



64

Korea Advertising Review Board 01/02 2025 Vol.64

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 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.



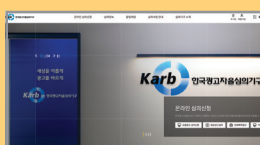
광고심의정보 콘텐츠 강화에 주력하였습니다.

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.



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 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]

2025년 을사년 새해가 밝았습니다!

지난 한 해 동안 수고하신 모든 분들께 깊은 감사와 응원의 박수를 보냅니다. 2025년은 청사(靑蛇)의 해로, 새로운 기운이 흐르는 해입니다. 올 한 해, 여러분 모두 희망찬 도약을 이루시길 바라며 건강과 행복이 가득한 한 해가 되기를 바랍니다.

지난 2024년, 본 기구는 기사형 광고 심의 위반 11,222건, 인쇄매체 광고 심의 위반 682건을 모니터링 하였습니다. 전국 222여 종의 신문 및 잡지를 대상으로 문제성 광고를 지속적으로 점검하며 언론사와 광고주에게 수정 의견을 전달하였고 심의 이행률을 높이기 위해 노력하였습니다. 식품의약품안전처, 의료광고심의기관, 소비자단체 등과 협력하여 문제성 광고가 보다 효과적으로 수정·관리될 수 있도록 지속적인 노력도 기울여 왔습니다. 더 나아가, 기사형 광고가 소비자에게 미치는 영향을 분석하고 언론사의 자율 규제를 강화할 수 있도록 기사형 광고 가이드라인을 마련하는 방안도 추진하고 있습니다.

광고 사전심의 서비스의 경우 2024년 총 5,193건을 심의 진행하였고 2022년 하반기부터 서울교통공사로부터 위탁받아 수행 중인 지하철광고심의업무 역시 2024년 기준 2만 4천 건이 넘는 등 광고의 심의 건수가 해마다 증가하고 있습니다. 광고업계의 관심과 필요성 또한 커지고 있는 만큼 한국광고자율심의기구의 역할 또한 커지고 있음을 다시 한번 느낍니다.

새해에도 본 기구는 올바른 광고 문화 정착을 위해 최선을 다하겠습니다. 광고인 여러분의 많은 관심과 성원을 부탁드립니다. 2025년에는 더욱 큰 성과와 행복이 함께하길 바랍니다. 무엇보다 건강한 한 해 보내시길 기원합니다.

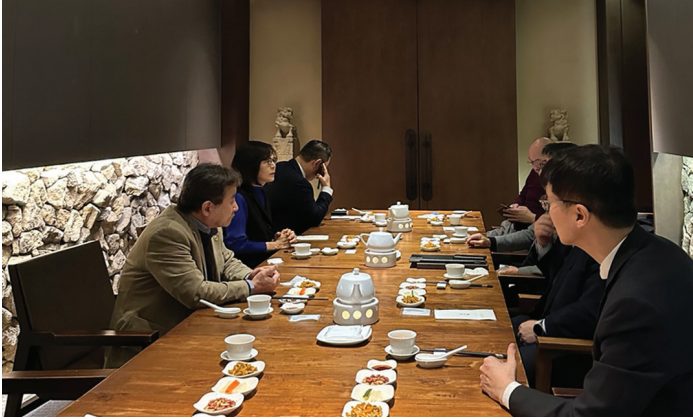
새해 복 많이 받으십시오!

임직원 일동



01 [2025년 제 1차 한국광고자율심의기구 정기 총회 개최]

기구소식



본 기구는 2025년 제 1차 정기 총회를 지난 2월 4일 (화)에 개최하였다. 이번 총회에서는 2024년 사업 보고 및 결산과 2025년 사업 계획 승인을 의결하였으며, 현 한은경 회장의 연임과 한광석(현 한국광고홍보학회 회장) 신임 감사를 선출하였다.

02 [한국광고자율심의기구, 2024년도 광고심의위원회 심의위원 위촉]

기구소식

본 기구는 2025년도 기사형광고심의위원회와 인쇄매체광고심의위원회의 심의위원을 위촉했다. 각 심의위원 명단은 다음과 같다.

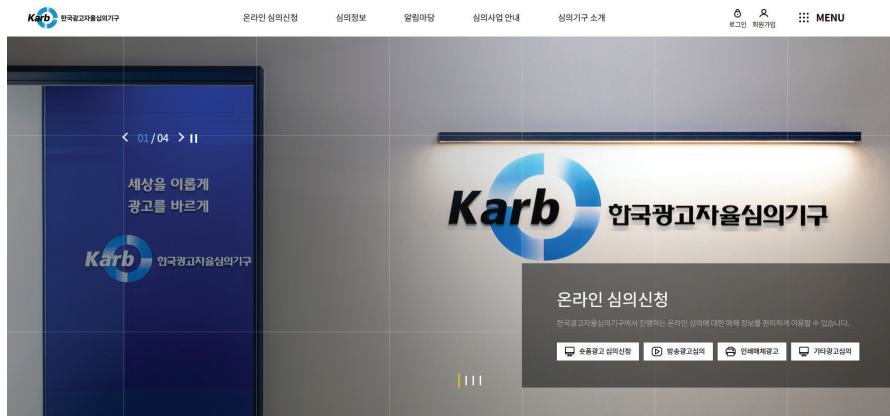
2025 기사형광고심의위원	
성명	주요경력
허남진	위원장/ 前 중앙일보 논설위원, 대기자
문병훈	前 연합뉴스TV 보도국장
윤명	소비자시민모임 사무총장
이재국	성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
전문영	전문영 법률사무소 변호사
조재현	대진대학교 신문방송학과 교수
조창희	한국문화예술경영연구원 원장

2025 인쇄매체광고심의위원	
성명	주요경력
최성락	위원장/ 법무법인 태평양 고문
김영미	법무법인 송인 변호사
문효진	세명대학교 광고홍보학과 교수
이정교	경희대학교 미디어학과 교수
이진숙	한국소비자원 시장조사국장
정지연	한국소비자연맹 사무총장
최홍림	선문대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

※ 가나다 순

03 [홈페이지 새단장]

기구소식



한국광고자율심의기구 홈페이지를 이용자 편의, 안정성 등을 고려해 새롭게 리뉴얼하였다. 이번 리뉴얼을 통해 꾸준히 증가하는 사이트의 활용도를 높이고, 다양한 유형의 광고에 적합한 심의 신청 시스템을 마련하였다.

04

식품의약품안전처 2025.1.21. 보도자료 일부 발췌

제품 표시·광고 시 주의사항, 금지표현 등 추가 / 허위·과대광고로 적발된 사례 분석하여 업계 안내...표시·광고 적정 기대

식품의약품안전처 2025.1.21. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 최근 화장품 허위·과대광고로 적발된 사례를 분석하여 위반 시 사용한 문구를 금지표현으로 추가하는 등 소비자를 허위·과장 광고로부터 보호하고, 화장품 영업자가 화장품의 표시·광고를 적정하게 할 수 있도록 ‘화장품 표시·광고 관리 지침(민원인안내서)’을 1월 21일 개정했다고 밝혔다.

■ 개정된 사항은 **광고시 주의사항(부당광고 검토시 제목명도 고려)** 추가 / **의약전문가 지정·추천(병원용 등) 표현 금지 / 인체유래 성분(엑소좀 등) 표현 금지 / 제품 사용방법의 사실오인(마이크로니들 등) 표현 금지 / 피부나 이 n세 감소 표현 금지 등 화장품 표시·광고 시 사용 금지표현**을 추가하고, 위반 문구를 예시로 제시했다.

■ 식약처는 앞으로도 화장품 영업자가 표시·광고 업무에 참고할 수 있도록 주의사항과 금지표현을 구체적으로 안내할 예정이며, 소비자가 화장품을 구매하면서 허위·과대 광고에 현혹되지 않도록 주의를 당부했다.

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

05

주요 금융상품 광고 점검결과 조치 및 유의사항 안내

② ETF 광고 편 금융감독원 2025.2.7. 보도자료 일부 발췌

■ 금융상품 광고에 소비자 오인 가능성 있는 표현이 사용되고 있어, 금융감독원은 금소법 시행(‘21.3월) 이후 최초로 업권별 협회와 공동으로 주요 금융상품 광고에 대해 점검(‘24.8~11월)했다.

■ 점검 결과, 미흡한 사항은 업계와 함께 개선방안(‘대출’) 마련, 부적절한 사항은 시정조치(‘ETF’, ‘보험’)했다.

■ 아울러, 점검 과정에서 확인된 미흡사항 등과 관련하여 소비자 유의사항을 주요 금융상품별(‘대출’*→‘ETF’→‘보험’ 순서)로 안내하고, 이후에도 금융상품 광고에 대한 점검 실시 및 주요 점검결과에 따른 소비자 유의사항 등을 지속 배포할 예정이다.

■ 두 번째로 ETF 광고와 관련된 내용이다.

주요 미흡 사례	소비자 유의사항
①오인 가능성이 있는 수익률 표시	➔ ①광고상 제시하는 수익률은 특정 시점 또는 목표수익률일 수 있습니다.
②부적절한 문구 사용	➔ ②ETF 상품은 손실가능성이 있는 투자상품임을 유의하세요.
③중요 사항 미기재	➔ ③최저, 최초 등의 과장 문구에 현혹되지 마세요.
	➔ ④장기투자 고려시 광고에 안내된 수수료를 확인하세요.

※더 자세한 내용은 금융감독원 홈페이지(<http://www.fss.or.kr>)에서 확인 바랍니다.

06

“「신규 스마트폰 공짜!」 속임수 판매 유의하세요”

허위·과장·기만 광고, 지원금 부풀리기 등 신규 단말기(스마트폰) 구매 피해 주의 방송통신위원회 2025.1.23. 보도자료 일부 발췌

■ 오는 2월 삼성전자 신규 단말기(갤럭시 S25) 출시를 앞두고 허위·과장 광고, 지원금 부풀리기 등의 이용자 피해가 증가할 수 있어 주의가 요구된다.

■ 방송통신위원회(위원장 직무대행 김태규)는 내달 7일 정식 출시 예정인 삼성전자 신규 단말기(갤럭시 S25)의 사전예약(1월 24일~2월 3일)을 앞두고 23일 속임수 판매 등으로 인한 이용자 주의를 당부했다.

■ 이는 신규 단말기 출시 전후 이동통신 유통점인 소위 ‘성지점’을 중심으로 온라인·사회관계망(SNS) 등의 판매채널을 통해 최신 스마트폰을 저렴하게 구매할 수 있다며 은밀하게 불·편법 영업을 일삼는 행위가 증가할 수 있다는 우려에 따른 것이다.

■ 주요 피해 사례로는 ‘무료’, ‘공짜’ 등의 허위·과장·기만 광고를 통한 판매 / 구매와 관련 없는 할인을 지원금으로 오인하게 하는 설명 / 보상환급(페이백) 등 비공식적인 지원금 지급 약속 미이행 / 특정 고가 요금제나 부가서비스의 가입 강요 등이 있다.

☞ 주요 지원금 지급 조건 설명을 생략한 채 ‘공짜’, ‘0원’ 등으로 허위·과장하여 판매

☞ 신용카드 할인 또는 중고폰 매입 금액 등을 단말기 지원금 등에 포함하여 설명

- ☞ 위약금·할부금 '전액지원', '100% 면제' 등의 초과 지원금 지급 약속을 미이행
- ☞ 특정 요금제 또는 특정 부가서비스 가입 시에만 개통을 해주는 행위

■ 이러한 속임수 판매로 인한 이용자 피해를 예방하기 위해서는 터무니없이 저렴한 구매 금액을 제시하는 경우, 할인 조건과 잔여 할부금 등을 꼼꼼히 확인하고 이해가 안 되는 부분은 추가적인 설명을 요구하는 것이 필요하다.

※더 자세한 내용은 방송통신위원회 홈페이지(<https://www.kcc.go.kr/user.do>)에서 확인 바랍니다.

07

“지방분해, 체중감량”...허위·과대광고 적발

실제 효과보다 과대광고하는 온라인 광고 124건 적발 / ‘셀룰라이트 제거’, ‘노폐물 배출’, ‘부종에 도움’ 등 치료효과 표방은 불법

식품의약품안전처 2024.12.24. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 체형유지, 체중감량을 표방하며 온라인에서 유통·판매되는 화장품의 판매게시물 200건을 점검한 결과, 『화장품법』을 위반*해 허위·과대광고한 124건을 적발, 방송통신심의위원회 등에 접속 차단을 요청했다고 밝혔다.

*「화장품법」제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

■ 적발된 광고들의 경우 지방분해, 체지방 감소 등 의약품 효능·효과를 표방하여化妆품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고(123건, 99.2%) / 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식할 우려가 있는 광고(1건, 0.8%) 등이 문제가 되었다.

■ 특히 일부 제품은 ‘지방분해’, ‘셀룰라이트 제거’, ‘체지방감소’, ‘체중감량’ 등 의학적으로 검증된 바 없는 효능·효과를 표방하거나 ‘스테로이드 성분 없음*’, ‘무자극’ 등 사실과 다르게 잘못 인식하거나 오인할 우려가 있는 광고를 한 것으로 나타났다.

*배합금지 원료인 스테로이드 등을 사용하지 않았다는 내용으로 광고하여, 해당 원료가 사용된 화장품도 유통가능한 것으로 소비자가 오인할 가능성 있어 표시·광고 금지표현에 해당

■ 아울러 이번에 적발한 허위·과대광고 124건 중 화장품책임판매업자가 직접 광고한 판매게시물 30건*에 대해서는 관할 지방청에 현장 점검 및 행정처분을 의뢰하였다.

*화장품책임판매업체 13개사, 13품목

■ 식약처는 소비자가化妆품을 구매할 때 허위·과대 광고에 현혹되지 않도록 주의를 당부하며, 앞으로도 소비자가化妆품을 안심하고 사용할 수 있도록 지속적으로 점검·조치하겠다고 밝혔다.

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

[기사형 광고 심의]

● 2024년 11-12월(18-21차) 심의결정 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	311
3조(오인유도표현금지) 위반	2,710

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	2,710
권고	4
기각	14
총 결정건수(권고, 기각포함)	2,728
총 위반건수	2,710

※ 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	285
가정용품	29
제약/의료기기	63
건강관련용품	18
화장품/세제	14
전기/전자	90
수송기기	29
화학/공업	0
건설/건재	380
출판/교육	83
의류/섬유	15
유통	734
금융/보험/증권	235
서비스/오락	263
관공서/단체	0
의료	225
그룹/기타	296
총 상정건수	2,759

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

● 2024년도 심의결정 전체 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	1,095
3조(오인유도표현금지) 위반	11,113

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	11,113
권고	33
기각	76
총 결정건수(권고, 기각포함)	11,222
총 위반건수	11,113

※ 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

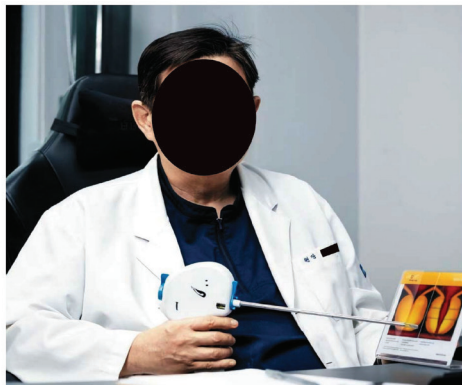
업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	1
식품/음료	1,077
가정용품	127
제약/의료기기	238
건강관련용품	52
화장품/세제	74
전기/전자	391
수송기기	121
화학/공업	1
건설/건재	1,582
출판/교육	299
의류/섬유	68
유통	3,064
금융/보험/증권	1,260
서비스/오락	1,241
관공서/단체	0
의료	781
그룹/기타	1,004
총 상정건수	11,381

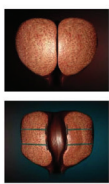
※ 상정안건 1건에 업종분류 2건인 경우가 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

● 심의 사례

10대 이상 절반은 전립선비대증... '██████'로 간단하게 치료



● **인간관계**는 인생의 80%를 좌우한다. **사람은 200세 이상 살아가기 위한** 필수 수단을 통해 **인간성을 뛰어넘은** 요소를 통해 **소통**의 힘을 가진다는 것을 깨닫는다. **사람은 200세까지 살아야 할 존재이다.**

[illegible]

방치하면 요폐가 발생할 위험도

[illegible]

시중에 나오는

3 맥주, 고객 어필도 강렬

2차 광고 새 매력 전달 스포츠·문화 마케팅 적극



의 4세대 맥주
가 고객들에게 적격 다가가고
있다. 대체 아이들 을
모뎀로 각종 캠페인을 벌이고 동시에
스포츠·문화·마케팅등 공격적으로 추
진하고 있다. 기존 맥주와 선을 긋
는 제품이라는 콘셉트를 살려 '자별
'을 부기로 시장을 공략한다.

는 기존 맥주와 완전히 다
른 새로운 세대의 맥주' 나뉠 어울리
는 맥주'를 강조하기 위해 4세대 아이
들 을 모뎀로 선화하
고 TV 및 유튜브 광고 등 다양한 광
고 캠페인을 진행 중이다.

최근에 선보인 2차 광고는 화려한
무대 밖으로 나온 []가 복잡한
네온사인 거리를 지나 자신만의 편안
한 공간에서 맥주 []를 통해 가
장 '나'다운 모습으로 돌아간다는 내
용이다. 첫번째 공개한 광고에서 기
존 맥주와 선 굵은 4세대 맥주 []
의 등장을 알렸다면 이번 광고는 기
존 음주문화의 낡은 분위기를 타파하
고 []만의 새로운 매력을 전달하
고ছে. **주요내용**

■는 K리그 인기 구단 중 하나인 ■과 공식 스폰서십을 체결하고 ■의 홈경기를 중심으로 다양한 이벤트와 프로모션을 진행 중

이다. 지난 9일에는 []가 공식 스폰서로 후원하고 있는 []의 []에 메인 브랜드로 참여해 []의 모델인 []의 시 같이 다양한 이벤트를 펼치는 포츠 마케팅을 적극적으로 진행 마.

■는 개인의 취향과 표현에 대한 관심이 높아진 요즘, 기존 맥주와 차별화된 맥주의 필요성에 착안해 새롭게 선보인 새로운 맥주다. 제품명에는 ■의 맥주 브랜드 ■의 헤리티지를 담은 알파벳 'K'를 더해 '낯은 관습을 부수고, 새로운 맥주 문화로 매혹한다'는 뜻을 가지고 있다.

■는 패일 라거 타입의 라거 맥주로 기존의 국내 맥주에서는 볼 수 없었던 청량한 탄산을 느낄 수 있는 솔더리브를 도입했다. 패키지에 걸면에 빗산을 모티브로 한 디자인을 적용함과 동시에 투명병을 사용해 시각적 청량감을 극대화시켰다.

■는 기존 맥주와의 차별화를 위해 분리추출한 윌러피안 홉과 홉 버스팅 기법을 사용해 맥주의 시원함과 청량함을 더욱 강화했다. ■는 최근 물공을 시작으로 ■

수출을 시작했으며 향후 이탈리아, 네덜란드, 프랑스, 영국, 미국 등으로 확대할 예정이다.

일시정지·고속충전 기능 추가

가 기능과 디자인 면에서 풀체인지된 꺾련형 전자담배 을 26일 출시한다고 24일 밝혔다.

은 디바이스 하나로 의 세 가지 종류 스틱을 즐길 수 있는 기존 모델의 강점을 유지했다. 또 스틱 종류에 따른 모드를 선택할 필요 없이 차별화된 흡연감을 제공하는 두 가지 새로운 사용 모드를 적용해 사용자 편의성을 대폭 강화했다. 밸런스 모드는 균일한 만족감을 경험할 수 있으며, 클래식 모드는 강한 임팩트를 느낄 수 있는 점이 특징이다.

‘일시 정지’ 기능도 새롭게 추가됐다. 디바이스 사용 중 한 개비당 최대 2분 내에서 1회 정지가 가능하다. 예열시간은 클래식 모드 기준 27초로



기존 모델 대비 20% 이상 단축됐다. '고속 충전' 기능도 적용돼 40분 내 50%까지 충전이 가능하다. 스틱 삽입과 동시에 자동 예열되는 '스마트 온', 디바이스 내부에 스틱 잔여물이 남지 않는 '청소 불편 해소'의 장점도 유지된다. 이번 신제품은 더 콤팩트해진 사이즈에 곡선형 외관을 적용해 손에 잡히는 그림감을 향상시켰다.

기자 [redacted]

● 근거 규정 본 기구 기사형광고 편집기준 제1조 및 제3조

01 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 ‘이○○ 메디컬 리포트 기자’ 삽입)

02 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 ‘이○○ 기자’ 삽입)

03 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 ‘함○○ 기자’ 삽입)

04 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 ‘함○○ 기자’ 삽입)

[인쇄매체 광고 심의]

2024년 11-12월(18-20차) 인쇄매체 광고 심의에서는 총 81건의 심의 결정이 내려졌다. 업종별로는 식품·음료 광고가 28건으로 가장 많았으며, 의료광고 16건 건강관련용품 14건으로 다음으로 많았으며 그 뒤로 그룹·기타 7건, 화장품·세제 5건, 건설·건재 4건, 제약·의료기기 3건 출판·교육 및 유통 광고가 각각 2건으로 집계되었다. 심의결정별로는 광고수정 결정 33건, 주의·경고 및 광고수정 결정 28건, 광고중지 결정이 20건이었다. 이번 심의에서 가장 많은 위반 사례를 기록한 분야는 일반 식품광고이다. 특히, 이번 심의에서 가장 많은 위반 사례가 발생한 분야는 일반 식품 광고로, 일부 광고가 소비자를 오인하게 할 수 있는 표현을 사용하거나 필수 기재 사항을 누락한 것으로 확인되었다. 아래는 심의결정 통계와 문제광고 대표 사례다.

● 2023년 11-12월(18-20차) 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	28	0	4	23	1	0	0
가정용품	0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)	3	0	0	0	3	0	0
건강관련용품	14	0	14	0	0	0	0
화장품·세제	5	0	2	3	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	4	0	4	0	0	0	0
출판·교육	2	0	0	2	0	0	0
의료·섬유	0	0	0	0	0	0	0
유통	2	0	2	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	16	0	0	0	16	0	0
그룹·기타	7	0	7	0	0	0	0
계	81	0	33	28	20	0	0

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	82
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	0
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	69
주장의 무입증(11조)	39
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)	15
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)	20
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)	5
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	4
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	261

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

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 영업일 기준 5일 이내 결과를 통보해 드립니다.

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

• 참고사항

1. 방송심의 수수료

1-1) 방송매체광고심의 수수료(방송매체광고 완성물) (부가세 포함)

스팟광고(1분 미만)	인포머셜광고(1분이상)
· 초 심(대표건) : 5.5만원	· 초 심(대표건) : 11만원
· 초 심(파생건) : 1.1만원	· 초 심(파생건) : 2.2만원
· 초 심(ID광고) : 3.3만원	· 수정심(대표건) : 7.7만원
· 수정심(대표건) : 3.3만원	· 수정심(파생건) : 2.2만원
· 수정심(파생건) : 1.1만원	

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

스팟광고(1분 미만)	인포머셜광고(1분이상)
· 5.5만원	· 11만원

1-3) 인쇄매체 및 기타심의 수수료 · 방송 이외 매체 : 초심 11만원 / 수정심 5.5만원

※ 광고물 양에 따라 수수료가 조정될 수 있습니다.

2. 수수료 입금 계좌

신한은행 100-022-878468(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.