



보도일시

배포 시부터 보도 가능합니다.

배포일시

2022년 4월 29일(금)

담당부서

한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

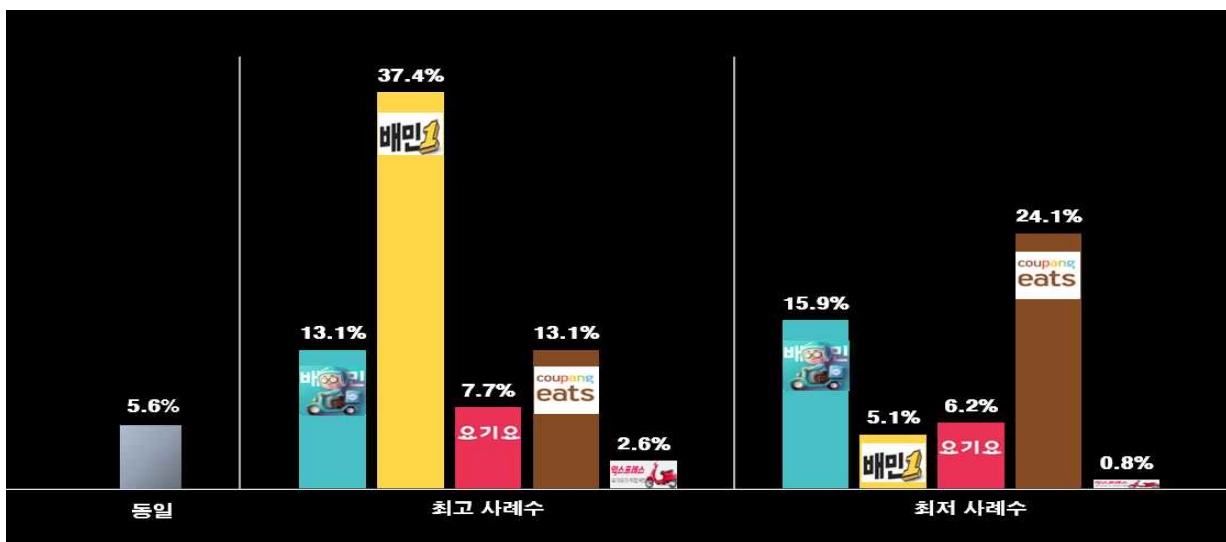
동일 조건 내 배달비 비교 결과, 최고 배달비 사례 배민1이 가장 많으나 배달 거리 구간별 최저, 최고 배달비 배달앱 사례 달라 배달서비스도 하나의 상품, 서비스 특성, 배달비 등 꼼꼼히 비교 평가 필요

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터에서는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 치킨, 분식, 한식(짬뽕 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비 조사를 4월 16일, 23일 양일간 실시하였다¹⁾.

■ 최저 배달비, 2km 미만 거리에서는 배달의 민족(묶음), 2km~3km 미만에서는 쿠팡이츠가 가장 많아
최고 배달비, 3km 미만에선 배민1, 3km~4km 미만에선 쿠팡이츠가 많아

소비자가 동일 조건에서 배달서비스를 이용하는 경우 배달앱 별 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 94.4%이었고 동일한 경우는 5.6%뿐이었다. 동일 조건에서 배달비가 가장 비싼 경우는 본 협회회의 3월 조사와 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건배달)이 37.4%로 가장 많았고 그다음으로 배달의 민족(묶음 배달), 쿠팡이츠가 둘 다 13.1%로 많았다. 최저 배달비가 많았던 앱은 쿠팡이츠(24.1%)로 조사되었고 다음 순으로는 배달의 민족(묶음 배달)이었다.

<표1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교2>



1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(4월 16일, 23일) 점심시간에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.

4월 조사 업종은 치킨, 분식, 한식(짬뽕 중심) 업종을 중심으로 조사하였고, 자세한 조사 방법은 별첨 자료에 첨부.

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

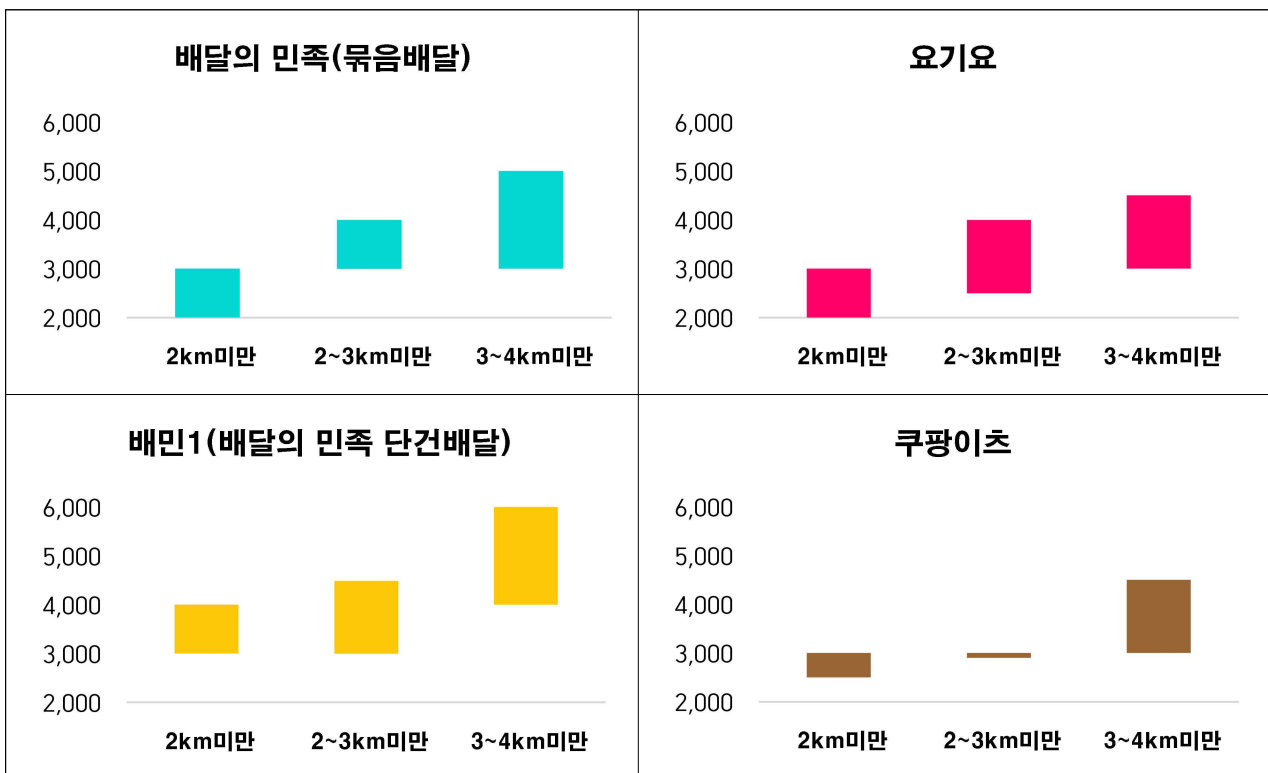
각 배달앱의 최고, 최저 배달비 사례를 거리구간별로 세분화해 보면 배민1은 배달거리 구간 중 3km 미만 거리에서, 3km~4km 미만 거리에서는 쿠팡이츠가 최고 배달비인 경우가 가장 많았다. 최저 배달비 사례는 2km 미만 거리에서는 배달의 민족(묶음 배달)의 사례가 가장 많았고 2~3km 미만 거리에서는 쿠팡이츠가 가장 많았다.

■ 모든 배달 거리에서 최빈 배달비는 3,000원이나, 배달비 분포는 거리 구간에 따라 상승

동일 거리 구간에서 각 배달앱별 배달비를 비교한 결과 3km 미만 내의 최빈 배달비는 모든 앱에서 3,000원으로 조사되었다. 3km 이상~4km 미만에서의 최빈 가격은 묶음 배달인 배달의 민족(묶음 배달)과 요기요는 3,000원, 단건 배달인 배민1(배달의 민족 단건배달)과 쿠팡이츠는 각각 4,980원, 6,000원으로 높게 조사되었다.

<표 2. 배달거리에 따른 배달앱, 배달서비스에 따른 배달비 분포 현황>

(단위 : 원)



* 배달비 분포는 각 배달앱 내 하위 25%~ 75% 내에 위치한 배달비 분포
 * 요기요 익스프레스의 사례 수는 100건 이하이므로 배달비 현황 분석에서는 제외함

거리 구간 내 배달앱 별 최저 무료에서 최고가 내에서 여러 금액으로 분포되어 있어 이를 거리 구간별로 분석한 결과, 2km 미만 구간 내에 배달의 민족(묶음 배달)과 요기요의 배달비는 주로 2,000원~3,000원이 많았고, 배민1(배달의 민족 단건 배달)과 쿠팡이츠는 이보다 약간 높은 가격대인 3,000원~4,000원, 2,500원~3,000원이 많았다. 2km 이상 거리 구간에서는 대부분 3,000원~4,000원의 배달비가 많았다. 이같은 분석 결과, 쿠팡이츠는 배달 거리와 관계없는 수수료 책정 방법이라 3km 미만 가격 분포가 다른 앱들에 비해 상대적으로 좁았고 다른 배달앱들은 거리에 따라 배달 비용을 산정하여 운영하고 있어 배달비 분포 폭이 넓

었다. 배달비가 배달앱, 배달대행업체 등의 수수료 책정 방법과 음식점체의 배달비 산정 방법에 따라 달라질 수 있으나 1km 이내 거리 차에서 배달비의 차이가 크게 나타나는 것에 대해서는 향후 좀 더 자세한 분석이 필요할 것으로 보인다.

한편 본 협회회의 조사 기간 중 배민1(배달의 민족 단건 배달)은 “배민1 출시 1주년 기념 할인”을 진행 중이며 할인 전 배달비와 할인 후 배달비 간 110원~2,870원의 차이가 있어 향후 배민1의 배달비는 더 높아질 것으로 예측된다.

■ 최소 주문액 업종 구분 없이 평균 약 15,000원 수준

배달이 가능한 최소 주문액은 업종별로 약간의 차이가 있었으나 평균 약 15,000원 수준이 가장 많은 것으로 조사되었다. 본 협회회의 조사 대상 업체의 대표 메뉴 가격은 3천 원대에서 2만 원대로 다양하였으나, 배달 가능한 최소 주문액이 비슷하게 나타난 것이다. 최소 주문액 중 가장 높은 금액을 배달앱별로 비교해 보면, 치킨과 분식(떡볶이) 업종은 요기요가 다른 배달앱에 비해 높은 것으로 조사되었고, 한식(짬뽕)은 단건 배달인 배민1(배달의 민족 단건 배달)과 쿠팡이츠가 각 26,000원, 26,900원으로 다른 앱들에 비해 높은 것으로 나타났다.

<표 3. 배달앱에 따른 치킨, 분식, 한식의 최소 주문액>

(단위 : 원)

| | 배달의민족(묶음) | | 배민1(배달의 민족단건) | | 요기요 | | 쿠팡이츠 | |
|-------------|-----------|--------|---------------|------------------|--------|--------|--------|------------------|
| | 최고 | 최빈 | 최고 | 최빈 | 최고 | 최빈 | 최고 | 최빈 |
| 치킨 | 18,000 | 16,000 | 21,900 | 16,000 | 24,000 | 16,000 | 20,000 | 16,000 |
| 분식 (떡볶이) | 16,000 | 14,000 | 20,000 | 14,000 | 22,000 | 14,000 | 19,000 | 14,000 |
| 한식 (짬뽕) | 24,000 | 15,000 | 26,000 | 15,800 18,000 | 24,000 | 18,000 | 26,900 | 15,800 18,000 |

2월 시범조사 대비 4월 조사, 동일 업체 배달비 중 15.4% 배달비 상승

배달서비스도 하나의 상품, 소비자의 꼼꼼한 비교 선택 필요

본 협회에서는 2월 시범조사에 이어 4월에 치킨, 분식(떡볶이) 업종을 조사하였고 한식(짬뽕)의 배달서비스 관련 소비자 비용을 조사하였다. 조사 결과 동일 조건에서 배달앱 별 배달비 차이 확인뿐 아니라 배달 거리 구간에 따라 최고, 최저 배달비 사례를 분석한 결과 2km 미만 가까운 거리에서 최저 배달비 사례는 배달의 민족(묶음 배달)이 많았고, 최고 배달비는 배민1(배달의민족 단건배달)이 많았다. 3km 이상~4km 미만 먼 거리 배달에서는 쿠팡이츠가 최고 배달비인 경우가 많았다. 배달 거리 구간에서 배달앱별 최빈 배달비는 큰 차이가 없었으나 각 거리 구간별 50% 정도 배달비가 물려있는 분포를 보면 거리에 따라 배달비가 올라가고 있었다.

또한 2월 조사했던 치킨, 분식(떡볶이) 업체 중 4월 조사와 중복되는 업체들을 분석해본

결과, 약 15.4%의 배달비가 상승되었고, 5.0%의 배달비는 하락한 것으로 조사되었다. 이들 배달비 상승 원인으로 배민1의 수수료 운영 변경, 음식점체의 마케팅 전략 등 여러 이유를 들 수 있을 것이다. 이에 본 협의회에서는 배달비 상승 현상이 단기적인지 이후 지속, 확장될 것인지에 대해 지속적으로 지켜볼 것이다.

코로나19로 인해 급격히 성장한 배달서비스 시장 내 배달비 문제는 여전히 진행 중이다. 거리두기 완화 등 일상 회복이 되고 있어 배달서비스 시장의 상승세는 둔화될 것이라 하나 배달서비스는 소비자에게 중요한 서비스 상품 중 하나가 되었다. 현재 배달서비스 시장은 똑같은 음식점체에서 배달서비스를 이용하더라도 배달앱에 따라 배달서비스의 특징과 배달비 차이가 다양하게 나타나고 있다. 따라서 소비자는 배달서비스 이용 시 배달서비스를 부가서비스가 아닌 하나의 상품을 선택하듯 업체에 적극적으로 정보 요청을 해야 하며 이를 꼼꼼히 확인, 비교해야 할 것이다. 또한 배달앱과 음식점체에서는 소비자 정보 제공을 위하여 서비스 품질향상은 물론 투명한 가격정보 제공 등 다양한 개선의 노력을 해야 할 것이다. 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터 역시 배달비 가격 감시 활동을 통해 적정한 배달비 정착과 구체적이고 정확한 소비자 정보 제공이 이루어질 수 있도록 노력할 것이다. 끝.

회원단체

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