

보도시점 2025. 11. 7.(금) 10:00 / 배포 2025. 11. 7.(금) 08:30

‘AI워싱’ 의심사례 시정 및 부당 표시·광고 가이드라인 마련 추진

- 공정위·소비자원 가전·전자제품 AI워싱 의심사례 모니터링 및 시정(20건),
내년 중 AI워싱 방지를 위한 가이드라인 마련 추진 -

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)와 한국소비자원(원장 윤수현, 이하 ‘소비자원’)은 ‘AI워싱’ 행위에 대한 의심사례 모니터링 및 소비자 인식조사를 실시하고 그 결과를 발표하였다.

최근 AI기술 혁신에 따라 생성형 AI를 활용한 AI 챗봇 및 AI 검색 서비스 활용이 일상화되고, 가전·전자제품을 중심으로 AI기능이 일부 탑재되는 등 AI제품·서비스가 지속 출시되고 있다.

이에 따라, 소비자의 편익이 증진되고 기업의 생산성도 향상되는 긍정적 효과가 나타나고 있지만, AI기술이 적용되지 않았거나 적용 수준이 미미함에도 AI기능을 실제보다 과장하여 표시·광고해 소비자를 오인시키는 소위 AI워싱(AI-Washing)과 같은 기만적인 행위도 함께 발생하고 있다.

이러한 AI워싱 행위는 실제보다 제품의 성능을 과장하여 소비자의 합리적 구매 선택을 방해하기 때문에 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」에 의해 부당한 표시·광고행위로 규율될 필요가 있다.

이에 따라 공정위와 소비자원은 향후 필요한 조사·정책 수요를 파악하기 위해 최근 AI기능이 탑재되고 있는 주요 제품에 대해 AI워싱 발생 여부 및 현황을 모니터링하고, 이러한 AI워싱 행위가 소비자의 구매 선택에 미치는 영향에 대해 소비자 인식조사를 실시하였다.

< AI위싱 의심사례 모니터링 결과 >

공정위는 소비자원과 협업을 통해 국내 주요 오픈마켓에서 판매 중인 가전·전자제품을 대상으로 AI위싱 의심사례를 모니터링*한 결과 총 20건의 의심사례를 발견하였고, 사업자 소명 과정을 거쳐 해당 표시·광고를 자진 수정 또는 삭제하는 방식으로 시정하였다.

* 네이버, 롯데온, 11번가, 옥션, SSG닷컴, G마켓, 카카오프렌즈, 쿠팡 7개 온라인몰 대상('25.5월~7월)

학습에 기반하지 않은 단순 센서 기술 적용 등 AI기술로 보기 어려움에도 제품명에 'AI' 명칭을 포함하거나 AI기능을 실제보다 과장하여 광고하는 경우가 대부분(19건)인 것으로 조사되었다.

※ 사례1: 냉풍기의 온도 센서 기반 자동 풍량 조절 기능을 'AI기능'으로 표현

⇒ 해당 표현을 '자동 온도 조절'으로 수정

※ 사례2: 제습기의 습도 센서 기반 자동 습도 조절 기능을 '인공지능 기능'으로 표현

⇒ 해당 표현을 삭제

또한 제품에 탑재된 AI기능의 작동 조건·한계 등의 제한사항을 명시하지 않아 소비자가 이를 인식하기 어려운 경우(1건)도 존재하였다.

※ 사례: 세탁기의 AI세탁모드가 세탁물이 소량인 경우에만 작동함에도 이러한 제한사항을 미표시

⇒ AI세탁모드에 대해 “세탁량 3kg 이하에서 동작합니다. 사용환경 및 제품에 따라 동작 조건은 차이가 있을 수 있습니다.”로 제한사항을 명확히 표시

* AI세탁모드를 선택할 경우 AI가 세탁물 옷감의 재질을 판단하고, 해당 옷감을 보호할 수 있도록 최적화된 세탁방식을 적용

< AI위싱 관련 소비자 인식조사 결과 >

한편, 공정위는 소비자원과 협업을 통해 AI제품에 대한 표시·광고가 소비자의 구매 선택에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 소비자 인식조사*를 실시하였다.

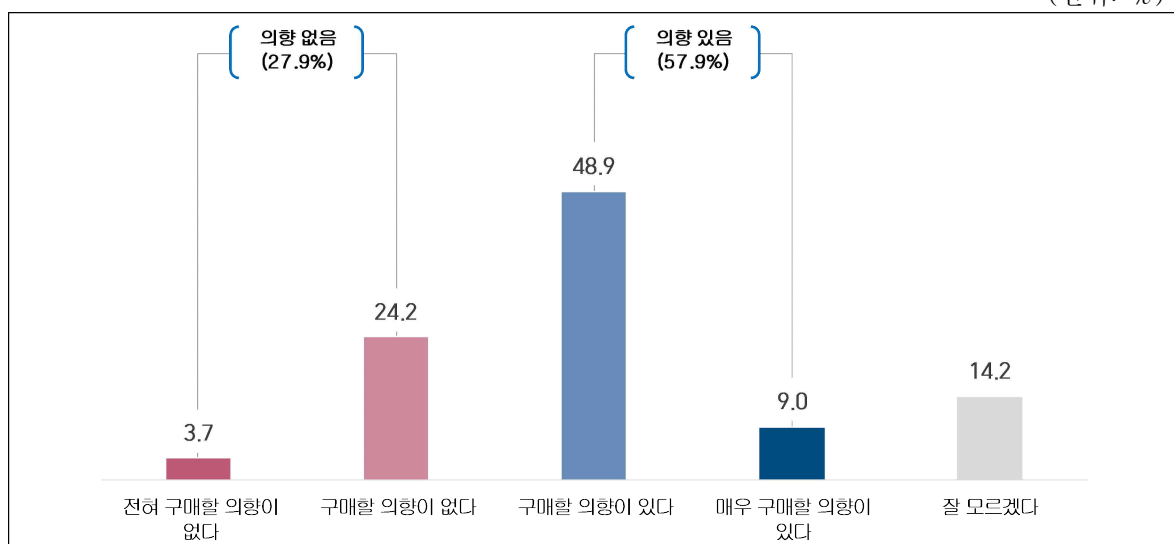
* AI가 무엇인지 알고 있는 소비자 3,000명을 대상으로 AI위싱 인식 및 소비행태 등 조사('25.7월)

소비자 인식조사 결과, 응답자 절반 이상(57.9%, 1,737명)은 AI기술이 적용된 제품이 일반 제품보다 비싸더라도 구매할 의향이 있다고 응답했으며, 구매 의향이 있다고 응답한 소비자는 일반 제품에 비해 평균 20.9%의 추가 가격*을 지불할 의향이 있다고 응답하였다. 또한 AI제품 구매 시 우려되는 사항으로는 AI기술이 실제로 적용된 제품을 구분하기가 어렵다는 응답 비율이 높게(67.1%, 2,013명) 조사되어 부당한 AI위싱 광고로부터 소비자를 보호할 필요가 큰 것으로 나타났다.

* 일반 제품·서비스가 100만 원이라면 평균 20만 9,835원 더 지불할 의사가 있음

<AI 제품·서비스 구매 의향>

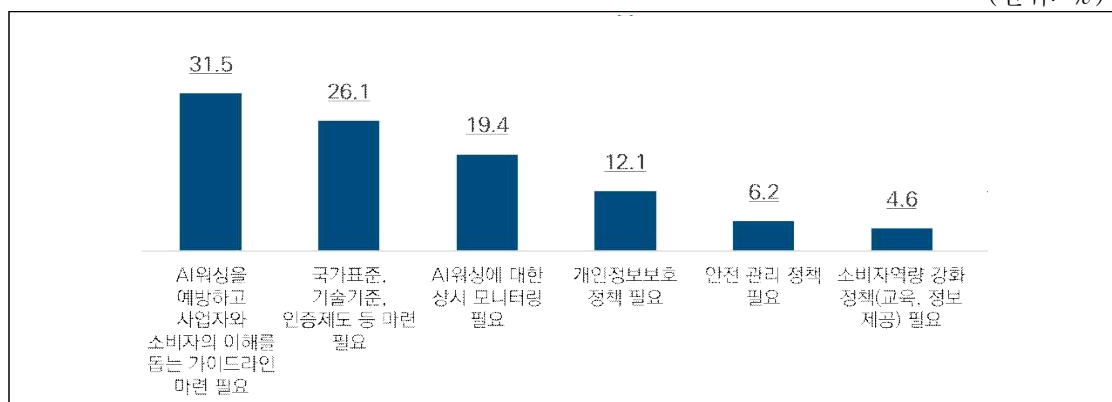
(단위: %)



AI위싱으로부터 소비자를 보호하기 위해 필요한 정책으로는 ‘사업자와 소비자의 이해를 돕는 가이드라인 마련’, ‘국가표준, 기술기준, 인증제도 등 마련’, ‘AI위싱에 대한 상시 모니터링’을 가장 필요한 정책으로 응답하였다.

<AI 제품·서비스 관련 정책 수요>

(단위: %)



공정위는 소비자 피해를 예방하고 사업자의 예측가능성을 높이기 위해 이번에 확인된 사례 및 인식조사 결과를 바탕으로 내년 중 인공지능 관련 부당한 표시·광고에 대한 가이드라인을 마련할 예정이며, 앞으로도 소비자원과 협업을 통해 주요 제품 분야별로 AI위성 행위에 대한 모니터링을 지속할 계획이다.

아울러 소비자원은 앞으로도 AI 기본사회 실현을 위한 관련 부처의 제도 정비에 활용될 수 있도록 인공지능 및 관련 신산업 분야에 대해 소비자 정책 연구·조사를 이어갈 예정이다.

<붙임1> AI위성 의심사례 시정 예시

<붙임2> AI위성 소비자 인식조사 결과

담당 부서	공정거래위원회 시장감시국 서비스업감시과	책임자	과 장	임경환 (044-200-4499)
		담당자	사무관	백승근 (044-200-4500)
	공정거래위원회 소비자정책국 소비자정책총괄과	책임자	과 장	박종배 (044-200-4405)
		담당자	사무관	손은정 (044-200-4414)
	한국소비자원 정책연구실 소비자시장연구팀	담당자	팀 장	황미진 (043-880-5701)
			책임연구원	김승화 (043-880-5704)
	한국소비자원 시장조사국 표시광고팀	담당자	팀 장	최난주 (043-880-5561)
			차 장	최재훈 (043-880-5562)

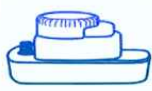
붙임 1

시위성 의심사례 시정 예시

사례1 냉풍기의 온도 센서 기반 자동 풍량 조절 기능을 'AI기능'으로 표현

시정 전	
	
	
시정 후	
	
	

사례2 제습기의 습도 센서 기반 자동 습도 조절 기능을 '인공지능 기능'으로 표현

시정 전	
	
 고효율 컴프레서	 인공지능 제습운전
 안전장치 장착	 무상 2년 A/S
시정 후	
 배수 걱정 없는 강력 배수 펌프	 터치 디스플레이 & 리모컨 조작
 안전한 사용을 위한 5가지 안전장치	

사례3 세탁기의 AI세탁모드*가 세탁물이 소량(3kg 이하)인 경우에만 작동함에도 이러한 제한사항을 미표시

- * AI세탁모드를 선택할 경우 AI가 세탁물 옷감의 재질을 판단하고, 해당 옷감을 보호할 수 있도록 최적화된 세탁방식을 적용

시정 전(제한사항 미표시)
* [] 시험 결과, 자사가 제시한 기준으로 속옷 부하 2kg, 기존 양산 모델 [] 대비 표준코스 비교 시 옷감 보호 14.5% 개선 * 옷감 보호 결과는 사용 환경 및 의류 종류에 따라 차이가 있을 수 있습니다. 닫기 ^
시정 후
* [] 시험 결과, 자사가 제시한 기준으로 속옷 부하 2kg, 기존 양산 모델 [] 대비 표준코스 비교 시 옷감 보호 14.5% 개선 * 표준코스, 40°C를 선택하면 AI [] 표시등이 켜지고, 세탁량 3KG 이하에서 동작합니다. 사용환경 및 제품에 따라 AI [] 동작 조건은 차이가 있을 수 있습니다. * 옷감 보호 결과는 사용 환경 및 의류 종류에 따라 차이가 있을 수 있습니다. 닫기 ^

1 조사 개요

- AI워싱에 대한 인식 및 소비행태 관련하여 전국 소비자 3,000명을 대상으로 온라인 조사를 실시함(※ 조사기간: 2025. 07. 18. ~ 07. 22.)

2 조사 결과

- (추가 가격 지불 의향) 소비자의 57.9%(1,737명)는 일반 제품·서비스보다 AI기술이 적용된 제품·서비스가 비싸도 구매할 의향이 있는 것으로 나타남

* 일반 제품서비스가 100만원이라면 평균 20만 9,835원 더 지불할 의사가 있음

<AI 제품·서비스 구매 의향>

(전체: 3,000명, 단위: %)

구분		비율
전체		100.0%
AI 기술 적용 제품·서비스 구매 의향	있음	57.9%
	없음	27.9%
	잘 모르겠음	14.2%

- (AI기술 적용 제품 판단) AI 기술이 적용된 제품·서비스를 구분해내기 어렵다고 응답한 소비자가 67.1%(2,013명), 구분할 수 있다 28.2%(846명), 잘 모르겠다 4.7%(141명)로 나타남

- (정책 수요) 소비자는 AI워싱을 예방하고, 사업자와 소비자의 이해를 돕는 가이드라인 마련이 가장 필요하다고 응답함

<AI 제품·서비스 관련 정책 수요: 상위 3개 정책>

(전체: 3,000명, 단위: %)

순위	구분	비율
1위	AI워싱 예방 및 사업자, 소비자의 이해를 돕는 가이드라인 마련 필요	31.5%
2위	국가표준, 기술 기준, 인증제도 등 마련 필요	26.1%
3위	AI워싱에 대한 상시 모니터링 필요	19.4%