

ISSN: 2800-051X

HankookResearch

한국리서치 주간리포트(제254-1호)

여론속의 여輿論論

기획: 코로나19 이후 배달앱 어떻게 이용하세요?
- 배달앱·배달비 인식조사

2023. 11. 08.

담당자 박세준 연구원

전화 | 02-3014-0794

e-mail | sjpark@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정가지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정가지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

이동한 수석연구원

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

연구진

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057

e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062

e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

코로나19 이후 배달앱 어떻게 이용하세요?

- 배달앱·배달비 인식조사

주요 결과

- 엔데믹과 높은 배달비 등을 이유로 지난해부터 배달앱 이용자 수는 감소 추세였지만, 최근 몇 달간 이용자 수가 다시 반등함에 따라 배달앱 이용률이 회복 국면에 접어들었다는 분석이 나오고 있다.¹⁾ 업계 관계자는 배달앱의 새로운 서비스 출시 및 다양한 할인 프로모션이 이용률 회복에 영향을 미쳤다고 분석하고 있으나, 그럼에도 불구하고 배달비가 부담스럽다는 이용자들의 목소리는 여전하다.
- 한국리서치 <여론 속의 여론>팀은 코로나19 이후 시민들이 배달앱을 어떻게 이용하는지를 파악하고 배달비에 대해서는 어떻게 생각하고 있는지를 알아보고자 지난 9월 8일~11일 전국 만 18세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 조사를 진행했다.
- 최근 6개월, 배달앱 이용 경험 있다는 응답은 80%로 지난해 조사와 유사한 수준이다.
- 코로나19 유행 시기 대비 배달앱 이용횟수 ‘감소’(38%) 응답과 ‘변화 없다’(37%)는 응답이 가장 많다.
- 코로나19 당시와 비교해 배달비 이슈는 여전하다. 전체 응답자 중 84%는 ‘배달비 비싼 편’이다, 배달앱 이용자 72%는 ‘배달비 부적절하다’는 인식이다.
- 때문에, 79%는 배달비가 비쌀 경우 우선 다른 방법을 찾아본 후 주문을 결정하는 편이다.
- 배달비 부담을 줄이고 비용을 낮추기 위해 ‘공공배달앱’ 출시, ‘배달비 공시제’ 운영 중이나 이용해본 사람이 적고(공공배달앱 이용 22%, 배달비 공시제 확인 10%) 배달비 경감에 도움 될 수 있을지 의문이다.

1) 뉴스투데이, [관점뉴스] 발길돌린 고객 다시 잡은 배달앱 3사…하반기 실적개선 전망은, 2023.09.19

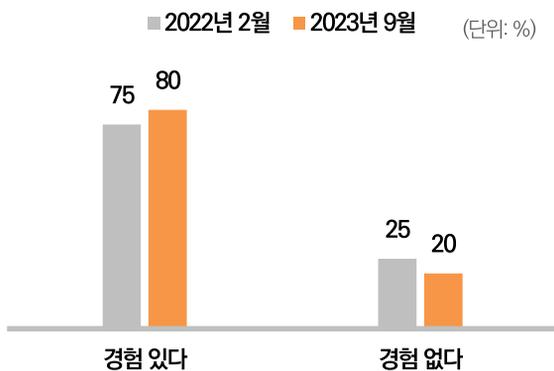


최근 6개월 배달앱 이용률과 라이프스타일 변화에 따른 배달앱 이용 상황

**최근 6개월 배달앱을 통해 주문해본 '경험 있다' 80%,
코로나19 유행 시기 대비 이용 횟수 '감소' 38%**

최근 6개월 내 배달앱을 통해 음식, 디저트, 음료(이하 음식 및 음료)를 주문해본 경험이 있다는 응답은 80%로 [지난해 2월 조사](#)(75%)와 유사한 수준이었다. 한편, 코로나19 유행 시기와 비교해 배달앱 이용 횟수에 대해 '감소'(38%) 또는 '변화 없었다'(37%)는 응답이 상대적으로 높다. 연령별로는 60세 이상(43%)에서는 이용 횟수 감소 응답이, 20대(30%)는 이용 횟수 증가 응답이 상대적으로 높다.

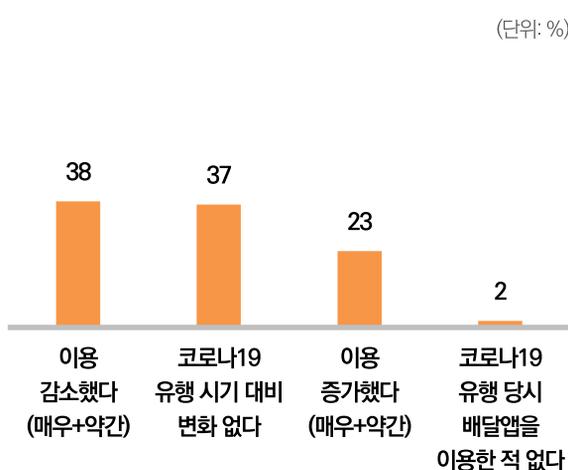
최근 6개월 배달앱 이용 경험, 지난해와 유사한 수준



| 연령 | 2023년 9월 조사 | 사례수 (명) | 경험 있다 | 경험 없다 | 계 |
|--------|-------------|---------|-------|-------|-----|
| 전체 | | (1,000) | 80 | 20 | 100 |
| 18-29세 | | (164) | 94 | 6 | 100 |
| 30대 | | (151) | 95 | 5 | 100 |
| 40대 | | (180) | 89 | 11 | 100 |
| 50대 | | (194) | 83 | 17 | 100 |
| 60세 이상 | | (311) | 58 | 42 | 100 |

질문: 최근 6개월 내 귀하께서는 음식 배달 전문 플랫폼의 앱을 통해 음식, 디저트, 음료(이하 음식 및 음료)를 배달 시킨 적이 있으십니까?
 응답자 수: 각 조사별 1,000명
 조사기간: 2022. 2. 11. ~ 2. 14. // 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

코로나19 유행 시기 대비 이용 횟수 '감소(38%)'
또는 '변화 없음(37%)' 응답이 가장 많아



| 연령 | 배달앱 이용자 | 사례수 (명) | 이용 감소 (매우+약간) | 코로나19 유행 시기 대비 변화 없다 | 이용 증가 (매우+약간) | 코로나19 유행 당시 배달앱을 이용한 적 없다 | 계 |
|--------|---------|---------|---------------|----------------------|---------------|---------------------------|-----|
| 전체 | | (798) | 38 | 37 | 23 | 2 | 100 |
| 18-29세 | | (154) | 34 | 34 | 30 | 2 | 100 |
| 30대 | | (143) | 42 | 36 | 21 | 1 | 100 |
| 40대 | | (160) | 38 | 40 | 21 | 1 | 100 |
| 50대 | | (161) | 35 | 39 | 24 | 2 | 100 |
| 60세 이상 | | (181) | 43 | 34 | 18 | 5 | 100 |

질문: 정부는 지난 2023년 6월 1일부로 코로나19 위기경보 단계를 '심각'에서 '경계'로 낮추면서 '엔데믹'을 선언했습니다. 귀하께서는 코로나19 유행 당시와 비교해서 배달앱 이용 횟수에 변화가 있으셨습니까?
 응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명
 조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

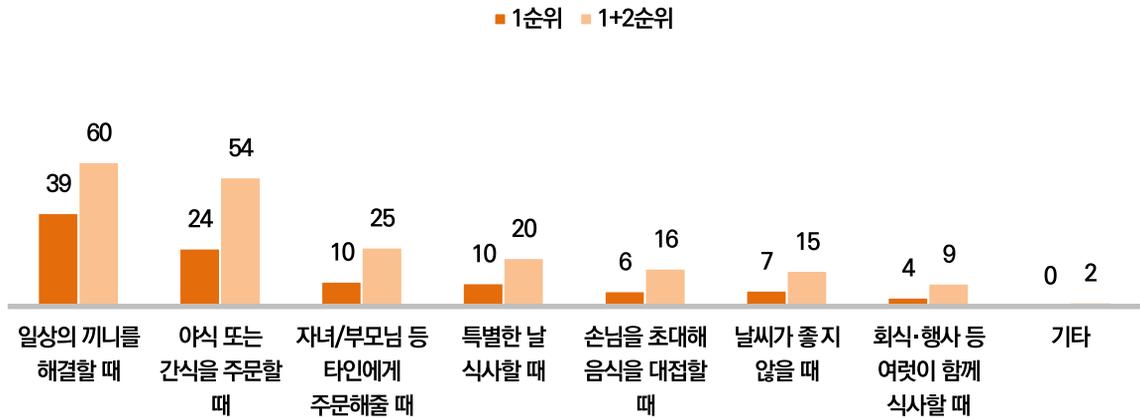
라이프스타일 변화, 서로 다른 배달앱 이용 상황: 2030 일상의 끼니 해결 vs 60세 이상 특별한 날의 식사

한편, 배달앱 이용자들이 주로 어떤 상황에서 주문하는지 조사한 결과, '일상의 끼니 해결을 위해'라는 응답이 60%(1+2순위)로 가장 높은 가운데, '야식 또는 간식을 주문할 때(54%)', '자녀·부모님 등 타인에게 주문해줄 때(25%)' 등의 순으로 나타났다. 특히 '끼니 해결' 응답은 2·30대(18~29세 77%, 30대 71%)와 1인 가구(71%), 학생층(71%), 3~4일에 1회 이상 배달앱 이용층(76%)에서 상대적으로 높다. 반면, '자녀·부모님 등 타인에게 주문해줄 때'는 40대(39%)와 주부층(32%)에서, '특별한 날 식사 할 때'는 60세 이상(32%)에서 상대적으로 높아 연령대별로 이용 상황이 상이하다. 이제는 2·30대와 1인 가구에 있어서 '배달앱'은 일상의 끼니까지도 해결해줄 수 있는 수단으로 자리 잡아, 라이프스타일 변화를 보여주고 있다.

(단위: %)

배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문 하는 상황

일상의 끼니 해결(60%) > 야식·간식 주문(54%) > 타인에게 주문해줄 때(25%) 순으로 높아



질문: 귀하께서는 주로 어떤 상황에서 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문하시는 편이십니까? 자주 주문하시는 상황을 순서대로 2가지 응답해주세요.

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

연령대별 배달앱 이용 상황이 달라

2·30대 ‘일상의 끼니 해결’ vs 40대 ‘타인에게 주문해줄 때’ vs 60대 ‘특별한 날 식사할 때’

(단위: %)

| 배달앱 이용자 | 사례수 (명) | 일상의 끼니를 해결할 때 | 야식 또는 간식을 주문할 때 | 자녀/부모님 등 타인에게 주문해줄 때 | 특별한 날 식사할 때 |
|-------------------------|--------------|---------------|-----------------|----------------------|-------------|
| 전체 | (798) | 60 | 54 | 25 | 20 |
| 연령 | | | | | |
| 18-29세 | (154) | 77 | 57 | 16 | 18 |
| 30대 | (143) | 71 | 51 | 16 | 14 |
| 40대 | (160) | 62 | 49 | 39 | 16 |
| 50대 | (161) | 56 | 59 | 26 | 18 |
| 60세 이상 | (181) | 39 | 53 | 25 | 32 |
| 직업 | | | | | |
| 자영업 | (60) | 49 | 64 | 25 | 14 |
| 판매/영업/서비스 | (70) | 50 | 57 | 20 | 34 |
| 생산/기능/노무 | (75) | 58 | 61 | 27 | 14 |
| 사무/관리/전문 | (246) | 64 | 52 | 22 | 14 |
| 주부 | (117) | 65 | 46 | 32 | 22 |
| 학생 | (61) | 71 | 63 | 14 | 25 |
| 기타 | (67) | 57 | 48 | 34 | 19 |
| 무직/퇴직 | (94) | 58 | 52 | 23 | 26 |
| 가구원 수 | | | | | |
| 1인 | (115) | 71 | 47 | 16 | 17 |
| 2인 | (202) | 47 | 54 | 19 | 25 |
| 3인 | (226) | 61 | 54 | 25 | 21 |
| 4인 이상 | (255) | 65 | 57 | 32 | 17 |
| 최근 6개월 배달앱 이용 빈도 | | | | | |
| 3~4일에 1회 이상 | (150) | 76 | 53 | 27 | 14 |
| 주 1회 정도 | (195) | 63 | 64 | 22 | 19 |
| 월 1회 이상 | (380) | 55 | 53 | 24 | 21 |
| 3~6개월 1회 이상 | (75) | 46 | 33 | 27 | 33 |

질문: 귀하께서는 주로 어떤 상황에서 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문하시는 편이십니까? 자주 주문하시는 상황을 순서대로 2가지 응답해주세요.

비고: 1+2순위 응답 기준으로, 응답 비율이 20% 이상인 보기 값만 제시 함

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

2

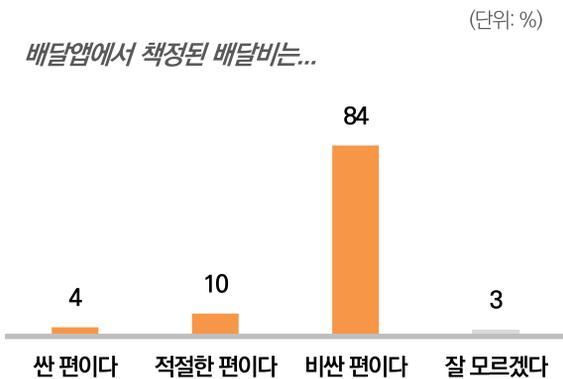
비싼 배달비와 비용 부담을 줄이기 위한 소비자의 합리적 방안

전체 응답자 84%, 배달비 ‘비싼 편이다’, 배달앱 이용자 72%, ‘내가 자주 쓰는 앱의 배달비 책정 부적절’하다 인식

배달앱은 일상의 끼니까지도 해결해주는 좋은 수단이지만, 이를 위해 지불해야하는 배달비는 여전히 부담스럽다. 전체 응답자의 84%는 배달비가 ‘비싼 편’이라고 답했으며, 특히 ‘비싼 편’이라는 응답은 ‘배달앱 미이용자(89%)’ 층과 주 사용 배달앱에 대해 ‘불만족’하는 층(88%)에서 상대적으로 높다.

이어서, 배달앱 이용자를 대상으로 책정된 배달비의 적절성을 질문한 결과, ‘부적절하다’는 응답이 72%로 가장 높아 지난해 조사 결과(66%) 대비 6%포인트 상승해, 배달비 이슈는 여전히 보인다. 특히, ‘부적절’ 응답은 코로나19 시기 대비 이용 횟수 ‘감소’ 층(82%)과 주 사용 배달앱에 ‘불만족’하는 응답자 층(88%)에서 상대적으로 높았다. 코로나19 이후 배달앱 이용자가 감소한 이유가 부적절한 배달비 때문일 수도 있다는 것을 보여주는 결과이다.

전체 응답자의 84%, 평소 배달비 ‘비싼 편’ ‘적절하다’는 응답은 10%에 그쳐

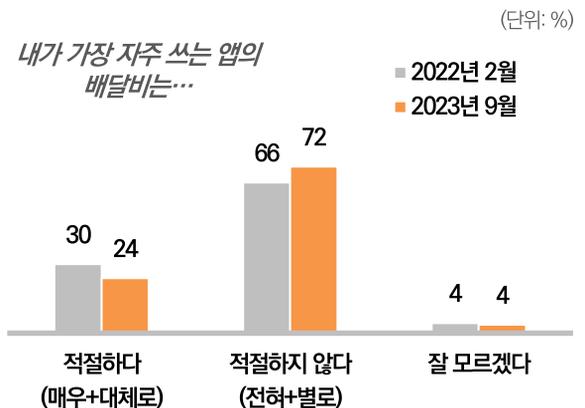


질문: 귀하께서는 평소 배달앱에서 책정된 배달비에 대해서 비싸다고 생각하십니까, 싸다고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

가장 많이 이용하는 배달앱의 배달비 부적절 72% 지난해 대비 부적절 응답 소폭 증가



질문: 귀하께서 가장 많이 이용하시는 배달앱을 기준으로 응답해주세요. 가장 많이 이용하시는 배달앱에서 책정된 배달비에 대해서 평소 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 (2023년 798명, 2022년: 745명)

조사기간: 2022. 2. 11. ~ 2. 14. // 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

배달앱 이용 경험 유무, 만족도 등과 관계없이 배달비 비싸다는 인식 높아

(단위: %)

| 전체 | 사례수 (명) | 싼 편이다 (매우+대체로) | 적절한 편이다 | 비싼 편이다 (매우+대체로) | 잘 모르겠다 | 계 |
|------------------------|---------|-------------------|---------|--------------------|--------|-----|
| 전체 | (1,000) | 4 | 10 | 84 | 3 | 100 |
| 배달앱 이용 경험 | | | | | | |
| 있음 | (798) | 4 | 11 | 82 | 2 | 100 |
| 없음 | (202) | 2 | 2 | 89 | 6 | 100 |
| 코로나19 시기 대비 이용량 | | | | | | |
| 이용 횟수 감소 | (307) | 5 | 9 | 85 | 1 | 100 |
| 변화 없음 | (292) | 3 | 14 | 82 | 2 | 100 |
| 이용 횟수 증가 | (181) | 5 | 13 | 80 | 2 | 100 |
| 배달비 적절성 | | | | | | |
| 적절 | (191) | 3 | 45 | 51 | 1 | 100 |
| 부적절 | (578) | 5 | 1 | 94 | 0 | 100 |
| 잘 모르겠음 | (29) | 5 | 3 | 51 | 41 | 100 |
| 주 사용 배달앱 만족도 | | | | | | |
| 만족 | (396) | 3 | 14 | 82 | 1 | 100 |
| 보통 | (318) | 6 | 11 | 81 | 2 | 100 |
| 불만족 | (84) | 5 | 4 | 88 | 3 | 100 |

질문: 귀하께서는 평소 배달앱에서 책정된 배달비에 대해서 비싸다고 생각하십니까, 싸다고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

코로나19 시기보다 배달앱 이용 감소한 사람 중 82%가 '배달앱이 책정한 배달비 적절하지 않다'

(단위: %)

| 배달앱 이용자 | 사례수 (명) | 적절하지 않다 (전혀+별로) | 적절하다 (대체로 + 매우) | 잘 모르겠다 | 계 |
|------------------------|---------|--------------------|--------------------|--------|-----|
| 전체 | (798) | 72 | 24 | 4 | 100 |
| 코로나19 시기 대비 이용량 | | | | | |
| 이용 횟수 감소 | (307) | 82 | 17 | 2 | 100 |
| 변화 없음 | (292) | 72 | 23 | 5 | 100 |
| 이용 횟수 증가 | (181) | 57 | 39 | 3 | 100 |
| 주 사용 배달앱 만족도 | | | | | |
| 만족 | (396) | 68 | 29 | 2 | 100 |
| 보통 | (318) | 74 | 21 | 5 | 100 |
| 불만족 | (84) | 88 | 7 | 5 | 100 |

질문: 귀하께서 가장 많이 이용하시는 배달앱을 기준으로 응답해주세요. 가장 많이 이용하시는 배달앱에서 책정된 배달비에 대해서 평소 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명 (2022년: 745명)

조사기간: 2022. 2. 11. ~ 2. 14. // 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

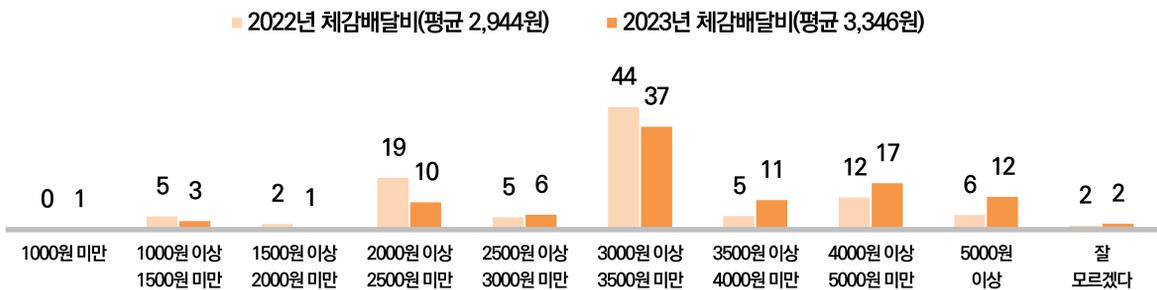
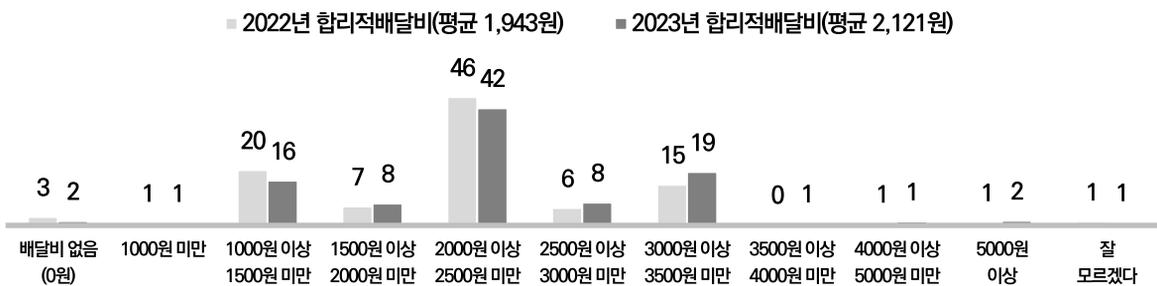
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

합리적인 배달비: 평균 2,121원 vs 체감하는 배달비: 평균 3,346원 지난해 대비 금액 차이 증가

배달앱 이용자 기준, '합리적'이라고 생각하는 배달비는 평균 2,121원이었으며, 이어서 실제로 '체감하고 있는 배달비'는 평균 3,346원 수준으로 지난해 2월 조사 대비 두 평균 금액은 모두 늘었다. 그러나 '체감' 배달비와 '합리적' 배달비의 차이는 지난해 조사 결과 대비 22%(224원) 증가해 소비자들의 체감 비용과 합리적 비용의 간극은 더 벌어진 것으로 보인다. 앞서, 배달앱 이용자의 74%가 배달비가 부적절하다고 응답했기 때문에 비용 간극이 더 벌어진 것은 배달앱 입장에서 결코 좋지 않은 상황이다.

'합리적으로 생각하는 배달비'와 '체감하고 있는 배달비' 모두 지난해 조사 대비 평균 금액이 증가

(단위: %)



질문1: 합리적배달비: 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문할 때, 배달주문 1회를 기준으로, 귀하께서 생각하시는 합리적인 배달비는 얼마입니까?

질문2: 체감배달비: 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문하실 때, 배달주문 1회를 기준으로 평균적으로 얼마의 배달비를 지불하고 있다고 생각하십니까?

응답자 수: (합리적 배달비) 최근 6개월 배달앱 이용자 (2023년 798명, 2022년 745명)

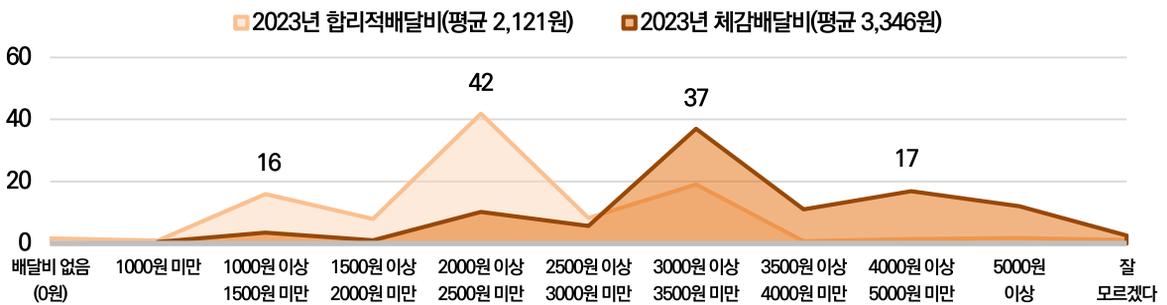
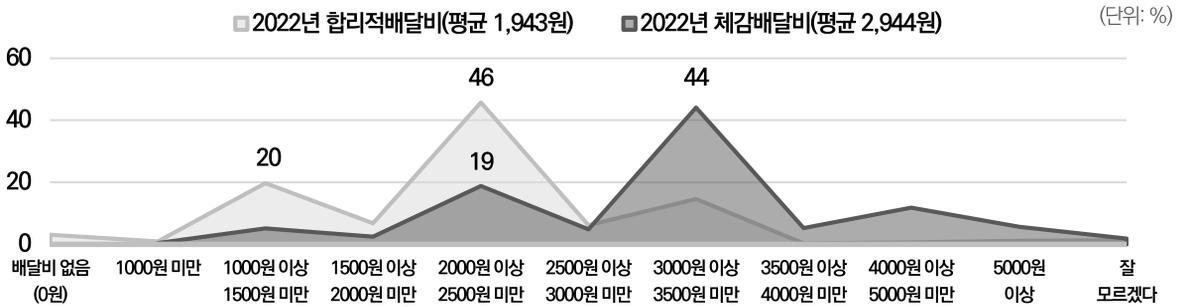
(체감 배달비) 최근 6개월 배달앱 이용자 (2023년 798명, 2022년 745명)

조사기간: 2022. 2. 11. ~ 2.14. // 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

체감 배달비 - 합리적 배달비 = 1,225원
 지난해 조사 결과 대비 22%(224원) 증가해 간극 더 벌어져

2022 체감 배달비 - 합리적 배달비 = 1,001원
 2023 체감 배달비 - 합리적 배달비 = 1,225원



질문1: 합리적배달비: 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문할 때, 배달주문 1회를 기준으로, 귀하께서 생각하시는 합리적인 배달비는 얼마입니까?
 질문2: 체감배달비: 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문하실 때, 배달주문 1회를 기준으로 평균적으로 얼마의 배달비를 지불하고 있다고 생각하십니까?

응답자 수: (합리적 배달비) 최근 6개월 배달앱 이용자 (2023년 798명, 2022년 745명)
 (체감 배달비) 최근 6개월 배달앱 이용자 (2023년 798명, 2022년 745명)

조사기간: 2022. 2. 11. ~ 2.14. // 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

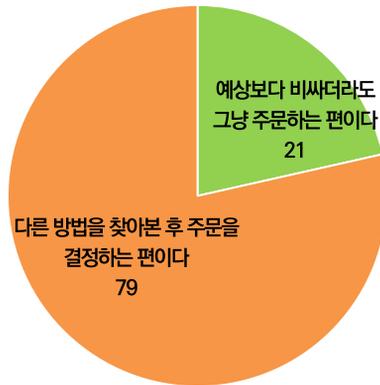
전체 응답자 79%, 배달비가 비쌀 경우 '다른 방법을 찾아본 후 주문을 결정'하는 편

한편, 배달앱 이용자들은 배달비 부담을 줄이기 위해 나름의 방법으로 대응하고 있다. 배달비가 예상보다 비쌀 경우, 이용자 79%는 '다른 방법을 우선 찾아본 후 주문을 결정하는 편'이라고 응답한 반면, 이용자 21%는 '그냥 주문한다'고 응답했다.

이어서, 배달앱 이용자들이 시도해 본 다른 방법을 조사한 결과, '할인 혜택·이벤트 활용' 응답이 52%로 가장 높았고, 이어서 '배달비가 더 낮은 음식점으로 대체 주문' 43%, '배달앱을 이용 안하고 직접 전화주문·방문포장' 38% 등의 순이다. 마찬가지로 시도해본 방법에도 연령대별 차이가 있었는데, 2·30대(18~29세 55%, 30대 59%)는 '다른 음식점으로 대체 주문'한다는 응답이 상대적으로 높게 나타난 반면, 60세 이상(51%)에서는 '배달앱을 이용하지 않고 매장에 직접 전화 주문하거나 방문 포장을 이용한다'는 응답이 상대적으로 높다. 이는 연령대별로 배달비에 대한 민감도나 휴대폰·앱 사용의 익숙한 정도가 달라서 나타나는 대응 방식의 차이라고 해석해 볼 수 있다.

배달비가 비쌀 경우 응답자 대부분 '다른 방법을 찾아본 후 주문을 결정'하는 편

(단위: %)



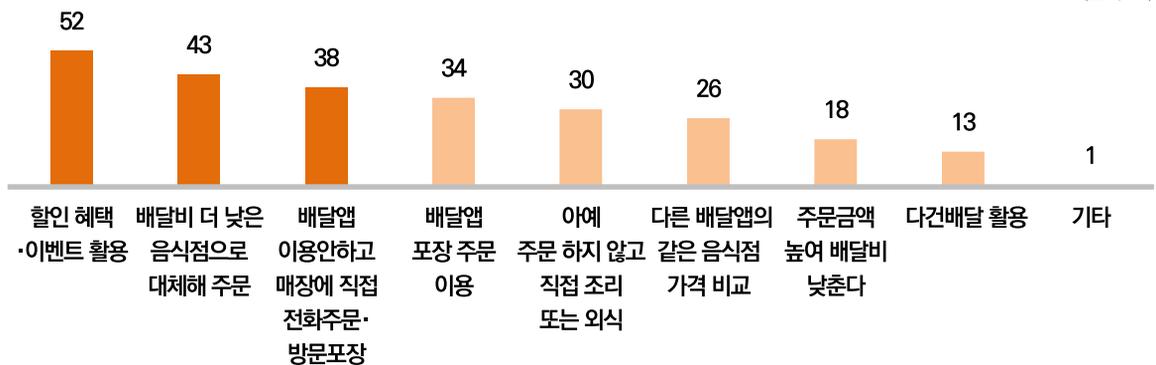
질문: 배달앱을 통해 음식 및 음료를 주문할 때, 예상보다 배달비가 비쌀 경우 귀하께서는 주로 어떤 결정을 내리시는 편입니까?

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

시도해 본 다른 방법은 '할인 혜택·이벤트 활용(52%)' > '배달비 더 낮은 음식점으로 대체(43%)' > '배달앱 이용안하고 직접 전화주문·방문포장(38%)' 등의 순

(단위: %)



질문: 그렇다면, 예상보다 배달비가 비쌀 경우, 다음 중 귀하께서 시도해 본 방법은 무엇입니까? 시도해본 적 있는 방법을 모두 선택해 주세요.

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

예상보다 배달비 비쌀 때, 2030세대는 할인 혜택·이벤트 활용 또는 배달비가 더 낮은 음식점으로 대체해 주문한다
60세 이상은 배달앱 이용하지 않고 매장에 직접 전화주문 또는 포장

(단위: %)

| 배달앱 이용자 | 사례수 (명) | 할인 혜택 또는 이벤트를 활용한다 | 배달비가 더 낮은 음식점으로 대체해 주문한다 | 배달앱을 이용하지 않고 매장에 직접 전화주문 또는 방문포장 한다 | 배달앱의 포장 주문을 이용한다 | 아예 주문을 하지 않고 직접 조리하거나 나가서 먹는다 | 다른 배달앱의 같은 음식점을 검색해 가격을 비교한다 |
|-----------------|--------------|--------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------------|-------------------------------|------------------------------|
| 전체 | (798) | 52 | 43 | 38 | 34 | 30 | 26 |
| 연령 | | | | | | | |
| 18~29세 | (154) | 66 | 55 | 23 | 43 | 36 | 25 |
| 30대 | (143) | 44 | 59 | 29 | 38 | 34 | 30 |
| 40대 | (160) | 53 | 32 | 44 | 38 | 22 | 26 |
| 50대 | (161) | 53 | 37 | 40 | 27 | 26 | 27 |
| 60세 이상 | (181) | 44 | 34 | 51 | 26 | 30 | 24 |
| 사용 배달앱 수 | | | | | | | |
| 1개 | (299) | 42 | 39 | 44 | 32 | 31 | 0 |
| 2개 | (397) | 55 | 45 | 36 | 33 | 29 | 38 |
| 3개 이상 | (103) | 67 | 46 | 29 | 42 | 27 | 58 |

질문: 예상보다 배달비가 비쌀 경우, 다음 중 귀하께서 시도해 본 방법은 무엇입니까? 시도해본 적 있는 방법을 모두 선택해 주세요.

비고: 응답 비율이 20% 이상인 보기 값만 제시 함

응답자 수: 최근 6개월 배달앱 이용자 798명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

3

배달비 부담 경감을 위한 공공분야의 대응과 소비자 평가

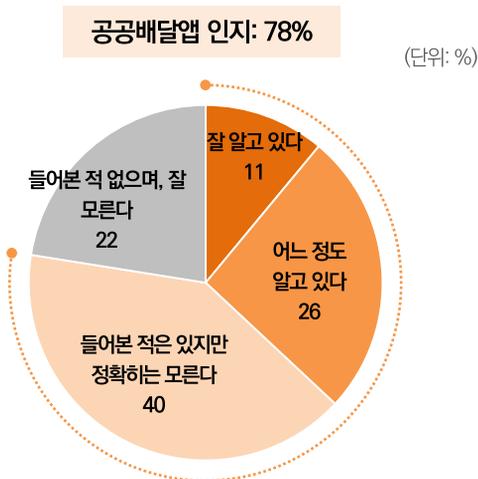
공공배달앱 이용자: 배달비 부담 경감 도움 된다 64% vs 도움 안된다 29% 공공배달앱 만족도: 만족 36% vs 보통 41% vs 불만족 22%

일부 지방자치단체에서는 민간 배달앱 대비 가맹점에는 낮은 중개 수수료를 부과하고, 소비자들에게는 배달비 부담을 낮추기 위한 취지로 자체적으로 배달앱 개발을 발주해 운영하거나, 민간업체에 위탁해 운영하는 '공공배달앱'을 출시해 운영하고 있다.

전체 응답자의 78%는 공공배달앱을 '알고 있거나 들어본 적 있다'(이하 인지자)고 응답했지만, 공공배달앱 인지자의 22%만이 실제로 공공배달앱을 이용해본 경험이 있는 것으로 나타났다. 한편, 전체 응답자에게 공공배달앱이 배달비 부담을 경감시키는데 도움될 수 있는지 질문한 결과 '도움 된다' 58%, '도움 안된다' 18%, '잘 모르겠다' 23%로 나타났다. '도움 안된다'는 응답은 공공배달앱 이용자에서는 30%를 보인 반면, 미이용자에서는 18%로 나타나 이용자들은 상대적으로 도움 정도에 부정적이었다.

실제 앱 이용자는 '도움 안된다'는 응답이 높았다는 점과 공공배달앱의 만족도도 그다지 높지 않았다는 점에서, 공공배달앱이 민간배달앱의 대안으로 자리 잡기 위해서는 서비스 개선이 필요해 보인다.

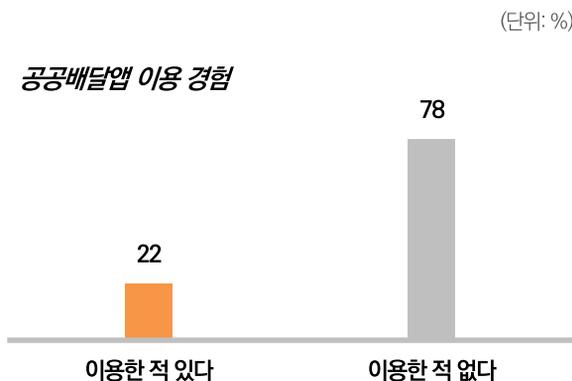
전체 응답자 10명 중 8명(78%)은 공공배달앱을 알고 있거나, 들어본 적 있지만...



질문: '공공배달앱'이란, 지방자치단체가 앱 개발을 발주해 직접 운영하거나, 민간업체에 위탁해 운영하는 배달앱으로, 공공배달앱 가맹점에는 민간 앱 대비 낮은 중개 수수료(광고 수수료)를 부과하고, 소비자에게는 할인 쿠폰을 제공해 비용 부담을 낮추자는 취지로 출시되었습니다. 귀하께서는 '공공배달앱'을 알고 계십니까?

응답자 수: 1,000명
조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

실제 공공배달앱 이용자는 상대적으로 적어(22%)

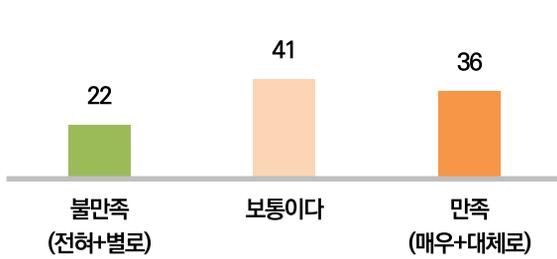


질문: 귀하께서는 공공배달앱을 이용해본 경험이 있습니까?

응답자 수: 공공배달앱 인지자 776명
조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

공공배달앱 만족도, 그다지 높지 않지만...

(단위: %)

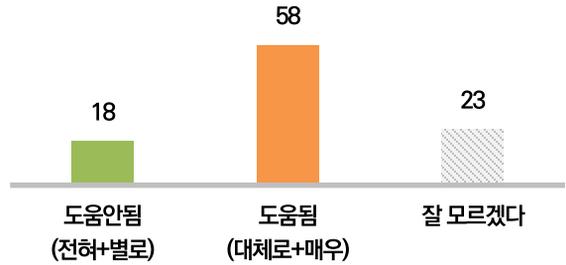


질문: 귀하께서는 공공배달앱에 대해서 전반적으로 어느 정도 만족하십니까?

응답자 수: 공공배달앱 이용자 171명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

공공배달, 배달비 부담 경감에 '도움 된다' 58%
공공배달앱 이용자는 64%가 '도움 된다' 인식



| | 사례수 (명) | 도움 안됨 (전혀+별로) | 도움됨 (대체로+매우) | 잘 모르겠다 | 계 |
|--------------------|---------|---------------|--------------|--------|-----|
| 전체 | (1,000) | 18 | 58 | 23 | 100 |
| 연령 | | | | | |
| 18-29세 | (164) | 17 | 59 | 24 | 100 |
| 30대 | (151) | 31 | 43 | 26 | 100 |
| 40대 | (180) | 22 | 54 | 24 | 100 |
| 50대 | (194) | 17 | 61 | 22 | 100 |
| 60세 이상 | (311) | 12 | 67 | 22 | 100 |
| 공공배달앱 이용 경험 | | | | | |
| 이용한 적 있다 | (171) | 30 | 64 | 6 | 100 |
| 이용한 적 없다 | (605) | 18 | 59 | 23 | 100 |

질문: 귀하께서는 공공배달앱이 소비자의 배달비 부담을 줄이는데 도움된다고 생각하십니까, 도움되지 않는다고 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

‘배달비 공시제 인지도’ 46%, 배달비 공시제 실제 ‘확인 경험’은 10%에 그쳐

한국소비자단체협의회에서는 소비자가 배달앱 별 배달비를 직접 비교할 수 있도록 하는 취지로 홈페이지를 통해 국내 주요 배달앱들의 배달비를 매달 1회 공시하는 ‘배달비 공시제’를 운영하고 있다. 그러나 ‘배달비 공시제’를 제대로 알고 있는 소비자는 많지 않았다.

전체 응답자의 46%만이 배달비 공시제를 ‘알고 있거나 들어본 적 있다’(이하 인지도)고 응답했으며, 배달비 공시제 인지도 중 10%만이 실제로 공시된 정보를 확인한 적 있다고 답해 낮은 이용률을 보였다.

한편, 전체 응답자에게 ‘배달비 공시제’가 배달비 부담을 줄이는데 도움될 수 있는지 질문한 결과, ‘도움 된다’ 57%, ‘도움 안된다’ 22%, ‘잘 모르겠다’ 21%로 나타났다. 그러나 실제로 공시된 정보를 확인해본 응답자 수가 적기 때문에 ‘도움’ 여부를 평가하기는 어려움이 있다.

배달비 공시제를 알고 있는 사람은 절반에 못 미쳐

(단위: %)



질문: ‘배달비 공시제’는 한국소비자단체협의회 홈페이지를 통해 배달의민족·요기요·쿠팡이츠 등 주요 배달플랫폼의 배달비를 매달 1회 공시하는 제도로 지난 2022년 2월부터 운영중입니다. 소비자가 배달앱 별 배달비를 직접 비교할 수 있도록 해 배달앱 간 가격경쟁을 유도함으로써 배달비의 과도한 상승을 막겠다는 취지입니다. 귀하께서는 ‘배달비 공시제’을 알고 계십니까?

응답자 수: 1,000명

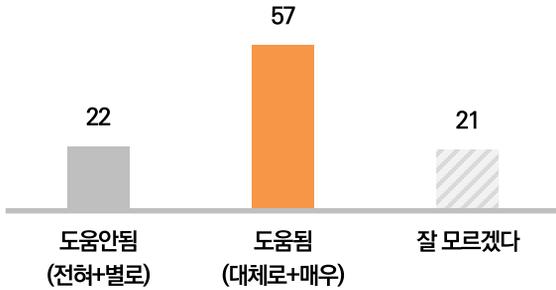
조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

**전체 응답자 10명 중 6명(57%),
배달비 공시제가 배달비 부담 경감에 ‘도움된다’**

‘배달비 공시제 효과’
배달비 상승을 막는데...

(단위: %)



질문: 귀하께서는 배달비 공시제가 배달비의 과도한 상승을 막는데 도움이 된다고 생각하십니까, 도움되지 않는다고 생각하십니까?

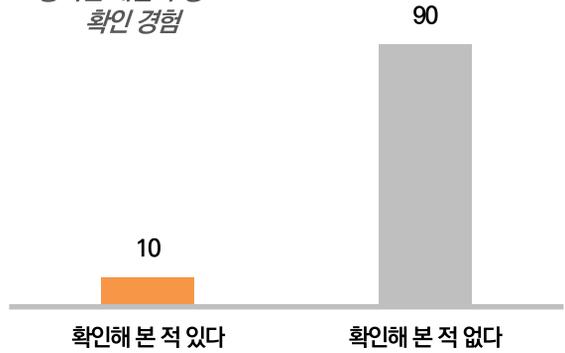
응답자 수: 1,000명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

**하지만, 실제로 공시된 배달비 정보를 확인해 본
응답자는 공시제 인지자 중 10%에 그쳐**

공시된 배달비 정보
확인 경험

(단위: %)



질문: 귀하께서는 한국소비자단체협의회 홈페이지에 공시된 배달비 정보를 확인해 본 경험이 있으십니까?

응답자 수: 배달비공시제 인지자 457명

조사기간: 2023. 9. 8. ~ 9. 11.

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

팬데믹 시기 대비 배달앱 이용 횟수는 감소한 것으로 보이지만, 배달앱 이용률은 코로나19 유행 시기와 비교해 비슷한 수준이었다. 특히 배달앱은 일상의 끼니를 해결하는 수단, 타인에게 대접하거나 특별한 날의 식사를 위한 수단으로 사용되고 있어 라이프스타일의 변화를 보여주고 있다.

그러나 배달비가 부적절하다는 응답은 이번 조사에서도 여전히 높았고, 배달앱 이용자들은 배달비 부담을 줄이기 위해 나름의 방식으로 대응하고 있었으며, 대응 방향은 연령대별로 상이했다.

이런 배달비 부담을 줄이기 위한 노력은 배달업계와 공공영역 모두에서 진행 중이다. 업계에는 신규 서비스 출시하거나 할인 프로모션을 진행하고 있으며, 정부나 지자체에서는 이미 코로나19 시기부터 공공배달앱을 출시하거나 배달비 공시제를 운영하고 있다.

그럼에도 불구하고 배달앱 이용자들은 민간배달앱의 배달비를 여전히 부담스럽게 느끼고 있다. 대안으로 언급되는 공공배달앱은 이용률이 높지 않으며, 이용하더라도 만족도가 그다지 높지 않아 보인다. 소비자들이 배달비 절감을 체감할 수 있도록 관련업계와 정부, 지자체 등이 머리를 맞대야 하는 시점이다.

조사개요

| 구분 | 내용 |
|----------|---|
| 모집단 | • 전국의 만 18세 이상 남녀 |
| 표집틀 | • 한국리서치 마스터샘플(23년 9월 기준 전국 89만여 명) |
| 표집방법 | • 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출 |
| 표본크기 | • 1,000명 |
| 표본오차 | • 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$ |
| 조사방법 | • 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송) |
| 가중치 부여방식 | • 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2023년 6월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준) |
| 응답율 | • 조사요청 6,517명, 조사참여 1,340명, 조사완료 1,000명 (요청대비 15.3%, 참여대비 74.6%) |
| 조사일시 | • 2023년 9월 8일 ~ 9월 11일 |
| 조사기관 | • (주)한국리서치(대표이사 노익상) |

한국리서치 주간리포트

여론속의

여輿論論

Hankook Research

