 한국소비자단체협의회 Korea National Council of Consumer Organizations	<b>보 도 자 료</b>	
	보도일시 배포 시부터 보도 가능합니다.	
소비자 물가정보서비스	배포일시 <b>2023년 7월 31일(월)</b>	
	담당부서 한국소비자단체협의회 물가감시센터 ☎02-774-4060	

## 5월 대비 7월, 배달앱별 최빈 배달비 차이 발생 평균 5.4% 업체가 배달비 올리고 평균 6.5%는 배달비 내려 배달플랫폼별 배달서비스에 따른 배달비 변동 60~70% 존재

한국소비자단체협의회(회장 남인숙) 물가감시센터는 소비자 정보 제공 및 투명한 배달비 산정 마련을 위한 소비자 감시 활동 차원에서 배달앱을 이용하여 소비자가 배달서비스를 이용할 때 지불하게 되는 배달비를 주말 점심 12시 ~ 3시에 조사하였다<sup>1)</sup>.

### ■ 배달앱별 최빈 배달비, 2km 미만에서 배달의 민족(묶음)은 2,500원으로 5월 대비 500원 상승, 3~4km 미만에서는 쿠팡이츠가 1,100원 하락한 효과 보여

주말 점심시간의 배달요금 비교 결과, 2km 미만의 최빈 배달요금 중 배달의 민족(묶음)은 2,500원으로 5월 2,000원보다 500원 상승한 것으로 나타났다. 요기요는 2,000원, 배민1(한집배달)과 쿠팡이츠는 3,000원으로 5월의 최빈 배달요금과 동일했다. 2~3km 미만의 최빈 배달비는 5월과 동일했다. 배민 한집배달은 3,770원이 가장 많았고, 배달의 민족(묶음), 요기요, 쿠팡이츠는 3,000원이 가장 많았다. 3km~4km 미만의 최빈 배달요금 중 쿠팡이츠는 3,000원/ 6,900원으로 5월의 5,000원/6,000원과 비교할 때 1,100원 정도 하락한 것으로 나타났다.

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

(단위 : 원)

거리 구간	배달의 민족 (배달의 민족 묶음)		배민1 (한집배달)		배민1 (알뜰배달)		요기요 (요기요 익스프레스)		쿠팡이츠	
	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고	최빈	최고
2km 미만	2,500	6,200	3,000	6,000	2,100	2,700	2,000 (2,900)	6,000 (3,400)	3,000	4,000
2km~3km미만	3,000	7,200	3,770	7,540	3,640	3,940	3,000 (3,900)	8,000 (4,400)	3,000	4,000
3km~4km미만	2,000	6,900	5,310	6,980	3,940	3,940	4,500 (6,400)	10,000 (6,400)	3,000/ 6,900	7,000

\* 주말 점심시간 기준

1) 본 조사는 서울 전 지역 25개 구 각 2개 동의 특정 주소지를 선정, 소비자가 많이 이용하는 주말(7월 8일) 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(빚닭 중심), 홀수 월에는 중식, 피자, 한식(국밥, 도시락 중심)임.

### ■ 주말 점심시간 배달비 조사 결과, 5월 대비 7월 평균 5.4% 업체가 가격 올려 - 배민1(한집배달) 8.5%로 상승률 가장 높아

<표 2. 5월 대비 7월, 동일 업체 배달비 변동 비교 결과><sup>2)</sup>

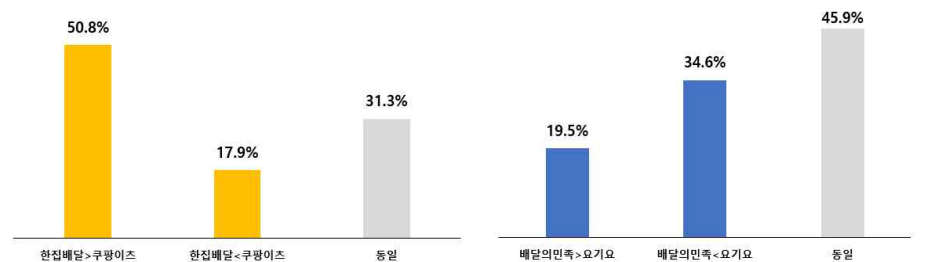
	배달의 민족 (묶음)	배민1 (한집배달)	요기요 (요기요 익스프레스)	쿠팡이츠	평균
상승한 업체	6.0%	8.5%	5.9%(0.0%)	6.4%	5.4%
하락한 업체	9.0%	5.4%	6.3%(8.3%)	3.6%	6.5%
동일한 업체	84.9%	86.1%	87.8%(91.7%)	90.0%	88.1%

동일 음식점의 배달비를 5월과 비교한 결과, 배달서비스별 배달앱 내 배달비는 5월에 비해 평균 5.4% 업체가 가격을 올렸고, 6.5%의 업체는 가격을 내린 것으로 조사되었다. 배민 한집배달에서 배달비 상승한 경우가 8.5%로 다른 배달서비스 앱에 비해 상승률이 높았다. 상승 최대 폭은 배달의 민족(묶음)과 쿠팡이츠의 3,900원이었으며 하락 최대폭은 요기요의 3,500원이었다. 이 같은 변동의 원인은 배달플랫폼 내의 이벤트나 할인 혜택 등에 따른 것으로 보이나, 명확한 정보 제공 없이 이루어지는 경우가 많아 소비자 혼란이 우려된다.

### ■ 동일업체의 배달서비스별 비교 결과, 배민 한집배달이 쿠팡이츠보다 배달비 더 높은 경우 50.8%, 요기요가 배달의 민족(묶음)보다 높은 경우 34.6%

배달서비스에 따른 동일 업체의 배달비를 비교해보았다. 단건 서비스에서 배민1(한집배달)이 쿠팡이츠보다 배달비가 높은 경우는 50.8%, 쿠팡이츠가 배민1(한집배달)보다 높은 경우는 17.9%로 나타났다. 묶음 배달 서비스에서 요기요가 배달의 민족(묶음)보다 배달비가 더 높은 경우는 34.6%, 배달의 민족(묶음)이 요기요보다 더 높은 경우는 19.5%였다. 배달 플랫폼별 배달서비스에 따른 배달비의 변동은 여전히 60~70% 정도 존재하므로, 소비자들은 자신이 어떤 배달서비스를 선택할 것인지를 고려하면서 배달비를 비교하여 합리적 소비를 하는 것이 필요할 것이다.

<표 3. 배달서비스별 배달비 비교 결과>



(단건 서비스)

(묶음 서비스)

2) 23년 5월은 배민1(알뜰배달) 개수가 많지 않아 7월과의 비교 대상에서 제외함.

**배달비 변동 발생해도 그 원인을 소비자는 알 수 없어**  
**배달서비스 시장의 지속적 성장·확대의 원동력은**  
**소비자를 향한 투명하고 정확한 정보 제공임을 잊지 말아야**

통계청에 따르면 지난 5월 배달 등 음식 서비스 거래액은 2조 1,844억원으로 전년 동월 대비 3.1% 늘었다. 여름철 폭우, 폭염과 휴가철로 인해 거래 수요는 당분간 늘어날 것으로 보인다. 그러나 배달서비스를 이용하는 소비자들의 높은 수요에도 불구하고 단기간에 급상승한 배달서비스 시장은 소비자에게 충분한 정보를 제공하지 않는 것으로 보인다. 매월 5% 이상의 배달비의 변동이 발생하는 점, 할인 등 이벤트를 출시 및 종료 여부가 불투명한 점 등이 그 예이다. 현재의 거리별 최빈 배달요금은 2km 미만에서는 2,000~3,000원대로, 2~3km 미만에서는 3,000원~4,000원대로, 3~4km 미만에서는 2,000원대부터 6,000원대까지로 구성되어 있지만, 언제 어느 구간에서 변동이 발생할지 소비자로서는 알 수 없다. 배달앱에서 보여주는 금액대로 소비자는 지불할 수 있을 뿐이다.

배달서비스 시장은 소비자들이 원하는 시간에 원하는 음식을 배달받을 수 있게 해주었다는 점에서 거래 편의성에 상당한 영향을 끼쳤다. 다만, 배달비 산정이나 배달비 구성요소 등에 대해서 공정함과 투명성이 담보된다면 소비자들의 사후 재이용률도 높아질 것으로 보인다.

한국소비자단체협의회(회장 남인숙)에서는 배달 서비스 시장의 배달앱 업체와 음식업체에서 구체적인 소비자 정보를 제공하기를 바란다. 또한 배달비 부담에 대한 근본적인 해결을 위해 배달 서비스 시장의 각 주체들이 적극적으로 나서주길 바란다. 끝.

---

**회원단체**

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