



제432회국회(임시회)
제3차 과학기술정보방송통신위원회

방송미디어통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 일부개정법률안 검 토 보 고

〈 방미심위 서면의결 대상에 의약품,화장품 등
부당광고 정보 추가 〉

- 조인철의원 대표발의(의안번호 제2216185호)
- 김상훈의원 대표발의(의안번호 제2216242호)

2026. 2.

과학기술정보방송통신위원회

수석전문위원 이 복 우

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	3
1. 방미심위 서면의결 대상에 의약품,화장품 등 부당광고 정보 추가	3
 [참고] 식의약품·화장품·의료기기의 허위·과장광고 금지 근거규정	11

I. 제안경위

【조인철의원안】

가. 발 의 자 : 조인철의원 등 10인

나. 발 의 일 : 2026. 1. 20.

다. 회 부 일 : 2026. 1. 21.

【김상훈의원안】

가. 발 의 자 : 김상훈의원 등 10인

나. 발 의 일 : 2026. 1. 22.

다. 회 부 일 : 2026. 1. 23.

II. 제안이유 및 주요내용

【조인철의원안】

최근 SNS·플랫폼을 통하여 확산되는 의약품, 화장품 광고는 허위·과장 표현, 질병 치료·효능 암시, 가상 의료인 등장 등의 형태로 반복되고 있으며 이는 국민경제에 큰 피해를 야기하는 시장질서 교란 행위로 지적되고 있음.

그런데 현행법은 온라인 광고에 대한 조치가 방송미디어통신심의위원회의 회의 출석 및 의결을 전제로 규정되어 있어 이러한 구조에서는 위원 교체, 안건 누적, 회의 일정 공백이 발생할 경우 심사 자체가 지연될 수밖에 없으며 그 사이 국민 건강·재산 피해가 우려되는 광고가 장기간 노출되는 구조임.

이에 의약품, 화장품, 의료기기 등과 관련된 분야의 부당광고에 대하여 신속한 서면심의 제도를 도입하여 심의 공백 발생 시에도 긴급히 대응할 수 있는 기반을 마련하려는 것임(안 제23조제4항).

【김상훈의원안】

현행법은 방송미디어통신심의위원회를 구성하여 온라인 광고가 불법 또는 소비자를 오인시킬 우려가 있는 경우 심의를 거쳐 시정요구를 내릴 수 있도록 하고 있으며 회의 개최를 통해 심의·의결하는 방식으로 운영되고 있음.

그런데 최근 AI 기반 영상 편집과 가상 전문가 등장 방식의 광고가 급속히 유통되고 있음에도 이러한 콘텐츠를 심의하기 위해서는 정식 회의 절차를 반드시 거쳐야 하므로 현 체계상 즉각적인 차단이 어려운 상황임. 이로 인해 건강·재산 피해 우려가 있는 광고가 플랫폼 상에 장기간 노출되는 결과가 발생하고 있음.

이에 식품·의약품 및 화장품 관련 허위·과장 광고에 관하여 방송 미디어통신심의위원회의 서면심의 절차를 신설하여 회의 소집 없이도 신속한 심사 및 시정조치가 가능하도록 함으로써 온라인 확산형 광고에 실시간 대응하기 위한 기반을 확보하려는 것임(안 제23조제4항).

Ⅲ. 검토의견

1. 방미심위 서면의결 대상에 의약품,화장품 등 부당광고 정보 추가

가. 주요 내용

- 개정안은 방송미디어통신심의위원회(이하 “방미심위”)의 회의 중 서면의결이 가능한 대상의 범위에 “「약사법」, 「화장품법」, 「의료기기법」, 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」에서 금지하는 표시 또는 광고에 해당하는 내용의 정보”를 추가하려는 것임(안 제23조제4항).

현 행	조인철의원안	김상훈의원안
제23조(회의 등) ① ~ ③ (생략)	제23조(회의 등) ① ~ ③ (현행과 같음)	제23조(회의 등) ① ~ ③ (현행과 같음)
④ 제3항에도 불구하고 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물(복제물의 복제물을 포함한다) 등으로 인하여 침해된 권리를 신속히 구제하기 위하여 긴급히 의결할 필요가 있을 때에는 심의위원회 규칙으로 정하는 바에 따라 서면(전자문서를 포함한다)으로 의결할 수	④ ----- 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보로부터 이용자-----피해자를 보호할 필요가 있어----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----	④ ----- 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보로부터 이용자-----피해자를 보호할 필요가 있어----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----

현행	조인철의원안	김상훈의원안
있다. 이 경우 재적위원 과반수의 찬성으로 의결한다. <신설> <신설> <신설> <신설> <신설> ⑤ ~ ⑦ (생략)	-----. -----. 1. 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물 (복제물의 복제물을 포함한다) 등에 해당하는 내용의 정보 2. 「약사법」 제61조의2 또는 제68조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 3. 「화장품법」 제13조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 4. 「의료기기법」 제24조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 ⑤ ~ ⑦ (현행과 같음)	-----. -----. 1. 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물 (복제물의 복제물을 포함한다) 등에 해당하는 내용의 정보 2. 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 제8조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 3. 「약사법」 제61조의2 또는 제68조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 4. 「화장품법」 제13조에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보 ⑤ ~ ⑦ (현행과 같음)

나. 검토 의견

- 방미심위 회의는 「방송미디어통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」(이하 “법”이라 함) 제23조제3항1)에 따라 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결하는 것이 원칙임.
- 다만, 법 제23조제4항2)에서는 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」에 따른 촬영물·복제물, 마약류, 도박 또는 사행행위, 전기통신금융사기정보, 자살유발정보, 장기매매, 개인정보매매 등에 관련된 정보로부터 이용자나 피해자를 보호할 필요가 있는 경우 예외적으로 서면의결을 허용하고 있음.

1) 「방송미디어통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률」

제23조(회의 등) ③ 심의위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

2) 「방송미디어통신위원회 설치 및 운영에 관한 법률」

제23조(회의 등) ④ 제3항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보로부터 신속히 이용자 또는 피해자를 보호할 필요가 있어 긴급히 의결할 필요가 있을 때에는 심의위원회 규칙으로 정하는 바에 따라 서면(전자문서를 포함한다)으로 의결할 수 있다. 이 경우 재적위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

1. 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제14조에 따른 촬영물 또는 복제물(복제물의 복제물을 포함한다) 등에 해당하는 내용의 정보
2. 「마약류 관리에 관한 법률」에서 금지하는 마약류의 사용, 매매, 매매의 알선 등에 해당하는 내용의 정보
3. 법령에 따라 금지되는 도박 또는 사행행위에 해당하는 내용의 정보
4. 국외에 서버를 두고 국내 이용자에게 제공되는 정보 중 「저작권법」에 따른 저작권, 그 밖에 같은 법에 따라 보호되는 권리를 침해하는 내용의 정보
5. 「전기통신금융사기 피해 방지 및 피해금 환급에 관한 특별법」 제2조제2호에 따른 전기통신금융사기 등 사기 또는 부정한 방법으로 금융거래를 하여 국민의 재산에 중대한 위험을 초래할 우려가 있는 내용의 정보
6. 「자살예방 및 생명존중문화 조성을 위한 법률」 제2조의2제3호에 따른 자살유발정보
7. 「장기등 이식에 관한 법률」 제4조제1호에 따른 장기등의 매매, 매매의 알선 등에 해당하는 내용의 정보
8. 「개인정보 보호법」 제2조제1호에 따른 개인정보의 매매, 매매의 알선 등에 해당하는 내용의 정보
9. 「총포·도검·화약류 등의 안전관리에 관한 법률」 제8조의2에 따른 총포·화약류(생명·신체에 위해를 끼칠 수 있는 폭발력을 가진 물건을 포함한다)를 제조할 수 있는 방법이나 설계도 등에 해당하는 내용의 정보

- 이는 성폭력 등의 촬영물·복제물(이하 “불법촬영물·복제물”이라 함)과 같이 불법성이 명백하고 그 유통으로 인해 발생한 피해를 회복하기 어려워 즉각적인 구제가 필요한 경우에는 서면의결을 허용함으로써 표현의 자유 보장과 불법정보에 대한 신속한 대응 사이의 적절한 균형점을 찾기 위한 취지임.
- 종전 법 제23조는 불법촬영물·복제물만을 서면의결 대상으로 규정하고 있었으나, 정보통신망을 통한 정보의 확산속도에 의한 피해의 중대성과 회복 불가능성 등을 고려하여 마약류 관련 정보 등도 서면의결 대상으로 포함하도록 현행법이 최근 개정되어 '26년 2월부터 시행 중에 있음.
- 개정안은 이와 같은 맥락에서 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」, 「약사법」, 「화장품법」 및 「의료기기법」에서 금지하는 표시 또는 광고 등에 해당하는 내용의 정보에 대한 신속한 심의와 차단조치가 필요한 경우 서면의결을 허용하려는 것임.
- 식의약품·화장품·의료기기 관련 허위·과장 광고가 개인의 신체나 건강에 대하여 중대한 침해를 유발할 가능성이 높다는 점에서 이러한 정보로부터 이용자를 보호하고 피해를 최소화하려는 취지가 타당한 것으로 보임.
- 다만, 개정안과 관련하여서는 다음 사항에 대한 검토가 필요할 것으로 보임.

- 첫째, 방미심위 회의가 대면의결을 원칙으로 규정하고 있는 취지에 대한 고려가 필요할 것으로 보임.
 - 기존 방미심위는 전체회의 2주 1회, 방송심의소위/광고심의소위 주 1회(대면), 통신심의소위 주 2회(대면), 디지털범죄심의소위 일 1회(서면, 전자) 회의를 통해 의사결정을 해왔음.
 - 특히, 통신심의를 통한 정보의 차단이나 삭제와 같은 심의조치는 헌법상 보장된 표현의 자유를 제한할 수 있다는 점을 고려하여 대면회의를 원칙으로 하고 있는데, 이는 심의위원 간의 충분한 의견교환과 심도 있는 토의를 거쳐 신중하고 합리적인 의사결정을 내리도록 함으로써 심의의 정당성과 공정성을 확보하고자 한 것임.
- 식의약품·화장품·의료기기 관련 허위·과장광고에 대한 서면의결을 허용함으로써 토론과 숙의 과정을 생략하고 신속히 정보를 차단할 필요성은 물론 다른 긴급 서면심의 대상과 비교하여 보충적 수단인 긴급 서면심의 대상으로 충분히 인정될 만한 것인지 등에 대한 검토가 필요할 것임.
- 둘째, 개정안에 따라 서면의결 대상을 확대하는 것이 과도한 부담으로 작용하지는 않는지 검토가 필요할 것으로 보임.
- 방송미디어통신위원회에 따르면 최근 5년간(2021~2025년) 불법촬영물·복제물에 관한 정보와 개정안이 규정하고 있는 식품·의

약품·화장품·의료기기 관련 허위·과장광고에 관한 정보에 대한 서면의결 현황은 다음 표와 같음.

< 최근 5년간(2021~2025년) 방미심위 건수 현황 (단위:건) >

구 분		2021	2022	2023	2024	2025
「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 불법촬영물·복제물 관련 정보		23,493	51,202	59,217	70,873	32,568
허위·과장 광고 관련 정보	「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」	512	538	1,796	2,571	1,465
	「약사법」	8,436	8,545	7,282	7,690	2,727
	「화장품법」	91	163	977	427	130
	「의료기기법」	337	172	523	611	80
	소계	9,376	9,418	10,578	11,299	4,402

자료: 방송미디어통신심의위원회 (2026.2.)

- 개정안에 따라 서면의결 대상에 포함되는 정보로 인한 서면의결 건수는 종전 불법촬영물·복제물로 인한 서면의결 건수의 연평균 15~20%으로, 향후에도 비슷한 수준으로 유지된다고 가정할 때 이들을 전부 서면의결 대상으로 포함한다고 하더라도 서면의결 대상 확대에 의한 부담이 과도하게 증가하는 수준은 아닐 것으로 보임.

○ 참고로, 개정안과 관련하여 방미통위 및 이해관계자의 의견은 다음과 같음.

- 방송미디어통신위원회는 방미심위 서면심의를 통해 온라인 상 식의약품·화장품·의료기기 관련 허위·과장 광고를 신속히

차단하여 국민의 건강과 재산 피해를 최소화하려는 개정안 취지에 공감한다는 입장임.

- **방송미디어통신심의위원회** 또한 국민의 건강 피해로 직결될 수 있는 문제인 만큼 식품, 의약품, 화장품, 의료기기에 관한 허위·과장광고 관련 정보를 모두 서면심의 대상에 추가하여야 한다는 입장임.
- **한국방송협회는** 식품·의약품·의료기기 관련 방송광고는 이미 엄격한 사전심의를 거쳐 송출되고 있는 만큼³⁾ 서면심의 대상을 이를 포함하도록 확대할 경우 긴급 서면심의 제도의 취지를 약화시키고 오히려 긴급 보호가 필요한 사안에 대한 대응

3) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제10조(표시 또는 광고의 자율심의) ① 식품등에 관하여 표시 또는 광고하려는 자는 해당 표시·광고(제4조, 제4조의2, 제5조 및 제6조에 따른 표시사항만을 그대로 표시·광고하는 경우는 제외한다)에 대하여 제2항에 따라 등록한 기관 또는 단체(이하 “자율심의기구”라 한다)로부터 미리 심의를 받아야 한다. 다만, 자율심의기구가 구성되지 아니한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장으로부터 심의를 받아야 한다.

「약사법」

제68조의2(광고의 심의) ① 의약품 제조업자·품목허가를 받은 자 또는 수입자가 그 제조 또는 수입한 의약품을 광고하려는 경우에는 총리령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장의 심의를 받아야 한다.

「의료기기법」

제25조(광고의 자율심의) ① 의료기기를 광고하려는 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 매체를 이용하여 광고하려는 경우에는 미리 해당 광고가 제24조제2항 및 제3항에 위반되는지 여부에 관하여 제25조의2제1항에 따라 식품의약품안전처장에게 신고한 기관 또는 단체(이하 “자율심의기구”라 한다)의 심의를 받아야 한다.

1. 「방송법」 제2조제1호의 방송 중 텔레비전방송 및 라디오방송
2. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호의 신문 중 일반일간신문 및 일반주간신문, 같은 조 제2호의 인터넷신문 및 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호가목의 잡지
3. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 옥외광고물 중 현수막(懸垂幕), 벽보, 전단(傳單) 및 교통시설·교통수단에 표시(교통수단 내부에 표시되거나 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어지는 광고를 포함한다)되는 것
4. 전광판
5. 대통령령으로 정하는 인터넷 매체[이동통신단말장치에서 사용되는 애플리케이션(Application)을 포함한다]
6. 그 밖에 매체의 성질, 영향력 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 광고매체

이 약화될 우려가 있다는 점에서 긴급 서면심의 대상 확대에는 신중을 기할 필요가 있으며,

대신 사전심의 공백이 존재하는 ‘온라인 광고’ 또는 ‘AI 기반 온라인 광고’로 한정하는 방향의 규정이 필요하다는 입장임.

- 한국인터넷자율정책기구(KISO)는 방미심위 회의는 대면 의결이 원칙으로, 서면의결은 예외적 상황에 엄격한 해석에 의해 허용될 필요가 있으며, 개정안에서 규정하고자 하는 식품·의약품·화장품·의료기기 관련 표시·광고 관련 정보는 정규 회의를 통한 심의·의결로 충분히 대응 가능하므로 서면의결 대상 확대는 신중히 검토해야 한다는 입장임.

- 따라서 개정안에 따라 식의약품, 화장품, 의료기기에 관한 허위·과장광고 관련 정보를 포함할지 여부에 관하여는 방미심위 회의에 대해 대면의결을 원칙으로 규정하고 있는 현행법의 취지, 서면의결 대상 확대가 과도한 부담으로 작용하지 않는지와 함께 방미통위 및 이해관계자의 의견을 종합적으로 검토하여 입법정책적으로 결정할 사항으로 보임.

문 의 처
02)6788-5226

「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
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

제10조(표시 또는 광고의 자율심의) ① 식품등에 관하여 표시 또는 광고하려는 자는 해당 표시 · 광고(제4조, 제4조의2, 제5조 및 제6조에 따른 표시사항만을 그대로 표시 · 광고하는 경우는 제외한다)에 대하여 제2항에 따라 등록한 기관 또는 단체(이하 “자율심의기구”라 한다)로부터 미리 심의를 받아야 한다. 다만, 자율심의기구가 구성되지 아니한 경우에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장으로부터 심의를 받아야 한다.

- ④ 제1항에 따라 표시 · 광고의 심의를 받은 자는 심의 결과에 따라 식품등의 표시 · 광고를 하여야 한다. 다만, 심의 결과에 이의가 있는 자는 그 결과를 통지받은 날부터 30일 이내에 대통령령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장에게 이의신청할 수 있다.

「약사법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

4. “의약품”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 물품을 말한다.

가. 대한민국약전(大韓民國藥典)에 실린 물품 중 의약외품이 아닌 것

나. 사람이나 동물의 질병을 진단·치료·경감·처치 또는 예방할 목적으로 사용하는 물품 중 기구·기계 또는 장치가 아닌 것

다. 사람이나 동물의 구조와 기능에 약리학적(藥理學的) 영향을 줄 목적으로 사용하는 물품 중 기구·기계 또는 장치가 아닌 것

제44조(의약품 판매) ① 약국 개설자(해당 약국에 근무하는 약사 또는 한약사를 포함한다. 제47조, 제48조 및 제50조에서도 같다)가 아니면 의약품을 판매하거나 판매할 목적으로 취득할 수 없다. 다만, 의약품의 품목허가를 받은 자 또는 수입자가 그 제조 또는 수입한 의약품을 이 법에 따라 의약품을 제조 또는 판매할 수 있는 자에게 판매하는 경우와 약학을 전공하는 대학의 학생이 보건복지부령으로 정하는 범위에서 의약품을 판매하는 경우에는 그러하지 아니하다.

② 제1항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 의약품을 판매하거나 판매할 목적으로 의약품을 취득할 수 있다.

1. 제91조에 따라 설립된 한국희귀·필수의약품센터

1의2. 제44조의2에 따라 등록한 안전상비의약품 판매자(제44조의2제1항에 따른 안전상비의약품을 판매하는 경우만 해당한다)

2. 제45조에 따라 허가를 받은 한약업사 및 의약품 도매상

제50조(의약품 판매) ① 약국개설자 및 의약품판매업자는 그 약국 또는 점포 이외의 장소에서 의약품을 판매하여서는 아니 된다. 다만, 시장·군수·구청장의 승인을 받은 경우에는 예외로 한다.

② 약국개설자는 의사 또는 치과의사의 처방전에 따라 조제하는 경우 외에는 전문 의약품을 판매하여서는 아니 된다. 다만, 「수의사법」에 따른 동물병원 개설자에게 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 판매하는 경우에는 그러하지 아니하다.

제61조(판매 등의 금지) ① 누구든지 다음 각 호의 의약품을 판매하거나 판매할 목적으로 저장 또는 진열하여서는 아니 된다.

1. 제56조부터 제60조까지의 규정에 위반되는 의약품이나 위조(僞造) 의약품

2. 제31조제1항부터 제3항까지 및 제9항, 제41조제1항, 제42조제1항·제3항 및 제43조제1항을 위반하여 제조 또는 수입된 의약품

② 누구든지 의약품이 아닌 것을 용기·포장 또는 첨부 문서에 의학적 효능·효과 등이 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시를 하거나 이와 같은 내용의 광고를 하여서는 아니 되며, 이와 같은 의약품과 유사하게 표시되거나 광고된 것을 판매하거나 판매할 목적으로 저장 또는 진열하여서는 아니 된다.

제61조의2(의약품 불법판매 및 알선·광고 금지 등) ① 누구든지 제44조, 제50조제1항·제2항에 위반되는 의약품의 판매를 알선하거나 광고해서는 아니 되고, 제61조제1항 각 호에 해당하는 것 또는 같은 조 제2항에 따른 의약품과 유사하게 표시되거나 광고된 것의 판매를 알선하거나 광고해서는 아니 된다.

제68조(과장광고 등의 금지) ① 의약품등의 명칭·제조방법·효능이나 성능에 관하여 거짓광고 또는 과장광고를 하지 못한다.

② 의약품등은 그 효능이나 성능에 관하여 의사·치과의사·한의사·수의사 또는 그 밖의 자가 보증한 것으로 오해할 염려가 있는 기사를 사용하지 못한다.

③ 의약품등은 그 효능이나 성능을 암시하는 기사·사진·도안, 그 밖의 암시적 방법을 사용하여 광고하지 못한다.

④ 의약품에 관하여 낙태를 암시하는 문서나 도안은 사용하지 못한다.

⑤ 제31조제2항부터 제4항까지 및 제9항 또는 제42조제1항에 따른 허가·변경허가를 받거나 신고·변경신고를 한 후가 아니면 의약품등의 명칭·제조 방법·효능이나 성능에 관하여 광고하지 못한다.

⑥ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의약품을 광고하여서는 아니 된다. 다만, 「감염병의 예방 및 관리에 관한 법률」 제2조제2호부터 제12호까지의 감염병의 예방용 의약품을 광고하는 경우와 의학·약학에 관한 전문가 등을 대상으로 하는 의약전문매체에 광고하는 경우 등 총리령으로 정하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 전문의약품

2. 전문의약품과 제형, 투여 경로 및 단위제형당 주성분의 함량이 같은 일반의약품

3. 원료의약품

⑦ 의약품등의 광고 방법과 그 밖에 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제68조의2(광고의 심의) ① 의약품 제조업자·품목허가를 받은 자 또는 수입자가 그 제조 또는 수입한 의약품을 광고하려는 경우에는 총리령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장의 심의를 받아야 한다.

② 식품의약품안전처장은 제1항에 따른 의약품 광고심의에 관한 업무를 제67조에 따라 설립된 법인에 위탁할 수 있다.

③ 제1항에 따른 광고심의의 절차와 방법, 심의 결과에 대한 이의신청, 심의 내용의 변경과 심의 결과의 표시 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

「화장품법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “화장품”이란 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다. 다만, 「약사법」 제2조제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외한다.
2. “기능성화장품”이란 화장품 중에서 다음 각 목의 어느 하나에 해당되는 것으로서 총리령으로 정하는化妆품을 말한다.
 - 가. 피부의 미백에 도움을 주는 제품
 - 나. 피부의 주름개선에 도움을 주는 제품
 - 다. 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데에 도움을 주는 제품
 - 라. 모발의 색상 변화·제거 또는 영양공급에 도움을 주는 제품
 - 마. 피부나 모발의 기능 약화로 인한 건조함, 갈라짐, 빠짐, 각질화 등을 방지하거나 개선하는 데에 도움을 주는 제품

제13조(부정한 표시·광고 행위 등의 금지) ① 영업자 또는 판매자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
2. 기능성화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고
3. 삭제
4. 그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고

② 제1항에 따른 표시·광고의 범위와 그 밖에 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제14조(표시·광고 내용의 실증 등) ① 영업자 및 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다.

② 식품의약품안전처장은 영업자 또는 판매자가 행한 표시·광고가 제13조제1항제4호에 해당하는지를 판단하기 위하여 제1항에 따른 실증이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 내용을 구체적으로 명시하여 해당 영업자 또는 판매자에게 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다.

③ 제2항에 따라 실증자료의 제출을 요청받은 영업자 또는 판매자는 요청받은 날부터 15일 이내에 그 실증자료를 식품의약품안전처장에게 제출하여야 한다. 다만, 식품의약품안전처장은 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에는 그 제출기간을 연장할 수 있다.

④ 식품의약품안전처장은 영업자 또는 판매자가 제2항에 따라 실증자료의 제출을 요청받고도 제3항에 따른 제출기간 내에 이를 제출하지 아니한 채 계속하여 표시

• 광고를 하는 때에는 실증자료를 제출할 때까지 그 표시·광고 행위의 중지를 명하여야 한다.

⑤ 제2항 및 제3항에 따라 식품의약품안전처장으로부터 실증자료의 제출을 요청받아 제출한 경우에는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 다른 법률에 따라 다른 기관이 요구하는 자료제출을 거부할 수 있다.

⑥ 식품의약품안전처장은 제출받은 실증자료에 대하여 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 다른 법률에 따른 다른 기관의 자료요청이 있는 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

⑦ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 실증의 대상, 실증자료의 범위 및 요건, 제출방법 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다

「의료기기법」

제2조(정의) 이 법에 ① 이 법에서 “의료기기”란 사람이나 동물에게 단독 또는 조합하여 사용되는 기구·기계·장치·재료·소프트웨어 또는 이와 유사한 제품으로서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 제품을 말한다. 다만, 「약사법」에 따른 의약품과 의약외품 및 「장애인복지법」 제65조에 따른 장애인보조기구 중 의지(義肢)·보조기(補助器)는 제외한다.

1. 질병을 진단·치료·경감·처치 또는 예방할 목적으로 사용되는 제품
2. 상해(傷害) 또는 장애를 진단·치료·경감 또는 보정할 목적으로 사용되는 제품
3. 구조 또는 기능을 검사·대체 또는 변형할 목적으로 사용되는 제품
4. 임신을 조절할 목적으로 사용되는 제품

제24조(기재 및 광고의 금지 등) ① 의료기기의 용기, 외장, 포장 또는 첨부문서에 해당 의료기기에 관하여 다음 각 호의 사항을 표시하거나 적어서는 아니 된다.

1. 거짓이나 오해할 염려가 있는 사항
2. 제6조제2항 또는 제15조제2항에 따른 허가 또는 인증을 받지 아니하거나 신고한 사항과 다른 성능이나 효능 및 효과
3. 보건위생상 위해가 발생할 우려가 있는 사용방법이나 사용기간

② 누구든지 의료기기의 광고와 관련하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 의료기기의 명칭·제조방법·성능이나 효능 및 효과 또는 그 원리에 관한 거짓 또는 과대 광고
2. 의사·치과의사·한의사·수의사 또는 그 밖의 자가 의료기기의 성능이나 효능 및 효과에 관하여 보증·추천·공인·지도 또는 인정하고 있거나 그러한 의료기기를 사용하고 있는 것으로 오해할 염려가 있는 기사를 사용한 광고
3. 의료기기의 성능이나 효능 및 효과를 암시하는 기사·사진·도안을 사용하거나 그 밖에 암시적인 방법을 사용한 광고
4. 의료기기에 관하여 낙태를 암시하거나 외설적인 문서 또는 도안을 사용한 광고
5. 제6조제2항 또는 제15조제2항에 따라 허가 또는 인증을 받지 아니하거나 신고한 사항과 다른 의료기기의 명칭·제조방법·성능이나 효능 및 효과에 관한 광고. 다만, 제26조제1항 단서에 해당하는 의료기기의 경우에는 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 절차 및 방법, 허용범위 등에 따라 광고할 수 있다.

6. 삭제

7. 제25조제1항에 따른 자율심의를 받지 아니한 광고 또는 심의받은 내용과 다른 내용의 광고

③ 제1항 및 제2항에 따른 의료기기의 표시·기재 및 광고의 범위 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제25조(광고의 자율심의) ① 의료기기를 광고하려는 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 매체를 이용하여 광고하려는 경우에는 미리 해당 광고가 제24조제2항 및

제3항에 위반되는지 여부에 관하여 제25조의2제1항에 따라 식품의약품안전처장에게 신고한 기관 또는 단체(이하 “자율심의기구”라 한다)의 심의를 받아야 한다.

1. 「방송법」 제2조제1호의 방송 중 텔레비전방송 및 라디오방송
2. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호의 신문 중 일반일간신문 및 일반주간신문, 같은 조 제2호의 인터넷신문 및 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호가목의 잡지
3. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 옥외광고물 중 현수막(懸垂幕), 벽보, 전단(傳單) 및 교통시설·교통수단에 표시(교통수단 내부에 표시되거나 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어지는 광고를 포함한다)되는 것
4. 전광판
5. 대통령령으로 정하는 인터넷 매체[이동통신단말장치에서 사용되는 애플리케이션(Application)을 포함한다]
6. 그 밖에 매체의 성질, 영향력 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 광고매체
 - ② 제1항에 따라 심의를 받은 자가 심의받은 광고의 내용을 변경하려는 경우에는 다시 제1항에 따라 심의를 받아야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 경미한 사항을 변경하려는 경우에는 그러하지 아니한다.
 - ③ 제1항에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료기기 광고에 대해서는 자율심의기구의 심의를 받지 아니할 수 있다.
 1. 제6조제2항 또는 제15조제2항에 따라 허가 또는 인증을 받거나 신고한 내용만으로 구성된 광고
 2. 수출만을 목적으로 생산하는 의료기기의 외국어 광고
 3. 제1항에 따라 심의를 받은 내용과 동일한 외국어 광고
 4. 의료인 등 전문가 집단을 대상으로 하는 광고 등 대통령령으로 정하는 내용의 광고
 - ④ 제1항에 따라 심의를 받은 자가 심의 결과에 이의가 있는 경우에는 그 심의 결과를 통지받은 날부터 30일 이내에 대통령령으로 정하는 바에 따라 자율심의기구에 재심의를 신청할 수 있다.
 - ⑤ 제4항에 따른 재심의 결과에 이의가 있는 자는 재심의 결과를 통지받은 날부터 30일 이내에 대통령령으로 정하는 바에 따라 식품의약품안전처장에게 이의신청을 할 수 있다.
 - ⑥ 의료기기광고 심의를 받으려는 자는 자율심의기구가 정하는 수수료를 내야 한다.
 - ⑦ 제1항에 따른 심의의 유효기간은 심의를 신청하여 승인을 받은 날부터 3년으로 한다.
 - ⑧ 제7항에 따른 유효기간의 만료 후 계속하여 의료기기광고를 하려는 경우에는 유효기간 만료 6개월 전에 자율심의기구에 의료기기 광고 심의를 신청하여야 한다.

제25조의2(자율심의기구 구성·운영 등) ① 다음 각 호의 기관 또는 단체는 대통령령으로 정하는 바에 따라 자율심을 위한 조직 등을 갖추어 식품의약품안전처장에게 신고한 후 의료기기광고 심의 업무를 수행할 수 있다.

1. 「민법」이나 다른 법률에 따라 설립된 법인으로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 기관 또는 단체
2. 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록한 소비자단체로서 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 단체

② 자율심의기구는 제25조제1항에 따른 심의에 적용하는 심의기준을 마련하여야 한다. 이 경우 자율심의기구가 둘 이상인 경우에는 상호 협의하여 심의기준을 마련하여야 한다.

③ 제25조제1항에 따라 자율심의기구가 수행하는 의료기기광고 심의 업무 및 이와 관련된 업무의 수행에 관하여는 「민법」 제37조를 적용하지 아니한다.

④ 자율심의기구는 의료기기광고 제도 및 법령의 개선에 관하여 식품의약품안전처장에게 의견을 제시할 수 있다.

⑤ 제25조 및 이 조 제1항부터 제4항까지의 규정에서 정한 것 외에 자율심의기구의 구성·운영 및 심의에 필요한 사항은 자율심의기구가 정한다.

⑥ 자율심의기구가 제25조제1항 및 이 조 제2항에 따른 심의 관련 업무를 수행할 때에는 제24조제2항 및 제3항에 따라 공정하고 투명하게 하여야 한다.

제25조의3(의료기기광고에 관한 심의위원회) ① 자율심의기구는 의료기기 광고를 심의하기 위하여 의료기기광고심의위원회(이하 “심의위원회”라 한다)를 설치·운영하여야 한다.

② 심의위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 10명 이상 20명 이하의 위원으로 구성한다.

③ 심의위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 자율심의기구의 장이 위촉한다. 이 경우 다음 각 호의 사람을 각각 1명 이상 포함하되, 제1호에 해당하는 위원 수는 전체 위원 수의 3분의 1 미만인 되도록 하여야 한다.

1. 의료기기 관련 산업계에 종사하는 사람
2. 「의료법」 제2조에 따른 의사·치과의사 또는 한의사로서 같은 법 제28조에 따른 의사회·치과의사회 또는 한의사회의 장이 추천하는 사람
3. 「소비자기본법」 제2조제3호에 따른 소비자단체의 장이 추천하는 사람
4. 「변호사법」 제7조제1항에 따라 같은 법 제78조에 따른 대한변호사협회에 등록된 변호사로서 대한변호사협회의 장이 추천하는 사람
5. 「비영리민간단체 지원법」 제4조에 따라 등록된 단체로서 의료기기의 안전을 주된 목적으로 하는 단체의 장이 추천하는 사람
6. 그 밖에 의료기기의 광고에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람

④ 제1항부터 제3항까지의 규정에서 정한 것 외에 심의위원회의 구성 및 운영에 필요한 사항은 자율심의기구가 정한다.