

 한국소비자단체협의회 Korea National Council of Consumer Organizations	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
	배포일시	2023년 5월 31일(수)
소비자 물가정보서비스	담당부서	한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060

5월 조사 결과, 배달앱에 따라 배달비 평균 약 1,600원 차이 3월 대비 5월, 배달업체의 14.1% 배달비 변동돼 정확한 정보 제공 없는 가격 변동은 소비자 혼란 야기할 수 있어

한국소비자단체협의회(회장 남인숙) 물가감시센터는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱을 이용하여 소비자가 배달 서비스를 이용할 때 지불하게 되는 배달비를 주말 점심 12시 ~ 3시에 조사하였다¹⁾.

■ 배달앱별 배달비 차이 평균 약 1,600원 차, 2km 미만 단거리에선 묶음 배달 2,000원, 단건은 3,000원이 가장 많아

주말 점심시간의 배달요금 비교 결과, 2km 단거리에서 배달의 민족(묶음), 요기요의 최빈 배달요금이 2,000원이었고 배민1과 쿠팡이츠는 3,000원인 경우가 가장 많았다.

<표 1. 배달 거리에 따른 배달앱, 배달 서비스에 따른 배달비 현황>

거리 구간	배달의 민족 (배달의 민족 묶음)		배민1 (배달의 민족 단건)		요기요 (요기요 익스프레스)		쿠팡이츠	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
	2km 미만	2,000	6,200	3,000	5,500	2,000 (2,900)	6,000 (3,900)	3,000
2km~3km 미만	3,000	6,200	3,770	6,450	3,000 (3,900)	7,000 (5,400)	3,000	4,000
3km~4km 미만	2,000/4,500	6,900	5,310	6,980	4,500 (-)	10,000 (-)	5,000/6,000	7,000

(단위 : 원)

* 주말 점심시간 기준

3km~4km 미만의 최빈 배달비는 대부분 4,500원 이상으로 조사되었으며 특히 쿠팡이츠는 5,000원/6,000원으로 높았다. 동일 음식점에서 배달앱별 배달비 차이는 최고 6,000원까지 차이가 났으며 평균 1,600원의 차이가 있는 것으로 나타났다.

전년(2022년 5월) 대비 최빈 배달비를 비교해 보면 배달의 민족(묶음)은 2km 미만에서 500원 하락했고, 배민1은 2km 이상 거리 구간의 최빈 배달비가 모두 상승하였다. 요기요는 3km 미만의

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(5월 13일) 점심시간에 최소 주문액으로 배달앱(배달의 민족, 요기요, 쿠팡이츠)을 이용하여 주문 시 소비자가 지불하는 배달비를 조사함. 본 협의회가 조사한 업종은 짬수 월에 치킨, 분식, 한식(점담 중심), 흡수 월에는 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심)으로 조사함.

각 거리 구간에서 각각 1,000원씩 상승하였고 쿠팡이츠는 3km 미만의 최빈 배달비는 변동이 없었으나 3km~4km 미만 배달비는 약 1,000원 이상 낮아진 것으로 조사되었다.

■ 주말 점심시간 배달비 조사 결과, 3월 대비 5월 평균 6.7% 업체가 가격 올려 - 배달의 민족(묶음)에서 상승, 하락 업체 가장 많아

<표 2. 3월 대비 5월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과>

	배달의 민족 (묶음)	배민1 (배달의 민족 단건)	요기요 (요기요 익스프레스)	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	9.9%	6.7%	6.3% (5.3%)	5.2%	6.7%
하락한 업체	10.5%	8.9%	7.0% (1.8%)	8.7%	7.4%
동일한 업체	79.6%	84.4%	86.7% (93.0%)	86.1%	85.9%

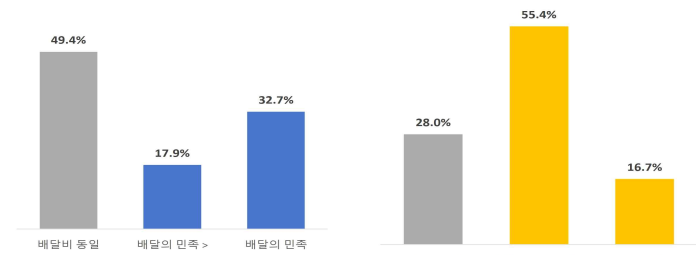
동일 음식점의 배달비를 3월과 비교한 결과, 배달서비스별 배달앱 내 배달비는 3월에 비해 평균 6.7% 업체가 가격을 올렸고, 7.4%의 업체는 가격을 내린 것으로 조사되었다. 배달의 민족(묶음)에서 배달비 상승·하락한 경우가 각각 9.9%, 10.5%로 다른 배달 서비스 앱에 비해 변동이 가장 많았다. 쿠팡이츠는 배달비를 올린 경우가 5.2%로 다른 배달 서비스 앱에 비해 가장 낮았다. 즉 평균 14.1% 업체가 배달비 변동을 보였는데, 정확한 정보가 뒷받침되지 않는 가격 변동은 소비자의 선택에 혼란을 줄 수 있다.

■ 배달 서비스별 비교 결과, 동일 업체에서 배민1이 쿠팡이츠보다 배달비 더 높은 경우 55.4%, 묶음 배달은 요기요(가게 배달)가 32.7% 더 높은 경우가 많아

4, 5월의 배달 서비스에 따른 동일 업체의 배달비를 비교해보았다. 묶음 배달 서비스에서 요기요가 배달의 민족(묶음)보다 배달비가 더 높은 경우는 32.7%, 배달의 민족(묶음)이 요기요보다 더 높은 경우는 17.9%였다. 단건 서비스에서는 배민1이 쿠팡이츠보다 더 높은 경우가 55.4%였으며 쿠팡이츠가 높은 경우는 16.7%였다.

한편, 4, 5월 조사 결과 중 배달 서비스를 무료로 제공하는 경우는 약 4.2%였다. 무료로 배달 서비스를 제공하는 업종은 중식, 피자, 한식이 많았으나 모든 배달앱에서 무료로 제공하기보다는 일부 배달앱에서만 무료인 경우가 대부분이었다.

<표 3. 배달 서비스별 배달비 비교 결과>



다양한 배달앱 할인이벤트 제공되지만

진정한 소비자 선택권 확대는

비교 가능한 정보 제공으로부터 기인하는 것 잊지 말아야

5월 배달비 조사 결과 2km 미만 거리 구간에서는 묶음 배달 서비스의 배달요금이 상대적으로 낮았고 2km 이상 거리 구간에서는 배민1의 최빈 배달비가 상대적으로 높은 것으로 조사되었다. 배달서비스에 따라 배달앱의 배달비 차이를 보면 동일 음식점에서 가장 높게는 6,000원, 평균 1,600원의 배달 요금의 차이가 있었다. 음식점체에서 소비자가 지불하는 최종 배달비 산정 시 배달앱 수수료 외에 다른 영향 요인을 고려하여 배달비를 차등화하는 경우가 많아 소비자들은 배달앱별 배달요금 및 메뉴 가격 비교를 꼼꼼히 해야 할 것이다.

최근에 배달앱 업체에서 소비자들의 배달비 부담을 낮추겠다고 배민1은 ‘한집 배달’ 과 ‘알뜰 배달’, 요기요는 구독서비스 ‘요기패스X’ 등 여러 배달 서비스와 할인 이벤트를 제시하고 있으나²⁾ 높아진 배달비로 인한 소비자 부담 완화의 효과는 아직 보이지 않고 있다.

다양한 서비스 상품은 소비자 선택의 폭을 넓힐 수 있으나, 서비스의 특징과 가격 비교가 용이한 환경이어야 소비자에게 혜택으로 이어질 수 있다. 그러나 배달 서비스 시장처럼 소비자에게 주어지는 정보가 비교적 적은 상황에서는 선택의 어려움만 더하는 것이 아닌지 우려스럽다.

한국소비자단체협의회(회장 남인숙)에서는 배달 서비스 시장에서 이어지고 있는 배달비 적정성 등의 논란에 대해 배달앱 업체와 음식점체에서 구체적 소비자 정보 제공을 촉구한다. 또한 배달비 부담에 대한 근본적인 해결을 위해 배달 서비스 시장의 각 주체들이 적극적으로 나서 주길 바란다. 끝.

회원단체

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

2) 본 협의회의 조사에서는 배민1의 ‘알뜰 배달’ 은 약 2%로 조사되어 분석에서 제외하였고 요기요의 서비스는 본 조사 기간 이후 출시한 서비스임.