
AI 등을 활용한 시장 질서 교란 허위·과장광고 대응 방안

2025. 12. 10.

관계부처 합동

순 서

[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. AI 활용 허위·과장 광고 유형	14

요약

1 추진 배경

□ 최근 AI·딥페이크 등 신기술을 활용한 허위·과장광고가 SNS에서 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 체계로는 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	<p>① AI 허위·과장 광고의 생성, 유통 사전 방지</p> <ul style="list-style-type: none">☞ AI 생성물 게시자에게 AI 생성물 표시의무 부과☞ 사업자의 AI 생성물 표시의무 이행 가이드라인 마련
유통되는 허위·과장 광고 사후차단에 시일 소요	<p>② 허위·과장광고 유통時 신속한 차단</p> <ul style="list-style-type: none">☞ 방미심위 서면심의 도입해 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	<p>③ 위법행위자에 대한 금전제재 강화 및 단속역량 확충</p> <ul style="list-style-type: none">☞ 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 돋기 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 몰카 등 성범죄 촬영물만 서면심의 대상으로 인정
- (패스트트랙 심의 확대) 식·의약품, 화장품 등 AI 허위·과장광고 범람 영역은 식약처 전용 심의트랙 통해 안건 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 플랫폼社에 임시 시정요청 → 플랫폼社는 시정조치 이행 → 방미심위 심의결과에 따라 차단확정 or 원상복귀

③ 플랫폼社의 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

**부
록**

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 꽉 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 이를 광고가 전달하는 거짓 의학 정보에 혼혹될 경우 생명·신체에 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 차단이 무엇보다 중요

- 인플루언서 등이 SNS를 통해 유포하는 특성상, 이들 광고의 확산 속도는 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 차단을 통한 피해 확산 방지 중심의 접근 필요

□ 현 차단 체계의 구조적 문제를 극복하는 신속 차단 방안 마련 필요

- 방심위원 교체(임기 3년) 지연 등 사유로 상당한 기간 방심위원의가 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 절차를 거치며 심의에 상당한 시일이 소요되는 경우가 존재

⇒ 위법성 여부에 다툼이 없는 광고 유형에 대해서는 방심위의 정식 심의 완료 전에도 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

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

세부
추진
과제

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 실제가 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 생성물을 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 생성물을 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, 엔트로피 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 충실히 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

2

허위 과장 광고 유통時 신속 차단

- ◆ **플랫폼 사업자**가 허위·과장광고를 **신속**하게 차단하도록 유도하기 위해 **자율규제** 활성화 및 확산 유도
- ◆ **정부** 차단 조치 **효율성 제고**를 위해 △방미심위 **심의 속도 제고**, △방미통위 **긴급 시정요청 절차** 도입 등 추진

2-1. 업계 자율 규제 활성화

가. 현황

- 관계 부처는 포털방미통위·소비자원, 이커머스 **식약처** 분야 주요 **플랫폼社**와 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 **플랫폼社 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** **플랫폼社**의 자율규제 운영실태를 지속 점검*하고, **未도입** **플랫폼社****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 **플랫폼社 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
 - 플랫폼社가 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

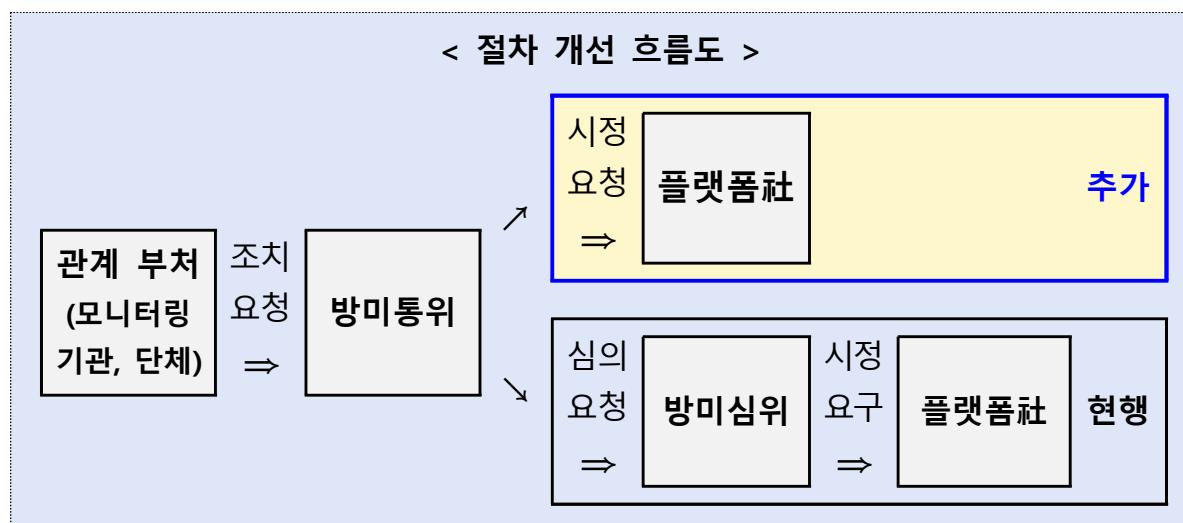
2-2-2. 방미통위 긴급 시정요청 절차 도입

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 플랫폼社에 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 플랫폼社(정보통신서비스 제공자)에 시정(임시조치)을 요청^{*}할 수 있도록 절차를 간소화
 - * 방미통위는 플랫폼社에 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

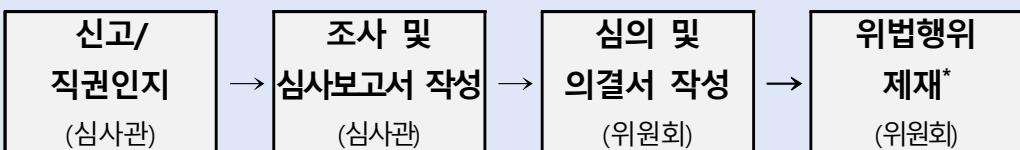
가. 현황

- 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 손배제 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], AI워싱 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}

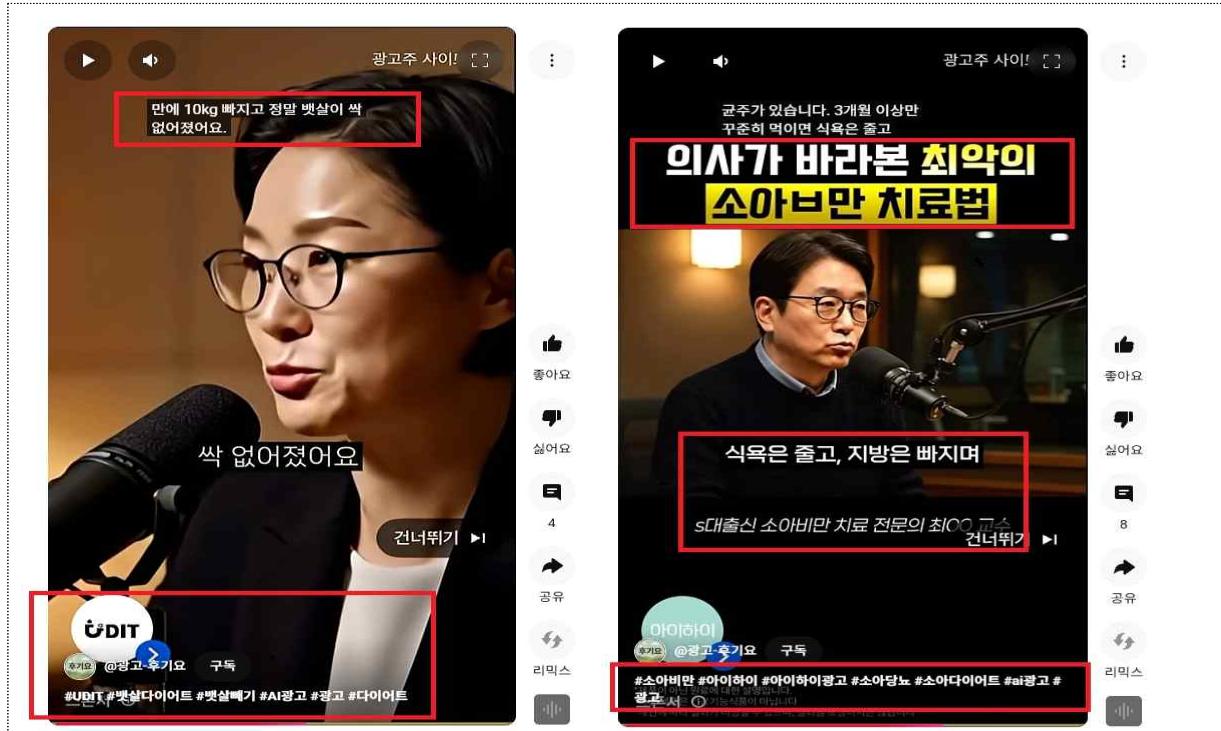
IV. 향후 추진 일정

- 정부 대응 체계의 장기적 효율성 강화를 위한 관련 제도 개선에 즉시着手하고, 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 건강기능식품**으로 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



▶ “일주일 만에 기미 싹 사라짐”
(화장품 광고, AI 생성 피부과 전문의 등장)

※ 「화장품법」은 의사·약사 등 의·약 분야 전문가가 화장품을 공인·추천·사용하고 있다는 내용의 광고 금지

- AI 생성 before-after 체험기를 이용한 화장품 부당광고



▶ “빠지는 속도가 미쳤다는 지흡 패치, 통짜 허리에 한 번 붙이고 옆구리살 싹 사라짐, 이거 쓰고 안빠지는 뚱배는 없어요”
(화장품 광고, before-after 조작)

※ 「화장품법」은 화장품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고 금지

□ 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