



**63**

Korea Advertising Review Board 11/12 2024 Vol.63

**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 광고자율심정보제공 사이트 [www.karb.or.kr](http://www.karb.or.kr)를 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 [ 2024 광고제작 실무종사자 광고심의회교육 ]

기구조식



■ 본 기구는 2024년 11월 22일(금) <2024 광고제작 실무종사자 광고심의회교육>을 실시했다. 1강은 의료기기광고(강사:한국의료기기산업협회 이지연 광고심의회 과장), 2강은 화장품광고(강사:대한화장품협회 한종민 광고심의회 과장), 3강은 건강기능식품광고(강사:한국건강기능식품협회 권혁신 광고심의회 주임), 4강은 정보통신망을 이용한 표시광고(강사:식품의약품안전처 사이버조사팀 홍순근 보건연구사)로 진행되었다. 2024 광고심의회교육은 약 100여 명의 수강생이 참여하며 작년대비 참여도가 대폭 증가되었다. 100여 명의 광고 제작사, 유관기관 및 단체 등 다양한 광고 업계 구성원의 참여 아래 광고심의회에 대한 많은 열의를 확인할 수 있었다.

02 [ 한국언론진흥재단, 「언론을 위한 생성형 인공지능 준칙」선포 및 <언론자율심의 세미나> 개최 ]

광고계 소식



한국언론진흥재단과 언론 6개 단체는 12월 5일(목) 오후 2시 한국프레스센터 19층 기자회견장에서 「언론을 위한 생성형 인공지능 준칙」을 선포하고, 생성형 인공지능(AI)의 윤리적 활용을 위한 기준을 제시했다. 이어 <언론자율심의 세미나>를 열어 언론자율심의의 실효성 제고 방안을 논의했다. 행사 1부에서는 「언론을 위한 생성형 인공지능 준칙」(이하 '준칙')이 발표됐다. 준칙에는 인간의 관리와 감독, 책무성, 사실 확인과 검증, 활용범위, 투명성, 다양성/형평성/포용성, 권익보호, 저작권 보호, 플랫폼의 사회적 원칙, 갱신과 교육 등 10가지 핵심 내용이 포함되어 있다. 세미나 2부에서는 언론자율심의의 실효성 제고 방안에 대한 발표와 토론이 진행됐다. 신문윤리위원회와 인터넷신문윤리위원회 등 외부 자율규제 기구와 함께, 언론사 내부의 고충처리위원회, 독자권익위원회 등의 운영 현황을 점검하고, 이를 개선할 수 있는 방안을 모색하는 시간이 마련됐다.

발제자로는 배정근 숙명여대 미디어학부 교수, 표시영 강원대 미디어커뮤니케이션 교수, 이영희 한양대 미디어커뮤니케이션학과 겸임교수가, 의견 발표자로는 흥병기 신문윤리위원회 심의위원, 김태희 신문신문윤리위원회 정책실장이 참여했다. 패널토론 좌장은 문철수 한신대 미디어영상광고홍보학부 교수가 맡았고, 패널토론자로는 편도준 한국광고자율심의기구 사무국장, 양재규 언론중재위원회 변호사가 참여하였다.

03 [ “모발성장촉진, 탈모예방”... 허위·과대광고 적발 ]

식약처, 온라인에서 실제 효과보다 과대광고하는 67건 확인, 접속차단 요청 / ‘탈모방지’, ‘탈모예방’, ‘염증개선·완화’ 등 치료효과를 표방하는 것은 불법

식품의약품안전처 2024.10.25. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 탈모증상 완화를 표방하며 온라인에서 유통·판매되는 화장품의 판매게시물 151건을 점검한 결과, 「화장품법」을 위반\*해 허위·과대광고한 67건을 적발, 방송통신심의위원회 등에 접속 차단을 요청했다.

\*「화장품법」제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

■ 아울러 이번에 적발된 허위·과대광고 67건 중 화장품책임판매업자가 직접 광고한 판매게시물 27건\*에 대해서는 현장점검을 통해 화장품법 위반을 확인하고 관할 지방청에 행정처분 의뢰하였다.

\*화장품책임판매업 22개사, 27품목

■ ‘탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품’은 인체적용시험\* 등 유효성에 관한 시험자료와 기준 및 시험방법에 관한 자료 등을 식약처에 제출하여 기능성화장품 인정을 받아야 한다. 기능성화장품으로 인정된 화장품의 경우에도 소비자가 치료 효과가 있는 의약품으로 오인하게 하거나 사실과 다르게 잘못 인식할 우려가 있는 광고를 해서는 안된다.

\*시험군, 대조군 모발수(1cm<sup>2</sup>) 평가, 전문가 육안 평가 등

■ 이번에 적발된 광고들의 경우 **화장품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고(21건, 77.8%) / 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식할 우려가 있는 광고(6건, 22.2%)** 등이 문제가 되었다.

■ 특히 일부 제품은 ‘새로운 모발성장 촉진’, ‘모발굵기 개선’, ‘탈모방지’, ‘탈모예방’, ‘염증개선·완화’ 등 의학적으로 검증된 바 없는 효능·효과\*를 표방하거나 ‘동물실험 미 실시’ 등 사실과 다르게 잘못 인식\*\*하거나 오인할 우려가 있는 광고를 한 것으로 나타났다.

\*탈모치료, 탈모방지, 탈모예방 등은 의약품 효능·효과에 해당

\*\*동물시험을 실시한 화장품의 유통·판매가 금지되어 있음에도, '동물시험 미 실시' 문구를 광고하여 동물시험을 실시한 화장품도 유통되는 것으로 소비자가 오인할 가능성

■ 식약처는 소비자가 탈모 증상 완화와 관련된 화장품을 구매할 때 허위·과대 광고에 현혹되지 않도록 주의를 당부하며, 앞으로도 소비자가 화장품을 안심하고 사용할 수 있도록 지속적으로 점검·조치하겠다고 밝혔다.

※ 더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지([www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr))에서 확인 바랍니다.

04

## 공부 잘하는 약? 집중력 향상 영양제? 온라인 부당광고·불법판매 주의하세요

식약처, 수능 앞두고 '공부 잘하는 약', '수험생 영양제' 등 광고 집중 점검 / 식품 등 부당광고 83건, 'ADHD 치료제' 불법 유통·판매 711건 적발 / 즉시 사이트 접속차단 요청, 관할 행정기관에 행정처분 의뢰

식품의약품안전처 2024.11.4. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 2025학년도 대학수학능력시험을 앞두고 학부모와 수험생의 불안한 심리를 악용하여 식품·의약품을 온라인에서 부당광고·불법판매하는 행위에 대해 10월 15일부터 25일까지 집중 점검했다고 밝혔다.

■ 점검 결과, 식약처는 식품 등 부당광고 게시물 83건과, 'ADHD 치료제(메틸페니데이트, 암페타민 계열)' 불법유통·판매 게시물 711건을 적발하여 방송통신심의위원회 등에 즉시 사이트 접속차단을 요청하고 관할 행정기관에 행정처분을 의뢰했다.

■ (1) 식품분야 : '수험생', '기억력', '집중력', '긴장완화' 등을 검색하여 식품 및 건강기능식품을 판매하는 오픈마켓 300개 사이트를 점검한 결과, 부당광고 83건이 적발되었다.

■ 주요 적발 사례는 ①일반식품을 '기억력 개선 영양제' 등 건강기능식품으로 오인·혼동하게 하는 광고, ②'집중력 향상' 등을 내세운 거짓·과장 광고, ③질병 예방·치료 효능이 있는 것처럼 표현한 광고, ④건강기능식품 자율심의를 위반한 광고, ⑤집중력 높이는 '약' 등 의약품으로 오인·혼동하게 하는 광고 등이다.

※ 건강기능식품에 표시·광고를 하려면 자율심의기구로부터 미리 심의를 받고, 심의받은 내용으로 광고해야 함

■ (2) 마약류 분야 : 주의력결핍과잉행동장애(ADHD) 치료에 사용하는 '메틸페니데이트' 제품(향정신성의약품)과 '암페타민' 제품(국내 허가받은 제품 없음)을 일명 '공부 잘하는 약', '집중력을 올려주는 약'으로 불법 판매하거나, 유통·알선·나눔·구매 등의 내용이 포함된 게시물 711건을 적발했다. 해당 제품들은 출처가 불분명할 뿐만 아니라, 위조 의약품일 가능성이 크므로 절대로 구매해서는 안 된다.

※마약류를 판매·광고하는 행위는 명백한 불법으로 처벌 대상

■ 식약처는 이번 점검에서 건강기능식품 관련 부당광고가 많았던 만큼 소비자에게 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 수입식품정보마루(<https://impfoos.mfds.go.kr>): 수입 식품 등

■ 한림대성심병원 가정의학과 백유진 교수는 "수능을 앞두고 '수험생 영양제', '기억력 개선'과 같이 허위·과대광고하면서 수험생과 학부모를 유혹하고 있는데, 수능을 바로 앞둔 시점에서는 규칙적인 식생활 습관을 통해서 수험생 본인의 컨디션을 조절하는 것이 중요하다"라고 조언했다.

■ 가톨릭대학교 의과대학 정신건강의학과 이해국 교수는 "ADHD 치료제는 뇌전두엽 기능 발달의 취약성으로 인해 주의집중력 등 인지행동조절 기능이 충분히 발휘되지 않은 정신과적 질환을 치료하기 위한 것으로 '주의집중력이 부족한 질병'에 대한 개선을 목표로 하는 만큼, 진단받지 않은 정상인에서 주의집중력이 더욱 좋아지는 효과는 없다"고 말했다.

■ 아울러 "ADHD 질환으로 진단받지 않은 정상인이 복용할 경우, 경미하게 식욕부진, 심박동수 증가, 두통 등 부작용 증상부터 심한 경우, 극도의 불면증, 흥분성, 환각 등 일시적 정신병적 상태까지 유발될 수 있으므로, 각별히 주의해야 한다"고 강조했다.

■ 식약처는 앞으로도 소비자의 피해를 예방하기 위해 수능과 같이 국민적 관심이 높은 시기에 불안 심리를 이용하는 온라인 부당광고, 불법행위를 지속해서 점검하고 적극적으로 조치할 계획이다.

※ 더 자세한 내용은 식품의약품안전처 홈페이지([www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr))에서 확인 바랍니다.

# [ 2024 광고제작 실무종사자 광고심의교육 ]

〈2024 광고제작 실무종사자 광고심의교육〉을 11월 22일 한국광고문화회관에서 개최하였다. 교육에 아쉽게도 참석하지 못한 실무종사자들을 위해 광고심의 교육내용을 본지에 정리해 보았다. 광고심의 강의는 총 4강으로, 이번 호에서 4강까지의 내용을 일부 요약하여 전달한다. 1강은 의료기기광고심의, 2강은 화장품광고심의, 3강은 건강기능식품광고심의, 4강 식품의약품광고심의의 주요 규정을 안내하고 사례에 대한 설명이다.

## [ 1강 ] 의료기기 한국의료기기산업협회 광고심의팀 이지연 과장



### 1. 의료기기광고 규정 이해 및 사례

#### ■ 의료기기 광고 자율심의 제도란?

의료기기법 제25조에 해당하는 매체를 이용하여 의료기기를 광고하려는 경우에는 자율심의기구에 심의를 받고 광고하도록 함.

- 2007년 4월 의료기기 광고사전심의 제도 도입
- 2020년 8월 의료기기 광고사전심의 제도에 대한 헌법재판소의 위헌 결정
- 2021년 6월 24일부터 의료기기 광고 자율심의제도 시행

#### 2. 의료기기 광고자율심의 의미

의료기기 광고자율심의에서의 '자율'은 이전 헌법재판소의 '의료기기 광고 사전심의 규정'의 위헌결정(사전검열금지원칙 위반)에 따라 국가(행정기관) 개입 가능성이 없다는 의미이며, 의료기기법 제25조 제3항에서 정하는 면제대상을 제외하고는 자율심의기구에 심의를 받고 광고해야 합니다.

#### 3. 의료기기 광고란?

의료기기 광고는 의료기기에 대한 정보를 제공하는 것이 목적인 광고를 의미하며, 의료기기 기업에 대한 내용을 광고하는 것은 의료기기 광고에 해당하지 않음.

#### 4. 사후관리 모니터링 및 합동점검(정부기관)

식약처 및 관할 기관에서는 잘못된 정보 제공으로 인한 부작용·이상사례 등과 같은 문제 및 의료기기 거짓·과대 광고로 인한 소비자의 피해를 방지하기 위해 의료기기 광고를 사후관리 모니터링하고 있음.

#### ■ 의료기기법 제25조(광고의 심의) 제1항에 따른 심의대상 매체

### 5. 의료기기 광고 심의 기준 및 주요사례

### ■ 의료기기법 시행규칙 제45조 [별표7] 금지되는 광고의 범위 [의료기기법 시행규칙 제45조(별표7 제1호)]

#### 1. 의료기기의 명칭 표기

<b>인쇄매체</b> · 일반일간신문 · 일반주간신문 · 잡지	<b>인터넷매체</b> · 인터넷홈페이지, 온라인 커뮤니티, SNS 등 · 애플리케이션 · 인터넷 신문	<b>방송매체</b> · 텔레비전방송 · 라디오방송	<b>육외광고물</b> · 현수막 · 벽보/전단 · 교통시상/교통수단에 표시되는 것	<b>전광판</b>
---	--	------------------------------------	---	------------

※ 광고 대상 매체에 해당하지 않는 기타 광고 매체의 심의를 원하는 경우에도 심의 신청 가능

☞ 의료기기 허가(인증, 신고)증 내의 명칭(제품명, 품목명, 모델명) 사용을 원칙으로 하며, 허가(인증, 신고)증에 존재하지 않는 명칭은 사용 불가

#### 2. 의료기기 제조방법 관련 표기

☞ 제조의뢰자 정보를 활용하여 제조국을 표기하거나, 판매업자가 제조한 제품으로 오인할 수 있는 표현 사용 불가

#### 3. 허가(인증, 신고) 사항 범위 내 성능 및 효능효과 표기

☞ 허가(인증, 신고) 사항을 벗어난 성능 및 효능효과 사용 불가  
 ☞ 해외에서 인허가받은 성능 및 효능효과일지라도 국내 허가(인증, 신고) 사항에서 확인되지 않는 내용은 사용 불가

#### 4. 의료기기의 허가(인증·신고)사항과 관련된 건강·질병 정보(정의, 원인, 증상 등)

☞ 광고 내 제공하려는 정보가 공인된 기관의 정보인 경우에도 의료기기의 사용목적 또는 허가(인증·신고)사항을 벗어나거나 합병증, 또는 질병 정보를 위협적으로 표기한 경우 '제품과 관련 없는 일반적인 건강/기타 정보입니다' 등의 주의 문구가 있더라도 사용 불가

☞ 예시) 품목명 : 구강삽입형기도확장기

수면무호흡증이 있는 노인, 무증상 뇌경색과 연공경색 위험 높아져	주 4회이상 코골이를 하는 사람, 대사증후군 위험 약 2배 높아진다.
-------------------------------------	--

수면무호흡증을 가지는 경우, 65세 이상의 집단에서 무증상 뇌경색과 열공경색이 각각 약 2.4배, 약 3.5배 높은 것으로 확인. 대뇌 기저핵부위에서는 각각 약 7.9배, 약 6.8배 더 높은 것으로 확인

광고 불가

### ■ 의료기기법 시행규칙 제45조(별표7 제2호, 제7호)



[2강] 의료기기 대한화장품협회 광고심의팀 한종민 과장



1. 화장품 표시광고 및 준수사항

■ 기능성화장품 용어 정의

사전에 식품의약품안전처에 심사를 받거나 보고를 하도록 정해져 있는 제품

※ 기능성화장품의 종류

1. 피부에 멜라닌색소가 침착하는것을 방지하여 기미·주근깨등의 생성을 억제함으로써 피부의 미백에 도움을 주는 기능을 가진 화장품
2. 피부에 침착된멜라닌색소의 색을 얇게 하여 피부의 미백에 도움을 주는 기능을 가진 화장품
3. 피부에 탄력을 주어 피부의 주름을 완화 또는 개선하는 기능을 가진 화장품
4. 강한 햇볕을 방지하여 피부를 굵게 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 굵게 보이게 하는 제품은 제외한다.
9. 여드름성피부를 완화하는 데 도움을 주는 화장품. 다만, 인체 세정용 제품류로한정한다.
10. 피부장벽(피부의 가장 바깥 쪽에 존재하는 각질층의 표피를 말한다)의 기능을 회복하여 가려움 등의 개선에 도움을 주는 화장품
11. 트살로인한 붉은 선을 얇게 하는 데 도움을 주는 화장품

■ 화장품 표시·광고의 법령 체계



■ 화장품의 표시기재 사항

2025년 2월 7일 시행 (화장품법, 법 제 20248호)

**외부 포장**

1. 화장품의 명칭
2. 용량의 표시 및 주수
3. 해당 화장품 제조에 사용된 성분 (인체에 유해할 소견 있을 성분 등 총리령으로 정하는 성분은 제외한다.)
4. 내용물의 용량 또는 중량
5. 제조번호
6. 사용기한 또는 개봉 후 사용기간 (개봉 후 사용기간을 기재할 경우에는 제조연월일 병행 표기)
7. 가격
8. 기능성화장품의 경우 "기능성화장품"이라는 글자 또는 기능성화장품을 나타내는 도안으로서 식품의약품안전처장이 정하는 도안
9. 사용법 제의 주의사항
10. 그 밖에 총리령으로 정하는 사항

화장품법 시행규칙 제19조 제5항 제1-5호

1. 식품의약품안전처장이 정하는 바대로
2. 기능성화장품의 경우 성분표기된 보고한 효능·효과, 용법·용량
3. 성분명을 제품 명칭의 일부로 사용할 경우 그 성분명과 관련된 효능·효과를 기재할 수 있다.
4. 알레르기·호흡기·피부 자극에 유의하는 경우 그 알람
5. 화장품에 함유 또는 용해된 알레르기 유발성분은, 경우에는 알레르기 알람
6. 수입화장품인 경우에는 제조국의 명칭(제조국명)에 따른 원산지 표시할 경우에는 제조국의 명칭을 생략할 수 있다. 제조회사명 및 그 소재지
7. 제2조제8호부터 제12호까지에 해당하는 기능성화장품의 경우에는 "일방의 예방 및 치료"를 위한 의약품이 아닌 "아는 분주"
8. 효능·효과·용법·용량, 주의사항에 관한 내용은 제2조제2항에 따른 사용기준의 지정·고시된 용량·용법·주의사항을 준수한다.
9. 1년 이상부터 1년 이하의 유효기간이 부여된 화장품은 유효기간을 표시·광고하여야 하는 등
10. 화장품의 포장에 관한 사항은 제23조 제1호 및 제2호를 제외

2. 화장품 광고사례 - 금지표현

■ 의약품 오인

**예시**

**기술특허 획득**

동의를 바탕으로 토대로 가장 자연화적인 "천연화장품"을 개발 소리는 아토피 예방/치료효과, 광노화지연과 관련하여 수많은 연구가 진행되었고 그 결과 50건에 달하는 특허와 논문자료로 효능/효과를 모두 입증하였습니다.

특히 아토피 예방/치료효과는 소리스 제품의 특별한 능력이라 말할 수 있습니다.

**예시**

**병물추출물**

병물은 수천 년 동안 약용 식물로 널리 사용되어 왔으며 상처를 빠르게 회복하는 데 사용되고 있습니다. 피부의 유연함과 피지에 의한 번들거림을 방지하여, 세포 재생 효과가 뛰어나 피부 염증을 물론 여드름 흉터로 인한 색소침착의 흔적 또한 없애줍니다.

**예시**



아클라 하이드레이션 드로퍼 시리즈 30ml

PHA 성분 함유 보습 효과 **염증 감소** 피지 분비 조절

과다한 피지 분비를 방지하고 **피부 속 염증을 감소시켜** 자성, 여드름성, 문제성 피부의 균형을 잡아주는 역할

글루코노락톤, 폴리글리세릴-10라우레이트, 알로에베라꽃추출물, 울금뿌리추출물, 글라이코실트레일로스, 도금양귀비추출물 등

Sucralate **프로스테글라딘의 분비를 촉진하여 상처 부위의 치유력을 증가시킴**

**예시**

이노는 또는 이의 염을 유효성분으로 함유하는 피부보습 개선, 피부각질 제거, 피부탄력 증진 **홍반 억제**, **피부주름 개선** 또는 피부광노화 개선 효과를 갖는 조성물

**예시**



아쿠아자일 AQUAXYL

보습효과를 가진 국제 특허성분 "아쿠아자일(Aquaxyl)"은 천연 유래 글루코스(Glucose)와 자일리톨(Xylitol)을 결합한 자작나무 유래 천연 보습제로 수분 보유력 증진과 수분 손실 방지에 효과적이다.

자일리톨글루코사이드 : 촉촉한 피부를 유지하는데 도움

**안하이드로자일라를 : 진미중에서 히알루론산, NMF를 증가**



**병풀 추출물**

Centella asiatica Extract

홍터 억제, 상처치유, 섬유아세포에 의한 콜라겐 합성을 촉진 결합조직의 재생(항, 화상, 상처에 유용)을 촉진

**예시**

피부 노화 예방

진피섬유아세포의 성장을 촉진하여 피부 재생 및 노화 예방에 도움을 줍니다.

**DNA-PDRN**  
[Polydeoxyribonucleotide]



**DNA생성, 피부재생.**

■ 소비자 오인

**예시**

식품안의약품안전처로부터 탈모 기능성을 인증 받은

식약처에서 인증한 성분으로

식약처 허가

탈모증상 완화 기능성 화장품

식약처 인증 탈모방지 및 예방 기능성

**예시**

뿌리기만 하면 4주 만에

4.5살 어려워지는 피부나이

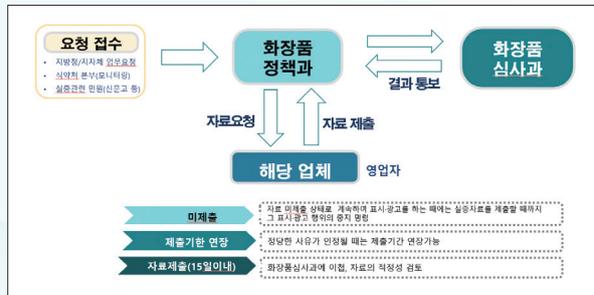


표정 주름

피부나이 -4.5살 ↓

피부탄력

■ 화장품 표시·광고 실증 - 실증자료 요청 및 검토 절차



[3강] 건강기능식품 한국건강기능식품협회 광고심의팀 권혁신 주임



1. 건강기능식품 규정 이해 및 사례

■ 식품 등의 표시·광고에 관한 법률

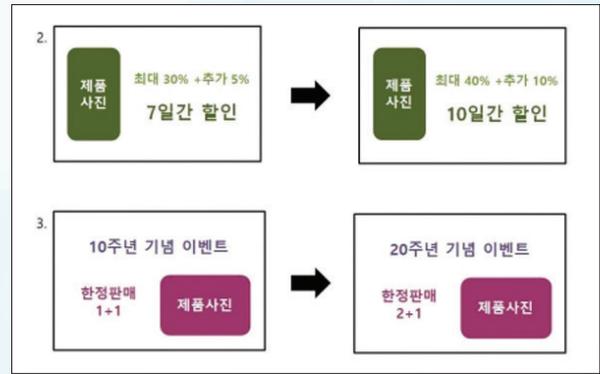
- 제10조(표시 또는 광고의 자율심의) ① 식품등에 관하여 표시 또는 광고하려는 자는 해당 표시·광고(제4조, 제4조의2, 제5조 및 제6조에 따른 표시사항

만을 그대로 표시·광고하는 경우는 제외한다)에 대하여 제2항에 따라 등록된 기관 또는 단체(이하 "자율심의기구"라 한다)로부터 미리 심의를 받아야 한다.

- 제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① 누구든지 식품 등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항에 관하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다. <개정 2021. 8. 17.>

1. 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
2. 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
3. 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
4. 거짓·과장된 표시 또는 광고
5. 소비자를 기만하는 표시 또는 광고
6. 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고
7. 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 식품등을 다른 영업자나 다른 영업자의 식품등과 부당하게 비교하는 표시 또는 광고
8. 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 표시 또는 광고
9. 총리령으로 정하는 식품등이 아닌 물품의 상호, 상표 또는 용기·포장 등과 동일하거나 유사한 것을 사용하여 해당 물품으로 오인·혼동할 수 있는 표시 또는 광고
10. 제10조제1항에 따라 심의를 받지 아니하거나 같은 조 제4항을 위반하여 심의 결과에 따르지 아니한 표시 또는 광고

2. 사전심의 제외 대상 광고



3. 건강기능식품광고 심의절차

- ① 심의신청
  - 심의대상: 패키지, 인터넷 상세페이지, 인쇄물, 유선방송, 홈쇼핑, 동영상(유튜브 포함), 라디오 등
- ② 사무처 검토(=광고심의부)
- ③ 표시광고 심의위원회 심의
  - 교수, 법조인, 소비자단체, 업계 대표 등으로 구성
- ④ 결과통보(적합/수정적합/부적합)
  - 적합: 바로 광고 가능
  - 수정적합: 수정통보 절차 필요
  - 부적합: 신규접수 필요(수수료 환불 불가)

4. 광고 불가 표현

- ① 질병명: 암, 사망, 구내염, 건망증, 비염, 변비, 설사, 감기, 피부/장트러블, 배탈 등
- ② 병원, 약국 관련 표현

올바르지 못한 용어	올바른 용어
식품, 건강식품, 건강기능식품, 기능성제품, 건강보조식품	건강기능식품
알약	정제
임상시험	인체적용시험
약국용, 병원용	약국 내 건강기능식품코너, 병원 내 건강기능
약용식품, 약용작물	전통식물
복용	섭취
처방	배합
효능, 효과	기능
○○○제약회사, ○○○약품	사업부분을 명시하거나 건강기능식품임을 명시할 것

③ 영양제/영양보조제/영양보충제

예시 : 눈영양제, 간영양제, 관절영양제, 키성장 영양제, 수면영양제 등

※ 사용가능 표현

유사 표현	사용가능 예시
(영양성분) + 제	칼슘제, 철분제, 비타민제 등
(영양성분) + 보조제	보조제, 영양보조제, 칼슘보조제 등
(영양성분) + 보충제	보충제, 영양보충제, 칼슘보충제 등

④ 효과 보장 표현(단기간 내)

예시 : 변기 앉고 5분 내 탈출/일주일 후 효과 없으면 환불드려요/14일 다이어트 프로젝트!

⑤ 구체적 효과 보장 표현

예시 : 이거 먹고 우리 아이 키가 5cm나 컸어요/혈압이 160이었는데 이 제품 먹고 120으로 줄었어요/열심히 섭취했더니 1달만에 7kg 빠졌어요/2주 -12kg

⑥ 비교, 비방 표현

⑦ 기능성 허가를 받지 않은 부원료의 기능성 표현

예시 : 부원료를 넣어서 더 건강해졌어요/너무 좋은 부원료 2종 함유

※ 부원료는 단순 함유 사실에 한해 강조되지 않는 선에서 광고 가능

5. 기능성별 조심해야 할 내용

■ 장건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 프리바이오틱스 부원료 미표기 / 여성 유산균, 질건강, 건강해질 등 / 변비, 설사 / 탈출, 직빵 / 위건

강 관련 내용(속이 편한, 소화불량 등) / 숙변, 묵은변 / 클렌즈, 장청소

■ 혈행건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 혈관 / 콜레스테롤 / 4세대

■ 혈당건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 당뇨 / 인슐린 / 혈당측정기 이미지

■ 혈압건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 혈관 / 혈압측정기 이미지 / 고혈압 / 심장마비

■ 다이어트(체지방 감소) 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 적절한 운동, 식이조절과 함께 섭취 / 간편하게, 간편한 / 포만감 / 쉽게, 빠르게 / 체중, 체중감소 / 〇〇kg 빠졌어요 / 클렌즈, 디톡스 / 다이어트 보조제

■ 피부건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 피부 재생 / 동안 / 화장 관련 또는 화장품 비교 표현 / 피부결

■ 눈건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 기능성범위(피로/건조/노화)에 맞지 않는 표현 / 시력 / 노안 / 백내장 / 총혈

■ 관절건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 허리, 목, 척추, 골반, 고관절 / 부은 관절, 부종 / 아픈, 아프다, 아파요

■ 기억력 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 공부 / 집중력 / 치매 / 건망증

■ 간건강 관련

- 자주 문제되는 내용들 : 술, 음주

[4강] 표시·광고 식품의약품안전처 사이버조사팀 홍순근 보건연구사



1. 식품 등의 표시·광고에 관한 법률

■ 정의

표시	광고
식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물(이하 "식품 등"이라 한다) 및 이를 넣거나 싸는 것(그 안에 첨부되는 종이 등을 포함)에 적는 문자·숫자 또는 도형	라디오·텔레비전·신문·잡지·인터넷·인쇄물·간판 또는 그 밖의 매체를 통하여 음성·음향·영상 등의 방법으로 식품 등에 관한 정보를 나타내거나 알리는 행위

■ 부당한 표시·광고 행위의 적용 범위

- 식품등의 명칭·영업소 명칭·종류·원재료·성분·내용량·제조방법·등급·품질·사용 정보에 관한 사항
- 식품등의 제조연월일, 유통기한, 품질기한, 산란일
- 유전자변형 식품등의 표시, 유전자변형 건강기능식품의 표시
- 식품·건강기능식품·축산물 가공품 이력추적관리
- 축산물의 HACCP기준, HACCP 인증 작업장, 통합인증업체

■ 식품 등을 광고할 때 준수사항(제조·판매업체)

- 식품등 - 제품명, 업소명 삽입
- 수입식품등 - 제품명, 제조국(또는 생산국) 및 업소명(수입식품등 수입판매업) 삽입
- 모유대용(조제유류 제외), 영유아 이유식 또는 영양보충 식품 등 광고할 경우  
조제분유와 같은 명칭 또는 유사한 명칭 사용금지
- 조제유류의 광고 또는 판매촉진 행위 금지  
- (제외) 표시기준 사항을 게시하는 경우

- 의료기관, 모자보건시설, 소비자 등에게 무료 또는 저가로 공급하는 판매촉진행위
- 홍보단, 시음단, 평가단 등 모집을 통해 사용후기 등 작성하게 하여 이를 홈페이지등에 게시하거나 사용후기 등을 홈페이지 등에 연결하거나 직접 게시하는 행위
- 그 밖에 조제유류의 판매증가 목적으로 한 광고나 판촉행위에 해당되는 경우

⑤ 부당한 표시광고를 하여 행정처분을 받은 경우 해당 광고를 즉시 중지

■ 표시 또는 광고 내용의 실증

① 실증제

- 표시 또는 광고한 자는 자기가 표시 또는 광고한 내용에 대하여 실증할 수 있어야 함
- 식약처 자료제출 요구 시 15일 이내 제출(정당한 사유 유,연장 가능)
- 미제출시 표시 또는 광고 행위 중지를 명할 수 있음
- 실증자료의 범위 : 시험결과, 조사결과, 전문가 견해, 학술문헌 등

② 실증자료 요건

- 실증자료는 식품의약품안전처장이 실증을 요구한 표시·광고내용과 직접적으로관계가 있어야 한다. 다만, 다음의 경우는 실증자료가 객관적이고 과학적인 자료라 하더라도 표시·광고내용에 대한 합리적인 근거로 인정하지 아니한다.

① 실증자료에서 입증한 내용이 실제로는 표시·광고에서 주장하는 내용과 관련이 없는 경우

② 실증자료에서 입증한 내용이 표시·광고에서 주장하는 내용과

부분적으로만 상관이 있는 경우

- 실증자료는 객관적이고 과학적인 절차와 방법에 따라 작성된 것이어야 한다.

■ 허위·과대광고 행정처분 기준

※ 표1 참고(12페이지 하단)

2. 식품표시광고법 제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) 위반 사례

① 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로인식할 우려가 있는 표시·광고



② 의약품 오인 혼동 표현



위반사항	근거	제조·가공업(즉판), 소분·유통전문판매/수입판매업					
	법조문	1차 위반	2차 위반	3차 위반	1차 위반	2차 위반	3차 위반
질병의 예방·치료에 효능 표시광고	법 제14조부터 제17조까지	영업정지 2개월 (해당 제품 폐기)	영업허가·등록 취소(해당제품폐기)		영업정지 2개월 (해당 제품 폐기)	영업허가·등록 취소(해당제품폐기)	
의약품 오인 혼동		영업정지 15일	영업정지 1개월	영업정지 2개월	영업정지 15일	영업정지 1개월	영업정지 2개월
(건기:영업정지1개월)	(건기:영업정지 2개월)	(건기:영업허가 취소)	(건기:영업정지 1개월)	(건기:영업정지 2개월)	(건기:영업허가 취소)		
건강기능식품 오인 혼동		영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월	영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월
거짓과장/소비자 기만/비방/부당비교/사행심조장등							
가) 체험기 사례 등 이와 유사한 내용을 표현하는 표시·광고		품목 제조정지 1개월	품목 제조정지 2개월	품목 제조정지 3개월	영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월
나) 제품과 관련이 없거나 사실과 다른 수상(受賞) 또는 상장의 표시·광고		영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월	영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월
다) 유전자변형식품등을 유전자변형식품등이 아닌 것으로 표시·광고		품목 제조정지 1개월	품목 제조정지 2개월	품목 제조정지 3개월			
라) 다른 식품·축산물의 유형과 오인·혼동		품목 제조정지 15일	품목 제조정지 1개월	품목 제조정지 2개월	영업정지 7일	영업정지 15일	영업정지 1개월

표1) 허위·과대광고 행정처분 기준

③ 건강기능식품 오인 혼동 표현



④ 거짓·과장된 표시·광고

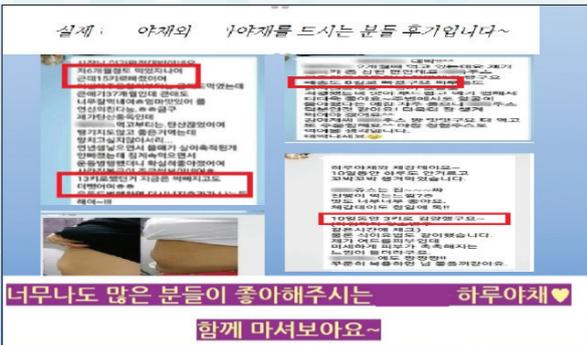
- 표시·광고의 적용범위 사항에 대하여 사실과 다른 내용



- 식약처장이 인정하지 않은 기능을 나타내는 경우



⑤ 체험기 등을 이용하여 소비자를 현혹하는 표시·광고



⑥ 의사, 한의사, 수의사, 약사, 교수 등 기능성을 보증하거나, 제품 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고



⑦ 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 도안, 사진 등을 사용하는 표시·광고



⑧ 심의 받지 아니 하거나 심의 받은 내용과 다른 표시·광고



## [ 기사형광고심의 ]

2024년 9-10월(14-17차) 기사형광고심의위원회 결정건수는 총 1,954건으로 주의 1,927건, 권고 16건, 기각 11건 결정되었으며, 1조(광고의 명시) 위반이 161건, 3조(오인유도표현금지) 위반이 1,927건이었다. 업종별로 살펴보면 유통 업종이 504건으로 가장 많았고 금융/보험/증권 274건, 건설/건재 255건, 서비스/오락 223건, 식품/음료 196건으로 그 뒤를 이었다.

제17차 기사형광고심의회의에서는 의료업종의 기사형광고에 대한 심도있는 논의가 있었다. 위원회에서는 의료광고의 경우 사전심의 의무업종이고 기사형광고를 통해 사전심의를 피해가는 방법으로 악용될 수 있다는 점과, 국민 건강에 직결되는 분야이므로 다른 업종보다 엄격하게 심의하고 있다. 특정 병원의 특징점을 증점적으로 다루는 경우 '주의' 결정을 일괄적으로 내리고 있다. 병원 제공 사진을 사용하는 경우에 해당 사진 삭제 및 취재 사진으로 교체를 권고하고 있다.

위원회에서는 심의위반 건에 대해 '주의' 결정을, 위반결정에는 포함하지 않지만 일부 사진 삭제 혹은 특정 문장의 삭제가 필요하다고 판단되는 경우 '권고' 결정을 매체사에 통보하고 있다. 매체사의 이의신청이 있는 경우 해당 건은 1회에 한해 위원회에서 재논의하여 회신을 한다.

'신문 등의 진흥에 관한 법률' 및 '잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률'에는 '독자가 기사와 광고를 혼동하지 아니하도록 명확하게 구분하여 편집하여야 한다'라고 규정하고 있다. 본 기구의 기사형광고심의위원회는 보도자료 인용이나 대가성 거래 여부와는 상관없이 독자로 하여금 광고를 기사로 오인케 했느냐 여부에 초점을 맞춰 심의를 하고 있다.

### ● 2024년 9-10월(14-17차) 심의결정 통계

#### 기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의 명시) 위반	161
3조(오인유도표현금지) 위반	1,927
※ 중복 위반이나 기각 건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.	
결정별 분류	계
주의	1,927
권고	16
기각	11
총 결정건수(권고, 기각포함)	1,954
총 위반건수	1,927

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

#### 기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반일간	330	2	4
	경제일간	1,148	0	2
	스포츠일간	42	0	1
	전문일간	0	1	0
	지역일간	377	13	4
잡지	시사월간	3	0	0
	여성월간	5	0	0
	교양/오락	4	0	0
	스포츠/취미	8	0	0
	리빙/유아	10	0	0

#### 업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	0
식품/음료	196
가정용품	13
제약/의료기기	52
건강관련용품	9
화장품/세제	18
전기/전자	73
수송기기	23
화학/공업	0
건설/건재	255
출판/교육	37
의류/섬유	12
유통	504
금융/보험/증권	274
서비스/오락	223
관공서/단체	0
의료	97
그룹/기타	198
총 상정건수	1,984

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

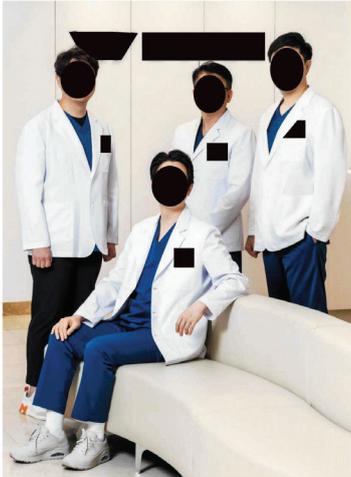
● 심의 사례

1 척추 드림팀의 협진... 수술·비수술 '최적 치료법' 찾아준다



국립 서울 병이 척추질환 환자를 위한 협진에 힘쓰고 있다. 척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다. 척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다.

“척추 4명”  
국립 서울 병이 척추질환 환자를 위한 협진에 힘쓰고 있다. 척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다. 척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다.



척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다. 척추 4명 전문의가 협진하는 척추질환 전문진료센터가 서울에 처음으로 문을 열었다.

2 2차 질환 심해도 성급한 발치 금물, 레이저로 상대 회복 가능

임플란트 부담 줄이는 레이저 잇몸 치료

발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 만약 치주 질환으로 악화되면 치주 질환이 조기에 발견되면 잇몸 뼈가 녹아내려 구강내 환경이 악화될 수 있다. 이때 흔히 발치하는 것보다 잇몸 치료는 잇몸 뼈를 지키고 구강 환경을 회복시켜주기 때문이다. 그렇다고 상급 치주 질환을 방치해 임플란트를 심는 것 같은데... 이러한 연중치료는 치주 질환이 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다. 임플란트 시술 후 발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다.



치주 질환이 심해져 잇몸 뼈가 녹아내려 잇몸 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다.

“발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다. 임플란트 시술 후 발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다.”

“발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다. 임플란트 시술 후 발치 후 뼈가 나뉘기 전이라도 잇몸이 썩어내면 치주 질환으로 악화될 수 있다. 레이저 잇몸 치료를 활용하면 통증·부기·자극 없이 2회 만에 치주 질환을 치료하고 자연 치아에 수렴하지 않을 수 있다.”

3 출시

‘낮은 칼로리’ 중점

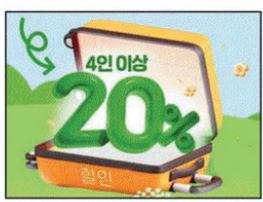
“(대표)는 기술력을 바탕으로 최적의 라이트 주질과 차별화된 패키지로 완성한 신제품을 선보인다고 18일 밝혔다. 기획 초기부터 즐겁고 활기찬 건강을 추구하는 ‘헬시 플레저’(Healthy Pleasure) 시대를 반영했다. 다이어트와 저칼로리만 집중하지 않고, 부담없이 가볍지만 맛있게 즐길 수 있는 맥주를 완성하는 데 중점을 두었다. 더욱 다양한 소비자 요구를 충족시키는 신제품을 출시하고 맥주 포트폴리오를 강화해 국내 맥주 시장 판도를 뒤집겠다는 전략이다. 패키지는 최적화된 비율로 완성한 회오리병을 기본으로 색과 라벨을 차별화했다. 국내 소비자 조사 결과를 통해 가장 가벼워 보이는 병 색깔인 ‘투명병’을 사용하고 맥주가 담겼을 때 시각적으로 청량감을 극대화하는 ‘보탈트 블루’ 색상 라벨을 적용했다. 호주산 100% 맥아를 기본으로 사용했다. 원료부터 첨



가물까지 당나구 감미료를 사용하지 않았다. 청량감을 극대화하기 위해 ‘100% 라이트 탄산 공법’을 적용했다. 또 라이트 맥주가 가지 어려운 맥주다운 4배 더 긴 시간을 들여 추출한 맥주를 사용해 완성했다. 패키지는 최적화된 비율로 완성한 회오리병을 기본으로 색과 라벨을 차별화했다. 국내 소비자 조사 결과를 통해 가장 가벼워 보이는 병 색깔인 ‘투명병’을 사용하고 맥주가 담겼을 때 시각적으로 청량감을 극대화하는 ‘보탈트 블루’ 색상 라벨을 적용했다. 호주산 100% 맥아를 기본으로 사용했다. 원료부터 첨

4 해외여행 보험도 뭉치면 싸다 4인 이상 가입하면 20% 할인

가 5월 가정의 달을 맞아에 업계 최대 할인 혜택을 신선했다고 2일 밝혔다.에 따르면 지난달 30일부터는 돌이 모이면 10%, 셋이면 15%, 넷 이상이면 20%의 보험료 할인 혜택을 제공한다. 해외여행 중에 발생할 수 있는 △신체 상해 △질병 △휴대품 손해 등 다양한 위험을 대비하는 상품이다. 사이트를 통해 가입하면 오프라인에서 가입하는 것보다 보험료가 50% 저렴하다.는 파격적인 할인 혜택으로 보험료를 내렸을 뿐 아니라 보장 내용도 차별화했다. 항공기 사고 지연 및 경유에 대비해 ‘항공기 및 수하물 지연·



결합 추가 비용 특약’을 가입한 고객에게 다양한 보상 서비스를 제공한다. 항공편을 기다리며 지출한 식비뿐 아니라 해당 공항 라운지 이용권 등을 가입 금액 한도 내에서 보상해준다. 공항 라운지 이용권은 전자바우처 형태로 즉시 발급되고, 가족형으로 가입하면 가족 모두에게 지급된다. 또 해외여행 중 발생한 질병, 수술, 입원비 등 해외 의료비를 보장받을 수 있다. 단산 사고로 휴대품에 손해가 발생할 경우에도 해당 특약에 가입하면

보장을 받을 수 있다. 이 보험은 여행 중비어 있는 집의 안전도 지켜준다. ‘여행 중 자택 단산 손해 특약’에 가입하면 보험 기간 중 강도나 절도도 인해 발생한 단난과 파손 등 위험을 보장한다. 또 특약에 가입하면 일일 항공기 지연·결항했을 때만 면적이 아니라 무료 돌봄 서비스로 발생 한 추가 비용을 보장해준다.는 해외여행 중 이용 가능한 ‘도 제공’하고 있다. 해외에서 사고로 현지 병원을 이용하거나 여권을 분실해 대사관을 방문해야 하는 경우 365일, 24시간 우리 말 도움을 받을 수 있다. 작 관계자는 “합리적인 보험료로 행복한 해외여행을 위해 준비한 할인 혜택과 상품들을 지속적으로 선보일 예정”이라고 말했다. 기자

● 근거 규정 본 기구 기사형광고 편집기준 제1조 및 제3조

- 01 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 ‘이○○ 기자’ 삽입)
- 02 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 ‘하○○ 기자’ 삽입)
- 03 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 ‘정○○ 기자’ 삽입)
- 04 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 ‘임○○ 기자’ 삽입)

## [ 인쇄매체광고심의 ]

2024년 9-10월(14-17차) 인쇄매체 광고 심의에서는 총 105건의 심의 결정이 내려졌다. 업종별로는 식품·음료 광고가 46건으로 가장 많았으며, 의료광고와 건강 관련 용품이 각각 14건으로 동일했다. 이어서 건설·건재 5건, 유통 3건, 제약·의료기기 1건, 화장품·세제 광고 11건으로 집계되었다. 심의결정별로는 광고수정 결정 48건, 주의·경고 및 광고수정 결정 38건, 광고중지 결정이 19건이었다. 이번 심의에서 가장 많은 위반 사례를 기록한 분야는 일반 식품 내 주류 광고로 나타났다. 특히, 과음경고 문구 미표기와 같은 필수 기재 사항을 누락한 사례가 두드러졌다. 이에 본 심의위원회는 위반 광고주들에게 필수 기재 사항을 명확히 안내하고, 자율적인 시정을 촉진하기 위한 통보를 진행했다. 아래는 심의결정 통계와 문제광고 대표 사례다.

### ● 2024년 9-10월(14-17차) 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		46	0	9	34	3	0	0
가정용품		0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)		1	0	0	0	1	0	0
건강관련용품		14	0	14	0	0	0	0
화장품·세제		11	0	6	4	1	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		5	0	5	0	0	0	0
출판·교육		0	0	0	0	0	0	0
의류·섬유		0	0	0	0	0	0	0
유통		3	0	3	0	0	0	0
금융·보험·증권		0	0	0	0	0	0	0
서비스·오락		0	0	0	0	0	0	0
관공서·단체		0	0	0	0	0	0	0
의료		14	0	0	0	14	0	0
그룹·기타		11	0	11	0	0	0	0
계		105	0	48	38	19	0	0

#### 심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4-7조)	105
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	0
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	90
주장의 무입증(11조)	66
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)	32
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	13
효능효과 과신·과장(34조)	14
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	0
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	15
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)	3
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	5
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	343

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

● 심의 사례

**1**

**크림 제품소개서**

**크림 소개**

온 굳어버린 근육을 풀어주고 에너지를 활성화하여 쉽게 지치고 피곤한 우리 몸을 활력있게 만들어줍니다. 겔 타입이 피부와 근육의 온도를 높여 피로를 해소시켜줍니다. 그리고 겔 타입이어서 크림, 파스형에 비해 **흡수가 잘 되어 효과가 더 빠르게 나타납니다.**

**크림 3가지 용량**

120g, 60g, 30g

**2** 이럴이야...  
만, 2주만 사용해도 알 수 있습니다.

**목 주름, 팔자주름 4주면 충분합니다..**

**실제나이 60대, 피부나이가 40대! 보톡스 맞았냐고 물어보네요~**

**세월** 장 빠르게, 어느덧 60이라는 나이가 실감어옵니다. 얼마전 제 생일 날 사우스에 선물로 받은 피부부양품을 사용해본 후, 무신하고 편이자가 없애라는 제품인데 사용도 간단하고 효과가 좋다고 해서 구입했어요. 저는 원래 피부가 얇고 예민해서 관리할 환경도 깨끗하게 유지해야 하는데 피부가 어떻게 반응할지 고민하면서 찾은 5분 정도, 하루 두 번 사용하는 10만원도 주 3회씩 사용하는 10일 안에 피부가 부드러워졌고, 눈 주름이 사라진 것만으로도 놀랐습니다. 특히 눈 주름이 사라진 것만으로도 놀랐습니다. 특히 눈 주름이 사라진 것만으로도 놀랐습니다.

**30대** 후반기지만 레도 피부 부양제는 자신 있어서 피부면역력을 높여주고 싶었기 때문에 피부과 전문의와 상담을 받았어요. 그런데 레도 피부 부양제를 사용하면 피부가 부드러워지고, 눈 주름이 사라지고, 팔자주름도 줄어들고, 피부가 더 탄력 있게 되어서 눈 주름이 사라지고, 팔자주름도 줄어들고, 피부가 더 탄력 있게 됩니다.

**100분만정 5일 무료체험! 100% 환불보장!**

(미국 정형외과 전문의 박민석) 신은 상담사가 친절하게 상담해 드립니다. 상담 및 체험신청 (미국 스퀘어트) 가능

**3**

**근적외선 전신 온열기**

**면역관리는 **과** 함께!!**

**사용에 따른 건/강/효/과**

- ▶ 혈액순환 개선에 도움
- ▶ 신진대사 촉진에 도움
- ▶ 생체에너지 생성 및 세포 노화방지에 도움
- ▶ 근육이완 및 통증 감소에 도움
- ▶ 체온 상승에 따른 면역력 증진에 도움
- ▶ 전신 및 국소관리 가능
- ▶ Wound-healing 상처 회복에 도움

원용가능 공간: 병원, 의원, 휴게실, 연수원, 교육원, 노인복지관, 요양원, 산후조리원, 홈케어

**4**

**조달청이 지정한 혁신제품**

**Model**

Operation voltage	220V	220V
Size	800mm x 2000mm x 480mm	840mm x 2200mm x 380mm
Power consumption	3.9 kW	6.3 kW
Peak wavelength	1255nm	1255nm
Weight	80kg	290kg

**4**

**Tasting 20 Years**

이 특별한 20년 숙성된 와인... 20년 숙성된 와인은... 20년 숙성된 와인은... 20년 숙성된 와인은...

이 특별한 20년 숙성된 와인... 20년 숙성된 와인은... 20년 숙성된 와인은... 20년 숙성된 와인은...

● 주요 문제표현 및 관련 규정

- 01 “데이렉스 엑소좀 겔은 굳어버린 근육을 풀어주고 에너지를 활성화하여 쉽게 지치고 피곤한 우리 몸을 활력있게 만들어줍니다. 겔 타입이어서 크림, 파스형에 비해 흡수가 잘 되어 효과가 더 빠르게 나타납니다., 100% 발림성/100% 제품량/95%열만족” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제35조]
- 02 “목 주름, 팔자주름 4주면 충분합니다., 실제나이 60대, 피부나이가 40대! 보톡스 맞았냐고 물어보네요~, 입꼬리 미간에 있던 주름들이 다림질 하듯이 짝 퍼졌어요., 제 나이60이지만...예쁜 피부로 변하게, 얼굴에 주름이 거의 없고 목주름도...관리가 돼서 좋네요., 얼굴 짹짹이라고...얼굴이 탱탱해졌다고나 할까, 전/후 비교 이미지 삭제” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]
- 03 “근적외선 전신 온열기 위라는 면역관리는 위라온과 함께!, 위라온 사용에 따른 건/강/효/과, 조달청이 지정한 혁신제품” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]
- 04 “과음경고문구 미표기” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제32조]

# 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.