

2025년 으뜸효율 가전제품 환급사업 성과분석 결과

□ 개요

- (추진 목적) 국가 에너지절감 및 내수 진작을 동시에 달성하기 위한 주요 정책 수단으로 추진한 으뜸효율 환급사업의 시행 효과를 다각도 분석
- (분석내용) 소비자·기업체 대상 사업 효과 분석, 환급사업 시행으로 인한 가전제품 판매 영향 분석 및 경제적 파급효과 등을 종합분석

□ 환급실적 분석결과

○ 종합 결과

- 총 신청 1,900,051건(2,577억원) 중 최종적으로 1,855,043건(2,346억원) 환급

* 환급 비대상제품 신청, 구매제품 반품 등으로 약 45천건(231억원) 지급 제외

(단위: 건, 원)

품 목	신청		환급	
	신청건수	신청금액	환급건수	환급금액
냉장고	265,516	57,591,888,990	260,486	54,886,257,540
김치냉장고	259,310	44,035,223,350	253,677	41,733,904,220
에어컨	68,746	9,226,984,090	66,430	8,750,447,240
일반세탁기	2,611	125,732,460	2,399	109,962,750
드럼세탁기	348,096	60,403,417,660	339,612	52,486,710,470
전기밥솥	264,137	8,422,157,250	259,290	8,161,780,360
공기청정기	16,770	1,156,383,780	15,987	1,039,305,050
TV	288,123	30,659,662,600	282,172	29,217,327,320
제습기	97,758	4,719,525,670	95,114	4,424,309,510
의류건조기	215,208	30,842,454,180	208,542	24,307,626,420
식기세척기	73,776	10,556,546,040	71,334	9,537,501,560
총합계	1,900,052	257,739,976,070	1,855,043	234,655,132,440

* 환급 실적이 없는 진공청소기(유선)는 제외

○ 지역별 환급 결과

- 환급건수 기준 경기도 28.2%, 서울 16.6%, 인천 6.3%로 수도권 지역이 51.1%를 차지하며, 그 뒤로 경남 6.2%, 부산 6.0% 순

(단위: 건, 원)

지역	환급건수	비중	환급금액	비중
서울특별시	308,495	16.6%	37,360,953,160	15.9%
경기도	523,555	28.2%	65,668,590,190	28.0%
인천광역시	115,996	6.3%	14,295,475,090	6.1%
강원도	51,248	2.8%	6,714,914,600	2.9%
충청북도	60,385	3.3%	8,035,860,030	3.4%
세종특별자치시	17,208	0.9%	2,107,866,540	0.9%
충청남도	76,458	4.1%	9,780,234,970	4.2%
대전광역시	56,868	3.1%	7,118,303,190	3.0%
경상북도	88,060	4.7%	11,528,622,620	4.9%
대구광역시	94,352	5.1%	12,436,624,170	5.3%
울산광역시	42,864	2.3%	5,685,089,870	2.4%
부산광역시	111,985	6.0%	14,205,956,650	6.1%
경상남도	114,530	6.2%	14,582,006,550	6.2%
전라북도	61,903	3.3%	8,136,774,410	3.5%
전라남도	57,143	3.1%	7,643,232,270	3.3%
광주광역시	54,540	2.9%	7,064,979,040	3.0%
제주특별자치도	19,453	1.0%	2,289,649,090	1.0%
합 계	1,855,043	100.0%	234,655,132,440	100%

○ 연령대별 환급 결과

- 환급 실적은 30~50대가 약 75.7%로 대부분을 차지하며, 건수와 금액 모두 40대 비중이 가장 높은 것으로 나타남

(단위: 건, 원)

연령대	환급건수	비율(%)	환급금액	비율(%)
20대 이하	122,977	6.6%	14,803,155,650	6.3%
30대	440,191	23.7%	52,933,080,550	22.6%
40대	527,982	28.5%	62,277,288,800	26.5%
50대	435,689	23.5%	57,261,275,920	24.4%
60대 이상	328,204	17.7%	47,380,331,520	20.2%
합 계	1,855,043	100.0%	234,655,132,440	100.0%

○ 판매채널별 환급 결과

- 환급 건수는 온라인 구매 비중이 가장 높으나(59.5%), 환급 금액 기준으로는 오프라인 비중이 더 높아(52.1%), 오프라인 구매의 평균 환급금액이 상대적으로 높은 것으로 나타남

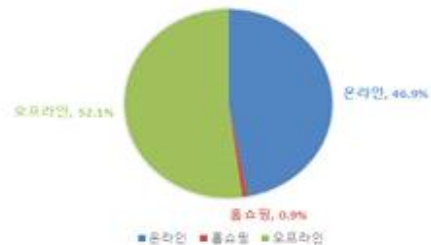
(단위: 건, 원)

판매채널	건수	비율	금액	비율	평균 환급금액
온라인	1,103,003	59.5%	110,130,457,370	46.9%	99,846
오프라인	732,205	39.5%	122,317,394,090	52.1%	167,053
홈쇼핑	19,831	1.1%	2,207,280,980	0.9%	111,282
합계	1,855,043	100.0%	234,655,132,440	100.0%	126,496

판매채널별 환급 건수



판매채널별 환급 금액



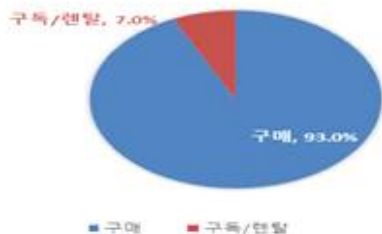
○ 구매 방법별 환급 결과

- 환급 건수 기준으로는 구매 방식이 대부분을 차지하며(93.0%), 환급 금액 기준에서도 구매 비중이 높게 나타남(89.7%)
- 구독·렌탈 방식은 건당 환급금액이 약 18.4만원으로 구매(약 12.2만원) 대비 높은 수준으로 나타남

(단위: 건, 원)

구매방법	건수	비율	금액	비율	건당 환급금액
구매	1,724,445	93.0%	210,585,709,340	89.7%	122,118
구독/렌탈	130,598	7.0%	24,069,423,100	10.3%	184,302
합계	1,855,043	100.0%	234,655,132,440	100.0%	

환급건수 비율



환급금액 비율



○ 제조사 규모별 환급 결과

- 전체 환급건수의 약 73%가 대기업 제품에서 발생하는 가운데, 전기밥솥·김치냉장고 등은 중견·중소기업 비중이 상대적으로 높음

(단위: 건, 원)

품목	대기업		중견·중소		합 계	
	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액
냉장고	258,800	54,753,861,260	1,686	132,396,280	260,486	54,886,257,540
김치냉장고	151,741	29,987,900,190	101,936	11,746,004,030	253,677	41,733,904,220
에어컨	48,408	7,527,332,760	18,022	1,223,114,480	66,430	8,750,447,240
일반세탁기	873	73,963,120	1,526	35,999,630	2,399	109,962,750
드럼세탁기	336,706	52,217,665,340	2,906	269,045,130	339,612	52,486,710,470
전기밥솥	15	531,570	259,275	8,161,248,790	259,290	8,161,780,360
공기청정기	3,383	324,959,870	12,604	714,345,180	15,987	1,039,305,050
TV	216,428	26,740,082,260	65,744	2,477,245,060	282,172	29,217,327,320
제습기	65,912	3,423,141,450	29,202	1,001,168,060	95,114	4,424,309,510
의류건조기	207,612	24,218,147,520	930	89,478,900	208,542	24,307,626,420
식기세척기	70,563	9,480,601,230	771	56,900,330	71,334	9,537,501,560
합 계	1,360,441 (73.3%)	208,748,186,570 (89.0%)	494,602 (26.7%)	25,906,945,870 (11.0%)	1,855,043 (100%)	234,655,132,440 (100%)

○ 제조지역별* 환급 결과

- 환급건수 기준 57.4%(106만 건), 환급금액 기준 63.6%(1,491억원)가 국산 가전으로 확인

(단위: 건, 원)

품목	국산		외산(수입)		합 계	
	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액
냉장고	126,127	32,075,512,490	134,359	22,810,745,050	260,486	54,886,257,540
김치냉장고	239,125	40,116,072,920	14,552	1,617,831,300	253,677	41,733,904,220
에어컨	18,355	2,589,308,720	48,075	6,161,138,520	66,430	8,750,447,240
일반세탁기	32	6,907,710	2,367	103,055,040	2,399	109,962,750
드럼세탁기	194,902	37,421,486,200	144,710	15,065,224,270	339,612	52,486,710,470
전기밥솥	229,696	7,713,086,650	29,594	448,693,710	259,290	8,161,780,360
공기청정기	14,053	1,001,992,650	1,934	37,312,400	15,987	1,039,305,050
TV	9,148	586,078,160	273,024	28,631,249,160	282,172	29,217,327,320
제습기	18,687	897,991,240	76,427	3,526,318,270	95,114	4,424,309,510
의류건조기	163,006	19,877,784,200	45,536	4,429,842,220	208,542	24,307,626,420
식기세척기	50,776	6,838,836,490	20,558	2,698,665,070	71,334	9,537,501,560
합 계	1,063,907 (57.4%)	149,125,057,430 (63.6%)	791,136 (42.6%)	85,530,075,010 (36.4%)	1,855,043 (100%)	234,655,132,440 (100%)

* 한국에너지공단 효율관리제도 시스템(eep.energy.or.kr) 내 제조/수입업체가 신고한 제조지 기준

○ 환급 처리 기간

- 8/13일부터 환급 신청 개시
- 사업 초기 신청 집중 이후 일평균 약 1만 건 수준의 안정적인 신청 흐름을 유지하며, 사업 종료에 가까워지면서 점진적으로 감소

구 분	8월	9월	10월	11월	12월	1월	월평균
신청 건수	509,475	351,537	320,280	362,231	323,300	53,497	373,365

- 평균 처리 기간 17.05일 소요 (보완기간 포함)

구 분	10일 이내	20일 이내	30일 이내	30일 초과	비 고
환급 처리기간(건)	871,148	497,766	381,915	157,650	취소건수 포함 총 1,908,498건 기준
비율	45.6%	26.1%	20.0%	8.3%	

□ 설문조사 결과(소비자 설문)

○ 소비자 설문 개요

- (조사대상) 으뜸효율 가전 구매 후 환급을 받은 소비자 1,579명*

* 신청제품, 소득분위, 지역 비율 등을 고려한 다단계층화표본 추출

- (조사방법) PC 및 모바일 웹 설문 방식

- (조사기간) '26.2.5 ~ '26.2.11

- (조사내용)

▪ 응답자 특성	지역, 성별, 연령, 가구원수, 직업 등
▪ 구매/제품정보	구매(렌탈) 여부, 구매 방식(온라인/오프라인), 구매처, 구매 품목, 구매 계기(신규/교체), 기존 제품 사용기간 및 효율등급, 렌탈 선택 이유, 제품 구매 시 고려사항 등
▪ 사업 인식도	환급사업 인지 경로, 가전제품 구매계획 여부, 환급사업에 따른 구매 결정 영향, 환급사업 효과 인식, 환급금 수령 방식 및 활용처, 향후 고효율 가전제품 구매 의향 등
▪ 사업 만족도	환급사업 전반적 만족도, 환급 신청 절차 편의성, 환급 신청 소요시간, 신청 난이도, 신청 과정 애로사항, 환급사업 만족 요인 및 개선 필요사항, 과거 환급사업 참여 경험 등

- (설문조사 특징) 정책 수혜의 형평성 및 계층 간 체감 효과 차이를 분석하기 위해 응답자를 디지털 취약계층 여부 및 소득분위 기준으로 구분하여 비교 분석

▪ 계층 구분 기준	디지털취약계층 : 만 55세 이상 또는 농어촌 지역 거주자 소득분위 : 환급사업 수급자의 개인소득을 기준 (1~4분위, 5~7분위, 8~10분위로 구분)
▪ 비교 분석	사업 인지 경로, 신청 방식, 이용 편의성, 만족도 등 주요 항목에 대해 계층 간 차이를 비교 분석
▪ 비교 목적	온라인 기반 신청 구조에서 발생할 수 있는 접근성 격차를 확인하고, 소득수준 및 디지털 접근성에 따른 정책 수혜 형평성과 체감 효과를 종합적으로 검토

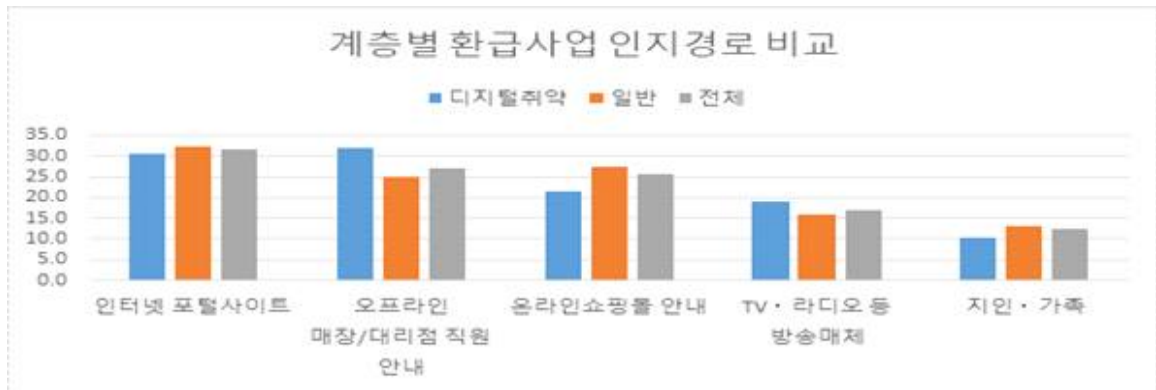
○ 설문조사 결과

< 소비 및 구매 특성 >

- (사업 인지경로) 인터넷 포털사이트를 통한 인지 비율이 31.7%로 가장 높게 나타났으며, 이어 오프라인 매장·대리점 직원 안내(27.2%), 온라인 쇼핑몰 안내(25.6%) 순으로 나타남

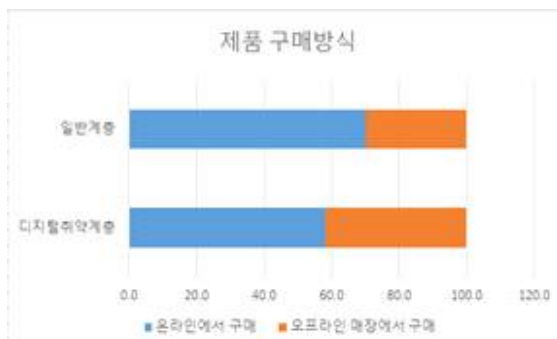
- 디지털취약계층*은 오프라인 매장 안내(31.8%)와 방송매체(19.0%) 비중이 상대적으로 높고 온라인 채널 활용은 낮은 특징을 보임

* 디지털정보격차 실태조사 기준을 준용하여, 만 55세 이상(고령층) 또는 농어촌 지역 거주자 등 개별 조건 중 하나 이상에 해당하는 집단을 포함함



- (제품 구매경로) 온라인 구매 비중이 66.4%로 오프라인(33.6%) 대비 높아, 가전제품 구매는 온라인 중심으로 이루어지는 경향

- (계층별 차이) 디지털취약계층은 온라인 58.3%, 오프라인 41.7%로 일반계층보다 오프라인 의존도가 높으며, 소득분위별로도 저소득층(1~4분위)은 온라인 비중이 58.4%로 낮고 고소득층(9~10분위)은 73.2%로 높게 나타남



- (구매계획 여부) 조사대상자의 84.3%(1,331명)는 가전제품 구매 계획을 수립한 상태에서 환급사업에 참여함
 - 이들 중 93.5%(1,229명)는 환급사업의 영향으로 저효율 제품 대신 1등급 제품을 선택한 것으로 나타남



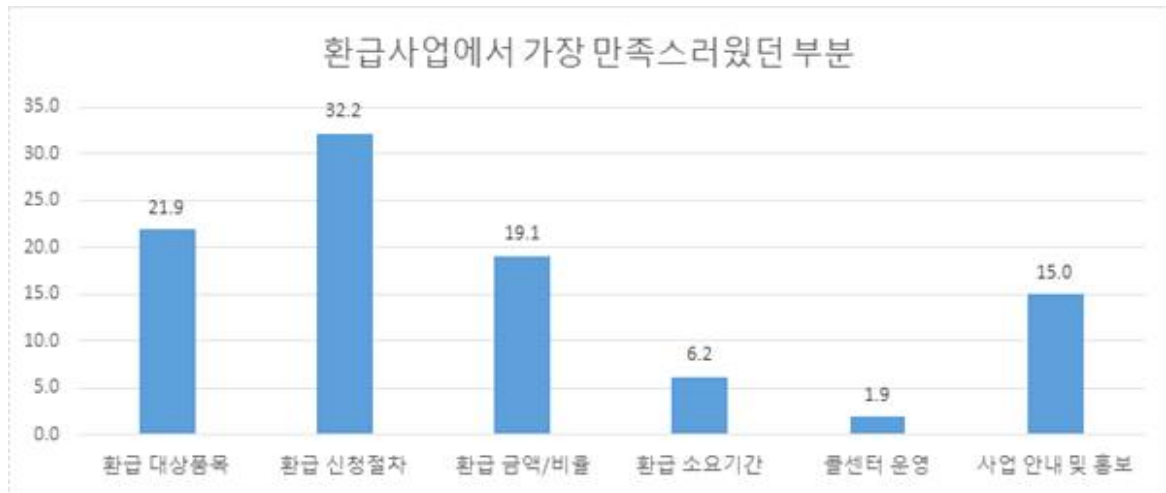
- (구매/렌탈 방식) 전체 응답자의 91.5%가 제품을 구매 방식으로 이용하고 있으며 렌탈은 4.4%, 구매와 렌탈을 병행하는 경우는 4.2%로 가전제품 이용은 여전히 구매 중심 구조가 우세
 - 렌탈 이용자의 경우 초기 비용 부담 완화(63.0%), 설치·수리·A/S 등 관리 편의성(48.1%) 등의 이유로 렌탈을 활용한다고 응답



< 사업 만족도 및 효과 >

- (사업 만족도) 환급사업에 대해 만족(만족+매우 만족)했다고 응답한 비율은 전체의 94.1%

- 평균 만족도는 4.57점(5점 만점), 주요 만족요인은 환급 신청 절차 (32.2%), 환급 대상품목(21.9%), 환급 금액·비율(19.1%) 순



- 반면, 불만족한 응답자(13명)는 환급금액/비율(46.2%), 환급 대상품목(15.4%), 환급 소요기간(15.4%) 등을 개선사항으로 응답

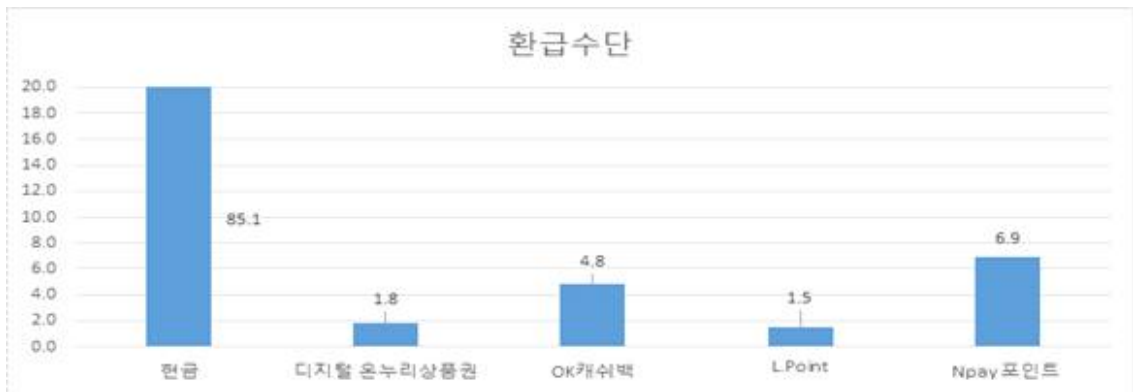
- (환급사업 효과) 고물가·에너지 가격 상승에 따른 가계부담 완화 (68.9%)와 가정 전기료 절감(58.1%)이 가장 높게 나타남

- 소비자의 직접적인 비용 절감효과가 크게 체감된 것으로 확인



- **(환급수단 다양화)** 금년 환급사업부터 현금 외 디지털 온누리상품권, 민간포인트 등 다양한 환급수단이 도입

- 전체 응답자의 85.1%는 여전히 현금을 선택한 것으로 나타났으며, Npay 포인트(6.9%), OK캐쉬백(4.8%), 디지털 온누리상품권(1.8%), L.Point(1.5%) 순으로 이용됨

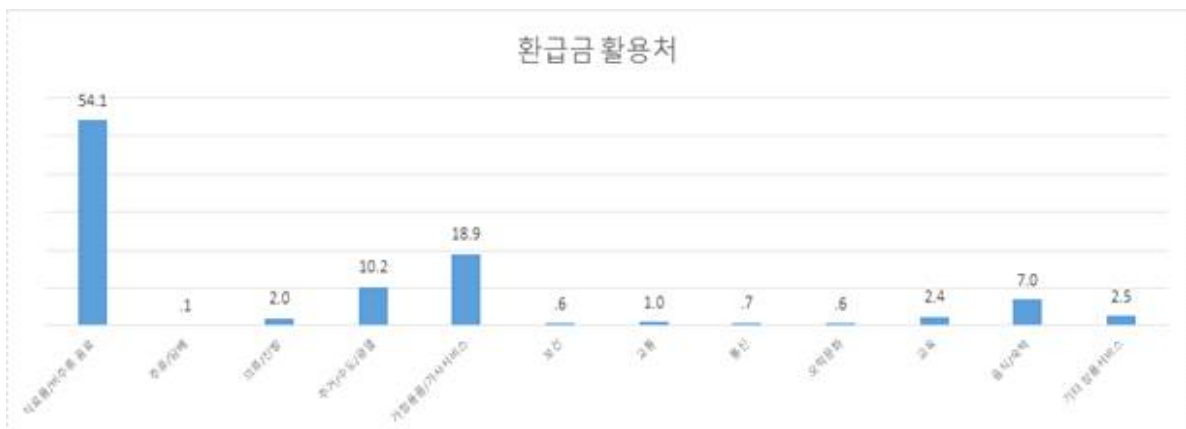


- (참고) 현금 외 환급수단(온누리상품권, 민간포인트) 지급 현황

구분	추가 혜택 (민간 예산활용)	건수(건)	기본지급분(백만원) *구매금액의 10%	환급수단별 추가지급분(백만원)
온누리상품권	선할인 10%	3,906	390	35
OK캐쉬백	5% 추가지급	32,309	3,276	164
L포인트	3% 추가지급	12,607	1,321	40
네이버페이	1% 추가지급	58,578	5,381	54
계		107,400	10,368	293

* 환급금 최초 지급 기준

- **(환급금 활용처)** 환급금은 식료품·비주류 음료(54.1%)에 가장 많이 사용된 것으로 나타났으며, 이어 가정용품·가사서비스(18.9%), 주거·수도·광열(10.2%), 음식·숙박(7.0%) 순으로 활용



□ 설문조사 결과(기업체 설문)

○ 기업체 설문 개요

- (조사대상) 으뜸효율 가전 제조사·협력사·유통사·렌탈사 총 78개사
* 제조사 34개사, 협력사 5개사, 유통사 28개사, 렌탈사 11개사
- (조사방법) PC 및 모바일 웹 설문 방식
- (조사기간) '26.1.16 ~ '26.2.27
- (조사내용)

▪ 업 체 정 보	취급 품목, 업종 유형(제조·유통·렌탈 등), 응답자 기본정보 등
▪ 생산/판매·고용효과	에너지효율등급 고려 정도, 환급사업이 고효율 제품 생산·판매에 미친 영향, 생산량·판매량 변화, 방문객 및 구매고객 변화, 고용 유지 및 신규채용 효과 등
▪ 유통렌탈 운영구조	온라인·오프라인 판매 채널 구조, 주요 판매 플랫폼, 렌탈 서비스 운영 여부 및 매출 비중, 환급사업이 렌탈 채널에 미친 영향 등
▪ 기술개발효과	고효율 제품 관련 연구개발(R&D) 투자 영향, 기술 고도화 수준, 산업 생태계(부품·소재·중소기업) 확산 및 경쟁력 강화 효과 등
▪ 사업 만족도	사업 만족도, 지속 필요성 및 적정 규모 의견, 렌탈 운영 시 제약요인, 제도 개선 및 건의사항 등

○ 설문조사 결과

< 제조사·협력사 설문조사 결과 >

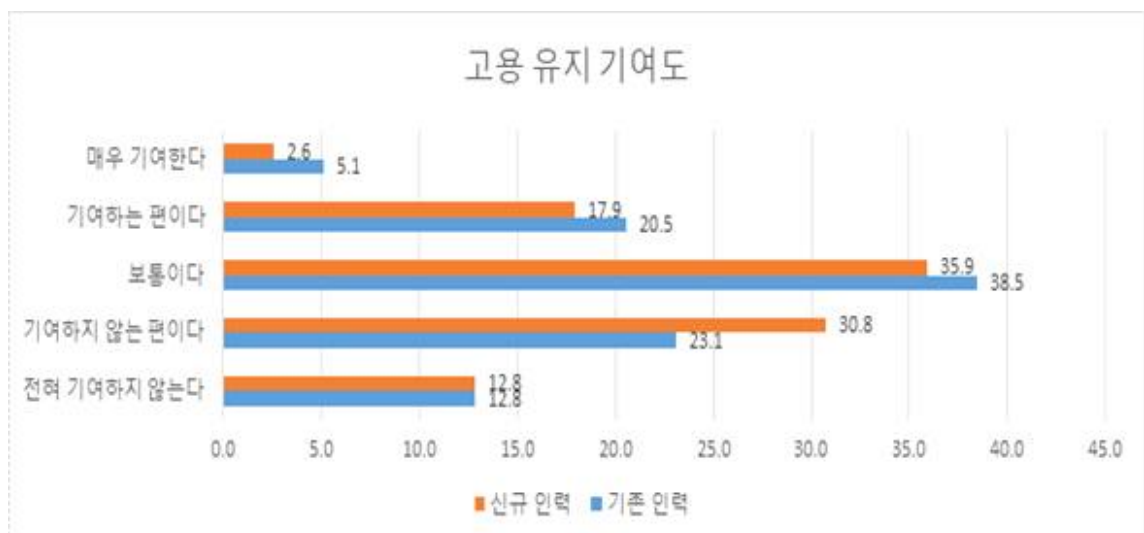
- (생산 효과) 기업체의 71.8%가 환급사업이 고효율 제품 생산에 영향을 미쳤다고 응답하였으며, 업종별로는 제조사(76.5%)가 협력사(40.0%) 대비 영향 인식이 높은 것으로 나타남
 - 또한, 생산에 영향이 있다고 응답한 기업 중 85.8%가 전년 대비 생산량 증가에 긍정적인 영향을 받았다고 응답(‘영향이 있는 편’ 67.9%, ‘매우 큰 영향’ 17.9%)



구 분	사례수	환급사업이 고효율 제품생산에 영향 여부	
		있다	없다
전체	39	71.8%	28.2%
기업유형별	제조사	76.5%	23.5%
	협력사	40.0%	60.0%



- (고용효과) 환급사업의 기존 인력 고용유지 기여도는 평균 2.82점 (5점 만점) ‘보통 이상’ 응답이 64.1%(보통 38.5%, 기여 20.5%, 매우 기여 5.1%)
- 신규 고용 창출 기여도는 평균 2.67점으로, ‘보통 이상’ 응답은 56.4%(보통 35.9%, 기여 17.9%, 매우 기여 2.6%)로 나타남

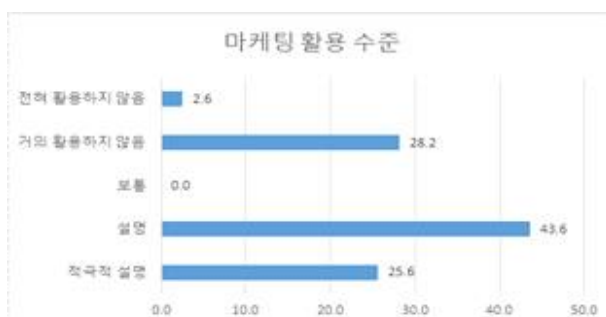


< 유통사·렌탈사 설문조사 결과 >

- **(판매채널)** 기업의 판매채널은 온라인 위주(43.6%)가 가장 높고, 온·오프라인 병행(35.9%), 오프라인 위주(20.5%) 순
 - 업종별로는 유통사의 경우 온라인(42.9%), 오프라인(28.6%), 병행(28.6%), 렌탈사는 온·오프라인 병행(54.5%) 및 온라인 중심(45.5%)
- **(렌탈 서비스 운영)** 환급 지원 품목에 대한 렌탈 서비스는 전체의 35.9%가 운영 중



- **(렌탈매출 구조)** 렌탈 서비스를 운영 중인 기업을 대상으로 분석한 결과, 렌탈 매출 비중이 10~30% 수준인 기업이 64.3%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 10% 미만은 35.7%로 나타남
- **(마케팅 활용 수준)** 에너지효율등급에 대한 마케팅 활용 전체의 약 69.2%가 효율등급을 소비자에게 적극적으로 안내함
- **(판매효과)** 환급사업이 고효율 제품 판매에 영향을 미쳤다고 응답한 비율은 전체의 82.1%, 판매에 영향이 있다고 응답한 기업 중 93.7%가 전년 대비 판매 증가에 긍정적인 영향을 받았다고 응답



< 환급사업 만족도 및 개선의견 >

- (사업 만족도) 환급사업에 대한 전반적 만족도는 업종 전반에서 비교적 높은 수준으로 나타났으며, 특히 유통사(3.71점)와 렌탈사(3.91점)에서 높은 만족도를 보임

구 분		사례수	환급사업 전반적 만족도(비율%)					평균 (5점 만점)
			매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	
요격사업-파리	제조사	34	5.9	0.0	41.2	41.2	11.8	3.53
	협력사	5	20.0	0.0	40.0	20.0	20.0	3.20
	유통사	28	3.6	3.6	32.1	39.3	21.4	3.71
	렌탈사	11	0.0	0.0	36.4	36.4	27.3	3.91

- (환급사업 지속 의견) 환급사업의 지속 필요성에 대해 대부분의 기업이 긍정적으로 인식하고 있으며, 특히 유통사(96.4%)와 렌탈사(100.0%)에서 매우 높은 수준으로 나타남

구 분		사례수	환급사업 지속 필요성(비율%)	
			그렇다	아니다
제조업	제조사	34	88.2	11.8
	협력사	5	60.0	40.0
	유통사	28	96.4	3.6
	렌탈사	11	100.0	0.0

- (사업 규모 확대 필요성) 환급사업 지속이 필요하다고 응답한 기업을 대상으로 향후 사업 규모 방향을 조사한 결과, 전 업종에서 ‘확대’ 의견이 우세하게 나타나 사업 확대에 대한 요구가 높음

구 분		사례수	향후 사업 규모 방향(비율%)					평균 (5점)
			대폭 감소	다소 감소	현행 유지	다소 확대	대폭 확대	
제조업	제조사	30	0.0	0.0	30.3	39.4	21.2	3.90
	협력사	3	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	4.00
	유통사	27	0.0	0.0	31.6	28.9	10.5	3.70
	렌탈사	11	0.0	0.0	7.9	18.4	2.6	3.82

□ 경제적 파급효과 분석

1. 경제효과 분석

- **(개요)** 환급사업이 견인한 가전제품 판매량 증가분을 예측하고, 실제 내수 진작에 미친 영향을 정량적으로 분석
- **(시장 동향)** 국가데이터처 서비스업동향조사에 따르면 '25년 가전제품 소매판매액은 전년 대비 약 △5.8% 감소*, 전체 시장은 위축된 흐름
* '24년 약 30.9조원 → '25년 약 28.8조원 (출처: 국가통계포털, 서비스업동향조사)
- **(분석방법)** 2025년 환급사업의 판매금액에 수급자 설문조사를 기반으로 도출한 정책기여도*를 적용하여, 환급사업으로 인해 추가적으로 발생한 판매금액(순증분)을 산출
* 환급사업이 구매 결정에 미친 영향 정도를 반영한 비율
- **(분석결과)** 위 방법론에 따라 분석한 결과, 환급사업으로 인한 환급 대상 가전제품 판매금액 순증분은 1조 1,947억원 규모로 추정

(단위 : 백만원)

환급사업 판매금액	정책기여도*	환급사업 판매금액 순증분
2,574,877	46.4%	1,194,743

* 정책기여도(46.4%)는 환급사업 미시행 시 1등급 제품을 선택하지 않았을 응답 비율로, 정책으로 인한 소비자 선택 변화 가능성을 반영한 추정지표임

문2-3. 만약 「 으뜸효율 가전제품 환급사업 」 이 없었더라도,
귀하는 1 등급 제품을 구매하셨을 것 같습니까?

구분	동일 선택 (=1등급 구매)	선택 변화* (=정책기여도)	합계
응답자수(비율)	847명(53.6%)	732명(46.4%)	1,579명(100%)

* 저효율→고효율 제품 구매전환 효과, 구매 앞당김 효과 등 포함

2. 산업 연관 부가효과 분석

- (개요) 최신 산업연관표*를 활용하여, 환급사업으로 인해 발생한 최종 수요 증가가 생산·부가가치·고용 등 연관 산업 전반에 미치는 경제적 파급효과를 분석

* 2020년 기준년 산업연관표(한국은행, 2024)

품 목	대분류	소분류	생산 유발계수	부가가치 유발계수	취업 유발계수	고용 유발계수
TV	컴퓨터, 전자 및 광학기기 (C09)	영상 및 음향기기 (352)	2.279	0.600	5.353	4.250
냉장고	전기장비 (C10)	가정용 전기기기 (375)	2.176	0.686	5.437	4.392
김치냉장고						
일반세탁기						
드럼세탁기						
전기밥솥						
의류건조기						
식기세척기						
에어컨	기계 및 장비 (C11)	공기 및 액체 조절장치 (385)	2.272	0.692	6.224	5.094
공기청정기						
제습기						

* 출처: 2020년 기준년 산업연관표(한국은행, 2024)

- (생산유발효과) 환급사업 시행에 따른 가전제품 판매로 유발되는 연관 산업의 생산유발액은 약 2조 6,212억원으로 추정

(단위 : 백만원)

품 목	대분류	소분류	생산유발계수 (A)	판매증가액 (B)	생산유발액 (C=A*B)
TV	컴퓨터, 전자 및 광학기기 (C09)	영상 및 음향기기 (352)	2.279	141,074	321,507
냉장고	전기장비 (C10)	가정용 전기기기 (375)	2.176	286,045	622,434
김치냉장고				203,061	441,862
일반세탁기				522	1,135
드럼세탁기				275,910	600,379
전기밥솥				37,977	82,637
의류건조기				130,954	284,956
식기세척기				46,596	101,392
에어컨	기계 및 장비 (C11)	공기 및 액체 조절장치 (385)	2.272	47,057	106,913
공기청정기				4,933	11,208
제습기				20,616	46,840
합 계					2,621,262

- (부가가치유발효과) 환급사업 시행에 따라 전 산업에서 직·간접적으로 유발되는 부가가치 유발액은 약 8,078억원으로 추정

(단위 : 백만원)

품 목	대분류	소분류	부가가치유발계수 (A)	판매증가액 (B)	생산유발액 (C=A*B)
TV	컴퓨터, 전자 및 광학기기 (C09)	영상 및 음향기기 (352)	0.600	141,074	84,644
냉장고	전기장비 (C10)	가정용 전기기기 (375)	0.686	286,045	196,227
김치냉장고				203,061	139,300
일반세탁기				522	358
드럼세탁기				275,910	189,274
전기밥솥				37,977	26,052
의류건조기				130,954	89,834
식기세척기				46,596	31,965
에어컨	기계 및 장비 (C11)	공기 및 액체 조절장치 (385)	0.692	47,057	32,563
공기청정기				4,933	3,414
제습기				20,616	14,266
합 계					807,897

- (취업유발효과) 환급사업으로 인한 관련 산업의 확대에 직·간접적으로 유발되는 전 산업부문의 취업유발인원은 약 6,541명으로 추정

(단위 : 백만원)

품 목	대분류	소분류	취업유발계수 (A)	판매증가액 (B)	생산유발액 (C=A*B)
TV	컴퓨터, 전자 및 광학기기 (C09)	영상 및 음향기기 (352)	5.353	141,074	755,167
냉장고	전기장비 (C10)	가정용 전기기기 (375)	5.437	286,045	1,555,226
김치냉장고				203,061	1,104,045
일반세탁기				522	2,837
드럼세탁기				275,910	1,500,120
전기밥솥				37,977	206,479
의류건조기				130,954	711,996
식기세척기				46,596	253,341
에어컨	기계 및 장비 (C11)	공기 및 액체 조절장치 (385)	6.224	47,057	292,880
공기청정기				4,933	30,703
제습기				20,616	128,315
합 계					6,541,108
취업유발인원(명/10억원)					6,541

- (고용유발효과) 환급사업으로 인한 관련 산업의 확대에 직·간접적으로 유발되는 전 산업부문의 고용유발인원은 약 5,278명으로 추정

(단위 : 백만원)

품 목	대분류	소분류	고용유발계수 (A)	판매증가액 (B)	생산유발액 (C=A*B)
TV	컴퓨터, 전자 및 광학기기 (C09)	영상 및 음향기기 (352)	4.250	141,074	599,562
냉장고	전기장비 (C10)	가정용 전기기기 (375)	4.392	286,045	1,256,309
김치냉장고				203,061	891,846
일반세탁기				522	2,292
드럼세탁기				275,910	1,211,795
전기밥솥				37,977	166,793
의류건조기				130,954	575,149
식기세척기				46,596	204,648
에어컨	기계 및 장비 (C11)	공기 및 액체 조절장치 (385)	5.094	47,057	239,706
공기청정기				4,933	25,128
제습기				20,616	105,019
합 계					5,278,248
고용유발인원(명/10억원)					5,278

□ 중소·중견기업에 대한 사업효과 분석

○ 기업규모별 환급실적

- 전체 환급건수 중 중소·중견기업 제품은 26.7%를 차지하며, 약 259억원을 중소·중견기업 제품에 대한 환급금으로 지급함

(단위: 건, 원)

품목	대기업		중견·중소		합 계	
	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액	환급건수	환급금액
냉장고	258,800	54,753,861,260	1,686	132,396,280	260,486	54,886,257,540
김치냉장고	151,741	29,987,900,190	101,936	11,746,004,030	253,677	41,733,904,220
에어컨	48,408	7,527,332,760	18,022	1,223,114,480	66,430	8,750,447,240
일반세탁기	873	73,963,120	1,526	35,999,630	2,399	109,962,750
드럼세탁기	336,706	52,217,665,340	2,906	269,045,130	339,612	52,486,710,470
전기밥솥	15	531,570	259,275	8,161,248,790	259,290	8,161,780,360
공기청정기	3,383	324,959,870	12,604	714,345,180	15,987	1,039,305,050
TV	216,428	26,740,082,260	65,744	2,477,245,060	282,172	29,217,327,320
제습기	65,912	3,423,141,450	29,202	1,001,168,060	95,114	4,424,309,510
의류건조기	207,612	24,218,147,520	930	89,478,900	208,542	24,307,626,420
식기세척기	70,563	9,480,601,230	771	56,900,330	71,334	9,537,501,560
합 계	1,360,441 (73.3%)	208,748,186,570 (89.0%)	494,602 (26.7%)	25,906,945,870 (11.0%)	1,855,043 (100%)	234,655,132,440 (100%)

- 다만, 대기업 완제품 생산을 위한 부품 상당수가 중소협력사의 제품임을 고려할 때 대기업 구매금액의 약 57%*가 중견·중소협력사에 돌아간 것으로 추정됨

* 제조업 매출원가 비중¹⁾ 81.41% x 매출원가 중 중소협력사 부품가 비중²⁾ 약 70% = 56.99%

- 출처: 1) 한국은행 기업경영분석('25.10월), 2) 환급사업 유관기업 의견 청취('26.2월)

- 따라서, 환급사업을 통해 중소중견기업에 직·간접적으로 돌아간 실질적 혜택은 약 1조 5683억원 수준으로 분석됨

(단위: 원, %)

품목	대기업		중견·중소		합 계	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중
판매금액	2,340,125,940,492	90.9%	234,751,304,023	9.1%	2,574,877,244,515	100%

(단위: %, 백만원)

구 분	대기업제품 구매			중소·중견제품구매 (직접)	중견·중소기업 실질적 혜택 (직·간접)
	대기업	중소·중견 협력사(간접)	계		
비중	39.1 (43%)	51.8 (57%)	90.9 (100%)	9.1%	60.9%
구매금액	1,006,558 (43%)	1,333,568 (57%)	2,340,126 (100%)	234,751	1,568,319

□ 에너지 절감 효과

- (절감효과) 2025년 으뜸효율 환급사업을 통해 유발된 연간 전력 절감효과는 약 50.61GWh으로, 이는 4인 가구 기준 약 13,500가구의 1년 전력 사용량에 해당

* 4인 가구당 연간 소비전력 3,752.5kWh 기준

- (산정기준) 실제 판매량*을 고려하여 품목별 대표모델을 선정 후, 실제 환급모델과 비교하여 해당 에너지절감량을 산출하고 이를 환급모델별 보급대수에 적용하는 방식으로 총 절감량 추정

* (분석기준 데이터) 2024년도 효율관리기자재 생산판매실적 및 에너지소비효율등급 표시제도 신고제품 DB (한국에너지공단, 2025.12)

<에너지절감량 산정 절차>

단계	구분	주요 내용	적용 데이터
1단계	용량 구간 세분화	품목별 제품 용량을 시장 판매 구조에 맞게 세분화	생산·판매 데이터 및 효율등급 DB
2단계	대표제품 도출	품목 분류별 판매 실적이 있는 모델 전체(100%)를 기준으로 판매량 가중평균 연간에너지절감량 산출	
3단계	대당 절감전력량 산정	대표제품의 연간소비전력량과 실제 환급제품(1등급)의 연간소비전력량 비교	2025년 환급 실적 데이터
4단계	총 절감량 산출	대당 절감전력량 × 환급건수 적용 후 품목별 합산	

<품목별 에너지 절감량 산출 결과>

품목	보급대수(대)	품목별 연간 에너지절감량(GWh)
냉장고	260,486	18.81
김치냉장고	253,677	0.72
에어컨	66,430	7.35
일반세탁기	2,399	0.01
드럼세탁기	339,612	2.16
전기밥솥	259,290	1.87
공기청정기	15,987	0.57
TV	282,172	16.45
제습기	95,114	1.82
의류건조기	208,542	0.13
식기세척기	71,334	0.73
총 합계	1,855,043	50.61

□ 소득분위별 정책 체감효과 분석

- (정책 체감효과) 으뜸효율 환급사업은 중·저소득층 중심으로 수혜가 집중되는 것으로 나타났으며, 소득 대비 환급혜택 비중을 고려할 경우 저소득층일수록 정책 체감효과가 크게 나타남을 확인
 - 환급건수 및 환급금액의 약 86%가 1~3분위에 집중되어 정책의 수혜가 중·저소득층에 집중
 - 평균 환급금액은 소득분위 간 큰 차이가 없는 소득중립적 구조
 - 소득 대비 환급 비율(실질지원강도)은 저소득층에서 높게 나타나 실질 체감효과는 저소득층이 높게 나타남
- (분석 기준) 환급 실적 데이터를 개인 기준 소득정보와 연계하고, 가계금융복지조사*의 소득분위 기준에 따라 소득구간을 재분류
 - * 국가데이터처, 가계금융복지조사, 2025

<소득분위 경계값(5분위), 연봉 기준>		<소득분위별 평균 환급금액>	
구분	소득기준	구분	환급금액 평균
1분위	25,500,000 원 이하	1분위	136,017 원
2분위	25,500,000 초과 ~ 46,300,000 이하	2분위	135,811 원
3분위	46,300,000 초과 ~ 70,930,000 이하	3분위	136,054 원
4분위	70,930,000 초과 ~ 109,180,000 이하	4분위	137,987 원
5분위	109,180,000 원 초과	5분위	142,468 원

<소득분위별 환급건수 및 환급금액>				
구분	환급건수(백만원)	환급건수 비율(%)	환급금액(백만원)	환급금액 비율(%)
1분위	75	10.2%	10,320	10.2%
2분위	414	55.8%	56,289	55.6%
3분위	155	20.9%	21,171	20.9%
4분위	68	9.3%	9,514	9.4%
5분위	28	3.8%	4,031	4.0%
합계	743	100%	101,328	100%

<소득분위별 환급사업의 체감효과>			
소득분위	평균 연소득	환급금액 평균	환급금액/소득(%) = 실질지원강도
1분위(하위20%)	15,520,000 원	136,017 원	0.88%
2분위 (중하위)	35,860,000 원	135,811 원	0.38%
3분위 (중위)	58,050,000 원	136,054 원	0.23%
4분위 (중상위)	88,470,000 원	137,987 원	0.16%
5분위 (상위20%)	173,380,000 원	142,468 원	0.08%

※ 데이터 한계로 개인소득을 기준으로 분석하고, 가계금융복지조사의 가구소득 분위 기준으로 재분류함

□ 신규 구매방식(렌탈) 도입 효과 분석

- (구매방식 변화) 2025년 환급사업을 통해 도입된 렌탈 구매방식은 가전제품 구매 시 초기 비용 부담을 완화하는 보완적 수단으로 작용
- (소득분위별 이용 특성) 렌탈 도입은 초기 구매비용 부담을 완화하여 저소득층의 구매장벽을 낮추는 접근성 개선 수단으로 작동
 - 정책 수혜의 접근성을 확대하려는 렌탈 제도 도입 취지와 부합

<소득분위 경계값(5분위), 연봉 기준>

구분	렌탈 비율	구매 비율
1분위	10.77%	89.2%
2분위	9.45%	90.5%
3분위	7.94%	92.1%
4분위	6.92%	93.1%
5분위	6.14%	93.9%

