

공정위, 「인공지능(AI) 관련 표시·광고 가이드라인」 (안) 의견청취 실시

- 11월 11일(수)까지 기업·소비자, 전문가 등 제3자 의견 제출 가능
- 인공지능 관련 부당 표시·광고 판단기준과 사례, 자가점검 체크리스트 제시

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 10월 22일(목)부터 11월 11일(수)까지 「인공지능(AI) 관련 표시·광고 가이드라인」 초안에 대한 이해관계자, 전문가 등의 의견을 청취한다.

인공지능 기술의 활용이 확산됨에 따라 소비시장에서도 인공지능을 적용하였음을 표시·광고하는 상품 또는 용역이 증가하고 있다. 인공지능은 첨단성·정확성·객관성을 연상시키는 표현으로 사용되는 경향이 있어, 소비자는 인공지능이 적용된 상품의 성능과 신뢰성이 상대적으로 우수할 것으로 인식하거나 추가적인 비용을 지불하고도 구매할 의사를 가질 수 있다.*

* 한국소비자원 소비자 인식조사(2025년 11월) 결과, 응답자의 57.9%가 인공지능 기술이 적용된 제품이라면 일반 제품보다 비싸더라도 구매할 의향이 있다고 답하였고, 이들은 평균 약 21%의 추가 가격을 지불할 의향이 있다고 응답

그러나 인공지능 기술을 실제로 사용하지 않았음에도 이를 사용한 것으로 표시·광고하거나(이른바 ‘AI 워싱’), 인공지능을 사용하였더라도 그 적용 범위·작동 조건·성능의 한계 등 중요한 사항을 충분히 알리지 않는 경우에는 소비자가 상품의 기능·성능이나 거래조건을 사실과 다르게 인식할 우려가 있다. 아울러 인공지능으로 생성한 가상 인물·후기, 딥페이크 등을 이용한 허위·과장 광고가 식품·의약품 분야를 중심으로 SNS 등을 통해 빠르게 유포되면서 노년층 등 소비자의 피해를 야기하고 있다.*

* 정부는 2025년 12월 10일 제7회 국가정책조정회의에서 「AI 등을 활용한 시장 질서 교란 허위·과장광고 대응 방안」을 발표

이번 가이드라인은 사업자가 인공지능 기술을 활용한 상품 등에 관하여 표시·광고를 하는 경우 준수하여야 할 기본 원칙과 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 ‘표시광고법’)상 부당한 표시·광고의 판단기준을 제시하기 위하여 마련되는 것으로, 법적 구속력은 없으나 표시광고법 적용의 예측가능성을 높이고 법 위반을 미연에 방지함으로써 소비자의 합리적인 선택을 지원하고 인공지능 관련 시장의 공정한 경쟁과 건전한 거래질서 확립에 기여하고자 한다.*

* 인공지능 관련 표시·광고에 일반 상품보다 강화된 별도의 의무를 새로 부과하는 것이 아니라, 표시광고법상 일반원칙(진실성·완전성·공정성·실증가능성)을 인공지능의 특성에 맞추어 사례를 들어 설명함

구체적으로, 가이드라인은 인공지능 관련 용어의 정의와 표시·광고의 일반 원칙을 설명하고, 표시광고법이 금지하는 ① 거짓·과장, ② 기만, ③ 부당한 비교, ④ 비방의 4가지 유형별로 인공지능 관련 부당한 표시·광고의 판단 기준과 품목별 사례*를 개선 전·후 광고 예시와 함께 제시하는 것을 주된 내용으로 한다. 아울러 사업자가 표시·광고 전에 스스로 점검할 수 있는 자가점검 체크리스트(8개 항목)와 소비자 유의사항, 자주 묻는 질문·답변(FAQ)을 함께 수록하였다.

* 실제 상담·조사 사례를 바탕으로 재구성한 가상의 예시로서, 인공지능과의 관련성이 높고 소비자 피해 발생 가능성이 큰 품목(전기용품·생활용품, 식품·화장품·생활화학제품, 교육·법률·금융 서비스 등) 총 16건으로 구성

공정위는 한국소비자원과 함께 '26년 8월 전문가 토론회 및 9월 사업자 간담회 등을 거쳐 가이드라인 초안을 마련하였으며, 이번 의견조회 결과와 관계부처 협의를 거쳐 의견을 충분히 수렴한 후 가이드라인을 확정·배포할 예정이다. 또한 인공지능 기술과 그 활용 방식이 빠르게 변화하는 점을 고

려하여 심결례의 축적과 기술 변화를 반영하여 가이드라인을 주기적으로 보완해 나갈 계획이다.

본 가이드라인 초안에 대해 의견이 있는 이해관계자 등은 오는 11월 11일(수)까지 우편 또는 이메일을 통해 의견을 제출할 수 있다.

※ 의견 제출 방법

▶ 이 가이드라인(안)에 의견이 있는 개인이나 단체는 2026년 11월 11일까지 ①초안에 대한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), ②성명(단체의 경우 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호를 적은 의견서를 우편 또는 전자우편으로 제출해주시기 바랍니다.

* 우편: 세종특별자치시 다솜3로 95(정부세종청사 2동) 공정거래위원회 소비자정책총괄과 (우: 30108)

* 전자우편: jeongeunsu@korea.kr

- [붙임] 1. 인공지능(AI) 관련 표시·광고 가이드라인(안) 요약
2. 인공지능(AI) 관련 표시·광고 가이드라인(안) 전문

담당 부서	소비자정책국 소비자정책총괄과	책임자	과 장	황태호	(044-200-4405)
		담당자	사무관	정은수	(044-200-4414)
<협조>	한국소비자원 법제연구팀	책임자	팀 장	김도년	(043-880-5671)
		담당자	연구원	신지연	(043-880-5672)
	한국인공지능 소프트웨어산업협회	책임자	팀 장	이세원	(02-2188-2438)
		담당자	선 임	신세현	(02-2188-2447)

붙임 1 가이드라인(안) 요약

1 가이드라인 개요 및 일반원칙

- (목적) 사업자가 인공지능 기술을 활용한 상품 등에 관하여 표시·광고를 하는 경우 준수하여야 할 기본 원칙과 부당한 표시·광고의 판단기준을 제시하여 소비자 오인을 방지하고, 소비자의 합리적 선택 지원과 인공지능 관련 시장의 공정한 경쟁·건전한 거래질서 확립을 도모
- (용어) 표시광고법령에 인공지능 관련 용어의 정의가 없는 점을 고려하여 「인공지능기본법」 제2조의 정의(인공지능, 인공지능시스템, 생성형 인공지능, 인공지능제품·인공지능서비스)를 준용하고, 표시·광고·실증·중요정보·추천·보증 등 관련 개념을 정의
 - 인공지능 해당 여부는 탑재 형태나 학습 시점이 아니라 학습·추론·판단 기능의 실질을 기준으로 판단하며, 단순 센서 기반 제어·임계값 기반 자동 조절 등 미리 정해진 규칙에 따라 정해진 반응만을 수행하는 경우는 인공지능으로 보기 어려움
- * 사전 학습 후 재학습 없이 추론만 수행하는 온디바이스 AI, 스마트폰 앱·통신 연동을 통하여 인공지능 기능을 제공하는 경우도 인공지능시스템에 해당할 수 있음
- (일반원칙) 표시·광고의 4대 원칙(진실성·완전성·공정성·실증가능성)을 인공지능의 특성에 맞추어 ① 적용, ② 성능, ③ 사용 조건, ④ 책임 표현의 4가지 개선 포인트로 구체화

개선 포인트	의 미	관련 원칙
① 적용	인공지능이 실제로 적용된 부분·방식(센서·규칙 기반인지, 학습·추론 모델인지, 제3자 기술인지)을 사실대로 표시	진실성·실증가능성
② 성능	확인된 기능·성능의 범위를 검증 가능한 수치·조건으로 구체적으로 표현하고, 절대적·최상급 표현을 피함	진실성·실증가능성
③ 사용 조건	인공지능 기능이 표시된 대로 작동하기 위한 조건(앱·인터넷 연동, 이용 환경 등)과 적용 범위를 주된 표시와 가까운 위치에 병기	완전성
④ 책임 표현	성능의 한계·편차, 오류 가능성, 의료기기가 아님 등 법정 표시 사항과 책임의 범위를 소비자가 인식할 수 있도록 고지	완전성·공정성

□ (성립 요건) 부당한 표시·광고는 ① 행위 유형 해당성, ② 소비자 오인성, ③ 공정거래 저해성을 요건으로 하며, ‘보통의 주의력을 가진 일반 소비자’가 받는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단하고, 사실적 주장에 대한 실증 책임은 사업자에게 있음 (표시광고법 제5조)

□ (성격·적용 범위) 법적 구속력이 없는 자율 준수 지원 자료로서 「인공지능기본법」 제31조의 투명성 확보 의무(인공지능 생성물 표시 등)와는 구분되며, 자가점검 체크리스트 미충족 자체가 법 위반 또는 처분사유가 되는 것은 아님

2

유형별 판단기준 및 사례

□ (개요) 표시광고법 제3조 제1항의 4가지 유형별로 인공지능 관련 부당한 표시·광고의 대표 유형·대표 품목·유의사항을 설명하고, 품목별 사례 16건을 「대표 문구 → 부당성 판단 근거 → 개선 전·후 광고 예시 → 광고 이미지 예시」 순으로 구성

- 소비자의 생명·신체·재산에 대한 위해 가능성이 큰 식품·화장품·생활화학제품 등은 개별 법률에 따라 한층 엄격하게 심사될 수 있음을 함께 안내

유 형	대표 유형	사례(품목)
거짓·과장 (제1호)	인공지능 기술이 없거나 그 활용이 단순·보조적 수준임에도 'AI'를 표방하는 ' AI 워싱 ', 전문가 수준의 역량을 실증 없이 표방	AI 전기온수매트, 고양이 스마트 화장실, 경추베개, 다이어트 웨이크, 맞춤형 샴푸, 인공지능 탈취제, AI 변호사 (7건)
기만 (제2호)	인공지능을 실제로 활용하면서도 적용 부분·작동 조건·성능의 한계 등 중요사항을 은폐·누락 , AI 가상인물·후기임을 표시하지 않은 추천·보증	로봇청소기, 체형 교정의자, AI 영어 튜터 앱, 가상 전문가 추천 식품, 딥페이크 유사투자자문 (5건)
부당한 비교 (제3호)	비교 대상·기준을 밝히지 않거나 실험실 조건을 은폐한 채 '타사 대비 ○배' 등 우위를 표현	공기청정기, 초등 AI 학습지 (2건)
비방 (제4호)	기존 기술을 ' 구식·가짜 '로 폄하하면서 자사 인공지능은 ' 완벽 '한 것으로 대조	가정용 AI CCTV, AI 회의록 작성 서비스 (2건)

- (개선 예시) 인공지능을 실제로 활용하는 경우 '**AI**' 표현 자체가 금지되는 것은 아니며, 표현과 실제 기능의 일치 및 작동 조건·성능 한계 등 제한사항의 병기가 요구됨

개선 전 (기만 — 로봇청소기)	개선 후 (AI 표현 유지)
“동급 최강의 AI 사물인식 칩셋 탑재! 전면 장애물을 스스로 감지하고 우회하여 청소합니다.” — AI 모드 이용에 필요한 전용 앱 설치·동기화 등 작동 조건을 알리지 않음	“AI 사물인식 카메라 탑재! 전용 앱과 연동하면 전면의 장애물을 인식하여 우회합니다. (※ AI 사물인식 모드는 전용 앱 설치·기기 동기화 후 사용할 수 있으며, 앱 미연동 시에는 적외선 센서 기반의 기본 회피 기능만 작동합니다. 3cm 이하의 얇은 전선, 양말 등 소형 물체는 인식이 제한될 수 있습니다)” — 근거 없는 최상급 표현을 삭제하고 이용 조건·인식 한계를 주된 표시와 근접한 위치에 병기

- (사업자 체크리스트) ① 인공지능시스템을 실제로 활용하였는지
→ ② 어디에 · 어떤 조건에서 사용하였는지를 밝혔는지 → ③
그 효과를 구체적으로 표현하였는지 → ④ 객관적으로 입증할 수
있는지의 4단계 8개 항목으로 구성

단 계	번호	점검 항목
① 실제 활용 여부	1	(인공지능 적용) 인공지능기본법상 '인공지능'에 해당하는 기술이 실질적으로 적용되어 있는가?
	2	(자체 개발 표방) 제3자의 인공지능 기술(공개 API 등)을 활용하면서 자체 개발한 것처럼 표현하지 않았는가?
② 적용 범위·조건의 표시	3	(적용 부분 특정) 인공지능 기술이 적용된 부분을 구체적으로 특정하여 표시하였는가?
	4	(작동 조건·제한 사항) 인터넷 연결, 센서·이용 환경 등 작동 조건과 제한 사항을 표시하였는가?
	5	(성능 영향 정보) 학습 데이터의 범위·특성, 적용 인구집단 및 성능 편차 등 성능에 영향을 주는 정보를 제공하였는가?
	6	(공정한 비교·비방 금지) 동일하고 객관적인 기준에 따라 비교하였으며, 근거 없이 경쟁 상품을 폄하하지 않았는가?
③ 효과의 구체적 표현	7	인공지능 사용에 따른 효과·편익을 구체적이고 정확하게 기술하였으며, 과장하지 않았는가?
④ 객관적 입증	8	인공지능의 기능·성능에 관한 주장을 신뢰할 수 있는 시험 결과 또는 연구로 입증할 수 있는가?

- (소비자 유의사항) 광고에서 주장하는 AI 기능의 구체적 내용, 작동 조건 · 제한 사항, 성능 수치의 근거(시험기관 · 시험 조건), AI 챗봇 · AI 상담 여부의 고지, 후기의 실제 작성 여부, 답페이지 영상의 AI 생성 표시 여부 등을 확인하도록 안내

- (FAQ) 사업자 FAQ 10문항과 소비자 FAQ 6문항을 수록하여 실무상 자주 제기되는 쟁점에 대한 판단 방향을 제시

쟁점	주요 내용
'AI 제품·서비스' 표현의 허용 범위	인공지능 기술이 실제로 적용되어 기능·성능에 실질적으로 기여하는 경우 사용 가능하며, 일부 기능에만 적용된 경우에는 그 기능과 범위를 구체적으로 표시
제품명의 'AI' 사용	인공지능이 적용된 기능이 상품의 주된 기능과 연계되는지를 기준으로 판단 (주된 기능 연계성 원칙)하며, 절전·알림 등 부수적 기능에만 적용된 경우 'AI 절전 세탁기'와 같이 적용 범위를 제품명과 근접한 위치에 병기
인공지능 제품·서비스 확인제도(AI 확인제)	과학기술정보통신부 고시(제2026-50호)에 따라 2026. 7. 21.부터 시행(확인기관 KOSA, 심사기관 TTA)되며, 인공지능 활용 여부를 확인하는 절차로서 성능의 우수성을 인증하는 제도는 아님
AI 생성 이미지·영상·후기	광고에 활용할 수 있으나 실존 인물·상품·성능·사용 결과인 것처럼 오인시킬 우려가 있는 경우 AI 활용 사실을 명확히 표시하고, AI 생성 후기를 실제 소비자의 경험처럼 표시하지 않아야 하며, 식품·화장품·의약품 광고의 AI 가상 전문가 추천·보증은 개정 개별법(2026. 11. 27. 시행)에 따라 금지
성능·정확도의 표시	객관적 근거 없이 과장하거나 모든 환경에서 동일한 결과가 나타나는 것처럼 표시하지 않아야 하며, 성능시험 결과를 사용하는 경우 시험 조건과 적용 범위를 함께 제시

- (부록) 「표시·광고 실증에 관한 운영」 고시에 따른 실증의 대상·자료 요건·절차(요청 → 15일 이내 제출 → 미제출 시 중지명령·과태료 → 공개)와 인공지능 관련 유의점, 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」(2026. 6. 1. 개정)의 AI 가상인물 표시 방법(문자 매체 '[가상인물 포함]' 문구, 사진 '[가상인물]' 삽입, 영상 '가상인물' 자막 상시 노출) 요지, 사례 색인을 수록

- 「인공지능 제품·서비스 확인제도」(KOSA)나 한국표준협회의 ‘AI+’ 인증 등을 취득한 경우 그 심사 자료는 인공지능 활용 사실에 관한 유력한 실증자료가 될 수 있으나, 확인·인증 취득이 표시광고법상 면책을 의미하거나 성능 주장의 실증을 갈음하는 것은 아님