

배달앱에 따라 동일 배달거리 구간 내 최저, 최고 배달비 달라 배달서비스도 서비스 상품, 소비선택 시 꼼꼼한 비교 평가 필요

한국소비자단체협의회
물가감시센터
price@consumer.or.kr

1. 조사 개요

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달료 산정 마련을 위한 감시 활동 차원에서 배달플랫폼별 소비자가 지불하는 배달비 조사를 4월 셋째주 주말(토요일) 점심 시간(12시-15시)에 조사하였으며 휴무 등에 대한 재 조사는 넷째주 주말(토요일) 동 시간에 실시하였다.

2. 조사 방법

○ 배달비 조사는 25개 구 내 인구 수 및 인구 밀도가 가장 높은 1개 동과 인구 수 및 인구 밀도가 낮은 1개 동을 선정하였다. 각 동의 특성 주소지에서 4km 미만 내의 치킨, 분식, 한식(찜닭 중심) 업체를 검색, 선정한 후 각 음식점점에서 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불해야하는 배달비를 조사하였다.

○ 배달비는 배달앱에서 2개 이상 공통으로 검색되는 음식점점으로 제한하여 비교 분석하였다.

○ 조사시기는 4월 셋째주 주말(토요일) 점심시간(12시~15시)에 조사하였으며 휴무등에 대한 재조사는 넷째주 주말(토요일) 동 시간에 실시하였다.

○ 최종 조사대상은 아래와 같다.

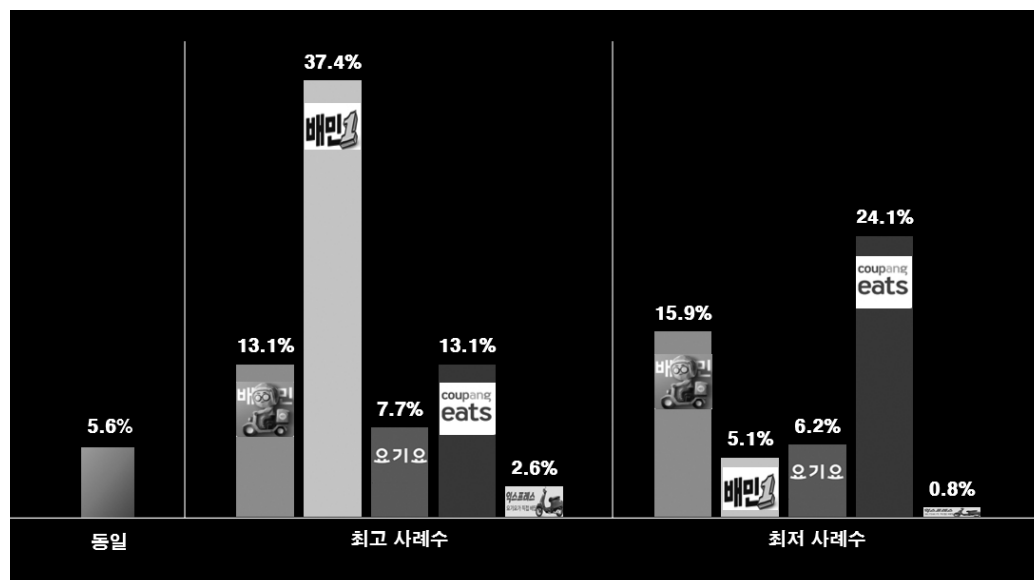
조사지역	서울시 25개 구 2개 동
배달앱	배달의 민족(단건, 묶음), 요기요, 요기요 익스프레스, 쿠팡이츠
업종	치킨 : 614업체 분식 : 541업체 한식(찜닭 중심) : 301업체
음식업체 (중복 업체 수 포함)	배달의 민족(묶음) : 359개 배달의 민족(단건) : 364개 요기요(요기요 익스프레스 포함) : 348개 쿠팡이츠 : 385개

3. 조사 결과

최고 배달비, 3km 미만에서는 배민1, 3km~4km 미만에서는 쿠팡이츠가 가장 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 협의회의 3월 조사와 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건배달)이 37.4%로 가장 많았고 그다음으로 배달의 민족(묶음배달), 쿠팡이츠가 둘 다 13.1%로 많았다. 최저 배달비가 많았던 앱은 쿠팡이츠(24.1%)로 조사되었고 다음 순으로는 배달의 민족(묶음배달)이었다.

〈표 1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교〉



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(묵음배달)의 사례가 가장 많았고 2~3km 미만 거리에서는 쿠팡이츠가 가장 많았다.

모든 배달 거리에서 최빈 배달비 3,000원이나, 배달비 분포는 거리 구간에 따라 상충

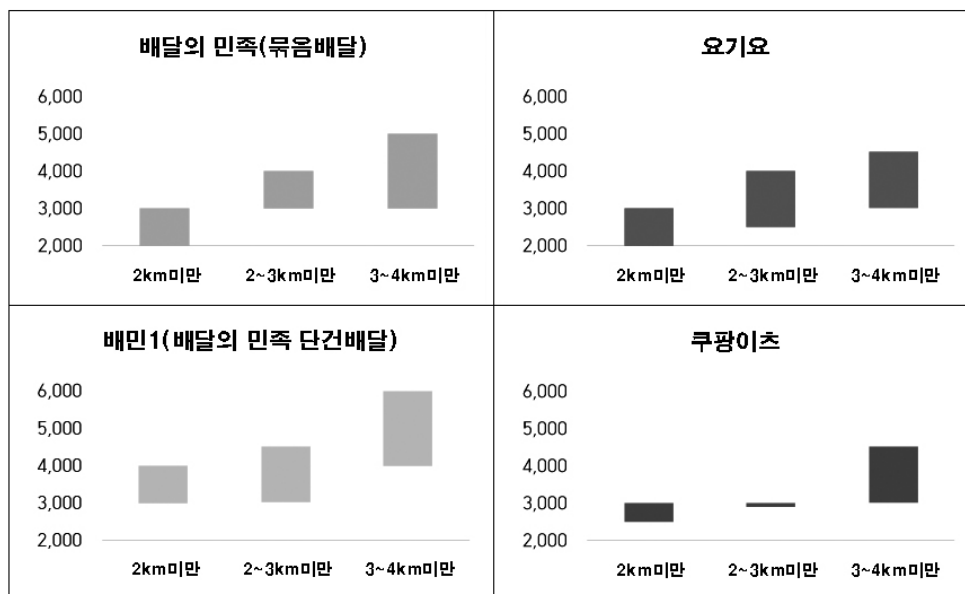
동일 거리 구간에서 각 배달앱별 배달비를 비교한 결과 3km 미만 내의 최빈 배달비는 모든 앱에서

3,000원으로 조사되었다. 3km 이상~4km 미만에서의 최빈 가격은 묵음 배달인 배달의 민족(묵음배달)과 요기요는 3,000원, 단건 배달인 배민1(배달의 민족 단건배달)과 쿠팡이츠는 각각 4,980원, 6,000원으로 높게 조사되었다.

배달앱 내 거리 구간별로 분석한 결과, 2km 미만 구간 내에 배달의 민족(묵음배달)과 요기요의 배달비는 주로 2,000원~3,000원이 많았고, 배민1(배달의 민족 단건배달)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. 쿠팡이츠는 배달 거

〈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

리와 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 넓었다. 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 협의회는 조사 기간 중 배민1은 “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 많

은 것으로 조사되었다. 본 협의회는 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 단건배달)과 쿠팡이츠가 각 26,000원, 26,900원으로 다른 앱들에 비해 높은 것으로 나타났다.

4. 결론 및 제언

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

배달서비스도 하나의 상품, 소비자의 꼼꼼한 비교 선택 필요

본 협의회는 4월 배달비 조사로 치킨, 분식(떡볶이) 업종과 한식(짬뽕)의 배달서비스 관련 소비자 비용

〈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

을 조사하였다. 동일 조건에서 배달앱 별 배달비 및 거리 구간에 따른 배달비를 조사한 결과, 2km 미만 가까운 거리에서 최저 배달비 사례는 배달의 민족(뭉툼 배달)이 많았고, 최고 배달비는 배민1(배달의 민족 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 증가하고 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 계속해서 지켜볼 것이다.

최근, 거리두기 완화 등 일상 회복이 되고 있어 배달서비스 시장의 상승세는 둔화될 것이라는 예측이 있으나, 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 아

닌 하나의 상품을 선택하듯 업체에 적극적으로 정보 요청을 하고 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. ▲