



73

Korea Advertising Review Board 07/08 2026 Vol.73

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.



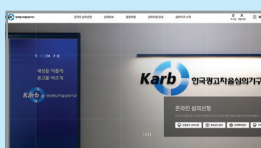
광고심의정보 콘텐츠 강화에 주력하였습니다.

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.

1. 2026 AI 광고자율심의 국제 컨퍼런스 개최 예정



DAY 1 - 9/10 THURSDAY	
광고자율심의의 현재, 글로벌 현황과 한국의 과제	
13:00-13:20	개회사
13:20-14:00	기조연설
14:00-15:20	세션 1 주요국 최신 광고자율심의 현황 및 사례 메리 앵글, 차로 페르난도 마가르소
15:50-16:30	세션 2 국내 광고자율심의의 현주소와 주요 쟁점 편도준
17:00-18:00	세션 3 글로벌 기준과 국내 기준의 조화 및 협력 방안
18:30-20:30	저녁 식사 * 식사는 호텔에서 제공됩니다.

DAY 2 - 9/11 FRIDAY	
광고자율심의의 미래, AI 기술 혁신과 글로벌 거버넌스	
10:30-10:40	Day1 요약
10:40-12:00	세션 4 AI 기반 광고자율심의 시스템의 혁신과 한계 오토 판 데르 하르스트, 아담 데이비슨
12:00-13:30	점심 식사 * 식사는 호텔에서 제공됩니다.
13:30-14:50	세션 5 글로벌 플랫폼 디지털 광고와 규제 정합성 확보 방안 마니샤 카푸르, 투도르 만다
15:20-16:50	세션 6 미래 전략: 지속 가능한 AI 광고 거버넌스 체계 구축
17:20-17:30	폐회사

한국광고자율심의기구가 주최하는 ‘2026 AI 광고자율심의 국제 컨퍼런스’가 오는 9월 10일(목)부터 11일(금)까지 서울 더 플라자(The Plaza) 호텔에서 개최된다. 이번 컨퍼런스는 ‘국제 협력과 AI 기반 국제광고자율심의의 미래’를 주제로, AI 기술 확산에 따른 광고환경 변화에 대응하기 위한 국제 공조 체계를 논의하는 자리이다. 국제광고자율심의협회(ICAS)를 비롯하여 미국, 영국, 벨기에, 네덜란드, 스페인, 인도 등 주요 광고자율규제기관 대표들이 참석해 각국의 AI 광고 심의 사례와 정책 경험을 공유하고, 글로벌 협력체계 구축 방안을 논의할 예정이다. 한국광고자율심의기구에서는 편도준 사무총장이 국내 광고자율심의의 현주소와 주요 쟁점에 관해 이야기한다. 컨퍼런스 일정은 아래와 같다.

■ 9/10(목) [DAY 1]

시간	내용	연사
13:00-13:20	개회사 및 환영사	남영진 (KARB 회장), 국내 주요 인사
13:20-14:00	AI 기술에 따른 광고 생태계 변화와 자율심의의 가치	Hilary Souter (ICAS 회장) Guy Parker (ICAS Thinktank 의장 UK ASA 회장)
14:00-15:20	주요국(EU·미국 등) 최신 광고자율심의 현황 및 사례	Mary K. Engle (BBBNP, USA) Charo Fernando Magarzo (Autocontrol, Spain)
15:50-16:30	국내 광고자율심의의 현주소와 주요 쟁점	편도준 (KARB 사무총장)
17:00-18:00	글로벌 기준과 국내 기준의 조화 및 협력 방안	Sibylle(사회자), Charo, Mary, 편도준, Hilary,
18:30-20:30	공식 만찬	

■ 9/11(금) [DAY 2]

시간	내용	연사
10:30-10:40	Day 1 Recap & Opening Remarks	편도준 (KARB 사무총장)
10:40-12:00	AI 기반 광고자율심의 시스템의 혁신과 한계	Otto Van der Harst (SRC, The Netherlands) Adam Davison (ASA, UK)
12:00-13:30	공식 오찬	
13:30-14:50	글로벌 플랫폼 디지털 광고와 규제 정합성 확보 방안	Manisha Kapoor (ASCI, India) Tudor Manda (EASA)
15:20-16:50	지속 가능한 AI 광고 거버넌스 체계 구축	Sibylle(사회자), Otto, Manisha, Tudor, 공정거래위원회 정보보호국장
17:20-17:30	컨퍼런스 성과 정리 및 폐회 선언	남영진 (KARB 회장)

특히 이번 컨퍼런스에서는 마지막 순서로 “AI 광고자율심의 서울 선언”을 발표할 예정인데 서울 선언은 AI 시대 광고의 신뢰성과 책임성을 확보하기 위한 국제 공동 원칙을 담은 세계 최초 수준의 AI 광고자율심의의 공동 선언으로, 향후 국제 광고 거버넌스 구축의 중요한 기준이 될 것으로 기대된다.

2. 컨퍼런스 진행자 및 발표자 약력

이번 컨퍼런스의 토론 및 발표자 약력은 다음과 같다.

이들간 토론 진행을 맡은 사회자 Sibylle Stanciu를 비롯해, <DAY 1>, <DAY 2> 발표자 및 토론자를 차례로 소개한다.

Day 1



토론 사회자 Sibylle Stanciu

■ (現) International Council for Advertising Self-Regulation (ICAS) & ICAS Global Think Tank, Director



Hilary Souter

■ (現) Advertising Standards Authority (ASA, New Zealand), Chief Executive



Guy Parker

■ (現) ASA (UK), Chief Executive



Mary K. Engle

■ (現) BBB National Programs(BBBNP, USA), Executive Vice President



Charo Fernando Magarzo

■ (現) Association for the Self-Regulation of Commercial Communication (AUTOCONTROL, Spain), Deputy Director General



편도준

■ (現) 한국광고자율심의기구 사무총장

Day 2



Adam Davison

■ (現) ASA, Director of Data Science team Development of an Active Ad Monitoring System (AAMs), Maximization of Regulatory Efficiency



Otto van der Harst

■ (現) Stichting Reclame Code (SRC, Netherlands), Director & CEO



Manisha Kapoor

■ (現) The Advertising Standards Council of India (ASCI), CEO



Tudor M. Manda

■ (現) EASA, Deputy Head of Office & Self-Regulation Development Manager

컨퍼런스 참가 신청은 한국광고자율심의기구 홈페이지(www.karb.or.kr)를 통해 진행되며 티켓은 1일권(150,000원)과 2일권(270,000원)으로 판매 중이다.

3. 2026년 광고제작 실무종사자 하반기 광고심의교육

하반기 '광고제작 실무 종사자를 위한 광고심의교육'이 오는 10월 29일(목) 진행될 예정이다. 이번 교육도 상반기 교육과 같은 장소인 한국광고문화회관에서 진행될 예정이며 자세한 일정과 참가 신청 방법은 추후 한국광고자율심의기구 홈페이지에 공지될 예정이다.

01

표시·광고 실증에 관한 운영 개정안 행정예고

AI 등 신기술 제품 실증 의무, 실증자료 제출 연장사유 구체화 및 기간 단축 / 사업자 스스로 검증할 수 있는 체크리스트 마련·제시

공정거래위원회 2026.06.23. 보도자료 일부 발췌

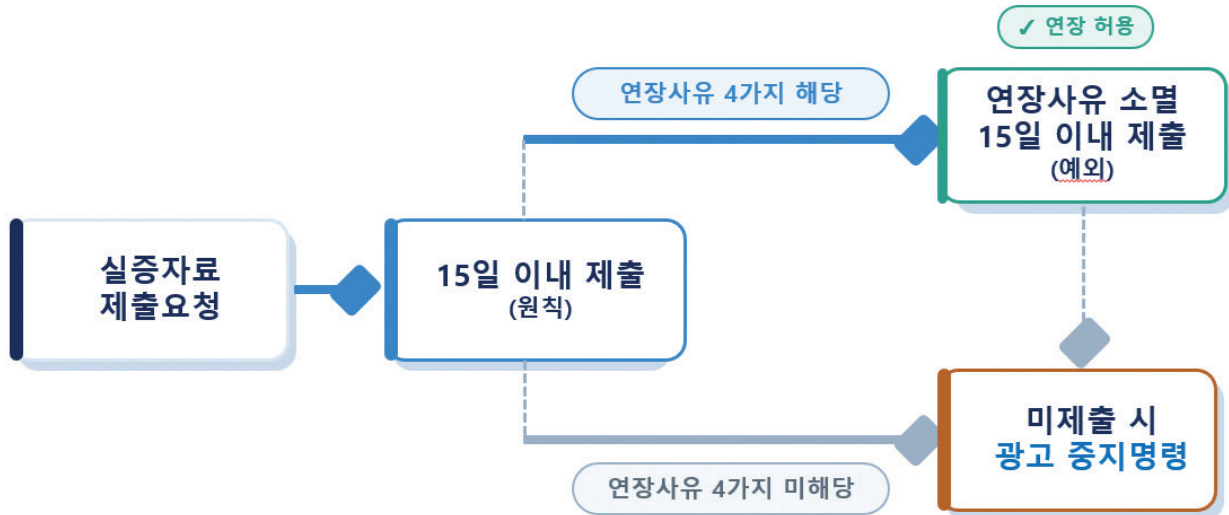
■ 공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 '공정위')는 인공지능(이하 'AI') 등 신기술 제품의 성능 광고 시 실증 의무를 명시하고, 실증자료 제출기간 연장사유를 구체화하는 한편, 연장 제출기간을 단축하고 사업자 체크리스트를 신설하는 내용의 '표시·광고 실증에 관한 운영'(이하 '실증고시') 개정안을 2026. 6. 23.부터 2026. 7.13.까지 행정예고한다고 밝혔다.

■ 표시·광고 실증제도는 사업자가 표시·광고에서 주장하는 '사실'에 대해 입증책임을 지도록 하여 법 위반 여부를 신속하게 판단하기 위한 제도로, 실증고시는 실증자료의 요청, 심사 및 처리 등 운영에 관한 세부 기준을 정하기 위한 목적으로 제정된 규정이다.

■ 공정위는 실증고시 운영의 실효성을 제고하기 위하여 ① 실증자료 제출 대상 명확화, ② 실증자료 요청 및 제출 프로세스 구체화, ③ 사업자 예측 가능성 제고 측면에서 고시 개정을 추진하고자 한다.

■ 우선 최근 AI 성능을 강조하는 제품·서비스가 지속 출시됨에 따라 AI 기능 등 신기술 광고 시에도 사전 실증이 요구됨을 명확히 하였다. 그리고 그 간 심결례*를 통해 인체, 안전문제, 성능과 관련하여 중요하게 실증이 요구되는 제품과 관련한 '집중력과 기억력을 향상시키는', '인체에 무해한 원료', '깃털 ○○%', '성적 향상 1위' 등의 표현을 예시로 추가하였다.

실증자료 제출 요청, 제출기간 연장 및 미제출 시 절차



■ 한편, 사업자 등이 “광고하는 사실을 입증해야 한다”는 사실을 명확하게 인지하고 실증방법 및 판단기준을 스스로 점검할 수 있도록 표시·광고 실증방법 및 확보, 자료제출에 대한 사업자 체크리스트를 마련·보급하였다.

■ 이번 고시 개정을 통해 실증자료 제출 대상을 명확히 하는 동시에, 실증자료 판단기준을 정비하고 그간 심결례 내용 등을 반영하여 제도의 실효성이 한층 높아질 것으로 전망된다. 아울러 법 위반 예방을 위한 구체적 기준을 제시함으로써 위반행위를 사전에 방지하고, 소비자 피해를 효과적으로 예방하는 데에도 기여할 것으로 기대된다.

■ 앞으로 공정위는 행정예고 기간 동안 이해관계자, 관계 부처 등의 의견을 충분히 수렴한 후, 전원회의 의결 등 관련 절차를 거쳐 개정안을 확정하고 이를 시행할 예정이다.

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

02

식약처, 마약류 성분 내세운 식품 온라인 부당광고 60건 적발

의약품·건강기능식품 오인 광고와 질병 예방·치료 효능 표방 등 집중 점검 / 사이트 접속차단 및 관할 행정기관에 행정조치 요청

식품의약품안전처 2026.07.07. 보도자료 일부 발췌

■ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 일반식품에 마약류 성분인 테트라하이드로칸나비놀(THC) 등의 명칭이나 함량을 표시·광고*한 온라인 판매 게시물을 집중점검한 결과, 총 60건을 적발해 관계 기관에 접속차단과 행정조치를 요청했다고 밝혔다.

*「식품등의 부당한 표시 또는 광고의 내용 기준」 시행(2026.1.1.)

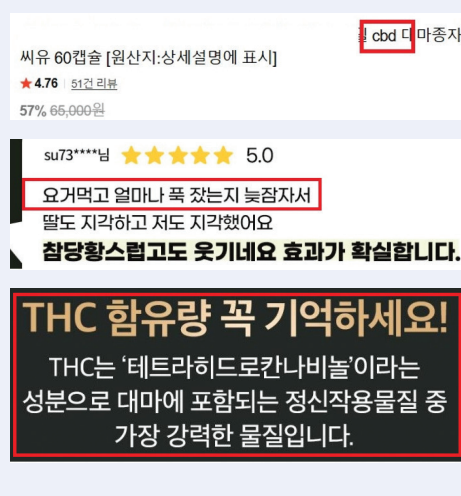
- 식품등에 포함되어서는 안 되는 마약류 성분(테트라하드로칸나비놀 등)임에도 천연적으로 극미량 존재하는 성분의 명칭이나 함량을 나타내는 표시·광고 금지

■ 주요 위반 사항은 의약품 성분인 ‘카나비노이드’를 표시하는 등 의약품으로 오인·혼동 시킬 우려가 있는 광고 38건(63.3%) / ‘THC’ 등 명칭 사용 및 체험기 등을 이용해 소비자를 기만한 광고 11건(18.3%) / ‘수면’, ‘햄프씨드다이어트’, ‘면역강화’ 등 건강기능식품으로 오인·혼동 시킬 우려가 있는 광고 8건(13.3%) ▲‘항암’, ‘치매예방’, ‘비염’ 등 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 오인·혼동 시킬 우려가 있는 광고 3건(5.0%) 등이다.

■ 아울러 식약처는 온라인 부당광고가 다양한 형태로 확산되고 있는 점을 고려하여, 이달 중 유튜브 등 사회관계망서비스(SNS)에서 AI 활용 영상형 광고의 부당광고 여부 등에 대한 집중점검을 실시할 계획이다.

■ 식약처는 앞으로도 국민 관심이 높은 식품에 대한 온라인 부당광고와 불법판매 행위를 지속적으로 점검해 소비자 피해 예방을 위해 최선을 다하겠다고 밝혔다.

구분	위반 표현
질병 예방·치료 효능 표방	
의약품 오인·혼동	

구분	위반 표현
건강기능식품 오인·혼동	
소비자 기만	

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

03

후기인 척, 광고 아닌 척...성형외과 뒷광고 제재

3개 성형외과의 수술 후기 기만 광고에 대해 시정명령 및 공표명령 부과 **공정거래위원회** 2026.03.05. 보도자료 일부 발췌

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 3개 성형외과의원(이하 ‘성형외과’)이 홍보모델(소비자)에게 수술비 할인 등 대가를 지급하고 성형 수술 후기를 의료비용 앱, 인터넷 게시판(이하 ‘인터넷 카페’) 및 병원 누리집에 작성하게 하였음에도 해당 후기에 경제적 이해관계를 누락하여 소비자를 기만한 광고 행위(「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 ‘표시광고법’) 제3조 제1항 제2호)에 대해 시정명령 및 공표명령을 부과하기로 결정하였다.

■ 3개 성형외과는 2018년부터 현재까지(‘26.5.29) 자신의 누리집을 통하여 선발한 홍보모델에게 수술비용 할인의 대가로 의료비용 앱, 인터넷 카페에 수술 전 상담 및 수술 후 이용 후기를 게시하도록 하면서 해당 후기에 경제적 이해관계를 기재하도록 하지 않았다.

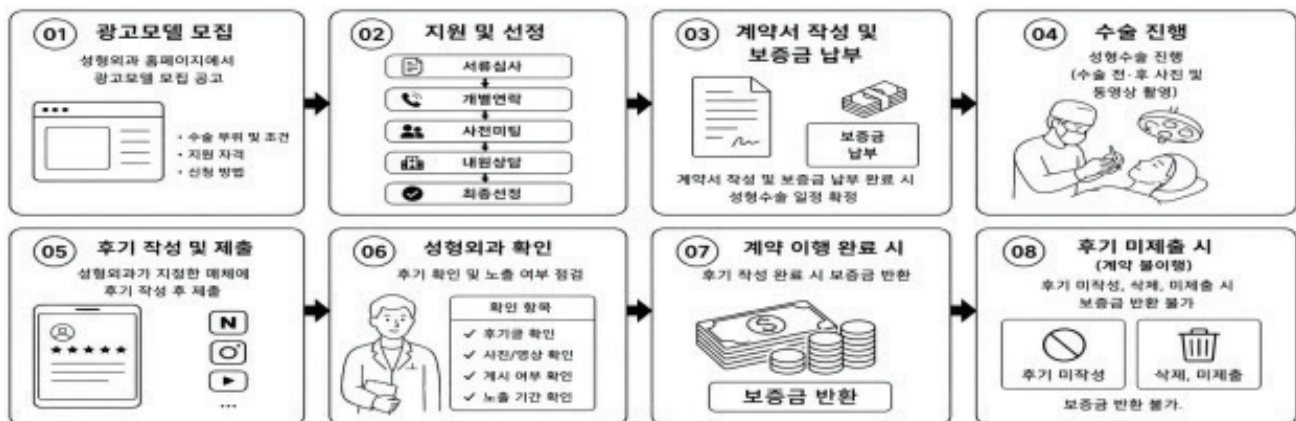
■ 공정위는 이와 같은 광고 행위가 소비자들에게 경제적 이해관계 없이 자발적으로 작성된 후기로 오인하게 하여 소비자의 합리적 구매 선택을 방해하였으므로 표시광고법 제3조 제1항 제2호의 '기만적인 표시 광고'에 해당한다고 판단하였다. 이에 따라 해당 3개 성형외과에 대해 시정명령 및 공표명령을 부과하였다.

■ 한편, 수술 후기는 소비자들이 성형외과를 선택할 때 매우 중요하게 고려하는 요소에 해당하기 때문에 최근 성형외과가 수술 후기를 이용하여 광고하는 사례가 많다. 공정위는 이러한 시장 상황을 고려하여 앞으로 반복하여 본 건과 같은 행위가 발생하지 않도록 지난 6월 11일(목)에 성형외과 의사회, 대한의사협회와 간담회를 개최하여 현행 표시광고법 규정 및 위반사례를 안내하고 법 준수를 주의 촉구하였다.

■ 이번 조치는 경제적 대가를 지급받고 후기를 작성하였으면서도 이러한 사실을 밝히지 않는 경우 실제 수술을 받은 소비자가 작성한 후기일지라도 기만 광고에 해당함을 명확히 했다는 점에서 큰 의미가 있다.

■ 공정위는 앞으로도 SNS, 온라인 플랫폼 등 다양한 홍보 경로를 상시 점검하여 소비자를 기만하고 합리적 선택을 방해하는 부당한 광고 행위를 지속적으로 감시하고 위반행위 적발 시 엄중 제재할 계획이다.

광고 흐름도



■ (기만성) 수술 후기가 경제적 대가를 지급받고 작성되었는지 여부는 소비자들이 성형외과를 선택할 때 중요한 영향을 미치는 정보임에도 이를 누락

- 성형수술을 받은 소비자들이 자발적이고 객관적으로 수술 후기를 작성한 것처럼 후기를 게재하여 성형외과를 광고

■ (소비자 오인성) 경제적 이해관계 없이 객관적으로 작성된 수술 후기로 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려

■ (공정거래저해성) 성형수술 받을 성형외과를 선택함에 있어 소비자의 합리적인 구매결정을 방해하여 관련시장에서 공정한 거래질서를 저해할 우려

제3조(부당한 표시·광고 행위의 금지)

① 사업자들은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 행위를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 하여서는 아니된다.

1. 거짓·과장의 표시·광고
2. 기만적인 표시·광고
3. 부당하게 비교하는 표시·광고
4. 비방적인 표시·광고

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

[기사형광고 심의]

2026년 5월-6월(6-9차) 기사형광고 심의위원회는 총 4433건을 심의하였으며, 이 중 '주의' 4414건, '권고' 3건, '기각' 16건으로 결정되었다. 위반 조항별로는 1조(광고의 명시) 위반이 812건, 3조(오인 유도 표현 금지) 위반이 3602건이었다. 업종별로는 의료 업종이 601건으로 가장 많았고 서비스·오락 561건, 유통 536건, 식품·음료 528건, 금융·보험·증권 458건, 건설·건재 450건, 수송기기 313건 순이었다. 제6차 기사형광고 심의회의에서는 만나게 벗어나게 시리즈 총 3건에 대하여 광고로 오인케 할 소지가 있는 식당 상세 소개 표현 및 이미지에 대해 어떻게 판단할 것인가 논의 하였다. 위원회에서는 지역활성화를 위한 지역 시리즈물로 판단에 따라 '기각' 결정하기로 하였다. 제7차 기사형광고 심의회의에서는 주류 광고로 오인케 할 소지가 있는 표현 및 이미지에 대해 어떻게 판단할 것인가 논의 하였다. 위원회에서는 지면에서 내용적으로는 문제가 없어 보이나 주류 상품 이미지가 마치 광고 형식처럼 게재된 것 같아 제품 이미지를 삭제하고 해당 내용을 매체사에게 전달하여 계도하는 차원에 '권고' 결정하기로 하였다.

● 2026년 5-6월(6-9차) 심의결정 통계

기사형광고 심의 상정안건

세척별 분류	계
1조(광고의 명시) 위반	812
3조(오인유도표현금지) 위반	3,602

※ 중복위반건, 기각건이 있어 상정 건수와 차이가 있음

결정별 분류	계
주의	4,414
권고	3
기각	16
총 결정건수(권고, 기각포함)	4,433
총 위반건수	4,414

기사형광고 심의 매체별 통계

	매체 분류	주의	권고	기각
신문	일반지	628	0	1
	경제지	1,653	1	2
	스포츠지	172	0	1
	전문지	24	0	0
	지역지	1,901	2	11
잡지	여성월간	1	0	0
	남성월간	4	0	0
	패션월간	2	0	0
	전문교양오락월간	0	0	1
	스포츠취미월간	2	0	0
	리빙유아월간	4	0	0
	시사교양주간	23	0	0
	지역일간	0	0	0
	총 건수	4,414	3	16

업종별 통계

업종별 분류	계
기초재	3
식품/음료	528
가정용품	75
제약/의료기기	211
건강관련용품	0
화장품/세제	52
전기/전자	172
수송기기	313
화학/공업	1
건설/건재	450
출판/교육	91
의류/섬유	105
유통	536
금융/보험/증권	458
서비스/오락	561
관공서/단체	0
의료	601
그룹/기타	276
총 상정건수	4,433

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

[인쇄매체광고 심의]

2026년 5-6월(6-9차) 인쇄매체광고 심의에서는 총 158건의 심의 결정이 내려졌다. 업종별로는 식품·음료 광고가 62건으로 가장 많았으며, 의료광고 25건, 그룹·기타 및 화장품·세제 각 12건, 제약·의료기기 8건, 건설·건재 및 유통 각 7건이며 건강관련용품 및 금융·보험·증권 각 6건, 그 뒤로 전기·전자 5건, 출판·교육 4건, 의류·섬유 3건, 가정용품 1건으로 집계되었다. 심의결정별로는 광고수정 결정 114건, 주의·경고 및 수정 결정 5건, 광고중지 결정이 39건이었다. 특히 화장품·세제 및 전기·전자 업종에서는 소비자를 오도하는 과장 표현이 주요 위반 사유로 지적되었다. 화장품 및 미용 기기 광고에서 ‘시술급 효과’, ‘피부과 관리의 대안’ 등 미용 기기의 범위를 벗어나 의료 시술 효과로 오인할 수 있는 표현이 다수 지적되었다. 또한 일반 화장품을 탈모 기능성 화장품으로 오인하게 만들거나 ‘문제성 두피 질환 해결’, ‘탈모 치료 및 방지’ 등의 의학적 표현을 사용하여 질병 치료제로 오인할 우려가 있는 표현들에 대해 개선 조치가 내려졌다.

● 2026년 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	62	0	59	3	0	0	0
가정용품	1	0	1	0	0	0	0
제약(의료기기)	8	0	0	0	8	0	0
건강관련용품	6	0	6	0	0	0	0
화장품·세제	12	0	10	2	0	0	0
일반산업기기	0	0	0	0	0	0	0
정밀사무기기	0	0	0	0	0	0	0
전기·전자	5	0	5	0	0	0	0
수송기기	0	0	0	0	0	0	0
화학·공업	0	0	0	0	0	0	0
건설·건재	7	0	7	0	0	0	0
출판·교육	4	0	4	0	0	0	0
의류·섬유	3	0	3	0	0	0	0
유통	7	0	7	0	0	0	0
금융·보험·증권	6	0	6	0	0	0	0
서비스·오락	0	0	0	0	0	0	0
관공서·단체	0	0	0	0	0	0	0
의료	25	0	0	0	25	0	0
그룹·기타	12	0	6	0	6	0	0
계	158	0	114	5	39	0	0

심의결정이유별 내용

결정이유	계
공정성·윤리성·합법성·인간의 존엄성·진실성 위반 표현(4~7조)	158
광고의 품위상실, 선정성 표현(8조, 18조)	0
광고주 불표시(9조)	0
소비자 오도 표현(10조)	133
주장의 무입증(11조)	88
추천, 보증(12조)	0
자료 등의 인용(15조)	0
부당비교 및 배타적 표현(16~17조)	6
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)	59
주류·담배광고의 부당표현(32조, 33조)	2
효능효과 과신·과장(34조)	13
화장품광고의 소비자 오인 표현(35조)	12
의약품 및 의료 광고 소비자 오도 표현(36조, 37조)	28
금융·투자자문업 광고 소비자 오도 표현(38조, 39조)	6
통신판매 광고 과장 표현(40조)	0
학원, 학습지 등 광고 과장표현(42조, 43조)	0
대리점 모집 광고 과장표현(44조)	7
부동산 광고 소비자 오도 표현(45조)	7
영화·비디오 광고 부당 표현(46조)	0
기타	0
계	519

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

2

의 판매수익금 전액은 장학사업에 쓰입니다.

✓ **기력**이 방전될 때

✓ **피로**가 짓누를 때

✓ **알부민** 필요한 때

의 연구노하우로 탄생한

- ▶ 흡수율이 높은 실크 알부민 16,000mg 함유
- ▶ 연세대학교 연세장활건강 특허물질 친숙질 함유
- ▶ L-아르기닌 150mg, 타우린 함유
- ▶ BCAA 필수아미노산, 비타민 · 미네랄 5종 함유
- ▶ 하루 한 포 간편하게 마시는 스틱형

**알부민
고함탕**
포 10개입

원리 설명

알부민은 세포의 기본 물질을 구성하는 단백질인 아미노산 열에 내성 단백질로 존재하며, 체내 여러 물질의 균형과 조성을 유지하고 영양기능을 가지고 있다. 그래서 생체조직과 세포의 흡수율 체내 알부민 생성 능력에 한계가 있으므로 건강하게 살아가기 위해서는 알부민의 적절한 보충이 필요하다.

3개월분(3박스/90포) 99,000원

문의 및 주문

당사者和 食品과학자연구의 식품 및 건강 연구 개발프로젝트
 연구수익금 전액이 장학사업에 쓰입니다.

신원카드 문의(02)3779-7799 | 택배비 4,000원 | 소비자 부담

4

관리의 차이가 수익의 차이!

공인중개사가 직접 운영하는

수익 중심 월세 운영 시스템

관리부터 수익까지! 전문가가 다르면 결과가 다릅니다!

1 관리의 전문성

관리처에 바로 접수하나요?

중개부서의 다지
불만도 드려요.

2 관리 주체 수에 따라
최고 8% 수익에 대한
확실한 통찰

최대 2% 수익도
확실하게 알아요.

3 모든 보증을 회사가
한거 아니에요.

선대리 후원장,
임대인 부담 있음

4 변호사 자문을
기본으로 진행하게
운영합니다.

법률가주 - 미납 - 민원
즉시 대응 - 해결.

5 서울·경기·인천 부산
등 대권도시 전지역

전국 모든 지역
운영 가능합니다.

✓ 공실 최소화 시스템으로 안정적 임대 유지

✓ 체계적인 관리로 임대료 상승의 극대화

✓ 장기 임대 유도 및 재계약률 향상

✓ 법륜, 세무, 관리까지 전문소속 통한 솔루션

**수익이
다르면
생활이
바뀔니다!**

네트워크

계좌로 정산하지 못해 입금한 임대인의 고충,
누가봐도 잘 알고 있습니다.

법륜 전문가가 월세 수익 백만 원까지 늘립니다!

* 우편 발송 최소금액이 많을수록 많은 신청을 통해 알립니다.

01	“북부 지업관리기 쉬안”(이)라는 건강관련제품 광고에서 “한의사 원장님의 추천 인터뷰” 등 [의료기기법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]
02	“연세 알부민 골드 플러스”(이)라는 식품·음료 광고에서 “알부민 고함량 16,000mg”등 [의료기기법, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제34조]
03	미공군 신축 렌탈하우스(실투자금 8천만원대 월세 180만원! 최대수익률 15%)”(이)라는 부동산 광고에서 “높은 수익률과 연금 같은 장기 수익”등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조, 제45조]
04	“수의 중심 월세 운영 시스템”(이)라는 그룹·기타광고에서 “관리 주택 수에 따라 최대 8:2 수익 배분”등 [표시·광고의 공정화에 관한 법률, 광고자율심의규정 제5조, 제10조, 제11조]

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.