

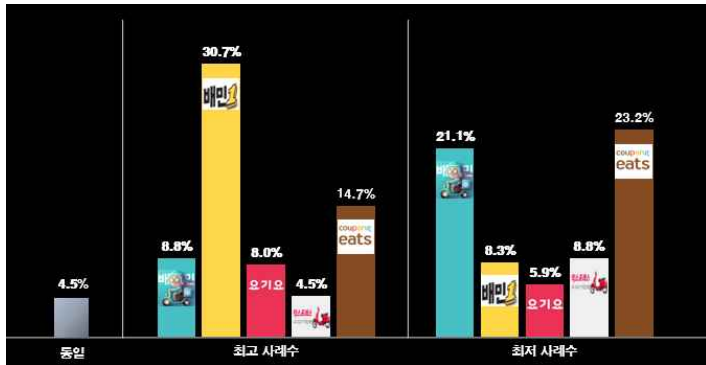
 한국소비자단체협의회 Korea National Council of Consumer Organizations	보도자료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
소비자 물가정보서비스	배포일시	2022년 9월 30일(금)
	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

7월 대비 9월 동일 음식점에서 40.5% 배달비 변동 배달앱의 배달비 정보 제공 불충분 문제 여전히 배달비 산정 기준의 투명한 공개, 강력히 촉구한다

한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 배달서비스 시장에 대한 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 환경 마련을 위해 정기적으로 배달서비스 가격 조사를 실시하고 있다. 9월에는 배달앱 별로 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심) 업종에서 배달 주문이 몰리는 주말 점심 12시~3시(9월 17일)와 배달 주문이 적은 시간대인 평일 오후 3시~6시(9월 6일) 총 2회에 걸쳐 소비자가 지불하는 배달비를 조사하였다.¹⁾

■ 주말 점심시간 최고 배달비, 배민1(배달의 민족 단건) > 쿠팡이츠 > 배달의 민족(묶음) 순

<표 1. 배달앱 및 배달서비스에 따른 배달비 비교>



소비자가 동일 조건에서 배달서비스를 이용할 때 지불하는 배달비를 비교한 결과, 배달앱, 배달서비스에 따라 배달비 차이가 나는 경우는 95.5%였다. 최고 배달비가 가장 많은 앱은 본 협회회의 이전 조사 결과들과 마찬가지로 배민1(배달의 민족 단건, 이하 배민1)이 30.7%로 가장 많았고 그다음으로는 쿠팡이츠가 14.7%로 많았다. 최저 배달비는 쿠팡이츠가

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(9월 17일) 점심시간과 소비자 이용이 비교적 적은 평일(9월 6일) 오후에 최소 주문액으로 주문 시 소비자가 지불하는 배달비에 대해 조사함.
9월 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.

23.2%로 배달비가 저렴한 경우가 가장 많았고 요기요가 5.9%로 가장 적었다. 요기요 익스프레스의 최저 배달비 사례 수는 7월 대비 3.1%p 더 높게 나타났는데 이는 모두 배달비 할인 이벤트를 진행하는 업체들이었다. 배달비 할인 금액은 대부분 300원이 많았으며 2,000원대의 할인 이벤트도 있었다.

배달 거리별로 분석한 결과 2km 미만 거리에서는 묶음 배달인 배달의 민족(묶음)과 요기요의 배달비 최빈값이 2,000원이었고 단건 배달인 배민1과 쿠팡이츠는 3,000원으로 조사되었다. 2km 이상~3km 미만 배달 거리에서 묶음 배달의 배달앱들은 2,000원~4,500원까지 최빈값이 다양하게 조사되었고 쿠팡이츠는 3,000원으로 조사되었다. 3km 이상~4km 미만 거리에서의 최빈 배달비를 비교하면 요기요가 가장 저렴한 것으로 조사되었다.

<표 2. 배달 거리에 따른 배달앱, 배달서비스별 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	2,000	5,500	3,000	6,600	2,000 (2,600)	5,500 (3,100)	3,000	4,000
2km~3km 미만	2,000/3,000/ 3,500/4,500	6,500	3,770	6,540	2,000/3,000 (3,600)	7,000 (4,100)	3,000	4,000
3km~4km 미만	4,500	6,500	5,310	8,300	4,000 (5,100)	7,000 (6,100)	6,000	7,000

* 주말 점심시간 기준

본 협회회의 조사에서 배달비 최고 사례 비율이 가장 높은 배민1은 3월 배달비 수수료 체계 조정 전 진행했던 할인 이벤트 기간이 지난 후에 배달비 최빈값이 770원 인상되었다. 또한 3km 이상~4km 미만 거리에서는 다른 앱과 달리 최고 8천 원대의 배달비가 조사되기도 하였다. 한편 대부분의 추가 배달팁은 2km를 초과한 경우 부과되나 일부 업체에서는 1.5km를 초과하면 추가 배달팁을 산정하고 있었다.

■ 주말 점심시간대 기준, 7월 대비 9월 동일 업체(중식, 피자, 한식) 비교 결과, - 배달비가 인상된 업체들의 평균 인상 가격은 812원, 인하된 업체들의 평균 인하 가격은 550원

<표 3. 7월 대비 9월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과>

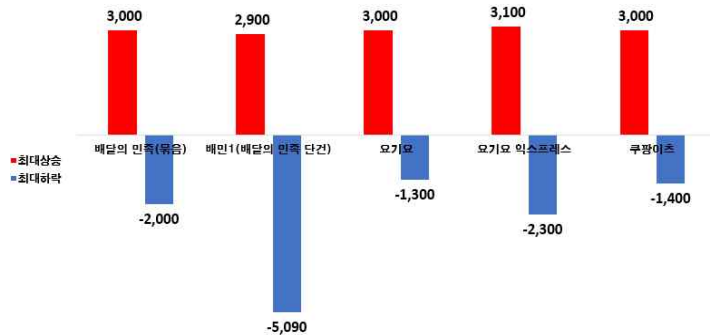
	배달의 민족(묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요	요기요 익스프레스	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	14.4%	17.9%	16.2%	10.4%	22.0%	16.2%
하락한 업체	17.8%	5.9%	7.0%	89.6%	1.3%	24.3%
동일한 업체	67.8%	76.2%	76.8%	0%	76.7%	59.5%

배달앱 별 동일 업체에 대해 7월 대비 9월 배달비를 비교한 결과, 조사 대상 업체 수의 평균 16.2% 업체에서 배달비를 인상하였고, 평균 24.3%의 업체에서는 배달비가 하락하였다. 배달비 인상이 가장 많았던 배달앱은 쿠팡이츠로 22.0% 업체의 배달비가 상승된 것으로 조사되었다. 쿠팡이츠의 인상 폭은 최소 300원부터 최대 3,000원까지였다. 배달비 하락이 가장 많았던 요기요 익스프레스는 평균 1,300원 상승, 하락한 경우 평균 349원 하락하였으며, 하락한 업체가 무려 89.6%로 나타났다. 이는 요기요 익스프레스의 배달비 할인 행사가 적용되었기 때문으로 보여진다. 이외에 배달의 민족(묶음)의 경우 평균 787원이 인상되었고, 하락한 경우는 평균 621원이 하락한 것으로 나타났다. 요기요는 평균 930원 상승, 하락한 경우는 평균 663원 하락하였다. 쿠팡이츠는 평균 757원 상승, 하락한 곳은 평균 750원 하락한 것으로 분석되었다. 또한 5개 앱의 최대 배달비 인상 폭은 3,000원대로 비슷하였고 하락 폭은 1,300원~2,300원 수준으로 조사되었다. 배민1은 평균 743원 상승하였고 평균 하락 금액은 756원으로 이는 최대 하락 업체를 제외한 금액이다. 다른 앱에 비해 최대 하락 폭이 유달리 크게 나타난 배민1은 1개 업체가 7월 대비 9월에 기본 배달비인 주문금액별 배달비 인하, 추가 배달팁의 기준 거리 및 단가 변경 등으로 5,090원을 인하한 사례였다.

<표 4. 7월 대비 9월, 동일 업체의 배달비 등락 결과>

(단위: 원)

* 주말 점심시간 기준



배달앱과 음식업체 서로간 배달비 인상 책임을 떠넘기는 사이 연유도 모른 채 배달비를 지불해야 하는 소비자들

9월 배달비 조사 결과 전월 조사와 마찬가지로 최고 배달비가 많은 배달앱은 배민1, 쿠팡이츠, 배달의 민족(묶음) 순으로 나타났다. 또한 동일한 음식점에서 두 달 사이 배달비가 변경된 경우가 40.5%로 나와 배달서비스 이용 시 배달비 비교가 필수임을 다시 한번 확인할 수 있었다. 이렇게 배달비 변동이 있음에도 불구하고 배달앱 내 배달비 관련 소비자 정보는 여전히 부족하다. 한 사례로 요기요 익스프레스에서는 배달비 할인 행사를 진행하고 있었으나 앱 페이지에서는 배달비 할인 금액만 기재 되어 있을 뿐 할인 기간, 할인 기준

등의 구체적인 정보는 제공되지 않고 있었다. 본 협의회가 배달업체에 문의한 결과, 비정기적으로 짧은 기간에만 진행되는 프로모션이기에 확인하기 어렵다는 답변뿐이었다. 소비자가 유일하게 배달비 정보를 접할 수 있는 공간에서조차 소비자의 알 권리는 무시되고 있는 것이다. 또한 배달비를 두고 음식 업체에서는 배달앱 수수료의 문제를 제기하고, 배달앱 측은 소비자가 부담하는 배달비 비중은 입점 업체가 정하는 것이라는 설명만 하며 높은 수준의 배달비 문제를 해결하기 위해 아무도 나서지 않고 있지 않다. 이처럼 서로에게 배달비 문제의 책임을 떠넘기는 동안 소비자는 정확한 연유도 모른 채 배달비를 지불해야 하는 열악한 상황에 놓여있다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 소비자가 유일하게 확인할 수 있는 배달앱 내 배달서비스에 대한 소비자 정보를 충분히 제공해 줄 것을 강력히 촉구하는 바이다. 끝.

회원단체

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