



58

Korea Advertising Review Board 01/02 2024 Vol.58

K O R E A
A D V E R T I S I N G
R E V I E W
B O A R D



한국광고자율심의기구는 광고자율심의정보제공 사이트 www.karb.or.kr를 통해 보다 전문적인 심의정보서비스를 제공하고 있습니다. 광고 관련 법규 등을 이용자가 찾아보기 쉽게 구성하고, 온라인 상담 시스템을 강화하여 광고 심의 정보 부족으로 인한 불편함을 줄이는 데 중점을 두었으며, 인쇄매체 광고심의 서비스를 온라인에서도 이용하실 수 있게 구성되어 있습니다. 광고주가 원할 경우 광고 집행 전에 심의를 받을 수 있는 사전자율심의 서비스를 전 매체로 확대 시행하고 있으며 최근 늘어나고 있는 광고물 사전검토 요청에 부응하는 한편 광고로 인한 사후 문제를 줄임으로써 광고의 신뢰도 제고와 소비자 권익 보호에 기여할 것으로 기대하고 있습니다.



광고심의정보 콘텐츠 강화에 주력하였습니다.
 각 개별법에 산재해 있는 광고관련 법규들을 찾아보기 쉽게 정리하였으며, 기구가 수행하는 심의사업 소개와 그와 관련한 각종 데이터, 심의유관기관 정보 등을 쉽게 이용하실 수 있도록 구성했습니다.



광고심의를 관련된 궁금증을 해결하실 수 있는 온라인 상담 시스템을 강화하였습니다.
 FAQ와 Q&A의 적극적인 활용을 통해 정확하고 신속하게 상담을 진행하여 온라인 상담창구로서의 역할을 충실히 수행하겠습니다.



광고인 여러분이 원하시는 경우 광고물에 대한 사전자율심의 서비스를 제공합니다.
 사전자율심의의 활성화는 광고심의 정보 부족으로 인한 중소 광고주의 어려움을 덜어드리고 매체사의 광고 신뢰도 신장과 소비자 보호, 정부의 사후 규제 비용 절감 등의 효과를 기대할 수 있는 매우 중요한 일입니다.

[새해 인사]

2024년 갑진년 새해가 밝았습니다!

2023년 한해동안 애쓰신 모든 분들을 위해 박수를 보냅니다. 2024년은 청룡의 해라고 합니다. 용은 예로부터 신비롭고 웅장한 상상의 동물로, 우리나라에서는 수호신을 상징하기도 합니다. 코로나 팬데믹도 이겨낸 만큼 2024년은 청룡의 기운을 받아 힘차고 활기찬 해가 되었으면 좋겠습니다.

2023년 본 기구에서 모니터링하여 주의 지적인 기사형광고 심의위반 건수는 10,485건이며, 인쇄매체광고 심의위반 건수는 701건이었습니다. 본 기구는 141종의 신문 및 잡지를 모니터링하여 문제성 광고에 대해 기사형광고는 언론사, 지면광고는 광고주에게 광고 수정 의견을 전달하고 있습니다.

또한 기사형광고가 소비자에게 어떤 피해를 끼치는지 설명하고, 언론사 자정 능력을 키울 수 있도록 기사형광고 가이드라인도 제작 계획도 가지고 있습니다. 인쇄매체광고심의사업의 경우 식품의약품안전처나 의료광고심의기관, 소비자단체 등과 연계하여 문제성광고의 수정이 적극적으로 이뤄질 수 있도록 노력하겠습니다.

광고사전심의 서비스의 경우 2023년에 5,749건을 심의진행하였습니다. 광고사전검토 서비스는 사전심의가 의무인 업종 외 광고에 대해 광고주 스스로 문제성광고를 만들지 않도록 하기 위해서 제공하는 서비스입니다. 매년 본 기구에 접수 건이 늘고 있으며, 이는 광고계에서 사전심의의 필요성이 널리 알려지고 있다는 것을 의미하기도 합니다. 올해에도 보다 적극적이고 다양한 노력을 통해 문제성광고가 게재되기 전에 걸러질 수 있도록 힘쓰겠습니다.

2022년 하반기부터 서울교통공사로부터 위탁받아 수행하기 시작한 지하철광고심의업무는 2023년에 2만 건이 넘게 진행하였습니다. 지하철광고는 광고 시간대를 제한할 수 없고 남녀노소 누구나 쉽게 접할 수 있다는 매체의 특성을 지니고 있는데, 심의를 할 때 위법성과 함께 크게 신경써야 하는 부분이었습니다.

10월에는 '2023 광고제작실무종사자 광고심의교육'을 실시하였습니다. 작년보다 질적·양적으로 풍성한 교육행사를 만들기 위해 장소는 70명 정원의 공간에서 100명 정원의 공간으로, 프로그램은 기존 3개 강의에서 5개 강의로 개편하였습니다. 빈자리를 찾기 힘들 정도로 참석률도 높았고 참석자분들의 호응도 좋았습니다. 프로그램을 마친 후에는 만족도 조사를 통해 추후 보완점도 확인하였습니다. 매년 진행되는 행사이니만큼 올해도 작년보다 더 나은 행사를 만들기 위해 노력하겠습니다.

본 기구는 올해에도 올바른 광고문화의 정착을 위해 정진하겠습니다. 광고인 여러분의 많은 관심과 성원 부탁드립니다. 2024년에도 모두 행복하시고 목표로 하시는 일 모두 이루시길 바라고, 무엇보다 건강 또 건강하시길 바랍니다. 새해 복 많이 받으십시오.

임직원 일동

01

수험생·학부모를 현혹하는 식품·의약품 온라인 부당광고·불법판매 주의하세요!

‘기억력·집중력 향상’, ‘수험생 영양제’, ‘공부 잘하는 약’ 등 광고 집중 점검 / 식품 등 부당광고 182건, ‘메틸페니데이트’ 불법유통·판매 200건 적발 / 즉시 사이트 접속 차단 요청, 행정기관에 행정처분도 의뢰

식품의약품안전처 2023.11.9. 보도자료 일부 발췌

- 식품의약품안전처(처장 오유경)는 대학수학능력시험을 앞두고 학부모와 수험생의 불안 심리를 이용하여 식품·의약품을 온라인에서 부당광고하거나 불법 판매하는 행위를 10월 16일부터 31일까지 집중 점검했다고 밝혔다.
- 그 결과 식품 등 부당광고 게시물 182건, 의약품 마약류 ‘메틸페니데이트’ 불법유통·판매 게시물 200건을 적발하여 방송통신심의위원회 등에 즉시 사이트 접속차단을 요청하고 관할 행정기관에 행정처분을 의뢰했다.
- [식품 분야]** ‘수험생 영양제’, ‘기억력 개선’, ‘집중력 강화’, ‘뇌 영양제’ 등과 같은 효능·효과를 내세운 식품 등의 광고 게시물을 점검한 결과, 부당광고 182건을 적발했다.
- 주요 적발 사례로는 해당 건강기능식품에 인정받지 않은 기능성 내용인 ‘집중력 영양제’, ‘기억력 개선 영양제’, ‘두뇌 건강’ 등을 광고하거나, 일반식품을 건강기능식품 또는 의약품으로 오인·혼동하게 하는 광고 등이다.
- [의약품 분야]** 국내에서 주의결핍과잉행동장애(ADHD) 치료에 사용하는 ‘메틸페니데이트’ 제품(마약류, 향정신성의약품)을 일명 ‘공부 잘하는 약’, ‘집중력을 올려주는 약’으로 불법 판매·광고하거나 유통·알선·나눔·구매 등의 내용이 포함된 게시물을 점검한 결과 200건을 적발했다.
- ※ 향정신성의약품은 의사에게 처방받아 치료 목적으로 사용하는 전문의약품이며, 이를 판매·광고하거나 의사의 처방 없이 구매하는 행위는 명백한 불법으로 처벌 대상임
- 식약처는 이번 점검에서 건강기능식품과 관련된 부당광고가 많았던 만큼 소비자가 건강기능식품을 구매할 때 제품에 표시된 건강기능식품 인증마크와 기능성 내용을 반드시 확인*할 것을 당부했다.
- *식품안전나라 누리집(<https://www.foodsafetykorea.go.kr>) : 국내 제조 식품 등
수입식품 정보마루(<https://impfoos.mfds.go.kr>) : 수입 식품 등
- 아울러 ‘메틸페니데이트’와 같은 전문의약품은 의사의 처방 후 약국·병원에서 구매해야 하며, 온라인에서 불법 유통되는 의약품은 절대로 구매하지 말아야 하며, 환자가 아닌 일반인이 전문의약품을 복용하면 의약품 오남용으로 인한 부작용이 발생할 수 있으므로 특히 주의해야 한다고 밝혔다.
- ※더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr)에서 확인 바랍니다.

02

온라인에서 의약품 불법·판매 알선 광고 18,331건 적발해 접속 차단 등 조치

식약처 주관 대한약사회, 한국인터넷진흥원 등 5개 민간기관 참여

식약처, 민·관 협업 불법 의약품 연중 단속으로 예방효과 극대화 **식품의약품안전처** 2023.12.27. 보도자료 일부 발췌

- 식품의약품안전처(처장 오유경)는 5개 협회·기관*과 함께 올해 1월부터 11월까지 민·관 합동으로 온라인상의 의약품 불법 판매·알선·광고 행위를 점검해 18,331건을 적발하고 누리집 접속차단 등 조치했다고 밝혔다.
- *대한약사회, 한국약품수출입협회, 한국제약바이오협회, 한국인터넷진흥원, 국민건강보험공단
- 식약처는 온라인상에서 유통되지 않은 의약품으로 인한 국민 피해를 예방하기 위해 2020년부터 관련 기관과 합동으로 온라인 불법 의약품 판매·알선·광고를 해마다 점검해 오고 있다.
- * (합동점검 방식) ①유관기관 별로 온라인상의 의약품 판매·광고 게시물, 스팸메일 등 정보 수집 → ②유관 기관은 의심사례를 식약처에 전달 → ③식약처는 증거를 수집해 위반 여부에 대해 최종 검증·확정 → ④식약처는 누리집 차단요청 등 조치
- 불법 판매·알선·광고되고 있는 주요 의약품은 효능군 별로 **발기부전치료제 / 탈모치료제 / 해열·진통·소염제 / 각성제·흥분제 / 국소마취제** 순으로 나타났다.
- 온라인상에서 판매·알선·광고하며 불법으로 유통되는 의약품은 정식으로 허가된 제품인지 확인할 수 없고 유통과정 중 변질·오염될 우려도 있어 복용 시 위해 발생 우려가 크다.
- 또한 이러한 불법유통 제품을 복용한 후 발생하는 부작용은 현행 약사법령에 따른 ‘의약품 피해구제 제도’의 혜택을 받을 수 없으므로 절대 구매·복용하지 말아야 한다.
- 참고로 의약품을 판매할 수 없는 자로부터 스테로이드 성분 주사제, 에페드린 성분 주사제, 에토미데이트 성분 함유 제제를 불법으로 구매한 소비자는 적발 시 100만원의 과태료가 부과될 수 있다.
- ※더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr)에서 확인 바랍니다.

부당광고 제재로 믿고 소비할 수 있는 환경 조성

전기차, 통신, 사교육 등 국민생활과 밀접한 분야의 표시광고법 위반행위를 엄중히 제재

공정거래위원회 2023.12.29. 보도자료 일부 발취

- 공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')에서는 지난 2023년 한 해 동안 거짓된 정보로 소비자를 오인시켜 합리적인 선택을 방해한 84건의 표시·광고법 위반행위를 적발·제재하였다(과징금 총 383억 원 부과). 분야별로는 가정용 가전제품 및 생활용품에서부터 온라인 쇼핑몰, 의료, 외식업, 상조업 등 국민들의 생활과 밀접한 다양한 분야의 부당광고를 근절하기 위해 노력해 왔다.
- 특히 올해는 ①국민적 관심이 높은 테슬라의 전기차 성능 부당광고, ②국민에게 과도한 통신비 부담을 야기한 이동통신 3사의 5G 서비스 속도 관련 부당광고, ③국민들에게 불안감을 조성한 대형 입시학원·출판사의 부당광고를 제재하는 등 국민들이 실질적으로 체감할 수 있는 법 집행을 하였다.

주요 법 집행 사례

- 테슬라의 전기자동차 성능에 대한 부당광고 제재('23.1월)
 - 테슬라가 자신들의 전기차를 광고하면서 사실을 거짓·과장하여 광고하거나, 중요한 사실을 은폐·축소함으로써 기만적으로 광고한 행위에 대하여 시정명령 및 과징금 27.2억 원을 부과하였다.
 - 테슬라는 자사 전기차가 사실과 달리 환경부 인증 최대 주행거리 이상 주행 가능하다고 광고하고, / 자사 수퍼차저(초고속충전 시스템)의 종류, 시험조건 등을 밝히지 않고 충전 성능을 광고하였으며, / 부가적인 설명 없이 가솔린 차량 대비 연료비 절감 금액을 광고하였다.
 - 전기자동차 구매에 관한 소비자 관심이 증가하고 있는 상황에서 신기술·신산업 분야에서의 부당 광고를 적발·제재함으로써 다수 소비자의 합리적인 선택 및 권익 보호에 기여하였다.
- 2023. 1. 4. (조간) “부당 광고하고 주문취소 방해한 테슬라 제재” 참고
- 통신 3사의 5G 속도 관련 부당광고 제재('23.5월)
 - 이동통신 3사(SKT, KT, LGU+)가 5G 서비스 속도와 관련하여 사실과 다르게 광고한 거짓·과장 및 기만적인 광고 행위에 대해 시정명령 및 336억원의 과징금(SKT 168억 원, KT 139억 원, LGU+ 29억 원)을 부과하였다.
 - 이들 통신 3사는 실제 사용환경에서는 구현될 수 없는 5G 기술표준상 목표 속도를 실제 소비자가 이용할 수 있는 것처럼 광고하고, / 할당받은 주파수 대역 및 엄격한 전제조건 하에서 계산되는 최대 지원 속도를 소비자가 실제 이용할 수 있는 것처럼 광고하였으며, / 객관적인 근거 없이 자신의 5G 서비스 속도가 경쟁사들보다 빠르다고 광고하였다.
 - 현재 약 3천만 명 이상의 국민이 가입한 5G 서비스와 관련한 허위·과장 광고를 엄중히 제재하여 소비자들의 알 권리 및 선택권을 제고하고, 국민들이 믿고 쓸 수 있는 통신 시장을 조성하는데 기여하였다.
- 2023. 5. 25. (조간) “이동통신 3사의 통신 서비스 속도 관련 부당 광고행위 최초 제재” 참고
- 9개 입시학원·출판사의 입시 실적 등 관련 부당광고 제재('23.11월)
 - 9개 입시학원 및 출판사*의 19개 부당한 표시·광고행위에 대하여 시정명령(공표명령 포함) 및 과징금 총 18.3억 원을 부과하였다.
 - 이들 사교육 업체들은 교재 집필진의 수능 출제 이력 등 경력을 허위로 표시·광고하고, / 수강생 수, 합격자 수 등 학원 실적을 과장하여 광고하고, / 환급형 상품의 거래조건을 기만적으로 광고해 왔다.
 - 유례없는 사교육비 부담이 가계 경제를 위협하는 상황에서 국민적 관심이 많은 사교육 업체의 부당광고에 교육부 등 관계부처와 협업하여 약 80일 내로 조사를 마무리하고, 4개월 내에 심의까지 완료하는 등 신속하게 대응함으로써 부모와 수험생의 불안감을 해소하는 한편 사교육 시장의 공정거래질서 확립에 기여하였다.
- 2023. 12. 11. (조간) “수험생 현혹하는 사교육 시장 부당광고 관행 엄중제재” 참고
- 6개 펫사료 사업자의 성분 관련 부당광고 제재('23.11월)
 - 6개 펫사료 사업자*가 제품 성분에 대해 사실과 다르거나 부풀려 표시·광고한 행위에 대해 시정명령하였다.
 - 이들 펫사료 사업자들은 자신들의 제품에 대해 ‘무방부제’, ‘보존제 무첨가’, ‘방부제를 첨가하지 않은 Super premium food’ 등으로 표시·광고하였으나, 실제 공인시험기관 시험 결과 최소 한 번 이상의 시험에서 방부제가 검출된 것으로 확인되었다.
 - 반려동물 사료 구매선택의 핵심 요소인 제품 성분에 대한 부당 광고를 최초로 제재하여 소비자 관심이 증가하고 있는 반려동물 시장에서 믿고 구매할 수 있는 환경을 조성하는데 기여하였다.
- 2023. 11. 24. (조간) “반려동물 사료에 ‘방부제 없다’ 광고한 6개 사업자 제재” 참고

※더 자세한 내용은 공정거래위원회 홈페이지(www.ftc.go.kr)에서 확인 바랍니다.

[2023 광고제작 실무종사자 광고심의회교육]

<2023 광고제작 실무종사자 광고심의회교육>을 2023년 10월 20일 한국광고문화회관에서 개최하였다. 교육에 아쉽게도 참석하지 못한 실무종사자들을 위해 광고심의 교육내용을 본지에 정리해보았다. 광고심의 강의는 총 5강으로, 전 호인 57호에 1강부터 3강까지 소개되어 있고, 이번 호에서 4강과 5강을 요약·정리하였다.

[4강] 건강기능식품

한국식품산업협회 식품안전본부 식품안전팀 남윤형 팀장



건강기능식품 광고 주요 규정 이해 및 사례

1. 표시·광고 자율심의 제도소개

■ 표시·광고와 관련된 규정은 개정 전까지 3개 법령 및 7개 고시로 산재 되어 운영되었음

- 법령: ①식품위생법, ②축산물위생관리법, ③건강기능식품에 관한 법률
- 고시: ①식품 등의 표시 기준, ②축산물의 표시 기준, ③건강기능식품의 표시 기준, ④나트륨 함량 비교표시 기준 및 방법, ⑤건강기능식품 표시 및 광고 심의 기준, ⑥특수 용도 식품 표시 및 광고 심의 기준, ⑦식품 및 축산물 표시 광고 (인증보증기관의 신뢰성 인정에 관한 규정)

■ 식품등의 표시·광고에 관한 법률 시행('19.3.14)

분류	변경전	변경후
근거법령	「식품위생법」	「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」
심의명	표시·광고 심의	표시·광고 자율심의
심의기관	한국식품산업협회 단독 운영 (식약처가 한국식품산업협회에 위탁)	한국식품산업협회 외 심의기관 등록 가능 (동업자조합, 소비자단체 등)
심의기준	고시에 명시 「특수용도식품 표시·광고 심의기준」 · 표시기준, 영양표시, 허위표시 금지 등	법률에 명시 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 · 표시기준, 영양표시, 광고의 기준, 부당한 표시, 광고행위의 금지
심의통보	신청인, 영업신고기관에 통보	신청인에게 통보
실증제	-	실증제 도입 · 표시·광고한 자는 실증할 수 있어야 한다. (시험조사 결과, 전문가 견해, 학술문헌 등)

■ 표시·광고 매체 구분

심의매체	표시·광고 유형 예시
표시	제품 단상자, 라벨, 파우치 등
인쇄물	리플렛, 전단지, 신문, 잡지, 옥외광고물, POP, 당글러 등
인터넷	상세페이지, 쇼핑몰, SNS, 배너, 어플리케이션, 유튜브, 라이브커머스 등
방송	TV CF, 홈쇼핑, 라디오 등

2. 표시·광고 자율심의 세부안내

■ 심의대상

- (특수영양식품) ①조제유류(영아용조제유, 성장기용조제유), ②영아용조제식, ③성장기용조제식, ④영·유아용 이유식, ⑤체중조절용 조제식품, ⑥임산·수유부용 식품
- 특수의료용도식품 : ①표준형 영양조제식품, ②맞춤형 영양조제식품, ③식단형 식사관리식품
- 기능성표시식품 : 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 내용을 표시·광고하는 식품

■ 행정처분 안내

[식품제조·가공업, 유통전문판매업, 수입식품등 수입·판매업 등]

위반사항	행정처분 기준		
	1차 위반	2차 위반	3차 위반
기능성 함량 기준에 부적합한 기능성표시식품에 '제품에 함유된 영양성분이나 원재료가 신제품조각과 기능의 증진에 도움을 줄 수 있다는 내용'을 표시·광고 한 경우	품목 제조 정지 15일과 해당 제품 폐기	품목 제조 정지 1개월과 해당 제품 폐기	품목 제조 정지 2개월과 해당 제품 폐기
표시·광고 심의 대상 중 심의를 받지 않거나 심의 결과에 따르지 않은 표시 또는 광고	품목 제조 정지 15일	품목 제조 정지 1개월	품목 제조 정지 2개월

[5강] 화장품 대한화장품협회 한종민 간사



화장품 광고 주요 규정 이해 및 사례

1. 화장품이란?

인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것

- 다만, 「약사법」 제2조 제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외

2. 화장품 표시·광고의 법령 체계



3. 화장품 표시·광고 준수사항

■ 화장품법 시행규칙 [별표 5] 화장품 표시·광고의 범위 및 준수 사항(제22조 관련)

- ㉓ ① 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 내용, 제품의 명칭 및 효능·효과 등에 대한 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ② 기능성화장품, 천연화장품 또는 유기농화장품이 아님에도 불구하고 제품의 명칭, 제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품, 천연화장품 또는 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ③ 의사 치과과 의사·한의사·약사·의료기관 또는 그 밖의 자가 이를 지정·공인·추천·지도·연구·개발 또는 사용하고 있다는 내용이나 이를 암시하는 등의 표시·광고를 하지 말 것. 다만, 법 제2조제1호부터 제3호까지의 정의에 부합되는 인체 적용시험 결과가 관련 학회 발표 등을 통하여 공인된 경우에는 그 범위에서 관련 문헌을 인용할 수 있으며, 이 경우 인용한 문헌의 본래 뜻을 정확히 전달하여야 하고, 연구자 성명·문헌명과 발표 연월일을 분명히 밝혀야 한다.

- ㉓ ④ 외국제품을 국내제품으로 또는 국내제품을 외국제품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑤ 불법적으로 외국 상표·상호를 사용하는 광고나 외국과의 기술제휴를 하지 않고 외국과의 기술제휴 등을 표현하는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑥ 경쟁상품과 비교하는 표시·광고는 비교 대상 및 기준을 분명히 밝히고 객관적으로 확인될 수 있는 사항만을 표시·광고하여야 하며, 배타성을 띤 "최고" 또는 "최상" 등의 절대적 표현의 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑦ 사실과 다르거나 부분적으로 사실이라고 하더라도 전체적으로 보아 소비자가 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고 또는 소비자를 속이거나 소비자가 속을 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑧ 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인할 수 없거나 확인되지 않았는데도 불구하고 이를 광고하거나 법 제2조제1호에 따른 화장품의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑨ 저속하거나 혐오감을 주는 표현·도안·사진 등을 이용하는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑩ 국제적 멸종위기종의 가공품이 함유된 화장품임을 표현하거나 암시하는 표시·광고를 하지 말 것
- ㉓ ⑪ 사실 유무와 관계없이 다른 제품을 비방하거나 비방한다고 의심이 되는 표시·광고를 하지 말 것

[기능성화장품의 종류]

(미백, 주름개선, 자외선차단, 모발의 색상변화/영양, 피부나 모발의 갈라짐, 건조함, 빠짐 방지/개선)

1. 피부에 멜라닌색소가 침착하는 것을 방지하여 기미·주근깨 등의 생성을 억제함으로써 피부의 미백에 도움을 주는 기능 가진 화장품
2. 피부에 침착된 멜라닌색소의 색을 없게 하여 피부의 미백에 도움을 주는 기능 가진 화장품
3. 피부에 탄력을 주어 피부의 주름을 완화 또는 개선하는 기능을 가진 화장품
4. 강한 햇빛을 방지하여 피부를 곱게 태워주는 기능을 가진 화장품
5. 자외선을 차단 또는 산란시켜 자외선으로부터 피부를 보호하는 기능을 가진 화장품
6. 모발의 색상을 변화[탈염(脫染)·탈색(脫色)을 포함한다]시키는 기능을 가진 화장품.
다만, 일시적으로 모발의 색상을 변화시키는 제품은 제외한다.
7. 체모를 제거하는 기능을 가진 화장품. 다만, 물리적으로 체모를 제거하는 제품은 제외한다.
8. 탈모 증상의 완화에 도움을 주는 화장품. 다만, 코팅 등 물리적으로 모발을 곱게 보이게 하는 제품은 제외한다.

[기사형 광고 심의]

● 2023년 11-12월(18-21차) 심의결정 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	186
3조(오인유도표현금지) 위반	1,986

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	1,986
권고	9
기각	9
총 결정건수(권고, 기각포함)	2,004
총 위반건수	1,986

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반일간	525	1	1
	경제일간	824	0	1
	스포츠일간	165	0	0
	지역일간	451	8	7
잡지	여성월간	8	0	0
	리빙/유아(월간)	3	0	0
	시사월간	10	0	0

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	0
식품/음료	173
가정용품	26
제약/의료기기	26
건강관련용품	7
화장품/세제	19
전기/전자	38
수송기기	30
화학/공업	1
건설/건재	338
출판/교육	54
의류/섬유	46
유통	656
금융/보험/증권	153
서비스/오락	152
관공서/단체	0
의료	140
그룹/기타	199
총 상정건수	2,058

※ 상정안건 1건에 업종분류 2건인 경우가 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

● 2023년도 심의결정 전체 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	1,002
3조(오인유도표현금지) 위반	10,485

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	10,485
권고	70
기각	75
총 결정건수(권고, 기각포함)	10,630
총 위반건수	10,485

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반일간	2,566	11	12
	경제일간	4,476	13	21
	스포츠일간	877	2	2
	지역일간	2,398	36	39
잡지	여성월간	81	0	0
	리빙/유아(월간)	52	5	0
	교양/오락	14	1	1
	시사월간	21	2	0

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	0
식품/음료	1,234
가정용품	222
제약/의료기기	194
건강관련용품	74
화장품/세제	145
전기/전자	210
수송기기	142
화학/공업	5
건설/건재	1,414
출판/교육	389
의류/섬유	191
유통	3,034
금융/보험/증권	848
서비스/오락	1,137
관공서/단체	0
의료	641
그룹/기타	993
총 상정건수	10,873

※ 상정안건 1건에 업종분류 2건인 경우가 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

[인쇄매체 광고 심의]

● 2023년 11-12월 심의결정 통계

업종별 심의내용

업종	결정구분	계	주의 및 경고	광고 수정	주의·경고 및 광고수정	광고 중지	관계기관 통보	기각
기초재		0	0	0	0	0	0	0
식품·음료		29	0	10	19	0	0	0
가정용품		0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)		4	0	0	2	2	0	0
건강관련용품		3	0	1	1	0	1	0
화장품·세제		4	0	1	1	1	1	0
일반산업기기		0	0	0	0	0	0	0
정밀사무기기		0	0	0	0	0	0	0
전기·전자		0	0	0	0	0	0	0
수송기기		0	0	0	0	0	0	0
화학·공업		0	0	0	0	0	0	0
건설·건설		3	0	3	0	0	0	0
출판·교육		5	0	5	0	0	0	0
의류·섬유		0	0	0	0	0	0	0
유통		0	0	0	0	0	0	0
금융·보험·증권		0	0	0	0	0	0	0
서비스·오락		0	0	0	0	0	0	0
관광·단체		0	0	0	0	0	0	0
의료		30	0	0	0	30	0	0
그룹·기타		12	1	9	0	2	0	0
계		90	1	29	23	31	2	0

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	90
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	1
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	59
주장의 무입증(11조)	20
추천, 보증(12조)	0
자료 등의 인용(15조)	0
부당비교 및 배타적 표현(16~17조)	0
비과학적 생활태도 조장(19조)	0
소비자 조사(20조)	0
광고에 부적당한 언어사용(22조)	0
어린이·청소년, 어린이 보호(23조, 24조)	1
경품·할인특매, 사행심 조장, 미끼광고(28조, 29조)	0
광고물의 식별 불가능(30조)	0
식품광고의 소비자 오인 표현(31조)	10
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	20
효능효과 과신·과장(34조)	3
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	4
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	34
금융·투자자문업 광고 소비자 오도 표현(38조, 39조)	0
통신판매 광고 과장 표현(40조)	0
학원, 학습지 등 광고 과장표현(42조, 43조)	0
대리점 모집 광고 과장표현(44조)	0
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	3
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	245

※결정이유 건수가 결정 건수보다 많은 것은 한 결정에 2개 이상의 결정이유가 포함되어 있기 때문이다.

● 2023년도 심의결정 전체 통계

업종별 심의내용

업종	결정구분	계	주의 및 경고	광고 수정	주의·경고 및 광고수정	광고 중지	관계기관 통보	기각
기초재		0	0	0	0	0	0	0
식품·음료		199	0	55	134	4	0	6
가정용품		0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)		28	0	0	2	26	0	0
건강관련용품		47	0	27	16	3	1	0
화장품·세제		53	0	45	3	4	1	0
일반산업기기		0	0	0	0	0	0	0
정밀사무기기		0	0	0	0	0	0	0
전기·전자		0	0	0	0	0	0	0
수송기기		0	0	0	0	0	0	0
화학·공업		0	0	0	0	0	0	0
건설·건설		27	0	27	0	0	0	0
출판·교육		18	0	17	1	0	0	0
의류·섬유		0	0	0	0	0	0	0
유통		16	0	16	0	0	0	0
금융·보험·증권		0	0	0	0	0	0	0
서비스·오락		6	0	3	2	1	0	0
관광·단체		0	0	0	0	0	0	0
의료		235	0	2	0	233	0	0
그룹·기타		72	1	55	5	11	0	0
계		701	1	247	163	282	2	6

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	695
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	15
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	452
주장의 무입증(11조)	168
추천, 보증(12조)	0
자료 등의 인용(15조)	0
부당비교 및 배타적 표현(16~17조)	0
비과학적 생활태도 조장(19조)	3
소비자 조사(20조)	0
광고에 부적당한 언어사용(22조)	0
어린이·청소년, 어린이 보호(23조, 24조)	11
경품·할인특매, 사행심 조장, 미끼광고(28조, 29조)	0
광고물의 식별 불가능(30조)	0
식품광고의 소비자 오인 표현(31조)	60
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	144
효능효과 과신·과장(34조)	46
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	52
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	263
금융·투자자문업 광고 소비자 오도 표현(38조, 39조)	0
통신판매 광고 과장 표현(40조)	0
학원, 학습지 등 광고 과장표현(42조, 43조)	2
대리점 모집 광고 과장표현(44조)	14
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	26
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	1,951

※결정이유 건수가 결정 건수보다 많은 것은 한 결정에 2개 이상의 결정이유가 포함되어 있기 때문이다.

● 심의 사례

1

허리병 고치는 법

배울분/받을분

저서 1. [redacted]
2. [redacted]

아픈분/배울분 한번만 오시면 해결가능
2대째 이어온 기술 발명특허 획득

50년 전통
네이버 [redacted]

2

약 안 쓰고 백 개 넘는 생활습관병(당뇨, 간질환, 일부 암 등)을 재발없이 고칠 처방?

[redacted] - [redacted] 즉 환자 몫 -

약 쓰는 치료 방안 고집하면 약이 지닌 두 한계 때문에 평생 재발된다. 재발 방지에 치유 방 병행은 선택 아닌 필수다. 한국 약사가 약의 두 한계를 극복한 치유 방을 1978년에 찾아 40년간 효과 입증 후 사례를 모아 2021년에 책([redacted])을 냈다.

● 치유 방의 장점 하나: 치료 주체인 인체 자연치유력을 이용하기 때문에 약보다 잘 고친다.
근거: 약은 인체 자연치유력의 보조물이지 그 자체가 치료나 질병 극복의 주체가 아니다. - 『내재력서』-

중거: 같은 약을 같은 질환을 여러 병에게 사용하면 결과는 반드시 4개의 서로 다른 효과로 나타난다. 즉 '별저한 개선, 약간 개선, 불변, 악화'로 이는 환자에 의해 자연 치유력이 아주 높거나 약간 높으면 작용하는 약의 약리작용이 아주 잘 또는 약간 발휘되고 또 인체 자연치유력이 비약하거나 더 저하된 사람들의 몸에선 약리작용이 전혀 발휘되지 않거나 오히려 독으로 작용함으로써 나타나는 결과다. 따라서 약보다 인체 자연치유력 높이는 게 먼저다. 약의 효과가 잘 나고 안 나고도 인체 자연치유력에 달려있다는 점이 약의 첫 번째 한계다.

● 치유 방의 장점 둘: 치유 방은 생활습관병의 원인을 고치므로 재발을 막을 수 있다.
근거: 2009년 대한 내과학회에서는 약을 써도 재발되는 모든 만성병의 공통원인이 잘못된 생활습관(습 식습, 담배, 수면부족, 운동부족, 스트레스)에 있음을 알고 이를 단정함을 통칭하여 '생활습관병' 이라고 명명함으로써 환인이 같다는 것을 인식시켰다. 따라서 환인만 고치면 모든 생활습관병은 당연히 재발되지 않는다. 이런 상식이야 귀찮아도, 하지만 약은 원인이 잘못된 생활습관을 고칠 수 없이 항상 재발 한다는 점이 약의 두 번째 한계다.

중거: 약사는 1982년 건강보험, 1983년 본인, 2001년 건강성숙후생 환자들에게, 효과 우수한 방인 약이 효과 없었던 건, 자신들의 버티던 인체 자연치유력이 약의 약리작용을 아예 발휘할 수 없게 만든 때문임을 알게 하고, 직을 팔고서 원인 고치고 인체 자연치유력을 되살리게 하여 고쳤으며, 그 밖에 당뇨 비만, 고혈압, 대장암, 전립선, 권비염, 4기 난소암, 위암 등의 최장수 가운데 치유 방을 실천한 사례들은 나와서 계속 확인 고치 사생활만 재발되지 않았다. 치유 방의 내용과 실천 방법은 책 100~144쪽에 있다.

※수술이 필요 없는 생활습관병은, 발병 초기 동네 의원 처방 약과 이 책을 병행하면 재발되지 않아 약을 덜 쓰게 되므로 개인 및 정부의 의료비 부담을 덜게 할 것이다. ※약이 못 고칠 땐 인체 자연치유력을 높이고, 병 재발 땐 원인 고치자. 치유 방으로! 안 그러면 비싼 약 쓰거나 선진국 대학병원 가봐도 소용없다." 등 [redacted]

매일 2~4주 금요일 오후 2시(시간 20분) 보건복지부별 비서관 장부 각 부처, 시 구 자치체, 각 기업 등 백인 이상 단체 요청 시 직장 가능. 단정한 연구적인 서를 정기에 한함. 장남 고성 거주, 약사 [redacted] 원저 [redacted] 근무(현, 특소일임) 개인문제 해결 궁금한 점 문의하셔도, 긴 시간 통화 불가. 전화: [redacted]

3

최소시! [redacted]

드디어 나왔습니다!

수술이나 약물 부작용 없이!
이제는 바르기만 하면!
남성에게 강한 자신감을!
이것이 바로 [redacted] !!

바르고 30분 후면 피부를 통과하여
흡수 속도나 전달 체계가 빨라 강하게
게 일어난다.

[redacted] 특징

- ▶ 내성이 생김 NO!
- ▶ 얼굴이 빨개짐 NO!
- ▶ 어지러움 NO!
- ▶ 눈이 흐려지는 현상 NO!
- ▶ 코가 막히거나 멍멍함 NO!

※ 과학적이고 안전한 [redacted] 만족도 95%

상담전화 [redacted]

4

암 아토피 뇌경색 파킨슨 치매

인간은 암과 불치난치병을 이길 수 있습니다!
지금 당신이 기적에 도전하십시오!!

■ 양자파동 ■ 디톡스 프로그램 ■ [redacted]

전국 가맹점 모집 [redacted]

24시간 상담가능 [redacted]

● 주요 문제표현 및 관련 규정

- 01 “허리병 고치는 법 배울분/받을분”, “아픈분/배울분 한번만 오시면 해결가능” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조]
- 02 “약 안쓰고 백개 넘는 생활습관병(당뇨, 간질환, 일부 암 등)을 재발없이 고칠 처방? ○○○-‘○○○’ 즉 환자 몫-”, “약 쓰는 치료 방안 고집하면 약이 지닌 두 한계 때문에 평생 재발된다. 재발 방지에 치유 방 병행은 선택 아닌 필수다. 한국 약사가 약의 두 한계를 극복한 치유 방을 1978년에 찾아 40년 간 효과 입증 후 사례를 모아 2021년에 책(‘○○○’ 책과 나무)을 냈다.”, “※수술이 필요 없는 생활습관병은, 발병 초기 동네 의원 처방 약과 이 치유 방을 병행하면 재발되지 않아 약을 덜 쓰게 되므로 개인 및 정부의 의료비 부담을 덜게 할 것이다. ※약이 못 고칠 땐 인체 자연치유력을 높이고, 병 재발 땐 원인 고치자. 치유 방으로! 안 그러면 비싼 약 쓰거나 선진국 대학병원 가봐도 소용없다.” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조]
- 03 “수술이나 약물 부작용 없이! 이제는 바르기만 하면! 남성에게 강한 자신감을! 이것이 바로 ○○○○!”, “바르고 30분 후면 피부를 통과하여 흡수 속도나 전달 체계가 빨라 강하게 일어난다.”, “○○○○ 특징(제하 내용 일체)” 등 [화장품법, 표시·광고에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제31조]
- 04 “암 아토피 뇌경색 파킨슨 치매”, “인간은 암과 불치난치병을 이길 수 있습니다! 지금 당신이 기적에 도전하십시오!!” 등 [식품 등의 표시·광고에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제11조]

온라인 심의신청

한국광고자율심의기구에서 진행하는 온라인 심의에 대한
매체 정보를 편리하게 이용할 수 있습니다.



방송광고심의



인쇄매체광고(신문, 잡지)심의



교통, 인터넷광고 등 기타광고 심의

• 심의 신청 방법 및 이용 절차

1. 회원가입

2. 회원인증

3. 온라인심의신청서 작성

4. 심의결과통보

5. 심의필증교부

1. 회원가입 온라인 심의 서비스를 이용하시기 위해 기업회원으로 가입해 주세요.

2. 회원인증 기업회원 가입 신청 후, 사업자등록증 사본 1부를 송부해 주시면 서류확인 인증이 완료되어 서비스를 이용하실 수 있습니다.
FAX : 02-2144-4307 / E-mail karb1@karb.or.kr

3. 온라인심의신청서작성 심의신청서 작성 및 광고물을 제출한 후, 심의수수료를 납부하시면 됩니다.

4. 심의결과통보 심의신청 후 5일 이내 결과를 통보해 드립니다.

5. 심의필증교부 심의결과통보와 함께 필증을 교부합니다. (조건부 승인 시 이행확인 후 교부)

• 참고사항

1. 방송심의 수수료(※부가세 별도)

1-1) 방송매체광고심의 수수료(방송매체광고 완성물)

스팟광고(1분 미만)	인포머셜광고(1분이상)
· 초 심(대표건) : 5만원	· 초 심(대표건) : 10만원
· 초 심(파생건) : 1만원	· 초 심(파생건) : 2만원
· 초 심(ID광고) : 3만원	· 수정심(대표건) : 7만원
· 수정심(대표건) : 3만원	· 수정심(파생건) : 2만원
· 수정심(파생건) : 1만원	

1-2) 제작 전 대본 사전자문서비스 수수료(지상파 및 케이블방송광고 대본)

스팟광고(1분 미만)	인포머셜광고(1분이상)
· 5만원	· 10만원

1-3) 인쇄매체 및 기타심의 수수료 · 방송 이외 매체 : 초심 100,000원 / 수정심 50,000원

※ 광고물 양에 따라 수수료가 조정될 수 있습니다.

※ 모든 심의수수료는 부가세가 별도입니다.

2. 수수료 입금 계좌

신한은행 100-022-878468(한국광고자율심의기구) / 우리은행 1005-002-910456(한국광고자율심의기구)

※ 심의는 수수료 입금 확인 후 진행됩니다.

3. 계산서가 필요하신 경우에는 별도로 사무처로 문의하시기 바랍니다.

4. 필증 사용 시 주의사항

① 심의받은 내용과 다르게 임의 변경하여 사용하실 수 없습니다.

② 원하실 경우, 한국광고자율심의기구로부터 사전에 검토 받은 사실을 심의필 광고물에 표시하실 수 있습니다.

이 경우 광고물 우측상단에 <한국광고자율심의기구 심의필 심의번호> 문구로 한정합니다. 단, 방송 및 패키지, 기타 포장용기에는 심의번호를 사용할 수 없습니다.

③ 2항의 표시 이외에 광고표현 내 심의기구 언급 및 필증 이미지와 기구 로고 사용 등은 불허합니다.

④ 필증의 유효기간은 2년입니다.

⑤ 필증을 위·변조하거나 상기 사항 위반 시 모든 법적 책임은 신청인에게 있음을 알립니다.

⑥ 필증에 대한 확인 및 기타 문의는 기구 사무처(02-2144-4301)로 연락 바랍니다.