
 <b>한국소비자단체협의회</b> <small>Korea National Council of Consumer Organizations</small>	<b>보도자료</b>	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
<b>소비자 물가정보서비스</b> 	배포일시	<b>2022년 3월 31일(목)</b>
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

## 동일 음식점에서 배달 주문 시 2개 이상 배달앱에서 가격 비교 필수 시대 배달서비스 정보 독점한 배달앱 업체, 소비자정보 제공 외면

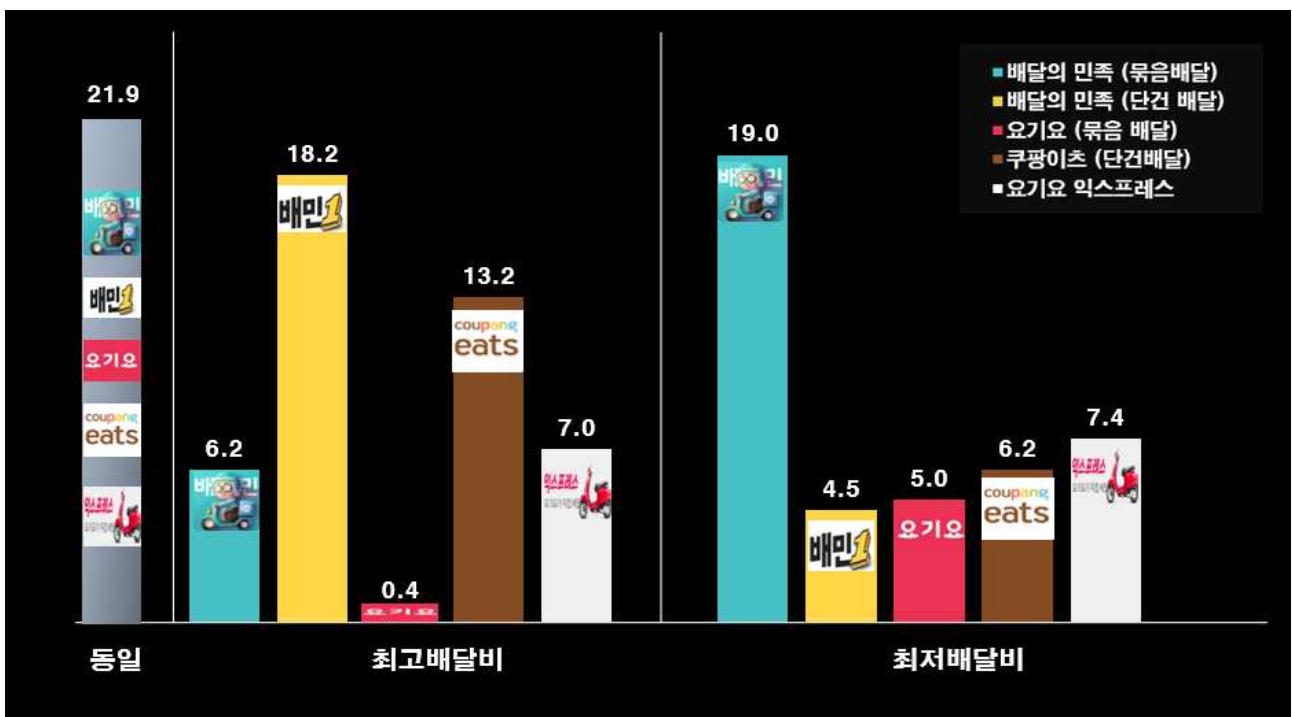
한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터에서는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱별 중식과 피자 업종에서 소비자가 지불하는 배달비 조사를 3월 19일, 26일 양일간 실시하였다<sup>1)</sup>.

### ■ 배달앱, 배달서비스에 따라 78.1%의 사례에서 배달비 차이 현존

소비자가 동일 조건에서 배달서비스를 이용할 경우 1차적으로 확인할 수 있는 배달앱별 배달비를 비교한 결과 배달앱, 배달서비스 특징에 상관없이 배달비가 모두 동일한 경우는 21.9%이었다. 그 외 78.1%는 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비가 달랐다. 동일조건에서 최고 배달비가 가장 많은 경우는 배민1(배달의민족 단건배달)이었고, 최저 배달비의 사례는 배달의 민족 (묶음배달)이 가장 많은 것으로 조사되었다.

<표1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교>

(단위: %)



1) 본 조사는 서울 전 지역 25개구 각 2개 동의 특정 주소를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(3월 19일, 26일) 점심시간에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함. 3월 조사 업종은 중식, 피자 업종을 중심으로 조사하였고, 자세한 조사방법은 별첨 자료에 첨부.

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

중식과 피자는 오랜 기간 별도의 배달비 없이 배달서비스를 해왔던 특징이 있어 2km 미만의 거리에서 배달비가 없는 경우를 모든 앱에서 찾아 볼 수 있었다. 한편 이번 조사 기간 중 3월 넷째주에 배민1(배달의 민족 단건배달)의 경우 변경된 배달 수수료 체계를 업체에 적용, “배달거리 2km 초과시 500m당 770원 추가” 한 것을 확인할 수 있었다. 요기요 익스프레스는 조사 기간 동안 배달서비스 이용 소비자에게 배달비 할인을 적용하고 있어 기존의 배달비에 비해 최고 2,000원에서 최저 700원으로 종전보다 낮게 조사되었다.

**■ 주말 점심, 2km 미만 배달 거리에서의 배달비 2,000원~3,000원대, 2km 이상 3km 미만 배달 거리는 1,000원대 있어**

거리에 따라 배달비를 비교 분석한 결과 2km 미만의 거리에서 배달의 민족(묶음)과 요기요(묶음)의 배달비가 2,000원인 경우가 가장 많았다. 단건 배달인 배민1(배달의 민족 단건배달)과 쿠팡이츠는 배달비가 3,000원인 경우가 가장 많았고, 이들과 유사한 요기요 익스프레스는 2,900원인 경우가 가장 많았다. 2km 거리 미만에서 나타난 배달비의 차이는 100원~ 4,000원로 조사되었다.

<표 2. 배달거리에 따른 배달앱, 배달서비스에 따른 배달비 현황>

(단위 : 원)

거리구간	배달의민족 (묶음)		요기요 (요기요 익스프레스)		배민1 (배달의민족 단건)		쿠팡이츠	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	2,000	4,000	2,000 (2,900)	3,900 (3,400)	3,000	4,000	3,000	4,000
2km~3km 미만	1,000	5,500	1,000 (3,400)	5,000 (4,400)	2,000 /3,770	4,770	2,000	4,000

2km 이상 ~ 3km 미만 배달거리에서는 배달의 민족(묶음)과 요기요(묶음)의 경우 최빈 배달비가 모두 1,000원으로 조사되었고, 최고 배달비는 각각 5천 원대로 조사되었다. 조사 결과 배달거리가 길더라도 배달비가 줄어드는 경우도 나타나 거리에 비례하여 배달비가 상승하는 것이 아닌 다른 요인들의 영향도 큰 것으로 보여지나, 배달앱 내 배달비에 대한 구체적인 정보가 없어 정확한 배달비 산정 내용에 대한 내용을 알 수 없었다.

조사 분석 중 동일 조건임에도 불구하고 배달앱에 따라 배달거리가 상이한 경우를 확인하였다. 배달거리는 배달비 산정 시 주요 기준이 되는 요인으로 특히 2km와 3km는 배달비 산정 시 추가 요금의 기준이 되는 경우가 많아 0.9km와 2.1km 혹은 2.9km와 3.1km는 배달비에 차이가 있는 경우가 종종 있었다. 이에 배달앱 업체에 확인한 결과 배달앱별로 배달거리를 실거리로 제시하고 있는데 이때 거리 측정 방법이 업체별로 달라 이같은 차이가 나타날 수 있음을 확인하였다.

## ■ 중식, 최소 주문액 최빈값은 배달앱, 배달서비스에 따라 큰 차이 없어

중식의 경우 최소 주문액의 최빈값은 배달앱, 배달서비스에 따라 큰 차이 없이 대부분 13,000원으로 동일하게 조사되었다. 중식의 최소 주문액 중 최저 가격은 짜장면 1그릇의 가격대인 경우가 많았다. 피자의 최소 주문액 중 최빈값은 대부분 최저 가격인 피자 1판 가격대인 경우가 많았고, 최저 가격은 메인 메뉴인 피자 가격보다 낮은 경우들이 대부분이었다.

<표 3. 배달앱에 따른 중식, 피자의 최소 주문액>

(단위 : 원)

	배달의민족(볶음)			배달의민족(단건)			요기요 (요기요 익스프레스)			쿠팡이츠		
	최저	최고	최빈	최저	최고	최빈	최저	최고	최빈	최저	최고	최빈
중식	6,000	15,000	13,000	5,000	20,000	13,000	5,500 (12,000)	15,000 (20,000)	10,000 (13,000)	5,000	50,000	13,000
피자	8,000	19,900	19,900	9,000	21,900	21,900	9,000 (10,000) <sup>3)</sup>	19,900 (15,900)	19,900 (15,900)	11,000	21,900	21,900

## 똑같은 음식점이라도 배달비 비교 선택 필수 시대

### 배달앱들의 배달비 정보 공개 필요

본 협의회는 3월 배달비 조사 결과 2월 시범 조사와 마찬가지로 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 있는 것으로 나타났다. 배달앱 업체가 주장하는 것처럼 소비자가 지불하는 배달비는 음식점이 최종 결정한다. 음식점에서는 배달앱 수수료를 포함한 각종 원가를 계산하여 배달앱, 배달서비스의 특징을 고려한 마케팅 전략에 따라 소비자가 지불하는 배달비를 차별적으로 책정하는 것으로 보여진다. 또한 배달앱에서도 고객 확보 등을 위해 배달비 및 음식 주문이 할인, 조건부 할인 쿠폰 발행 등의 여러 프로모션을 진행하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이처럼 단순히 배달거리에 따라 배달비가 책정되는 것이 아니므로 소비자는 익숙한 배달앱만 사용하기보다 동일조건이라도 최소 2개 이상의 배달앱이나 배달 서비스 특징을 비교하여 현명하게 선택할 필요가 있다.

최근 한 조사에 의하면 배달 선택 시 소비자가 고려하는 두 번째 중요 요소가 배달비로 나타났다. 배달서비스는 소비자의 선택에 있어 중요 요소가 되었고, 또 소비자가 제품 선정시 부담을 갖는 항목이기도 하다. 본 협의회에서 배달비 조사를 하며 배달앱 업체에 소비자에게 공개된 배달비 정보 요청을 여러 번 하였으나 모든 업체들이 외부에 데이터를 공개한 경우가 없거나 개인정보 문제 등의 이유로 거절하였다. 배달앱 업체는 자신들이 배달비를 결정하는 것이 아니라며 소비자정보 제공에 소극적이고 외면을 하고 있으나 소비자는 배달앱을 통해서만 배달비를 확인할 수 있다. 배달앱 업체는 소비자가 지불하는 배달비 변동에 대해 보다 구체적인 정보를 제공하여 소비자의 선택권을 보장해야 할 것이다.

본 협의회는 배달서비스를 이용하는 소비자에게 소비자정보 제공을 통한 소비자선택권 보장

3) 조사업종 중 고가의 피자업체는 요기요 익스프레스에 입점되지 않아 조사 결과에 미포함됨.

과 독과점 시장 특징을 지닌 배달앱 시장에서의 가격 감시 활동을 어려운 여건 속에서도 지속할 것이다. 끝.

---

회원단체

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