



70

Korea Advertising Review Board 01/02 2026 Vol.70

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.



**광고심의회와 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.



발행일 2026년 02월 04일 발행인 남영진 편집인 편도준 등록번호 서울마03144(격월간) 홈페이지 www.karb.or.kr 편집/제작 에이투 디자인

발행처 한국광고자율심의기구 주소 서울 송파구 올림픽로 35길 137 한국광고문화회관 5층 Tel 02,2144,4301 Fax 02,2144,4307

본 책자는 한국언론진흥재단이 지원하는 언론진흥기금으로 발간되었습니다.

1. 한국광고자율심의기구, 14대 회장으로 남영진 이사 선출

한국광고자율심의기구는 지난 12월 15일 개최한 총회에서 14대 회장으로 남영진 前 KBS 이사장을 선출했다. 남영진 회장은 신문발전위원회 사무총장과 한국방송광고공사 감사 등을 역임했다. 임기는 2025년 12월 15일부터 2028년 1월 29일까지이다.

■ 학력 : 고려대학교 행정학 학사 석사 박사

■ 주요 경력 : KBS 이사장(2021~2023) / 신문발전위원회 사무총장(2007) / 한국방송광고공사 감사(2003~2006)



2. 한국광고자율심의기구 편도준 사무총장 근속 30주년 기념식

지난 1월 30일, 한국광고자율심의기구는 편도준 사무총장의 근속 30주년을 기념하는 행사를 진행했다. 이날 행사에서 임직원들은 기념패와 꽃다발을 전달하며 감사의 뜻을 전했으며 편도준 사무총장은 임직원들에게 감사 인사를 전하며, 앞으로 기구 발전을 위해 최선을 다하겠다는 소감을 밝혔다.



3. 한국광고자율심의기구, 2026년도 광고심의위원회 심의위원 위촉

본 기구는 2026년도 기사형광고 심의위원회와 인쇄매체광고 심의위원회의 심의위원을 위촉했다. 기사형광고 심의위원은 9명은 인쇄매체광고 심의위원은 7명이며, 각 심의위원 명단은 다음과 같다.

2026년 한국광고자율심의기구 기사형광고 심의위원회 명단		2026년 한국광고자율심의기구 인쇄매체광고 심의위원회 명단	
성명	주요경력	성명	주요경력
김동준	(現)공공미디어연구소 소장	김동진	(現)법률사무소 프라임 대표변호사
문철수	(現)한신대 부총장	김민기	(前)송실대 언론홍보학과 교수
이정우	(現)한국입법기자협회 회장	문효진	(現)세명대 광고홍보학과 교수
전국제	(前)한국일보 기자	박정우	(現)그랑몬스터 부사장
전문영	(現)전문영법률사무소, 변호사	육심양	(現)어시스트핏 마케팅총괄 부사장
정민	(前)한국언론진흥재단 실장 기금관리위원	이정교	(現)경희대 미디어커뮤니케이션학과 교수
조재구	(前)미디어시민모임 대표	이진숙	(現)한국소비자원 시장조사국장
조창희	(現)한국문화예술경영연구원 원장		
주석영	(現)희명합동법률사무소, 변호사		

※ 가나다 순

※ 가나다 순

01

탈모치료 효과 표방한 의료기기, 화장품 등 온라인 부당광고 376건 적발
 해당 적발건에 대해 방송미디어통신심의위원회, 해당 온라인플랫폼 사에 통보하여 접속차단 조치
 식품의약품안전처 2025.12.22. 보도자료 일부 발췌

식품의약품안전처(처장 오유경)는 온라인에서 탈모·무좀과 관련된 치료·예방 효과를 과장 광고하거나 불법 해외구매를 알선하는 의료기기, 화장품, 의약외품 등 부당광고 총 376건을 적발했다고 밝혔다.

***(의료기기) 탈모, 무좀 치료 관련 의료용광선조사기 (화장품) 탈모약, 무좀치료 등 의학적 효능·효과 표방 화장품 (의약외품) 무좀 표방 의용소독제 등**

관련 법령*에 따르면, 의약품이 아닌 화장품이나 의약외품을 판매하면서 의약품과 같은 치료, 예방과 관련된 효능·효과를 표방하는 것은 소비자의 오인, 혼동을 일으킬 수 있으므로 불법판매·부당광고 단속 대상이다. 이러한 위반 게시물들에 대해 식약처는 방송미디어통신심의위원회 및 해당 온라인플랫폼 사(네이버, 쿠팡, 11번가 등)에 통보하여 접속 차단을 요청했다.

*「의료기기법」 제24조 및 제26조, 「화장품법」 제13조, 「약사법」 제61조의2 및 제68조

■ **의료기기 부당광고 259건 적발**

의료기기의 경우, 소비자단체 및 협회로 구성된 ‘민·관 합동 온라인감시단*’과 합동으로 점검했으며, **탈모레이저, 무좀레이저 등 의료기기 불법 해외직구 광고 226건(80%) / 의료기기 광고 사전심의 위반 12건(5%) / 공산품을 의료기기로 오인한 광고 21건(8%) 등 부당광고 259건을 적발하고 반복위반 업체(11개소) 등 관할 기관에 현장점검을 요청했다.**

*식약처와 녹색소비자연대전국협의회, 한국의료기기산업협회, 한국의료기기협동조합, 한국의료기기유통협회, 한국치과의료기기산업협회 등 의료기기 관련 기관이 운영하고 있으며, 해당 기관으로부터 추천받은 직원·회원 총 18명으로 구성

■ **화장품 부당광고 77건 적발**

화장품에 대해 탈모·무좀 치료 등 의학적 효능·효과를 표방하는 화장품 온라인 부당광고를 점검한 결과, **탈모약, 무좀치료 등 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고(77건, 100%)가 적발됐다.**

■ **의약외품 부당광고 40건 적발**

■ **의약외품에 대해 무좀치료, 발톱재생 등 의학적 효능·효과를 표방하거나 불법유통 관련 의약외품(의용소독제) 온라인 광고를 점검한 결과, 불법 해외구매대행 광고 30건(75.0%) / 거짓·과장 광고 10건(25.0%)을 적발하고 반복위반 업체(2개소) 등 관할 기관에 현장점검을 요청할 예정이다.**

■ 식약처는 “화장품은 의약품이 아니라는 점을 분명히 인식하고 의학적 효능·효과를 표방하는 광고에 현혹되지 않아야 하며, 해외직구로 구매한 의약외품, 의료기기는 안전성과 유효성 등이 검증되지 않은 제품으로, 소비자 피해 발생 시 법적 보호를 받기 어려워 정식 수입 제품을 구매해야 한다”고 강조했다.

■ 또한, 소비자가 온라인을 통해 의료기기, 화장품, 의약외품을 구매하는 경우 식약처로부터 허가·심사 등 받은 내용을 반드시 확인하고, 구매전 의료기기안심책방과 의약품안전나라 누리집에서 확인 후 구매할 것을 당부했다.

■ 식약처는 앞으로도 국민 관심이 높은 제품을 중심으로 온라인 유통환경에 대한 점검을 지속적으로 강화하고, 불법유통 및 부당광고에 대해서 신속하게 대응해 소비자 피해 예방에 노력할 계획이다.

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

02

효소식품 섭취 시 과장된 효능 표시·광고에 주의해야
 한국소비자원 2025.12.30. 보도자료 일부 발췌

■ **효소식품***은 탄수화물과 단백질을 분해하는 소화효소를 함유해 소화력이 저하된 노년층이나 소화기 질환을 겪는 소비자 사이에서 높은 관심을 받고 있다.

*곡류 등 식물성 원료에 식용미생물을 배양시켜 효소를 다량 함유하도록 제조한 식품

이에 한국소비자원(원장 윤수현)은 효소식품 11개 제품의 품질(효소역가·유산균수·영양성분 등)과 안전성(곰팡이독소·중금속 등)을 시험·평가했다. 시험결과 모든 제품의 효소역가*(활성도)는 제품 표시치 이상이었다. 다만, 섭취 후에는 위산 등의 영향으로 효소 활성이 그대로 유지되기 어려울 수 있다는 점, 건강기능식품이 아닌 일반식품인 점은 유의해야 한다.

*효소가 표준조건(온도, pH, 시간)하에서 얼마나 많은 탄수화물과 단백질을 분해할 수 있는지를 나타내는 단위임.

시험대상 11개 중 10개 제품은 유산균이 함유돼 있었으나 유산균수 표시가 없거나 미흡해 소비자 정보제공을 위한 표시개선이 필요했으며, 9개 제품은 건강 기능성 등 소비자가 오인할 수 있는 표시·광고가 확인돼 소비자들의 주의가 필요했다.

■ **효소역가 기준은 충족하나 체내에서 동일한 활성 유지는 확인되지 않아**

효소식품은 보통 α-아밀라아제*와 프로테아제** 두 가지 소화효소를 함유하고 있다. 11개 제품을 대상으로 해당 효소들의 역가(활성도)를 측정한 결과, α-아밀라아제 역가(활성도)는 1포(2~3.5g)기준 400,779~ 1,993,075 unit***이었고 프로테아제는 1,707~12,665 unit으로 모두 제품에 표시된 수치**** 보다 높게 나타났다.

*α-아밀라아제는 탄수화물을 분해하는 소화효소로 입(침샘)에서 분비되어 소화를 시작하고, 췌장에서 추가 분비되어 소장에서 분해작용을 함.

**프로테아제는 단백질을 분해하는 효소로 위(펩신), 췌장(트립신, 키모트립신)에서 작용함.

***unit은 효소가 표준조건에서 1분 동안 탄수화물이나 단백질을 얼마나 분해할 수 있는지를 나타내는 단위임.

****11개 중 9개 제품의 식품유형은 효소식품으로 제품에 α-아밀라아제, 프로테아제 역가수치를 표시하고, 각 효소는 표시량 이상이어야 함.(식품의 기준 및 규격, 식약처 고시 제2025-56호)

효소식품의 역가 표시 예



다만 효소식품의 역가(활성도)는 특정 시험조건(pH6~8, 37°C)에서 측정된 수치이므로, 실제로 섭취한 뒤에는 체내 소화기관을 통과하면서 위산 등 pH(산도) 변화에 따라 효소 활성을 잃을 수 있다.

■ 유산균 첨가제품 많지만 함량 표시는 미흡해

시험대상 11개 중 10개 제품에서 유산균이 첨가된 것으로 확인됐다. 유산균수는 제품별로 5천~16억 CFU/g으로 제품 간 함량에 큰 차이를 보였다. 조사결과 유산균이 함유된 10개 제품 모두 유산균수 표시가 없거나 미흡해, 소비자가 효소식품을 통해 유산균을 함께 섭취하고 있다는 사실을 알기 어려웠다. 이에 한국소비자원은 해당 사업자에게 조사대상 제품에 대해 유산균 함량을 표시하도록 개선을 권고했다. 유산균은 중복 또는 과다 섭취할 경우 복부 팽만감, 가스발생 등을 유발할 수 있어 소화 기능이 예민한 소비자는 주의할 필요가 있다.

■ 대부분 제품, 소비자 오인 표시·광고 개선 필요

효소식품은 소화기능성 등을 인정받은 건강기능식품이 아닌 일반 식품이므로, 신체 효과·효능 광고 등 소비자가 건강기능식품으로 오인할 수 있는 광고를 해서는 안 된다. 그러나 시험대상 11개 중 9개 제품에서 ‘장 건강’, ‘효소 다이어트’ 등 과학적으로 입증되지 않은 표현을 사용해 건강기능식품으로 오인 할 수 있는 광고를 하거나 과대·허위사실이 포함된 체험기를 게시하고 있었다.

※더 자세한 내용은 한국소비자원 홈페이지(<https://www.kca.go.kr/>)에서 확인 바랍니다.

03 [안전 실태조사 결과 루바브 일반식품, 갱년기 증상 완화 효과 기대하기 어려워]

한국소비자원 2026.01.12. 보도자료 일부 발췌

최근 갱년기 증상 완화를 위해 약용식물인 루바브 뿌리의 추출물로 만든 건강기능식품을 찾는 사람들이 늘고 있다. 하지만 기능성 원료가 함유되지 않은 루바브 ‘일반’ 식품과 혼동하기 쉬워 소비자의 주의가 필요하다. 이에 한국소비자원(원장 윤수현)이 국내에 유통 중인 루바브 일반식품 10개 제품의 기능성 성분 함량 및 표시·광고 등을 조사한 결과, 전 제품이 갱년기 증상 완화 효과와 무관한 것으로 나타났다.

■ 조사대상 전 제품, 기능성 원료 ‘루바브뿌리추출물’ 사용하지 않아

루바브 건강기능식품은 식약처로부터 기능성 및 안전성을 인정받은 루바브뿌리추출물을 원료로 사용해야 하며, 기능성 지표성분인 라폰티신(Rhaponticin)*이 1일 섭취량 당 2.52mg 함유되어 있어야 한다.

*루바브뿌리추출물 기능성 지표성분으로 안면홍조, 우울감 등의 갱년기 증상 완화에 도움을 줌.

※「건강기능식품 기능성 원료 및 기준·규격 인정에 관한 규정」(식품의약품안전처고시 제2020-12호)

조사대상 10개 제품의 사용원료를 조사한 결과, 전 제품이 루바브추출물을 33.61~80%로 사용한 것으로 표시되어 있었다. 그러나 해당 제품에 사용된 루바브추출물은 기능성 원료인 루바브 ‘뿌리’의 추출물이 아니었으며, 기능성을 인정받은 바가 없어 효능과 효과를 기대하기는 어렵다.

루바브추출물 사용 예시

루바브추출분말 [루바브추출물(고형분0.5%/국산), 덱스트린]80%	루바브추출물 고형분:0.4%(루바브/ 국산) 80%, 덱스트린	원재료명 및 함량 루바브추출물분말 루바브추출물(루바브/국산), 덱스트린 62.5%
식품의유형 과채가공품	식품의 유형 기타가공품	식품의 유형 과채 가공품
• 루바브추출분말 80%, 과채가공품	• 루바브추출물 80% 함유, 기타가공품	• 루바브추출물분말 62.5%, 과채가공품

■ 기능성 지표성분 함량, 갱년기 증상 완화 효과 기대하기 어려워

조사대상 10개 제품의 갱년기 건강 효능·효과를 확인하기 위해 지표성분인 라폰티신 함량을 조사*한 결과, 검출되지 않거나 1일 섭취량 기준 0.03mg 이하로 확인됐다. 전 제품의 라폰티신 함량은 기능성 인정 규격(라폰티신 함량 2.52mg)의 최대 약 1% 수준에 불과했다.

*일반식품은 지표성분 함량 등 건강기능식품의 요건이 없으나 조사대상 제품은 효능·효과를 강조하는 만큼 해당 요건에 맞춰 조사함.

■ 건강기능식품으로 오인하지 않도록 표시·광고 개선 필요

건강기능식품이 아닌 일반식품은 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」(법률 제20826호)에 따라 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고를 금지하고 있다. 하지만 조사대상 10개 제품 중 8개 제품이 ‘갱년기 영양제’, ‘콜레스테롤 수치 조절’ 등 확인되지 않은 효능 및 효과를 강조하는 부당광고를 하고 있었다.

※더 자세한 내용은 한국소비자원 홈페이지(<https://www.kca.go.kr/>)에서 확인 바랍니다.

04

17개 온라인 의류판매업체의 거짓·과장 광고 제재

솜털 등의 함량을 부풀리거나 구스다운, 덕다운으로 오인하게 한 거짓·과장 광고 행위 시정

공정거래위원회 2026.1.15. 보도자료 일부 발췌

■ 공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 17개 온라인 의류판매업체가 구스다운 패딩(거위털), 덕다운 패딩(오리털), 겨울 코트 등 자사 겨울 의류 제품에 사용되는 충전재의 솜털, 캐시미어의 함량을 거짓·과장 광고한 행위에 대해 시정명령(향후 금지명령) 및 경고 조치하였고, 거짓·과장 광고와 관련된 상품을 구입한 소비자에 대한 환불 등 피해구제 조치도 이루어졌다.

■ 의류 플랫폼에서 판매된 구스다운, 덕다운 패딩 제품에 사용되는 충전재의 솜털(down) 함량이 미달한다는 소비자 불만*이 제기(‘25년 1분기)된 이후, 공정위는 온라인 의류 판매업체의 부당 광고 행위에 대해 조사를 실시(‘25.5월)하였고, 그 결과 17개 업체의 거짓·과장 광고를 적발하여 시정(광고 삭제·수정, 판매 중지 등)했다.

■ 한편, 온라인 의류 판매업체들은 공정위의 조사 전후로 광고를 삭제·수정하거나 판매를 중지하는 등 거짓·과장 광고행위를 시정하였고, 거짓·광고와 관련된 상품을 구입한 소비자에 대하여 환불 등 피해구제 조치를 했다.

*사이버몰 게시 또는 문자 전송의 방법으로 소비자에게 사과하고 환불 안내 문자를 전송하였으며, 환불을 희망하는 구매자에게 환불 조치를 진행하였음

■ 이번 시정조치는 소비자가 겨울철 다운제품 등을 구매함에 있어 중요한 요소인 거위털, 오리털 등의 함량 표시와 관련한 부당광고를 시정함으로써 소비자가 보다 정확한 정보를 바탕으로 합리적인 선택을 할 수 있는 여건을 마련하였다는 데에 의의가 있다.

■ 아울러, 공정위는 앞으로 의류 플랫폼에서 이와 유사한 거짓·광고 사례가 발생할 경우 신속하게 위반행위를 시정하고 소비자 피해를 구제할 수 있도록 공정위-의류 플랫폼 간 실무 협의 채널을 구축하여 운영할 계획이다.

■ 공정위는 앞으로도 국민들의 일상적인 소비생활과 밀접한 분야에 대한 거짓·과장 표시·광고를 지속적으로 감시를 강화해 나갈 계획이다.

※더 자세한 내용은 공정거래위원회 홈페이지(<https://www.ftc.go.kr/>)에서 확인 바랍니다.

기사형 광고 심의

● 2025년 11-12월(18-20차) 심의결정 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	211
3조(오인유도표현금지) 위반	1,422

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	1,422
권고	5
기각	1
총 결정건수(권고, 기각포함)	1,428
총 위반건수	1,422

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반지	365	2	-
	경제지	612	-	1
	스포츠지	51	-	-
	전문지	-	-	-
	지역지	374	2	-
잡지	시사경제/경영지	4	-	-
	여성지	1	-	-
	남성지	-	-	-
	패션지	-	-	-
	전문교양/오락지	-	-	-
	취미/스포츠지	3	-	-
	리빙/유아지	2	-	-
	시사/교양지	10	1	-
합계	1,422	5	1	

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	-
식품/음료	127
가정용품	31
제약/의료기기	47
건강관련용품	6
화장품/세제	28
전기/전자	15
수송기기	23
화학/공업	-
건설/건재	249
출판/교육	2
의류/섬유	14
유통	315
금융/보험/증권	239
서비스/오락	127
관공서/단체	-
의료	169
그룹/기타	30
총 상정건수	1,422

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

● 2025년도 심의결정 전체 통계

기사형 광고심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	1,627
3조(오인유도표현금지) 위반	12,466

※ 중복위반이나 기각건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

결정별 분류	계
주의	12,466
권고	48
기각	45
총 결정건수(권고, 기각포함)	12,559
총 위반건수	12,466

※ 주의누적으로 인한 경고건이 있어 총 상정건수와 차이가 있음.

기사형 광고심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반지	3,095	7	11
	경제지	5,153	5	9
	스포츠지	618	-	2
	전문지	4	-	-
	지역지	3,467	25	18
잡지	시사경제/경영지	31	2	-
	여성지	8	-	1
	남성지	-	-	-
	패션지	4	-	1
	전문교양/오락지	7	-	2
	취미/스포츠지	13	-	-
	리빙/유아지	18	6	1
	시사/교양지	48	3	-
합계	12,466	48	45	

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	2
식품/음료	1,548
가정용품	255
제약/의료기기	399
건강관련용품	39
화장품/세제	194
전기/전자	244
수송기기	391
화학/공업	6
건설/건재	1,868
출판/교육	211
의류/섬유	184
유통	2,465
금융/보험/증권	1,527
서비스/오락	1,252
관공서/단체	10
의료	1,320
그룹/기타	551
총 상정건수	12,466

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

[인쇄매체 광고 심의]

● 2025년 11-12월(18-20차) 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		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.

● 2025년도 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		240	0	93	146	1	0	0
가정용품		2	0	2	0	0	0	0
제약(의료기기)		23	0	1	0	22	0	0
건강관련용품		54	0	49	4	1	0	0
화장품·세제		61	0	20	41	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		3	0	3	0	0	0	0
건설·건재		25	0	24	1	0	0	0
출판·교육		8	0	5	2	1	0	0
의료·섬유		0	0	0	0	0	0	0
유통		13	0	11	1	1	0	0
금융·보험·증권		0	0	0	0	0	0	0
서비스·오락		2	0	2	0	0	0	0
관공서·단체		0	0	0	0	0	0	0
의료		235	0	0	0	235	0	0
그룹·기타		86	0	65	9	12	0	0
계		752	0	275	204	273	0	0

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	752
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	0
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	515
주장의 무입증(11조)	323
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)	98
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	142
효능효과 과신·과장(34조)	59
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	61
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	258
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)	13
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	15
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	2,236

※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 시 사업자등록증을 첨부해 주시면 기구의 인증 후 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 5영업일 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	· 초 심(ID광고) : -
· 수 정 심(대표건) : 3.3만원	· 수 정 심(대표건) : 7.7만원
· 수 정 심(파생건) : 1.1만원	· 수 정 심(파생건) : 2.2만원
· 필증갱신(대표건) : 3.3만원	· 필증갱신(대표건) : 5.5만원
· 필증갱신(파생건) : 1.1만원	· 필증갱신(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.