

식사·디저트까지 ‘외식대신 배달’... 배달앱 이용 증가

3주간 음식 주문수 8.4% 늘어나
카페 주문 18%, 편의점 27% 급증

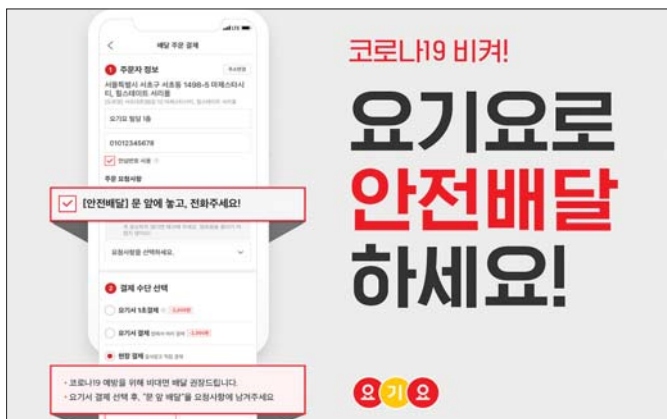
요기요 비대면 ‘안전배달 기능’
배달의민족 ‘안전배달 캠페인’

코로나19가 전 산업에 악영향을 주고 있지만 배달 산업만큼은 예외다. 많은 소비자가 외식을 하러 나가는 대신 배달앱을 통해 음식과 디저트를 주문하고 있기 때문이다.

직장인들의 재택근무 확산도 배달앱 이용 증가에 한몫했다.

15일 업계에 따르면 코로나19로 외출을 자제하는 사람이 늘면서 배달 주문 수 증가에도 영향을 주고 있다. (주)아한형제들이 운영하는 배달의민족에 따르면 지난달 24일부터 이달 8일까지 주문 수는 2주 전(2월10~2월23일)보다 8.4% 늘었다. 국내에서 코로나19 확진자가 급증한 지난달 20일 이후 음식을 주문하는 수가 증가한 것이다.

카페에서 즐길 수 있는 디저트와 편



요기요는 코로나19 확산 예방을 위해 비대면 배달을 권장하는 ‘안전배달 기능’을 추가해 제공 중이다. /요기요



배달의민족은 200명의 아동에게 1만원 쿠폰 5장을 전송해 끼니를 해결하도록 했다. /배달의민족

의점 배달 주문 수도 오름세를 보였다. 딜리버리히어로 코리아에 따르면 지난달 10일부터 이달 8일까지 요기요 카페·디저트의 주문 수는 지난달(1월13~2월9일)보다 18% 늘었다. 같은 기간 편의점 주문 수도 지난달보다 27%나 증가했다.

배달 주문 수가 늘면서 배달앱들은 자체적으로 코로나19 확산 예방을 위한 노력을 병행하고 있다. 요기요는 비대면 배달을 권장하는 ‘안전배달 기능’을

추가해 제공 중이다. 주문 배달 결제 페이지 내 요청 사항에서 최상단에 배치된 안전배달 체크박스를 터치해 간단하게 비대면 배달 기능을 자동 설정할 수 있도록 했고, 비대면 결제를 권장하는 ‘안전배달 캠페인’을 적극적으로 펼쳐나가고 있다.

배달의민족도 지난달 26일부터 ‘전국민 안심 배달 캠페인’에 나섰다. 이를 통해 음식 주문 결제 시 만나서 결제하는 것보다 앱 내 수단으로 사전 결제할

것을 강력히 권고했다. 손에서 손으로 현금이나 카드가 오가지 않도록 하기 위해서다.

또한 고객이 음식을 주문할 때 ‘라이더 요청사항’을 적극 활용해 줄 것도 당부했다. 고객이 ‘현관 앞에 두고 가세요’ 등 구체적인 배달 방법을 제안하면 대면접촉이 줄어들고 감염 가능성도 차단되기 때문이다.

이 같은 노력으로 배달 음식 주문 시 선결제가 늘고, 현장 결제는 감소한 것

으로 나타났다. 바로고가 최근 일주일(3월4일~3월10일)의 ‘배달 주문 고객 결제 방식’을 분석한 결과, 선결제 주문 비중이 코로나19 확산 전(1월4일~1월10일)보다 6% 포인트 증가했다. 반면, 카드와 현금을 이용한 현장 결제 비중은 코로나19 확산 전 43%에서 최근 일주일 37%로 줄었다.

배달업계는 코로나19 극복을 위한 지원도 하고 있다. 요기요는 코로나19의 직격탄을 맞은 대구 지역 아동 5000명에게 요기요 식사쿠폰 1억원을 지원하고, 배달의민족은 200명의 아동에게 1만원 쿠폰 5장을 전송해 끼니를 해결하도록 했다. 이외에도 라이더를 위한 지원책과 소상공인의 매출이자 지원을 위한 기금도 조성했다.

배달업계 관계자는 “코로나19로 집에 머무르는 사람들이 늘고 음식점뿐만 아니라 편의점과 카페 등에서도 편리하게 주문할 수 있게 되면서 많은 소비자가 배달앱을 적극 이용하고 있는 것 같다”고 말했다.

/구세운 기자 yuni2514@metroseoul.co.kr



제21대 국회의원 선거를 31일 앞둔 15일 오전 경기도 과천시 중앙선거관리위원회 입구에 선거까지 남은 날짜를 알리는 안내판이 세워져 있다. /연합뉴스

민주, 비례후보 25명 확정 등 공천 마무리수순 접어든 與野

총선 D-30

통합당, 컷오프 의원 일부 재심요구
곽대훈·정태욱 등 무소속출마 선언

여야가 21대 총선을 앞두고 공천 막바지 작업에 한창이다. 16일 현재 총선까지 30일 남았기 때문이다. 더불어민주당, 미래통합당 등은 지역구 공천과 비례대표 후보 확정 작업에 집중하고 있다.

민주당은 14일 총선 비례대표 후보자 25명을 확정해 발표했다. 비례대표 1번은 민주당 영입 인재 1호인 최혜영 강동대 교수다. 2번은 영입 인재인 김병주 전 한미연합사 부사령관, 이수진 당 최고위원이 비례대표 3번을 각각 부여받았다. 이들은 민주당이 참여하기로 한 진보 시민사회단체가 조직한 비례연합 정당 후보로 총선에 나갈 예정이다.

민주당은 일부 지역구 경선까지 마무리하면 총선 공천 작업이 마무리된다. 다만 일부 현역 의원들이 공천에 반발해 무소속 출마를 선언하면서 이해찬 대표가 공약한 ‘시스템 공천’의 한계도

드러났다. 민병두 의원은 15일 무소속 출마를 선언했다. ‘청년우선전략지역’으로 서울 동대문구를 지역구가 지정된 민 의원이 컷오프된 데 대한 반발이다. 그는 15일 페이스북에 올린 ‘주민 추천 후보 출마선언문’을 통해 “민주당이 청년정치인을 육성하려는 취지에는 공감한다”면서도 “선당후사의 정신으로 청년을 돕는다고 해도 기적을 구하기에는 너무 조건이 어렵다. 당선을 목표로 힘차게 달리겠다”고 주장했다.

통합당도 공천 작업에 한창이다. 이 과정에서 컷오프된 현역 의원 중 일부는 당에 재심을 요구했다. 또 다른 일부는 무소속 출마를 예고하거나 고심 중이다. 곽대훈(대구 달서갑) 의원은 13일 무소속 출마를 선언했다. 정태욱(대구 북구갑)·김석기(경북 경주) 의원 등도 무소속 출마를 고심 중이다.

이와 별개로 당 공천관리위원회는 14일 선거구 12곳에 대한 경선 결과를 발표했다. 경선 결과, 현역인 홍문표(충남 홍성군예산군)·박순자(경기 안산시 단원구을)·이명수(충남 아산시갑)·경대수(충북 증평군진천군음성군) 의원이 통과했다. /최영훈 기자 choiyoungh@

경제활동인구 1인당 택배이용 年 100건 초읽기

제작년 92.2건서 작년엔 99.3건
올 코로나19 등 영향에 이용 늘듯
국민 1인당 기준으로는 연 53.8건

경제활동인구 1인당 택배 이용횟수가 올해 100건을 훌쩍 넘어설 전망이다.

온라인을 통한 거래가 매년 꾸준히 증가하는 데다 한 달새 불거진 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인해 마트 등 오프라인 매장을 직접 찾지 않고 온라인으로 생필품 등을 주문하는 사례가 늘고 있기 때문이다.

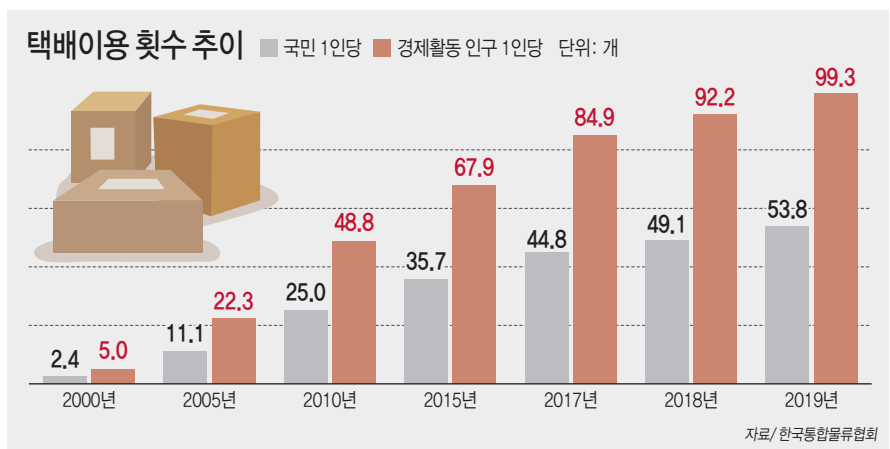
게다가 코로나19가 종식될 경우 예상되는 ‘보복적 소비’도 그동안 늘었던 소비의 증가를 가져올 것으로 보여 올해 온라인 쇼핑과 그에 따른 택배 시장은 예년보다 눈에 띄게 증가할 것이란 관측이다.

15일 한국통합물류협회와 택배업계에 따르면 지난해 기준으로 국내 경제활동인구 1인당 택배 이용횟수는 연 99.3건을 기록하며 100건 돌파 초읽기에 들어갔다. 2018년 당시 92.2건이었던 건수가 1년새 7.1건 늘어났기 때문이다.

이는 지난해 국내 택배 총 물량 27억 9000만개를 같은 해 경제활동인구(2809만5000명)로 나눈 수치다. 만 15세 이상 인구 가운데 취업자와 실업자를 포함해 노동능력과 노동의사를 갖고 있는 모든 인구를 ‘경제활동인구’라고 말한다.

다만 국민 1인당 기준으로는 연간 53.8건씩 택배를 이용한 것으로 집계됐다. 국민 1인당 이용건수는 1년새 4.7건 늘어 경제활동인구 증가세에 미치지 못했다. 박스당 계산하는 택배 이용횟수, 즉 물동량은 매년 꾸준히 늘고 있는 모습이다.

2015년 당시 18억1595개이던 것이



2016년엔 20억개를 훌쩍 넘어 20억 4666만개를 기록한 이후 23억1946개(2017년), 25억4278개를 각각 기록했다. 다만 2015년(11.9%), 2016년(12.7%), 2017년(13.3%)의 경우 전년 대비 두 자릿수 이상 상승률을 보이던 것이 2018년(9.6%)과 2019년(9.7%)엔 9%대로 다소 떨어졌다.

이같은 물동량 증가속에 택배시장 매출액도 4조3437억(2015년)→4조7444억(2016년)→5조2145억(2017년)→5조 6673억(2018년)→6조 3303억원(2019년)으로 꾸준히 늘었다.

통계청에 따르면 온라인쇼핑 시장 규모는 2017년 94조1857억원에서 2018년 113조3140억원, 2019년(추정치) 135조 2620억원으로 증가했다.

택배시장의 지속적인 성장속에 올해는 어떤 모습을 보일까. 특히 글로벌 경제 전체에 복병으로 등장한 코로나19가 개인들의 소비와 그에 따른 택배시장에도 어떤 영향을 미칠지가 업계의 관심이다.

택배업계 한 관계자는 “2월 초순의 경우 택배 물동량이 전년에 비해 10% 정도 늘어났던 것이 2월 중~하순에는 20~30% 증가한 것으로 추산된다”면서 “이는 매년 시장 성장에 따른 자연증가분도 있지만 코로나19에 따른 소비 패턴의 변화가 택배 증가에도 영향을 준

것으로 보인다”고 전했다. 코로나19로 인한 소비가 오프라인에서 온라인으로 대체를 이루면서 택배 역시 자연스럽게 증가하고 있는 모습이다.

코로나19 확산으로 최근 재택근무를 하고 있는 서울의 한 주부는 “아무래도 식자재를 구입하기 위해 장을 보러나가는 경우가 많이 줄어든 대신 휴대폰 등을 통해 주문하는 경우가 늘어났다”면서 “게다가 집에 주로 있다보니 생필품 외에도 온라인 사이트를 돌아다니며 소소한 소비를 즐기는 사람도 주변에 많은 것 같다”고 말했다.

게다가 코로나19 사태가 마무리될 즈음 예상되는 ‘보복적 소비’도 택배시장 성장엔 긍정적 영향을 미칠 전망이다.

보복적 소비란 외부요인에 의해 억제됐던 소비심리가 관련 요인이 해소되면서 폭발적으로 늘어나는 현상을 말한다. 이 같은 보복적 소비는 코로나19에 따른 경제 충격을 최소화하기 위한 각국 정부의 금리 인하, 재정 투입, 세제 혜택 등 여러 경기부양책과 맞물리면서 향후 예상되는 시나리오 중 하나다. 과거 사스나 메르스 사태 이후에도 이같은 현상이 나타났었다.

한편 택배업계는 최근 코로나19 확산에 따라 비대면 전달 등을 원칙으로 하고 있는 상태다. /김승호 기자 bada@