 할증에 이어 성탄 할증까지 등장하며, 배달비가 크게 치솟자 자영업자들은 배달비 수수료 부담을, 배달 기사들은 위험한 근무환경 속 처우 개선

3) 리서치 전문 기업 미디어리얼리서치코리아가 지난 9월 4일부터 6일까지 대한민국 성인남녀 2,972명을 대상으로 음식 배달 비용 변화 체감도에 대한 설문조사를 실시한 결과 참고.

을 바라는 목소리를 내고 있다. 온라인 플랫폼 입점 소상공인을 대상으로 한 온라인 플랫폼의 수수료 및 광고료 등 각종 비용 수준에 대한 조사에 따르면, 응답 업체 10곳 중 7곳은 온라인 플랫폼 수수료 및 광고료 등 비용이 부담된다고 응답했고 비용이 적정하다는 응답은 7.4%에 불과했다.<sup>4)</sup> 음식업체는 높아진 배달비로 인해 배달앱 내 음식 가격을 매장 취식 가격보다 높게 설정하는 경우도 있으며 배달앱 간 음식 가격도 달라 소비자들은 보다 꼼꼼한 음식 가격과 배달비 비교 및 선택을 해야 할 것이다. 배달앱은 코로나19 팬더믹에 힘입어 시장에 성공적으로 안착했다고 볼 수 있다. 그러나, 초기 배달앱 간의 과도한 출혈 경쟁과 배달 대행업체, 음식업체와의 소통 부재로 인해 발생한 각종 미숙한 대처로 배달비에 대한 부담이 고스란히 소비자에게 전가되고 있다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 과도한 배달비 상승을 감시하고 투명한 배달비 책정을 위해 배달앱 업계·입점 소상공인·소비자 모두가 함께 상생할 수 있는 방안 마련을 촉구하는 바이다. 끝.

---

회원단체

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

---

4) 중소기업중앙회는 이달 12일부터 21일까지 온라인 플랫폼 입점 소상공인 500개사를 대상으로 실시한 '플랫폼 공정화 관련 소상공인 인식조사 결과 참고.