

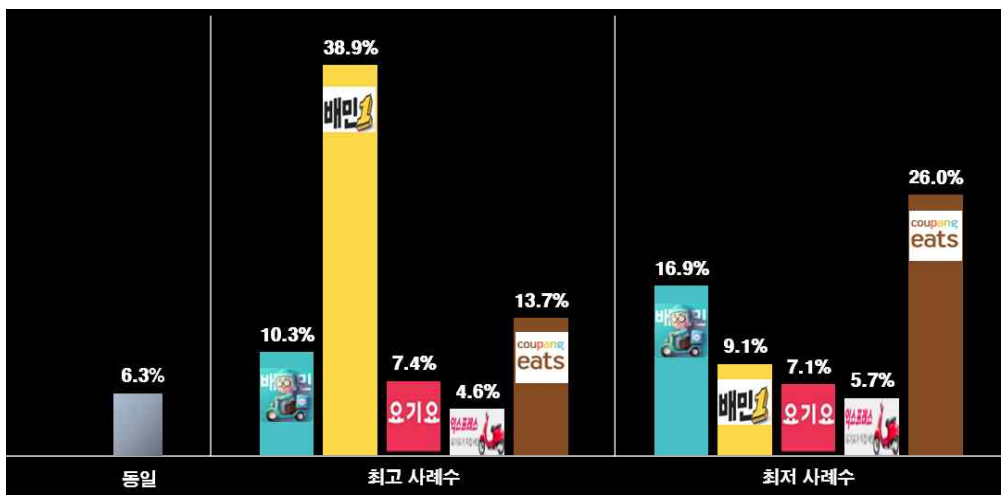
 <b>한국소비자단체협의회</b> Korea National Council of Consumer Organizations	<b>보 도 자 료</b>	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
<b>소비자</b> <b>물가정보서비스</b> 	배포일시	<b>2022년 7월 26일(화)</b>
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

## 동일 음식점이라도 93.7%가 배달앱 별로 배달비가 달라 단건 배달서비스가 묶음 배달서비스에 비해 반드시 비싸지는 않아 소비자들의 현명한 비교·선택 중요

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달서비스 시장에 대한 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 환경 마련을 위한 소비자 감시활동 차원에서 배달앱 별로 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종에서 소비자가 지불하는 배달비를 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(7월 9일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(7월 5일) 총 2회에 걸쳐 조사하였다.1)

■ 주말 점심시간 최고 배달비, 배민1(배달의 민족 단건) > 쿠팡이츠 > 배달의 민족(묶음) 순  
- 최고 배달비가 많은 앱, 배민1이 매달 가장 높아

<표 1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교2>



소비자가 동일 조건에서 배달서비스 이용 시 지불해야 하는 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 93.7%였고 최고 배달비가 가장 많은 앱은 본 협회회의 이전 조사 결과들과 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건, 이하 배민1)이었

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(7월 9일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(7월 5일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.  
7월 조사 업종은 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 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.

다. 즉 7월 조사 결과 동일 조건에서 최고 배달비가 가장 많은 경우는 배민1이 38.9%로 가장 많았고 그다음으로는 쿠팡이츠가 13.7%로 많았다. 최저 배달비는 쿠팡이츠가 26.0%로 배달비가 저렴한 경우가 가장 많았던 것으로 조사되었다.

배달비를 배달 거리별로 분석한 결과, 앱별 배달비 최빈값을 보면 2km 미만 거리에서는 요기요의 최빈값이 2,000원으로 다른 앱들에 비해 상대적으로 저렴한 것으로 나타났다. 2km 이상~ 3km 미만 배달 거리에서는 배달의 민족(묶음), 요기요, 쿠팡이츠의 배달비가 대부분 3,000원이었고 배민1만 3,770원이었다. 3km 이상~ 4km 미만 거리에서의 최빈 배달비를 비교하면 배달의 민족(묶음)이 가장 저렴한 것으로 조사되었다.

<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	2,500	5,500	3,000/3,500	<b>6,600</b>	2,000 (2,900)	5,000 (3,400)	3,000	4,000
2km~ 3km 미만	3,000	<b>6,500</b>	3,770	<b>7,540</b>	2,000/3,000 (3,900)	<b>7,500</b> (4,400)	3,000	4,000
3km~ 4km 미만	3,500/ 4,000/4,500	<b>6,500</b>	5,310	<b>8,300</b>	4,500 (5,400/6,400)	<b>7,000</b> (6,400)	5,000/6,000	<b>7,000</b>

\* 주말 점심시간 기준

■ 주말 점심시간 대 기준, 5월 대비 7월 동일 업체(중식, 피자, 한식) 비교 결과,

- 배달비가 인상된 업체들의 평균 인상 가격은 911원, 인하된 업체들의 평균 인하 가격은 1,123원

동일 업체에 대해 5월 대비 7월 배달비를 비교한 결과 평균 21.0%의 업체에서 배달비가 인상되었고, 평균 6.0%의 업체에서는 배달비가 하락하였다. 이중 배민1이 5월 대비 7월 배달비가 상승한 업체가 45.5%로 나타나, 절반가량의 음식업체에서 두 달 사이 배달비 인상이 이루어졌음을 확인할 수 있었다. 이는 배민1이 진행해 왔던 ‘1주년 할인 이벤트’가 종료된 것으로 인한 영향으로 분석되었다.

<표 4. 5월 대비 7월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과 >

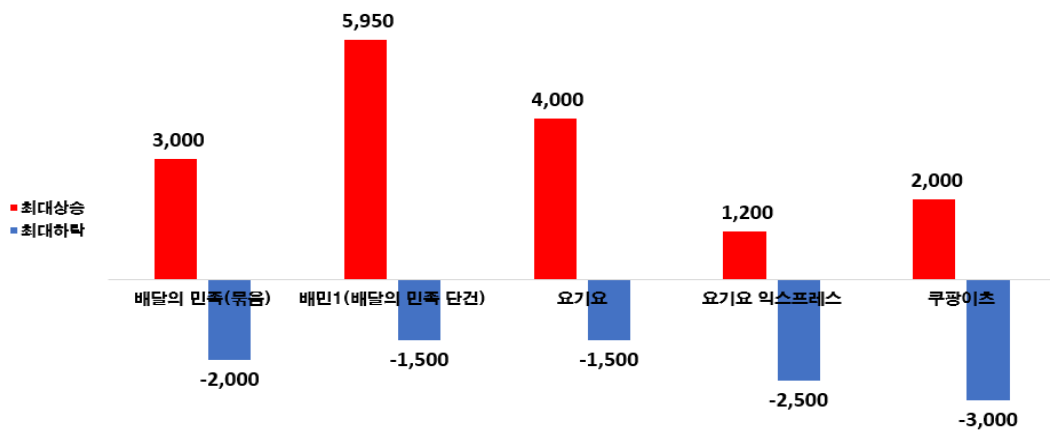
	배달의 민족(묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	12.2%	<b>45.5%</b>	9.6%	28.3%	9.4%	<b>21.0%</b>
하락한 업체	8.2%	7.0%	3.0%	5.0%	6.8%	<b>6.0%</b>
동일한 업체	79.6%	47.4%	87.3%	66.7%	83.8%	<b>73.0%</b>

배달의 민족(묶음)의 경우 5월 대비 7월 동일 업체에서 배달비가 인상된 경우 평균 1,021원이 인상된 것으로 조사되었고, 하락한 경우 평균 744원 하락한 것으로 나타났다. 배민1의 경우 5월 대비 7월 배달비가 인상된 경우 평균 837원 상승, 하락한 경우 평균 956원 하락한 것으로 나타났다. 요기요의 경우 5월 대비 7월 배달비가 상승한 곳은 평균 1,193원 상승, 하락한 경우 평균 720원 하락한 것으로 나타났다. 요기요 익스프레스의 경우 5월 대비 7월 배달비가 인상된 경우 894원 상승, 하락한 경우 1,667원 하락한 것으로 조사되었으며, 이는 배달요금을 할인한 일부 업체의 영향도 있었으나 별도의 정보 제공 없이 가격 변동을 한 경우가 많았던 것으로 나타났다. 쿠팡이츠의 경우 5월 대비 7월 배달비가 상승한 경우 평균 927원, 하락한 경우 평균 1,681원 하락한 것으로 조사되었으며, 하락한 곳 중 31.3%가 3,000원 이상 하락한 것으로 나타나 평균 배달비 하락이 금액이 약간 더 큰 것으로 분석되었다. 이들은 5월 조사 시 평균 5,000원대 배달비에서 7월 조사 시 평균 3,000원대로 하락하였으나, 할인 이벤트나 기타 배달비 하락의 이유를 쿠팡이츠 앱에서 제공하지 않고 있었다.

또한, 배민1의 배달비 인상 폭은 최대 5,950원이었고, 하락 폭은 최대 1,500원인 것으로 나타났으며, 요기요의 경우 배달비 인상 폭이 최대 4,000원, 하락 폭이 최대 1,500원인 것으로 나타나, 눈에 띄는 결과를 보였다.

<표 5. 5월 대비 7월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>

(단위: 원)



\* 주말 점심시간 기준

**동일 음식점이라도 93.7%가 배달앱 별로 배달비가 달라,  
단건 배달서비스가 묶음 배달서비스에 비해 반드시 비싸지는 않아,  
소비자들의 현명한 비교·선택 중요**

7월 배달비 조사 결과 전월 조사와 마찬가지로 최고 배달비가 많은 배달앱은 배민1(배달의 민족 단건), 쿠팡이츠, 배달의 민족(묶음) 순으로 나타났다. 또한 동일한 음식점임에도 배달앱 별로 배달비가 다른 경우가 93.7%로 높아 소비자들이 배달서비스 이용 시 배달앱 별 배달비 비교는 필수임을 확인할 수 있었다. 뿐만 아니라 본 협의회가 3월부터 7월까지의 배달비 데이터를 분석한 결과 2km 미만, 3km~4km 미만 배달 거리의 경우 단건 배달이 묶음 배달에 비해 유의미한 차이로 비쌌다. 반면 2km~3km 미만에서는 단건 배달과 묶음

배달비에 유의미한 차이가 없었으며 특히 쿠팡이츠의 가격이 이 거리 구간에서 저렴한 경우가 많았다. 격월로 동일한 업체의 배달비를 조사한 결과 5월 대비 7월에 배달비가 평균 113원 더 인상된 것으로 나타났으며, 평균 21.0% 업체에서 배달비를 올렸고, 6.0% 업체에서는 배달비가 인하되어 전체 업체 중 약 27.0% 업체의 배달비가 변경된 것으로 나타났으나 여전히 배달비 변동에 대한 근거나 변동 사실조차도 7월 배달앱에서는 알 수 없는 상황이었다. 음식업체와 배달앱이 공정한 경쟁으로 소비자들의 선택을 받으려는 의지가 있다면 단순히 가격만 제시하는 것이 아닌 가격 변동 사실이나 할인, 추가 요금에 대한 정보가 지금보다는 더 자세하고 친절하게 제공되어야 할 것이다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달서비스에 대한 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 환경 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달서비스 시장을 지속하여 모니터링할 계획이다. 끝.

---

회원단체

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