

 보건복지부  한국인터넷광고재단 <small>KOREA INTERNET ADVERTISING FOUNDATION</small>		<h1>보 도 자 료</h1> <p>8월 1일(목) 조간(7.31. 12:00 이후 보도)</p>		
배 포 일		2019. 7. 31. / (총 7매)		
보건복지부 보건의료정책과	과 장	정 경 실	전 화	044-202-2420
	담당자	신 제 은 / 김 세 은		044-202-2415, 2409
한국인터넷 광고재단	과 장	박 상 용		02-785-8782
	담당자	유 현 지		02-785-8770

앱소셜커머스 통해 불법 의료광고 한 의료기관 278개 적발 환자유인 · 알선, 거짓 · 과장 광고 주의하세요!

- 앱 및 소셜커머스 상 의료광고 2,402건 중 1,059건(44.1%) 의료법 위반 -
- 사진제공·후기작성 시 할인 등 과도한 환자유인 광고 827건(78.1%)
거짓·과장광고 232건(21.9%) 적발 -

※ 보도자료('19. 1. 24), “겨울방학 겨냥한 불법 의료광고 엄청 대처” 관련 조사결과

- 보건복지부(장관 박능후) 및 한국인터넷광고재단(이사장 신현운)은 응용프로그램(애플리케이션) 및 사회관계망을 통한 전자상거래(소셜커머스)를 통해 의료법상 금지된 과도한 환자 유인 및 거짓·과장 의료광고를 한 의료기관 278개를 적발했다고 밝혔다.

* (예시) ▲고가나 저가의 시술을 조합한 ‘묶어팔기’, ▲사진제공, 후기작성 등 조건제시를 통한 특별할인 또는 무료시술·금품제공 등

- 2019년 1월부터 두 달간 성형·미용 진료 분야를 중심으로, 애플리케이션 및 소셜커머스를 통한 과도한 유인행위 등 행사(이벤트)성 의료광고를 집중점검하고 의료법 위반사항을 검토하였다.

의료광고 앱 및 소셜커머스 실태조사 개요

- ▶ (기간) 광고조사 '19. 1. 24. ~ '19. 3. 28. / 내용분석 '19. 4. 1. ~ '19. 6. 30.
- ▶ (대상) 성형·미용 진료분야 의료광고 총 2,402건
 - 의료광고 애플리케이션(2곳 1,800건) 및 소셜커머스(2곳 602건)
 - * 애플리케이션 2곳 : 강000, 바00
 - ** 소셜커머스 2곳 : 미000, 미00
- ▶ (내용) 환자유인 및 거짓·과장광고 조사

- 대표적인 의료법 위반 의료광고 내용으로는 주요(메인)화면에서는 할인금액만을 제시하고 자세한 광고 내용에서 사진 제공, 후기작성 등 조건을 부가하는 방식으로 환자를 유인하는 광고,
 - 고가나 저가의 시술을 조합한 의료상품을 만들어 환자를 유인하고 불필요한 의료비 지출을 조장하는 광고,
 - 시술 및 수술의 부작용이 없다고 홍보하는 거짓광고, 전세계 최초 최저가라고 과장하는 광고 등이 적발되었다.

<표> 불법 환자유인 의료광고 주요 위반유형 및 사례

주요 위반유형		주요 사례	
1	고가나 저가의 시술을 조합한 “묶어팔기”	 <p>★ [이름] 눈/코/지★ 성형외과·감남역 오디해드리리~ 눈(메몰)+콧대+지방이식까지! ↓38% 180만원 289만원 눈성형+코성형+지방이식</p>	<p>“눈성형+코성형+지방이식 ↓38% 180만원 289만원”</p>
2	사진제공, 후기작성 등 조건제시를 통한 ‘특별할인’	 <p>맞춤코성형!콧대코골129 성형외과·감남역 어느 각도에서도 자신있는 성형외과 1:1 맞춤코수술 ↓49% 129만원 250만원</p>	 <p>코성형 129 콧대+코골(귀연골) 부분사진제공, 후기작성시 적용기 2019년 3월 31일까지</p>

- 광고 매체별로는 의료광고 애플리케이션(2곳)에 게재된 1,800건 중 863건(47.9%), 소셜커머스(2곳)에 게재된 602건 중 196건(32.6%)이 의료법 위반으로 적발되었다.

- 보건복지부 정경실 보건의료정책과장은 “애플리케이션과 소셜커머스를 통한 불법 의료광고는 청소년에게 쉽게 노출될 뿐만 아니라 불필요한 의료비 지출과 건전한 의료시장 질서를 저해한다는 점에서 엄정 대응이 필요하다”고 밝혔다.
- 또한 “앞으로도 한국인터넷광고재단과 협력하여 애플리케이션과 소셜커머스의 의료광고에 대한 사후관리를 강화하겠다”고 하면서 “모든 시술 및 수술은 부작용이 있을 수 있고, 가격할인 시 환자에게 불리한 조건이 부가될 수 있다는 점에서 소비자들의 주의가 필요하다”고 밝혔다.
- 한국인터넷광고재단 박상용 팀장은 “최근 애플리케이션 등을 통한 의료광고가 빠르게 증가하고 있어, 환자 유인·알선 및 거짓·과장 광고로 인한 소비자 피해가 발생하지 않도록 지속 점검(모니터링) 하겠다”고 밝혔다.
- 보건복지부는 이번 조사를 통해 의료법 위반 광고가 확인된 의료기관을 관할 보건소에 사실 확인 및 행정처분을 의뢰할 계획이다.

- 의료법 제27조제3항(환자 유인·알선) 누구든지 「국민건강보험법」이나 「의료급여법」에 따른 본인부담금을 면제하거나 할인하는 행위, 금품 등을 제공하거나 불특정 다수인에게 교통편의를 제공하는 행위 등 영리를 목적으로 환자를 의료기관이나 의료인에게 소개·알선·유인하는 행위 및 이를 사주하는 행위를 하여서는 아니된다.
 - 위반 시 3년 이하 징역 또는 3천만원 이하 벌금 / 의료인 자격정지 2개월
- 의료법 제56조제2항(의료광고의 금지 등) 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.
 - 3. 거짓된 내용을 표시하는 광고
 - 8. 객관적인 사실을 과장하는 내용의 광고
 - 위반 시 1년 이하의 징역, 1천만 원 이하 벌금 / 의료기관 업무정지 1~2개월

<붙임> 1. 불법 의료광고 모니터링 적발사례
2. 조사결과 요약

붙임 1

불법 의료광고 모니터링 적발사례

※ 이미지 활용 시, 적발업체 상호명 노출 불가

□ 고가나 저가의 시술을 조합한 묶어팔기를 통한 환자유인·알선

< 사례 >

<p>광고 화면</p>		
<p>세부 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> 안면윤곽 3종 or 양악수술 + 미니스컬프 1,500만 원 	<ul style="list-style-type: none"> 가름주사 6cc + 턱보톡스 + V라인 필러 15만 원
<p>광고 화면</p>		
<p>세부 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> “눈성형+코성형+지방이식 ↓38% 180만 원 289만 원” 	<ul style="list-style-type: none"> “가슴지방이식+2포인트 지방흡입 = 149만 원”
<p>광고 화면</p>		
<p>세부 내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> “5 in 1program 눈, 코, 입은 모두 연결되어 있기 때문에 하나의 시술만으로는 교정효과가 떨어집니다. 코성형, 눈성형, 입술성형, 이마성형, 리프팅 ” 	<ul style="list-style-type: none"> “황금비율 눈코성형 쌍수+코성형 189만 원”

□ '특별할인' 또는 '무료시술·금품제공'으로 환자 유인·알선
< 사례 >

	메인화면	접속 후 화면
광고 화면		
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> 광고 메인 화면에서 48% 할인된 가격을 제시하고, 광고 내용에서 “부분 사진 제공, 후기작성 시” 적용가임을 명시 	
	메인화면	접속 후 화면
광고 화면		
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> 광고 메인 화면에서 550만 원을 제시하고, 광고 내용에서 “사진 공개, 후기제공 시” 적용가임을 명시 	
	메인화면	접속 후 화면
광고 화면		
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> 광고 메인 화면에서 49% 할인된 가격을 제시하고, 광고 내용에서 “부분 사진 제공, 후기작성 시” 적용가임을 명시 	
	메인화면	접속 후 화면
광고 화면		
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> 광고 메인 화면에서 25% 할인된 가격을 제시하고, 광고 내용에서 “부분 사진 제공 동의 시” 적용가임을 명시 	

□ 부작용 없음, 전세계 최초, 영구적인 효과 등 거짓·과장 광고

< 사례 >

<p>광고 화면</p>	<table border="1"> <tr> <td>탈모 관리 및 탈모 주사</td> <td>VS</td> <td>자가 모낭세포 주사</td> </tr> <tr> <td>주에 1~2회 총 30회 이상</td> <td>시술 기간</td> <td>1~2회</td> </tr> <tr> <td>3~6개월 이후</td> <td>시술 효과</td> <td>1개월 이후</td> </tr> <tr> <td>시술시부터 계속 복용</td> <td>탈모 약물 복용</td> <td>없음</td> </tr> <tr> <td>치료기간 장기화 비용상승</td> <td>비용</td> <td>치료기간 단축 비용 절감</td> </tr> <tr> <td>약물에 대한 내성으로 치료 효과 저하, 두피 면역력 저하로 두피염증 유발</td> <td>부작용</td> <td>자가 모낭 세포 사용으로 부작용 없음</td> </tr> </table>	탈모 관리 및 탈모 주사	VS	자가 모낭세포 주사	주에 1~2회 총 30회 이상	시술 기간	1~2회	3~6개월 이후	시술 효과	1개월 이후	시술시부터 계속 복용	탈모 약물 복용	없음	치료기간 장기화 비용상승	비용	치료기간 단축 비용 절감	약물에 대한 내성으로 치료 효과 저하, 두피 면역력 저하로 두피염증 유발	부작용	자가 모낭 세포 사용으로 부작용 없음
탈모 관리 및 탈모 주사	VS	자가 모낭세포 주사																	
주에 1~2회 총 30회 이상	시술 기간	1~2회																	
3~6개월 이후	시술 효과	1개월 이후																	
시술시부터 계속 복용	탈모 약물 복용	없음																	
치료기간 장기화 비용상승	비용	치료기간 단축 비용 절감																	
약물에 대한 내성으로 치료 효과 저하, 두피 면역력 저하로 두피염증 유발	부작용	자가 모낭 세포 사용으로 부작용 없음																	
<p>세부 내용</p>	<p>▪ 시술의 부작용이 없는 의료행위라고 광고</p>																		
<p>광고 화면</p>																			
<p>세부 내용</p>	<p>▪ 부작용이 없는 의료행위라고 광고</p>																		
<p>광고 화면</p>																			
<p>세부 내용</p>	<p>▪ “현존하는 비만치료 시술 중 가장 높은 효과”라고 광고</p>																		
<p>광고 화면</p>																			
<p>세부 내용</p>	<p>▪ “언론이 인정한” 의료기관이라고 광고</p>																		
<p>광고 화면</p>																			
<p>세부 내용</p>	<p>▪ 전세계 최초 최저가 의료행위라고 광고</p>																		

붙임 2 조사결과 요약

구분	매 체	위반의심 광고물 수	위반의심 의료기관 수
환자 유인·알선	① 특정 시기·특정 대상에게 ‘파격할인’ 제공	3건 (0.3%)	3개 소 (0.7%)
	② 고가나 저가의 시술을 조합한 ‘묶어팔기’	517건 (48.8%)	196개 소 (43.9%)
	③ 이벤트 당첨자 등 조건 제시를 통해 ‘특별할인’ 또는 ‘무료시술·금품할인’	307건 (29%)	127개 소 (28.5%)
거짓·과장	④ 거짓·과장 광고	232건 (21.9%)	120개 소 (26.9%)
합 계		총 1,059건 (100%)	총 446개 소 (중복제거 278개)