



71

Korea Advertising Review Board 03/04 2025 Vol.71

KOREA  
ADVERTISING  
REVIEW  
BOARD



한국광고자율심의기구



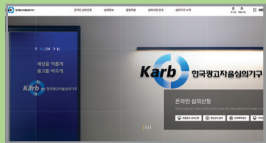
한국광고자율심의기구는 광고자율심의정보제공 사이트 [www.karb.or.kr](http://www.karb.or.kr)를 통해 보다 전문적인 심의정보서비스를 제공하고 있습니다. 광고 관련 법규 등을 이용자가 찾아보기 쉽게 구성하고, 온라인 상담 시스템을 강화하여 광고 심의 정보 부족으로 인한 불편함을 줄이는 데 중점을 두었으며, 인쇄매체 광고심의 서비스를 온라인에서도 이용하실 수 있게 구성되어 있습니다. 광고주가 원할 경우 광고 집행 전에 심의를 받을 수 있는 사전자율심의 서비스를 전 매체로 확대 시행하고 있으며 최근 늘어나고 있는 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.



**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.

### 1. 2026년 제1차 한국광고자율심의기구 정기총회 개최



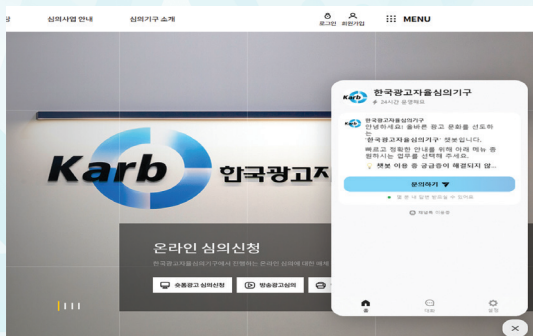
본 기구는 2026년 3월 25일에 제1차 정기총회를 개최하였다. 이번 총회에서는 2025년 사업 보고 및 결산과 2026년 사업 계획 승인을 의결하였으며, 지난 이사회를 통해 신규 회원사로 합류한 한국광고주협회가 처음으로 총회에 참석해 자리를 빛냈다.

### 2. 2026년 기사형광고, 인쇄매체광고 심의위원회 시작



지난 2월 26일, 2026년 광고심의위원회 1차 회의가 시작되었다. 광고심의위원회는 기사형광고와 인쇄매체광고를 대상으로 월 2회, 격주로 진행된다. 특히 기사형광고 심의위원회는 위원 수를 7인에서 9인으로 확대하고 외부 전문가 자문 기능을 강화했다. 이는 갈수록 교묘해지는 기사형광고 형식에 대응하여 세분화된 심의 가이드라인을 수립하기 위한 조치다. 아울러 인쇄매체광고 심의위원회는 광고업계 종사자를 새롭게 위촉함으로써 심의의 객관성을 높이고, 고도화되는 허위·과장 광고에 대한 정밀한 검토 체계를 구축했다.

### 3. 한국광고자율심의기구 홈페이지 고도화



더 편리한 홈페이지 서비스 이용을 위해 챗봇과 이메일 알림 기능이 새롭게 추가됐다. 챗봇 버튼을 누르면 심의 기구에 대한 전반적인 안내를 비롯해 심의 수수료, 관련 법령 등 평소 궁금했던 내용들을 쉽게 확인할 수 있다. 함께 도입된 이메일 알림 기능은 심의가 완료되면 신청서에 기재한 이메일 주소로 처리 결과를 자동으로 안내해 준다. 이번 신규 기능 추가를 통해 꾸준히 방문자가 늘고 있는 사이트의 이용 편의성과 활용도를 한층 높이고자 했다.

01

“AI 한의사가 추천? 한의사가 아닌 AI입니다!” 생성형 AI 악용한 ‘허위·과대광고 주의보’  
 생성형 AI 이용 ‘AI 한의사 추천’ 등 문구 사용해 마치 한의사가 추천한 것처럼 국민들 현혹… 한의협 자체 모니터링으로  
 확인된 사례들 식약처에 강력 단속 요청 / 한의협 “반드시 의료인의 실제 관여·검증 여부 확인해야… 국민건강 위협하는  
 불법 광고 근절 위해 자체 모니터링 더욱 강화할 것” **대한한의사협회** 2026.02.25. 보도자료 일부 발췌

- 대한한의사협회(회장 윤성찬)는 최근 온라인 SNS와 블로그, 쇼핑몰 등에서 생성형 AI를 악용해 ‘AI 한의사 추천’, ‘의료인 검증·추천’ 등의 문구로 식품 및 한약 유사 제품의 효능에 대해 허위·과대광고 하는 사례가 증가하고 있다며 이에 대한 주의를 당부했다.
- 대한한의사협회는 자체 모니터링을 실시한 결과, 실제 한의사를 비롯한 의료인의 관여·검증 여부에 대한 객관적 근거 없이 생성형 AI가 작성한 문구와 이미지를 활용해 마치 전문 의료인의 권위로 효능·효과가 보장되는 것처럼 표시·광고하는 사례가 다수 확인됐다고 밝혔다.
- 이에, 대한한의사협회는 모니터링을 통해 확인된 해당 사례 11건과 함께 국민건강을 위협하는 이와 같은 행태에 대한 강력한 단속과 처벌을 요청하는 공문을 최근 식품의약품안전처에 전달했다.
- 현행 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 제8조 제1항 제1호 ‘질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 명확히 금지하고 있다. 또한, 동법 시행령 및 식품의약품안전처 고시(식품 등의 부당한 표시 또는 광고의 내용 기준) 역시 질병 정보나 의약학적 효능·효과를 암시하는 표현을 활용한 광고를 불법으로 규정하고 있다.
- 최근 국회에서도 생성형 인공지능을 활용해 한의사 등 보건의약인이 특정 식품 또는 의약품을 추천·소개하는 것으로 오해할 우려가 있는 영상 광고를 원천적으로 금지하고, 인공지능 기술로 생성된 음향과 이미지, 영상 등 결과물도 부당한 표시·광고 규제 대상에 명확히 포함하도록 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 및 「약사법」 일부개정법률안이 다수 발의돼 입법을 앞두고 있다.
- 이와 관련하여 대한한의사협회는 “AI 한의사”, “의료인 추천”, “의료인 검증” 등의 표현을 사용하면서 식품 또는 한약 유사 제품의 효능·효과를 보증·단정하는 광고는 일반 소비자로서 하여금 의료전문가의 판단에 기반한 것처럼 오인하게 만드는 기망 행위에 해당한다”고 지적하고 “AI 한의사 추천”, “의료인 검증” 등 표현이 사용된 광고는 반드시 의료인의 실제 관여 여부를 확인하고, 식품은 의약품이 아니므로 질병 치료·예방 효과를 단정하는 광고는 의심하며, 과도한 체중 감량, 단기간 효과 보장 등 표현은 허위·과대광고 가능성이 높으니 각별히 조심해야 한다”고 강조했다.
- 한편, 대한한의사협회는 ‘AI 한의사’, ‘의료인 추천’ 등을 표방하거나, 식품 및 한약 유사 제품에 대해 질병 예방·치료 또는 다이어트 효능을 암시·단정하는 불법 광고 행위 근절을 위한 모니터링을 지속적으로 전개해 나간다는 방침이다.

식약처에 단속 요청한 ‘생성형 AI 악용한 허위·과대광고’ 사례



연륜 있는 한의사가 말하는, 중년 건강 필수 식자재 #송년건...

연륜 한의사가 딱 집어준 오늘 의 송년 건강 식자재 #송년건...

사례 1



저녁 식후 이것! 남고 광인 물만 잘 드신다면 먹, 수물 없이도 생기가 바위처럼 단단하고 묵직해집니다! 노후지체! 노년외상! 행복합시다! 오디오북

사례 2

※ 더 자세한 내용은 대한한의사협회 홈페이지(www.akom.org)에서 확인 바랍니다.

02

거래 실태조사 결과  
 인조가죽 제품의 친환경 표방 부당 표시·광고에 주의해야 **한국소비자원** 2026.03.05. 보도자료 일부 발췌

- 한국소비자원(원장 윤수현)이 국내 주요 6개 오픈마켓에서 판매 중인 인조가죽 제품\*의 친환경 위장(그린워싱) 표시·광고 실태를 조사해 총 53건의 부당광고를 적발했다.

\*국내 주요 6개 오픈마켓에서 '에코레더', '에코가죽'으로 검색 시 상위 노출되는 제품(11.3.~11.14.)

**그린워싱(Green washing)이란?**

• 그린(Green, 환경친화적) + 워싱(Whitewashing, 눈속임)의 합성어로, 실질적 친환경성과 무관하게 '겉보기 친환경'을 홍보하는 기만적 행위를 뜻함. 예를 들어 실제로는 친환경적이지 않음에도 '에코(eco)', '지속가능한', '친환경', '에너지 절약', '탄소중립', '그린(green)' 등 친환경적 표지·광고를 하는 경우 그린워싱에 해당될 수 있음.

한국소비자원은 "지난해 5월 패션업계에서 석유화학 원단의 인조가죽 제품을 친환경 상품으로 광고해 그린워싱 행위로 적발된 사례\*가 있었다"며 "이번 조사를 통해 이와 유사한 사례가 의류, 가방, 가구(소파) 등 인조가죽을 사용한 제품 전반에서도 확인됐다"고 밝혔다.

\*"4개 패션 SPA 상표(브랜드) 사업자의 친환경 관련 표시광고법 위반행위 제재"(25.5., 공정위)

**■ 인조가죽을 '에코레더'로 표현 시 그린워싱에 해당할 수 있어**

부당광고 53건을 분석한 결과, 친환경적 표현을 '상품명'에 사용한 경우가 67.9%(36건)로 가장 많았고, '광고 내용'에 사용이 18.9%(10건), '제품정보'에 사용이 11.3%(6건) 등의 순으로 나타났다. 53건의 부당광고를 게재한 27개 사업자\*는 인조가죽 제품 생산 시 동물을 죽이지 않는다는 이유로 '에코레더'와 같은 친환경적 표현을 사용해 광고하고 있었다. 이는 동물복지를 지향하는 비건 (Vegan) 소비자층을 겨냥한 것으로 파악된다.

\*동일 사업자의 부당광고 다수 적발 시 사업자는 1개로 산정

그러나 인조가죽이라는 이유로 특별한 근거 없이 '에코레더' 등의 표현을 사용하는 것은 부당광고에 해당할 수 있다. 석유화학 기반의 소재로 만들어진 인조가죽 제품은 생산 단계에서 디메틸포름아미드 등 인체와 환경에 해로운 물질을 배출하고, 내구성과 생분해성이 낮아 사용·폐기 단계에서도 친환경적이라고 보기 어렵기 때문이다.

**■ 인조가죽 제품 그린워싱 행위 의류, 가방, 가구(소파) 순으로 많아**

품목별로 보면 '의류'가 26.4%(14건)로 가장 많았고, 이어 '가방' 17.0%(9건), '가구(소파)' 9.4%(5건), '패션잡화(지갑·머리띠)' 3.8%(2건) 등 다양한 품목에서 그린워싱 행위가 나타났다. 이들 제품은 환경성이 개선된 구체적인 근거를 제시하거나 범주를 한정하지 않은 채 '에코레더', '자연을 담은', '환경친화적' 등의 포괄적인 환경성 표현을 무분별하게 사용하고 있었는데, 「환경 관련 표시·광고에 관한 심사지침」에 따르면 포괄적인 용어를 사용하려는 경우 명확한 근거가 있어야 했다.



그린워싱 적발 사례

**품목별 그린워싱 행위 예시**

의류	가방	가구(소파)	패션잡화	기타*
에코 레더 가죽 자켓	에코레더 여성 크로스백 핸드백	동물과 사람에게 친화적인 에코레더 <small>사람에게 동물에게 친화적이게, 자연을 담은 에코레더</small>	에코레더 지갑	친환경 인조가죽
상품명에 '에코레더'로 표현	상품명에 '에코레더'로 표현	광고 내용에 '동물·사람친화적', '에코레더', '자연을 담은'으로 표현	상품명에 '에코레더'로 표현	광고 내용에 '친환경'으로 표현

\* 열쇠고리, 가죽케이스, 가죽공예 등

**■ 소재 표시 의무 품목의 63.3%, 미표시하거나 잘못 표시해**

'의류', '가방', '가구', '패션잡화'의 경우 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」에 따라 판매페이지 제품정보에 소재를 표시해야 한다. 그러나 조사 결과, 해당 4개 품목(30건) 중 43.3%(13건)는 이를 표시하지 않았고, 20.0%(6건)는 '에코레더' 등으로 잘못 표시\*했다.

\*「안전기준준수대상생활용품의 안전기준」 부속서3(가죽제품)에 따라 제품 소재가 합성가죽인 경우 '인조가죽(합성가죽)' 또는 '합성가죽'으로 표시해야 함.

한국소비자원은 다른 상품에 비하여 환경적 속성 또는 효능을 개선한 근거가 없음에도 친환경적 용어를 사용해 광고한 사업자에게 해당 표시·광고를 개선 하도록 권고했고, 부당광고 53건 모두 삭제 또는 수정 조치했다. 아울러 소비자에게는 인조가죽으로 만들어진 제품 구매 시 객관적인 근거 없이 친환경적 표현을 사용하는 광고에 현혹되지 않도록 주의를 당부했다.

※ 더 자세한 내용은 한국소비자원 홈페이지(www.kac.go.kr)에서 확인 바랍니다.

03

‘어린이 키 성장’ 내세운 식·의약품 온라인 부당광고·불법판매 166건 적발  
 식품 등 부당광고 138건, 의약품(성장호르몬제) 불법판매 28건 적발 / 사이트 접속차단 및 관할 행정기관에 행정처분 요청  
**식품의약품안전처** 2026.03.20. 보도자료 일부 발췌

식품의약품안전처(처장 오유경)는 신학기를 맞아 어린이 키성장 관련 식품·의약품에 대한 온라인 부당광고·불법판매 게시물을 집중 점검한 결과, 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 및 「약사법」을 위반한 166건을 적발해 관할 기관에 접속차단 및 행정처분 의뢰했다고 밝혔다.

첫째, 키 성장과 관련된 식품 또는 건강기능식품 광고·판매하는 온라인 게시물을 점검한 결과, 부당광고 138건\*을 적발했다.

\*온라인 판매사이트 75건(54.3%), 누리소통망(SNS) 63건(45.7%)

위반 내용은 ‘키 성장’, ‘키가 쑥쑥’, ‘키 크는’ 등 일반식품을 건강기능식품으로 오인·혼동시키는 광고 119건(86.2%) / ‘키 성장’ 등 인정하지 않은 기능성을 내세운 건강기능식품의 거짓·과장 광고 8건(5.8%) / ‘골다공증’ 등 질병 예방·치료 효능이 있는 것처럼 표현한 광고 5건(3.6%) ▲‘키크는 약’ 등 식품을 의약품으로 오인·혼동하게 하는 광고 4건(2.9%) / ‘약사가 추천합니다’ 등 소비자를 기만하는 광고 2건(1.5%) 등이다.

둘째, 성장호르몬제 등 의약품을 온라인에서 불법 판매하거나 알선·나눔한 온라인 게시물 28건\*을 적발했다.

\*중고거래 플랫폼 13건(46.4%), 카페·블로그 10건(35.7%), 일반쇼핑몰 4건(14.3%), 누리소통망(SNS) 1건(3.6%)

식약처는 식품을 온라인으로 구매하고자 할 때에는 부당광고에 현혹되지 않도록 사전에 건강기능식품 인증 마크와 기능성 내용\* 등을 반드시 확인하고, 의약품은 반드시 병원과 약국을 방문해 의사·약사의 처방 지도에 따라 복용\*\*하며 온라인을 통해 불법 유통되는 의약품을 절대 구매하지 않아야 한다고 당부했다. 식약처는 앞으로도 소비자 피해 예방을 위해 국민 관심이 높은 식품, 의약품에 대한 온라인 부당광고와 불법행위를 지속적으로 점검하고 적극 조치할 계획이다.

**식품 주요 위반 사례**

구분	위반 사례
질병 예방·치료에 대한 효능·효과 광고	<p>근육 신경 보충제 마그네슘 성장기 키성장 청소년 에너지충전 한쪽 눈 팔 다리 눈밑 종아리 손 발 떨림 저림 성장기 청소년 마그네슘부족 쌀마그네슘 생리통완화                  [원산지:상품상세설명참조]</p> <p>#칼슘영양제 #골다공증 #골절 #뼈영양 #건강기능식품</p>
의약품 오인·혼동	<p>우리아이 키 성장 영양제 극대화제 - 내추럴 도달 미국산 약 성인 자녀 증가 최대</p> <p><b>키크는약추천</b></p>
건강기능식품 오인·혼동 광고	<p>#cb #키성장 #성장 #키성장영양제 #영양제</p> <p>제가 키가 작다보니 아이들 키 성장에 관심이 많아요</p> <p>특히 키는 골든타임이 정해져있어서</p> <p>소문난 키 성장 필수품인: 를 먹어보려고 해요.</p>

구분	위반 사례
거짓·과장 광고	<p>칼슘 마그네슘 1200mg 120정 3박스 (총 6개월분) 관절 연골 뼈건강 부모님선물 키성장 비타민D                  원산지: 상품상세참조</p> <p><b>【영양·기능정보】</b>                  【칼슘】 뼈와 치아 형성에 필요, 신경과 근육 기능 유지에 필요, 정상적인 혈액응고에 필요, 골다공증발생 위험 감소에 도움을 줌 【마그네슘】 에너지 이용에 필요, 신경과 근육 기능 유지에 필요 【비타민D】 칼슘과 인이 흡수되고 이용되는데 필요, 뼈의 형성과 유지에 필요, 골다공증발생 위험 감소에 도움을 줌 【아연】 정상적인 면역기능에 필요, 정상적인 세포분열에 필요</p> <p><b>집중력 &amp; 꿀잠!</b></p>
소비자 기만 광고	<p>약사가 추천합니다                  성장판 닫힌 딸 키 5cm 더 키운 방법</p> <p>시작한지 3개월만에 5cm가 컸어요</p> <p>한상당골은 전통적으로 면역력 강화와 건강 증진에 도움을 주는 약재로 알려져있죠</p>

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

[ 표시광고법 시행령 개정안 입법예고, 과징금 고시 개정안 행정예고 실시  
반복 범위반 과징금 가중 강화, 부과기준을 체계 정비, 감경 사유 축소 등 방송통신위원회 2025.1.23. 보도자료 일부 발췌 ]

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 '공정위')는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령」(이하 '시행령') 개정안을 2026. 3. 25.부터 2026. 5. 4.까지 입법예고하고, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률 위반사업자등에 대한 과징금부과 세부기준 등에 관한 고시」(이하 '과징금 고시') 개정안을 2026. 3. 25.부터 2026. 4. 14.까지 행정예고한다고 밝혔다. 이번 시행령 및 과징금 고시 개정은 지난해 12.30. 발표한 「공정거래위원회 과징금 제도 개선」의 일환으로, 주요 내용은 다음과 같다.

■ 반복 범위반 과징금 가중 강화 (시행령 별표, 과징금 고시 개정)

경제적 제재효과를 높이고 법 위반 억제력을 확보하기 위해 사업자가 법을 지난 5년간 1회만 위반한 경우에도 최대 50%까지, 4회 위반한 경우 최대 100%까지 과징금액을 가중할 수 있도록 개정한다.

※ 기존에는 과거 3년간 2회 이상 법을 위반하고 위반점수가 3점 이상인 경우부터 가중하였으며, 최대 50%까지만 가중함.

■ 부과기준을 체계 정비 (과징금 고시 개정)

과징금 고시는 위반행위의 중대성 정도별로 적용되는 과징금 부과기준을 정하고 있다. 개정 고시는 중대성이 큰 위반행위에 높은 부과기준을 적용되고, 위법성 정도를 세분화\*하여 과징금 부과가 가능하도록 체계를 정비한다.

\* (기존) 3단계 부과체계 → (개정) 4단계 부과체계

사업자등의 부당한 표시·광고행위의 부과기준을 개정안

위반행위의 중대성	현행	개정안
매우 중대한 위반행위	1.6%~2.0%	1.8%~2.0%
중대한 위반행위	0.8%~1.6%	1.5%~1.8%
중대성이 약한 위반행위	0.1%~0.8%	1.0%~1.5%
		0.1%~1.0%

현행 고시는 사업자가 조사와 심의 각각에 대하여 협조한 경우, 과징금을 각 10%(총 20%) 감경할 수 있도록 정하고 있으나, 개정 고시는 조사부터 심의까지 모두 협조한 경우에만 10% 이내로 과징금을 감경할 수 있도록 한다. 한편, 과징금 감경을 받은 사업자가 소송 과정에서 진술을 반복하는 경우, 감경을 직권으로 취소할 수 있는 근거도 신설된다. 그 외에도 소비자의 피해를 보상하기 위한 사업자의 노력에 대한 감경을 최대 30%에서 10%로 낮추고, 외부기관 심의 또는 법률자문을 거치는 등 위법행위를 하지 않기 위해 상당한 주의를 기울인 사업자에 대한 감경 근거를 삭제한다. 공정위는 입법·행정예고 기간에 제출된 이해관계자, 관계 부처 등의 의견을 충분히 검토한 후, 법제처 심사 등의 절차를 거쳐 개정을 확정·시행할 계획이다.

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

# [ 기사형광고 심의 ]

2026년 2월(1차) 기사형광고 심의위원회는 총 934건을 심의하였으며, 이 중 '주의' 929건, '권고' 2건, '기각' 3건으로 결정되었다. 위반 조항별로는 1조(광고의 명시) 위반이 123건, 3조(오인 유도 표현 금지) 위반이 929건이었다.

업종별로는 유통 업종이 187건으로 가장 많았고, 식품·음료 128건, 서비스·오락 127건, 금융·보험·증권 119건, 건설·건재 114건 순이었다. 특히 이번 제1차 심의는 1월에 발간된 중앙일간지의 기사형광고 모니터링을 바탕으로 진행되었다.

한편, 심의위원회의 모니터링 매체 수는 2026년 245종(중앙일간지 50종, 지역일간지 113종, 잡지 82종)으로 확대되었다. 이는 비심의 기사형광고에 대한 감시를 강화하고, 기사형광고에 대한 경각심을 높이기 위한 조치이다. 기사형광고 계도의 목적은 독자의 피해를 예방하고, 언론사의 신뢰도 제고 및 광고 품질의 향상을 도모하는 데 있다.

## ● 2026년 2월(1차) 심의결정 통계

### 기사형광고 심의 상정안건

세칙별 분류	계
1조(광고의명시) 위반	123
3조(오인유도표현금지) 위반	929

※ 중복위반건, 기각건이 있어 상정 건수와 차이가 있음

결정별 분류	계
주의	929
권고	2
기각	3
총 결정건수(권고, 기각포함)	934
총 위반건수	929

### 기사형광고 심의 매체별 통계

매체 분류		주의	권고	기각
신문	일반지	434	2	-
	경제지	368	-	3
	스포츠지	45	-	-
	전문지	2	-	-
	지역지	-	-	-

### 업종별 통계

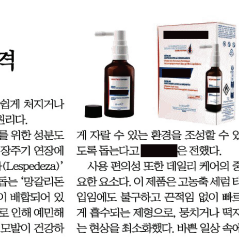
업종별 분류	계
기초재	0
식품/음료	128
가정용품	14
제약/의료기기	39
건강관련용품	2
화장품/세제	13
전기/전자	17
수송기기	41
화학/공업	0
건설/건재	114
출판/교육	21
의류/섬유	19
유통	187
금융/보험/증권	119
서비스/오락	127
관광서/단체	0
의료	66
그룹/기타	27
총 상정건수	934

※ 상정안건 1건에 업종분류 2건인 경우가 있어 총 결정건수와 차이가 있을 수 있음

● 심의 사례

1. [가명] 부는 겨울철은 피부... [가명] 모발케어 화장품... 겨울철 건조한 피부에...

겨울철 건조한 피부에... 모발케어 화장품... 겨울철 건조한 피부에...



겨울철 건조한 피부에... 모발케어 화장품... 겨울철 건조한 피부에...

3. [가명] 요실금·근육통 걱정없이... '가명'로 집에서 헬스케어

[가명] 15분 좌파로 케겔운동 효과... 요실금·근육통 걱정없이... '가명'로 집에서 헬스케어

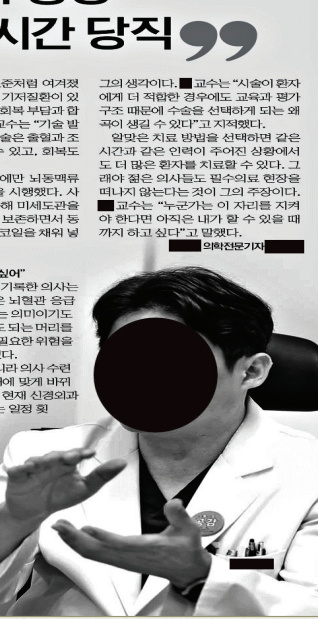
요실금·근육통 걱정없이... '가명'로 집에서 헬스케어... 집에서 헬스케어



4. 뇌질환 응급 환자는 시간이 생명 환자 돌려보낼 수 없어 24시간 당직

신경외과 교수 [가명] 뇌질환 응급 환자는 시간이 생명 환자 돌려보낼 수 없어 24시간 당직

신경외과 교수 [가명] 뇌질환 응급 환자는 시간이 생명 환자 돌려보낼 수 없어 24시간 당직



2. [가명] - <편측성 안면 연축>편... [가명] 하듯 는 떨림, 마그네슘 부족 탓 아니다

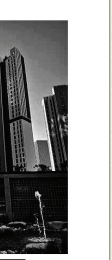
[가명] 하듯 는 떨림, 마그네슘 부족 탓 아니다... 편측성 안면 연축



[가명] 하듯 는 떨림, 마그네슘 부족 탓 아니다... 편측성 안면 연축

5. [가명] 1구 첫 스카이라이프 아파트 20일부터 입주

[가명] 1구 첫 스카이라이프 아파트 20일부터 입주... 서울 송파구 첫 스카이라이프 아파트



[가명] 1구 첫 스카이라이프 아파트 20일부터 입주... 서울 송파구 첫 스카이라이프 아파트

● 근거 규정 본 기구 기사형광고 편집기준 제1조 및 제3조

- 01 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 '김○○ 기자' 삽입)
02 편집기준 제3조 위반(기사오인유도표현 '전○○ 기자' 삽입)
03 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 '이○○ 기자' 삽입)
04 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 '안○○ 기자' 삽입)
05 편집기준 제1조 및 제3조 위반(광고미표시 및 기사오인유도표현 '전○○ 기자' 삽입)

# [ 인쇄매체광고 심의 ]

2026년 2월(1차) 인쇄매체광고 심의에서는 총 108건의 심의 결정이 내려졌다. 업종별로는 의료 광고가 45건으로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 식품·음료 17건, 그룹·기타 16건이 그 다음으로 많았다. 이어서 화장품·세제 11건, 건강관련용품 10건, 제약·의료기기 6건 순으로 집계되었으며, 건설·건재, 출판·교육, 서비스·오락 광고는 각각 1건으로 확인되었다. 심의 결정별로는 광고수정 결정 34건, 주의·경고 및 광고수정 결정 21건, 광고중지 결정이 53건이었다.

위반 사례가 가장 많이 확인된 업종은 의료 광고이다. 의료 광고의 경우, 사전 심의가 필수인 광고물에 ‘의료광고심의필증 번호’를 표시하지 않은 사례가 다수를 차지했다. 이에 따라 의료법을 위반한 광고는 관계기관에 전달하고, 향후 구체적인 처리 결과에 대한 회신을 요청할 예정이다. 그 외 심의 결정 건에 대해서는 광고주의 자율적 계도를 촉진하고자 각각 안내 및 통보하였다.

## ● 2026년 2월(1차) 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	17	0	7	10	0	0	0
가정용품	0	0	0	0	0	0	0
제약(의료기기)	6	0	0	0	6	0	0
건강관련용품	10	0	10	0	0	0	0
화장품·세제	11	0	0	10	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	1	0	1	0	0	0	0
출판·교육	1	0	0	1	0	0	0
의류·섬유	0	0	0	0	0	0	0
유통	0	0	0	0	0	0	0
금융·보험·증권	0	0	0	0	0	0	0
서비스·오락	1	0	1	0	0	0	0
공공서·단체	0	0	0	0	0	0	0
의료	45	0	0	0	45	0	0
그룹·기타	16	0	15	0	1	0	0
계	108	0	34	21	53	0	0

### 심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	108
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	1
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	63
주장의 무입증(11조)	45
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)	7
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	10
효능효과 과산·과장(34조)	10
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	11
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	51
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)	0
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	1
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	307

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

● 심의 사례

**1 남성 파워 UP! “ ”**

**강한 남자의 자신감!**

**일있고 강한 탄력!**

약을 먹지 않아도 수술을 하지 않아도 뿌리기만 하면 커지고 단단해지고 오래 오래 지속할 수 있는 특수 성기능 개선제입니다.

**강력함의 느낌이 다르다!!**

“ ”는 인체에 무해한 천연성분으로 구성되어 있어 피의 흐름을 빠르게 하여 최대의 크기로 만들어 줍니다.

**뿌리기만 해도 놀라운 효과!!!**

근발초꽃 · 벤타민 · 커먼자스민 추출물, 핵사 펩타이드-9의 효능이 추가된 업그레이드 제품. \* 뿌린후 5~10분 후면 큰 변화가 생깁니다. (개인별 차이가 있음)

**※ 이제는 먹지않고 뿌린다! 뿌린후~!!**

- ★ 하루 1분 마사지로 지속시간 연장!
- ★ 하루 5분 마사지로 우람하게 변화하는 놀라움!!
- ★ 하루 10분 마사지로 강한 강직도 상승!!!

**상담 문의**

**3 비 880만원(카드 분납 가능)이면 매월 270만원 이상 평생 수익**

당 동종은 유명 “임세버섯”을 재배하는 농장 “ ”입니다. NAVER에서 “임세버섯” 검색해보시면 미국 FDA에서 항암보조치료제로 승인을 내었고, 미국 암협회에서도 항암 대체치료제로 인정을 하였습니다. 맑은 청일 빛깔과 건강에 장담 좋은 “항암버섯”입니다.

양양 양문초 과반이신만 주소 화성입니다. 세종대왕릉에 배로 간접배송된 “임세버섯”입니다. (자정음향기 비)

“임세버섯”은 살균이랑 판매할 식당 가까운 곳에서 거주하시는 분이나 식사 식당, 수급 관리가 적합합니다. 이에 내 주변 식당 10곳에 “임세버섯”의 진열, 수급 관리 하신 지역 대표님을 모집합니다.

지역 대표님의 업무: 본사가 전부 개설해준 식당 10곳에 “임세버섯”을 진열 분장고에 진열 업무, 판매 된 “임세버섯” 수급 업무 등 편의 업무입니다. 일주일에 2, 3번 시간이 있는 아메나 방문하면 됩니다.

지역 대표님 수익: 시중가 판매금액 1박 18,000원 파리를 지역 대표님이 관리하는 식당은 1박 10,000원에 대박 할인하여 합니다. 지역 대표님에게는 1박당 6,000원 공급합니다. 대표님의 수익은 1박 당 4,000원입니다. 식당에 2,500원의 수익을 드리고 지역 대표님의 수익은 1박당 1,500원입니다. 현재 식당 1곳 당 하루 6박은 벌리고 있습니다. 10박 이상 벌리는 곳도 있습니다.

6박 벌에 기존 하면 지역 대표님의 월별 수익은 식당 1곳 당 9,000원입니다. 9,000원 x 월 30일이면 월 수익 270,000원입니다. 관리 식당 10곳이면 225,000원 x 10곳은 매월 270만원 이상입니다. 더 벌리는 곳도 있습니다. 또한 등산은 판매는 만세라 부가세가 없습니다.

지역 대표님의 창업 비용: 880만원(카드 24개월 가산) 내 지역 관리 식당 10곳 “임세버섯” 판매 개설 계약 완료. 소식이 잘되고 10여, 진행 완료한 “임세버섯” 200여, “임세버섯” 200여, 식당에 홍보할 포스터 100장 등 전부 포함 창업 비용입니다. 또한 지역 대표님의 안정을 위해 6개월내에 창업 비용 미 회수 시 환불합니다.

치킨집 처리는 매도 1억5천만원 이상 뜬다고 합니다. 1억5천만원 뜬에서 공영위도 쉬지도 못하면서 하루 12시간 넘게 일해도 가짜가는 돈은 300만원이 안된다고 합니다.

창업 비용 880만원이면 하루 2시간, 주2일 만 일해도 편하게 매월 270만원 이상 수익입니다. “임세버섯” 가지고 방문 드려 맛보여 드렸습니다. 부담 없이도 드려니 편하게 신청하세요.

**2 진동건강 워킹화**

진동건강 워킹화

한국의국 국내 제작 수제작

**50% 할인**

할인 기간: ~ 12월 31일 까지

230 - 280  
356,000원 → 198,000원

프리미엄 워킹화 특허 진동침 4개 탑재!  
4개의 진동 에너지가 선사하는 강력한 변화를 직접 느껴보세요.

**01 세포 활성화에 도움**

10~15Hz의 낮은 진동이 세포를 활성화하여 건강한 세포로 만들어 신진대사를 유지하는 특성을 가지고 있습니다. (에너지저장장치 탑재)

**02 자기진동의 효과**

3200가우스의 영구자석 9개의 자기장인 영역이 활동력을 촉진시켜주고 혈류량을 개선하는 등의 도움을 줍니다.

**03 충격 분산에 도움**

진동에너지의 공명효과를 이용해 근육의 피로를 감소시키는 물론 인체의 활동을 돕는 ENERGY RETURN ACTIVE SYSTEM의 특성을 가지고 있습니다.

**04 신체 균형 조절 향상에 도움**

진동 운동을 통해 자라온 주어진 신체 균형을 조절하여 항중력작용을 극대화하여 보강되었습니다.

구매 문의 (부사직원 1번 출구 인)

**4 남성의 중심에 착용하는 광테라피 대바이스 “ ”**

630nm 적색광과 850nm 근적외선으로 매일 단 15분 원터치로 간편하게 다시 예전의. 당신으로

을 함께 사용합니다.  
적색광 (630nm ~ 635nm): 피부 진피층까지 침투하여 콜라겐 및 엘라스틴 생성을 촉진하고 연조직 탄력을 도울 수 있는 것으로 알려져 있습니다. 근적외선 (850nm): 피부 깊은 곳 (4cm 이상)까지 침투하여 혈액 순환 촉진 및 재생을 돕는 과정으로 알려져 있습니다. 총 광에너지 LED: 적색광 2개, 근적외선 16개 등 총 40개의 LED를 사용하여 광선을 조사합니다.

**2024 CES 혁신상 수상**

남성 건강, 배뇨 건강 등 남성 비뇨기계 관련 건강 관리를 목적으로 합니다. 광선 조

• **확충형/휴대형 디자인**: 남성 신체 특정 부위에 착용하여 사용하는 휴대용 기기로 설계되었습니다. 특히 화장실 속으로 착용 여하와 관계없이 안정적으로 고정되는 힌지 구조가 특징입니다.  
• **사용 편의성**: 무선 및 휴대형 설계로 언제 어디서든 사용이 간편하며, 작동 상태를 직관적으로 확인할 수 있습니다.  
• **수상 및 마케팅**: CES 혁신상 수상: CES 2024에서 혁신상을 수상한 이력을 바탕으로 글로벌 시장을 겨냥하고 있습니다. 광테라피 대바이스는 일반적인 LED 마스크(얼굴 피부 미용)와 달리, 630nm과 850nm 파장의 LED 광선을 활용하여 남성 건강, 배뇨, 관리에 특화된 착용형 웨어러블 기기입니다.

남성을 위한 약은 내성이 생길까 걱정되고, 할기한 스테이너를 위한 기존의 방식들은 비용과 부피가 고민되고, “하루 15분

그런데 신장에 자신있게 제안합니다.

남성의 중심에 하루 15분

자문단: 대학병원 비뇨기과 의사, 교수, 대학병원 정형외과 의사, 교수, 국립대학교 의학대학 박사, 임명위원 (박사)

본 제품은 남성에게 전방기입으로 무제한 연구 개발로 국내외의 인정을 받은 제품입니다.

UNFC, CE, EU RoHS, Korea KC

(제품구성)

문의: [ ]

● 주요 문제표현 및 관련 규정

- 01 “남성 파워 UP”(이)라는 식품 광고에서 “강한 남자의 자신감!” 등 [화장품법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제8조, 제10조, 제11조, 제35조]
- 02 “진동건강 워킹화”(이)라는 건강관련제품 광고에서 “세포 활성화에 도움” 등 [의료기기법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]
- 03 “창업비 880만원이면 매월 270만원 이상 평생 수익”(이)라는 그룹기타 광고에서 “항암보조치료제로 승인을 내었고, 미국 암협회에서도 항암 대체치료제로 인정을 하였습니다.” 등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조]
- 04 “카이사르”(이)라는 건강관련제품 광고에서 “배뇨 건강 등 남성 비뇨기계 관련 건강 관리를 목적으로 합니다.” 등 [의료기기법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]

# 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)

스팸광고(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)

스팸광고(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.