

인터넷광고심의세칙

인터넷광고심의세칙

제정 2007. 5. 2

제1조(목적) 이 세칙은 인터넷광고심의규정(이하 “심의규정”이라 한다)에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(어린이·청소년의 보호) 규정 제18조제6항제6호에서 “인터넷광고심의규정에 규정된 품목 중 청소년에 관련된 사항”이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사항을 말한다.

1. 「주세법」 제3조제1호의 규정에 따른 주류
2. 「담배사업법」 제2조의 규정에 따른 담배
3. 「마약류 관리에 관한 법률」 제2조제1호의 규정에 따른 마약류 및 동조 제7호의 규정에 따른 원료물질
4. 「한국마사회법」 제2조제1호의 규정에 따른 경마
5. 「경륜·경정법」 제2조제1호의 규정에 따른 경륜 및 동조 제2호의 규정에 따른 경정
6. 「복권 및 복권기금법」 제2조제1호의 규정에 따른 복권
7. 「관광진흥법」 제3조제5호의 규정에 따른 카지노업
8. 「사행행위 등 규제 및 처벌특례법」 제2조제2항의 규정에 따른 사행행위영업

제3조(식품) ①식품(특수영양식품을 포함한다)에 관한 인터넷광고에는 다음의 표현을 하여서는 아니된다.

1. 제품·품목, 제조방법 또는 성분 등에 관하여 허가를 받거나 신고 또는 보고한 사항 이외의 내용에 대한 표현. 다만, 제조방법에 관하여 연구 또는 발견된 사실로서 식품학·영양학 등의 분야에서 공인된 사항이거나 성분 등이 공인된 시험기관에서 입증된 사항과 식품학·영양학 등의 문헌을 이용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명·문헌명·발표년월일을 명시하는 사항은 예외로 한다.
2. 질병의 치료에 효능이 있다는 내용 또는 의약품으로 혼동할 우려가 있는 내용의 표현
3. 식품위생법에서 규정하고 있는 유용성 등에 대한 허용범위를 벗어나는 내용
4. 제품의 원재료 또는 성분과 다른 내용의 표시·광고
5. 제조연월일 또는 유통기한을 표시함에 있어서 사실과 다른 내용의 표시·광고
6. 제조방법에 관하여 연구 또는 발견한 사실로서 식품학·영양학 등의 분야에서 공인된 사항 외의 표시·광고. 다만, 제조방법에 관하여 연구 또는 발견한 사실에 대한 식품학·영양학 등의 문헌을 인용하여 문헌의 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명·문헌명·발표연월일을 명시하는 표시·광고는 그러하지 아니하다.
7. 각종의 감사장·상장(정부표창규정에 의하여 제품과 직접 관련하여 수여한 상장을 제외한다) 또는 체험기 등을 이용하거나 “주문쇄도”·“단체추천” 또는

이와 유사한 내용을 표현하는 광고

8. 외국어의 사용 등으로 외국제품으로 혼동할 우려가 있는 표시·광고 또는 외국과 기술제휴한 것으로 혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고
9. 다른 업소의 제품을 비방하거나 비방하는 것으로 의심되는 광고이거나 제품의 제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 효과와 직접 관련이 적은 내용을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식되게 하는 광고
10. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안·사진 등을 사용하는 표시·광고 또는 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 음향을 사용하는 광고
11. 화학적합성품의 경우 그 원료의 명칭 등을 사용하여 화학적 합성품이 아닌 것으로 혼동할 우려가 있는 광고
12. 영·유아를 대상으로 하는 식품이 모유를 대체할 수 있다는 표현
13. 식품의 영양소 함량에 대한 내용의 광고로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 표현
 - 가. 객관적인 근거없이 무가당, 저당도, 저지방 또는 저칼로리 등의 영양소 함량을 표현하는 내용
 - 나. 영양소의 함량을 구체적으로 명기하지 아니하고 특정 영양소의 함량이 일반적인 식품보다 현저한 차이가 있다고 강조하는 내용
14. 다음 각목의 어느 하나에 해당하는 표현으로서 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표현
 - 가. “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현

나. “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현

다. “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현

라. “특수제조법”, “젊음유지”, “미용효과” 또는 “천연”, “무공해” 등의 모호한 표현

15. 판매사례품 또는 경품판매 등 사행심을 조장하는 내용의 광고(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 의하여 허용되는 경우를 제외한다)

②제1항의 규정에 따른 과대광고로 보지 아니하는 광고의 범위와 그 적용대상 식품은 별표 1과 같다.

③식품에 관한 인터넷광고는 제품에 함유된 특정 성분을 강조하는 경우 당해 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜯 페이지에 해당 성분의 함량표시를 하여야 한다.

제4조(건강기능식품) 건강기능식품에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품으로 오인·혼동할 우려가 있는 표현

2. 의약품 용도로만 사용되는 명칭(한약의 처방명을 포함한다)의 표현

3. 국가 또는 공공기관에 의해 객관적으로 입증되지 아니한 된 경우가 아니면 건강관련제품의 효능·효과에 관한 표현

4. 건강관련제품의 생산·보급이 국가 또는 공공기관의 추천이나 지원을 받고 있지 않음에도 불구하고 이를 주장하거나 암시하는 표현

5. 의사·치과의사·한의사·수의사·약사·한약사·대학교수 등의 자가 제품의 기능성을 보증하거나 제품을 지정·공인·추천·지도하고 있다는 내용
6. 다음 각목의 어느 하나에 해당하는 표현으로서 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표현
 - 가. “최고”, “가장 좋은” 또는 “특” 등의 표현
 - 나. “베스트”, “모스트” 또는 “스페셜” 등의 표현
 - 다. “Best”, “Most” 또는 “Special” 등의 표현
 - 라. 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 “주문쇄도”, “단체추천” 또는 이와 유사한 내용의 표현
7. 건강상태에 대한 불필요한 공포감이나 불안감을 조장하는 내용

제5조(의료) ①의료법인, 의료기관 또는 의료인이 아닌 자는 의료에 관한 인터넷 광고를 하여서는 아니된다.

②의료에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 「의료법」 제45조의3에 따른 신의료기술평가를 받지 아니한 신의료기술에 관하여 광고하는 것
2. 특정 의료기관·의료인의 기능이나 진료방법이 질병치료에 반드시 효과가 있다고 표현하거나 환자의 치료경험담 또는 6개월 이하의 임상경력을 광고하는 것
3. 특정 의료기관·의료인의 기능이나 진료방법이 다른 의료기관이나 의료인의

것과 비교하여 우수하거나 효과가 있다는 내용으로 광고하는 것

4. 다른 의료법인·의료기관 또는 의료인을 비방할 목적으로 해당 의료기관·의료인의 기능 또는 진료방법에 관하여 불리한 사실을 광고하는 것
 5. 의료인이 환자를 대상으로 수술을 행하는 장면이나 환자의 환부 등을 촬영한 동영상 또는 사진으로서 일반인에게 혐오감을 일으키는 것을 게재하여 광고하는 것
 6. 의료행위나 진료방법 등을 광고하면서 예견할 수 있는 환자의 안전에 심각한 위해를 줄 우려가 있는 부작용 등의 중요 정보를 누락하여 광고하는 것
 7. 의료기관·의료인의 기능 또는 진료방법에 관하여 객관적으로 인정되지 아니한 내용이나 객관적인 근거가 없는 내용을 광고하는 것
 8. 특정 의료기관·의료인의 기능이나 진료방법에 관한 기사나 전문가의 의견을 인터넷신문에 게재하면서 특정 의료기관이나 의료인의 연락처나 약도 등의 정보도 함께 게재하여 광고하는 것
 9. 「의료법 시행령」 제19조의3제1항에 따라 심의대상이 되는 의료광고를 심의를 받지 아니하고 광고하거나 심의받은 내용과 다르게 광고하는 것
- ③의료법인·의료기관 또는 의료인은 거짓이나 과장된 내용의 의료광고를 하지 못한다.

제6조(의약품) ①전문의약품 및 원료의약품(식품의약품안전청장의 지정고시에 따른 광고금지대상 의약품)에 관한 인터넷광고는 이를 할 수 없다.

②의약품에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하

여서는 아니된다.

1. 효능이나 성능 등에 관하여 허가를 받거나 신고한 사항 이외의 내용에 대한 표현. 다만, 식품의약품안전청장이 인정하는 공정서 또는 의약품집에 실려있는 내용이나 공인된 임상결과 등 근거문헌을 인용하는 경우에는 그러하지 아니하다. 이 경우 인용문헌의 본뜻을 정확히 전달하여야 하며 연구자의 성명·문헌명과 발표 연월일을 명시하여야 한다.
2. 효능이나 성능을 과장하거나 약품의 오용과 남용을 조장하는 표현
3. 의약품의 부작용을 부정하거나 부당하게 안전성을 강조하는 표현
4. 광고대상을 효능·효과와 무관하게 특정 대상자에 한정하는 표현
5. 의약품을 의약품이 아닌 것으로 오인하게 할 우려가 있는 표현
6. 의약품이 아닌 제품을 의약품이나 의·약학적인 치료효과가 있는 것처럼 하는 표현
7. 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타 이와 유사한 자가 이를 보증·지정·공인·추천·지도 또는 선용하고 있다는 표현
8. 효능·효과를 광고함에 있어 “확실한 보증” 또는 “최고”, “가장 좋은” 등의 단정적인 표현
9. 주성분이 아닌 성분의 효능·효과에 관한 표현
10. 사용 전·후의 비교 등으로 그 사용결과를 표시 또는 암시하거나 적응증상을 위협적인 표현으로 표시 또는 암시하는 내용
11. 사용자의 감사장 및 체험기 등을 이용하는 표현
12. “구입, 주문쇄도”, “단체추천” 기타 이와 유사한 표현

13. 의약품의 효능·효과와 관련되는 질병의 증상이나 수술장면 등의 위협적 표현

14. 질병에 대한 불안감, 공포감을 조성하거나 저속한 표현

15. 인터넷이용자가 병에 걸린 것처럼 인식하게 하는 막연한 증상이나 포괄적 증상의 표현

16. 환자를 조롱하거나 질병을 저속하고 품위없이 다루는 표현

17. 인체해부도 및 수술장면의 지나치게 사실적인 묘사 또는 희화적인 표현, 모델의 연기로서 공포감이나 불쾌감을 주는 표현

18. 멸종위기에 처한 야생동·식물의 가공품임을 표현 또는 암시하는 내용

19. 낙태를 암시하는 내용

③의약품에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜬 페이지는 식품의약품안전청장이 정하는 사항을 표시하여야 한다.

④「약사법」 제31조제1항 및 동법 제42조제1항의 규정에 따른 의약품 제조·수입허가를 받거나 의약품 수입신고를 한 후가 아니면 의약품등의 명칭·제조 방법·효능이나 성능에 관하여 광고하지 못한다.

제7조(의약외품) 의약외품에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 의약외품을 의약품으로 오인하게 할 우려가 있는 표현

2. 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니한 사항

3. 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또

는 사용하고 있다는 내용 등의 표현

제8조(의료기기) 의료기기에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 품질, 효능 등에 관하여 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니한 사항
2. 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현
3. 효능이나 성능을 광고함에 있어서 사용 전·후의 비교 등으로 그 사용결과를 표시 또는 암시하거나 적응증상을 위협적인 내용으로 표시 또는 암시하는 표현
4. 다음 각목의 어느 하나에 해당하는 표현으로서 소비자를 기만하거나 오인·혼돈시킬 우려가 있는 표현
 - 가. 효능·효과를 광고함에 있어 “확실한 보증” 또는 “최고”, “가장 좋은” 등의 단정적인 표현
 - 나. 각종의 감사장 또는 체험기를 이용하거나 “주문쇄도”, “단체추천” 또는 이와 유사한 내용의 표현

제9조(건강보조기구) ①건강보조기구에 관한 인터넷광고는 의료기기로 오인하게 하거나 효능, 효과를 과신하게 하여서는 아니된다.

②건강보조기구에 관한 인터넷광고는 객관적인 근거없이 안전성을 보장한다는

표현을 하여서는 아니된다.

제10조(화장품) 화장품에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 허가받은 사항 이외의 효능을 나타내는 표현
2. 의·약학적 효능·효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 표현
3. 화장품의 부작용 또는 주의사항을 부정하거나 부당하게 안전성을 강조하는 표현
4. 기능성화장품이 아닌 것으로서 제품의 명칭, 제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품으로 오인시킬 우려가 있는 표현
5. 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표현
6. 주성분이 아닌 원료나 성분을 과장하여 주성분으로 오인하게 하는 표현
7. 사용전과 사용후를 뚜렷하게 대비하여 효능을 과신하게 하는 표현

제11조(농약) 농약에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 농약의 명칭 또는 효과에 관하여 오해를 가져올 수 있는 표현
2. 농약의 오용과 남용을 조장하는 표현
3. 농촌진흥청(소속시험장·연구소·도농업기술원을 포함한다) 및 농업에 관한 시험 연구기관 또는 검사기관에서 추천·지도 또는 선용하고 있다는 등의 표현

4. 구입량 및 구입기간 등을 구체적으로 명시하지 아니한 “구입, 주문채도” 등의 표현
5. 농약의 사용을 직접적으로 강요하거나 농약의 사용이 농사에 필수적이라고 주장하는 표현
6. 농약의 위험성을 부정하거나 안전을 강조하는 표현

제12조(주류) ①주류에 관한 인터넷광고는 건전한 사회질서와 국민건강, 그리고 청소년의 건실한 생활을 해치지 않도록 특별히 유의하여야 한다.

②주류에 관한 인터넷광고는 「국민건강증진법」 제8조제4항의 규정에 따른 경고문구를 표기하여야 한다.

③주류에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 지나친 음주분위기를 묘사하거나 음주행위를 지나치게 미화하는 표현
2. 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현
3. 적당한 음주는 건강에 해롭지 않다는 표현
4. 음주가 정신건강에 도움이 된다는 표현
5. 음주가 체력 또는 운동능력을 향상시킨다거나, 근심·걱정을 없애주거나 질병치료에 도움이 된다는 표현
6. 운전, 운동, 등산 또는 작업 등 높은 경각심을 필요로 하는 상황에서 음주하는 행위를 묘사함으로써 안전을 저해하는 표현
7. 주류의 판매촉진을 위한 광고노래 또는 경품 및 금품을 제공한다는 내용의

표현

- ④주류에 관한 인터넷광고에 등장하는 인물은 19세 이상이어야 한다. 다만, 이 경우에도 임신부나 청소년의 인물 또는 목소리를 묘사하여서는 아니된다.
- ⑤주류가 아닌 상품의 인터넷광고에서도 제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

제13조(담배) ①담배에 관한 인터넷광고는 이를 할 수 없다.

②「담배사업법」 제18조제4항 및 동법 시행규칙 제12조제1항의 규정에 따른 판매가격의 광고에 포함될 수 있는 사항은 다음 각 호에 한한다.

1. 제품의 이름
2. 규격
3. 포장구분
4. 포장단위
5. 판매가격
6. 판매개시일

제14조(도박 및 복권) ①도박 기타 사행행위에 관한 인터넷광고는 이를 할 수 없다.

②복권에 관한 인터넷광고는 「복권 및 복권기금법」 제7조제2항의 규정에 따라 복권위원회의 승인을 얻은 광고계획서에 따른 경우 이외에는 이를 할 수 없다.

제15조(경마·경륜·경정, 카지노) ①한국마사회가 아닌 자는 마사회, 경마장 또는 경마의 명칭을 경마와 유사한 사행행위에 관한 인터넷광고물에 사용해서는 아니된다.

②「관광진흥법」에 따른 카지노사업자(종사원 포함)는 과도한 사행심을 유발하는 등 선량한 풍속을 해할 우려가 있는 인터넷광고를 할 수 없다.

제16조(영화·비디오물·공연물·게임물) ①영화, 비디오물, 공연물 및 게임물에 대한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 잔인한 폭력, 살인, 고문 등 인터넷이용자의 정서를 해치는 표현
2. 신체부위를 지나치게 노출시키거나 음란하고 자극적인 표현

②영화, 비디오물, 공연물 및 게임물에 대한 인터넷광고는 관람기준을 구체적으로 밝혀야 한다. 다만, 학습용 교재의 경우에는 그러하지 아니하다.

제17조(음성정보서비스) 음성정보서비스에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜯 페이지는 다음의 각 호의 사항을 표시하여야 한다.

1. 제공되는 서비스의 내용
2. 정보제공업자의 명칭 및 전화번호
3. 기본요금과 단위당 사용료, 할증액, 국제·국내전화요금 여부 등 서비스의 대가에 관한 내용

제18조(보험) ①보험상품에 관한 인터넷광고는 객관적 사실만을 포함하여야 하며, 오해 또는 과장의 소지가 있는 내용을 포함하여서는 아니된다.

②보험상품에 관한 인터넷광고는 사실에 부합되도록 하여야 하며, 특히 보장내용에 대한 중요한 사실을 누락하거나 은폐함으로써 소비자의 합리적인 선택을 저해하지 않아야 한다.

③보험과 관련된 이율이나 조건 등에 대한 표현은 부정확하거나 오해의 소지가 있어서는 아니된다.

④생명보험광고에서 보험약정총액을 제시할 때에는 가입자의 나이, 성별, 보험기간, 지불해야 하는 보험료의 액수와 횟수 등 그 액수를 수령하는데 필요한 조건들을 함께 명시해야 한다.

⑤보험상품에 관한 인터넷광고의 기준은 공정거래위원회가 고시한 「보험상품 표시·광고에관한심사지침」 및 금융감독원의 「보험상품 판매광고 가이드라인」이 정하는 바에 따른다.

제19조(투자자문업·투자일임업) ①「간접투자자산 운용업법」 제2조제5호의 규정에 따른 투자자문업, 동조 제6호의 규정에 따른 투자자문업, 동조 제7호의 규정에 따른 투자일임업에 대한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 일정 수익 또는 수익률의 실현을 약속하거나 보장하는 표현
2. 고객 또는 제3자가 당해 투자자문회사를 추천하거나 보증하는 내용을 표시하는 내용

3. 투자자문계약재산 또는 투자일임계약재산의 특정기간 운용실적을 발췌하여
광고하는 행위

4. 투자자문회사가 이용하는 특정 투자분석기법이 투자자문계약재산 또는 투자
일임계약재산의 운용실적을 일정 수준 이상으로 확보하여 준다고 광고하는
행위

②자산운용회사·투자회사 또는 판매회사가 간접투자증권의 취득을 권유하기
위하여 사용하는 인터넷광고에 포함될 수 있는 사항은 별표 2와 같다.

③자산운용회사·투자회사 또는 판매회사가 간접투자자와 관련된 인터넷광고를
하는 경우에 그 광고의 방법은 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 운용실적을 표시하는 경우에는 운용실적이 좋은 기간의 실적만을 표시함으
로써 간접투자자가 오인할 우려가 없을 것

2. 비교광고를 하는 경우에는 명확한 근거 없이 다른 회사의 간접투자기구가
열등하거나 불리한 것으로 간접투자자가 오인할 우려가 없을 것

3. 자산운용회사 또는 판매회사가 간접투자자와 관련된 광고를 하는 경우에는 그
회사의 준법감시인의 사전확인을 받도록 하는 등 금융감독위원회가 정하는
절차에 따라 광고할 것

제20조(대부업) ①대부업자 또는 여신금융기관 외에는 대부업에 관한 인터넷광
고를 하여서는 아니된다.

②대부업자가 대부조건 등에 관한 인터넷광고를 하는 경우에는 다음 각 호의
사항을 포함하여야 한다.

1. 명칭 또는 대표자의 성명
2. 대부업 등록번호
3. 대부이자율(연 이자율로 환산한 것을 포함한다) 및 연체이자율
4. 이자 외에 추가비용이 있는 경우 그 내역
5. 금전대부의 중개를 업으로 행하는 자는 대부중개업자라는 사실
6. 영업소의 주소와 전화번호
7. 대부업을 등록한 특별시·광역시 또는 도의 명칭

제21조(기타 금융상품) ①금융상품에 대한 인터넷광고는 과장, 생략이나 기타 방법을 사용해 소비자가 오인하지 않도록 하여야 한다.

②소득세 기타 세금 혜택에 대해 내용은 실제로 적용되는 바에 대한 구체적인 설명을 포함하여야 한다.

③예금이자는 당해 인터넷광고가 되는 시점에서 통용되는 것이어야 한다.

④소비자들이 오해할 소지가 있고 명시되지 않은 변수에 근거한 이윤의 계산을 하여서는 아니된다.

⑤변동가능한 이자율이나 조건 등에 대한 표현은 부정확하거나 오해의 소지가 있어서는 아니된다.

제22조(부동산) ①부동산에 관한 인터넷광고는 시행자·시공사·분양자를 명확히 표시하여야 한다.

②금융기관으로부터의 대출자금을 이용할 수 있다고 표현하는 경우에는 대출

약정 혹은 대출알선 여부, 대출약정 금융기관명 등을 명시하여야 한다.

③부동산에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니된다.

1. 근거없이 투자수익을 보장하거나 투기를 조장하는 표현
2. “장기저리용자” 등 모호한 금융혜택에 관한 표현
3. 미래의 재산가치에 대하여 최상급 표현을 사용하거나 높은 가치를 가질 것처럼 표현하는 내용
4. “근거리”, “도보통학 가능” 및 “시내 10분거리” 등 거리나 위치에 관한 불명확한 표현
5. “전세값으로 내집마련” 및 “저렴한 분양가” 등 가격과 관련하여 소비자를 오인하게 하는 표현
6. “명문학군” 등 교육환경과 관련된 근거 불확실한 표현
7. 광고주가 근거없이 국가나 지방자치단체 등과 관계가 있는 것처럼 표현하는 내용

제23조(대리점 모집) 대리점 등의 개설에 따른 수익 주장은 객관적인 근거에 의하여야 하고 실증되지 않은 수익을 주장하는 인터넷광고를 하여서는 아니된다.

1. 객관적인 근거없이 고수익이 보장된다거나 성장률, 수익률 등을 과장하는 내용
2. 단기에 투자자본의 회수가 가능하다고 주장하는 내용
3. 무경험자, 초보자도 전혀 실패할 염려가 없다고 주장하는 내용

제24조(학교·학원·강습소·학습교재 등) ①학교·학원·강습소 또는 학습교재 등에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니 된다.

1. 근거없이 취업 또는 합격을 약속하거나 과정이수 이후 급여 또는 수익을 과장하는 표현
2. 공인되지 않는 학위나 자격증을 수여한다는 표현
3. 근거없이 대학, 학교 등 법적 교육기관과 혼동케 할 우려가 있는 명칭을 사용하는 표현
4. 근거없이 정부나 지방단체 또는 공공교육기관 등과 특별한 관계가 있는 것으로 오인할 수 있는 표현
5. 인가받지 않은 교육시설을 마치 인가를 받은 것처럼 오인할 수 있는 내용
6. 근거없이 성적의 향상이나 학습효과의 증진을 과장하는 내용
7. 과정이수 후 취득할 수 있는 자격증의 가치를 과장하는 내용

②각종 자격취득용 수험교재나 학습지 등에 관한 인터넷광고는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표현을 하여서는 아니 된다.

1. 근거없이 자격증 소지자의 의무채용을 명시하거나, 고소득, 취업보장을 주장하는 내용
2. 확정되지 않은 자격시험제도를 이미 확정된 것처럼 묘사하는 내용
3. 누구나 쉽게 특정 시험에 합격할 수 있는 것처럼 주장하는 내용
4. 근거없이 대학교수 등 관계 전문가에 의해서 집필, 추천, 보증된 것처럼 표

현하거나 이를 암시하는 내용

5. 근거없이 성적이나 학습효과가 높아진다는 내용

6. 합격률, 적중률 등을 표현하는 내용

③학습자를 모집할 목적으로 하는 인터넷광고에는 수강료 등을 표시하여야 한다.

제25조(구인, 구직 또는 직업안내 등) ①구인, 구직 또는 직업안내에 관한 인터넷광고는 인신매매나 윤락행위 등 범죄에 이용되지 아니하도록 특별히 유의하여야 하며, 청소년들이 범죄조직에 소개될 우려가 있는 인터넷광고를 하여서는 아니된다.

②미성년자들의 유흥업소 취업이나 출입을 유도하는 인터넷광고를 하여서는 아니된다.

③직업소개소 및 결혼상담소에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜬 페이지는 인허가 사항 및 소재지 등 책임소재를 명확히 밝혀야 한다.

④구인, 구직에 대한 인터넷광고는 공식적으로 인정될 수 없거나 명확한 근거가 없는 단체명을 사용하여서는 아니된다.

제26조(여행·관광 등) ①여행 및 관광 등에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜬 페이지는 다음 각 호의 사항을 표시하여야 한다.

1. 규정요금 이외에 추가로 소요되는 비용의 유무와 그 내용

2. 숙박, 교통수단, 식사내용 등 제공되는 용역의 내용 및 조건

②여행 및 관광 등에 관한 인터넷광고는 일부에만 적용되는 최저가격을 일반 가격으로 오인하게 하는 표현을 하여서는 아니된다.

제27조(통신판매) ①통신판매에 관한 인터넷광고 또는 광고소재에 연결되어 하이퍼링크로 뜬 페이지는 소비자의 피해나 소비자와의 분쟁을 막기 위하여 다음 사항을 명시하여야 한다.

1. 소비자가 광고주 및 상품제공자와 연락할 수 있는 정확한 연락처
2. 상품의 종류, 제원 및 판매가
3. 판매가격 이외의 추가비용 여부 및 그 내역
4. 대금지급 및 상품인도의 시기와 그 방법
5. 사후관리(After Service)나 반품의 방법 및 그 기간
6. 상품판매량, 신청기간의 제한 등 기타 특별한 통신판매조건이 있는 경우에는 그 내용

②소비자에게 제공된 상품은 인터넷광고 내용과 일치하여야 한다.

부 칙

(시행일) 이 심의세칙은 제정일로부터 시행한다.

[별표 1] 과대광고로 보지 아니하는 광고의 범위와 그 적용대상식품(제3조제2항 관련)

1. 유용성

가. 신체조직과 기능의 일반적인 증진을 주목적으로 하는 다음의 표현 또는 이와 유사한 표현

- (1) 인체의 건전한 성장 및 발달과 건강한 활동을 유지하는데 도움을 준다는 표현
- (2) 건강유지·건강증진·체력유지·체질개선·식이요법·영양보급 등에 도움을 준다는 표현
- (3) 특정질병을 지칭하지 아니하는 단순한 권장 내용의 표현. 다만, 당뇨병·변비·암 등 특정질병을 지칭하거나 질병(군)의 치료에 효능·효과가 있다는 내용이나 질병의 특징적인 징후 또는 증상에 대하여 효과가 있다는 내용 등의 표현을 하여서는 아니 된다.

나. 식품영양학적으로 공인된 사실 또는 제품에 함유된 영양성분(비타민, 칼슘, 철, 아미노산 등)의 기능 및 작용에 관한 다음의 표현 또는 이와 유사한 표현

- (1) 특수용도식품으로 임신수유기 영양보급, 병후 회복시 영양보급, 노약자 영양보급, 환자에 대한 영양보조 등에 도움을 준다는 표현
- (2) 비타민 ○는 ○○작용을 하여 건강에 도움을 줄 수 있다는 표현
- (3) 칼슘은 뼈와 치아의 형성에 필요한 영양소라는 표현

2. 용도 : 제품의 제조목적이나 주요 용도에 대한 다음의 표현 또는 이와 유사한 표현

- (1) 해당 제품이 유아식, 환자식 등으로 섭취하는 특수용도식품이라는 표현
- (2) 해당 제품이 발육기, 성장기, 임신수유기, 갱년기 등 사람의 영양보급을 목적으로 개발된 제품이라는 것과 이와 유사한 표현

3. 섭취방법·섭취량에 관한 다음의 표현 또는 이와 유사한 표현 : 해당 제품의 식품영양학적 기준으로 가장 적합하다고 생각되는 섭취방법 또는 섭취량의 표현

[별표 2] 자산운용회사·투자회사 또는 판매회사가 간접투자증권의 취득을 권유하기 위하여 사용하는 인터넷광고에 포함될 수 있는 사항(제19조제2항 관련)

1. 간접투자기구의 명칭
2. 간접투자기구의 종류
3. 간접투자기구의 투자목적 및 운용전략
4. 당해 간접투자기구의 운용개념 및 방법
5. 자산운용회사·수탁회사·자산보관회사·판매회사 또는 일반사무관리회사의 명칭에 관한 사항
6. 자산운용회사·수탁회사·자산보관회사·판매회사 또는 일반사무관리회사가 취득하는 보수 및 수수료에 관한 사항
7. 간접투자기구의 위험에 관한 사항
8. 투자원금이 보장되지 아니한다는 사실 등 투자위험에 관한 사항
9. 당해 간접투자기구의 운용전문인력에 관한 사항
10. 과거운용실적이 있는 경우 그 운용실적
11. 자산운용회사, 수탁회사 또는 자산보관회사의 개요
12. 신탁약관 또는 투자회사의 정관의 주요내용 변경시 공시에 관한 사항
13. 간접투자증권의 판매 및 환매 방법
14. 환매제한 및 환매연기에 관한 사항
15. 환매수수료에 관한 사항
16. 주된 투자대상에 관한 사항
17. 간접투자재산의 운용방법, 운용제한 및 운용전략에 관한 사항
18. 투자증권 또는 장내파생상품을 거래하는 경우에는 그 중개회사의 선정기준
19. 간접투자기구의 자산평가방법 및 기준가격 산정방법

20. 이익 등의 분배에 관한 사항
21. 「간접투자자산 운용업법」 제104조제1항의 규정에 의한 준비금의 적립에 관한 사항
22. 간접투자기구의 해지 또는 해산에 관한 사항
23. 간접투자자의 투자소득의 과세에 관한 사항
24. 금융감독위원회가 정하는 간접투자증권의 매입·환매 청구일을 구분하기 위한 기준시점
25. 간접투자재산은 수탁회사 또는 자산보관회사에 의하여 수탁회사 또는 자산보관회사의 고유재산과 분리하여 안전하게 보관·관리되고 있다는 사실
26. 수탁회사 또는 자산보관회사, 자산운용회사의 준법감시인, 회계감사인이 간접투자재산을 적법하게 운용하고 있는지 여부를 감시한다는 사실
27. 자산운용회사, 수탁회사 또는 자산보관회사, 판매회사 또는 일반사무관리회사에 관한 사항
28. 간접투자기구의 투자목적에 적합한 투자자에 관한 사항
29. 간접투자기구의 수익구조
30. 간접투자기구평가회사 등이 평가한 평가결과