



제433 회국회(임시회)
제1차보건복지위원회

식품 등의 표시·광고에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

〈AI 생성 가상의 전문가 광고 금지〉

- 김상훈의원 대표발의(의안번호 제15641호)
- 이주영의원 대표발의(의안번호 제15676호)

2026. 3.

보 건 복 지 위 원 회

수석전문위원 이지민

목 차

I . 개요	1
II . 주요 내용별 검토	3
1. AI 생성 가상의 전문가 광고 금지	3

I. 개요

1. 김상훈의원 대표발의안(의안번호 제2215641호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 김상훈의원 등 13인
- (2) 제 안 일 : 2025. 12. 26.
- (3) 회 부 일 : 2025. 12. 29.

나. 제안이유 및 주요내용

최근 인공지능(AI)을 활용하여 생성된 가상의 인간이 실제 전문가 행세를 하면서 식품 등을 추천하는 광고가 온라인 플랫폼을 통하여 언제 어디서나 쉽게 접근할 수 있도록 소비자에게 제공되고 있음.

이러한 광고는 소비자를 기만하는 행위로 소비자의 알권리와 선택권을 침해할 뿐 아니라 검증되지 않은 식품 등의 구입으로 인한 안전사고에 대한 우려도 존재하고 있음.

이에 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조 제5호에 따른 생성형 인공지능을 활용하여 생성한 영상으로서 의사 또는 식품등의 안전, 품질, 위생 등에 관한 전문가가 특정 식품등을 추천하거나 소개하는 것으로 오해할 우려가 있는 광고를 금지하도록 하려는 것임(안 제8조제2항 신설 등).

2. 이주영의원 대표발의안(의안번호 제2215676호)

가. 제안경위

(1) 제 안 자 : 이주영의원 등 12인

(2) 제 안 일 : 2025. 12. 29.

(3) 회 부 일 : 2025. 12. 30.

나. 제안이유 및 주요내용

최근 식의약품, 화장품, 의료기기 등의 광고에서 생성형 인공지능 기술이 빠르게 확산되면서, AI로 제작한 가짜 전문가가 제품을 추천하는 광고가 증가하고 있어 소비자 혼란을 가중시키고 있음.

타 분야에 대해서는 생성형 AI로 광고를 제작한 경우 생성형 AI 제작 표기를 의무화해야한다는 논의가 진행되고 있는 상황이나, 식의약품, 화장품 등의 경우 소비 연령이 전세대에 걸쳐있고 소비자의 신체와 건강에 직접적인 영향을 주는 제품으로 생성형 AI 제작 표기를 의무화하는 것만으로는 소비자 보호에 한계가 있을 것으로 보임.

이에 식품 등의 광고에 있어 인공지능 등으로 제작한 가짜 전문가가 제품을 추천하는 방식의 광고를 원천적으로 금지하여 소비자 안전과 권익보호를 강화하고자 함(안 제8조제1항제6호 신설).

II. 주요 내용별 검토

1. AI 생성 가상의 전문가 광고 금지

가. 개정안의 내용

□ 2건의 개정안은 인공지능(AI)를 활용하여 생성한 의사 등이 식품등을 추천하는 광고를 금지하려는 것임.

- 김상훈의원안은 생성형 인공지능을 활용하여 생성한 영상으로서 의사 또는 전문가가 특정 식품등을 추천·소개하는 것으로 오해할 수 있는 영상 사용 광고 금지(안 제8조제2항 신설)
- 이주영의원안은 인공지능등을 활용하여 생성한 의사·치과의사·한 의사·수의사 또는 그 밖의 자가 식품등의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 보증 등의 내용이 포함된 표시 또는 광고 금지(안 제8조 제1항제6호 신설)

현행	김상훈의원안	이주영의원안
제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① 누구든지 식품등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항에 관하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 <u>광고</u> 를 하여서는 아니 된다. 1. ~ 5. (생략) <u><신설></u>	제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① (현행과 같음) 1. ~ 10. (현행과 같음)	제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① (현행과 같음) 1. ~ 5. (현행과 같음) <u>6. 인공지능 등을 활용하여 생성한 의사·치과의사·한 의사·수의사 또는 그 밖의 자가 식품등의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 보증·추천·공인·</u>

현행	김상훈의원안	이주영의원안
6. ~ 10. (생략) <신설> ② 제1항 각 호의 표시 또는 광고의 구체적인 내용과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제14조(시정명령) 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 필요한 시정을 명할 수 있다. 1. 2. (생략) 3. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자 4. (생략) 제15조(위해 식품등의 회수 및 폐기처분 등) ① 판매의 목적으로 식품등을 제조·가공·소분 또는 수입하거나 식품등을 판매한 영업자는 해당 식품등이 제4조 제3항 또는 제8조제1항을 위반한 사실(식품등의 위해와 관련이 없는 위반사항은 제외한다)을 알게 된 경우에는 지체 없이 유통 중인	② 누구든지 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」 제2조제5호에 따른 생성형 인공지능을 활용하여 생성한 영상으로서 의사 또는 식품등의 안전, 품질, 위생 등에 관한 전문가가 특정 식품등을 추천하거나 소개하는 것으로 오해할 수 있는 영상을 사용하여 광고를 하여서는 아니 된다. ③ (현행과 같음) 제14조(시정명령) ----- ----- ----- ----- -----. 1. 2. (현행과 같음) 3. 제8조제1항 또는 제2항 ----- ----- 4. (현행과 같음) 제15조(위해 식품등의 회수 및 폐기처분 등) ① ----- ----- -----제4조 제3항, 제8조제1항 또는 제2항----- ----- -----	<u>지도 또는 인정하는 등의 내용이 포함된 표시 또는 광고</u> 7. ~ 11. (현행 제6호부터 제10호까지와 같음) ② (현행과 같음)

현행	김상훈의원안	이주영의원안
해당 식품등을 회수하거나 회수하는 데에 필요한 조치를 하여야 한다. ② (생략) ③ 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 영업자가 제4조 제3항 또는 제8조제1항을 위반한 경우에는 관계 공무원에게 그 식품등을 압류 또는 폐기하게 하거나 용도·처리방법 등을 정하여 영업자에게 위해를 없애는 조치를 할 것을 명하여야 한다. ④ (생략) 제16조(영업정지 등) ① 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 영업자 중 허가를 받거나 등록을 한 영업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 6개월 이내의 기간을 정하여 그 영업의 전부 또는 일부를 정지하거나 영업허가 또는 등록을 취소할 수 있다. 1. (생략) 2. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 경우 3. ~ 6. (생략) ② (생략) ③ 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장은 영업자 중 영업신고를 한 영업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 6개월 이내의 기간을 정하여 그 영업의 전부 또는 일부를 정지하거나 영	----- ----- ----- -----. ② (현행과 같음) ③ ----- ----- -----제4조 제3항, 제8조제1항 또는 제2항 ----- ----- ----- ----- ----- -----. ④ (현행과 같음) 제16조(영업정지 등) ① ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----. 1. (현행과 같음) 2. 제8조제1항 또는 제2항 ----- ----- 3. ~ 6. (생략) ② (현행과 같음) ③ ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----	

현행	김상훈의원안	이주영의원안
업소 폐쇄를 명할 수 있다. 1. (생략) 2. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 경우	-----. 1. (현행과 같음) 2. 제8조제1항 또는 제2항 ----- ---	
	부칙 이 법은 공포 후 3개월이 경과한 날부터 시행한다.	부칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

나. 검토의견

- 현행법 제8조는 누구든지 식품등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령¹⁾으로 정하는 사항에 관하여 부당한 표시 또는 광고행위를 하지 못하도록 규정하면서²⁾, 부당 표시 또는 광고의 구체적인 내용

1) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」

제2조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지 대상) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제8조제1항 각 호 외의 부분에서 “식품등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항”이란 다음 각 호의 사항을 말한다.

1. 식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물(이하 “식품등”이라 한다)의 명칭, 영업소 명칭, 종류, 원재료, 성분(영양성분을 포함한다), 내용량, 제조방법(축산물을 생산하기 위한 해당 가축의 사육방식을 포함한다), 등급, 품질 및 사용정보에 관한 사항
2. 식품등의 제조연월일, 생산연월일, 소비기한, 품질유지기한 및 산란일에 관한 사항
3. 「식품위생법」 제12조의2에 따른 유전자변형식품등의 표시 또는 「건강기능식품에 관한 법률」 제17조의2에 따른 유전자변형건강기능식품의 표시에 관한 사항
4. 다음 각 목의 이력추적관리에 관한 사항
 - 가. 「식품위생법」 제2조제13호에 따른 식품이력추적관리
 - 나. 「건강기능식품에 관한 법률」 제3조제6호에 따른 건강기능식품이력추적관리
 - 다. 「축산물 위생관리법」 제2조제13호에 따른 축산물가공품이력추적관리
5. 축산물의 인증과 관련된 다음 각 목의 사항
 - 가. 「축산물 위생관리법」 제9조제2항 본문에 따른 자체안전관리인증기준에 관한 사항
 - 나. 「축산물 위생관리법」 제9조제3항에 따른 안전관리인증작업장·안전관리인증업소 또는 안전관리인증농장의 인증에 관한 사항
 - 다. 「축산물 위생관리법」 제9조제4항 전단에 따른 안전관리통합인증업체의 인증에 관한 사항

2) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① 누구든지 식품등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항에 관하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

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

은 대통령령에서 정하고 있음.³⁾

- 아울러 제8조제1항제1호부터 제3호까지의 규정을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자에게는 10년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처하도록 하고(현행법 제26조), 같은 항 제4호부터 제10호까지의 규정을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자에게는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처하도록 하며(현행법 제27조), 시정명령, 회수 및 폐기처분, 영업정지·허가(등록)취소, 품목 제조정지 등 행정상 제재처분을 할 수 있도록 규정함⁴⁾.

-
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 제1항 각 호의 표시 또는 광고의 구체적인 내용과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

3) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」

제3조(부당한 표시 또는 광고의 내용) ① 법 제8조제1항에 따른 부당한 표시 또는 광고의 구체적인 내용은 별표 1과 같다.

[별표 1] 부당한 표시 또는 광고의 내용(제3조제1항 관련) 15p

4) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제14조(시정명령) 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게 필요한 시정을 명할 수 있다.

3. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자

제15조(위해 식품등의 회수 및 폐기처분 등) ① 판매의 목적으로 식품등을 제조·가공·소분 또는 수입하거나 식품등을 판매한 영업자는 해당 식품등이 제4조제3항 또는 제8조제1항을 위반한 사실(식품등의 위해와 관련이 없는 위반사항은 제외한다)을 알게 된 경우에는 지체 없이 유통 중인 해당 식품등을 회수하거나 회수하는 데에 필요한 조치를 하여야 한다.

제16조(영업정지 등) ① 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 영업자 중 허가를 받거나 등록을 한 영업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 6개월 이내의 기간을 정하여 그 영업의 전부 또는 일부를 정지하거나 영업허가 또는 등록을 취소할 수 있다.

2. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 경우

제17조(품목 등의 제조정지) ① 식품의약품안전처장, 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 영업자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 식품등의 품목 또는 품목류(「식품위생법」 제7조·제9조 또는 「건강기능식품에 관한 법률」 제14조에 따라 정해진 기준 및 규격 중 동일한 기준 및 규격을 적용받아 제조·가공되는 모든 품목을 말한다. 이하 같다)에 대하여 기간을 정하여 6개월 이내의 제조정지를 명할 수 있다.

2. 제8조제1항을 위반하여 표시 또는 광고를 한 경우

제26조(벌칙) ① 제8조제1항제1호부터 제3호까지의 규정을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자는 10년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과(竝科)할 수 있다.

② 제1항의 죄로 형을 선고받고 그 형이 확정된 후 5년 이내에 다시 제1항의 죄를 범한 자는 1년 이상 10년 이하의 징역에 처한다.

③ 제2항의 경우 해당 식품등을 판매하였을 때에는 그 판매가격의 4배 이상 10배 이하에 해당하는 벌금을 병과한다.

제27조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처하거나 이를 병과할 수 있다.

2. 제8조제1항제4호부터 제10호까지의 규정을 위반하여 표시 또는 광고를 한 자

□ 그런데, 최근 생성형 인공지능(AI) 기술을 활용하여 의사·약사 등 ‘전문가’가 식품등을 추천하는 것처럼 보이게 제작된 영상 광고가 SNS나 온라인 영상 플랫폼을 중심으로 빠르게 확산되고 있음.

특히 식품·의약품 등에서 이러한 소비자 기만 광고가 다수 나타나고 있는데, 소비자가 허위 영상 광고를 실제 전문가의 조언으로 오인하여 구매 결정을 하는 사례도 빈번하게 발생하는 것으로 파악됨.

□ 2건의 개정안은 AI를 활용하여 생성한 가상의 의사·치과의사·한의사·수의사 또는 그 밖의 전문가가 식품등을 추천하거나 효능 등을 보장하는 내용의 광고를 부당한 광고 유형으로 법률에 명시하려는 것임.

□ AI 생성 가상의 전문가 광고의 경우, 현행 시행령이 부당한 표시 또는 광고의 유형으로 규정⁵⁾하고 있는 ‘의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고’에 포섭될 수 있을 것으로 보임.

□ 그러나, 해당 광고가 실제 전문가가 아닌 ‘생성형 인공지능을 활용하여 생성한 가상의 전문가 영상’이라는 점에서, 이를 전제로 한 광고가 현행 시행령에서 금지하고 있는 전문가의 추천·사용 등 광

5) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」

제3조(부당한 표시 또는 광고의 내용) ① 법 제8조제1항에 따른 부당한 표시 또는 광고의 구체적인 내용은 별표 1과 같다.

[별표 1] 부당한 표시 또는 광고의 내용(제3조제1항 관련)

5. 소비자를 기만하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

라. 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고. 다만, 의사 등이 해당 제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실만을 나타내는 표시·광고는 제외한다.

고에에 해당하는지 여부에 관하여 해석상 논란이 제기될 소지가 있음.

- 따라서, 개정안과 같이 생성형 인공지능 등을 활용하여 실제 전문가로 오인할 우려가 있는 AI 생성 가상의 전문가가 특정 식품등을 추천·홍보하는 광고를 법률에 명시적으로 금지하는 것은, 규제 대상 행위를 구체적으로 규정함으로써 법적 명확성을 제고하는 한편 피규제자의 예측 가능성을 확보한다는 점에서 바람직하다고 보임.

아울러, 집행기관인 식품의약품안전처로서도 법률상 명시적인 근거를 토대로 관련 광고에 대한 단속·조치를 보다 일관되게 수행할 수 있어, 규제 집행의 실효성을 제고하는 효과도 있을 것으로 판단됨.

- 다만, 2건의 개정안은 세부적인 규정 방식에서 차이가 있는바 이와 관련하여 다음과 같은 사항을 고려할 필요가 있다고 보임.

< 개정안의 AI 생성 가상의 전문가 광고 금지 규정 비교 >

구 분	김상훈의원안	이주영의원안
개정조문 형식	현행 부당 표시·광고와 별도로 <u>항 신설</u> (제8조제2항 신설)	현행 부당 표시·광고에 <u>호 신설</u> (제8조제1항제6호 신설)
개정 조문	누구든지 「 <u>인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법</u> 」 제2조제5호에 따른 <u>생성형 인공지능</u> 을 활용하여 생성한 영상으로서 <u>의사 또는 식품등의 안전, 품질, 위생 등에 관한 전문가가 특정 식품등을 추천하거나 소개하는 것으로 오해할 수</u>	<u>인공지능</u> 등을 활용하여 생성한 <u>의사·치과의사·한의사·수의사 또는 그 밖의 자가</u> 식품등의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 보증·추천·공인·지도 또는 인정하는 등의 <u>내용이 포함된 표시 또는 광고</u>

구 분	김상훈의원안	이주영의원안
	<u>있는 영상을 사용하여 광고를 하여서는 아니 된다.</u>	

- 첫째, 가상의 전문가를 생성하는 인공지능 기술과 관련하여, 김상훈의원안은 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」⁶⁾을 인용하고 있으나 이주영의원안은 다른 법률을 인용하고 있지 않음.
- 법률에 사용되는 용어의 의미를 명확하게 하는 것이 바람직하다는 측면에서, AI 규제 기본법인 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」을 인용하여 규정하는 것이 타당하다고 보임.
- 둘째, 김상훈의원안은 AI를 활용하여 생성하는 전문가의 범위를 “의사 또는 식품등의 안전, 품질, 위생 등에 관한 전문가”로 규정하고 있고, 이주영의원안은 “의사·치과의사·한의사·수의사 또는 그 밖의 자”로 규정하고 있음.
- 먼저, 김상훈의원안과 관련하여서는 현행 시행령⁷⁾의 전문가 추천 광고 금지 규정이 ‘의사’ 뿐만 아니라 ‘치과의사, 한의사, 수의사,

6) 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

5. “생성형 인공지능”이란 입력한 데이터(「데이터 산업진흥 및 이용촉진에 관한 기본법」 제2조제1호에 따른 데이터를 말한다. 이하 같다)의 구조와 특성을 모방하여 글, 소리, 그림, 영상, 그 밖의 다양한 결과물을 생성하는 인공지능시스템을 말한다.

7) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」

제3조(부당한 표시 또는 광고의 내용) ① 법 제8조제1항에 따른 부당한 표시 또는 광고의 구체적인 내용은 별표 1과 같다.

별표1 부당한 표시 또는 광고의 내용(제3조제1항 관련)

5. 소비자를 기만하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

다. 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도·연구·개발 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고. 다만, 의사 등이 해당 제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실만을 나타내는 표시·광고는 제외한다.

약사, 한약사, 대학교수’도 의사와 함께 열거하고 있다는 점, 치과 의사 등도 역시 식품 분야의 주요 전문가에 해당하므로 관련 규제 의 범위에 함께 포섭할 필요가 있다는 점 등을 고려할 필요가 있다고 생각됨.

- 또한, 이주영의원안의 경우 ‘그 밖의 자’의 의미가 불명확한 측면이 있는데, 개정안이 식품 분야의 전문성을 가장한 광고로 인한 소비자 오인을 방지하려는 취지인 점을 고려할 때, 김상훈의원안과 같이 보다 그 대상을 한정하여 규정할 필요가 있다고 보임.
- 셋째, 금지 광고인지에 대한 판단 기준 설정에 관하여 두 개정안이 달리 규정하고 있는바 이에 대한 검토가 필요함.
- 김상훈의원안은 가상의 의사 등이 특정 식품등을 추천하거나 소개하는 것으로 오해할 우려가 있는지 여부를 금지 광고 해당 여부에 대한 판단 기준으로 삼고 있는 반면, 이주영의원안은 가상의 의사 등이 식품등의 성능이나 효능을 보장하는 내용이 포함되어 있는지 여부를 기준으로 규정하고 있음.
- 그런데 이주영의원안은 ‘인공지능 등을 활용하여 생성한 의사·치과의사…또는 그 밖의 자가’로 규정하고 있어, 문언상 인공지능이 인물 자체를 생성한 것으로 해석되거나, 생성된 인물이 의사 등인지 아닌지 여부를 어떻게 판단할 것인지에 대한 다툼의 소지가 있다는 점, 인공지능이 생성한 이미지나 영상이 특정 인물을 명확하게 의사 등인 것으로 표현하지 않으면서도 의사 등 전문가를 암시하는 옷차림을 착용하도록 하여 소비자가 오해하도록 하는 광고의 경우 규제 범위에서 제외되는 문제가 있다는 점 등에 대한 고려가 필요할 것으로 보임.

- 따라서, 해당 광고가 의사 등 전문가가 특정 식품등을 추천·소개하는 것으로 소비자가 오해할 우려가 있는지 여부를 판단 기준으로 삼아 규정하는 것이 보다 바람직한 것으로 생각됨.
- 넷째, 김상훈의원안은 금지 대상 광고를 ‘영상을 사용한 광고’로 규정하고 있는데, 광고의 방식을 한정하여 규정하는 것이 타당한지에 대한 검토가 필요함.
- 최근 문제가 되고 있는 AI 생성 가상의 전문가 광고는 영상 광고이기는 하나, 이미지를 활용한 지면광고 등 다양한 매체를 이용한 광고가 등장할 가능성이 있다는 점, 가상의 전문가 광고 규제에 있어 광고의 매체를 영상으로 한정할 특별한 사정이 있는 것으로 보기 어렵다는 점을 고려할 때, 영상 광고만으로 금지 광고를 한정할 필요성은 낮다고 보임.
- 다섯째, 개정조문 형식과 관련하여 김상훈의원안은 현행 부당한 표시·광고 유형을 규정하고 있는 제8조제1항과는 별도로 같은 조에 제2항을 신설하는 방식을 취하고 있는 반면, 이주영의원안은 제8조제1항에 제6호를 신설하는 방식을 채택하고 있음.
- AI를 활용하여 생성한 가상의 전문가 광고 역시 부당한 표시·광고 유형에 해당하므로, 별도의 항을 신설하기보다는 제8조제1항에 호를 추가하는 방식이 법체계의 정합성과 체계성 측면에서 타당한 것으로 판단됨.
- 한편, 현행법 시행령은 실제 의사·치과의사 등 전문가가 제품을 추천·보증하거나 사용하고 있다는 내용의 표시·광고를 금지하고 있는데,

실제 전문가 광고에 대한 금지 근거는 시행령에 규정되어 있음에도 불구하고 그 파생적 유형에 해당하는 AI 생성 가상의 전문가 광고에 관한 사항만을 법률에 명시하는 것은 법체계상 정합성 측면에서 바람직하다고 보기 어려운바 향후 이에 대한 개정도 필요한 것으로 보임.

- 참고로, AI가 생성한 결과물을 부당 광고의 범위에 포함하는 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 일부개정법률안」 2건이 우리 위원회에 각각 계류되어 있으므로 함께 논의할 필요가 있음⁸⁾.

다. 관계 부처 및 관련 단체 의견

□ 식품의약품안전처:

- 최근 AI로 생성된 전문가를 활용하여 소비자를 기만하는 광고가 문제되고 있으므로, 명시적으로 해당 광고를 금지하는 개정안에 찬성함.
- 다만, 향후 AI를 활용한 부당 광고 유형이 다양화될 가능성이 있으므로, 법률상 광고의 정의를 확장하여 AI를 활용하여 생성한 광고를 포함하도록 하는 방안을 고려할 필요가 있음.

8) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 일부개정법률안」 (김남희의원 대표발의, 의안번호 제15694호/ 한지아 의원 대표발의, 의안번호 제15851호)

□ 법무부:

- 이주영의원안은 ‘인공지능 등’의 범위가 모호하므로, 법률에서 구체적으로 규정하거나 「인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 기본법」의 ‘생성형 인공지능’에 관한 규정을 준용하는 등 그 대상을 명확히 규정할 필요가 있음.

□ 한국건강기능식품협회:

- 인공지능기술을 활용한 가짜 의사·약사 등 전문가가 등장하는 광고가 급증함에 따라 소비자 보호 및 시장 질서 확립을 위한 제도적 보완의 필요성에 동의함.
- 다만, 김상훈의원안에 사용된 ‘식품등의 안전, 품질, 위생 등에 관한 전문가’라는 표현은 기업의 식품 안전, 품질, 위생 관리 담당자나 일반 직원까지 포함하는 것으로 확대 해석될 우려가 있어 현행 규정과 같이 범위를 구체적으로 명시하는 것이 타당함.

문 의 처
02)6788-5493

【참고】	식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령 [별표 1]
------	-------------------------------

부당한 표시 또는 광고의 내용(제3조제1항 관련)

1. 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 질병 또는 질병군(疾病群)의 발생을 예방한다는 내용의 표시·광고. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

- 1) 특수의료용도식품(정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 질병 또는 수술 등의 임상적 상태로 인하여 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 가지고 있어, 충분한 영양공급이 필요하거나 일부 영양성분의 제한 또는 보충이 필요한 사람에게 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 직접 먹거나 튜브를 통해 공급할 수 있도록 제조·가공한 식품을 말한다. 이하 같다)에 섭취대상자의 질병명 및 "영양조절"을 위한 식품임을 표시·광고하는 경우
- 2) 건강기능식품에 기능성을 인정받은 사항을 표시·광고하는 경우

나. 질병 또는 질병군에 치료 효과가 있다는 내용의 표시·광고

다. 질병의 특징적인 징후 또는 증상에 예방·치료 효과가 있다는 내용의 표시·광고

라. 질병 및 그 징후 또는 증상과 관련된 제품명, 학술자료, 사진 등(이하 이 목에서 "질병정보"라 한다)을 활용하여 질병과의 연관성을 암시하는 표시·광고. 다만, 건강기능식품의 경우 다음의 어느 하나에 해당하는 표시·광고는 제외한다.

- 1) 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조에 따라 식품의약품안전처장이 고시하거나 안전성 및 기능성을 인정한 건강기능식품의 원료 또는 성분으로서 질병의 발생 위험을 감소시키는 데 도움이 된다는 내용의 표시·광고
- 2) 질병정보를 제품의 기능성 표시·광고와 명확하게 구분하고, "해당 질병 정보는 제품과 직접적인 관련이 없습니다"라는 표현을 병기한 표시·광고

2. 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 의약품에만 사용되는 명칭(한약의 처방명을 포함한다)을 사용하는 표시·광고

- 나. 의약품에 포함된다는 내용의 표시·광고
- 다. 의약품을 대체할 수 있다는 내용의 표시·광고
- 라. 의약품의 효능 또는 질병 치료의 효과를 증대시킨다는 내용의 표시·광고

3. 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고: 「건강기능식품에 관한 법률」 제3조제2호에 따른 기능성이 있는 것으로 표현하는 표시·광고. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 표시·광고는 제외한다.

- 가. 「건강기능식품에 관한 법률」 제14조에 따른 건강기능식품의 기준 및 규격에서 정한 영양성분의 기능 및 함량을 나타내는 표시·광고
- 나. 제품에 함유된 영양성분이나 원재료가 신체조직과 기능의 증진에 도움을 줄 수 있다는 내용으로서 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 내용의 표시·광고
- 다. 특수영양식품(영아·유아, 비만자 또는 임산부·수유부 등 특별한 영양관리가 필요한 대상을 위하여 식품과 영양성분을 배합하는 등의 방법으로 제조·가공한 식품을 말한다) 및 특수의료용도식품으로 임산부·수유부·노약자, 질병 후 회복 중인 사람 또는 환자의 영양보급 등에 도움을 준다는 내용의 표시·광고
- 라. 해당 제품이 발육기, 성장기, 임신수유기, 갱년기 등에 있는 사람의 영양보급을 목적으로 개발된 제품이라는 내용의 표시·광고

4. 거짓·과장된 다음 각 목의 표시 또는 광고

- 가. 다음의 어느 하나에 따라 허가받거나 등록·신고 또는 보고한 사항과 다르게 표현하는 표시·광고
 - 1) 「식품위생법」 제37조
 - 2) 「건강기능식품에 관한 법률」 제5조부터 제7조까지
 - 3) 「축산물 위생관리법」 제22조, 제24조 및 제25조
 - 4) 「수입식품안전관리 특별법」 제5조, 제15조 및 제20조
- 나. 건강기능식품의 경우 식품의약품안전처장이 인정하지 않은 기능성을 나타내는 내용의 표시·광고
- 다. 제2조 각 호의 사항을 표시·광고할 때 사실과 다른 내용으로 표현하는 표시·광고
- 라. 제2조 각 호의 사항을 표시·광고할 때 신체의 일부 또는 신체조직의 기능·작용·효과·효능에 관하여 표현하는 표시·광고

마. 정부 또는 관련 공인기관의 수상(受賞)·인증·보증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용으로 표현하는 표시·광고

5. 소비자를 기만하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

- 가. 식품학·영양학·축산가공학·수의공중보건학 등의 분야에서 공인되지 않은 제조방법에 관한 연구나 발견한 사실을 인용하거나 명시하는 표시·광고. 다만, 식품학 등 해당 분야의 문헌을 인용하여 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌명, 발표 연월일을 명시하는 표시·광고는 제외한다.
- 나. 가축이 먹는 사료나 물에 첨가한 성분의 효능·효과 또는 식품등을 가공할 때 사용한 원재료나 성분의 효능·효과를 해당 식품등의 효능·효과로 오인 또는 혼동하게 할 우려가 있는 표시·광고
- 다. 각종 감사장 또는 체험기 등을 이용하거나 "한방(韓方)", "특수제법", "주문쇄도", "단체추천" 또는 이와 유사한 표현으로 소비자를 현혹하는 표시·광고
- 라. 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고. 다만, 의사 등이 해당 제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실만을 나타내는 표시·광고는 제외한다.
- 마. 외국어의 남용 등으로 인하여 외국 제품 또는 외국과 기술 제휴한 것으로 혼동하게 할 우려가 있는 내용의 표시·광고
- 바. 조제유류(調製乳類)의 용기 또는 포장에 유아·여성의 사진 또는 그림 등을 사용한 표시·광고
- 사. 조제유류가 모유와 같거나 모유보다 좋은 것으로 소비자를 오인 또는 혼동하게 할 수 있는 표시·광고
- 아. 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조제2항 본문에 따라 식품의약품안전처장이 인정한 사항의 일부 내용을 삭제하거나 변경하여 표현함으로써 해당 건강기능식품의 기능 또는 효과에 대하여 소비자를 오인하게 하거나 기만하는 표시·광고
- 자. 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조제2항 단서에 따라 기능성이 인정되지 않는 사항에 대하여 기능성이 인정되는 것처럼 표현하는 표시·광고
- 차. 이온수, 생명수, 약수 등 과학적 근거가 없는 추상적인 용어로 표현하는 표시·광고
- 카. 해당 제품에 사용이 금지된 식품첨가물이 함유되지 않았다는 내용을 강조함으로써 소비자로 하여금 해당 제품만 금지된 식품첨가물이 함유되지 않은 것으로 오인하게 할 수 있는 표시·광고

6. 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고: 비교하는 표현을 사용하여 다른 업체의 제품을 간접적으로 비방하거나 다른 업체의 제품보다 우수한 것으로 인식될 수 있는 표시·광고

7. 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 식품등을 다른 영업자나 다른 영업자의 식품등과 부당하게 비교하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 비교표시·광고의 경우 그 비교대상 및 비교기준이 명확하지 않거나 비교내용 및 비교방법이 적정하지 않은 내용의 표시·광고

나. 제품의 제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 효과와 직접적인 관련이 적은 내용이나 사용하지 않은 원재료 또는 성분을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식하게 하는 내용의 표시·광고. 다만, 식품의약품안전처장이 소비자의 판단에 도움을 주기 위하여 표시·광고할 필요가 있다고 인정하여 고시하는 원재료 또는 성분을 사용하지 않았다는 표시·광고는 제외한다.

8. 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 판매 사례품이나 경품의 제공 등 사행심을 조장하는 내용의 표시·광고 (「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따라 허용되는 경우는 제외한다)

나. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진 또는 음향 등을 사용하는 표시·광고

비교

제1호 및 제3호에도 불구하고 다음 각 호에 해당하는 표시·광고는 부당한 표시 또는 광고행위로 보지 않는다.

1. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호의 식품접객업 영업소에서 조리·판매·제조·제공하는 식품에 대한 표시·광고
2. 「식품위생법 시행령」 제25조제2항제6호 각 목 외의 부분 본문에 따라 영업신고 대상에서 제외되거나 같은 영 제26조의2제2항제6호 각 목 외의 부분 본문에 따라 영업등록 대상에서 제외되는 경우로서 가공과정 중 위생상 위해가 발생할 우려가 없고 식품의 상태를 관능검사(官能檢査)로 확인할 수 있도록 가공하는 식품에 대한 표시·광고