

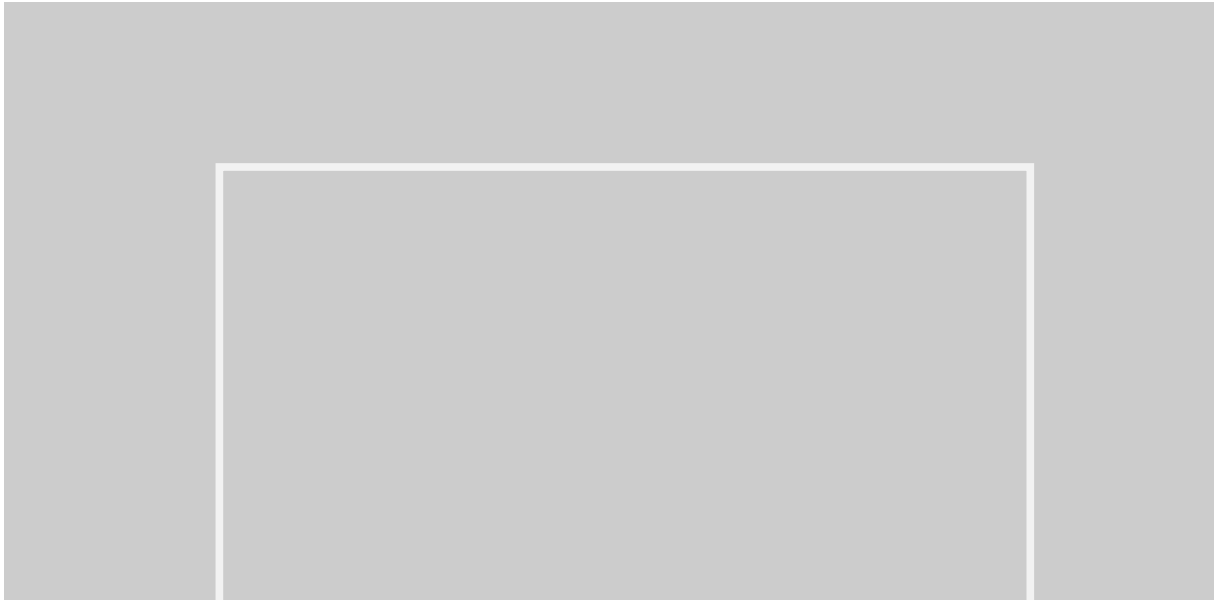
AI 등을 활용한 시장 질서 교란 허위·과장광고 대응 방안

2025. 12. 10.

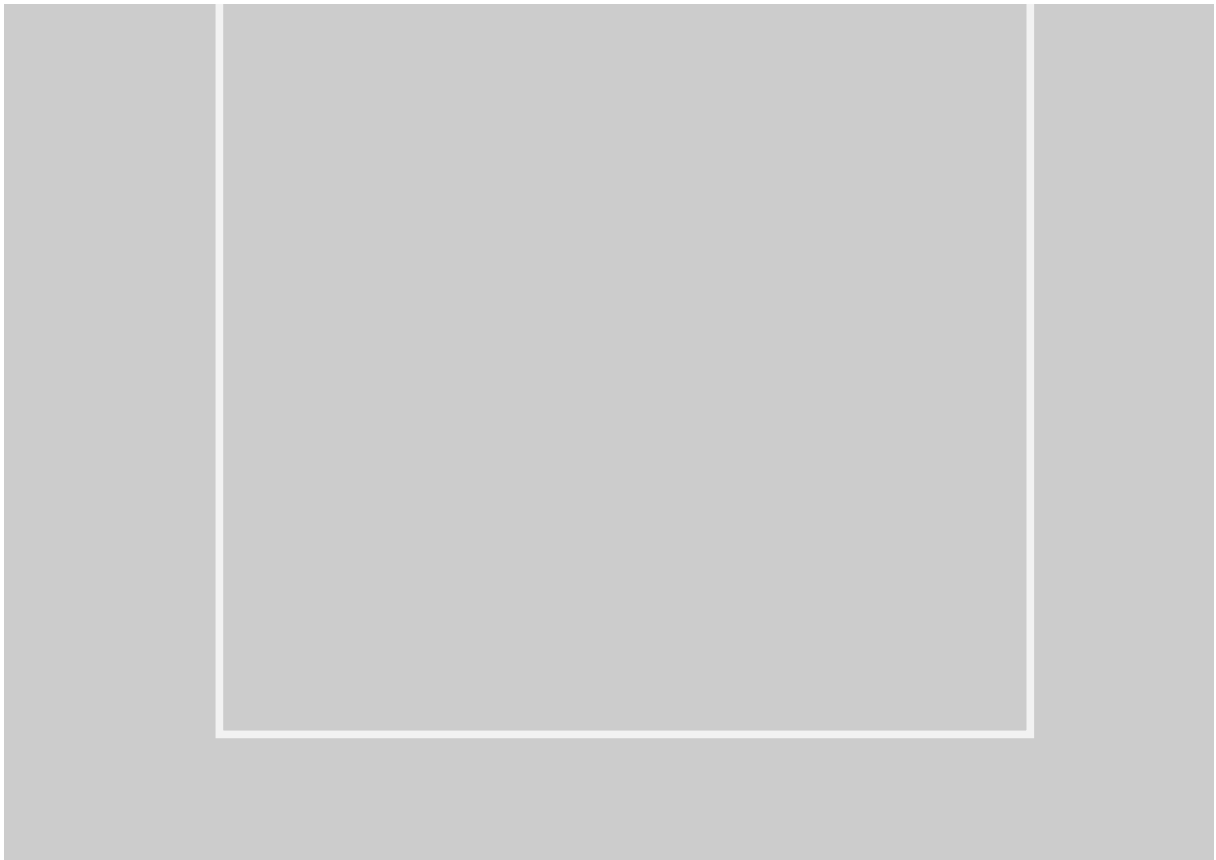
관계부처 합동

순서

[요 약]	i
I. 현황 및 문제점	1
II. 추진 방향	3
III. 세부 추진과제	4
1. 허위·과장 광고 유통前 사전 방지	4
2. 허위·과장 광고 유통時 신속 차단	6
3. 제재 수단 확충 및 집행력 확대	9
IV. 향후 추진 일정	13
참고. 시 활용 허위·과장 광고 유형	14



요약



1 추진 배경

- 최근 **AI·딥페이크** 등 신기술을 활용한 **허위·과장광고**가 **SNS**에서 범람
 - 대표적으로, 식·의약품은 인물·신체 영상 합성시 홍보효과가 극대화*되는 측면이 있어 AI 활용 허위·과장광고가 만연
 - * (예) 의사 등 권위있는 자가 식·의약품을 권유하는 것처럼 가상인물 생성 가능
 - AI 기술의 진화로 소비자 오인가능성이 높아지고, 디지털 정보의 특성상 SNS를 통한 확산도 빠름
- 그러나, **현재의 대응 체계**로는 신속, 적절한 **대응이 어려움**
 - AI 생성물 게시자에 대한 표시의무가 불충분*하고 AI 허위·과장 광고의 정의도 부재 → 게재 前 **사전 방지가 어려움**
 - * AI 기본법(26.1월 시행)은 AI생성물 생산자에만 표시의무 부과 → 게시자 전반 규제 不可
 - 불법게시물 차단을 위한 방미심위 심의에 시일이 소요되고, 방미심위 심의 외에는 공적인 조치수단 부재 → 게재 後 **신속한 차단이 어려움**

⇒ AI 등 신기술을 활용한 신종 거래질서 교란 행위를 신속하게 엄단할 수 있도록 대응체계 강화 필요

2 대응 방안

문제점(As-is)	개선 방안(To-be)
AI 허위·과장 광고 유통을 사전에 막을 근거 부재	① AI 허위·과장 광고의 생성, 유통 사전 방지 ☞ AI 생성물 게시자에게 AI 생성물 표시의무 부과 ☞ AI 사업자의 AI 생성물 표시의무 이행 가이드라인 마련
유통되는 허위·과장 광고 사후차단에 시일 소요	② 허위·과장광고 유통時 신속한 차단 ☞ 방미심위 서면심의 도입 해 시정명령 속도 대폭 제고 ☞ 시급한 건은 방미통위 시정요청 병행 운영 ☞ 플랫폼사의 자율 모니터링·차단 확대 및 정교화
허위·과장 광고 게시자에 대한 단속 및 제재 불충분	③ 위법행위자에 대한 금전제재 강화 및 단속역량 확충 ☞ 허위·과장광고 위법성 판단기준 명확화 ☞ 징벌적 손해배상 도입 및 과징금 수준 대폭 상향 ☞ 허위·과장광고 감시·적발 기능 강화

(1) AI 허위·과장 광고의 생성, 유통前 사전 방지

① AI 생성물 유통자에 대한 표시의무제 도입

- 온라인플랫폼 등에 AI 생성물을 게재하는 자가 해당 게시물이 AI 생성물임을 표시하도록 의무화 (☞플랫폼에 관리의무 부과)
- 플랫폼 이용자가 AI 생성물 표시를 임의로 제거, 훼손하는 것을 금지

② AI 사업자(생성자)에 대한 투명성확보 가이드라인 마련

- AI 사업자들의 표시의무(26.1월 AI기본법 시행) 이행 및 AI 생성물의 투명한 사용을 돕기 위한 구체적 적용원칙 마련

(2) AI 허위·과장광고 유통時 신속한 차단

① 허위·과장광고 시정요구를 위한 방미심위 심의속도 제고

- (서면심의 확대) 식·의약품 등 AI 허위·과장광고가 범람하는 영역을 서면심의 대상*으로 추가 → 요청 후 24시간 내 심의 가능

* 현행 방미통위법은 물카 등 성범죄 촬영물만 서면심의 대상으로 인정

- (패스트트랙 심의 확대) 식·의약품, 화장품 등 AI 허위·과장광고 범람 영역은 식약처 전용 심의트랙 통해 안전 상정시간 단축

② 시급을 요하는 건에 대해서는 방미통위 긴급 시정요청 절차 도입 병행

- 국민의 생명·재산 피해 우려가 커 시급한 조치가 필요한 경우 방미심위 심의완료 前에 방미통위가 임시 시정요청* 병행 추진

* [절차(안)] 관계당국이 방미통위에 요청 → 방미통위는 플랫폼사에 임시 시정요청 → 플랫폼사는 시정조치 이행 → 방미심위 심의결과에 따라 차단확정 or 원상복귀

③ 플랫폼사의 허위·과장광고 자율규제* 확대 및 정교화

* 정부기관(식약처, 소비자원 등)의 불법·유해광고 차단요청시 자율차단, 자체 내부통제 등

(3) 위법행위자에 대한 금전제재 강화 및 단속역량 확충

① AI 생성 전문가 등의 추천 광고 관련 위법성 판단기준 명확화

② 정보통신망 등에서의 허위·조작정보 유통 행위에 대한 징벌적 손해배상 도입 → 실제 손해액의 최대 5배 배상

③ 「표시광고법」상 허위·과장광고에 대한 과징금 수준 대폭 상향

④ 식약처·소비자원의 허위·과장광고 감시·적발기능 확충 추진

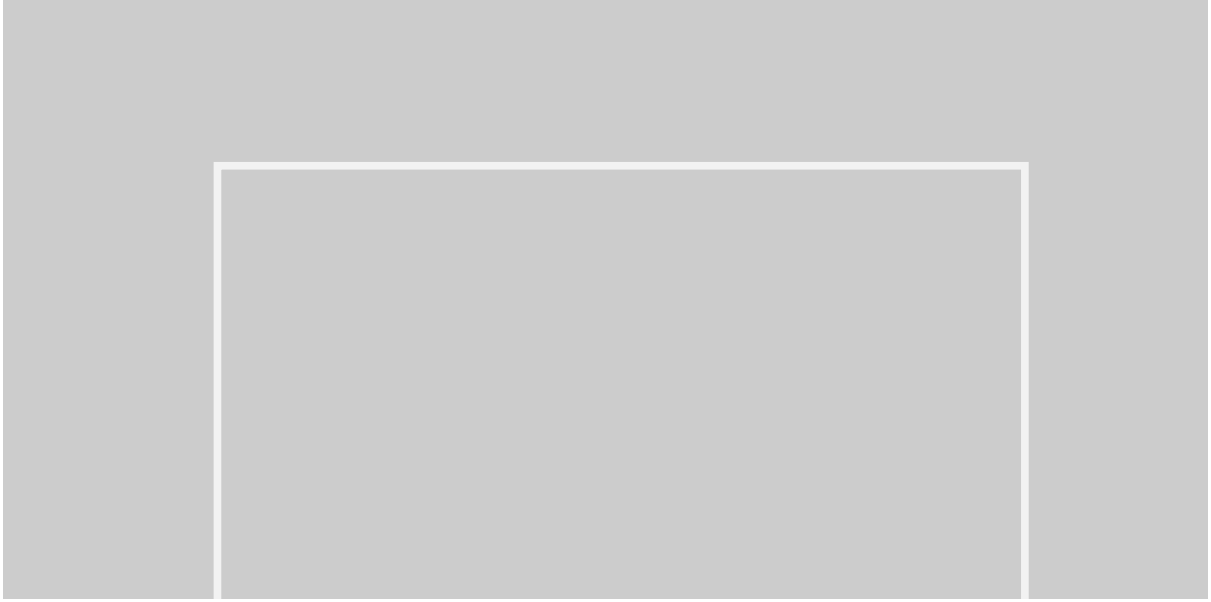
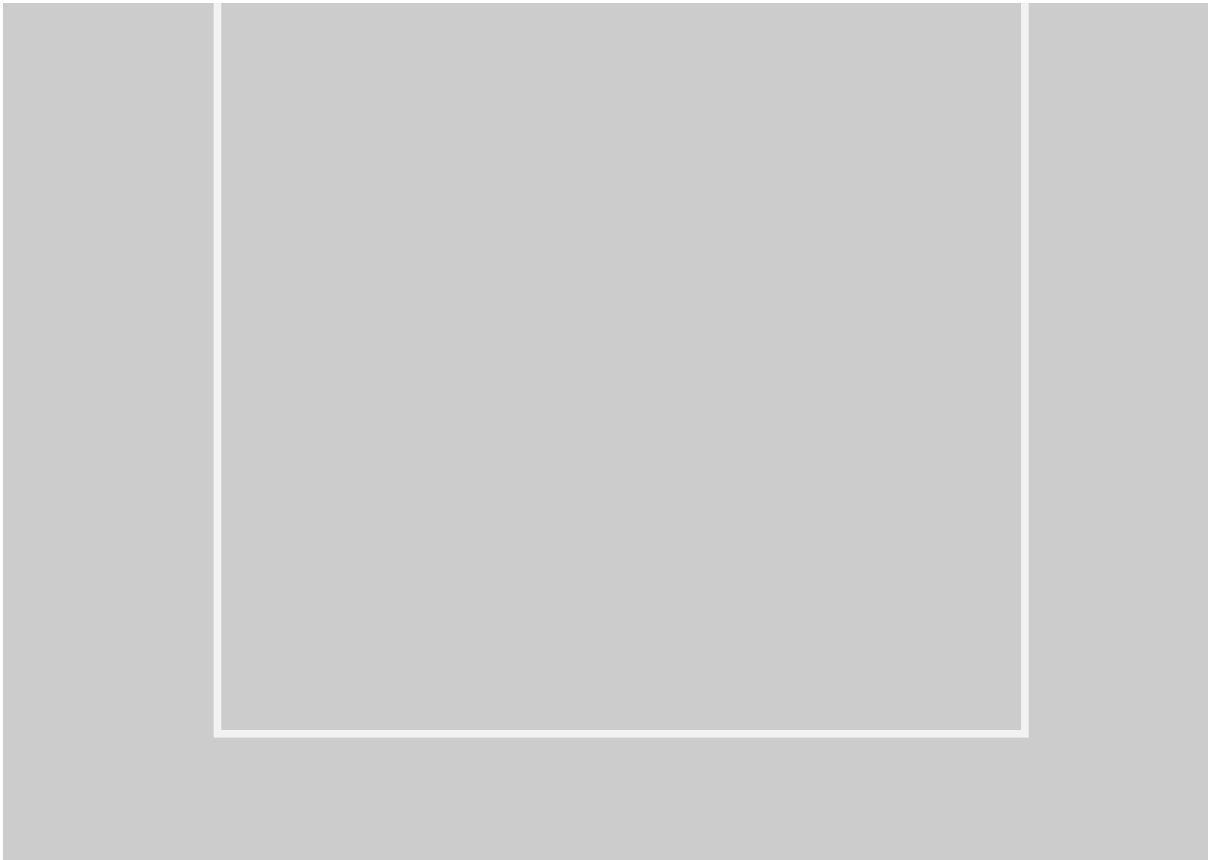


Figure 1



I. 현황 및 문제점

□ 최근 AI·딥페이크 등 신기술을 활용한 허위·과장 광고가 SNS에서 범람

- 언론, 국회(국정감사) 등을 통해 AI 허위·과장 광고 문제가 지적
- 대표적으로, **식·의약품**은 인물·신체 영상 합성시 홍보효과가 극대화*되는 측면이 있어 AI 활용 허위·과장 광고가 범람

* (인물합성) 의사 등 권위있는 자가 식·의약품을 권유하는 것처럼 인물합성 가능
(신체합성) 'before→after' 형태의 신체변화 설명시 after 부분을 합성하여 효과 과장 가능

< AI 활용 허위·과장 광고 예시* >

- ◆ "흔들리는 치아 / 치과 오지 마세요. '이것'만 해도 짹 잡힙니다."
(구강유산균 제품 광고, AI 합성 "S대 치과 전문의 송**" 등장)
- ◆ "의사가 바라본 최악의 지루성 두피염 치료법...대부분 병원에서 약을 타드시죠...
제발 독한 약으로 두피를 망치지 마세요...딱 3개월만 드셔보세요."
(두피 영양제 제품 광고, AI 합성 "S대 출신 피부과 전문의 김00 교수" 등장)

* [참고] AI 활용 허위·과장 광고 유형

□ 노년층 등 취약 계층의 구매 의사 결정을 교란하는 등 피해 발생 우려

- 이와 같이 가짜 전문가를 내세워 허위 내용으로 소비자를 유인하는 광고는 AI 기술 발달로 진위 여부 구분이 쉽지 않음
 - 특히, 건강에 관심이 많은 노년층이 이들 광고가 전달하는 거짓 의학 정보에 현혹될 경우 **생명·신체**에 대한 위해 우려도 존재
- ⇒ 이러한 광고는 "국민 경제에 큰 피해를 야기하는 시장 교란 행위"이므로 관계부처의 "근본적인 대책 강구"가 필요

< 대통령님 국무회의 말씀(10.14.) 요지 >

- ◆ "최근 인공지능 기술을 악용한 허위·과장광고가 SNS에서 범람한다고 함.
이런 형태들은 국민경제에 큰 피해를 야기하는 시장 교란행위임"
 - ◆ "시장경제가 정상 작동하려면 정확한 정보유통이 중요.
허위 정보나 가짜 조작, 왜곡 정보 등이 횡행하면 무질서하게 되는 것은 상식"
- ⇒ "관계 부처가 이런 시장질서 일탈 행위들을 바로 잡기 위한 근본적인 대책을 강구해 주기 바람"

□ SNS를 통해 유포되는 특성상 **신속한 차단**이 무엇보다 중요

- 인플루언서 등이 SNS를 통해 유포하는 특성상, 이들 광고의 **확산 속도**는 기존의 전통적 광고 방식에 비해 **훨씬 빠른** 것이 특징

* 관련자 등이 해외에 소재하는 경우가 많아 제재 대상 확인, 조사, 제재 집행 등 곤란

	기존 허위·과장광고	AI 허위·과장광고
광고 매체	신문, 방송, 잡지 등	SNS
광고 게재자	광고 대행사(사업자)	인플루언서(개인)
확산 속도	제한적	무제한적

- ⇒ 기존의 조사, 수사를 통한 제재(행정처분·형사재판 등) 중심이 아닌, **신속한 차단**을 통한 **피해 확산 방지** 중심의 **접근** 필요

□ 現 차단 체계의 **구조적 문제**를 극복하는 **신속 차단** 방안 마련 필요

- 방심위원 교체(임기 3년) 지연 등 사유로 **상당한 기간** 방심위 심의가 지연되거나, **정지되는 사례***가 주기적으로 발생

* ('17~'18) 3기 방심위 임기 종료('17.6.16) 이후 4기 방심위 구성('18.1.30)까지 약 7개월간 방심위원 교체 지연
('21) 4기 방심위 임기 종료('21.1.29) 이후 5기 방심위 구성('21.8.9)까지 약 6개월간 방심위원 교체 지연
('25) 류희림 前 방심위원장 사의 표명('25.4월) 이후 현재까지 방심위원 교체 지연

- 심의요청을 위한 기관 간 공문 수발신, 회의 일정 조정 등 **절차**를 거치며 심의에 **상당한 시일이 소요**되는 경우가 존재

- ⇒ 위법성 여부에 **다툼이 없는** 광고 유형에 대해서는 방심위의 **정식 심의 완료 전**에도 신속하게 차단할 수 있는 방안 마련 필요

- ⇒ 위법성 여부에 **다툼이 있어** 방심위 심의가 필요한 광고 유형에 대해서도 **불필요한 지연 없이** 신속하게 심의를 완료할 필요

II. 추진 방향

목표

신속한 대응을 통한 피해 확산의 **조기 차단**

전략

사전 예방·사후 제재를 아우르는
촘촘한 대응책 마련·추진

세부 추진 과제

① 허위·과장 광고 유통前 사전 방지

- ◆ AI 생성물 표시제 도입
 - ☞ 광고 게시자의 AI 생성 사실 표시를 통해 소비자 현혹 방지
- ◆ AI 생성물 투명성 가이드라인 마련
 - ☞ AI 사업자의 AI 생성물 표시의무 준수를 위한 가이드라인 마련

② 허위·과장 광고 유통時 신속 차단

- ◆ 업계 자율 규제 활성화
 - ☞ SNS 등 플랫폼 사업자의 자율적인 차단 유도
- ◆ 정부 차원의 신속한 차단
 - ☞ 적시 대응을 위해 정부 차단 조치의 신속성·효과성 제고

③ 제재 수단 확충 및 집행력 확대

- ◆ 위법성 판단 기준 명확화
 - ☞ 사업자에게 가이드라인 제공 및 법집행시 신속한 판단 촉진
- ◆ 위법행위자에 대한 금전 제재 강화
 - ☞ 적발시 엄중한 제재를 통해 위법행위 유인 차단
- ◆ 핵심 분야 중심 단속 역량 확충
 - ☞ 신속한 법집행을 위해 정부 단속 역량 제고

III. 세부 추진 과제

1

허위·과장 광고 유통前 사전 방지

- ◆ AI 생성물을 유통하는 자에게 AI 생성 사실의 표시를 의무화
- ◆ AI 사업자의 AI 생성물 표시의무 준수를 위한 가이드라인 마련

1-1. AI 생성물 표시제 도입

가. 현황

- 소비자가 실체가 아니라는 점을 정확히 인식하도록, AI로 생성된 생성물임을 표시할 필요
 - AI 기본법에서 관련 의무를 도입하나('26.1월 시행 예정), 그 대상이 AI 사업자*로 한정되어 허위·과장광고 대응에는 미흡**한 측면
 - * AI 기본법 제2조 제7호에 따른 인공지능 사업자(개발사업자, 이용사업자)에게만 적용
 - ** (예) AI 생성 사실 표시 부분을 삭제하거나, 해당 표시 이외의 부분만 선별적 활용하는 경우

나. 추진 내용

- AI 기술을 이용한 광고 등의 무분별한 유통을 방지하기 위해 AI 생성물 표시 의무 부여
 - (플랫폼) AI 생성물이 유통·확산되는 포털·플랫폼 사업자에게 직접 정보제공자와 이용자의 AI 생성물 표시 여부 등 관리 의무* 부과
 - * 이용자에게 가상정보의 표시 방법 제공 및 표시 의무에 대한 고지 의무 부과 등
 - (직접 정보제공자) AI 생성물을 직접 제작·편집해 게시하는 자(직접 정보제공자)에게 AI 생성물 표시 이행의무 부과
 - (이용자) 「정보통신망법」 및 「AI기본법」 등에 따른 AI 생성물 표시의 임의 제거 및 훼손 금지
- ⇒ 관리 의무 미이행 플랫폼, AI 생성물 표시 제거·훼손자 과태료 부과

다. 추진 계획

- AI 생성물 표시 의무를 담은 「정보통신망법」 개정(~'26.1분기) 방미통위

1-2. AI 생성물 투명성 확보 가이드라인 마련

가. 현황

- ☐ 딥페이크 기술이 활용된 영상·음성 등 콘텐츠는 소비자의 오인·혼동을 유발하여 합리적인 선택을 저해할 우려
 - 허위·과장광고 관련 AI생성물의 오용·악용으로 인한 사회적 부작용 최소화를 위하여 AI사업자의 사전 예방 조치 필요
- ☐ 생성형AI 서비스를 제공하는 AI사업자(오픈AI, 엔트로픽 등)에 대하여 AI생성물에 표시 의무를 부과하는 AI기본법이 시행 예정('26.1월)

나. 추진 내용

- ☐ AI사업자 대상 딥페이크 생성물 고지 또는 표시 의무 부과
 - AI사업자가 콘텐츠 생성 단계에서 AI 생성 사실을 명확히 고지 또는 표시하도록 법적 강제
 - ※ AI기본법상 AI생성물의 투명성 확보를 위한 고지·표시 방법 등을 AI기본법 시행령에 구체화
- ☐ 투명성 확보 가이드라인 마련
 - 딥페이크 AI생성물 투명성 확보 가이드라인 마련을 통해, AI사업자들이 충실하게 법적 의무를 이행할 수 있도록 안내
 - ※ 허위·과장광고 등 딥페이크 AI생성물의 범위, 구체적 고지·표시 방법, 콘텐츠별(영상·음성·이미지) 적용 예시, AI생성물 관련 오·남용 사례 및 해외 규범 동향 소개

다. 추진 계획

- ☐ 「AI기본법」 시행령 제정(~'26.1월) 과기정통부
- ☐ 표시 의무 등 내용을 담은 투명성 확보 가이드라인 시행(~'26.1월) 과기정통부
 - ※ 연내 공개 후 AI기본법 시행에 맞춰 가이드라인 공식 확정 예정

- ◆ 플랫폼 사업자가 허위·과장광고를 신속하게 차단하도록 유도하기 위해 자율규제 활성화 및 확산 유도
- ◆ 정부 차단 조치 효율성 제고를 위해 △방미심위 심의 속도 제고, △방미통위 긴급 시정요청 절차 도입 등 추진

2-1. 업계 자율 규제 활성화

가. 현황

- 관계 부처는 포털 방미통위·소비자원, 이커머스 식약처 분야 주요 플랫폼사와 불법·유해 정보, 허위·과장광고 등 차단을 위한 협의체를 운영중
- 그러나, 익명성, 제작·전파 용이성 등 온라인 광고기술 고도화로 적시 대응 및 피해 발생 예방에 한계

나. 추진 내용

- 온라인 플랫폼사 AI 허위·과장광고 차단 자율규제 확산 유도
 - AI 딥페이크 기술 등을 활용한 유명인 사칭 광고 대응 방안, 신속 탐지·차단을 위한 유명인 사칭 광고 탐지 기술 도입 등 지속 논의
 - 자율규제 既도입 플랫폼사의 자율규제 운영실태를 지속 점검*하고, 未도입 플랫폼사**의 자율규제 마련도 지속 독려
- * (식약처) 자율규제 활성화를 위한 이커머스 플랫폼 사업자 협의회 既개최('25.11월)
- ** (소비자원) 네이버, 메타(인스타그램), 틱톡 등 사업자까지 협업관계를 확대하여 부당 광고 차단이 광범위하게 이루어질 수 있도록 조치 예정('26.上)

다. 추진 계획

- 온라인 플랫폼사 자율규제 확산 유도 방미통위, 소비자원, 식약처
 - 식약처-이커머스 플랫폼 사업자 협의회 既개최('25.11월) 식약처
 - 소비자원-SNS 플랫폼 사업자 자율협약 외연 확대('26.上) 소비자원

2-2. 정부 차원의 신속 차단

2-2-1. 방미심위 심의 신속화

가. 현황

- ☐ 온라인 플랫폼 등 정보통신망에 게재된 허위·과장 광고 등 불법 정보에 대해 방미심위 심의를 거쳐 삭제·차단 등 조치 수행中
 - 플랫폼사가 시정요구(방미심위)에 불응시 시정명령(방미통위)을 내리고, 시정명령에도 불응하는 경우 형사 제재를 통해 강제력을 확보
- ☐ 특히, 식·의약품, 화장품 등 관련 부당광고는 주무부처(식약처) 협력을 통해 '불법 정보'로 판단하여 지속 심의중이나,
 - 심의 요청 증가, 위원 구성 지연 등으로 심의가 지연되거나, 일정 기간 심의가 정지되는 경우도 발생

< 참고 : 식약처 차단 요청 건에 대한 방미심위 평균 소요 기간(연도별) >

연도	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25*
소요기간(일)	68	61	15.3	111.8	19.8	22.3	52.1	26.4

* '25.1~5월중 통계 ('25.6.4일 이후에는 위원구성 결원으로 심의 중단중)

나. 추진 내용

- ① 식약처와 既구축한 패스트트랙(심의신청-처리 연계) 시스템*을 식·의약품, 화장품 등까지 확대 적용
 - * 식약처가 방심위에 전산상으로 심의를 신청하는 시스템으로, 현재는 마약류에만 적용
 - 이를 통해 기관간 공문 수·발신 등 행정 절차에 소요되는 시간 단축
- ② 식·의약품, 화장품 등 관련 부당광고 등에 대해 서면(전자)심의* 도입을 통해 24시간 이내, 상시적이고 신속한 심의 추진
 - * 현재는 몰카 등 성범죄 촬영물에만 도입(방미통위 설치 및 운영에 관한 법률 개정 필요)

다. 추진 계획

- ☐ 식약처와 구축한 심의신청-처리 연계시스템 확대('26.1분기) ^{방미심위}
- ☐ 「방미통위 설치법」 개정안 발의 및 개정('26.上) ^{방미통위·방미심위}

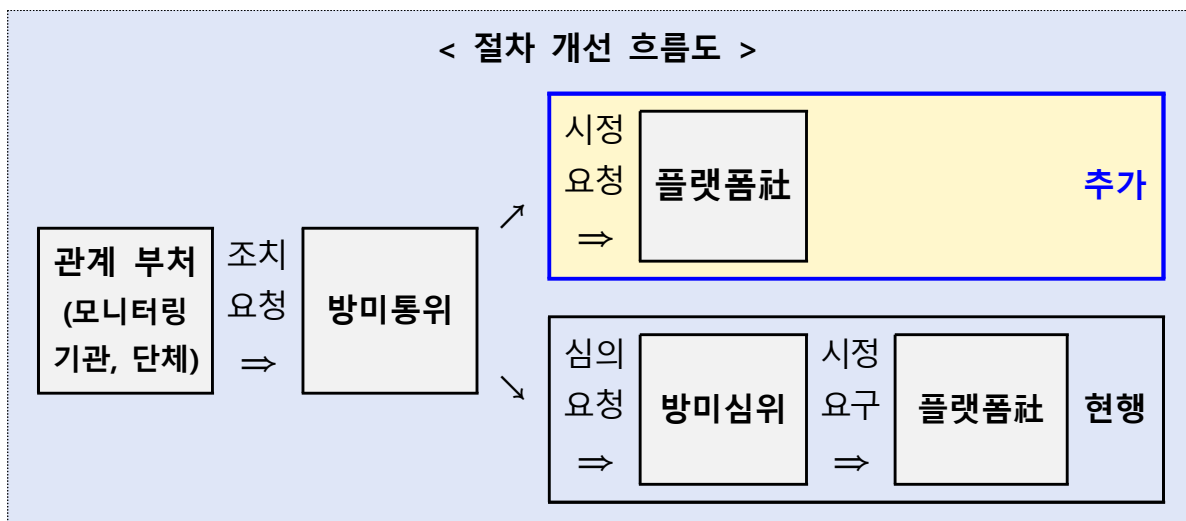
2-2-2. 방미통위 긴급 시정요청 절차 도입

가. 현황

- AI 허위·과장광고의 경우 국민 재산·생명에 대한 피해 우려로 인해 방미심위 심의 결과를 기다릴 시간적 여유가 없는 시급한 상황 빈발

나. 추진 내용

- 관계당국 요청으로 방미통위가 직접 플랫폼사에 긴급 시정을 요청할 수 있는 제도 마련 (「정보통신망법」 개정 추진)
 - 관계당국(예 : 식약처, 공정위)이 국민 생명·재산에 대한 피해가 명백히 예상된다고 판단한 불법정보의 삭제를 방미통위에 요청하는 경우,
 - 방미통위가 방미심위 심의 전에 직접 플랫폼사(정보통신서비스 제공자)에 시정(임시조치)을 요청*할 수 있도록 절차를 간소화
 - * 방미통위는 플랫폼사에 임시조치를 요청함과 동시에 방미심위에 정식 심의도 요청
- ※ (유사 입법례) 복지부 장관은 자살유발정보에 대해 시정을 요청할 수 있고, 정보통신 서비스 제공자는 특별한 이유가 없는 한 협조해야 함(자살예방법, '26.11 시행 예정)
- 방미심위 심의 결과 불법정보임이 확정되는 경우 차단 상태를 유지하고, 불법이 아닌 것으로 드러나면 다시 게시(원상 복구)되도록 조치



다. 추진 계획

- 「정보통신망법」 개정안 발의 및 개정('26.下) 방미통위

3

제재 수단 확충 및 집행력 확대

- ◆ AI 허위·과장 광고 관련 판단 기준 명확화
- ◆ AI 허위·과장 광고에 대한 제재 수준 강화로 위법 행위 유인 차단
- ◆ 위법행위 빈발 영역에 대한 정부 단속 역량 확충

3-1. 위법성 판단기준 명확화

3-1-1. AI 생성사실 미표시 추천 광고 위법성 판단 기준 명확화

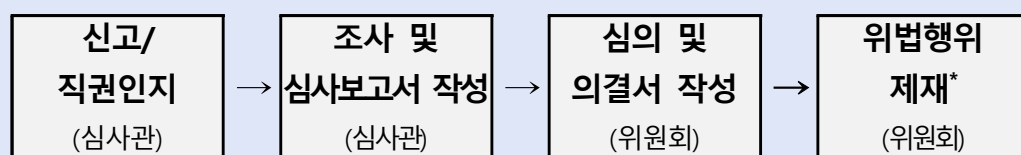
가. 현황

- AI 기술로 가상의 전문가를 생성, 그 전문가가 특정 제품의 성능을 허위·과장으로 광고하는 행태가 빈발
 - 광고 내용에 근거가 없을지라도, 전문가가 추천한다는 이유로 인해 소비자가 광고 내용을 진실한 것으로 오인할 우려

나. 추진 내용

- AI가 생성한 가상 인간이 제품을 추천하는 광고 관련, 추천자가 ‘가상 인간’임을 표시하지 않는 경우, 부당한 표시광고로 규정

< 공정위 허위·과장광고 처리 절차 >



* 고발, 과징금(매출액의 최대 2%), 시정조치(중지명령, 공표명령, 정정광고 등)

- ‘가상 인간’임을 표시를 하지 않는 행위는 소비자를 기만하는 측면이 상당하여 소비자 오인성이 높다는 점을 고려

※ (유사제도) 인플루언서가 광고주로부터 금전, 협찬 등을 받고 특정 제품을 추천하면서, 그 사실을 표시하지 않는 광고(뒷광고)는 부당한 표시광고에 해당됨

다. 추진 계획

- 현행 법해석 명확화(즉시) ^{공정위}
- 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」 개정(‘26.上) ^{공정위}

3-1-2. AI 전문가 식·의약품 추천 광고 위법성 판단 기준 명확화

가. 현황

☐ AI 전문가 식·의약품 추천 광고의 판단 기준 모호

- AI가 생성한 의사 등 전문가가 식품·화장품·의약품 등을 추천하는 광고가 관련 법령*상 소비자를 기만하는 광고에 해당하는지 불분명

* 「식품표시광고법」, 「약사법」, 「화장품법」, 「의료기기법」 등

- AI로 생성된 ‘가짜 의사’라도 소비자 입장에서 실제 의사인 것으로 오인할 수 있어, ‘의사 등 전문가’에 포함되는 것으로 해석 필요
- 다만, 현행 규정을 엄격하게 해석할 경우 AI가 아닌 ‘사람’의 추천 광고만 위법한 것으로 오해 가능하여 명확화를 위한 보완 입법 필요

나. 추진 내용

☐ AI 전문가 식·의약품 추천 광고 위법성 판단 기준 명확화

- AI가 생성한 전문가가 식·의약품을 추천하는 광고 행위가 금지됨을 명시적으로 규정하여 예측가능성 제고 및 신속한 법집행 도모

광고 유형	위법 여부	
	현행	개선
‘진짜’ 의사 등 전문가의 식·의약품 추천 광고	위법	위법
‘AI 생성’ 의사 등 전문가의 식·의약품 추천 광고	모호 (법률 해석 필요)	위법

다. 추진 계획

- ☐ 현행 법해석 명확화(즉시) ^{식약처}

- ☐ 「식품표시광고법」 · 「약사법」 · 「화장품법」 · 「의료기기법」 개정(26.上) ^{식약처}

3-2. 위법행위자에 대한 금전 제재 강화

가. 현황

- ☐ 불법 광고로 인한 이득에 비해 적발시 사업자가 부담하는 과징금 등 제재나 손해배상액이 미미
 - (손해배상) 허위·과장 광고로 인해 피해를 받은 소비자는 실제 발생한 손해 금액을 한도로 손해 배상 청구 가능(민법상 실손배상 원칙)
 - (표시광고법) 불법 광고와 관련된 매출액의 최대 2% 과징금 부과 가능
 - ※ 매출액 산정이 곤란한 경우 최대 5억원까지 부과 가능

나. 추진 내용

- ① AI 허위·과장광고등 허위 정보에 대한 징벌적 손해제 도입
 - 일정 규모 이상 정보게재자(인플루언서 등)가 허위를 알면서 타인을 해할 의도로 허위·조작 정보를 유통시킨 경우 실제 손해의 최대 5배 배상
 - * 「정보통신망법」 개정안(10.23, 최민희 의원 대표발의) 既발의
- ② 허위·과장광고에 대한 과징금 수준 정비
 - 표시광고법상 과징금 수준을 대폭 상향함으로써 허위·과장광고 위반행위에 대한 제재 효과 강화

다. 추진 계획

- ☐ 「정보통신망법」 개정('26.上) ^{방미통위}
- ☐ 「표시광고법」 개정안 발의 및 개정('26.上) ^{공정위}

3-3. 핵심 분야 중심 단속 역량 확충 추진

가. 현황

- 식·의약품 관련 온라인 부당광고가 급증하고 AI 악용 등 새로운 트렌드가 계속 등장하는 등 신유형 광고에 대한 감시 역량 강화 필요

※ 부당광고에 대한 촘촘한 감시·적발은 신속 차단을 위한 필수적 전제 조건

< 참고 : 식약처 온라인 식·의약품 등 부당광고 적발 현황(연도별) >

연도	'21년	'22년	'23년	'24년	'25년(~9월)
건수	58,782건	58,578건	59,088건	96,726건	68,952건

- 한편, 식품·의약품 외 타 분야*에도 허위·과장광고로 인한 피해가 발생할 우려가 있어 두터운 대응체계 구축 필요

* (예) AI로 생성한 교수가 특정 교육방법, 책 등이 대학입시에 효과적이라고 광고하는 사례, AI로 생성한 화학제품 전문가가 특정 세제의 세정력이 탁월하다고 광고하는 사례 등

- 소비자원이 부당광고를 모니터링중이나, 역량 한계로 적발 저조*

* (주요 실적) 부당광고 연간 약 1,000여건 시정[('24) 1,590건, ('25) 1,878건 등], AI위성 광고 20건 시정(공정위 협업), 유튜브 사기성 광고 41건 삭제(구글 협업)

나. 추진 내용

- 온라인상에 범람하는 AI 허위·과장광고 등에 대한 신속한 차단을 위해, 식약처·소비자원의 감시·적발 기능 강화 추진
 - 감시·적발 업무의 효율화를 위해 AI 기술을 활용하여 부당 광고 의심 사례를 모니터링하는 전산시스템도 도입

다. 추진 계획

- 관계 부처 협의를 통해 AI 부당광고 감시·적발 기능 강화 방안 마련(~26.下) 식약처소비자원

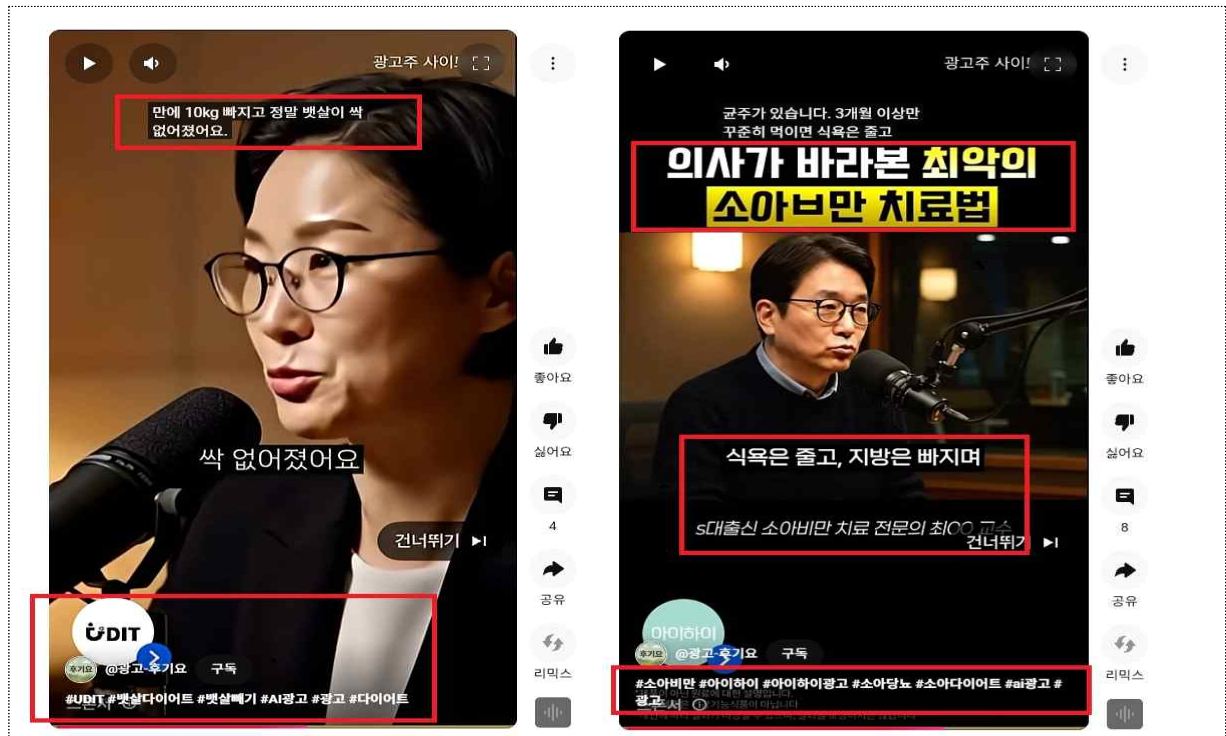
IV. 향후 추진 일정

- 정부 대응 체계의 장기적 효율성 강화를 위한 관련 제도 개선에 즉시 착수하고, 추가 제도개선 과제 지속 발굴
- 범정부적 역량 결집 및 업계와의 긴밀한 협조를 통해 AI를 악용하는 허위·과장광고에 대한 사전·사후 차단 방안을 신속하게 추진

정책 과제	소관부처	추진 시기
1. 허위·과장 광고 유통 前 사전 방지		
▶ AI 생성물 표시제 도입	방미통위	~'26.1분기
▶ AI 생성물 투명성 가이드라인 마련	과기정통부	~'26.1월
2. 허위·과장 광고 유통時 신속 차단		
▶ 업계 자율 규제 활성화	방미통위, 소비자원, 식약처	~'26.上
▶ 정부 차원의 신속 차단		
· 서면심의 도입 등 방미심위 심의 신속화	방미통위·방미심위	~'26.上
· 방미통위 불법정보 긴급 시정요청 절차 도입	방미통위	~'26.下
3. 제재 수단 확충 및 집행력 확대		
▶ 위법성 판단 기준 명확화	공정위, 식약처	~'26.上
▶ 위법행위자에 대한 금전 제재 강화	방미통위, 공정위	~'26.上
▶ 핵심 분야 중심 단속 역량 확충 추진	식약처, 소비자원	~'26.下

□ 사례 1 : 식품, 건강기능식품 분야

○ AI 생성 전문가를 활용한 식품등의 부당광고



○ AI 생성 before-after 체험기를 이용한 식품등의 부당광고




○ AI 생성 전문가를 활용한 식품등의 부당광고



- ▶ (식품) “약사,의사,한의사가 공동개발한 신성분”
- ▶ (건강기능식품) “많은 사람들이 직접 추천하는”
- AI로 생성한 의사를 활용해 전문가 추천 제품으로 오인할 우려
- ※ 「부당한 표시·광고행위의 유형 및 기준 지정고시」에 따라 ‘전문가 연구기관 등에 의한 추천 권장 등의 사실이 없음에도 있는 것처럼 표시·광고하는 행위는 부당광고’

○ AI 생성 전문가를 활용한 식품등의 부당광고



- ▶ “식욕 억제, 체질 개선”, “체지방 83.7% 감소”
- ※ 「식품표시광고법」은 식품을 의약품 또는 건강기능식품으로 오인할 우려가 있는 표시·광고를 금지


○ AI 생성 전문가를 활용한 식품등의 부당광고



- ▶ “미국교수”
- 전문가 추천 오인 표현
- ▶ “세포 활동을 촉진”
- 건강기능식품 오인 표현
- ▶ “일주일에 5키로 빼”
- 효능 과장 표현

□ 사례 2 : 화장품 분야

○ AI 생성 전문가를 활용한 화장품 부당광고

	<p>▶ “일주일 만에 기미 싹 사라짐” (화장품 광고, AI 생성 피부과 전문의 등장)</p> <p>※ 「화장품법」은 의사·약사 등 의·약 분야 전문가가 화장품을 공인·추천 사용하고 있다는 내용의 광고 금지</p>
---	--

○ AI 생성 before-after 체험기를 이용한 화장품 부당광고

	<p>▶ “빠지는 속도가 미쳤다는 지흡 패치, 통짜 허리에 한 번 붙이고 옆구리살 싹 사라짐, 이거 쓰고 안빠지는 똥배는 없어요” (화장품 광고, before-after 조작)</p> <p>※ 「화장품법」은 화장품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고 금지</p>
--	--

□ 사례 3 : 온라인 도박 불법광고

○ (AI 딥페이크) 유명인이나 언론 방송에서 온라인 도박 사이트를 추천하는 것처럼 영상과 음성 등을 조작한 광고 사례 확인

- 유명 연예인이나 스포츠 스타가 출연한 것으로 조작한 사례*, MBC·KBS 등 방송사 뉴스 영상으로 조작한 사례 확인

* 일부는 영상이 아닌 유명인의 이미지를 사용하여 광고 모델인 것처럼 조작

[유명인·언론사 영상 조작 광고 사례]



스포츠스타, 유튜버 등 유명인이 직접 추천하는 것처럼 영상을 조작



뉴스(MBC, KBS) 방송에서 소개하는 것처럼 영상을 조작

- (공공기관 사칭) 기획재정부, 강원랜드 등의 정부 및 공공기관의 명칭과 로고를 표시하여 공인된 서비스처럼 광고한 사례 확인
- “강원랜드 카지노 공식 온라인”, “합법적 운영”, “정부 인증” 등의 문구를 사용해 공공기관이 운영하는 공식 서비스인 것처럼 광고

[정부·공공기관 사칭 광고 사례]



기획재정부, 강원랜드 CI 표시 및 '공식', '합법' '정부 인증' 문구 사용