

의료광고 심의기준

2019.11.19.

대한의사협회/ 대한치과의사협회/ 대한한의학협회 의료광고심의위원회

의료법

제56조(의료광고의 금지 등) ① 의료기관 개설자, 의료기관의 장 또는 의료인(이하 "의료인 등"이라 한다)이 아닌 자는 의료에 관한 광고(의료인등이 신문·잡지·음성·음향·영상·인터넷·인쇄물·간판, 그 밖의 방법에 의하여 의료행위, 의료기관 및 의료인등에 대한 정보를 소비자에게 나타내거나 알리는 행위를 말한다. 이하 "의료광고"라 한다)를 하지 못한다

□ 의료광고의 범위

○ 의료광고의 정의

- ◇ 의료광고라 함은 의료기관개설자, 의료기관의 장 또는 의료인이 의료서비스에 관한 사항(건강을 유지하고 질병을 예방하거나 경감 혹은 치료하기 위하여 적용되는 과학 및 기술상의 제반활동)과 의료인, 의료기관에 관한 사항(경력, 시설, 기술 등)을 신문, 잡지 등의 매체를 이용하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다.
- ◇ 의료기기 광고, 의약품(처방기술인 탕, 산, 환, 제 제외) 광고는 의료광고에 해당하지 않으며, 이에 의료기기의 명칭 및 기기에 대한 설명이 주 내용인 광고의 경우 인정되지 않는다. 다만, 의료기관 내부 시설 사진 등에 부분적으로 의료기기가 포함되어 있거나 진료방법을 소개하기 위하여 보유하고 있는 의료기기의 명칭을 언급하는 것은 의료기기 광고로 보지 않는다.
- ◇ 공익적 광고(건강강좌 개최 등, 예방접종 안내, 손씻기 홍보), 의료인 영입 안내, 의료기관 개설 예정 안내 등과 같이 유인적 요소는 없는 경우에는 의료광고로 보지 않는다.

□ 의료광고 사전심의기준

○ 의료광고의 주체

- ◇ 의료광고의 주체는 원칙적으로 의료기관 개설자, 의료기관의 장 또는 의료인이어야 한다.
- ◇ 의료광고의 주체가 없거나 불명확한 의료광고는 할 수 없다.
- ◇ 의료기관 부속 시설(부설연구소 및 연구센터, 장례식장 등)은 의료광고의 주체가 될 수 없다.
- ◇ 의료기관 네트워크(이하 다수의 의료기관을 보유한 법인도 네트워크에 포함함)는 의료광고의 주체가 될 수 없으며, 네트워크에 속한 의료기관이 최소 한 개 이상 존재하여 주체가 되어야 한다.
 1. 네트워크는 소속 의료기관 중 하나나 다수의 의료기관 명칭을 그 명칭으로 사용하는 것이 가능하다. 단, 전문의 개설자와 일반의 개설자가 네트워크 내에 혼재되어 있는 경우에는 전문의가 개설한 의료기관 명칭을 일괄적으로 사용하지 못하며, 각각의 명칭을 적시하여야 한다.

인정 예: 00의원 (서울, 부산), 00피부과의원(서울, 부산)

(단, 대학병원급의 공동광고에서 의료원이란 명칭 표기는 예외적으로 허용하되, 광고의 주체가 되지는 못한다.)

불인정 예: 00네트워크, 00피부과 네트워크

2. 네트워크는 “네트워크, 그룹 등” 이라는 용어를 광고에 표시할 수 없다.
3. 네트워크 소속 의료기관이 개별적으로 광고를 하고자 할 경우에는 각 단체별 의료광고심의위원회가 정하는 원칙에 따라 의료기관 명칭을 표기하여야 한다.
4. 네트워크에 소속된 일부 의료기관이 광고할 경우, 공동으로 사용하는 홈페이지 주소(URL), 대표전화번호 등 정보는 표기할 수 없다. 단, 해당 의료기관에서 단독으로 사용하는 홈페이지 주소(URL), 전화번호 등은 표기할 수 있다. 만약, 심의 중 또는 승인처리가 된 이후 표시된 홈페이지 주소(URL), 전화번호 등의 정보가 공동으로 사용하는 것으로 변경된 사실이 확인 될 경우 위원회에서는 불승인 처리 할 수 있다. (※참고, 네트워크 소속 의료기관 모두 심의를 신청한 경우, 네트워크 홈페이지 주소(URL), 대표 전화번호 등의 표기는 가능하다.)
5. 네트워크 소속 의료기관들이 동일한 시설·진료수준·의료진의 수 등을 보유한 것 같은 인상을 주는 내용은 허용되지 않는다. 특히, 일부 의료기관이 정부기관으로부터 받은 인증·보증 등의 사항은 네트워크 소속 모든 의료기관이 공동광고에는 표시하는 것은 허용되지 않는다. 만일, 네트워크 소속 의료기관이 모두 같은 요건을 갖추었다면 표기가 가능하다.

의료법

제42조(의료기관의 명칭) ①의료기관은 제3조제2항에 따른 의료기관의 종류에 따르는 명칭 외의 명칭을 사용하지 못한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 종합병원이 그 명칭을 병원으로 표시하는 경우
 2. 제3조의4제1항에 따라 상급종합병원으로 지정받거나 제3조의5제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 의료기관이 지정받은 기간 동안 그 명칭을 사용하는 경우
 3. 제33조제8항 단서에 따라 개설한 의원급 의료기관이 면허 중별에 따른 중별명칭을 함께 사용하는 경우
 4. 국가나 지방자치단체에서 개설하는 의료기관이 보건복지부장관이나 시·도지사와의 협의하여 정한 명칭을 사용하는 경우
 5. 다른 법령으로 따로 정한 명칭을 사용하는 경우
- ② 의료기관의 명칭 표시에 관한 사항은 보건복지부령으로 정한다.
- ③ 의료기관이 아니면 의료기관의 명칭이나 이와 비슷한 명칭을 사용하지 못한다.

의료법 시행규칙

제40조(의료기관의 명칭 표시) 법 제42조 제2항에 따라 의료기관의 명칭 표시는 다음 각 호에 정하는 바에 따른다.

1. 의료기관이 명칭을 표시하는 경우에는 법 제3조 제2항에 따른 의료기관의 종류에 따르는 명칭(종합병원의 경우에는 종합병원 또는 병원) 앞에 고유명칭을 붙인다. 이 경우 그 고유명칭은 의료기관의 종류 명칭과 동일한 크기로 하되, 의료기관의 종류 명칭과 혼동할 우려가 있거나 특정 진료과목 또는 질환명과 비슷한 명칭을 사용하지 못한다.
2. 제1호에도 불구하고 법 제3조의 4 제1항에 따라 상급종합병원으로 지정받은 종합병원은 의료기관의 종류에 따른 명칭 대신 상급종합병원의 명칭을 표시할 수 있다.
3. 제1호에도 불구하고 법 제3조의 5 제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 병원은 지정받은 특정 진료과목 또는 질환명을 표시할 수 있으며, 의료기관의 종류에 따른 명칭 대신 전문병원의 명칭을 표시할 수 있다.
4. 병원·한방병원·치과병원·의원·한의원 또는 치과의원의 개설자가 전문의인 경우에는 그 의료기관의 고유명칭과 의료기관의 종류 명칭 사이에 인정받은 전문과목을 삽입하여 표시할 수 있다. 이 경우 의료기관의 고유명칭 앞에 전문과목 및 전문의를 함께 표시할 수 있다.
5. 제32조에 따른 부속 의료기관이 명칭을 표시하는 경우에는 의료기관의 종류에 따르는 명칭 앞에 그 개설기관의 명칭과 "부속"이라는 문자를 붙여야 한다.
6. 의료기관의 명칭표시판에는 다음 각 목의 사항만을 표시할 수 있다. 다만, 장소가 좁거나 그 밖에 부득이한 사유가 있는 경우에는 제41조제4항에도 불구하고 같은

조 제1항에 따른 진료과목을 명칭표시판에 함께 표시할 수 있다.

가. 의료기관의 명칭

나. 전화번호

다. 진료에 종사하는 의료인의 면허 종류 및 성명

라. 상급종합병원으로 지정받은 사실(법 제3조의 4 제1항에 따라 상급종합병원으로 지정받은 종합병원만 해당한다)

마. 전문병원으로 지정받은 사실(법 제3조의 5 제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 병원만 해당한다)

바. 병원·한방병원·치과병원·의원·한의원 또는 치과의원의 개설자가 전문의인 경우에는 해당 개설자의 전문의 자격 및 전문과목

7. 제6호 가목에 따른 의료기관의 명칭은 한글로 표시하되, 보건복지부장관이 정하는 바에 따라 외국어를 함께 표시할 수 있다.

○ 의료광고 내 의료기관 명칭 표시(의료법 제42조 및 시행규칙 제40조)

◇ 의료광고시에는 반드시 의료법 제42조(의료기관의 명칭) 및 시행규칙 제40조(의료기관의 명칭표시)에 따른 의료기관 명칭을 표기하여야 한다.

- 의료기관의 종류 명칭(의원, 병원 등)은 의료기관의 고유명칭과 동일한 크기로 하는 것을 원칙으로 한다.

◇ 의료기관의 명칭은 개설 당시 보건소에 신고한 명칭을 그대로 사용하는 것을 원칙으로 한다. 다만, 다음 각 호에 대해서는 예외를 인정한다.

1. 의료법인 등 비영리법인이 개설한 의료기관의 경우, 매체 특성(검색어광고, 브랜드검색광고, 교통수단 음성광고)에 따라 위원회의 결정으로 법인명을 생략할 수 있다.

2. 의원급 의료기관이 '의원' 이라는 종류에 따른 명칭에 '클리닉' 또는 'clinic' 을 '의원' 과 함께 병기하는 것은 가능하다. 단, 의료기관명칭 표기시 '센터' 또는 'center' 는 의원이나 병원급 의료기관에서 사용할 수 없으며 종합병원급에서만 사용할 수 있다.

3. 의료법 시행규칙 제40조제7호에 따른 의료기관 고유명칭이 외국어로 되어있는 경우 외국어 철자로 표기하거나 병기하여 사용할 수 있다.

◇ 의료기관의 명칭이 보건소에 개설 신고된 명칭이더라도 의료법과 상충된다고 판단되면 정부의 유권해석 후 심의를 진행할 수 있다.

◇ 의료기관 정식 명칭을 축약삭제, 순서를 바꾸거나 부가해서 표시할 수 없다.

불인정 예 : ○○○ 여성전문의원
여성산부인과 전문의원

- ◇ 의료기관 명칭 변경은 재심의 대상이나 ‘소아청소년과, 영상의학과’ 등 법령 개정으로 명칭이 변경된 경우 사후통보를 통한 승인으로 가능하다.

의료법
<p>제43조(진료과목 등) ① 병원·치과병원 또는 종합병원은 한의사를 두어 한의과 진료과목을 추가로 설치·운영할 수 있다.</p> <p>② 한방병원 또는 치과병원은 의사를 두어 의과 진료과목을 추가로 설치·운영할 수 있다.</p> <p>③ 병원·한방병원 또는 요양병원은 치과의사를 두어 치과 진료과목을 추가로 설치·운영할 수 있다.</p> <p>④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따라 추가로 진료과목을 설치·운영하는 경우에는 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 진료에 필요한 시설·장비를 갖추어야 한다.</p> <p>⑤ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따라 추가로 설치한 진료과목을 포함한 의료기관의 진료과목은 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 표시하여야 한다. 다만, 치과의 진료과목은 종합병원과 제77조제2항에 따라 보건복지부령으로 정하는 치과병원에 한하여 표시할 수 있다.</p>
의료법 시행규칙
<p>제41조(진료과목의 표시) ① 법 제43조에 따라 의료기관이 표시할 수 있는 진료과목은 다음 각 호와 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 종합병원 : 제2호 및 제3호의 진료과목 2. 병원이나 의원 : 내과, 신경과, 정신건강의학과, 외과, 정형외과, 신경외과, 흉부외과, 성형외과, 마취통증의학과, 산부인과, 소아청소년과, 안과, 이비인후과, 피부과, 비뇨의학과, 영상의학과, 방사선종양학과, 병리과, 진단검사의학과, 재활의학과, 결핵과, 가정의학과, 핵의학과, 직업환경의학과 및 응급의학과 3. 치과병원이나 치과의원 : 구강악안면외과, 치과보철과, 치과교정과, 소아치과, 치주과, 치과보존과, 구강내과, 영상치의학과, 구강병리과, 예방치과 및 통합치의학과 4. 한방병원이나 한의원 : 한방내과, 한방부인과, 한방소아과, 한방안·이비인후·피부과, 한방신경정신과, 한방재활의학과, 사상체질과 및 침구과 5. 요양병원 : 제2호 및 제4호의 진료과목 <p>② 법 제43조제1항부터 제3항까지의 규정에 따라 추가로 진료과목을 설치한 의료기관이 표시할 수 있는 진료과목과 법 제43조제4항에 따라 추가로 설치한 진료과목의 진료에 필요한 시설·장비는 별표 8과 같다.</p> <p>③ 의료기관이 진료과목을 표시하는 경우에는 제1항 및 제2항의 진료과목 중 그 의료기관이 확보하고 있는 시설·장비 및 의료관계인에 해당하는 과목만을 표시할 수 있</p>

다.

④ 의료기관의 진료과목 표시판에는 "진료과목"이라는 글자와 진료과목의 명칭을 표시하여야 한다.

제42조(의료기관의 명칭과 진료과목의 병행 표시 방법) 제40조제6호 각 목 외의 부분 단서에 따라 의료기관의 명칭 표시판에 진료과목을 함께 표시하는 경우에는 진료과목을 표시하는 글자의 크기를 의료기관의 명칭을 표시하는 글자 크기의 2분의 1 이내로 하여야 한다.

○ **전문과목 및 진료과목, 진료내용 표시(의료법 시행규칙 제41조)**

- ◇ 의료광고 내 전문과목 및 진료과목 표시는 의료법 시행규칙 제41조(진료과목의 표시)의 규정에 따른다.
- ◇ 전문과목 및 진료과목에 대한 표기시 세부진료과목 표기의 병기는 인정되지 않는다.
- ◇ 의료기관 명칭과 진료과목을 병행 표기할 경우 진료과목을 표시하는 글자의 크기를 의료기관의 명칭을 표시하는 글자 크기의 2분의 1 이내로 하여야 한다. 다만, 의료기관 명칭 글자와 현격히 구분되는 등 환자 오인의 우려가 적을 경우 예외로 할 수 있다.
- ◇ 질병명 등에 clinic을 붙일 수 있다. 다만, 치과와 한방의 경우 진료과목에 clinic을 붙일 수 없으며, 형용사 등의 용어를 부가할 수 없다.

인정 예: 외과에서 하지정맥류 클리닉(clinic)
 불인정 예 : 피부과에서 이쁜이(beauty) 피부 클리닉

- ◇ 세부 진료내용을 표기할 때에는 특정 시술명 앞에 진료내용이란 용어를 적시하는 것이 원칙이며, 진료과목과 진료내용이 같이 사용될 경우 진료내용으로 적시한다. 단, 의료기관 명칭과 진료내용을 명확히 구분하여 표기한 경우 ‘진료내용’이란 문구는 생략이 가능하다.

의료법

제57조(의료광고의 심의) ① 의료인등이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 매체를 이용하여 의료광고를 하려는 경우 미리 의료광고가 제56조제1항부터 제3항까지의 규정에 위반되는지 여부에 관하여 제2항에 따른 기관 또는 단체의 심의를 받아야 한다.

1. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조에 따른 신문·인터넷신문 또는 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조에 따른 정기간행물

- 2. 「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
- 3. 전광판
- 4. 대통령령으로 정하는 인터넷 매체[이동통신단말장치에서 사용되는 애플리케이션(Application)을 포함한다]
- 5. 그 밖에 매체의 성질, 영향력 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 광고매체
 - ② 다음 각 호의 기관 또는 단체는 대통령령으로 정하는 바에 따라 자율심의의를 위한 조직 등을 갖추어 보건복지부장관에게 신고한 후 의료광고 심의 업무를 수행할 수 있다.
 - 1. 제28조제1항에 따른 의사회·치과의사회·한의사회
 - 2. 「소비자기본법」 제29조에 따라 등록된 소비자단체로서 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 단체
 - ③ 의료인등은 제1항에도 불구하고 다음 각 호의 사항으로만 구성된 의료광고에 대해서는 제2항에 따라 보건복지부장관에게 신고한 기관 또는 단체(이하 "자율심의기구"라 한다)의 심의를 받지 아니할 수 있다.
 - 1. 의료기관의 명칭·소재지·전화번호
 - 2. 의료기관이 설치·운영하는 진료과목(제43조제5항에 따른 진료과목을 말한다)
 - 3. 의료기관에 소속된 의료인의 성명·성별 및 면허의 종류
 - 4. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

의료법 시행령

- 제24조(의료광고의 심의) ① 법 제57조 제1항 제4호에서 "대통령령으로 정하는 인터넷 매체"란 다음 각 호의 매체를 말한다.
- 1. 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조 제5호에 따른 인터넷뉴스서비스
 - 2. 「방송법」 제2조 제3호에 따른 방송사업자가 운영하는 인터넷 홈페이지
 - 3. 「방송법」 제2조 제3호에 따른 방송사업자의 방송프로그램을 주된 서비스로 하여 ‘방송’, ‘TV’ 또는 ‘라디오’ 등의 명칭을 사용하면서 인터넷을 통하여 제공하는 인터넷매체
 - 4. 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조 제1항 제3호에 따른 정보통신서비스 제공자 중 전년도 말 기준 직전 3개월 간 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인 자가 운영하는 인터넷 매체
- ② 법 제57조제1항제5호에서 "대통령령으로 정하는 광고매체"란 전년도 말 기준 직전 3개월 간 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인 사회 관계망 서비스(Social Network Service)를 제공하는 광고매체를 말한다.

<p>③ 법 제57조제2항 각 호에 따른 기관 또는 단체는 자율심의를 위하여 다음 각 호의 조직 등을 모두 갖추어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 법 제57조 및 제57조의3에 따른 의료광고의 심의 및 모니터링에 관한 업무를 처리할 수 있는 1개 이상의 전담부서와 3명 이상의 상근인력(의료 또는 광고 관련 학식과 경험이 풍부한 사람이 포함되어야 한다) 2. 법 제57조 및 제57조의3에 따른 의료광고의 심의 및 모니터링에 관한 업무를 처리할 수 있는 전산장비와 사무실 <p>④ 법 제57조제2항제2호에서 "대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 단체"란 다음 각 호의 기준을 모두 갖춘 소비자단체를 말한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 「소비자기본법」 제29조에 따라 공정거래위원회에 등록할 것 2. 단체의 설립 목적 및 업무범위에 의료 또는 광고 관련 내용을 포함할 것 <p>⑦ 법 제57조제3항제4호에서 "대통령령으로 정하는 사항"이란 다음 각 호의 사항을 말한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 의료기관 개설자 및 개설연도 2. 의료기관의 인터넷 홈페이지 주소 3. 의료기관의 진료일 및 진료시간 4. 의료기관이 법 제3조의5제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 사실 5. 의료기관이 법 제58조제1항에 따라 의료기관 인증을 받은 사실 6. 의료기관 개설자 또는 소속 의료인이 법 제77조제1항에 따라 전문의 자격을 인정 받은 사실 및 그 전문과목
--

잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률

<p>제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “정기간행물”이란 동일한 제호로 연 2회 이상 계속적으로 발행하는 간행물로서 「신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률」 제2조에 따른 신문을 제외한 다음 각 목의 것을 말한다. <ol style="list-style-type: none"> 가. 잡지 : 정치·경제·사회·문화·시사·산업·과학·종교·교육·체육 등 전체분야 또는 특정분야에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 동일한 제호로 월 1회 이하 정기적으로 발행하는 책자 형태의 간행물 나. 정보간행물 : 보도·논평 또는 여론 형성의 목적 없이 일상생활 또는 특정사항에 대한 안내·고지 등 정보전달의 목적으로 발행되는 간행물 다. 전자간행물 : 통신망을 이용하지 아니하고 컴퓨터 등의 정보처리장치를 이용하여 읽거나 보고 들을 수 있도록 전자적으로 발행한 간행물 라. 기타간행물 : 월 1회 이하 발행되는 간행물 중 책자 형태가 아닌 간행물 <p>2.~ 5.(생략)</p>
--

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "옥외광고물"이란 공중에게 항상 또는 일정 기간 계속 노출되어 공중이 자유로이 통행하는 장소에서 볼 수 있는 것(대통령령으로 정하는 교통시설 또는 교통수단에 표시되는 것을 포함한다)으로서 간판·디지털광고물(디지털 디스플레이를 이용하여 정보·광고를 제공하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것을 말한다)·입간판·현수막(懸垂幕)·벽보·전단(傳單)과 그 밖에 이와 유사한 것을 말한다.
2. "게시시설"이란 광고탑·광고판과 그 밖의 인공구조물로서 옥외 광고물(이하 "광고물"이라 한다)을 게시하거나 표시하기 위한 시설을 말한다.
3. "옥외광고업"이란 광고물이나 게시시설을 제작·표시·설치하거나 옥외광고를 대행하는 영업을 말한다.

옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령

제2조(옥외광고물 표시 대상 등) 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업진흥에 관한 법률」(이하 "법"이라 한다) 제2조 제1호에서 "대통령령으로 정하는 교통시설 또는 교통수단"이란 다음 각 호의 교통시설 또는 교통수단을 말한다.

1. 다음 각 목의 교통시설

- 가. 지하도
- 나. 철도역
- 다. 지하철역
- 라. 공항
- 마. 항만
- 바. 고속국도

2. 다음 각 목의 교통수단

- 가. 「철도산업발전기본법」 제3조 제4호에 따른 철도차량(이하 "철도차량"이라 한다) 및 「도시철도법」에 따른 도시철도차량(이하 "도시철도차량"이라 한다)
- 나. 「자동차관리법」 제2조 제1호에 따른 자동차
- 다. 「선박법」 제1조의 2 제1항 제1호 및 제2호에 따른 기선 및 범선(이하 "선박"이라 한다)
- 라. 「항공안전법」 제2조 제1호 및 제3호에 따른 항공기 및 초경량비행장치(이하 "항공기 등"이라 한다)

② 법 제2조제1호에서 "디지털 디스플레이를 이용하여 정보·광고를 제공하는 것으로서 대통령령으로 정하는 것"이란 디지털 디스플레이(전기·전자제어장치를 이용하여 광고내용을 평면 혹은 입체적으로 표시하게 하는 장치를 말한다. 이하 같다)를 이용하여 빛의 점멸 또는 빛의 노출로 화면·형태의 변화를 주는 등 정보·광고의 내용을 수시로 변화하도록 한 옥외광고물(이하 "디지털광고물"이라 한다)을 말한다.

제3조(옥외광고물의 분류) 옥외광고물(이하 "광고물"이라 한다)은 다음과 같이 분류한다.

1. 벽면 이용 간판 : 다음 각목의 것

가. 문자·도형 등을 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등을 이용하여 판이나 입체형으로 제작·설치하여 건물·시설물·점포·영업소 등의 벽면, 유리벽의 바깥쪽, 옥상난간 등에 길게 붙이거나 표시하는 것

나. 주유소 또는 가스충전소의 주유기 또는 충전기시설의 차양면(遮陽面)에 상호·정유사 등의 명칭을 표시하거나 상호를 현수식(懸垂式)으로 표시하는 광고물

2. 삭제 <2016.7.6.>

3. 돌출간판 : 문자·도형 등을 표시한 목재·아크릴·금속재 등의 판이나 이용업소·미용업소의 표지등(標識燈)을 건물의 벽면에 튀어나오게 붙이는 광고물

4. 공연간판 : 공연·영화를 알리기 위한 문자·그림 등을 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등의 판에 표시하거나 실물의 모형 등을 제작하여 해당 공연 건물의 벽면에 표시하는 광고물

5. 옥상간판 : 건물의 옥상에 따로 삼각형·사각형 또는 원형 등의 게시시설을 설치하여 문자·도형 등을 표시하거나 승강기탑·계단탑·망루·장식탑·옥탑 등 건물의 옥상구조물에 문자·도형 등을 직접 표시하는 광고물

6. 지주(支柱) 이용 간판 : 다음 각 목의 것

가. 문자·도형 등을 표시한 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등의 판을 지면에 따로 설치한 지주에 붙이는 광고물

나. 문자·도형 등을 따로 설치한 삼각기둥·사각기둥·원기둥 등의 게시시설 기둥면에 직접 표시하는 광고물

다. 군사시설, 철도의 주요 경계시설, 공사 현장 등을 가리기 위하여 지주 형태로 설치한 시설물에 문자·도형 등을 표시하는 광고물

6의2. 입간판 : 건물의 벽에 기대어 놓거나 지면에 세워두는 등 고정되지 아니한 목재, 아크릴 또는 조례로 정하는 재료로 만들어진 게시시설에 문자·도형 등을 표시하는 광고물

7. 현수막 : 천·종이·비닐 등에 문자·도형 등을 표시하여 건물 등의 벽면, 지주, 게시시설 또는 그 밖의 시설물 등에 매달아 표시하는 광고물

8. 애드벌룬 : 비닐 등을 사용한 기구에 문자·도형 등을 표시하여 건물의 옥상 또는 지면에 설치하거나 공중에 띄우는 광고물

9. 벽보 : 종이·비닐 등에 문자·그림 등을 표시하여 지정게시판·지정벽보판 또는 그 밖의 시설물 등에 붙이는 광고물

10. 전단 : 종이·비닐 등에 문자·그림 등을 표시하여 옥외에서 배부하는 광고물

11. 공공시설물 이용 광고물 : 공공의 목적을 위하여 설치하는 인공구조물 또는 편익시설물에 표시하는 광고물

- 12. 교통시설 이용 광고물 : 제2조 제1항 제1호 각 목의 교통시설에 문자·도형 등을 표시하거나 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등의 게시 시설을 설치하여 표시하는 광고물
- 13. 교통수단 이용 광고물 : 제2조 제1항 제2호 각 목의 교통수단 외부에 문자·도형 등을 아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등의 판에 표시하여 붙이거나 직접 도료로 표시하는 광고물
- 14. 선전탑 : 도로등 일정한 장소에 광고탑을 설치하여 탑면에 문자·도형 등을 표시하는 광고물
- 15. 아취광고물 : 도로 등의 일정한 장소에 문틀형 또는 반원형 등의 게시시설을 설치하여 문자·도형 등을 표시하는 광고물
- 16. 창문 이용 광고물 : 다음 각 목의 것
 - 가. 문자·도형 등을 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이 등을 이용하여 판이나 입체형으로 제작·설치하여 건물·시설물·점포·영업소 등의 유리벽의 안쪽, 창문, 출입문에 붙이거나 표시하는 광고물
 - 나. 문자·도형 등을 도료, 천·종이·비닐·테이프 등을 이용하여 건물·시설물·점포·영업소 등의 유리벽의 안쪽, 창문, 출입문에 표시하는 것

정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

제2조(정의) ① 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

- 1. "정보통신망"이란 「전기통신사업법」 제2조 제2호에 따른 전기 통신설비를 이용하거나 전기통신설비와 컴퓨터 및 컴퓨터의 이용기술을 활용하여 정보를 수집·가공·저장·검색·송신 또는 수신하는 정보통신체제를 말한다.
- 2. "정보통신서비스"란 「전기통신사업법」 제2조 제6호에 따른 전기통신역무와 이를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 것을 말한다.
- 3. "정보통신서비스 제공자"란 「전기통신사업법」 제2조 제8호에 따른 전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신사업자의 전기통신역무를 이용하여 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자를 말한다.
- 4. ~ 12.(생략)

방 송 법

제2조(용어의 정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

- 1. ~ 2. (생략)
- 3. "방송사업자"라 함은 다음 각목의 자를 말한다.
 - 가. 지상파방송사업자 : 지상파방송사업을 하기 위하여 제9조 제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
 - 나. 종합유선방송사업자 : 종합유선방송사업을 하기 위하여 제9조 제2항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

- 다. 위성방송사업자 : 위성방송사업을 하기 위하여 제9조 제1항의 규정에 의하여 허가를 받은 자
- 라. 방송채널사용사업자 : 방송채널사용사업을 하기 위하여 제9조 제5항의 규정에 의하여 등록을 하거나 승인을 얻은 자
- 마. 공동체라디오방송사업자 : 안테나공급전력 10와트 이하로 공익목적으로 라디오 방송을 하기 위하여 제9조제11항의 규정에 의하여 허가를 받은 자

4. ~ 25. (생략)

신문 등의 진흥에 관한 법률

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "신문"이란 정치·경제·사회·문화·산업·과학·종교·교육·체육 등 전체 분야 또는 특정 분야에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 같은 명칭으로 월 2회 이상 발행하는 간행물로서 다음 각 목의 것을 말한다.
 - 가. 일반일간신문 : 정치·경제·사회·문화 등에 관한 보도·논평 및 여론 등을 전파 하기 위하여 매일 발행하는 간행물
 - 나. 특수일간신문 : 산업·과학·종교·교육 또는 체육 등 특정 분야(정치를 제외한다)에 국한된 사항의 보도·논평 및 여론 등을 전파하기 위하여 매일 발행하는 간행물
 - 다. 일반주간신문 : 정치·경제·사회·문화 등에 관한 보도·논평 및 여론 등을 전파하기 위하여 매주 1회 발행하는 간행물(주 2회 또는 월 2회 이상 발행하는 것을 포함한다)
 - 라. 특수주간신문 : 산업·과학·종교·교육 또는 체육 등 특정 분야(정치를 제외한다)에 국한된 사항의 보도·논평 및 여론 등을 전파하기 위하여 매주 1회 발행하는 간행물(주 2회 또는 월 2회 이상 발행하는 것을 포함한다)
2. "인터넷신문"이란 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 통신망을 이용하여 정치·경제·사회·문화 등에 관한 보도·논평 및 여론·정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서 독자적 기사 생산과 지속적인 발행 등 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 것을 말한다.
3. "신문사업자"란 신문을 발행하는 자를 말한다.
4. "인터넷신문사업자"란 인터넷신문을 전자적으로 발행하는 자를 말한다.
5. "인터넷뉴스서비스"란 신문, 인터넷신문, 「뉴스통신진흥에 관한 법률」에 따른 뉴스통신, 「방송법」에 따른 방송 및 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」에 따른 잡지 등의 기사를 인터넷을 통하여 계속적으로 제공하거나 매개하는 전자간행물을 말한다. 다만, 제2호의 인터넷신문 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제1호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송, 그 밖에 대통령령으로 정하는 것을 제외한다.

6. "인터넷뉴스서비스사업자"란 제5호에 따른 전자간행물을 경영하는 자를 말한다.
 7. ~ 12. (생략)

○ 의료광고 사전심의 대상 매체

- ◇ 신문 : 정치·경제·사회·문화·산업·과학·종교·교육·체육 등 전체 분야 또는 특정 분야에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 같은 명칭으로 월 2회 이상 발행하는 간행물로 일반일간신문, 특수일간신문, 일반주간신문, 특수주간신문
- ◇ 인터넷신문 : 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 통신망을 이용하여 정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서 독자적 기사 생산과 지속적인 발행 등 대통령령이 정하는 기준을 충족하는 것
- ◇ 정기간행물 : 동일한 제호로 연 2회 이상 계속적으로 발행하는 간행물로서 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조에 따른 신문을 제외한 잡지, 정보간행물, 전자간행물, 기타간행물
- ◇ 천·종이 또는 비닐 등에 문자·도형 등을 표시하여 건물 등의 벽면, 지주, 게시시설 또는 그 밖의 시설물 등에 매달아 표시하는 광고물
- ◇ 벽보 : 종이 또는 비닐 등에 문자·그림 등을 표시하여 지정 게시관·지정벽보관 기타 시설물 등에 부착하는 광고물
- ◇ 전단 : 종이 또는 비닐 등에 문자·그림 등을 표시하여 옥외에서 배부하는 광고물
- ◇ 교통시설 : 지하도, 철도역, 지하철역, 공항, 항만, 고속국도에 문자·도형 등을 표시하거나 목재·아크릴·금속재·디지털 디스플레이(전기·전자제어장치를 이용하여 광고내용을 평면 혹은 입체적으로 표시하게 하는 장치를 말한다) 등의 게시시설을 설치하여 표시하는 광고물
- ◇ 교통수단 : 철도차량, 도시철도차량, 자동차, 선박, 항공기 내·외부에 문자·도형 등을 아크릴·금속재·디지털디스플레이(전기·전자제어장치를 이용하여 광고내용을 평면 혹은 입체적으로 표시하게 하는 장치를 말한다) 등의 판에 표시하여 붙이거나 직접 도료로 표시하는 광고물 및 영상·음성·음향 및 이들의 조합으로 이루어지는 광고물
- ◇ 전광판 : 전구, 액정 등에 전류를 통하여 그림, 문자 등을 나타내는 판
 - * 단색·삼색, 풀칼라, LED, LCD, 모니터 등
- ◇ 인터넷뉴스서비스 : 신문, 인터넷신문, 「뉴스통신진흥에 관한 법률」에 따른 뉴스통신, 「방송법」에 따른 방송 및 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」에 따른 잡지 등의 기사를 인터넷을 통하여 계속적으로 제공하거나 매개하는 전자간행물을 말한다. 다만, 제2호의 인터넷신문 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제1호에 따른 인터넷 멀티미디어 방송, 그 밖에 대통령령으로 정하는 것은 제외

- ◇ 방송법 제2조제3호에 따른 방송사업자(지상파방송, 종합유선방송, 위성방송, 방송채널 사용, 공동체라디오)가 운영하는 인터넷 홈페이지
- ◇ 방송법 제2조제3호에 따른 방송사업자(지상파방송, 종합유선방송, 위성방송, 방송채널 사용, 공동체라디오)의 방송프로그램을 주된 서비스로 하여 ‘방송’, ‘TV’ 또는 ‘라디오’ 등의 명칭을 사용하면서 인터넷을 통하여 제공하는 인터넷 매체
- ◇ 정보통신서비스 제공자 중 전년도 말 기준 직전 3개월 간 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인 자가 운영하는 인터넷 매체 및 애플리케이션[전년도 말 기준 직전 3개월 간 일일 평균 이용자 수가 10만명 이상인 소셜 네트워킹 서비스(SNS: Social Networking Service)를 제공하는 소셜미디어]

의료법
<p>제57조(의료광고의 심의)</p> <p>③ 의료인등은 제1항에도 불구하고 다음 각 호의 사항으로만 구성된 의료광고에 대해서는 제2항에 따라 보건복지부장관에게 신고한 기관 또는 단체(이하 "자율심의기구"라 한다)의 심의를 받지 아니할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 의료기관의 명칭·소재지·전화번호 2. 의료기관이 설치·운영하는 진료과목(제43조제5항에 따른 진료과목을 말한다) 3. 의료기관에 소속된 의료인의 성명·성별 및 면허의 종류 4. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항
의료법 시행령
<p>제24조(의료광고의 심의) ⑦ 법 제57조제3항제4호에서 "대통령령으로 정하는 사항"이란 다음 각 호의 사항을 말한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 의료기관 개설자 및 개설연도 2. 의료기관의 인터넷 홈페이지 주소 3. 의료기관의 진료일 및 진료시간 4. 의료기관이 법 제3조의5제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 사실 5. 의료기관이 법 제58조제1항에 따라 의료기관 인증을 받은 사실 6. 의료기관 개설자 또는 소속 의료인이 법 제77조제1항에 따라 전문의 자격을 인정 받은 사실 및 그 전문과목

○ 사전심의를 받지 않아도 되는 의료광고

1. 내용상 제외

1) 다음 사항만 표기된 광고는 사전심의를 받지 않아도 된다.

- 의료기관의 명칭 · 소재지 · 전화번호
- 의료기관이 설치 · 운영하는 진료과목(제43조제5항에 따른 진료과목을 말한다)
- 의료기관에 소속된 의료인의 성명 · 성별 및 면허의 종류
- 의료기관 개설자 및 개설연도
- 의료기관의 인터넷 홈페이지 주소
- 의료기관의 진료일 및 진료시간
- 의료기관이 법 제3조의5제1항에 따라 전문병원으로 지정받은 사실
- 의료기관이 법 제58조제1항에 따라 의료기관 인증을 받은 사실
- 의료기관 개설자 또는 소속 의료인이 법 제77조제1항에 따라 전문의 자격을 인정 받은 사실 및 그 전문과목

2) 건강강좌 등 공익광고는 사전심의를 받지 않아도 된다. 그러나 공익광고를 이용하여 의료광고를 하는 경우 심의대상이 될 수 있다.

- 대국민 건강강좌 등 공익적 광고일 경우 위 1)의 내용만 포함되어 있을 경우 사전 심의 대상이 아니다.
- 건강강좌명 등에 위 1)의 사항을 초과하는 사항이 포함되는 경우 심의대상이 될 수 있다.
- 사전심의를대상에서 제외되는 건강강좌 등 공익강좌에서 표기될 수 있는 연자소개는 해당 연자가 현재 재직하고 있는 병원 및 근무부서명에 한정된다.

2. 매체상 제외

1) 의료법 제57조제1항에 따른 사전심의 대상을 이용하더라도 동법 제3항에 따른 의료기관의 기본정보(의료기관명칭, 소재지, 전화번호, 개설진료과목, 소속의료인의 성명 · 성별 · 면허의 종류, 의료기관 개설자, 홈페이지주소, 진료일 및 진료시간, 전문병원으로 지정받은 사실, 의료기관 인증을 받은 사실)에 해당되는 내용만을 광고하는 경우

2) 옥내(건물외벽 제외) 광고물

▶ 옥내 광고

- 의료기관 내부의 벽보·현수막, 영화관 내 벽보 및 상영물, 엘리베이터

- 3) 의료법 제57조 제1항 제4호에서 정한 “대통령령으로 정한 인터넷 매체[이동통신단말장치에서 사용되는 애플리케이션(Application)을 포함한다]”를 제외한 인터넷 매체(의료기관 홈페이지 등)

▶ “대통령령으로 정한 인터넷 매체”를 제외한 인터넷 매체 심의기준
 - 의료기관 홈페이지는 심의대상이 아니다. 단, 의료기관의 홈페이지를 캡처하여 의료광고에 이미지로 삽입 하는 경우 그 이미지는 심의대상이다.

- 4) 원내 비치 목적의 병원 소식지, 소책자 등. 단, 원외 반출이나 옥외에서 배부할 경우 전단으로 간주하여 전단에 대한 심의기준에 따른다.

※ 의료광고 심의대상이 아닌 광고물에 대해서는 신청인이 심의받기를 원할 경우 심의대상으로 간주하여 심의를 진행하고, 심의 진행 전에 심의 철회를 원할 경우 신청서를 반려한다.

○ 심의의 유형

- 1) 심의위원장 직권 : 심의위원장 직권으로 결정할 수 있는 의료광고의 범위는 각 심의위원회 운영 규정 등으로 정한다.
- 2) 심의위원회 회부(전문심의)
- 3) 관련 학회 의뢰(심의위원장이 직권으로 의뢰할 수 있다)
- 4) 재심의
- 5) 반려

○ 심의 결과의 분류

- 1) 승인 : 신청한 광고 내용에 문제가 없어 원안대로 광고하도록 허용하는 것
- 2) 조건부승인 또는 승인보류(이하 조건부승인이라 함) : 신청자가 의료광고 심의기준에 따른 심의위원회의 심의결과를 반영한 수정시안을 제출하여 위원회 검토(재심의)후 최종 승인할 수 있다는 내용의 조건부 결과를 통보하는 것. 만약 수정하지 않고 광고할 경우 의료법 제56조 제2항 제11호에서 규정하고 있는 “심의 받은 내용과 다른 내용의 광고”에 해당된다.

※ 조건부승인은 반드시 수정시안(최종광고시안)을 제출하여 검토(재심의) 및 승인(심의 필증 발급 후)후 광고를 할 수 있다.

※ 단, 조건부승인에 대하여, 심의신청기관이 위원회의 요청사항에 지속적으로 협조하지 않을 경우, 위원회에서는 별도의 규정을 두어 불승인 처리 할 수 있다.

- 3) 불승인 : 의료법 및 의료광고사전심의 기준 등 관련 규정에 따라 광고원안에서 수정이 필요한 내용이 과도하게 많거나, 의료광고의 범주에서 벗어나는 경우(의료기기 광고나 의약품광고 등), 의학적 객관성이 부족한 경우, 기타 사회통념상 허용되기 어려운 내용 위주 등의 광고를 위원회의 심의에 따라 불허하는 것.

○ 심의 결과의 처리

- ◇ 심의위원회는 부득이한 사유가 없는 한 접수일로부터 30일 이내에 승인, 조건부승인, 조건부승인에 따른 수정광고시안에 대한 전부 및 일부 인용, 불승인, 불승인에 따른 재심의를 대한 전부 및 일부인용 결정 사실을 신청인에게 문서(홈페이지 결과통보서)로 통지하여야 한다.
- ◇ 조건부승인이나 조건부승인에 따른 수정광고시안에 대한 전부 및 일부 인용의 경우 수정 또는 삭제한 부분에 대하여 그 사유와 법령상 근거 등을 결과통보서에 기재하도록 한다. 단, 조속한 결과통보가 필요하거나 조건부승인에 따른 수정시안 재 제출 요청시에는 수정 또는 삭제한 부분에 대한 사유를 생략할 수 있다.
- ◇ 불승인이나 불승인에 따른 재심의를 대한 전부 및 일부인용 결정 사실의 경우 그 사유에 대하여 결과통보서에 기재하도록 한다.

○ 의료광고 필수 기재 사항

- ◇ 심의대상이 되는 의료광고에 대해서는 광고임을 알 수 있도록 ‘광고’ 라는 문구를 표시하는 것을 원칙으로 한다.
 - 다만 의료광고임이 명백하게 드러나는 광고물(주로 이미지 중심의 광고)에 대해서는 심의위원회의 검토 후 문구 생략을 허용할 수 있다.
 - 텍스트 위주로 구성되어 의료광고임을 즉각적으로 인지하기 어려운 광고물에는 필수적으로 ‘광고’ 문구를 삽입하여야 한다.
 - ‘광고’ 문구의 글자 크기는 본문 글자의 3배 이상 또는 광고내용 중 가장 큰 글자의 2분의 1 이상의 크기로 광고물 상단 또는 하단에 표시하여야 하며, ‘광고’ 문구가 표시되는 행에는 다른 문자·그림 등이 기재되어서는 안 된다. 다만, ① 현수막 ② 인터넷검색광고 ③ 인터넷 한줄 광고 ④ 의료광고임이 명백하게 드러나는 광고물(주로 이미지 중심의 광고)에 대해서는 심의위원회에서 ‘광고’ 문구 생략을 허용할 수 있다.
- ◇ 신청인은 최종 승인받은 의료광고에 각 단체 의료광고심의위원회로부터 부여 받은 심

의필 번호를 다음 어느 하나의 방법을 택하여 육안으로 식별할 수 있는 크기로 반드시 기재하여야 한다. 단, 각 단체 의료광고심의위원회가 별도로 정하는 바에 따라 유효기간 등을 병기하도록 할 수 있다.

- 심의필 번호 표기할 경우의 예 :
 - 「대한의사협회 의료광고심의필 제(연연월월일일)중-○호」
 - 「대한치과의사협회 의료광고심의필 제(연연월월일일)중-○호」
 - 「대한한의사협회 의료광고심의필 제(연연월월일일)중-○호」

- 심의필 번호를 문구로 표기할 경우의 예:
 - 「이 광고는 제(연연월월일일)중-○호」로 대한의사협회 의료광고심의위원회의 심의필을 받은 내용입니다」
 - 「이 광고는 제(연연월월일일)중-○호」로 대한치과의사협회 의료광고심의위원회의 심의필을 받은 내용입니다」
 - 「이 광고는 제(연연월월일일)중-○호」로 대한한의사협회 의료광고심의위원회의 심의필을 받은 내용입니다」

◇ 심의필 번호는 ‘광고’ 문구와 병기하도록 하며, ‘광고’ 문구를 생략하도록 허용한 경우에도 필수적으로 기재하여야 한다.

- 심의를 받은 모든 광고(현수막 포함)에는 심의필 번호가 있어야 한다.
- 심의필 번호는 육안으로 식별할 수 있는 크기여야 하며, 각 심의위원회는 심의필번호 앞에 부여하는 명칭을 각각 ‘대한의사협회 의료광고심의필·대한치과의사협회 의료광고심의필·대한한의사협회 의료광고심의필’로 한다.

◇ 키워드광고 등 글자 수 제한이나 지면 제한이 요구되는 광고일 경우 다음과 같이 심의필번호 표기 방식을 예외적으로 적용할 수 있다.

- 키워드광고 등 글자 수 제한이나 지면 제한이 요구되는 광고의 경우 축약이 가능하며 축약기준 및 적용여부는 위원회에서 조정하여 판단한다.
- 키워드광고와 한줄 광고 심의번호 및 마크표시

심의필 표기 예시		
구 분	키워드 광고	한줄 광고
대한의사협회	의0000	(의),의,의
대한치과의사협회	치0000	(치),치,치
대한한의사협회	한0000	(한),한,한

- 시간제약이 있는 음성광고는 각 단체 의료광고심의위원회가 그 표기를 별도로 정할 수 있다.

◇ 심의필번호의 일부 생략

- 면허종별이 다른 2개 이상의 의료광고심의위원회의 심의를 받은 경우 2개 기관 모두의 심의필 번호를 표시하여야 한다. 단, 키워드 광고 등 글자 수 제한이나 지면 제한이 요구되는 광고에서는 종별에 따른 의료광고심의위원회로부터 득한 심의필번호만 표시할 수 있다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 1. 제53조에 따른 평가를 받지 아니한 신의료기술에 관한 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ① 법 제56조 제5항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 1. 법 제53조에 따른 신의료기술평가를 받지 아니한 신의료기술에 관하여 광고하는 것

○ 신의료기술평가를 받지 아니한 신의료기술에 관한 광고 금지(의료법 제56조 제2항 제1호)

- ◇ 의료법 제53조에 따른 신의료기술평가를 받지 않은 의료기술은 광고 할 수 없다.
- ◇ 신의료기술이란 “새로운 재료·기구 등을 진료에 적용하여 시·수술을 하는 것”을 의미하며, 의료광고에는 신의료기술평가원으로부터 “신의료기술의 인증”을 받은 경우여야만 게재가 가능하다.
- ◇ 신의료기술로 허가된 것이라도 진료내용, 적용범위 등 심층적 의학적 판단이 요구되는 경우 학회의 검증 절차를 거쳐 심의를 진행할 수 있다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 2. 환자에 관한 치료경험담 등 소비자로 하여금 치료 효과를 오인하게 할 우려가 있는 내용의 광고
의료법시행령

제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.

2. 특정 의료기관·의료인의 기능 또는 진료방법이 질병치료에 반드시 효과가 있다고 표현하거나 환자의 치료경험담이나 6개월 이하의 임상경력을 광고하는 것

○ 치료효과 보장 광고 금지(의료법 제56조제2항)

- ◇ 소비자를 현혹시킬 소지가 없는 통상적인 치료 효과 보장의 문구는 허용한다. 그러나 통상적인 치료효과 보장 문구라 하더라도 소비자를 현혹시킬 우려가 있다고 판단되는 경우에는 불허하거나 해당 시술에 따른 부작용 문구를 삽입케 할 수 있다.
- ◇ 소비자를 현혹시킬 소지가 있는 최상급, 극대화를 의미하는 단어는 아무리 사실이라 하더라도 허용되지 않는다.

불인정 예: 최고, 최초, 유일한, 최첨단, 첨단, 최상의, 지역 최초, 지역 1위, 특수, 특별, A+, 전문, 특화, 특성화, 명품, 선구자, 일인자, ~속, 빼, 완전히 등

예외적 인정 예:

- 산업안전보건법에 따른 특수검진은 "특수건강진단"으로 표기 가능
- 전문재활치료의 경우 건강보험요양급여비용에 제시된 조건(재활의학과의사의 상주)을 충족하는 경우에 한하여 허용. 단, 전문의 표기 및 보건복지부 전문병원과 오인성이 없도록 "진료내용 : 전문재활치료(또는 전문재활치료 가능합니다.)"로 표기 시 허용함.

- ◇ 확률적으로 0% 및 100%의 의미를 내포한 단어를 사용하여 '부작용 없이', '통증 없이', '완치', '해결', '가장 안전한', '안전한' 등으로 표현하는 광고는 사용할 수 없다. 단, 각 단체 의료광고심의위원회가 별도로 정하는 바에 따라 의학적으로 인정될 경우 추구나 지향 등을 나타내는 표현 등 일정한 예외를 인정할 수 있다. 또한 실제로 통증이 전혀 없거나, 부작용이 보고되지 않은 시술 및 치료방법은 신청자가 관련 논문이나 학술지, 공인 학회의 객관적 근거 자료 등을 첨부한 경우에 한하여 심의위원회가 이를 판단하여 허용 여부를 결정한다.
- ◇ "일주일이면 치료할 수 있다.", "당일퇴원", "당일퇴원 가능" 처럼 치료기간을 단정적으로 명시한 문구는 사용할 수 없다. 다만, "통상적으로 일주일 정도 걸린다.", "당일퇴원 지향" 와 같이 완곡하게 표현하고 교과서적으로 인정된 치료기간에 대해서는 허용한다.
- ◇ 질병에 대하여 과도하게 불안감, 공포감 등을 조성하는 문구는 심의위원회에서 그 정도를 판단하여 소비자현혹의 소지로 불허 할 수 있다.

- ◇ 온라인 광고(팝업, 배너 등)에 게재되는 ‘더보기, 정보보기’, “○○소개, ○○안내, ○○보기”, “바로가기”, “QR코드” 심의필 내용 외의 다른 페이지로 연동 가능한 문구 및 표시[기술적·상업적 제약 없이 자신의 의견을 자유롭게 올려 다른 사람과 공유할 수 있는 특성으로 게재되는 내용이 소비자 현혹, 오인의 소지가 강함]는 허용되지 않는다. 다만, 일반적인 정보 제공 차원에서 ▲병·의원소개(기관안내, 병·의원안내, 병원둘러보기, 입원안내, 위치안내, 진료시간안내, 진료안내-진료시간 안내의 개념 차원), ▲의료진안내(소개), ▲오시는 길” 등 각 단체 의료광고심의위원회가 별도로 정하는 사항은 허용한다.

불인정 예: 더보기, 정보보기, 알아보기, 바로가기 등

- ◇ SNS 랜딩페이지나 블로그 첫 화면(대문) 등에 대한 의료광고 심의시 환자가 해당 매체 전내용을 심의 받은 것으로 오인할 수 있으므로, 최종 승인 심의광고 심의필 번호 밑에 "본 심의필의 효력은 의료기관이 심의 신청한 본 페이지에 국한하며, 이후 넘어가는 페이지에는 그 효력이 미치지 아니합니다."란 문구를 삽입하도록 한다.
- ◇ 인터넷 검색(파워링크) 등의 광고시 제목과 내용은 광고 방향성이 일치되어야 한다.

불인정 예: 제목사항에 특정 시술의 치료방법에 대한 안내라고 기재하고 내용 또는 설명에 이를 반영하지 않는 경우

- ◇ 의료기관의 캐릭터에 대한 광고는 오인·현혹성이 없는 등 의료법 준용시 이를 허용하되, 캐릭터 관련 아이디어 공모전, 환자모집광고 등의 광고는 의료와 작업 연관성이 없으므로 허용하지 않는다.
- ◇ 의료기관 고유명칭이 다중적 의미를 갖는 경우, 의료기관 고유명칭을 이용한 광고카피로 활용 시 소비자 현혹에 해당하는 문구는 불허한다.

불인정 예: 광고주체→탐성형외과의원 / 광고카피→‘눈성형 탐

- ◇ "여의사" 표기는 단독 개설자(1인)인 경우에 한하며, 그 외 여의사가 공동개설자, 근무의사로 진료 시 위 여의사에 대한 인원 수 적시가 필요하다.

인정 예: 여의사 1인

- ◇ ‘해방’ 이란 문구에서 ‘해방’ 은 완치의 의미가 있으므로 ‘치료’ 로 변경표기 한다.
- ◇ 의료진 전원 00대 졸업이란 문구는 의료진 전원 00명 00대 졸업으로 수정한다.
- ◇ 의사와 환자 간의 질의응답 형태의 의료광고는 그 광고형식이나 내용 자체가 지나치게 환자를 유인하고, 소비자로 하여금 치료효과를 오인하게 할 우려가 있어 지양한다.
- ◇ 환자를 현혹시키는 언어 유희적 표현은 가급적 지양한다.

○ 치료사례 및 치료경험담 광고 금지(의료법 제56조제2항제2호)

- ◇ 환자의 치료경험담, 의료인의 환자 치료 사례 등은 모두 허용되지 않는다.
- ◇ 연예인, 정치인, 저명인사 등을 이미지 모델로 사용하는 것은 가능하지만, 치료경험으로 볼 수 있는 내용이 내포된 것은 불허한다.
- ◇ 광고 내용 중 특정인의 이름이 들어간 것은 치료경험담이나, 소비자 현혹 광고로 간주하여 불허한다.
- ◇ 환자의료인의 직접 경험담이 아니더라도, 주관적 서술로 마치 실존하는 인물의 경험(증상 등)인 것처럼 기술한 내용은 허용되지 않는다.
- ◇ 수술 전·후 사진 게재는 허용되지 않는다. 시·수술 후 사진에서 “중년남성, 20대 중반 여성” 등의 표현은 환자경험담으로 비취질 오인의 소지가 있으므로 허용되지 않는다.
- ◇ 환자의 수술결과 사진 게재는 치료경험담으로 간주하여 허용하지 않는다. 다만, 아무런 설명 없이 내원 환자의 시·수술 전 혹은 시·수술 후 사진을 각각 단독으로 사용(게재)시 단순 모델 이미지로 간주하여 허용한다. 단, 내원환자(시·수술을 받은 환자)임을 유추할 수 있는 경우에는 허용되지 않는다.
- ◇ 동영상 등의 광고에 있어서 환자가 의사를 방문하여 질의하고, 의사가 세밀히 답변하는 형식을 취하거나, 환자가 시·수술을 받을 수 밖에 없는 자신의 외모적, 건강상태 등을 설명, 이를 근거로 의료기관을 방문하도록 유도하는 광고는 그 광고형식이나 내용 자체가 지나치게 환자를 유인하고, 소비자로 하여금 치료효과를 오인하게 할 우려가 있으며, 사회적 편견을 조장하고 다른 사람들에 대한 심각한 비하의 소지도 있어 불허한다.
- ◇ 환자치료경험담은 아니나, 가상의 인물을 마치 실존 인물처럼 기술하여 의료 소비자에게 오인 및 현혹을 줄 수 있는 내용은 허용되지 않는다.
- ◇ 초상화 형식의 수술 전·후 이미지 또한 사진에 준하는 효과로, 소비자 오인·현혹성이 높으므로 허용되지 않는다.
- ◇ 미성년자로 오인성(외모, 복장 등)이 있는 모델의 경우, 성형외과 광고 게재를 허용하지 않는다.
- ◇ 영상광고(플래시 배너 등)에 게재되는 이미지의 경우에도 시술 전·후 사진으로 오인성이 있는 광고는 허용되지 않으며, 가상의 이미지(3D 등)는 소비자 현혹, 오인성, 선정성 등이 배제된 광고는 사례별 심의 후 허용한다.
- ◇ 실제 시술 장면에 대한 사진이나 동영상은 치료경험담이나 환자 현혹 우려가 있어 지양한다.

○ 의료인의 6개월 이하의 임상경력 등 광고 금지(의료법 제56조제2항제2호)

- ◇ 6개월 이하의 임상경력은 광고할 수 없다.
- ◇ 학회 등의 임의적인 직함은 광고할 수 없다

불인정 예: 00학회부교수

- ◇ 국내·외 연수 경력은 6개월 이상의 경력일 경우에만 기재할 수 있으며, 이를 확인할 수 있는 경우에만 기재를 허용한다.
- ◇ 의료와 무관한 자격증이나 의료와 무관한 학력기재는 허용하지 않는다. [단, 케이스별 판단하여 무관한 자격·학력이라 할지라도 공히 인정되는 경우는 허용할 수 있다.

인정 예: MBA 등

- ◇ 의료와 무관한 경력 등은 기재를 허용되지 않는다

불인정 예: 미스코리아심사위원, 바른생활운동협회의 이사 등

- ◇ OECD 회원국에 한하여 외국에서 취득한 의료인 면허 소지 기재는 허용한다.
- ◇ 전직·현직 구분을 명시하여야 하며, 전·현직을 판단할 수 없는 경력은 불허 또는 수정하도록 권고한다.
- ◇ 국제 학회 관련 경력 등을 게재하고자 하는 경우에는 국내 공인된 학회와 결연 관계가 있는 학회만 인정한다.
- ◇ 논문의 경우 학술대회 등에서 발표한 내용일지라도 "공인학회, SCI, SCI급 논문"만 사실관계 확인 시(논문전문 및 외국어인 경우 번역본 제시 요망) 근거에 준하여 연도, 학회명, 제목, 저자 등 정도만 광고 상 표기를 허용한다. 일반적인 초록집 논문 게재는 광고 불가하다. 다만, 온라인 키워드 광고에 한하여 글자 수 제한이 있기 때문에 사실관계 확인후 “SCI 급 논문 발표”, “광고문안에 대하여 축약 표기(년도, 학회명, 제목 등)” 등의 문구를 허용할 수 있다. 축약 표기시 과장·오인성이 있는 경우에는 해당 내용 불허한다.
- ◇ TV, 잡지 등 출연 사실 광고 게재는 불허한다.
- ◇ 경력 광고시 자격증, 졸업·경력증명서 등 근거를 제시한 후 전·현직, 기관명, 소속, 직책, 성명 등을 구체적으로 표기하여야 한다. 단, 6개월 이상의 경력 표기만 가능하다
- ◇ 학회(공인학회 포함) 및 세미나에 참석하거나, 특정 분야에서 연구 및 발표를 했다는 사진 및 문구는 불허한다.

불인정 예: 000원장은 000분야, 학회에서 연구 및 발표를 하고 있다

- ◇ 모든 경력·약력 사항에 대하여 공인기관의 객관성이 담보되는 증빙자료(㉠ 전문의자격증, 재직·경력증명서, 위촉장, 임명장 등)를 제출·심의 후 허용하되 자료에 적시된 사실 그대로(직책 등) 표기하는 것을 원칙으로 한다.

의료법

제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.

- 3. 거짓된 내용을 표시하는 광고
- 8. 객관적인 사실을 과장하는 내용의 광고

의료법시행령

제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.

- 3. 의료인, 의료기관, 의료서비스 및 의료 관련 각종 사항에 대하여 객관적인 사실과 다른 내용 등 거짓된 내용을 광고하는 것
- 8. 의료인, 의료기관, 의료서비스 및 의료 관련 각종 사항에 대하여 객관적인 사실을 과장하는 내용으로 광고하는 것

○ 거짓 광고, 객관적 사실을 과장하는 내용 광고 금지(의료법 제56조 제2항 제3, 8호)

- ◇ 공인되지 않은 치료법, 시술명, 처방명 등은 모두 허용되지 않는다.
- ◇ 질병이나 질병의 치료에 대한 내용의 근거를 학술지에서 인용한 경우 해당 학술지는 공인받은 것이어야 한다.
- ◇ 통상적인 의학용어가 아닌 해당 의료기관이 독자적으로 만든 의학용어를 사용하여 술기·시술명을 표시할 수 없다. 다만, 관련 공인학회의 인정을 받은 경우에는 사안별 심의 후 광고하는 것을 허용한다.

인정 예: 리프트

컴퓨터 분석을 이용한 임플란트

불인정 예: 골드 해피 리프트

네비게이션 임플란트

- ◇ 의료기관 건물 조감도의 경우 ‘조감도’ 또는 ‘09년 2월 완공예정’ 등 구체적 내용

을 적시해야 한다. 또한 해당 조감도나 건물사진으로 인해 소비자 오인이 우려될 경우 삭제나 해당 의료기관의 층수를 기재하도록 할 수 있다.

- ◇ 의료기관간 비즈니스 목적 양해각서(Memorandum Of Understanding) 체결 등은 광고할 수 없다.
- ◇ 치료 재료, 의약품, 의료기기 등은 식약처의 허가 범위내에서표기 된 경우만 인정한다. 만일, 식약처의 허가범위 외의 용도로 표기 된 경우에는 식약처로부터 변경허가 등의 절차를 거치고 이를 증빙하는 근거 자료를 제출한 경우라면 의료광고에 표시 할 수 있다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 4. 다른 의료인등의 기능 또는 진료 방법과 비교하는 내용의 광고 5. 다른 의료인등을 비방하는 내용의 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ① 법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 4. 특정 의료기관 개설자, 의료기관의 장 또는 의료인(이하 "의료인등"이라 한다)이 수행하거나 광고하는 기능 또는 진료 방법이 다른 의료인등의 것과 비교하여 우수하거나 효과가 있다는 내용으로 광고하는 것 5. 다른 의료인등을 비방할 목적으로 해당 의료인등이 수행하거나 광고하는 기능 또는 진료 방법에 관하여 불리한 사실을 광고하는 것

○ 다른 의료인과의 비교광고 · 비방광고 금지(의료법 제56조 제2항 제4,5호)

- ◇ 의료 직역간 비교광고는 원천적으로 금지한다(의학·한의학 상호 비교)

[상호 비교의 예]
<ul style="list-style-type: none"> - 무수히 많은 한의원을 돌아다녀보았지만 소용없었다. - 이 분야에 대해 한방에서는 아직 많은 한계가 있다. - 양방에서 치료할 수 없던 것을 한방치료를 받으면서 변화가 나타나기 시작했다. - 칼 대지 않고 침으로 치료한다!

- ◇ 특정 직역의 시술방법 등의 부작용을 부각시키면서, 자신의 직역의 시술방법 등이 우

수하다고 표현해서는 안 된다.

- ◇ 의료기관 간 비급여 진료비용을 비교하여 적시할 수 없다.
- ◇ 특정 진료과목에 대하여 전문의에게 진료 받는 것이 안전하며 비전문의에게 진료 받을 경우 부작용 발생 등 위험할 수 있다는 내용의 광고는 명백한 비방광고로 본다.
 - “전문의와 상의하세요.” 등에 국한된 내용은 비방광고로 볼 수 없다.
 - 진료, 시술, 수술 등의 특정(예: 지방흡입 등)분야에 있어 ‘OOO전문의(예: 성형외과전문의)에게 시술 받으세요’ 등의 내용표기는 해당 전문과목 전문의만 가능한 것처럼 비취질 수 있으므로 소비자 오인 및 독점규제 및 공정거래에 관한 법률 위배 소지가 있는 경우 특정 과목명 표기를 허용되지 않는다.
- ◇ “수술 없이”의 표현과 같이 ‘약물 없이’ 등 ‘OO없이’의 표현은 시·수술방법에 대한 비교적 표현은 불허한다.
- ◇ CCTV 설치한 사실을 내세우며 정직을 지향한다는 광고는 금지한다.
- ◇ 의료에 있어서 당연한 “무균시스템”이라고 강조하여 표현하는 광고는 금지한다.
- ◇ 특정 의료기기를 마치 본인 병원에만 있어서 수술효과에 도움이 되는 것 인양 하는 표현은 금지한다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 6. 수술 장면 등 직접적인 시술행위를 노출하는 내용의 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 6. 의료인이 환자를 수술하는 장면이나 환자의 환부(患部) 등을 촬영한 동영상·사진으로서 일반인에게 혐오감을 일으키는 것을 게재하여 광고하는 것

○ 직접적인 수술장면(시술행위), 환부사진 금지(의료법 제56조 제2항 제6호)

- ◇ 의료법 시행령 제23조 제1항 제6호에 해당하는 일반인에게 혐오감을 일으킬 수 있는 신체부위나 환부 사진은 심의위원회에서 검토하여 허용 여부를 결정한다.
- ◇ 사진을 무단으로 게재하는 것은 환자의 사생활 및 초상권 침해이므로 사전에 환자의 동의를 받았음을 확인할 수 있는 경우에만 인정한다. ※ 위와 관련 의료광고사전심의 제도의 올바른 정착과 보다 합리적인 심의를 위한 개선방안으로 2010년 3월 1일부터

3개 단체 의료광고심의위원회 환자동의서(홈페이지 → 자료실 참고) 양식으로 통일하여 적용키로 한다(환자동의서를 허위로 작성·제출한 경우 불승인 처리).

- ◇ 실제 시술장면에 대한 사진이나 동영상은 치료경험담이나 환자 현혹 우려가 있고, “직접적인 시술행위 노출”에 해당하므로 불허한다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 7. 의료인등의 기능, 진료 방법과 관련하여 심각한 부작용 등 중요한 정보를 누락하는 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 7. 의료인등의 의료행위나 진료 방법 등을 광고하면서 예견할 수 있는 환자의 안전에 심각한 위해(危害)를 끼칠 우려가 있는 부작용 등 중요 정보를 빠뜨리거나 글씨 크기를 작게 하는 등의 방법으로 눈에 잘 띄지 않게 광고하는 것

○ 환자 안전에 심각한 위해가 있는 부작용 적시하지 않은 의료광고 금지(의료법 제56조 제2항 제7호)

- ◇ 진료방법, 시술방법 등을 소개하는 광고에는 원칙적으로 부작용을 명시하도록 한다.
- ◇ 의료기술, 시술방법 등의 장점을 소개하면서 부작용이 발생할 경우 매우 심각한 결과를 초래할 수 있음에도 누락되었을 경우 부작용에 대해 병기하도록 하거나 그 의료기술 또는 시술방법에 대한 내용을 삭제하도록 한다.
- ◇ 부작용에 대한 내용의 글자 크기만 다른 본문의 글자 크기에 비해 작아서는 안 된다.
- ◇ 진료내용의 단순 소개나 나열, 또는 특정시술명을 표방하지 않고 눈성형, 코성형, 비염, 비염 등 일반적인 진료내용만 적시하고 이에 대해 일반적이고, 통상적인 미사어구만을 짧게 곁들인 이미지 및 현수막 광고, 키워드 및 브랜드검색광고 등의 경우에는 부작용을 생략할 수 있다. 그러나 사회적으로 문제가 되거나 심각한 부작용을 고려해야 하는 진료의 경우는 단순 소개에서도 부작용을 기술해야 한다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 9. 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용의 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 9. 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용을 광고하는 것

○ 객관적으로 인정되지 않거나 객관적 근거가 없는 내용 등 법적 근거가 없는 내용 광고 금지(의료법 제56조 제2항 제9호)

- ◇ 법적 근거가 없는 자격이나 명칭을 표방하는 내용을 광고하는 것은 금지한다.
- ◇ 한방의 경우 ‘~탕’, ‘~산’, ‘~환’, ‘~제’ 등의 약제는 문헌에 나타나 있거나, 공인된 관련 학회에서 인정한 명칭이 아니면 사용할 수 없다. 다만, 고전 문헌 등을 인용한 경우에도 현대 한의학의 관점에서 보았을 때 증명될 수 없는 것은 허용되지 않는다.
- ◇ 다만, 한방의 경우 의학과 질병을 보는 개념이 상당 부분 다르므로 질병에 관한 설명 등은 심의위원회에서 판단하여 객관적 근거의 유무를 판단하도록 한다.
- ◇ 질병이나 질병의 치료에 대한 내용의 근거를 학술지에서 인용한 경우 해당 학술지는 공인받은 것이어야 한다.
- ◇ 사회성을 획득한 일반명 표기시 사안별 가능여부를 판단기로 하되, 의료기관의 독자적 정의 및 임의적인 명칭(신조어포함)은 허용되지 않는다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 10. 신문, 방송, 잡지 등을 이용하여 기사(記事) 또는 전문가의 의견 형태로 표현되는 광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ①법 제56조 제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체

적인 기준은 다음 각 호와 같다.

10. 특정 의료기관·의료인의 기능 또는 진료 방법에 관한 기사나 전문가의 의견을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조에 따른 신문·인터넷신문 또는 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」에 따른 정기간행물이나 「방송법」 제2조 제1호에 따른 방송에 실거나 방송하면서 특정 의료기관·의료인의 연락처나 약도 등의 정보도 함께 실거나 방송하여 광고하는 것

○ 칼럼 또는 건강정보 기사 형식의 광고(의료법 제56조 제2항 제10호)

- ◇ 신문·잡지·기타간행물 및 인터넷신문 등에 기사(記事)나 전문가의 의견형태로 표현되는 광고는 할 수 없다. 여기에서 기사란 해당 언론사·출판사에 소속된 기자(記者)가 쓴 글로 정의한다.
 - 기사가 아닌 단순히 텍스트 위주로 구성된 것은 의료광고물로 본다.
 - 기사 중 의료인의 자문 등을 받았음을 표시할 때에는 자문 의료인의 전문과목 및 성명만을 표시할 수 있으며, 소속 의료기관을 표시할 수 없다.
 - 전문가의 의견은 의료인이 직접 쓴 건강강좌, 칼럼 등으로 소속 의료기관, 전화번호, 약도, 이메일, 홈페이지 주소 등 정보를 제공할 수 있는 내용을 게재하여서는 아니 된다.
- ◇ 순수한 기사나 전문가의 의견은 의료광고가 아니므로 심의대상에 해당하지 않으나, 의료기관 명칭 및 홈페이지 주소, 약도, 전화번호 등을 게재하였을 경우 의료광고에 해당될 수 있으므로 의료법 제56조 제2항 제8호 및 제9호 및 비의료인의 의료광고에 해당될 수 있다.
- ◇ 형식이 텍스트 위주로 구성된 의료광고물에는 필수로 ‘광고’ 문구를 표시하여야 한다.
- ◇ ‘도움말’, ‘제공’ 등의 문구 표기는 기사로 오인할 소지가 있으므로 허용되지 않는다.
- ◇ ‘닥터칼럼’ 문구 표기 등 광고가 아닌 다른 형식으로 오인할 수 있는 표현은 허용되지 않는다.

의료법

제56조(의료광고의 금지 등) ② 의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.

11. 제57조에 따른 심의를 받지 아니하거나 심의받은 내용과 다른 내용의 광고

의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준) ① 법 제56조제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 11. 법 제57조제1항에 따라 심의 대상이 되는 의료광고를 심의를 받지 아니하고 광고하거나 심의 받은 내용과 다르게 광고하는 것

○ 심의받지 아니하거나 심의받은 내용과 다르게 하는 광고(의료법 제56조 제2항 제11호)

◇ 광고내용 변경

- 기존 승인된 광고에서 일부 내용을 수정, 발췌 등 임의 변경하여, 심의 받지 않고 광고하는 것은 어떠한 경우에도 불허하며, 이러한 사실이 적발될 경우 위원회의 결정으로 해당 심의필 광고를 불승인 처리할 수 있다.

◇ 사후통보를 통한 승인

- 오탈자 교정, 배경색 변경 등의 경우 사후통보를 통한 위원회 승인을 받을 수 있다. 이 경우 심의수수료는 면제할 수 있다.
- 오탈자 교정, 배경색 변경 등을 넘어선 의료광고는 사후통보를 통한 승인광고의 대상이 아니다.

의료법
제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다. 12. 제27조 제3항에 따라 외국인환자를 유치하기 위한 국내광고
의료법시행령
제23조(의료광고의 금지 기준)① 법 제56조제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 12. 외국인환자를 유치할 목적으로 법 제27조제3항에 따른 행위를 하기 위하여 국내 광고 하는 것
의료 해외진출 및 외국인 환자 유치 지원에 관한 법률
제15조(의료광고에 관한 특례) ① 외국인환자 유치의료기관은 「의료법」 제56조제2항 제12호에도 불구하고 외국인환자를 유치하기 위하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 장소에서 외국어로 표기된 의료광고를 할 수 있다. 다만, 환자의 치료 전·후를

- 비교하는 사진·영상 등 외국인환자를 속이거나 외국인환자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 내용에 관한 광고는 하지 못한다.
1. 「개별소비세법」 제17조에 따른 외국인전용판매장
 2. 「관세법」 제196조에 따른 보세판매장
 3. 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법」 제170조에 따른 지정면세점
 4. 「공항시설법」 제2조제3호에 따른 공항 중 국제항공노선이 개설된 공항
 5. 「항만법」 제2조제2호에 따른 무역항
- ② 외국인환자 유치의료기관은 제1항에 따른 의료광고를 하려는 경우 미리 광고의 내용과 방법 등에 관하여 「의료법」 제57조제2항에 따른 기관 또는 단체의 심의를 받아야 한다.
 - ③ 제1항제4호 및 제5호의 장소에서는 보건복지부령으로 정하는 바에 따라 성형외과·피부과 등 특정 진료과목에 편중된 의료광고를 할 수 없다.
 - ④ 제1항 및 제2항에 따른 의료광고의 기준과 심의에 관하여는 「의료법」 제56조, 제57조 및 제57의2까지의 규정을 준용한다.

○ **외국인 환자를 유치하기 위한 국내광고(의료법 제56조 제2항 제12호 및 의료 해외진출 및 외국인 환자 유치 지원에 관한 법률 제15조)**

◇ 외국인 환자를 유치하기 위한 외국어로 표기된 국내 광고는 외국인전용판매장을 제외(지정장소 없음)하고, 전국 93개 장소에서만 광고가 가능하며, 이외의 장소에서는 광고 할 수 없다.

- 1) 「개별소비세법」 제17조에 따른 외국인전용판매장
 - 지역별 세부 현황자료 없음 (법정 지정장소 없음)
 - * 지방국세청(서울,중부,대전,광주,대구,부산)별 관할 세무서장이 지정토록 되어있어, 국세청 본청(소비세과)에서도 현황 미확보 상태
- 2) 「관세법」 제196조에 따른 보세판매장
 - 전국 총 50개소('18. 7월 말)
 - [롯데면세점(본점 등 9개소), 신라면세점(서울점 등 5개소), 신세계면세점(명동점 등 6개소), JDC면세점(3개소), SM면세점(3개소), 제주관광공사면세점(2개소), 엔스타면세점(4개소), 그랜드면세점(2개소), 부산면세점(2개소), 신우면세점 등]
- 3) 「제주특별자치도 설치 및 국제자유도시조성을 위한 특별법」 제170조에 따른 지정면세점
 - 총 4개소('18. 7월 말)
 - [제주공항점, 제주항1면세점, 제주항2면세점, 중문면세점(제주관광공사지점)]

- 4) 「 공항시설법 」 제2조제3호에 따른 공항 중 국제항공노선이 개설된 공항
- 한국공항공사: 7개소
(김포·제주·김해·청주·대구·양양·무안 국제공항)
 - 인천국제공항공사: 1개소
(인천국제공항)
- 5) 「 항만법 」 제2조제2호에 따른 무역항
- 국가관리무역항: 총 14개소
(인천항, 경인항, 평택당진항, 대산항, 장항항, 군산항, 목포항, 여수항, 광양항, 마산항, 부산항, 울산항, 포항항, 동해묵호항)
 - 지방관리무역항: 총 17개소
(태안항, 보령항, 완도항, 하동항, 삼천포항, 통영항, 장승포항, 옥포항, 고현항, 진해항, 호산항, 삼척항, 옥계항, 속초항, 제주항, 서귀포항, 서울항)
- ◇ 외국인 환자 유치 광고시 성형외과·피부과 등 특정 진료과목에 편중된 의료광고는 허용되지 않는다.
- ◇ 외국인 환자 유치 광고시 어떠한 경우에도 치료 전·후를 비교하는 사진이 포함된 광고는 허용되지 않는다.
- ◇ 외국인 환자 유치 광고의 게시장소외의 심의기준은 의료법 제56조, 제57조에 따라 규정된 동 공통심의기준을 준용하여 심의할 수 있다.

의료법
<p>제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.</p> <p>13. 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 방법으로 제45조에 따른 비급여 진료비용을 할인하거나 면제하는 내용의 광고</p>
의료법시행령
<p>제23조(의료광고의 금지 기준) ① 법 제56조제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.</p> <p>13. 법 제45조에 따른 비급여 진료비용의 할인·면제 금액, 대상, 기간이나 범위 또는 할인·면제 이전의 비급여 진료비용에 대하여 허위 또는 불명확한 내용이나 정보 등을 게재하여 광고하는 것</p>

○ **비급여 비용 할인·면제 광고(의료법 제56조 제2항 제13호)**

- ◇ 합리적 비용, 비용 문의, 가격 문의, 무료 제공 등의 문구는 허용하지 않는다.

의료법

제56조(의료광고의 금지 등) ②의료인등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 의료광고를 하지 못한다.

14. 각종 상장·감사장 등을 이용하는 광고 또는 인증·보증·추천을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 광고. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

가. 제58조에 따른 의료기관 인증을 표시한 광고

나. 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증을 표시한 광고
다. 다른 법령에 따라 받은 인증·보증을 표시한 광고

라. 세계보건기구와 협력을 맺은 국제평가기구로부터 받은 인증을 표시한 광고 등 대통령령으로 정하는 광고

의료법시행령

제23조(의료광고의 금지 기준) ① 법 제56조제2항에 따라 금지되는 의료광고의 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다.

14. 각종 상장·감사장 등을 이용하여 광고하는 것 또는 인증·보증·추천을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하여 광고하는 것. 다만, 법 제56조제2항제14호 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

② 법 제56조제2항제14호라목에서 "세계보건기구와 협력을 맺은 국제평가기구로부터 받은 인증을 표시한 광고 등 대통령령으로 정하는 광고"란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 광고를 말한다.

1. 세계보건기구와 협력을 맺은 국제평가기구로부터 받은 인증을 표시한 광고

2. 국제의료질관리학회(The International Society for Quality in Health Care)로부터 인증을 받은 각국의 인증기구의 인증을 표시한 광고

○ 수상·인증·보증·추천 광고 금지(의료법 제56조 제2항 제14호)

◇ 수상경력, 감사장 경력은 광고할 수 없다.

◇ 인증, 보증 경력은 원칙적으로 불허하되, 법으로 정한 인·보증만 허용한다.

◇ 의료와 관련하여 국제기구[예: 유니세프, 국제의료기관평가위원회(JCI) 등]나 정부로부터 인정(인증)받거나 지정받은 내용은 근거에 준하여 객관적 사실을 표기할 수 있다(단, 기간 또는 년도 명확히 표기하여야 하며, 인증기간이나 유효기간이 지난 것은 허용하지 않는다.)

인정 예: 유니세프 지정 “아기에게 친근한 병원”
 (지정기간 00년 00월 00일 ~ 00년 00월 00일)
 보건복지부 지정 “척추 전문병원”
 (지정기간 00년 00월 00일 ~ 00년 00월 00일)
 JCI인증(또는 JCI 인증 받음)
 (인증기간 00년 00월 00일 ~ 00년 00월 00일)
 보건복지부 인증의료기관
 (인증기간 00년 00월 00일 ~ 00년 00월 00일)

※ 단, 키워드 및 브랜드검색광고나 글자의 가독성이 명확하여 혼동의 소지가 없는 경우 위원회의 결정에 있어 기간표시를 요약할 수 있으며, 인증기간이나 지정기간이란 문구 또한 삭제 가능하다.

불인정 예: 2007년 보건복지부 의료기관 평가결과 1위

※ 이 경우 의료기관평가와 같이 정부의 공식적인 발표 외에 발표내용을 가공하여 임의적으로 변경하는 것은 허용되지 않는다.

- ◇ 공인학회가 의료기관을 대상으로 한 ‘우수의료기관(시설)인증’ 등의 표기는 정부위탁 등 법적 근거가 없으므로 표기할 수 없다.
- ◇ 한국기록원은 정부기관이 아니므로 근거자료로 인정할 수 없다.

불인정 예: 국내 최다 및 최단기간 최단 최소절개 무릎 인공관절 수술 한국기록원 공식 대한민국 최고기록 인증

- ◇ CCM-소비자중심경영 인증제도는 의료와 무관한 인증으로 게재할 수 없다.
- ◇ 서울 유일의, 경북 최초 보건복지부 인증기관 획득은 타 기관과의 비교로 허용되지 않는다.
- ◇ 법에 의거하여 국가가 인증하거나 보증하는 로고나 마크를 제외하고 로고나 마크 표시는 인정되지 않는다(단, 의료기관 고유 심벌마크 예외). 특히 현행 심의기준상 인정되고 있는 보건복지부 지정 전문병원 마크와 보건복지부 인증의료기관 마크 관련하여 인증마크만을 표기하려는 사례가 있으나 설사 인증마크 안에 유효기간이 기재되어 있다 하더라도 인증마크 크기에 따라 유효기간이 육안식별 불가능한 경우도 존재하기에 유효기간(년월일)을 별도 적시하여야 한다.

의료법

제27조(무면허 의료행위 등 금지) ①의료인이 아니면 누구든지 의료행위를 할 수 없으며 의료인도 면허된 것 이외의 의료행위를 할 수 없다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나

에 해당하는 자는 보건복지부령으로 정하는 범위에서 의료행위를 할 수 있다.

1. 외국의 의료인 면허를 가진 자로서 일정 기간 국내에 체류하는 자
2. 의과대학, 치과대학, 한의과대학, 의학전문대학원, 치의학전문대학원, 한의학전문대학원, 종합병원 또는 외국 의료원조기관의 의료봉사 또는 연구 및 시범사업을 위하여 의료행위를 하는 자

3. 의학·치과의학·한방의학 또는 간호학을 전공하는 학교의 학생

② 의료인이 아니면 의사·치과의사·한의사·조산사 또는 간호사 명칭이나 이와 비슷한 명칭을 사용하지 못한다.

③ 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 아니 된다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위는 할 수 있다.

1. 환자의 경제적 사정 등을 이유로 개별적으로 관할 시장·군수·구청장의 사전승인을 받아 환자를 유치하는 행위
2. 「국민건강보험법」 제109조에 따른 가입자나 피부양자가 아닌 외국인(보건복지부령으로 정하는 바에 따라 국내에 거주하는 외국인은 제외한다) 환자를 유치하기 위한 행위

○ 환자 유인 광고 금지(의료법 제27조 제3항)

- ◇ '프리미엄 건강검진', 'VIP 건강검진'과 같은 환자유인 소지가 있는 문구표기는 허용되지 않는다.
- ◇ 환자유인행위 소지가 있는 차량제공 표현은 허용되지 않는다.
- ◇ 특정기업(회사)과 협약체결 광고는 허용되지 않는다. 단, 의료관련기관 및 병원 간 협약체결은 위원회 심의 후 가능함을 결정한다.

불인정 예: ○○소방본부(직원) 지정병원 협약체결
○○자이언츠 프로야구단 지정병원 협약체결

- ◇ 셀럽을 위한, 연예인 성형 등 특정 환자 대상 진료 광고는 금지한다.
- ◇ 직간접적으로 이벤트, 경품제공을 암시하는 광고는 불허한다.
- ◇ 카카오톡 친구 추가 등이 특정 앱 광고로 비취질 경우 삭제한다. 단, 헤드카피나 전면 광고가 아닌 비중이 적은 일부 광고내용으로 '카카오톡 친구추가, 아이디' 등에 대한 광고 게재 시에는 가능하다. 그럼에도 SNS 매체 상에서의 직접적인 연결문구로 사용되어 친구추가를 유도할 경우 불허한다.

- ◇ “실손보험 가능”, “실비보험 가능” 문구는 각 보험사 별로 보험계약당사자(의료소비자)의 가입조건에 따라 실비보험 적용이 다를 수 있으므로 소비자(환자)입장에서 해당 시술이 조건 없이 본인부담금 무료인 것으로 오인할 수 있고 또한 해당 의료기관에서만 적용 가능한 것으로 비춰져 환자유인 행위 소지가 있으므로 불허한다.
- ◇ “건강보험 적용 가능” 등의 문구는 자칫 비급여 진료에 대한 건강보험 적용이 가능하다는 의미로 오인될 개연성이 있으므로, 그 의미에 따라 가부를 결정한다.

○ 무면허의료행위 조장 광고 금지(의료법 제27조 제1항)

- ◇ 비의료인의 의료행위를 암묵적으로 표시하는 광고를 금지한다.(각종 치료사, 치과위생사)
- ◇ 광고주체와 관련하여 의료기관에 근무하는 비의료인(행정직원 등)에 대한 광고내용 게재는 불허하였으나, 이미지로만 사용하는 경우는 허용한다[단, 부가적 설명 없이 특정 직업군(코디네이터 등)을 유추할 수 없는 단순 이미지 사용에 한한다].

○ 기타 심의기준

◇ 각 직역별 협진(협력진료) 광고 관련

- 협력은 의료기관 간, 협진은 동일 의료기관 내 의료인 간에 허용한다.

인정 예: S병원 협력 의료기관

불인정 예: S병원 협진 의료기관

- 의원, 치과의원, 한의원이 주체가 되는 의학·한의학 협진 광고는 불가하다.
- 의사, 치과의사, 한의사 복수면허를 소지했다라도 광고상 '의학·한의학 협진'이라는 문구 사용 불가하다(단, '의학·치의학·한의학 동시진료'는 표기 가능).
- 병원, 치과병원, 한방병원의 광고에서 개설자가 다른 의료기관과 행하는 '의학·치의학·한의학 협진'은 '의학·한의학 협력'으로 표기하며, 동일 의료기관 내에서 행하는 '의학·치의학·한의학 협진'은 '의학·치의학·한의학 협진'으로 표기한다.

◇ 선정적 광고 지양

- 사회적 통념을 감안하여, 폭력·선정적 광고는 허용되지 않는다.

불인정 예: 성관계를 연상시키는 이미지 등

- 이미지라 하더라도 청소년으로 오인될 수 있는 모델 이미지를 사용한 광고는 진료내용

- (비뇨기과, 산부인과 등)을 감안하여 선정적 광고로 비취지는 경우 허용되지 않는다.
- 헤드카피 부분에 성행위와 관련된 내용을 포함한 문구는 허용되지 않는다.
- ‘미혼여성, 재혼여성을 위한 여성성형’ 관련 내용 중 특정 대상(미혼여성, 재혼여성)에 대한 언급은 사회적 통념을 감안하여 표기할 수 없다.
- 특정 동화를 강하게 왜곡한 광고는 아동들에게 미칠 영향력 및 사회·문화적 관점을 고려해 허용되지 않는다.

불인정 예: 인어공주 컨셉의 가슴성형 등

- 신체적 결함, 약점 등을 조롱 또는 희화화하는 외모 비하적인 내용의 광고 및 표현은 허용하지 않는다.

불인정 예: 뚱뚱한 사람은 불행하다.

- ◇ 특정종교 언급 시 ‘타 종교 비방, 특정종교 미화’ 등의 내용이 아닌 일반적인 성격의 내용 기재는 가능하다(단, 특정종교 찬양 및 그로 인한 치료효과 보장성 문구는 불허).
- ◇ 특정 광고 내용에 대하여 의도적으로 글씨크기를 작게 표기하여 소비자의 눈에 잘 띄지 않게 표기한 경우, 해당 내용의 글씨 크기를 최소 본문과 동일 또는 헤드카피의 1/2 사이즈로 수정하여야 한다.
- ◇ 은어·비속어 등의 사용은 올바른 의료광고 문화 정립 및 의료인 품위손상을 고려하여 허용되지 않는다.
- ◇ 미성년자 대상 광고 : 광고내용이 의학적, 사회적으로 미성년자에게 권장할 진료수준이 아니라고 판단되면 외모 및 복장을 통해 미성년자로 오인할 수 있는 모델이미지는 허용되지 않는다(라식/라섹, 미용성형, 여성성형 등).
- ◇ 의료기관 홈페이지 주소 및 도메인 명칭이 의료광고심의기준에 위배될 경우 그 광고를 불허할 수 있다.
- ◇ 위화감 조성, 사회적 편견을 조장하는 내용으로 구성되어 있는 광고는 불허한다.
- ◇ 봉사활동(또는 사회공헌)은 그 활동이 가지는 본질적 의미를 퇴색시킬 수 있으므로 의료광고에 활용하는 것은 적절치 않아 불허한다.
- ◇ 인터넷 키워드, 브랜드 검색, 파워컨텐츠, 한줄 광고 등 승인된 광고는 내용변경(삭제, 추가, 부분발취)이 불가하며 광고하고자하는 매체사의 규정(글자수 제한, 필수 표기사항 등)을 반드시 확인하여 제출해야 한다.

◇ **매체별 특례**

- 파워컨텐츠 광고는 매체 및 형태의 특수성(랜딩페이지 연결)을 감안 시 랜딩페이지로 직접적인 연결을 유도하는 내용(질문형 문안→~알아보겠습니다. 등)이 게재 불가하며,

심의 신청한 광고(파워컨텐츠) 제목과 내용 또한 하나의 독립적인 광고의 기능을 할 수 있도록 완결된 문장 형태로 구성(수정)되어야 한다.

불인정 예: ~ 알아보겠습니다, 말줄임표(...) 및 본문에서 일부 내용을 발췌한 광고 형태로 기재 불가

- 동영상광고, 플래시광고, 음성광고의 경우 최종광고시안(동영상 플래시 : 컷별시안, 동영상, 플래시파일, 음성광고 : 문구 및 음성파일)을 제출해야 최종 승인처리 할 수 있다. 단 CM송(노래, 멜로디 등)의 경우 각 단체 의료광고심의위원회가 별도로 정하는 바에 따라 검토하여 결정 한다.

□ 면허종별 의료광고심의위원회 및 심의필의 효력

○ 면허종별 의료광고심의위원회

- ◇ 대한의사협회 의료광고심의위원회는 의사, 의원, 의원의 개설자, 병원, 병원의 개설자, 요양병원(한의사가 개설한 경우는 제외), 요양병원의 개설자, 종합병원(치과는 제외), 종합병원의 개설자, 조산사, 조산원, 조산원의 개설자가 하는 의료광고에 대한 심의를 담당한다.
- ◇ 대한치과의사협회 치과의료광고심의위원회는 치과의사, 치과의원, 치과의원의 개설자, 치과병원, 치과병원의 개설자, 종합병원(치과만 해당한다. 이하 같다), 종합병원의 개설자가 하는 의료광고에 대한 심의를 담당한다.
- ◇ 대한한의사협회 한방의료광고심의위원회는 한의사, 한의원, 한의원의 개설자, 한방병원, 한방병원의 개설자, 요양병원(한의사가 개설한 경우만 해당한다. 이하 같다), 요양병원의 개설자가 하는 의료광고에 대한 심의를 담당한다.

○ 심의필 효과

- ◇ 심의필 내용은 매체 제한 없이 허용이 원칙
 - 한번 심의필을 득한 의료광고는 유효기한 내에는 매체 제한 없이 사용이 가능한 것이 원칙이다.
- ◇ 심의필을 받은 의료광고라고 하더라도 의료법 위반행위를 한 경우 승인한 광고에 대하여 철회나 취소를 할 수 있다.
 - 인터넷 매체의 경우 심의필을 득한 의료광고와 연결되는 랜딩페이지에 의료법 위반행위가 발견될 경우, 의료광고심의위원회는 기존 승인한 의료광고에 대하여 임의적 철회나 취소를 할 수 있다.

의료법 부칙

<법률 제15540호, 2018. 3. 27.>

제2조(의료광고 사전 심의에 관한 적용례) 제57조의 개정규정은 이 법 시행 후 최초로 의료광고 사전 심의를 신청한 자부터 적용된다.

○ 의료광고 심의 적용에 관한 경과조치

- ◇ 법률 제15540호 의료법 일부개정법률 시행일인 2018년 9월 27일 이전에 제작되어 기 홍보된 광고물 대해서는 심의를 면제한다. 다만, 그 광고물을 일부 수정하거나 내용을 바꾸어 광고할 경우, 매체를 변경하여 광고할 경우, 매체 사용기간 만료에 따른 사용기간 연장계약(갱신)하여 광고할 경우는 새로운 광고물로 간주하여 심의 대상에 포함한다.
- ◇ 의료광고사전심의제도 시행 이전에 제작되어 원내에 비치했던 전단지라도 이를 외부에 배포하는 경우, 전단으로 간주하여 심의대상이다.

의료법

제57조(의료광고의 심의) ⑧ 제1항에 따른 심의의 유효기간은 심의를 신청하여 승인을 받은 날부터 3년으로 한다.

⑨ 의료인등이 제8항에 따른 유효기간의 만료 후 계속하여 의료광고를 하려는 경우에는 유효기간 만료 6개월 전에 자율심의기구에 의료광고 심의를 신청하여야 한다.

○ 의료광고 심의 유효기간 적용에 관한 기준

- ◇ 심의 받은 의료광고의 유효기간은 3년이며 유효기간 이후 계속하여 의료광고를 하고자 하는 경우 만료일 6개월 전에 재심의를 신청하고 이에 따른 새로운 심의필 번호를 부여 받아 의료광고를 해야 한다.
- ◇ 자율심의기구는 재심의를 이전의 심의과정 중 의도치 않은 오류가 발견되었거나 의료기술의 발달 또는 부작용 발생 등의 사유로 심의기준이 변경 되었을 시 오류를 바로 잡거나 변경된 심의기준을 적용하여 심의한다.

의료법

제57조(의료광고의 심의) ⑤ 의료광고 심의를 받으려는 자는 자율심의기구가 정하는 수
수료를 내야 한다.

○ 수수료

◇ 심의신청 또는 재심의 신청을 하는 경우 신청인은 심의수수료를 납부하여야 한다.

○ 기타 사항

◇ 이미 승인된 광고라 하더라도, 심의기준의 변경(의도치 않은 오류나 의료기술의 발달 등)등의 사유로 수정 또는 재심의결과를 통지할 수 있으며, 통지일로부터 30일 이내 이를 반영하지 않을 경우 해당 광고를 불승인 할 수 있다.

◇ 동 심의기준에 규정되지 아니한 사항은 각 단체 의료광고심의위원회가 이를 판단하여 허용 여부를 결정할 수 있다.