

	보 도 자 료	
	보도일시 배포일시 담당부서	배포 시부터 보도 가능합니다. 2022년 6월 30일(목) 한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

주말 점심시간, 배달비 비교 선택 시 평균 1,500원 차이 나 배달비 변경, 할인 등 배달서비스 소비자 정보 제공 여전히 열악

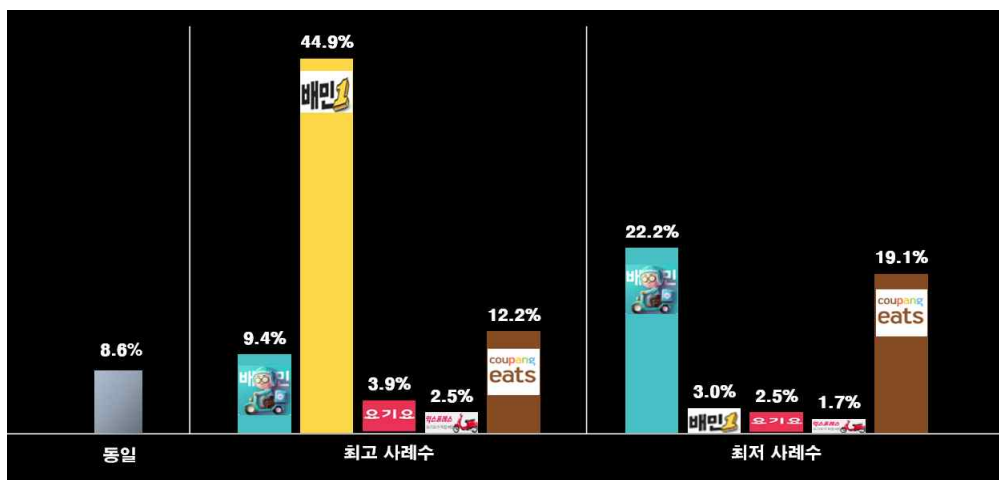
한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱 별 분식, 치킨, 한식(짬뽕 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(6월 11일, 18일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(6월 21일) 총 3회에 걸쳐 조사하였다.¹⁾

■ 주말 점심시간, 최고 배달비 배민1(배달의 민족 단건) > 쿠팡이츠 > 배달의 민족(묶음) 순 - 배달비 비교 선택 시 평균 1,500원 절감 가능

소비자가 동일 조건에서 배달서비스 이용 시 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 91.4%였다.

동일 조건에서 배달비가 가장 비싼 경우는 본 협회회의 전월 조사결과와 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건)이 44.9%로 가장 많았고 그다음으로는 쿠팡이츠가 12.2%로 많았다. 반면 4월과 5월 조사 결과에서 쿠팡이츠의 최저 배달비 사례가 가장 많았던 것과는 달리, 6월에는 배달의 민족(묶음)이 22.2%로 최저 배달비가 가장 많았던 것으로 조사되었다.

<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(6월 11일, 18일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(6월 21일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.
6월 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, 최빈값의 배달비를 비교해 보면 2km 미만 거리에서는 배달의 민족(묶음), 배민1(배달의 민족 단건), 요기요, 쿠팡이츠가 모두 3,000원인데 반해, 요기요 익스프레스는 2,400원으로 상대적으로 저렴한 것으로 나타났다. 요기요 익스프레스와 배민1(배달의 민족 단건)의 경우, 배달비 할인이 적용된 사례가 많았으나 배민1(배달의 민족 단건)과 달리 요기요 익스프레스는 할인의 이유와 기준을 앱 페이지에 기재 및 공시하지 않았다. 한편 최고 배달비의 경우, 2km 이상 4km 미만 거리에서 배달의 민족(묶음)이 다른 앱에 비해 배달비가 높은 것으로 조사되었다. <표 2>와 같이 단건, 묶음 배달 서비스 특징에 따른 가격 차이는 보이지 않았으며 배달앱 별 가격 비교만으로 평균 약 1,500원까지 절감할 수 있는 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	최빈	최고
2km 미만	3,000	5,300	3,000	6,000	3,000	5,000	2,400	3,500	3,000	4,000
2km~3km미만	3,000	7,000	4,550	6,200	3,000	5,500	-	4,400	3,000	5,000
3km~4km미만	3,000	8,000	4,650	6,200	3,000	6,000	-	6,400	6,000	7,000

* 주말 점심시간 기준

■ 4월 대비 6월 동일 업체(분식, 치킨, 한식) 4개 배달앱 평균 15.0% 업체가 배달비 인상 - 4개 배달앱 평균 9.7% 업체 배달비 하락

동일 업체에 대해 4월 대비 6월 배달비를 비교한 결과, 평균 15%의 업체에서 배달비가 인상되었고 평균 9.7%의 업체에서는 배달비가 하락하였다. 배달비 인상이 가장 많았던 배달앱은 배민1(배달의 민족 단건)으로 33.2% 업체의 배달비가 인상된 것으로 조사되었다. 배민1의 인상 폭은 최소 100원부터 최대 1,730원까지였다. 배민1을 제외한 배달의 민족(묶음)과 요기요, 쿠팡이츠는 평균 8.7% 업체의 배달비가 인상되었고, 평균 6.8% 업체의 배달비는 하락된 것으로 나타났다. 그 중 배달의 민족(묶음)은 4월 조사 대비 6월 조사에서 동일 업체에 대해 배달비 하락(9.3%)이 인상(8.7%)보다 많은 것으로 나타나 눈에 띄었다.

4월 대비 6월 배달비 차이는 배달의 민족(묶음)의 경우 인상된 가격은 최소 200원부터 최대 2,000원인 것으로 나타났고, 하락한 경우는 최소 500원부터 최대 4,400원까지 하락한 것으로 분석되었다. 요기요는 최소 500원부터 최대 2,000원까지 가격이 인상되었으며, 최소 500원부터 최대 3,000원까지 하락한 것으로 나타났다. 요기요 익스프레스는 인상된 가격은 700원이었으며 하락한 경우는 최소 500원부터 최대 1,200원까지였다. 쿠팡이츠는 최소 400원부터 최대 4,700원까지 배달비가 인상된 것으로 나타났고, 배달비 하락의 경우

최소 100원부터 최대 3,000원까지 하락한 것으로 나타났다.

<표 3. 4월 대비 6월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>

(단위: 원)



■ 주말 점심시간 대비 평일 오후, 배달비가 더 비싼 업체는 평균 10.4%

- 상대적으로 주문량 적은 평일 3시~6시 배달비 더 높은 곳 많아

동일 업체에 대해 배달 주문이 많은 주말 점심시간대와 주문량이 상대적으로 적은 평일 오후 3시~6시의 배달비를 비교한 결과, 평일 시간의 배달비가 더 비싼 경우가 평균 10.4%였으며 더 저렴한 업체는 평균 2.6%인 것으로 나타났다. 특히 요기요 익스프레스는 주말 점심시간보다 평일 3시~6시의 배달비가 높은 곳이 37.5%, 하락한 곳은 4.2%로 상승과 하락이 모두 가장 많았고 가격 변동이 가장 많은 것으로 분석되었다. 주말 점심 시간대와 평일 시간의 차이에 따른 배달비 변동이 가장 적었던 배달앱은 쿠팡이츠인 것으로 조사되었다.

<표 4. 주말, 평일 주문 시간 차이에 따른 동일 업체의 배달비 비교 결과>

	주말 점심 대비 평일 오후 배달비 상승 업체	주말 점심 대비 평일 오후 배달비 하락 업체	주말 점심과 평일 오후 배달비 동일 업체
배달의 민족(무음)	3.5%	3.8%	92.6%
배민1 (배달의 민족 단건)	5.9%	3.4%	90.6%
요기요	3.4%	1.1%	95.5%
요기요 익스프레스	37.5%	4.2%	58.3%
쿠팡이츠	1.8%	0.6%	97.7%
평균	10.4%	2.6%	86.9%

동일 업체라도 배달앱에 따라 평균 1,500원 차이 나 소비자 정보 제공 외치는 목소리 언제까지 외면할 것인가

6월 배달비 조사 결과 전월 조사와 마찬가지로 배달비가 높은 배달앱은 배민1(배달의 민족 단건), 쿠팡이츠, 배달의 민족(묶음) 순으로 나타났다. 그러나 4월 대비 6월 배달비 비교 결과 평균 15.0%의 업체가 배달비를 인상하였고, 9.7%는 배달비를 하락시켰으며 배달의 민족(묶음)의 경우에는 배달비가 인상된 업체보다 하락한 업체가 많았다. 또 주문량에 차이가 있을 시간대를 나누어 동일 업체의 배달비를 조사한 결과 평균 86.9%는 배달비가 동일했으나 약 평균 10%는 평일 오후의 배달비가 더 비싼 곳이 많은 것으로 조사되었다. 또한 2km 미만에서 요기요 익스프레스는 배달비 할인 이벤트를 진행하고 있는 경우가 많았으나 앱 페이지에 할인 이벤트에 대한 내용과 기간, 할인 기준도 제시되고 있지 않았다. 이에 본 협의회에서 할인 이벤트를 진행 중인 업체에 질의를 해본 결과, 배달 플랫폼 정책이라는 답변을 제공하였고 배달 플랫폼에서는 소비자가 지불하는 배달비는 음식업체 재량이라 답변하며 배달비 정보에 대한 질문에는 구체적인 답변을 주지 않았다.

현재 소비자는 온라인에서 라면 한 개를 구매하더라도 클릭 한 번으로 할인 정보와 단위 가격 등을 비교하며 객관적 정보를 통해 손쉽게 상품·서비스를 비교하고 선택할 수 있다. 반면 배달 서비스에 대해서는 동일 업체라도 배달 시간대나 배달앱 등 여러 요인에 따라 배달비 차이가 나지만 배달비 증감에 대한 어떤 조건이나 할인 기준조차도 제공받지 못한 채 서비스를 선택해야 하는 열악한 환경에 놓여있다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달비에 대한 소비자 정보 제공이 충분히 이루어질 때까지 배달비 조사를 지속하고 배달서비스 시장을 모니터링할 계획이다. 끝.

회원단체

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