

2025년 제5차

한국의 소비자보호지수

KCPI (Korean Consumer Protection Index)

- 보도자료 -



1

'한국의 소비자보호지수(KCPI)' 조사배경 및 목적

다양한 산업에 걸쳐 지속적으로 발생하는 소비자 권리(권익)의 침해 사례
점차 증가하는 소비자보호 관련 사회적 갈등&이슈

소비자 권익(권리) 보호의 중요성에 대한 인식 확산

- 기업과 소비자 간에는 근본적인 불균형(imbalance)으로 인해서 제공자인 기업이 우위에 있으며, 소비자는 스스로의 권익을 보호하기 위해 한계점을 극복해야 한다. 기업을 상대로 소비자 스스로 권익(권리)를 보호하기 어려운 상황을 바탕으로 2021년 금융소비자보호법이 제정·시행되었으며 금융 외 통신/소비산업에서도 '소비자보호'에 대한 법적/제도적 관심과 관리가 적극적으로 이루어지고 있다.

기업의 Risk를 선형적으로 관리하는 관점의 변화 필요

- 시장 지향적인 고객만족 이전에 근본적인 '소비자보호'라는 사회적 가치, 소비자 가치를 실현하기 위한 관점으로 '소비자보호'에 대한 시각과 접근의 전환이 필요한 시점이다. 현재의 소비자보호 평가 체계 속에서도 여전히 침해 사례들이 끊이지 않는 만큼, 이를 선제적으로 센싱(Sensing) 할 수 있는 방법이 필요하다.

국내 최초 소비자보호 인지품질 객관적 진단

- '한국의 소비자보호지수(KCPI : Korean Consumer Protection Index)'는 각 기업의 소비자 보호 품질에 대한 소비자들의 체감 정도를 나타내는 지수로서, 해당 상품 및 서비스를 직접 경험한 소비자가 소비 단계별로 기업의 소비자 권익 및 소비자 권리 보호에 대한 체감인식과 실제 불만·피해 경험을 조사하여 지수화한 것이다. 본 제도는 기존의 실태 중심·내부체계 중심 평가를 보완하고, 기업이 지속적으로 관리할 수 있는 정형화된 인식 측정 모델을 제시함으로써 소비자 권익 보호 실현에 기여할 것으로 기대된다.

2

'한국의 소비자보호지수(KCPI)' 조사정의

- '한국의 소비자보호지수(KCPI)'는 소비자 보호의 필요성에 대한 사회적 목소리가 커지고 있는 환경에서 소비자 권익의 선형관리를 통해 산업 전반의 소비자보호 경영을 확산하고, 나아가 산업 전체적인 경쟁력 제고에 기여하기 위해 마련되었다.



'한국의 소비자보호지수(KCPI : Korean Consumer Protection Index)'는 각 기업의 소비자 보호 품질에 대한 소비자들의 체감 정도를 나타내는 지수로서, 해당 상품 및 서비스를 직접 경험한 소비자가 소비 단계별로 기업의 소비자 권익 및 소비자 권리 보호에 대해 어느 정도 인식하는지를 평가하여 지수화한 것입니다.

* 본 제도의 명칭은 '한국의 소비자보호지수(KCPI)'이며, 부문별 우수기업 선정 타이틀은 각 산업별 특성을 고려하여 다르게 명명함.

3

‘한국의 소비자보호지수’ 조사모델

- 2025년 KCPI 조사모델은 소비자보호 [체감영역] 및 [경험영역]을 기반으로 최근 1년간 소비자 민원상담 및 제제사항 Data를 지수에 포함하여 산출합니다.

KCPI

소비자보호체감영역 70% + 소비자보호경험영역 30% + 소비자민원(건) 가중치 반영

소비자보호 체감영역 70%

구입(이용)전 보호		구입(이용)시 보호		구입(이용)후 보호	
30%	정보 접근성	50%	적합성	20%	완결성
	탐색 용이성		적정성		소비자정보보호
	비교용이성		설명의무		계약이행
	상품 다양성		소비자 이해도 (지수제외)		소비자 민원대응
	소비자 요구반영		전문성/편의성		사후정보제공
	소비자보호 고지		사회적 약자 배려		소비자보호 체감인식
			신뢰성		



소비자보호 경험영역 30%

소비자보호 실태(경험률)			
불공정영업(거래) (불공정영업 사례 보기)	부당권유 (부당권유사례 보기)	허위/과장광고 (허위/과장광고 사례 보기)	불만/피해 경험 (기타 불만/피해 경험 사례, 문제 제기 여부, 문제 해결 시 만족도)

각부문에속하는기업의
평균점수를 기준으로
개별기업의상대지수를도출
(개별기업총점
부문별평균 * 100)

상대지수 100을 기준으로 각부문별
표준편차를 구해 나온 점수가
각등급구간(우수·양호·미흡)에 해당될
때 등급 부여

우수 : 표준점수 > 100 + 1σ

양호 : 100 - 1σ ≤ 표준점수 ≤ 100 + 1σ

미흡 : 표준점수 < 100 - 1σ

주) 소비자 대외민원은 조사대상 기업의 소비자 민원 건수 10만명당 환산건수를 반영하며, 소비자보호 경험영역 최종점수에 가감 적용함(±0.5~1.5점)
주) 소비자보호 체감 영역은 7점 척도로 구성되고, 소비자보호실태 영역은 Y/N Binary 척도로 구성되며 하위 세부 실태 문항이 존재함
주) 본 설문문항은 산업 및 산업 내 기업군 별로 상이함.

4

'한국의 소비자보호지수' 조사설계

2025년 '한국의 소비자보호지수' 조사 설계

조사 설계	조사 대상	▪ 20세 이상 ~ 70세 이하 성인 남,여 (최근 1년 內 해당 상품 및 서비스 경험자) ※ 산업군별로 최근이용경험 기간은 상이함 (최소 3개월 ~ 최대 2년 이내 경험자)
	조사 지역	▪ 서울 및 전국 17개 시도 인구비례별 할당 *행정안전부 주민등록 인구 및 세대현황 기준 (2020년 인구주택 총 조사, *5년 단위)
	조사 방법	▪ 구조화된 설문지를 활용한 온라인 패널 조사
	조사 산업군	▪ 총 44개 산업군 267개 기업('24년 235개 기업 조사)
표본 설계	표본 수	▪ 총 35,214 샘플(각 기업별 최소 100샘플) ('24년 23,500명 조사)
조사 기간		▪ 2025년 8월 말 ~ 9월 중순 (약 3.5주)
분석 방법		▪ SPSS PC+를 이용한 정량적 통계분석

금융 (금융소비자보호)	통신/전자상거래/AI (통신이용자보호)	가전/모바일 (판매·A/S 소비자보호)	자동차/모빌리티 (판매·A/S 소비자보호)
1. 은행	11. 초고속인터넷	22. TV	34. 국산승용차
2. 저축은행	12. 이동통신	23. 냉장고/김치냉장고	35. 수입승용차
3. 지방은행	13. 알뜰폰	24. 식기세척기	36. 장기렌터카
4. 인터넷은행	14. 이커머스	25. 정수기	37. 중고차플랫폼
5. 손해보험	15. 홈쇼핑	26. 세탁기/건조기	38. 카셰어링
6. 생명보험	16. T커머스	27. 의류관리기	39. 모빌리티(택시)
7. 증권회사	17. OTT서비스	28. 에어컨	주거/여행 (판매·A/S 소비자보호)
8. 카드회사	18. 중고거래플랫폼	29. 청소기(무선/로봇)	
9. 캐피탈회사	19. 배달플랫폼	30. 공기청정기	
10. 가상자산거래소	20. 부동산플랫폼	31. 헬스케어가전	
	21. 인공지능(AI)서비스	32. 온열가전	
		33. 모바일	40. 아파트
			41. 인테리어
			42.여행사
			43. 여행플랫폼
			44. 항공사

5

'한국의 소비자보호지수' 조사대상 산업군

*한영기니디순정렬

금융	조사대상 기업
1. 은행(9)	수협은행, 신한은행, 우리은행, 하나은행, IBK기업은행, iM뱅크, KB국민은행, NH농협은행, SC제일은행
2. 저축은행(10)	다올저축은행, 신한저축은행, 애규온저축은행, 웰컴저축은행, 페퍼저축은행, 한국투자저축은행, 하나저축은행, JT친애저축은행, OK저축은행, SBI저축은행
3. 지방은행(4)	광주은행, 전북은행, BNK부산은행, BNK경남은행
4. 인터넷은행(3)	카카오뱅크, 케이뱅크, 토스뱅크
5. 손해보험(10)	NH농협손해보험, 삼성화재, 메리츠화재, 서울보증보험, 하나손해보험, 한화손해보험, 현대해상, DB손해보험, AXA손해보험, KB손해보험
6. 생명보험(14)	교보생명, 동양생명, 라이나생명, 메트라이프생명, 미래에셋생명, 삼성생명, 신한라이프, 한화생명, 흥국생명, ABL생명, AIA생명, DB생명, KB라이프, NH농협생명
7. 증권회사(10)	대신증권, 미래에셋증권, 삼성증권, 신한투자증권, 유안타증권, 키움증권, 하나증권, 한국투자증권, KB증권, NH투자증권
8. 카드회사(7)	롯데카드, 삼성카드, 신한카드, 우리카드, 하나카드, 현대카드, KB국민카드
9. 캐피탈회사(7)	메리츠캐피탈, 우리금융캐피탈, 하나캐피탈, 현대캐피탈, BMW파이낸셜서비스, JB우리캐피탈, KB캐피탈
통신/전자상거래/AI	조사대상 기업
1. 초고속인터넷(8)	딜라이브, CMB, KT, LG헬로비전, LG U+, SK브로드밴드, SK텔레콤, kt HCN
2. 이동통신(3)	KT, LG U+, SKT
3. 알뜰폰(8)	안심모바일, 프리텔레콤, KB리브모바일, KT스카이라이프, KT엠모바일, LG U+유모바일, LG헬로모바일, SK세븐모바일
4. 이커머스(9)	네이버플러스스토어, 롯데ON, 알리익스프레스, 옥션, 쿠팡, 테무, 11번가, G마켓, SSG닷컴
5. 홈쇼핑(6)	CJ온스타일, GS Shop, NS홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, 현대홈쇼핑, 홈앤쇼핑
6. T커머스(5)	쇼핑앤티, 신세계라이브쇼핑, KT알파쇼핑, SK스토아, W(더블유)쇼핑
7. OTT서비스(5)	넷플릭스, 디즈니플러스, 웨이브, 쿠팡플레이, 티빙
8. 중고거래플랫폼(3)	당근, 번개장터, 중고나라
9. 배달플랫폼(4)	뽕겨요, 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠
10. 부동산플랫폼(6)	네이버페이 부동산, 다방, 직방, 피터팬의 좋은방 구하기, 호갱노노, KB부동산
11. 인공지능(AI) 서비스(5)	네이버클로바X, ChatGPT(챗지피티), Copilot(코파일럿), Gemini(제미나이), Perplexity(퍼플렉시티)

1) 평가에 따른 등급은 '부분(금융 / 통신·전자상거래·AI / 가전 / 자동차·모빌리티 / 주거·여행)'별로 산정함

5

'한국의 소비자보호지수' 조사대상 산업군

*한영기니디순정렬

가전/모바일	조사대상 기업
1. TV(5)	삼성전자, LG전자, 위니아, 더함, 루컴즈
2. 냉장고/김치냉장고(5)	삼성전자, LG전자, 위니아, 캐리어, 루컴즈
3. 식기세척기(6)	삼성전자, LG전자, SK매직, 쿠쿠, 밀레, 일렉트로룩스
4. 정수기(8)	코웨이, 청호나이스, SK매직, 교원웰스, LG전자(퓨리케어), 위니아, 쿠쿠, 삼성전자
5. 세탁기/건조기(4)	삼성전자, 위니아, 위닉스, LG전자
6. 의류관리기(4)	삼성전자, LG전자, 코웨이, 에스틸로
7. 에어컨(5)	삼성전자, 위니아, 캐리어, LG전자, 귀뚜라미
8. 청소기(무선/로봇)(7)	삼성전자, LG전자, 다이슨, 로보락, 일렉트로룩스, 샤크, 샤오미
9. 공기청정기(8)	삼성전자, LG전자, 코웨이, 교원웰스, 위니아, SK매직, 다이슨, 쿠쿠
10. 헬스케어가전 (7)	바디프랜드, 세라젬, 위니아, 코웨이, 코지마, 휴테크, LG전자
11. 온열가전(5)	경동나비엔, 곰표한일, 귀뚜라미, 신일, 일월
12. 모바일(3)	삼성전자, 애플, 샤오미

자동차/모빌리티	조사대상 기업
1. 국산승용차(5)	기아, 르노코리아, 한국GM, 현대자동차, KG모빌리티
2. 수입승용차(9)	렉서스, 메르세데스벤츠, 볼보, 아우디, 테슬라, 토요타, 폭스바겐, BMW, BYD(비야드)
3. 장기렌터카(4)	롯데렌터카, 하나캐피탈장기렌트, 현대캐피탈장기렌트, SK렌터카
4. 중고차플랫폼(5)	엔카, 헤이딜러, CARMERCE(카머스), K Car(케이카), KB차차차
5. 카셰어링(3)	쏘카, 투루카, G Car(그린카)
6. 모빌리티(택시)(5)	아이엠(i.M), 우티(우버), 카카오T, 타다, 티머LIGO

주거/여행	조사대상 기업
1. 아파트(9)	더샵(포스코이앤씨), 래미안(삼성물산), 롯데캐슬(롯데건설), 아이파크(HDC산업개발), 이편한세상(DL이앤씨), 자이(GS건설), 푸르지오(대우건설), 힐스테이트(현대건설), SK뷰(SK에코플랜트)
2. 인테리어(3)	한샘인테리어, 홈씨씨인테리어, LX Z:IN인테리어
3. 여행사(5)	레드캡투어, 모두투어, NOL인터파크, 참좋은여행, 하나투어
4. 여행플랫폼(5)	아고다, NOL(구.야놀자), 여기어때, 트립닷컴, 호텔스컴바인
5. 항공사(8)	대한항공, 아시아나항공, 에어부산, 에어서울, 이스타항공, 제주항공, 진에어, 티웨이항공

1) 평가에 따른 등급은 '부분(금융/통신·전자상거래·AI / 가전 / 자동차·모빌리티 / 주거·여행)'별로 산정함

1

2025년 전체 조사 결과

• 조사 결과 종합점수는 74.2점으로 나타났으며, 전체 267개 기업 중 81개 기업이 ‘우수기업’으로 선정되었다.

종합점수 결과

소비자보호 체감 영역 (70%)

구입(이용) 전 보호 66.5점

구입(이용) 시 보호 66.4점

구입(이용) 후 보호 67.3점

+

소비자보호 실태 영역 (30%)

소비자보호 실태 91.8점
(‘24년대비 -0.2점 하락)

KCPI 종합점수 74.2점(2024년 比 +0.1점)

부문별 등급 부여 결과

구분	등급별 기업 수			
	기업(수)	우수	양호	미흡
금융	77	24	36	17
통신/전자상거래/AI	62	17	27	18
가전/모바일	67	22	28	17
자동차/모빌리티	31	10	16	5
주거/여행	30	8	13	9
합계	267	81 (30.3%)	120 (44.9%)	66 (24.7%)
2024년 比(증감)	-	+1.2%	-3.0%	+1.8%

(단위 :개)

2

부문별 등급 산정 결과(상세)

금년도 금융소비자보호 우수기업은 전체 77개 기업 중 24개 기업이 '우수'로 선정
캐피탈社 'KB캐피탈', '현대캐피탈' 신규 '우수'등급 진입

*한영기니디순정렬

부문 ¹⁾	산업구분	우수등급	양호등급	미흡등급
금융	은행	IBK기업은행 KB국민은행 우리은행 신한은행 하나은행	i.M뱅크(구.대구은행) NH농협은행 SC제일은행 수협은행	-
	저축은행	-	JT친애저축은행 신한저축은행 애규온저축은행 웰컴저축은행	OK저축은행 SBI저축은행 다올(구.유진)저축은행 페퍼저축은행 하나저축은행 한국투자저축은행
	지방은행	BNK부산은행	광주은행 전북은행	BNK경남은행
	인터넷은행	-	케이뱅크 카카오뱅크 토스뱅크	-
	손해보험	DB손해보험 KB손해보험 NH농협손해보험 삼성화재	AXA손해보험 메리츠화재 하나손해보험 한화손해보험 현대해상	서울보증보험
	생명보험	DB생명 KB라이프 교보생명 삼성생명 한화생명	ABL생명 AIA생명 동양생명 라이나생명 미래에셋생명 신한라이프 흥국생명	NH농협생명 메트라이프생명
	증권회사	NH투자증권 삼성증권 신한투자증권	KB증권 대신증권 미래에셋증권 유안타증권 하나증권 한국투자증권	키움증권
	카드회사	KB국민카드 삼성카드 우리카드 하나카드	신한카드 현대카드	롯데카드
	캐피탈회사	KB캐피탈 현대캐피탈	메리츠캐피탈 우리금융캐피탈	BMW파이낸셜서비스 JB우리캐피탈 하나캐피탈
	가상자산거래소	-	코인원	빗썸 업비트

1) 평가에 따른 등급은 '부문(금융/통신·전자상거래·SI/가전/자동차·모빌리티/주거·여행)'별로 산정함

2

부문별 등급 산정 결과(계속)

통신이용자보호, LG U+ ‘초고속인터넷’ ‘이동통신’ 산업에서 ‘우수’등급 선정
‘요기요’, ‘11번가’, ‘CJ온스타일’, ‘우수’등급 재진입
중고거래플랫폼, 통신이용자보호 ‘우수’선정 한 곳도 없어

*한영기니디순정렬

부문 ¹⁾	산업구분	우수등급	양호등급	미흡등급
통신/ 전자상거래/ AI	초고속인터넷	LG U+	KT SKT	CMB kt HCN LG헬로비전 SK브로드밴드 딜라이브
	이동통신	LG U+	-	KT SKT
	알뜰폰	KB리브모바일 LG U+유모바일	KT엠모바일 LG헬로모바일 프리텔레콤	KT스카이라이프 SK세븐모바일 안심모바일
	이커머스	11번가 네이버플러스스토어 쿠팡	G마켓 SSG닷컴 롯데ON 옥션	알리익스프레스 테무
	홈쇼핑	CJ온스타일 NS홈쇼핑	GS Shop 롯데홈쇼핑 현대홈쇼핑 홈앤쇼핑	-
	T커머스	SK스토아 신세계라이브쇼핑	KT알파쇼핑 쇼핑앤티	W(더블유)쇼핑
	OTT서비스	넷플릭스 쿠팡플레이	디즈니플러스 웨이브 티빙	-
	중고거래플랫폼	-	당근	번개장터 중고나라
	배달플랫폼	땡겨요 요기요	배달의민족 쿠팡이츠	-
	부동산플랫폼	직방	KB부동산 네이버페이 부동산 다방	피터팬의 좋은방 구하기 호갱노노
	인공지능(AI) 서비스	Gemini(제미나이)	ChatGPT(챗지피티) Perplexity(퍼플렉시티) 네이버 클로바X	Copilot(코파일럿)

1) 평가에 따른 등급은 '부문(금융/통신·전자상거래·AI/가전/자동차·모빌리티/주거·여행)'별로 산정함

2

부문별 등급 산정 결과(계속)

‘삼성전자’, ‘LG전자’ 각각 8개 가전 품목 ‘우수’등급 달성
그 외 공기청정기에서 ‘코웨이’, 정수기-‘쿠쿠’ 헬스케어가전-‘바디프랜드’ 등이 새롭게 ‘우수’등급 진입
올해 첫 조사 실시한 ‘모바일’ 산업에서는 ‘삼성전자’가 유일하게 ‘우수’등급 선정

*한영기니디순정렬

부문 ¹⁾	산업구분	우수등급	양호등급	미흡등급
가전/모바일	TV	삼성전자	LG전자 더함	루컴즈 위니아
	냉장고/김치냉장고	LG전자 삼성전자	위니아 캐리어	루컴즈
	식기세척기	LG전자 삼성전자	SK매직 밀레 쿠쿠	일렉트로룩스
	정수기	LG전자(퓨리케어) 코웨이 쿠쿠	SK매직 교원웰스 삼성전자 위니아 청호나이스	-
	세탁기/건조기	LG전자 삼성전자	-	위니아 위닉스
	의류관리기	LG전자	삼성전자	에스틸로 코웨이
	에어컨	LG전자 삼성전자	귀뚜라미 위니아 캐리어	-
	청소기(무선/로봇)	LG전자 로보락 삼성전자	다이슨 샤크	샤오미 일렉트로룩스
	공기청정기	LG전자 삼성전자 코웨이	교원웰스 위니아 쿠쿠	SK매직 다이슨
	헬스케어가전	바디프랜드	LG전자 세라젠티 코웨이 코지마	위니아 휴테크
	온열가전	귀뚜라미	경동나비엔 신일	곰표한일 일월
	모바일	삼성전자	애플	샤오미

1) 평가에 따른 등급은 '부문(금융/통신·전자상거래·SI/가전/자동차·모빌리티/주거·여행)'별로 산정함

2

부문별 등급 산정 결과(계속)

국산승용차 소비자보호(품질·판매·A/S)에서 기아, 현대자동차가 5년연속 ‘우수’ 선정
카셰어링, 모빌리티(택시)등 플랫폼 기반 모빌리티 산업 새롭게 조사 실시한 가운데,
‘G Car’, ‘티머니GO’ 새롭게 ‘우수’기업으로 선정

*한영기니디순정렬

부문 ¹⁾	산업구분	우수등급	양호등급	미흡등급
자동차/모빌리티	국산승용차	기아 르노코리아 현대자동차	KG모빌리티 한국GM	-
	수입승용차	메르세데스벤츠 볼보	BMW 렉서스 아우디 테슬라 토요타	BYD(비야드) 폭스바겐
	장기렌터카	롯데렌터카	SK렌터카 현대캐피탈장기렌트	하나캐피탈장기렌트
	중고차플랫폼	K Car(케이카) 헤이딜러	KB차차차 엔카	CARMERCE(카머스)
	카셰어링	G Car(구.그린카)	쏘카	투루카
	모빌리티(택시)	티머니GO	아이엠(i.M) 우티(우버) 카카오T 타다	-

인테리어 산업 ‘LX Z:IN 인테리어’, 4년 연속 ‘우수’등급 선정
여행사 부문에서는 ‘하나투어’가 4년 연속, ‘모두투어’가 3년 연속으로 뒤이어 ‘우수’선정

*한영기니디순정렬

부문 ¹⁾	산업구분	우수등급	양호등급	미흡등급
여행/주거	아파트	-	SK부(SK에코플랜트) 래미안(삼성물산) 이편한세상(DL이앤씨) 힐스테이트(현대건설)	더샵(포스코이앤씨) 롯데캐슬(롯데건설) 아이파크(HDC산업개발) 자이(GS건설) 푸르지오(대우건설)
	인테리어	LX Z:IN인테리어	한샘인테리어	홈씨씨인테리어
	여행사	모두투어 참좋은여행 하나투어	NOL인터파크	레드캡투어
	여행플랫폼	NOL(구.아놀자) 호텔스컴바인	여기어때	아고다 트립닷컴
	항공사	대한항공 제주항공	아시아나항공 에어부산 에어서울 이스타항공 진에어 티웨이항공	-

1) 평가에 따른 등급은 '부문(금융/통신·전자상거래·SI/가전/자동차·모빌리티/주거·여행)'별로 산정함

3

산업별 조사결과

금년도 조사 결과 종합점수의 전체 평균은 74.2점. 이 때 전체 조사대상 44개 산업군 중,
20개 산업이 평균 이상의 소비자보호 수준을 보였으며,
가상자산거래소, 중고거래플랫폼 등 산업의 소비자보호수준이 아직 미흡

산업	기업(수)	한국의 소비자보호지수 총점(점)
국산승용차	(5)	77.2
카드회사	(7)	76.5
정수기	(8)	76.5
은행	(9)	76.5
청소기(무선/로봇)	(7)	76.0
에어컨	(5)	75.9
홈쇼핑	(6)	75.8
생명보험	(14)	75.8
냉장고/김치냉장고	(5)	75.6
손해보험	(10)	75.5
공기청정기	(8)	75.5
온열가전	(5)	75.2
식기세척기	(6)	75.2
OTT서비스	(5)	75.2
증권회사	(10)	75.1
세탁기/건조기	(4)	74.8
여행사	(5)	74.7
지방은행	(4)	74.6
배달플랫폼	(4)	74.5
카셰어링	(3)	74.3
인터넷은행	(3)	74.1
T커머스	(5)	74.0
항공사	(8)	74.0
모빌리티(택시)	(5)	73.9
모바일	(3)	73.9
이동통신	(3)	73.8
이커머스	(9)	73.7
부동산플랫폼	(6)	73.5
여행플랫폼	(5)	73.1
인공지능(AI)서비스	(5)	73.1
알뜰폰	(8)	73.0
장기렌터카	(4)	72.8
수입승용차	(9)	72.7
중고차플랫폼	(5)	72.7
인테리어	(3)	72.3
TV	(5)	72.2
헬스케어가전	(7)	72.1
캐피탈회사	(7)	72.0
저축은행	(10)	71.9
가상자산거래소	(3)	71.3
의류관리기	(4)	71.0
중고거래플랫폼	(3)	70.8
아파트	(9)	69.1
초고속인터넷	(8)	69.1

전체평균
74.2점

4

세부 항목별 분석

항목별로 ‘소비자요구반영’, ‘사회적약자배려’, ‘사후정보제공’ 미흡 및 ‘불공정거래/영업’ 증가
상품·서비스에 대한 ‘정보접근성’, 판매인력(채널)의 ‘전문성/편의성’, 구매Process의 ‘완결성’은 양호

차원	세부항목	항목별 전체 평균	세부 부문별				
			금융	통신/ 전자 상거래/ AI	가전/ 모바일	자동차/ 모빌리티	주거/ 여행
종합지수		74.2	75.0	73.2	74.7	74.1	72.4
구입(이용)전	정보접근성	67.9	68.0	66.3	68.4	68.9	67.5
	탐색용이성	67.2	67.5	65.8	68.1	66.9	66.7
	비교용이성	66.5	65.9	65.1	67.5	67.9	66.6
	상품다양성	66.7	66.2	65.3	67.6	67.9	66.1
	소비자요구반영	64.6	64.7	62.4	66.1	64.9	63.3
	소비자보호고지	66.0	67.0	63.0	66.9	66.7	64.6
구입(이용)시	적합성	68.3	67.2	65.2	71.0	70.0	66.6
	적정성	67.1	65.7	65.4	69.8	67.8	65.9
	설명 의무	68.1	69.6	64.8	69.1	68.3	66.4
	전문성/편의성	67.3	67.7	65.2	68.1	68.6	66.0
	사회적약자배려	61.6	62.4	58.3	63.0	62.1	60.4
	신뢰성	66.4	66.0	62.8	69.1	68.0	64.4
구입(이용)후	완결성	69.8	69.6	68.5	71.5	70.2	67.9
	소비자정보보호	65.8	67.0	62.0	66.7	66.6	65.2
	계약(약속)이행	68.2	68.3	67.0	69.3	68.8	66.5
	소비자민원대응	66.1	66.3	63.8	67.4	67.1	64.4
	사후정보제공	65.1	65.5	64.6	64.3	66.5	65.3
	전반적만족	68.7	69.6	65.6	69.7	70.1	67.0
소비자경험 (실태)	불공정거래/영업	91.1	93.1	94.7	89.2	88.1	88.1
	부당권유/강요	92.8	95.0	95.0	91.2	90.1	91.0
	허위과장광고	92.5	94.5	94.9	90.8	90.2	90.1
	소비자불만/민원처리	90.7	94.0	92.0	89.1	88.8	85.1

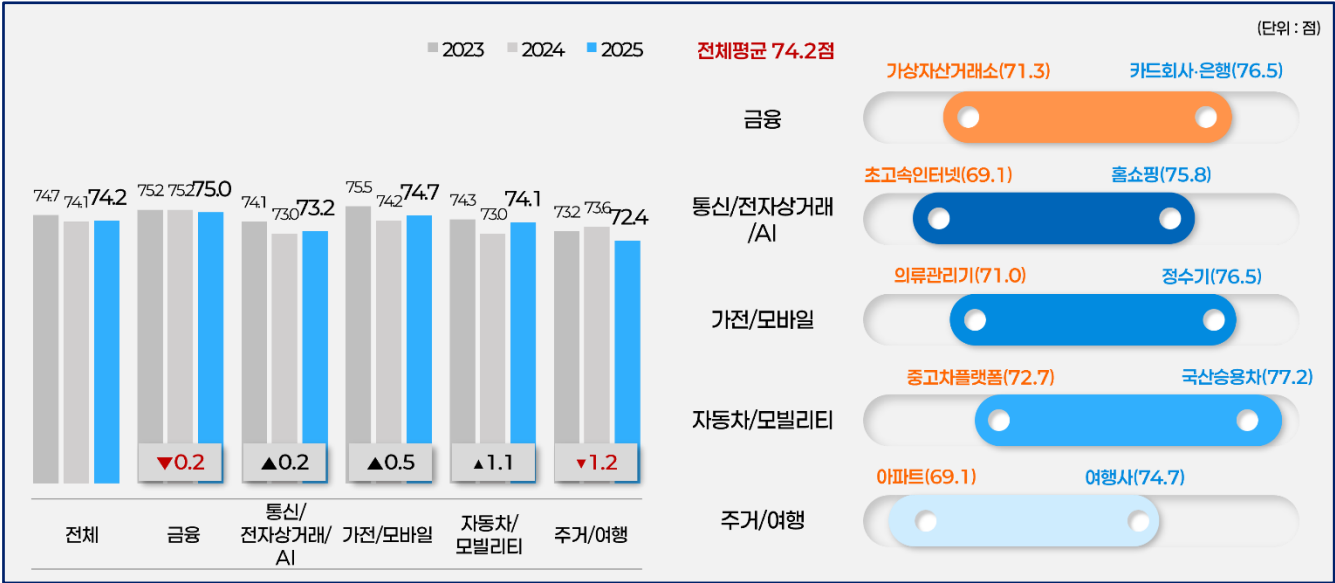
주1) 표 안의 파란색 음영은 항목 내 가장 높은 산업, 주황색 음영은 항목 내 가장 낮은 산업을 나타냄
주2) 세부 평가 항목은 ‘부문’ 또는 ‘산업별’ 특성에 따라 상이함(*단, 금융은 동일)

1 '한국의 소비자보호지수(KCPI)' 조사결과 부문별 주요 특징

- 한국능률협회컨설팅은 '2025년 제5차 한국의 소비자보호지수(KCPI)' 조사 결과를 11/13일 발표했다.
- '한국의 소비자보호지수(KCPI)'는 각 기업의 소비자 보호 품질에 대한 소비자들의 체감 정도를 나타내는 지수로서 산업 전반의 소비자보호 경영을 확산하고 나아가 산업 전체 경쟁력을 제고하고자 매년 발표되고 있다.
- 2025년 조사는 44개 산업, 267개 기업의 상품 및 서비스를 이용한 소비자 2만5천 명을 대상으로 실시되었으며, 이에 따른 주요 조사 결과는 다음과 같다.

2025년 대한민국 기업의 소비자보호 수준은 74.2점으로 작년과 유사한 수준
전자금융사고 및 안전사고 등으로 금융, 주거 부문 전년 대비 지수 하락

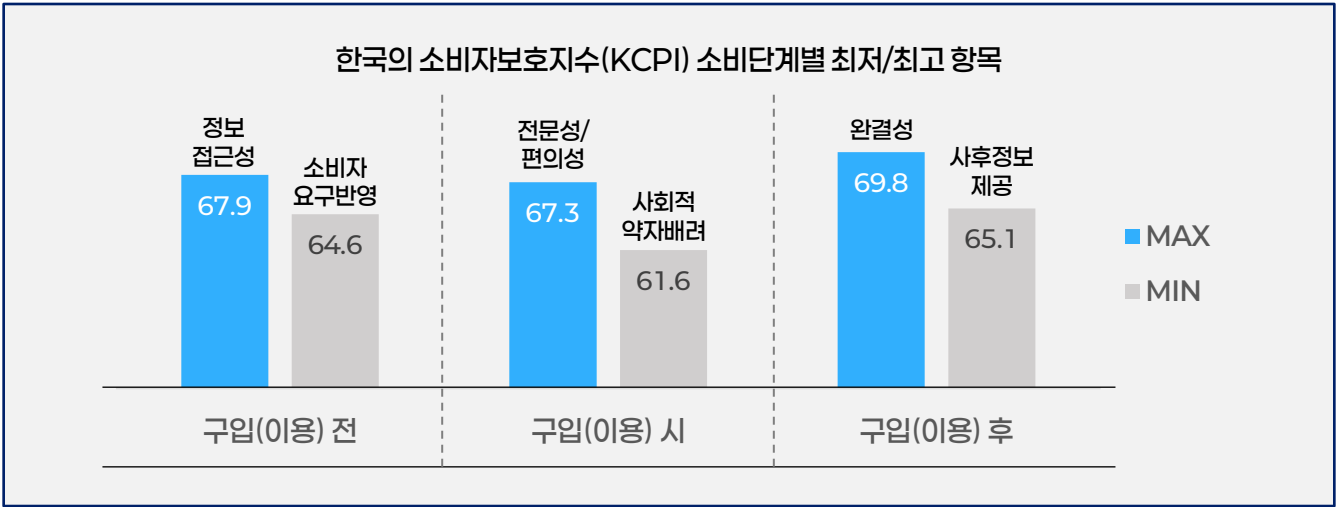
- 2025년 한국의 소비자보호지수(KCPI) 산업 전체 평균은 74.2점으로, 전년 대비 0.1점 상승했다. 그러나 양호 등급 기업의 비중이 감소하고, 우수(+1.2%p)와 미흡(+1.8%p) 등급의 비율이 모두 늘어나면서, 소비자 보호 수준의 양극화가 관찰되었다.
- 전체 44개 산업, 267개 기업 중 '우수' 기업은 81개 社(전체 약 30%)가 선정되었다.
- 한편, 개인정보유출(해킹), 금융사고(횡령·부당대출), 안전 및 중대재해 등 소비자 권익 피해가 발생한 금융, 이동통신, 주거 부문에서는 전년 대비 지수가 하락했다.
- 금융 부문은 여전히 높은 수준(75.0점)을 유지한 가운데, 작년 대비 소폭의 하락이 관찰되었다(0.2점). 특히 '저축은행'(71.9점)과 '가상자산거래소'(71.3점) 등 일부 산업은 소비자 보호 체계가 상대적으로 미흡한 것으로 나타났다.
- 통신/전자상거래/AI 부문은 평균점수가 상승했으나, 개인정보유출 등 소비자권익 피해가 발생한 산업에서는 전년 대비 큰 폭의 하락세가 나타났다. 특히 '초고속인터넷'은 소비자보호 실태(경험) 항목에서 85.6점을 기록하며 산업 내 가장 낮은 수준을 보였다.
- 또한 2025년 5차 조사에서는 통신/전자상거래/AI, 자동차/모빌리티, 주거/여행 부문에 플랫폼 기반 산업이 새롭게 포함되었다. '카셰어링'과 '모빌리티(택시)'는 자동차/모빌리티 부문에서, '여행플랫폼'은 주거/여행 부문에서 산업 평균을 상회하는 점수를 기록하며 상대적인 강세를 보였다.



주) 각 부문별 파란색 산업은 최고점, 붉은색 산업은 최저점을 나타냄.

‘소비자요구반영’, ‘사회적약자배려’, ‘사후정보제공’은 전 산업 공통적으로 취약
형식을 넘어 실질적 현장 중심 개선 필요성 증가

- 전체 세부 항목 중, 전 산업에서 공통적으로 가장 취약한 항목은 ‘소비자요구반영’(64.6점), ‘사회적약자배려’(61.6점), ‘사후관리(정보제공)’(65.1점)’으로 나타났다.
- ‘소비자요구반영’은 기업이 상품·서비스에 대한 소비자의 불만 및 개선 요구를 얼마나 수용하고 반영하는지를 평가하는 항목이다. 부문별로는 금융(64.7점), 가전/모바일(66.1 점), 자동차/모빌리티(64.9점), 주거/여행(63.3점)이 평균 대비 양호한 수준을 보였으나, 통신/전자상거래/AI 부문(62.4점)은 가장 낮은 점수를 기록했다.
- ‘사회적약자배려’ 항목은 가전/모바일(63.0점)에서 가장 높았고, 통신/전자상거래/AI(58.3점)에서 가장 낮게 조사되었다. 금융 부문은 취약계층 보호정책이 제도적으로 강화되며, 고령자·장애인뿐 아니라 격오지 주민·외국인 등 사회적 약자 범위를 확대하는 노력이 반영되어 점수가 62.0점에서 62.4점으로 소폭 상승했다. 반면 통신·전자상거래·AI 부문은 비대면·온라인 중심의 서비스 제공 특성상, 장애인·고령층 등을 고려한 접근성 및 안내체계(글자 크기, 전용 상담 채널, 전용 안내 페이지 등)가 미흡한 것으로 평가되었다.
- ‘사후관리(정보제공)’은 상품·서비스를 구매·이용 이후 제공되는 정보 안내(변동 정보, A/S, 민원 채널 등)를 평가하는 항목으로, 가전/모바일 부문(64.3점)이 상대적으로 낮은 점수를 기록했다.
- 최근 3개년 조사 결과, ‘소비자요구반영’, ‘사회적약자배려’, ‘사후관리(정보제공)’ 항목이 3년 연속 전 산업 공통 취약 영역으로 확인되었다. 금융업을 중심으로 취약계층 보호 관련 정책과 내부 지침이 마련되고 있으나, 구체적 실행방안이나 현장 적용 수준은 산업별로 차이를 보였다.



금융소비자보호, 전반적으로 둔화
캐피탈社, 가상자산거래소만이 전년 대비 지수 상승

- ‘KB국민은행’, ‘신한은행’, ‘교보생명’, ‘삼성화재’, ‘삼성증권’은 2021년 첫 발표 이후 단 한번도 ‘우수’ 등급을 놓치지 않고, 5년 연속 선정되는 영예를 안았다. ‘BNK부산은행’, ‘KB손해보험’, ‘하나카드’, ‘KB국민카드’는 4년 연속 ‘우수’ 기업으로 그 뒤를 이었다.
- 올해 조사에서 ‘우리은행’, ‘KB라이프’, ‘NH투자증권’, ‘KB캐피탈’, ‘현대캐피탈’이 새롭게 금융소비자보호 ‘우수’ 기업으로 선정되었다. 특히 캐피탈社는 2021년 첫 발표 이후 처음으로 ‘우수’ 기업이 2곳 선정되며 소비자보호 수준이 개선된 것으로 나타났다.
- 한편, 올해 조사에서 저축은행, 인터넷은행, 가상자산거래소는 ‘우수’ 기업이 단 한 곳도 선정되지 않아, 실제 소비자보호에 대한 체감인식과 소비자 경험실태 부분에서 모두 부진한 것으로 나타났다.

통신부문, 개인정보유출 사고로 소비자권익피해 심각
중고거래플랫폼, 소비자가 체감할 수 있는 보호체계 마련 시급

- 이동통신 및 초고속인터넷 산업은 가입자 식별정보 유출 등 소비자 피해사고가 발생하며 전반적인 신뢰도가 하락했다. 이로 인해 이동통신 및 초고속인터넷 분야에서 ‘LG U+’만이 유일하게 ‘우수’ 기업으로 선정되었으며, ‘SK텔레콤’과 ‘KT’, ‘딜라이브’, ‘CMB’, ‘KT HCN’, ‘LG헬로비전’, ‘SK브로드밴드’는 모두 ‘미흡’ 평가를 받았다.
- 통신/전자상거래/AI 부문에서는 ‘알뜰폰’ 산업의 ‘KB리브모바일’과 ‘T커머스’ 산업의 ‘신세계라이브쇼핑’이 3년 연속 ‘우수’ 기업으로 선정되었으며, ‘네이버플러스스토어’와 ‘SK스토어’가 2년 연속 선정되며 그 뒤를 이었다.
- 한편, 2025년 새롭게 신설된 부동산플랫폼과 인공지능(AI) 서비스 산업에서는 ‘직방’과 ‘Gemini(제미니)’가 ‘우수’ 기업으로 선정, 새로운 산업군에서의 소비자보호 관리 수준이 두드러졌다.
- 반면, 중고거래플랫폼 산업에서는 ‘당근’이 ‘양호’, ‘번개장터’와 ‘중고나라’가 ‘미흡’ 평가를 받아 조사대상 3곳 모두 ‘우수’ 등급에 선정되지 않았다. 해당 산업은 통신·전자상거래·AI 부문 중 소비자보호 체감(인식) 영역에서 상대적으로 낮은 평가를 받은 것으로 나타났다.

LG전자와삼성전자, 각각 8개부문에서 ‘우수’ 휩쓸며 소비자보호수준 증명
귀뚜라미 5년 연속 온열가전 부문에서 ‘우수’ 달성

- 올해 가전 소비자보호 조사는 제품의 품질과, 판매채널의 전문성, 제품관련 소비자정보제공, 민원대응 및 A/S수준을 포함하여 조사를 진행되었다. 조사 품목에는 식기세척기, 의류관리기, 공기청정기, 모바일이 새롭게 추가되어 12개 품목이 평가 대상에 포함되었다.
- 조사결과 ‘LG전자’는 냉장고(김치냉장고), 식기세척기, 정수기, 세탁기(건조기), 의류관리기, 에어컨, 청소기(무선/로봇), 공기청정기 등 8개 품목에서 모두 ‘우수’ 등급을 받았다. 또한 ‘귀뚜라미’는 온열가전 부문에서 유일하게 5년 연속 ‘우수’ 등급에 선정되었다.
- “삼성전자”는 TV, 냉장고(김치냉장고), 식기세척기, 세탁기(건조기), 에어컨, 청소기(무선/로봇), 공기청정기, 모바일 8개 품목에서 ‘우수’ 등급을 받았다. 전년 대비 5개 품목이 추가로 ‘우수’ 기업에 선정되며 소비자보호 품질이 강화된 것으로 나타났다.
- 품목별로는 ‘정수기’, ‘냉장고’ 등이 가전 산업에서 전년 대비 소비자보호지수가 상승한 것으로 나타났으며, 신규로 조사된 ‘공기청정기’, ‘식기세척기’ 또한 상대적으로 높은 소비자보호수준을 보였다.

자동차부문, 국산승용은 기아, 현대자동차, 수입승용은 메르세데스벤츠, 볼보 ‘우수’ 선정
플랫폼 기반 모빌리티 약진 G Car, 티머니GO 새롭게 ‘우수’ 진입

- 국산승용 부문에서는 ‘기아’와 ‘현대자동차’가 5년 연속 ‘우수’ 등급에 선정되며 안정적인 소비자보호 수준을 유지했다. 수입승용 부문에서는 ‘메르세데스 벤츠 코리아’와 ‘볼보자동차코리아’가 ‘양호’에서 ‘우수’ 등급으로 재진입하며 서비스 품질이 개선된 것으로 나타났다.
- 장기렌터카 및 중고차 플랫폼 산업에서는 ‘롯데렌터카’(신규), ‘헤이딜러’(2년 연속), ‘K Car’(신규)가 ‘우수’ 등급으로 선정되었다. 특히 장기렌터카 산업은 전년 대비 지수가 크게 상승하며 소비자보호 수준이 향상된 것으로 나타났다.
- 또한, 올해 새롭게 신설된 플랫폼 기반 모빌리티 산업(카셰어링·모빌리티(택시))에서는 ‘G Car’와 ‘티머니GO’가 각각 ‘우수’ 기업으로 선정되며 부문 내에서 상대적인 강세를 보였다.

아파트 산업, 안전사고 이슈로 전반적인 하락세
항공사, 대한항공 신규 진입, 제주항공 2년 연속 ‘우수’ 등급

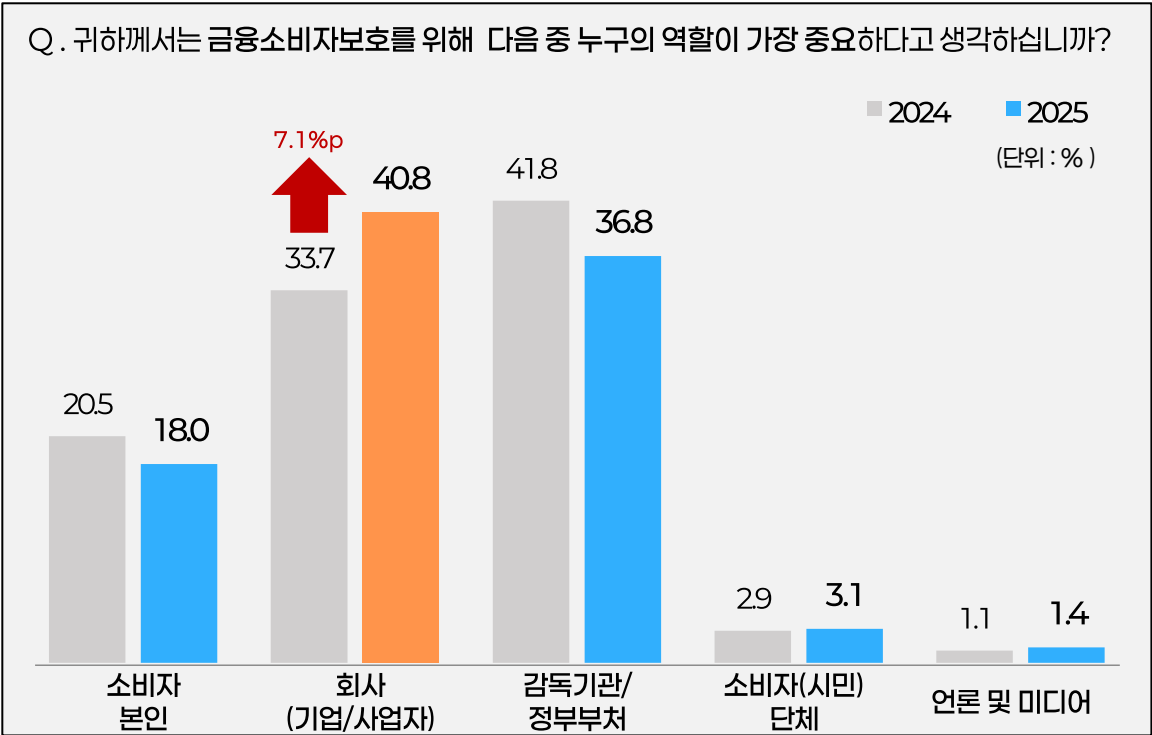
- 아파트 부문은 건설 안전 및 중대재해 사고 등으로 전년 대비 소비자보호지수가 크게 하락했다. 9개 조사대상 중 ‘우수’ 기업은 한 곳도 없었으며, ‘미흡’ 등급은 24년도 2개에서 25년도 5개로 증가했다.
- 인테리어 산업에서는 ‘LX Z:IN 인테리어’가 4년 연속 ‘우수’ 등급에 선정되었으며, 여행사 부문에서는 ‘하나투어’가 4년 연속, ‘모두투어’가 3년 연속 ‘우수’ 등급을 유지했다.
- 여행사 및 여행플랫폼 산업은 ‘우수’와 ‘미흡’ 등급 간 격차가 큰 것으로 나타났으며, 이는 서비스의 ‘완결성’, ‘계약이행’, ‘사후정보 제공’에 있어서 소비자인식 차이가 크게 나타났기 때문으로 나타났다. 여행사의 경우, 소비자보호 실태(경험율), 특히 불공정영업 경험의 차이가 크기 때문으로 분석된다.
- 항공사 산업에서는 전년도에 저비용항공사(LCC)만이 ‘우수’ 등급을 받았던 것과 달리, 올해는 대형항공사(FSC) ‘대한항공’(신규)과 저비용항공사(LCC) ‘제주항공’(2년 연속)이 ‘우수’ 기업으로 선정되었다.
- 주거·여행 부문은 소비자 불만 및 피해 발생이 빈번한 산업을 대상으로 소비자 경험 중심의 평가항목을 적용해 조사가 이루어졌다.

2

소비자의 권익(권리) 강화를 위한 제언

기업의 소비자보호 강화, 신뢰를 ‘주고’ 만족을 ‘받는’ 법

- 최근 개인정보 유출 등 소비자 권익 침해 사건·사고가 연이어 발생하면서, 소비자들의 보안 민감도와 보호 요구 수준이 과거 어느 때보다 높아지고 있다. 피해 규모와 함께 ‘내 정보가 안전하지 않다’는 불안 심리가 확산되면서, 기업의 관리 책임과 신뢰 구축에 대한 사회적 기대가 크게 높아지고 있다.
- 그렇다면 소비자들이 생각하는 소비자보호의 주체는 누구인가? KCPI 조사 결과, ‘회사(기업/사업자)’가 40.8%로 가장 높게 나타났으며, 이는 전년 대비 큰 폭의 상승으로 기존 1위였던 감독기관/정부부처(36.8%)를 앞질렀다.
- 소비자 침해에 대한 후속 조치의 1차적 책임자이자, 사전 예방의 실질적 주체는 기업이다. 소비자는 법 제도나 규제만큼 기업의 자율적 보호 노력과 대응 역량을 중시하고 있으며 ‘신뢰할 수 있는 기업’이라는 이미지를 기업의 노력과 활동에서 찾고 있다. 이러한 신뢰는 고객 만족으로 환류되며, 기업의 평판과 재구매 의향을 높이는 선순환 구조를 만든다.
- 이처럼 소비자보호의 최전선에 선 기업은 소비자 주권 강화의 흐름 속에서 소비자 권익 중심 경영 체계 확립 및 소비자 보호 역량 내재화라는 과제에 직면해 있다. 이제 기업은 단순 규제 대응을 넘어 소비자 권익 보호를 경영의 핵심 가치로 삼고 이를 실천해야 하며, 이러한 노력이 수반되었을 때 비로소 소비자의 신뢰를 얻고 더 나아가 지속가능한 성장 기반을 마련할 수 있을 것이다.



2

소비자의 권익(권리) 강화를 위한 제언

모든 국민이 소비자인 시대, 소비자의 실질적 권익 실현이 기업의 핵심 과제로 부상

- 올해 다양한 산업에서 소비자보호 침해 사태가 발생함에 따라, 現정부에서는 소비자보호 관련 정책 및 규제를 전면적으로 개편하고 강화하려는 움직임을 보이고 있다. 이러한 거버넌스 구축을 시작으로 기업 내부에서도 소비자보호의 실질적 구현을 위한 프로세스 정비 및 체계 고도화를 활발히 진행하고 있다.
- 그러나 소비자들은 이러한 보호 체계의 확산을 얼마나 인식하고 있을까? KCPI 조사 결과 소비자보호와 관련된 법·제도·불만 및 피해·구제절차 등에 대해 “잘 알고 있다”고 답한 비율은 28.7%('23년 30.4% → '24년 29.1% → '25년 28.7%)로 3년 연속 감소세를 나타냈다. 즉 정부와 기업의 소비자보호 체계 강화를 위한 움직임에도 불구하고, 소비자의 인식 수준이 정책·제도의 정비 속도를 따라가지 못하고 있다는 것이다.
- 향후 정부와 기업의 소비자보호 강화 기조는 더욱 확대될 것으로 예상되며 그 과정에서 무엇보다 중요한 것은 ‘소비자의 실질적 권익 실현’이다. 그러나 제도 및 절차의 복잡성으로 인해 소비자가 이를 실제로 이해하고 활용하는 데에는 여전히 한계가 있다. 이에 각 기업은 형식적 제도 이행 수준에 머무르지 않고 소비자가 자사 서비스 및 보호정책을 올바르게 인식하고 신뢰할 수 있도록 실질적 노력을 지속해야 한다. KCPI는 이러한 변화의 흐름 속에서 기업이 소비자 관점에서 체감 가능한 보호 활동을 구체적으로 설계·실천할 수 있도록 진단과 개선의 기준점을 제시하는 데 앞장설 것이다.

