



61

Korea Advertising Review Board 07/08 2024 Vol.61

KOREA
ADVERTISING
REVIEW
BOARD



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.

01 [한국광고자율심의기구 2024 광고제작실무종사자 광고심의교육 안내]

기구소식

■ 본 기구는 11월 22일 <광고제작실무종사자 광고심의교육>을 개최한다. 기구 홈페이지(www.karb.or.kr)를 통해 11월 15일(금)까지 신청을 받을 예정이며, 100명 내외의 한정 인원만 선착순으로 모집한다. 광고심의교육은 예년과 같은 광고문화회관 2층 그랜드볼룸 대회의장에서 각 분야의 전문가를 초빙하여 건강기능식품광고심의, 의료기기광고심의, 화장품광고심의 교육 등으로 진행될 예정이며, 더 자세한 내용은 추후 기구 홈페이지에 제공될 예정이다.

※ 관련 문의는 02-2144-4302로 연락 바랍니다.

02 [한국광고자율심의기구 사무실 이전 안내]

기구소식



한국광고자율심의기구 사무실 사진

■ 본 기구는 지난 8월 23일에 사무실을 이전하였다. 기존에 사용하던 사무실과 같은 건물 의 같은 층으로 옮겼으며, 보다 많은 인원이 참여할 수 있는 대 회의실과, 팀별 회의를 위한 소 회의실 등을 갖췄다. 이밖에 업무의 효율성을 높일 수 있도록 폰부스, 휴식 공간 및 응접실 공간을 새로 구성하였다. 같은 건물의 같은 층으로 옮겼기 때문에 우편을 받는 주소는 기존 과 동일하다.

03 [새로운 심의위원 위촉]

기구소식

■ 본 기구는 7월부터 이진숙 위원(한국소비자원 시장조사국장)을 인쇄매체심의위원으로, 9월부터 조창희 위원(한국문화예술경영연구원 원장)을 기사형광고심의위원으로 각각 위촉했다.

2024년 기사형광고심의위원	
성명	주요경력
허남진	위원장/ 前 중앙일보 논설위원, 대기자
문병훈	前 연합뉴스TV 보도국장
윤명	소비자시민모임 사무총장
이재국	성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
조재현	대진대학교 신문방송학과 교수
조창희	한국문화예술경영연구원 원장
주석영	회명합동법률사무소 변호사

2024년 인쇄매체광고심의위원	
성명	주요경력
최성락	위원장/ 법무법인태평양 고문
김영미	법무법인 송인 변호사
이진숙	한국소비자원 시장조사국장
이희복	상지대학교 언론광고학부 교수
정지연	한국소비자연맹 사무총장
차영란	수원대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
최홍림	선문대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

※ 가나다순

추천보증심사지침 개정안 행정예고

블로그 등의 경제적 이해관계 공개 방식 개선 / 경제적 이해관계 표시 대상에 최근 유행하는 사회관계망(SNS) 광고 유형 포함

공정거래위원회 2024.8.20. 보도자료 일부 발취

■ 공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 경제적 이해관계 공개* 방식 개선 및 경제적 이해관계 의미의 명확성 제고 등의 내용을 담은 '추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침'(이하 '심사지침') 개정안을 8월 20일부터 9월 9일까지 행정예고 했다.

*추천·보증인이 광고주로부터 현금이나 해당 상품, 상품권, 적립포인트, 할인혜택 등 경제적 대가를 받거나 광고주로부터 직접 고용된 상태에서 추천·보증, 공동구매 주선 등을 하는 경우 이와 같은 경제적 이해관계를 명확히 표시하여야 함

■ 이번 심사지침 개정은 그간 제도 운영에서 나타난 몇가지 문제점을 개선하고자 추진된 것으로, 현행 심사지침에 따르면 블로그·인터넷카페 등 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 경제적 이해관계 표시문구를 게시물의 첫 부분 또는 끝 부분에 공개하도록 되어 있는데, 게시물의 끝 부분에 공개할 경우 본문이 길면 소비자가 이를 쉽게 인식하기 어려운 문제가 있다.

■ 또한, 구매링크 등이 포함된 상품후기 작성 후 이를 통한 매출실적에 따라 추후 대가를 받거나, 인플루언서가 직접 구매한 상품에 대한 후기 작성 후 대가로 구매 대금을 환급받는 등의 경우에도 경제적 이해관계 표시문구를 공개하여야 하나, 현행 심사지침은 미리 대가를 받은 경우에만 이를 공개할 의무가 있는 것으로 해석될 여지가 있다.

■ 이에, 문자 중심 매체를 통해 추천·보증 등을 하는 경우 게시물의 제목 또는 첫 부분에 경제적 이해관계 표시문구를 공개하도록 해 소비자들이 보다 쉽게 '광고'임을 알 수 있도록 하였다.

■ 또한, '경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시*'에 최근 유행하는 사회관계망(SNS) 마케팅 유형을 포함하여, 경제적 대가를 미래·조건부로 받는 경우 등에도 경제적 이해관계가 있음을 명확히 하였다.

*광고주와 추천·보증인과의 사이에 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미칠 수 있는 경제적 이해관계가 있는 경우 광고주 또는 추천·보증인은 이러한 경제적 이해관계를 공개하여야 함

■ 끝으로, 최근 점검을 통해 자주 발견되는 '일정 수수료를 지급받을 수 있음'과 같은 조건부·불확정적 표현은 광고가 아닐 수 있다는 의미를 내포하므로 '명확한 내용에 해당하지 않는 경우의 예시*'에 추가하였다.

*금전적 지원, 할인, 협찬 등 경제적 이해관계의 내용을 소비자가 이해하기 쉽도록 명확하게 표시하여야 함

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

인플루언서를 모집하여 사회관계망서비스(SNS) 후기를 통해 부당한 광고를 한 광고대행사 제재

마켓팅, 플로우마케팅의 거짓광고, 기만적 광고에 대해 시정명령 및 과징금 부과

공정거래위원회 2024.7.24. 보도자료 일부 발취

■ 공정거래위원회(위원장 한기정, 이하 '공정위')는 2개 광고대행사(㈜마켓팅, 플로우마케팅)가 인플루언서를 모집하여 사회관계망서비스(이하 'SNS') 후기를 거짓으로 광고하거나 기만적으로 광고한 행위에 대하여 시정명령 및 공표명령과 함께 과징금(총 1백만 원)을 부과하기로 결정하였다.

■ 이번에 조치한 후기광고 관련 부당한 광고행위의 유형은 ①광고물을 게재한 인플루언서들에게 경제적 대가를 지급하였으나 경제적 이해관계를 명확히 공개하지 않고 은폐·누락한 채 광고한 행위, ②상품·용역(이하 '상품 등')을 직접 경험하거나 사용해 본 사실이 없음에도 마치 실제 사용해 본 것처럼 광고한 행위이다.

■ ①(주)마켓팅은 2022. 10. 15.부터 2023. 10. 3.까지 자신의 누리집 및 모바일 어플리케이션(인플카)를 통해 모집한 인플루언서들로 하여금 267개 광고주의 상품 등에 대한 소개·추천 광고물 총 3,944건을 인스타그램에 게재하도록 하고 그에 대한 경제적 대가를 지급하였으나, 경제적 이해관계를 명확히 공개하지 않고 은폐·누락한 채 광고하였다.

■ ② 플로우마케팅은 2021. 1. 4.부터 2023. 12. 31.까지 자신의 누리집을 통해 모집한 인플루언서들로 하여금 88개 광고주의 상품 등에 대한 소개·추천 광고물 총 2,653건을 개인 블로그에 게시하도록 하면서, 해당 인플루언서들에게 자신이 미리 작성한 광고 내용(이하 '원고'라 칭함)을 그대로 게재하도록 하여 인플루언서들이 광고주의 상품 등을 직접 경험하거나 사용해본 사실이 없음에도 마치 실제 사용해본 것처럼 해당 광고물이 게재되도록 하였다.

■ 공정위는 이러한 광고행위가 부당한 광고행위(거짓·과장 또는 기만적 광고)에 해당된다고 판단하였다.

■ 위 광고들은 인플루언서를 통해 광고주의 상품 등을 소개·추천하는 추천·보증에 의한 광고에 해당하고, 경제적 이해관계가 존재하는 경우에는 이를 명확히 표시해야 함에도 불구하고 이를 은폐·누락한 광고는 기만성이 인정되며, 경험적 사실에 관련된 것임에도 실제로 경험한 사실에 부합하지 않는 광고는 거짓·과장성이 인정된다.

■ 보통의 주의력을 가진 일반 소비자들이 이러한 후기광고를 접할 경우, 경험적 사실에 근거하여 작성된 후기 또는 경제적 이해관계 없이 자발적으로 작성된 후기로 잘못 알게 될 우려(소비자 오인성)가 있으며, 이러한 광고는 소비자의 합리적인 구매 선택을 방해하고 공정한 경쟁을 저해할 우려가 있다.

■ 온라인상 거짓·기만적 후기광고는 통상 광고주가 주도하여 이루어졌으므로 그간 광고주만을 제재하거나 광고주·광고대행사를 함께 제재하는 경우가 일반적이었다.

■ 이번 조치는 다수의 광고주와 인플루언서를 조직적으로 모집하여 광고주의 상품 등에 대한 후기광고를 하면서 주도적으로 거짓후기와 기만적 후기를 양산한 광고대행사들을 단독으로 제재하였다는 데에 의의가 있다.

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

06

『 <의료제품, 식품> 해외 온라인 플랫폼, 불법유통·부당광고 주의하세요!
 의약품, 의약품외품, 의료기기 해외직구·구매대행 등은 불법 / 해외 온라인 플랫폼에서 식품, 화장품 부당광고에 주의
 식품의약품안전처 2024.8.22. 보도자료 일부 발췌』

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 해외직구·구매대행 등이 증가함에 따라 소비자 피해를 사전 예방하기 위해 쿠팡, 알리익스프레스, 테무, 쉬인 등 해외 온라인 플랫폼에서 판매되는 의료제품·식품 관련 게시물을 점검한 결과, 불법유통·부당광고 게시물 총 669건을 적발하고 방송통신심의위원회 등에 차단 요청했다고 밝혔다

*불법유통 572건(의약품 303건 / 의료기기 167건 / 의약품외품 102건), 부당광고 97건(식품 44건 / 화장품 53건)

■ 우선, 불법유통으로 적발된 572건의 의약품, 의료기기, 의약품외품에는 피부질환치료제, 창상피복제 등이 있었으며, 국내 허가받지 않은 제품이 유통·판매되거나 구매대행을 통해 해외직구 형태로 유입되고 있었다.

■ 이러한 제품들은 제조 또는 유통 경로 등을 확인할 수 없고 효과나 안전성도 담보할 수 없어 피해가 발생할 수 있으므로 절대 복용하거나 사용해서는 안 된다.

■ 특히, 불법 의약품의 경우 허가받은 의약품과 달리 이상 반응 등이 발생한 경우, 피해구제를 받을 수 없으므로 허가받지 않은 의약품을 절대로 복용하거나 사용해서는 안 된다.

■ 참고로 의약품과 의료기기의 경우 판매자가 구매자의 개인통관고유번호를 요구하면서 (구매자의)해외직구를 알선 또는 광고하는 행위도 불법이다.

■ 이외의 부당광고로 적발된 97건의 식품과 화장품 사례를 살펴보면, 식품의 경우, 일반 식품을 ‘장건강’, ‘배변활동’ 등 기능이 있는 것처럼 광고하거나 ‘탈모’ 등 질병 치료에 효과가 있는 것처럼 부당광고하는 사례가 있었다. 화장품의 경우 일반 화장품을 ‘자외선 차단’ 등의 효과가 있는 기능성화장품처럼 광고하거나 ‘염증조절’ 등 의약품의 효과가 있는 것처럼 부당광고하는 사례 등이 다수 적발되었다.

■ 식품, 화장품을 해외직구 또는 구매대행을 통해 온라인으로 구매하고자 하는 소비자들께서는 부당광고에 현혹되지 말고 사전에 ‘건강기능식품’ 인정 마크, ‘기능성화장품 정보’ 등을 꼼꼼히 확인하는 것이 바람직하다.

■ 아울러 식약처로부터 허가·심사·인정받은 의료제품, 건강기능식품 등의 정보는 누리집에서 확인할 수 있으므로 구매 전 검색하면 도움이 될 수 있다.

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

07

『 식약처, 마이크로니들 내세운 화장품 허위·과대 광고 점검
 화장품정책과·사이버조사팀 합동 점검…위반 82건 확인, 사이트 접속 차단 요청 / 화장품책임판매업자가 허위·과대광고한 사실
 이 확인된 24건, 점검 등 조치』 식품의약품안전처 2024.8.8. 보도자료 일부 발췌』

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 온라인에서 유통·판매하고 있는 화장품 중 마이크로니들(니들, 미세침 등)을 내세워 광고한 판매게시물 100건을 점검한 결과, 「화장품법」을 위반*한 82건을 적발하여 방송통신심의위원회 등에 접속 차단 요청했다고 밝혔다.

*「화장품법」제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

■ 아울러 이번에 적발한 허위·과대 광고 82건 중 화장품책임판매업자가 확인된 24건*의 경우 관할 지방청에 해당 업체를 점검하고 필요시 행정처분하도록 요청하였다.

*화장품책임판매업체 8개사, 9품목

■ 이 광고들의 경우 화장품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고(10건, 12%) / 화장품 범위를 벗어나는 광고(41건, 50%) / 소비자 사실과 다른 내용으로 인식할 우려가 있는 광고(31건, 38%) 등이 문제가 되었다.

[기사형광고심의]

2024년 5-6월(6-9차) 기사형광고심의위원회 결정건수는 총 2,476건으로 주의 2,451건, 권고 3건, 기각 22건 결정되었으며, 1조(광고의 명시) 위반이 248건, 3조(오인유도표현금지) 위반이 2,451건이었다. 업종별로 살펴보면 유통 업종이 636건으로 가장 많았고 건설/건재 341건, 서비스/오락 316건, 금융/보험/증권 236건, 식품/음료 235건으로 그 뒤를 이었다.

제7차 기사형광고심의회의에서는 특정 의료기관의 '소아청소년과 지역최초개소' 내용의 건이 의료광고로의 오인성이 있는지 논의 하였다. 위원회에서는 내용에 특정 병원의 내용만 다루고 있다고 하더라도, 현재 국내에 소아청소년과가 부족한 상황이기 때문에 해당 내용이 충분히 뉴스성이 있다고 판단하였고, 따라서 독자가 해당 건을 기사형광고로 오인할 소지는 극히 적다고 판단하여 기각 처리하였다.

제9차 기사형광고심의회의에서는 제5차 심의회의 결정에 대해 충청투데이에서 이의신청한 내용을 재논의하였다. 충청투데이측은 보도자료를 바탕으로 지역민 알권리 차원에서 작성된 기사이며, 광고비를 받거나 일체 다른 이득을 취하지 않았다는 의견을 피력하였지만, 위원회에서는 보도자료 인용 사실 및 대가성 거래 실제 유무와는 관계 없이 독자로서 하여금 광고로 오인케 할 소지가 있다고 판단하여 '원심의 결정 유지(주의)' 결정하였다. '신문 등의 진흥에 관한 법률' 및 '잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률'에는 '독자가 기사와 광고를 혼동하지 아니하도록 명확하게 구분하여 편집하여야 한다'라고 규정하고 있을 뿐, 보도자료 인용이나 대가성 거래 여부와 관련하여 판단한다는 내용이 없다. 따라서 본 기구의 기사형광고심의위원회는 독자로서 하여금 기사를 광고로 오인케 했느냐 여부에 초점을 맞춰 심의를 하고 있다.

● 2024년 5-6월(6-9차) 심의결정 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의 명시) 위반	248
3조(오인유도표현금지) 위반	2,451

※ 중복 위반이나 기각 건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	2,451
권고	3
기각	22
총 결정건수(권고, 기각포함)	2,476
총 위반건수	2,451

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반일간	646	0	5
	경제일간	684	0	3
	스포츠일간	47	0	0
	전문일간	1	0	0
	지역일간	1,063	2	13
잡지	여성월간	5	0	1
	리빙/유아	5	1	0

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	1
식품/음료	235
가정용품	55
제약/의료기기	50
건강관련용품	15
화장품/세제	13
전기/전자	109
수송기기	26
화학/공업	1
건설/건재	341
출판/교육	69
의류/섬유	25
유통	636
금융/보험/증권	236
서비스/오락	316
관공서/단체	0
의료	196
그룹/기타	192
총 상정건수	2,516

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

[인쇄매체광고심의]

2024년 5-6월(6-9차) 인쇄매체광고심의 결정건수는 총 93건으로 업종별로는 의료가 36건으로 가장 많았으며, 식품·음료가 20건, 화장품·세제 14건, 그룹·기타와 제약·의료기기가 각각 8건, 건강관련용품이 3건, 건설·건재 2건, 출판·교육과 유통이 각각 1건이었다. 심의결정별로는 광고수정 결정 40건, 주의·경고 및 광고수정 결정 10건, 광고중지 결정 43건이었다.

가장 많은 위반 광고 게재수를 기록한 의료 업종 광고의 경우 사전 자율심의 의무 업종에 해당한다. 우리나라의 광고심의는 업계 자율심을 기본 원칙으로 한다. 하지만 국민 건강과 직결되는 업종 광고의 경우 사전심을 법에서 의무화했는데, 의료광고, 의약품광고, 의료기기광고, 건강기능식품광고, 특수용도식품광고가 이에 해당한다. 이 중 의료 광고의 사전자율심의를 의료법 제 57조(의료광고의 심의)에서 의료인이 해당 매체를 이용해 의료광고를 하려는 경우 의료법 제56조제1항부터 제3항까지의 규정을 위반하는지 여부에 대해 분야에 따라 대한의사협회, 대한한 의사협회, 대한치과의사협회에서 심의를 받아야 한다. 아래는 심의결정 통계와 문제광고 대표 사례다.

● 2024년 5-6월(6-9차) 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	20	0	10	10	0	0	0	
가정용품	0	0	0	0	0	0	0	
제약(의료기기)	8	0	1	0	7	0	0	
건강관련용품	3	0	3	0	0	0	0	
화장품·세제	14	0	14	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	2	0	2	0	0	0	0	
출판·교육	1	0	1	0	0	0	0	
의류·섬유	0	0	0	0	0	0	0	
유통	1	0	1	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	36	0	0	0	36	0	0	
그룹·기타	8	0	8	0	0	0	0	
계	93	0	40	10	43	0	0	

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4-7조)	93
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	0
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	58
주장의 무입증(11조)	30
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)	10
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	10
효능효과 과산·과장(34조)	3
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	13
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	43
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)	3
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	264

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

온라인 심의신청

한국광고자율심의기구에서 진행되는 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.