



60

Korea Advertising Review Board 05/06 2024 Vol.60

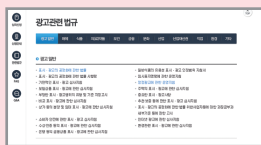
KOREA ADVERTISING REVIEW BOARD



한국광고자율심의기구



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 사전자율심의의 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.



광고심의와 관련된 궁금증을 해결하실 수 있는 온라인 상담 시스템을 강화하였습니다.

FAQ와 Q&A의 적극적인 활용을 통해 정확하고 신속하게 상담을 진행하여 온라인 상담창구로서의 역할을 충실히 수행하겠습니다.



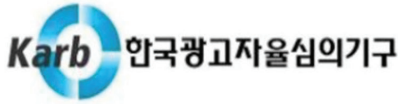
광고인 여러분이 원하시는 경우 광고물에 대한 사전자율심의의 서비스를 제공합니다.

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.

01

[한국광고자율심의기구, 국제광고자율규제위원회(ICAS) 회원 가입]

기구소식



ICAS expands its membership in Asia-Pacific

8 May 2024

The International Council for Advertising Self-Regulation (ICAS) warmly welcomes the Korea Advertising Review Board (KARB) as its newest associate member. Established in 1991 by advertising associations, KARB is a private,...

[Read more](#)

ICAS 보도자료 사진

- 본 기구는 2024년 5월 국제광고자율규제위원회(International Council for Advertising Self-Regulation)에 신규 회원으로 가입했다.
- 벨기에 브뤼셀에 위치한 국제광고자율규제위원회(ICAS)는 전 세계 다양한 광고 자율 규제 기구들이 회원으로 가입되어 있다. 여러 단체들과 협력 및 네트워크를 통해 글로벌 광고 산업의 투명성과 신뢰성을 높이는 데 기여하고 있는 비영리 단체이며, 광고 산업이 법적 규제 대신 자율 규제를 통해 윤리적이고 책임감 있는 광고를 할 수 있도록 돕는 것을 목표로 하고 있다.
- 본 기구가 아시아 태평양 지역 회원으로 가입함에 따라 영국 ASA의 회장 겸 ICAS 최고 경영자인 가이 파커 (Guy Parker)는 “KARB를 ICAS의 회원으로 맞이하게 되어 기쁘며, 한국과 그 외 지역에서 광고 자율 규제를 촉진하고 강화하기 위해 그들과 협력할 수 있기를 기대한다”고 밝혔다. 또한 “KARB의 이번 가입은 올해 APAC 지역의 광고 표준 기구 중 두 번째 가입이며 아시아 태평양 지역 및 전 세계 협력을 촉진하겠다”고 약속했다.
- 이에 본 기구는 ICAS의 자원과 네트워크를 활용하여 광고 관련 문제 해결을 위한 국제적 논의에 적극 참여하고, 국내외 광고 규제 환경 변화에 발 빠르게 대응할 수 있을 것으로 기대한다.

02

[한국광고자율심의기구 - 한국디지털광고협회 업무협약식(MOU) 체결]

기구소식



좌로부터 한국광고자율심의기구 김민영 차장, 편도준 사무국장, 한은경 회장, 한국디지털광고협회 목영도 회장, 신원수 부회장, 객대섭 팀장

- 본 기구는 지난 6월 12일 한국광고문화회관에서 (사)한국디지털광고협회(회장 목영도)와 ‘디지털 광고 산업 발전을 위한 업무협약식’을 체결하였다.
- (사)한국디지털광고협회는 디지털 광고 산업의 발전과 혁신을 촉진하기 위해 설립된 비영리 단체다. 협회는 디지털 광고 업계의 다양한 이해관계자들을 대표하며 업계의 성장과 발전을 지원하고, 공정하고 윤리적인 광고 실천을 장려하는 역할을 하고 있다.
- 한국광고자율심의기구 한은경 회장은 “양 기관은 이번 협약을 시작으로 지속적인 협력을 통해 디지털 광고 산업의 건전한 발전을 도모하고, 국내외 모범 사례로 자리매김할 수 있도록 최선을 다할 것이다.”라고 전했으며, (사)한국디지털광고협회 목영도 회장은 “디지털 광고 자율 심의 관련 제도 및 규제에 관한 정보교환과 윤리 강화를 위해 상호 협력하기로 약속하겠다.”고 밝혔다.

03

[자발적 후기 가장 치료경험담 등 불법의료광고 366건 적발 '23.12월~'24.2월 의료광고 모니터링 결과 의료법 위반 소지가 있는 366건 지자체 조치 요청]

보건복지부 2024.3.11. 보도자료 일부 발췌

- 보건복지부(장관 조규홍)와 의료광고 자율심의기구*는 불법 의료광고로 인한 소비자 피해를 예방하기 위해, 전파력과 확산력이 높은 온라인 매체**를 중심으로 치료경험담 등 불법 의료광고 집중 모니터링을 2023년 12월 11일부터 두 달간 실시한 결과 총 409건 중 위법성이 상당하거나 위

법 정황이 상당히 높은 366건을 지자체에 조치 요청했다고 밝혔다.

*의료광고 자율심의기구 : 의료법 제57조제2항에 따라 ①대한의사협회(의료광고심의위원회), ②대한치과의사협회(치과의료광고심의위원회), ③대한한의사협회(한방의료광고심의위원회)에서 설치·운영 중

**유튜브, 인터넷 카페, SNS, 포털사이트, 블로그, 온라인 커뮤니티 등

■ 이번 모니터링은 **자발적인 후기를 가장한 치료경험담 / 비급여 진료 비용을 할인하거나 면제하는 내용 / 거짓된 내용 및 객관적인 사실을 과장하는 내용의 의료광고**를 집중 점검하였다.

■ 불법 의료광고는 366건*이며, 이중 의료법 위반소지가 있는 내용은 총 506개**이다. 자발적인 후기를 가장한 치료경험담 광고가 이뤄진 경우가 183개(31.7%), 소비자 오인 소지가 있는 비급여 진료 비용을 할인·면제하는 내용이 135개(26.7%), 거짓된 내용 및 객관적인 사실을 과장하는 내용이 126개(24.9%)로 주를 이루었으며, 그 외 비의료인이 의료광고를 하거나 부작용 등 중요 정보 누락, 환자 소개·알선·유인 등에 해당하는 내용도 적발되었다.

*모니터링 전체 409건 중 위법성이 뚜렷하거나 위법 정황이 상당한 경우 366건, 기삭제, 의료기관 특정 불가 등의 이유로 조치가 불가한 경우 43건

**1건의 의료광고가 여러 의료법 조항을 위반한 사례 존재

적발 사례

- 치료경험담 등 치료효과를 오인하게 할 우려가 있는 광고(제56조제2항제2호)
 - 협찬, 비용지원 등의 문구가 표기되어 의료인 등이 비의료인에게 치료경험담 광고 작성을 요청한 정황이 포착되는 경우
 - 비의료인이 게시한 치료경험담이 의료기관의 위치, 시설, 연락처, 영업시간, 의료인 경력, 진료비 등을 자세히 안내하며 내원을 유도하는 광고 성격이 뚜렷한 경우
- 소비자 오인 우려 비급여 진료비용 할인·면제 광고(제56조제2항제13호)
 - 비급여 진료비용의 할인·면제 금액, 대상, 기간이나 범위 또는 할인·면제 이전의 비급여 진료비용에 대하여 허위 또는 불명확한 내용이나 정보 등을 게재하는 경우
- 거짓 내용 표시, 객관적인 사실 과장 광고 등(제56조제2항제3호, 제4호, 제6호, 제7호, 제8호, 제9호, 제14호)
 - 공인되지 않은 치료법·시술명·약제 등을 사용하여 광고, 미지정분야 진료과목명과 전문병원 명칭을 사용하는 등의 거짓·과장 광고
 - 다른 의료인들의 진료방법을 비교하거나, 환자의 환부 등을 촬영한 것으로서 일반인에게 혐오감을 일으키는 광고
 - 인증·보증·추천을 받았다는 내용을 사용하는 광고
- 비의료인의 의료광고(제56조제1항)
 - 비의료인이 환자를 특정 의료기관에 유인하는 치료경험담을 게시하면서 의료행위에 대해 상세히 서술하여 보건위생상에 위해가 우려되는 경우 비의료인의 의료광고에 해당
- 불법 소개·알선·유인 의심(제27조제3항)
 - 내원한 환자 대상 리뷰 이벤트, 추천 등 방식으로 금품을 지급하는 등 영리를 목적으로 환자를 특정 의료기관으로 소개·알선·유인하는 경우

※ 더 자세한 내용은 보건복지부 홈페이지(www.mohw.go.kr)에서 확인 바랍니다.

04

해외 화장품 직접 구매 시 주의하세요

화장품에서 의학적 효능·효과 등을 내세우는 허위·과대광고 주의 / 설명서, 표시사항 꼼꼼하게 확인...사용 시 주의사항 숙지 필요

식품의약품안전처 2024.4.8. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 화장품의 해외직구가 증가*하고, 해외 온라인 플랫폼 이용이 급증함에 따라 소비자 피해**를 예방하기 위해 국내 소비자가 해외 화장품을 구매할 때 주의해야 할 사항과 알아두면 도움이 되는 정보를 안내한다고 밝혔다.

*화장품 통관 현황: ('20) 4,469건, ('21) 5,209건, ('22) 6,289건 (관세청 발표)

**의학적 효능·효과 표방 허위·과대 광고, 허위 후기, 파손제품배송 등

■ 첫째, 화장품*은 의약품이 아니므로, 해외직구 사이트에서 화장품을 피부염 호전, 염증 완화, 지방분해 등 의학적 효능·효과가 있는 것처럼 허위·과대광고하는 경우 이에 현혹되어 구매하면 안 된다.

*「화장품법」 제2조 “화장품”이란 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로 인체에 대한 작용이 경미한 것(「약사법」 제2조제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외)

둘째, 국내에 같은 제품명을 가진 화장품이 있더라도 국가별로 사용금지 원료에 차이가 있어 제품의 성분·함량이 다를 수 있다. 만약 국내에서 사용

을 금지한 성분이 들어있는지 궁금할 경우, 제품 공식 홈페이지 및 판매 홈페이지에서 원료명, 전성분 등을 확인한 후 검색*할 수 있다.

*의약품안전나라 '화장품사용제한원료'(https://nedrug.mfds.go.kr/pbp/CCBDF01)에서 확인 가능

■ 또한 정식으로 수입되는 제품은 국내 화장품책임판매업자가 검사하여 안전기준*에 적합함을 확인하고 있으나 해외직구 화장품은 별도의 검사 절차가 없다는 점도 구매 시 고려하는 것이 좋겠다.

*「화장품 안전기준 등에 관한 규정」(식약처 고시)에서 정한 유통화장품 안전관리 기준

■ 셋째, 제품 상세 설명서나 화장품 겉면 표시사항을 꼼꼼하게 확인하고, 붉은 반점, 부어오름, 가려움증 등의 이상 증상이나 부작용이 있는 경우 전문의 등과 상담 / 상처가 있는 부위에는 사용을 자제 / 직사광선을 피해서 어린이의 손에 닿지 않는 곳에 보관 등 주의사항을 잘 숙지하는 것이 좋겠다.

■ 만약 해외에서 화장품을 직접 구매한 후 피해가 발생하면, 한국소비자원에서 운영하는 '국제거래소비자포털'(https://crossborder.kca.go.kr) → 상담신청'에서 상담을 신청할 수 있으며, '상담사례 > 화장품'에서는 피해사례도 확인할 수 있다.

※ 더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr)에서 확인 바랍니다.

05

가정의 달 대비 건강기능식품 제조·판매업체 점검... 5곳 적발, 온라인 부당광고 89건 적발·조치

건강기능식품 제조·판매업체 2,785곳 점검 결과, 5곳 위반사례 적발 / 국내 유통 건강기능식품 183건 수거·검사 결과, 1건 부적합 / 수입 통관 단계 건강기능식품 244건 수거·검사 결과, 3건 부적합 / 질병의 예방·치료 효능 오인·혼동 온라인 부당 광고 등 89건 적발 / 위반업체에 행정처분, 회수·폐기 등 조치 및 온라인 부당광고 접속 차단 **식품의약품안전처** 2024.5.3. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 5월 가정의 달을 맞아 선물용으로 많이 소비되는 건강기능식품의 안전성 확보를 위해서 건강기능식품 제조·판매업체 2,785곳을 점검한 결과, 「건강기능식품에 관한 법률」 등을 위반한 5개 업체를 적발해 관할 지방청 등에 행정처분을 요청했다고 밝혔다.

■ 이번 점검은 17개 지자체와 함께 4월 8일부터 4월 19일까지 실시했으며, 점검과 함께 홍삼, 프로바이오틱스, 복합영양소 제품 등 시장 점유율이 높은 국내 유통 제품에 대한 기능성분·영양성분 함량, 대장균군, 중금속 등 기준·규격 적합 여부를 확인하기 위해 수거·검사도 병행했다.

■ 주요 위반 내용은 **시설기준 위반(1곳)** / **표시·광고 사전 자율심의 위반(1곳)** / **영업소 폐업 미신고(3곳)**이며, 적발된 업체는 관할 관청에서 행정처분 등의 조치 후 6개월 이내에 다시 점검하여 개선 여부를 확인할 예정이다.

■ 또한, 국내 유통 중인 건강기능식품 183건을 수거·검사한 결과, 182건은 기준·규격에 적합했고 오메가-3 제품 1건(미국산, EPA 및 DHA 함유 유지)이 봉해시험 부적합 판정되어 회수·폐기 등을 요청하였다.

■ 한편, 통관단계에서 수입 비타민 제품 등 건강기능식품 244건에 대한 정밀검사를 실시한 결과, 3건이 기능성분 등 함량 부족으로 부적합 판정되어 수출국으로 반송하거나 폐기할 예정이다.

■ 아울러 해당 시기에 소비자들이 온라인 쇼핑몰 등에서 건강기능식품 선택 시 주로 검색하는 '면역력', '관절', '비염' 등 키워드로 판매되는 제품 게시물의 부당광고 여부를 점검한 결과, 89건이 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」에 위반되어 방송통신심의위원회 등에 접속 차단을 요청하고, 관할 지방자치단체에 행정처분을 요청했다.

■ 주요 위반 내용은 **'염증제거', '감기예방' 등 질병의 예방·치료 효능(83건)** / **'면역력' 등 인정하지 않은 기능성 표방 거짓·과장(2건)** / **체험기를 이용한 소비자 기만 광고(2건)** / **심의받지 아니한 광고(2건)**이다.

■ 건강기능식품에 대한 기능성 및 정상 수입신고 여부 등 정보는 식품안전나라 누리집 또는 수입식품정보마루에서 확인할 수 있으며, 건강기능식품을 섭취하고 부작용 등 이상사례가 발생하는 경우에는 건강기능식품 이상사례 신고센터(☎1577-2488)로 신고가 가능하다.

※ 더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr)에서 확인 바랍니다.

[기사형 광고 심의]

2024년 3-4월(2-5차) 기사형광고심의위원회 결정건수는 총 1,765건으로 주의 1750건, 권고 4건, 기각 11건 결정되었으며, 1조(광고의 명시) 위반이 187건, 3조(오인유도표현금지) 위반이 1,750건이었다. 업종별로 살펴보면 유통 업종이 541건으로 가장 많았고 금융/보험/증권 254건, 건설/건재 238건, 서비스/오락 175건, 식품/음료 151건으로 그 뒤를 이었다.

제2차 기사형광고심의회의에서는 특정 의료기관의 특정 수술 시행 400례를 달성했다는 내용의 건이 의료광고로의 오인성이 있는지 논의하였다. 위원회에서는 내용에 특정 병원에 대한 소개가 없고, ‘흉부외과’라는 특수성을 고려할 때 충분히 뉴스성이 있다고 판단하였고, 향후에도 특정 병원 홍보내용이 없이 ‘00례 달성’이라는 내용을 다루는 건들에 대해서는 일괄 기각 처리키로 의견을 모았다.

제4차 기사형광고심의회의에서는 올해 처음으로 모니터링 대상목록에 포함된 전문일간지에 대한 논의를 진행하였다. 특정 직군을 대상으로 제작되는 전문지의 특성상 일반일간지에 비해 소비자 오인성이 적으므로 다소 홍보성이 있더라도 전문성을 가진 건이라면 기사형광고로 지적하지 않기로 하였다.

매체사의 이의신청 건에 대해서는 위원회에서 전부 재논의 후, 최종 심의 결정과 그 이유를 함께 첨부하여 회신을 주고 있다. 아울러 위원회는 재심의 신청 시 충분한 이유와 설명을 담아 접수해 줄 것을 매체사에 당부하는 바이다.

● 2024년 3-4월(2-5차) 심의결정 통계

기사형 광고심의 상정안건

세척별 분류	계
1조(광고의 명시) 위반	187
3조(오인유도표현금지) 위반	1,750

※ 중복 위반이나 기각 건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	1,750
권고	4
기각	11
총 결정건수(권고, 기각포함)	1,765
총 위반건수	1,750

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

	매체 분류	주의	권고	기각
신문	일반일간	267	0	0
	경제일간	391	0	0
	스포츠일간	50	0	1
	전문일간	3	0	4
	지역일간	1,018	4	6
잡지	여성월간	8	0	0
	리빙/유아	2	0	0
	시사월간	9	0	0
	시사주간	2	0	0

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	0
식품/음료	151
가정용품	7
제약/의료기기	17
건강관련용품	2
화장품/세제	7
전기/전자	43
수송기기	12
화학/공업	0
건설/건재	238
출판/교육	70
의류/섬유	4
유통	541
금융/보험/증권	254
서비스/오락	175
관공서/단체	0
의료	156
그립/기타	105
총 상정건수	1,782

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

[인쇄매체 광고 심의]

2024년 3-4월(2-5차) 인쇄매체광고심의 결정건수는 총 183건으로 업종별로는 의료가 75건으로 가장 많았으며, 식품·음료가 34건, 그룹·기타가 26건, 건강관련용품이 15건, 제약·의료기기 14건, 화장품·세제 8건, 건설·건재 7건, 금융·보험·증권이 2건, 출판·교육과 유통이 각각 1건이었다. 심의결정별로는 광고수정 결정 69건, 주의·경고 및 광고수정 결정 18건, 광고중지 결정 94건, 기각 결정이 2건이었다.

기각 결정된 2건은 주류 광고였다. 본 기구는 국민의 건강과 직결된 주류, 담배, 의료 광고 등에 대해서는 보다 엄격한 심의를 지향하고 있다. 따라, 주류 광고의 법적 의무표기사항인 과음경고문구의 정확한 표기를 광고주에게 안내하고 있으며, 주류 제품의 직·간접적인 홍보성 노출, 제품에 대한 홍보성 문구가 포함된 경우를 주류 광고로 판단한다. 또한 본 기구는 주류 광고 내에서 직·간접적으로 음주를 권장 또는 유도하거나 임신부, 미성년자의 인물, 목소리 혹은 음주 행위를 묘사하는 경우, 해당 표현의 수정 및 사용 금지를 안내하고 있다. 다만, 주류 회사가 후원하는 캠페인 내용만 소개되는 경우 등에 대해선 주류광고로 보기 어렵다는 위원회의 결정이 있었다. 아래는 심의결정 통계와 문제광고 대표 사례다.

● 2024년 3-4월(2-5차) 심의결정 통계

업종별 심의내용

결정구분 업종	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	34	0	14	15	3	0	2
가정용품	0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)	14	0	0	0	14	0	0
건강관련용품	15	0	15	0	0	0	0
화장품·세제	8	0	8	0	0	0	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·건재	7	0	7	0	0	0	0
출판·교육	1	0	0	1	0	0	0
의류·섬유	0	0	0	0	0	0	0
유통	1	0	1	0	0	0	0
금융·보험·증권	2	0	0	0	2	0	0
서비스·오락	0	0	0	0	0	0	0
관공서·단체	0	0	0	0	0	0	0
의료	75	0	0	0	75	0	0
그룹·기타	26	0	24	2	0	0	0
계	183	0	69	18	94	0	2

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	181
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	1
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	106
주장의 무입증(11조)	52
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)	0
경품 할인특매, 사행심 조장, 미끼광고(28조, 29조)	0
광고물의 식별 불가능(30조)	0
식품광고의 소비자 오인 표현(31조)	14
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	20
효능효과 과신·과장(34조)	14
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	8
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	89
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)	1
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	6
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	492

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

● 심의 사례

1

인류의 건강한 삶을 위해 끊임없이 연구합니다.

SHOWER
이온화 샤워기

IONIZER
이온화 물속기

TUMBLER
수소수 텀블러

모든 날, 모든 순간
함께하는 헬스케어
어디서나 지속 가능한 건강한 하루!

자연에 기술을 더 해 헬스케어의 시작을 여는

- 알칼리 이온수기 _ 식약처 4대 위장증상 개선 인증
- 휴대하는 수소수 텀블러
- 웨어블 공기청정기 _
- 바이러스 Zero _
- 힐링사워 테라피 _ 비타민 샤워기

#비타민샤워기 #휴대용공기청정기 #알칼리이온수기 #수소수텀블러 #웨어블공기청정기

2

코골이 비염

감기, 독감 평생 해결

방패 코비치

3 사에서는 건강 무료 후원제 시범사업을 실시하려고 합니다. [특수 재배한 원료 약30억 정도 보유]

※ 를 응용한 사례들 입니다. (무료 후원제를 원하시는 본래는 제품을 제공해 드립니다.)

간기능(간경화, 지방간, 암, B형간염), 복수 사례	중풍, 파킨슨, 알츠하이머, 치매 사례	섬유화, 고혈압, 당뇨 사례
비염, 피곤함 사례	갑상선(암), 호르몬 사례	통풍, 부종 사례
만성질환, 희귀난치병 사례	피부, 탈모, 비만 사례	우울증 사례
심장(숨), 화병, 담석 사례	양압병원치료시 응용 사례	폐기능(암) 사례

(병원치료와 함께 응용한 사례들입니다.)

당사는 10여년간 에너지 신기술과 특수재배한 을 결합한 를 가공하여 3000여명 정도 응용한 결과 신비하게 몸상태가 개선되는 것을 보면서 우리가 해냈다는 자부심과 가슴 뿌듯한 희망을 느꼈습니다. 몸의 상태가 안 좋은 분들은 이 를 드시면서 병원치료를 받아 보세요. 아주 만족 하실거라 믿습니다.

◎ 무료후원제란? 마늘수 요청시 몸상태가 개선될때까지 무료로 제공되고 개선 시 자율 후원하는 것으로 고통속에 살고 있는 분들에 대한 무료제원에 주로 사용되며 효능개선을 위한 임상실험과 연구자료 등으로 쓰여집니다.

뜻을 함께 하실 분 저희모집

☎ 상담

4

허리병

고치는 법

배울분/받을분

저서

1. 허리병 7일만에 고치는 요법
2. 내몸에 맞는 체조로 허리병 고친다

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

50년 전통

● 주요 문제표현 및 관련 규정

- 01 “알칼리 이온수기_식약처 4대위장증상 개선 인증”, “바이러스 Zero_VOOO” 등 [의료기기법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의의규정 제5조, 제10조, 제11조]
- 02 “코골이 비염 감기, 독감 평생 해결” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의의규정 제5조, 제10조, 제34조]
- 03 “※○○○○○ 마늘수를 응용한 사례들입니다.(제하 질병명 일체)”, “응용한 결과 신비하게 몸상태가 개선되는 것을 보면서...몸의 상태가 안 좋은 분들은 이 마늘수를 드시면서 병원치료를 받아보세요...” 등 [식품 등의 표시·광고에 관한 법률, 광고자율심의의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제31조]
- 04 “허리병 고치는 법 배울분/받을분”, “아픈분/배울분 한번만 오시면 해결가능” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의의규정 제5조, 제10조, 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.