

국민건강증진법령

주류광고 준수사항 안내서



본 자료는 주류사 마케팅 시 국민건강증진법 준수를 위한 참고자료로 제작되었습니다.
외부에 공개되는 자료가 아닌 주류사 및 관련 협회에 공유되는 자료이므로, 외부 유출을 금하며, 보안에 유의하시기 바랍니다.



목차

I. 음주폐해와 주류광고

- 1. 음주폐해 및 주류광고 실태 6
- 2. 주류광고 준수사항 위반 현황 7

II. 주류광고 관련 법령

- 1. 주류광고 근거법령 10
- 2. 주류광고 규제에 적용되는 ‘주류’의 정의 10
- 3. 주류광고 규제 내용 11
- 4. 위반광고의 금지절차 및 처벌규정 13

III. 주류광고 세부기준

- 1. 주류광고 규제에 적용되는 ‘광고’의 정의 16
- 2. 주류광고 규제 조항별 세부기준 17
 - 1) 주류광고 주체: 「국민건강증진법」 제8조의2 제1항 17
 - 2) 경품 및 금품 제공: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제1호 18
 - 3) 음주 권장 유도, 임신부&미성년자 묘사: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제2호 19
 - 4) 운전·작업 중 음주: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제3호 19
 - 5) 과음 경고문구 표기: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제4호 19
 - 6) 건강 관련 묘사: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제5호 21
 - 7) 음주미화 묘사: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제1호 21
 - 8) 17도 이상 주류 방송광고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제2호 22
 - 9) 광고노래 사용: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제3호 22
 - 10) 방송광고 시간대: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제4호 22
 - 11) 영화상영관 광고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제5호 23
 - 12) 교통시설, 행사 광고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제6호 23
 - 13) 옥외광고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제7호 24

IV. Q&A

1. 광고 주체 관련 문의	28
2. 광고 장소 관련 문의	29
3. 광고 내 과음경고문구 문의	30
4. 기타 문의	31

부록	35
-----------------	-----------

I

음주폐해와 주류광고

1. 음주폐해 및 주류광고 실태
2. 주류광고 준수사항 위반 현황



음주폐해와 주류광고

1. 음주폐해 및 주류광고 실태

- 알코올은 세계보건기구 국제암연구소(WHO IARC)에서 규정한 1군 발암물질¹⁾이자 중독 물질입니다. 음주로 인해 매일 우리나라 인구 13.8명이 사망²⁾하고 있으며, 세계적으로는 전 세계 성인의 4%가 알코올에 의존하고 있습니다³⁾.
- 세계보건기구(WHO)는 '18년 음주폐해 예방과 감소를 위하여 효과적인 5가지 전략으로 SAFER⁴⁾를 발표한 바 있으며, 이중 하나로 주류마케팅에 대한 규제 강화를 강조하고 있습니다.
- 주류광고 및 마케팅이 음주에 영향을 미친다는 사실은 이미 국내외 많은 연구결과를 통해 알려진 바 있습니다. 특히 주류광고에 노출된 청소년은 그렇지 않은 청소년보다 향후 음주를 하게 될 가능성이 높은 것으로 나타났습니다⁵⁾. 그러나, 우리나라 청소년의 79.6%가 주류광고에 노출된 것으로 나타나 여전히 많은 청소년들이 주류광고에 노출되고 있음을 확인하였습니다⁶⁾.

〈그림〉 WHO SAFER 구성요소

- Strengthen restrictions on alcohol availability
 - 주류의 이용 가능성 제한 강화
- Advance and enforce drink driving counter measures
 - 음주운전 방지 수단 강화
- Facilitate access to screening, brief interventions and treatment
 - 음주문제 선별·치료 접근성 확대
- Enforce bans or comprehensive restrictions on alcohol advertising
 - 주류광고·후원 금지 및 제한 강화
- Raise prices on alcohol through excise taxes and pricing policies
 - 세금 및 가격 정책 이용



1) IARC. (2012). Monographs on the evaluation of carcinogenic risks to human. Personal habits and indoor combustion. vol 100E.
 2) 통계청. (2022). 사망원인통계
 3) OECD. (2019). Health at a Glance 2019
 4) WHO. (2018). SAFER(http://www.who.int/substance_abuse/safer).
 5) 김용복 등. (2022). 주류광고 노출 채널에 따른 청소년의 음주 양상
 6) 한국건강증진개발원 조사결과. (2022).

2. 주류광고 준수사항 위반 현황

- 주류광고의 부정적 영향을 최소화하기 위하여 「국민건강증진법」에서는 TV, 라디오 등 매체에 대해 주류광고를 제한하고 음주를 미화하는 등의 광고 표현을 금지하고 있으며, 2020년 법 개정(시행:2021.06.30.)으로 주류광고의 제한이 강화되었습니다.
- 하지만 주류광고는 2022년 48만 건에서 2023년 69만 건으로 40%이상 증가한 것으로 나타났으며, 주류광고를 접한 비율도 2022년 78.6%에서 2023년 87.4%로 증가하였습니다⁷⁾. 또한 법령을 위반한 주류광고는 보건복지부와 한국건강증진개발원의 시정조치에도 매년 발생하고 있으며, 특히 특정 조항 위반사례가 반복적으로 발생되고 있는 것으로 나타났습니다.
- 안내서에서는 주류광고의 법적 기준과 자주 발생하는 위반사례를 유형별로 제시하여 주류회사와 광고 제작자들이 법령을 준수하여 주류광고를 제작하도록 유도하고, 나아가 국민에게도 불법 주류광고 심각성을 안내하고자 합니다.

〈표〉 주류광고의 국민건강증진법령 기준 위반 현황(2021~2023)

단위 : 건(%)

연도 (총계)	「국민건강증진법」 제8조의2 제2항						시행령 제10조 [별표1]				
	1호 (경품)	2호		3호 (작업 중 음주)	4호 (경고 문구)	5호 (건강관련 묘사)	1호 (미화)	3호 (노래)	4호 (방송 시간)	5호 (영화 상영관)	6호 (대중 교통)
		권유	미성년자· 임산부 묘사								
2021년 (1,691건)	438 (25.9)	475 (28.1)	3 (0.2)	9 (0.5)	683 (40.4)	54 (3.2)	-	1 (0.1)	28 (1.7)	-	-
2022년 (2,099건)	542 (25.8)	721 (34.3)	18 (0.9)	9 (0.4)	594 (28.3)	125 (6.0)	62 (3.0)	13 (0.6)	8 (0.4)	1 (0.0)	6 (0.3)
2023년 (3,088건)	1,000 (32.4)	847 (27.4)	13 (0.4)	14 (0.5)	979 (31.7)	95 (3.1)	94 (3.0)	28 (0.9)	16 (0.5)	-	2 (0.1)
총계	2,838 (35.7)	2,043 (25.7)	37 (0.5)	35 (0.4)	2,408 (30.3)	295 (3.7)	156 (2.0)	45 (0.6)	79 (1.0)	1 (0.0)	9 (0.1)

* 하나의 광고가 여러 조항을 위반한 경우 중복 표기

7) 한국건강증진개발원 조사결과. (2024).

II

주류광고 관련 법령

1. 주류광고 근거법령
2. 주류광고 규제에 적용되는 ‘주류’의 정의
3. 주류광고 규제 내용
4. 위반광고의 금지절차 및 처벌규정



주류광고 관련 법령

1. 주류광고 근거법령

- 「국민건강증진법」 제8조의2에서는 주류광고의 제한과 금지에 대하여 규정하고 있으며, 주류 광고의 주체를 명시하고 있습니다. 또한 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1]에서는 주류광고의 송출 시간과 매체 등을 제한하고 있습니다.

2. 주류광고 규제에 적용되는 ‘주류’의 정의

- 「주세법」에서 정의하는 주류는 주정과 알코올분 1도 이상의 음료 및 그와 유사한 것으로 「국민건강증진법」 광고규제에 적용되는 주류의 정의입니다.



「주세법」 제2조(정의)

1. “주류”란 다음 각 목의 것을 말한다.
 - 가. 주정(酒精)[희석하여 음용할 수 있는 에틸알코올을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음용할 수는 없으나 정제하면 음용할 수 있는 조주정(粗酒精)을 포함한다]
 - 나. 알코올분 1도 이상의 음료[용해하여 음용할 수 있는 가루 상태인 것을 포함하되, 「약사법」에 따른 의약품 및 알코올을 함유한 조미식품으로서 대통령령으로 정하는 것은 제외한다]
 - 다. 나목과 유사한 것으로서 대통령령으로 정하는 것
2. “알코올분”이란 전체용량에 포함되어 있는 에틸알코올(섭씨 15도에서 0.7947의 비중을 가진 것을 말한다)을 말한다.



「주세법 시행령」 제2조(주류의 범위)

- ① 「주세법」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호나목에서 “대통령령으로 정하는 것”이란 다음 각 호의 것을 말한다.
 1. 「약사법」에 따른 의약품으로서 알코올분 6도 미만인 것
 2. 법 별표 제4호다목에 해당하는 주류 중 불휘발분 30도 이상인 것으로서 다른 식품의 조리과정에 첨가하여 풍미를 증진시키는 용도로 사용하기 위하여 제조된 식품일 것
- ② 법 제2조제1호다목에서 “대통령령으로 정하는 것”이란 주류 제조 원료가 용기에 담긴 상태로 제조장에서 반출되거나 수입신고된 후 추가적인 원료 주입 없이 용기 내에서 주류 제조 원료가 발효되어 최종적으로 법 제2조제1호나목에 따른 음료가 되는 것을 말한다.
- ③ 제2항에 따른 주류의 종류는 최종 제품을 기준으로 한다.

3. 주류광고 규제 내용

- 「국민건강증진법」 제8조의2(주류광고의 제한·금지 특례)에서는 주류광고에 주류의 판매촉진을 위한 경품 및 금품 제공 표시 금지, 음주 권장과 유도, 국민의 건강과 관련하여 검증되지 아니한 내용 등을 묘사하지 못하게 규정하고 있습니다.
- 아울러, 주류광고는 주류의 품명, 종류 및 특징을 알리는 정도로 하도록 하고 있고, 그 외 음주를 긍정적으로 표현하거나 미화하는 등의 표현을 금하고 있습니다.
- 또한, 동법 제8조 제4항에 따른 경고문구를 광고와 주류의 용기에 경고문구를 표기하여야 합니다.



「국민건강증진법」 제8조의2(주류광고의 제한·금지 특례)

제8조의2(주류광고의 제한·금지 특례) ① 「주류 면허 등에 관한 법률」에 따라 주류 제조면허나 주류 판매업 면허를 받은 자 및 주류를 수입하는 자를 제외하고는 주류에 관한 광고를 하여서는 아니 된다.

② 제1항에 따른 광고 또는 그에 사용되는 광고물은 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 음주자에게 주류의 품명·종류 및 특징을 알리는 것 외에 주류의 판매촉진을 위하여 경품 및 금품을 제공한다는 내용을 표시하지 아니할 것
2. 직접적 또는 간접적으로 음주를 권장 또는 유도하거나 임신부 또는 미성년자의 인물, 목소리 혹은 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것
3. 운전이나 작업 중에 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것
4. 제8조제4항에 따른 경고문구를 광고와 주류의 용기에 표기하여 광고할 것. 다만, 경고문구가 표기되어 있지 아니한 부분을 이용하여 광고를 하고자 할 때에는 경고문구를 주류의 용기하단에 별도로 표기하여야 한다.
5. 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시킨다거나 질병의 치료 또는 정신건강에 도움이 된다는 표현 등 국민의 건강과 관련하여 검증되지 아니한 내용을 주류광고에 표시하지 아니할 것
6. 그 밖에 대통령령으로 정하는 광고의 기준에 관한 사항

③ 보건복지부장관은 「주세법」에 따른 주류의 광고가 제2항 각 호의 기준을 위반한 경우 그 내용의 변경 등 시정을 요구하거나 금지를 명할 수 있다.

(시행일 : 2021.06.30.)

- 「국민건강증진법 시행령」에서는 ‘매체 종류와 광고 시간대, 주류 제품의 알코올 도수’ 등에 따라 주류광고를 제한하고 있으며 세부 내용은 아래와 같습니다.



「국민건강증진법 시행령」 제10조(주류광고의 기준)

법 제8조의2 제2항 제6호에서 “대통령령으로 정하는 광고의 기준”이란 별표 1에 따른 기준을 말한다.

[전문개정 2021. 6. 15.]



「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 주류광고의 기준

1. 음주행위를 지나치게 미화하는 표현을 하지 않을 것
 2. 알코올분 17도 이상의 주류를 방송광고하지 않을 것
 3. 주류의 판매촉진을 위해 광고노래를 사용하지 않을 것
 4. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방송광고를 하지 않을 것
 - 가. 「방송법」에 따른 텔레비전방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 따른 인터넷 멀티미디어 방송을 통한 7시부터 22시까지의 방송광고
 - 나. 「방송법」에 따른 라디오방송을 통한 17시부터 다음 날 8시까지의 방송광고 및 8시부터 17시까지 미성년자를 대상으로 하는 프로그램 전후의 방송광고
 5. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 영화상영관에서 같은 법 제29조 제2항제1호부터 제3호까지의 규정에 따른 상영등급으로 분류된 영화의 상영 전후에 광고를 상영하지 않을 것
 6. 다음 각 목의 시설, 장소나 행사에서 광고를 하지 않을 것
 - 가. 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 대중교통수단 또는 같은 조 제3호에 따른 대중교통시설
 - 나. 「택시운송사업의 발전에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 택시운송사업에 사용되는 자동차 또는 해당 자동차에 승객을 승차·하차시키거나 승객을 태우기 위해 대기하는 장소 또는 구역
 - 다. 「청소년 보호법」 제2조제1호에 따른 청소년을 대상으로 개최하는 행사
 7. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령」 제3조제1호에 따른 벽면 이용 간판 또는 같은 조 제5호에 따른 옥상간판을 이용하여 7시부터 22시까지 동영상 광고를 하지 않을 것. 다만, 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 주류 제조면허를 받은 자가 주류 제조장 시설의 간판을 이용하여 자사(自社)의 주류를 광고하는 경우는 제외한다.
- (개정 : 2021.06.15.)

- 주류에 관한 방송광고는 「방송법」 제32조 및 제33조와 「방송심의에 관한 규정」 제4조 제3항에 근거하여 방송광고심의에 필요한 사항을 정하고 있으며 세부내용은 「방송광고심의에 관한 규정」에서 확인할 수 있습니다.



방송광고심의에 관한 규정(제33조)

- 제33조(주류)** ① 주류에 관한 방송광고는 건전한 사회질서와 국민건강, 청소년의 건실한 생활을 해치는 다음 각 호의 표현을 하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
1. 음주 분위기를 과도하게 부각·묘사하거나 음주행위를 지나치게 미화하는 표현
 2. 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현
 3. 적당한 음주는 건강에 해롭지 않다는 표현
 4. 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시킨다거나 질병 치료 또는 건강 증진에 도움이 된다는 표현
 - 4의2. 음주가 근심 또는 걱정을 없애 주거나 감소시켜 주는 등 정신 건강 향상에 도움이 된다는 표현
 5. 운전이나 작업 중인 경우 등과 같이 높은 경각심을 요하는 상황에서 음주하는 행위를 묘사하여 안전을 저해하는 표현
- ② 주류에 관한 방송광고에 어린이·청소년·임산부(의상, 분장, 연출 등을 통해 외형적으로 시청자가 어린이·청소년·임산부로 오인할 우려가 있는 인물을 포함한다)를 등장시키거나, 어린이·청소년의 목소리를

 방송광고심의에 관한 규정(제33조)

- 묘사하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
- ③ 주류에 관한 방송광고는 상품명·제조사 등 상품과 관련된 명칭이나 주류의 구매 또는 음주를 권장·유인하는 표현 등 주류의 판매를 촉진하는 내용이 포함된 광고노래를 사용하거나 경품류의 제공 및 할인 판매에 관한 내용을 포함하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
 - ④ 주류가 아닌 상품의 방송광고에서도 제1항 각 호에서 금지한 표현을 하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
 - ⑤ 주류에 관한 방송광고는 법령에 따른 과음 경고문구를 시청자가 명확하게 인식할 수 있도록 고지하여야 한다. <신설 2020. 12. 21.>

 방송광고심의에 관한 규정(제43조 및 제43조의2)

제43조(방송광고의 금지) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 방송광고를 할 수 없다.

- 1. 법령에서 광고를 금지하고 있는 경우
- 2. 법령에서 금지된 내용
- ② 다음 각 호의 상품과 용역에 대해서는 방송광고를 할 수 없다. <개정 2009.12.1., 2016.12.22.> (중략)
- 13. 알콜성분 17도 이상의 주류

제43조의2(방송광고 시간의 제한) ① 주류광고 또는 대부업광고는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 시간에 방송광고를 할 수 없다. <개정 2015.10.8.>

- 1. 주류
 - 가. 텔레비전 방송광고 : 07:00 - 22:00
 - 나. 라디오 방송광고 : 17:00 - 익일 08:00. 다만, 08:00 - 17:00의 시간대라도 어린이·청소년을 대상으로 하는 방송프로그램 전후에는 방송광고를 할 수 없다.

4. 위반광고의 금지절차 및 처벌규정

- 보건복지부는 법령에서 정한 기준을 위반한 주류광고를 송출 한 자에 대하여 광고내용의 변경 또는 광고의 금지를 명령할 수 있으며, 정당한 사유 없이 명령을 이행하지 아니한 자는 1년 이하의 징역 또는 1,000만원 이하의 벌금에 처할 수 있습니다.

 「국민건강증진법」 제31조의2(벌칙)

다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다. <개정 2001. 4. 7., 2006. 9. 27., 2007. 12. 14., 2011. 6. 7., 2014. 3. 18., 2015. 6. 22., 2020. 4. 7., 2020. 12. 29.>

- 1. 정당한 사유 없이 제8조의2제3항에 따른 광고내용의 변경 등 명령이나 광고의 금지 명령을 이행하지 아니한 자

III

주류광고 세부기준

1. 주류광고 규제에 적용되는 ‘광고’의 정의
2. 주류광고 규제 조항별 세부기준



주류광고 세부기준

1. 주류광고 규제에 적용되는 ‘광고’의 정의

- ‘광고’는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호에 따라 사업자 등이 상품 등의 내용에 관한 사항을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호에 따른 신문·인터넷신문, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 정기간행물, 「방송법」 제2조 제1호에 따른 방송, 「전기통신기본법」 제2조 제1호에 따른 전기통신, 그 밖에 대통령령으로 정하는 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말합니다.



「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제2조(정의)

2. “광고”란 사업자등이 상품등에 관한 제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항을 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호 및 제2호에 따른 신문·인터넷신문, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 정기간행물, 「방송법」 제2조 제1호에 따른 방송, 「전기통신기본법」 제2조 제1호에 따른 전기통신, 그 밖에 대통령령으로 정하는 방법으로 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다.



「표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령」 제2조(광고의 방법)

「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조 제2호에서 “대통령령으로 정하는 방법”이란 다음 각 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 제2조(정의) 호의 매체 또는 수단을 이용하는 것을 말한다.

1. 전단·팸플릿·견본 또는 입장권
2. 인터넷 또는 PC통신
3. 포스터·간판·네온사인·애드벌룬 또는 전광판
4. 비디오물·음반·서적·간행물·영화 또는 연극
5. 자기 상품 외의 다른 상품
6. 그 밖에 제1호부터 제5호까지의 규정에 따른 매체 또는 수단과 유사한 매체 또는 수단

- 신문, 잡지, TV, 라디오를 비롯하여 IPTV·유튜브·사회관계망서비스(페이스북·인스타그램 등)·인터넷포털·블로그 등의 통신매체, 포스터·전광판 등 길거리 옥외광고, 교통수단 광고 등 모든 매체와 장소에서 이루어지는 주류광고는 국민건강증진법령에서 정한 광고의 기준을 준수해야 합니다.

* 온라인에서 주류를 판매하는 사이트의 경우 소비자가 판매자를 직접 대면하지 않는 매체의 특성을 고려하여 소비자들의 이해를 돕기 위해 판매 대상 제품에 대한 가격과 도수 등 기본정보 제공은 가능. 다만, 기본정보 제공 이상의 상세내용은 별도 검토

2. 주류광고 규제 조항별 세부기준

1) 주류광고 주체 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제1항

① 「주류 면허 등에 관한 법률」에 따라 주류 제조면허나 주류 판매업면허를 받은 자 및 주류를 수입하는 자를 제외하고는 주류에 관한 광고를 하여서는 아니 된다.

- 주류광고의 주체는 제조업자, 판매업자, 수입업자(이후, 주류제조업자 등)만이 가능합니다.
- 주류 제조업자 등이 인플루언서·서포터즈(기자단, 참여단 등) 등을 활용하여 주류를 광고하거나, 또는 주류사가 아닌 다른 업체와 협업(계약 등에 의한 경제적 이해관계자)하여 광고를 하는 경우 주류광고의 주체는 주류 제조업자 등이 됩니다. 광고를 송출한 인플루언서, 서포터즈, 협업 기관(자) 등은 자신의 SNS 등을 통해 광고를 진행할 시 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침(공정거래위원회 예규)」을 준수하여 경제적 이해관계를 공개해야 합니다.



추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침

가. 광고주와 추천·보증인과의 사이에 추천·보증 등의 내용이나 신뢰도 등에 영향을 미칠 수 있는 경제적 이해관계가 존재하는 경우에는 광고주 또는 추천·보증인은 이러한 경제적 이해관계를 공개하여야 한다. 예를 들어 추천·보증인이 광고주로부터 현금이나 해당 상품, 상품권, 적립포인트, 할인 혜택 등 경제적 대가를 받거나 광고주로부터 직접 고용된 상태에서 추천·보증, 공동구매 주선 등을 하는 경우, 추천·보증 등을 하는 매 건마다 당해 추천·보증 등이 상업적 표시 또는 광고에 해당된다는 사실을 소비자들이 알 수 있도록 경제적 이해관계를 명확히 표시하여야 한다.



경제적 이해관계가 해당 추천·보증 등의 신뢰도에 영향을 미치는 경우의 예시

- 광고주로부터 상품권, 상품을 받고 SNS 등 온라인에서 해당 상품의 후기나 추천 글을 작성한 경우
- 상품 구매 시 할인 혜택을 받고 후기를 작성하기로 한 후 상품 구매 홈페이지에 사용 후기를 작성한 경우
- 광고주 또는 광고대행사 소속 직원이 인터넷 블로그, 카페, 사회관계망서비스(SNS) 또는 포털사이트의 문답식 서비스 등에 특정 상품을 추천·보증하는 글을 게재하는 경우

2) 경품 및 금품 제공 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제1호

1. 음주자에게 주류의 품명·종류 및 특징을 알리는 것 외에 주류의 판매촉진을 위하여 **경품 및 금품을 제공한다**는 내용을 표시하지 아니할 것

- 「국민건강증진법」은 경품 및 금품 제공 자체의 합법성, 적법성 등을 판단하지 않으며, **경품 및 금품 제공을 “광고”하는 행위의 적법성** 등을 판단합니다.
- 경품 및 금품은 사업자 등이 소비자에게 제공하는 경제상의 이익으로 보며 「경품류 제공에 관한 불공정거래행위의 유형 및 기준 지정고시」를 참고합니다.
 - * 해당 고시는 공정거래위원회 고시 제2016-8호에 의해 폐지되었으나, 「국민건강증진법」 제정 당시 근거법령으로 법체계상 용어의 정의 및 범위 활용
- 사회통념상 정상적인 상관행으로 인정되는 가격 인하 내용 표시의 경우 경품 및 금품 제공 표시 기준 위반에 해당하지 않습니다. 다만, 다른 기회에 사용할 수 있는 별도의 할인권·쿠폰을 제공하는 등 특별한 사정이 있는 경우는 주류광고 기준 위반 검토 대상이 됩니다.



경품류 제공에 관한 불공정거래행위 유형 및 기준 지정고시 제3조(경품류의 종류)

이 고시에서 정하는 경품류의 종류는 다음 각 호와 같다.

1. 소비자경품(거래한 사람 모두에게 경제상 이익을 제공하는 경품류)
2. 소비자현상경품류(사업자가 상품이나 용역의 거래에 부수하여 현상의 방법으로 일반소비자에게 제공하는 경품류를 말한다. 이하 같다)
3. 공개현상경품(거래와 관계없이 누구에게나 응모기회를 주어 경제상 이익을 제공하는 경품류)



경품류 제공에 관한 불공정거래행위 유형 및 기준 지정고시 제4조(경제상 이익)

① 제2조(경품류의 정의)에서 경제상 이익이라 함은 다음 각호의 1에 해당하는 것을 말한다.

1. 물품, 금전, 할인권, 상품권 기타 유가증권
2. 연예, 영화, 운동경기 또는 여행등에의 초대권
3. 편익등의 용역
4. 기타 고객을 유인하는 수단으로 인정되는 경제상의 이익

② 제1항의 경제상 이익에는 사업자가 특별한 비용을 들이지 아니하고 제공할 수 있는 물품이나 시판되고 있지 아니하는 물품 등이라도 일반소비자가 통상 대가를 지급하지 아니하고는 취득할 수 없는 것이라고 인정되는 경우를 포함한다.

3) 음주 권장 유도, 임신부&미성년자 묘사 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제2호

2. 직접적 또는 간접적으로 음주를 권장 또는 유도하거나 임신부 또는 미성년자의 인물, 목소리 혹은 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것

- 모든 주류광고는 직접적 또는 간접적으로 음주를 권장·유도하지 않아야 합니다.
 - 주류광고에는 직접적으로 '술 한잔 어때요' 등의 음주 권유 표현뿐 아니라 음주의 긍정적인 면을 강조하거나, 폭음을 유도하는 등의 간접적 음주 권장 표현이 금지되고 있습니다.
- 모든 주류광고는 임신부 또는 미성년자의 인물, 목소리, 음주하는 행위를 묘사하지 않아야 합니다.
 - 주류광고에 어린이·청소년·임산부(의상, 분장, 연출 등을 통해 외형적으로 시청자가 어린이·청소년·임산부로 오인할 우려가 있는 인물을 포함한다)를 등장시키거나, 어린이·청소년 관련 묘사는 할 수 없습니다.

4) 운전·작업 중 음주 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제3호

3. 운전이나 작업 중에 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것

- 해당 규정의 “작업 중”은 일터에서 행해지는 모든 일(사무실에서의 업무, 건설현장에서의 노동 등)의 진행 과정을 의미합니다.

5) 과음 경고문구 표기 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제4호

4. 제8조제4항에 따른 경고문구를 광고와 주류의 용기에 표기하여 광고할 것. 다만, 경고문구가 표기되어 있지 아니한 부분을 이용하여 광고를 하고자 할 때에는 경고문구를 주류의 용기하단에 별도로 표기하여야 한다.

- 모든 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조제4항에 따른 경고문구 중 한 가지를 표기해야 합니다.
- 주류광고 경고문구 위치에 대한 내용은 법에서 규정하고 있지 않으나, 다음페이지 예시를 참고할 수 있습니다.

 과음 경고문구 표기내용 [보건복지부 고시 2021-2호, 2021.1.5]

- 알코올은 발암물질로 지나친 음주는 간암, 위암 등을 일으킵니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
- 지나친 음주는 암 발생의 원인이 됩니다. 청소년 음주는 성장과 뇌 발달을 저해하며, 임신 중 음주는 태아의 기형 발생이나 유산의 위험을 높입니다.
- 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

<주류광고 내 경고문구 표기 위치(예시)>

영상(인쇄)광고	사회관계망서비스 광고
주류용기 등장 시	
 <p data-bbox="272 1068 564 1096">주류용기 및 주류용기 하단에 표기</p>	 <p data-bbox="749 1110 1092 1138">주류용기 및 게시물 상단 혹은 하단 표기</p>
주류용기 미등장 시	
 <p data-bbox="310 1572 526 1629">(도입화면 혹은 종료화면) 우측 하단 표기</p>	 <p data-bbox="803 1626 1038 1654">게시글 상단 혹은 하단 표기</p>

6) 건강 관련 묘사 : 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제5호

5. 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시킨다거나 질병의 치료 또는 정신건강에 도움이 된다는 표현 등 국민의 건강과 관련하여 검증되지 아니한 내용을 주류광고에 표시하지 아니할 것

- 주류광고는 음주가 정신적 또는 신체적 능력을 향상시킬 수 있다는 내용을 포함할 수 없습니다.
- 주류광고는 술에 치료적 특성이 있다는 암시를 하여서는 안됩니다.
 - 술이 건강 문제를 해결한다거나 질병의 증상을 완화한다는 내용이 포함되어서는 안됩니다.
- 주류광고는 음주가 정신건강(스트레스 해소, 걱정·근심 완화 등)에 도움이 된다는 취지를 담을 수 없습니다.
 - 주류 소비가 스트레스 해소의 효과적인 방법이라는 암시나 직접적인 표현은 금지됩니다. 예를 들어, 시험 스트레스를 해소하기 위해 술을 마시는 장면이 주류광고에 포함되어서는 안됩니다.
 - 주류가 정서적 불안, 우울감 또는 갈등의 해결책이라는 암시나 직접적 표현은 불가합니다. 예를 들어, 실연 후 술을 마시며 위로받는 장면은 피해야 합니다.
- 그 밖에, 주류광고는 국민의 건강과 관련하여 검증되지 않은 내용을 담을 수 없습니다.

7) 음주미화 묘사 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제1호

1. 음주행위를 지나치게 미화하는 표현을 하지 않을 것

- 음주 행위가 친목 도모나 사회적 관계 유지·향상에 도움이 된다는 메시지를 포함하지 않아야 합니다.
 - 주류의 소비가 사회적 성공, 인간관계의 형성 또는 유지에 중요한 역할을 한다는 암시나 직접적 표현을 하여서는 안됩니다.
 - 술이 자신감이나 인기를 높일 수 있다고 주장·암시하는 내용도 금지됩니다.
 - 술이 성적 매력을 높일 수 있다거나 이성 간 관계 형성의 매개체가 될 수 있다는 주장을 암시하거나 직접 표현하여서는 안됩니다.

8) 17도 이상 주류 방송광고 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제2호

2. 알코올분 17도 이상의 주류를 방송광고하지 않을 것

- 17도 이상의 주류는 방송광고 형태로 송출할 수 없습니다.

9) 광고노래 사용 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제3호

3. 주류의 판매촉진을 위해 광고노래를 사용하지 않을 것

- 상품명·제조사 등 상품과 관련된 명칭을 사용한 노래, 주류의 구매 또는 음주를 권장·유인하는 표현 등 주류 판매촉진을 위한 내용이 담긴 노래를 사용하지 않아야 합니다.
- 기존에 발표된 음악 중 위의 내용이 담긴 노래를 주류광고에 사용한다면, 위반으로 판단 가능합니다.
* 가사가 없는 노래, 주류의 판매촉진과 관계없는 노래는 사용 가능

10) 방송광고 시간대 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제4호

4. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방송광고를 하지 않을 것

- 가. 「방송법」에 따른 텔레비전방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송 및 「인터넷 멀티미디어 방송 사업법」에 따른 인터넷 멀티미디어 방송을 통한 7시부터 22시까지의 방송광고
- 나. 「방송법」에 따른 라디오방송을 통한 17시부터 다음 날 8시까지의 방송광고 및 8시부터 17시까지 미성년자를 대상으로 하는 프로그램 전후의 방송광고

- 텔레비전방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송, 인터넷멀티미디어방송 : 7시부터 22시까지 주류광고를 송출할 수 없습니다.
* 인터넷멀티미디어방송의 주문형 비디오(VOD)의 재생 전·후, OTT 서비스에서 송출되는 주류 광고는 해당하지 않음
- 라디오방송 : 17시부터 다음 날 8시까지 주류광고 송출 불가, 8시부터 17시 사이 미성년자 대상 프로그램 전후 주류광고 송출이 불가합니다.
- 「방송법」의 적용을 받는 방송에서는 시간대와 관계없이 주류의 가상 및 간접광고가 불가합니다.



「방송법 시행령」

제59조의2(가상광고)

(중략)

② 다른 법령 또는 법 제33조에 따른 방송통신심의위원회의 심의규정(이하 “심의규정”이라 한다)에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.

(이하생략)

제59조의3(간접광고)

(중략)

② 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.

(이하생략)

11) 영화상영관 광고 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제5호

5. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 영화상영관에서 같은 법 제29조 제2항 제1호부터 제3호까지의 규정에 따른 상영등급으로 분류된 영화의 상영 전후에 광고를 상영하지 않을 것

- 영화상영관에서 상영되고 있는 영화가 전체관람가·12세 이상 관람가 또는 15세 이상 관람가인 경우, 영화 시작 전과 종료 후에 주류광고를 송출할 수 없습니다.

12) 교통시설, 행사 광고 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제6호

(1) 교통시설 및 수단

6. 다음 각 목의 시설, 장소나 행사에서 광고를 하지 않을 것

가. 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」 제2조 제2호에 따른 **대중교통수단** 또는 같은 조 제3호에 따른 **대중교통시설**

나. 「택시운송사업의 발전에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 **택시운송사업에 사용되는 자동차 또는 해당 자동차에 승객을 승차·하차시키거나 승객을 태우기 위해 대기하는 장소 또는 구역**

- 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」에 포함된 대중교통수단 및 대중교통시설의 내·외부에는 주류광고의 게시·부착·설치가 불가합니다.
- 대중교통수단에는 노선버스, 도시철도 차량, 철도차량, 여객선, 도선, 정류소, 터미널, 역사 등이 포함되며, **항공기는 포함되지 않습니다.**
- 택시 내·외부와 택시 승강장 등의 내·외부에 주류광고의 게시·부착·설치가 불가합니다.

(2) 아동청소년 대상 행사

6. 다음 각 목의 시설, 장소나 행사에서 광고를 하지 않을 것
 다. 「청소년 보호법」 제2조제1호에 따른 청소년을 대상으로 개최하는 행사

- 청소년이란 만 19세 미만인 사람을 말합니다. 다만, 만 19세가 되는 해의 1월 1일을 맞이한 사람은 제외합니다.
- 행사란 청소년의 정서함양과 문화수준 향상 등과 관련 있는 것으로 문화·예술행사, 스포츠 행사, 교육 관련 행사 등을 포함합니다.

행사의 예시

- 문화·예술행사 : 음악회, 연주회, 뮤지컬, 오페라, 무용, 콘서트, 풍물, 마당놀이, 연극제, 영화제, 미술전, 사진전 등
- 교육 관련 행사 : 강연회, 강습회, 경진대회, 역사·문화·진로탐방 등
- 스포츠 행사 등
- 그 밖에 위와 유사한 행사

- 청소년의 참여를 목적으로 하는 행사에서는 주류광고를 할 수 없습니다.
 - 청소년의 참여를 목적으로 하는 행사(청소년 대상 행사)란, 행사명에서 주요 참가자가 청소년임을 판단할 수 있는 경우, 행사의 참여 대상에서 청소년을 명시하는 경우 등을 의미합니다.
 - * 예시) 청소년 직업체험 커리어 러너, 참여 대상이 중학생인 경우
- 청소년 대상의 행사가 아니더라도 아동·청소년이 참여 가능한 행사에서는 주류광고에 주의를 기울일 것을 권고합니다.

13) 옥외광고 : 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제7호

7. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령」 제3조제1호에 따른 **벽면 이용 간판** 또는 같은 조 제5호에 따른 **옥상간판**을 이용하여 **7시부터 22시까지 동영상 광고**를 하지 않을 것. 다만, 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 주류 제조면허를 받은 자가 주류 제조장 시설의 간판을 이용하여 자사(自社)의 주류를 광고하는 경우는 제외한다.

- 벽면 이용 간판 또는 옥상간판을 이용한 동영상 광고란, 건물·시설물 등의 전광판을 이용한 동영상 광고를 의미하여 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령」을 참고합니다.
 - * 벽면 이용 간판 : 편의점이나 식당 등 영업소 유리벽을 통해 볼 수 있는 업소 내부의 동영상 광고, 디지털사이니지 등은 해당되지 않으며 업소 외부 벽면을 이용한 간판의 경우에만 해당

● 동영상 아닌 이미지 광고, 포스터 광고 등은 동영상 광고에 해당하지 않습니다.

* 다만 1개의 광고(콘텐츠)가 여러 장의 이미지 형태로 분절 송출되어 영상효과를 나타낼 경우 동영상 광고에 포함될 수 있음



옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령 제3조(옥외광고물의 종류)

1. 벽면 이용 간판: 다음 각 목의 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. 문자·도형 등을 도료, 색상이 표시된 천·종이·비닐·테이프 등을 이용하여 건물·시설물·점포·영업소 등의 벽면, 유리벽의 바깥쪽, 옥상난간 등에 길게 표시하는 것
 - 다. 주유소 또는 가스충전소의 주유기 또는 충전기시설의 차양면(遮陽面)에 상호·정유사 등의 명칭을 표시하거나 상호를 매다는 방식으로 표시하는 광고물
 - 라. 「환경친화적 자동차의 개발 및 보급 촉진에 관한 법률」 제2조제9호에 따른 수소연료공급시설(이하 “수소연료공급시설”이라 한다) 또는 같은 법 시행령 제18조의5제1항에 따른 충전시설(이하 “환경친화적 자동차의 충전시설”이라 한다)의 차양면에 문자·도형 등을 표시하거나 문자·도형 등을 매다는 방식으로 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

IV

Q&A

1. 광고 주체 관련 문의
2. 광고 장소 관련 문의
3. 광고 내 과음경고문구 문의
4. 기타 문의



Q&A

1. 광고 주체 관련 문의

Q

[주류 회사가 아닌 타 회사와 콜라보한 주류광고 가능 여부]

게임회사의 공식 홈페이지 및 유튜브 채널을 통해 제휴를 맺은 주류를 광고 하는 것이 가능한가요?

A

가. 게임회사가 주류 회사와 계약을 통하여 광고하는 것은 주류 회사가 게임회사의 홈페이지를 광고매체로 이용하여 광고하는 것이므로 주류광고가 가능하며 이때, 주류사와 콜라보했다는 내용이 명시되어야 합니다.

나. 또한, 이는 주류광고에 해당하므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침(공정거래위원회)」)

Q

[타 유튜브 계정을 활용한 주류광고 가능 여부]

주류사 유튜브 계정이 아닌 타 유튜브 계정(ex. 음악 콘텐츠)에서 ‘이 광고는 주류 브랜드로부터 협찬(또는 경제적 대가)을 받아 제공됩니다.’라는 문구를 추가하여 송출한다면, 주체 위반에 해당하지 않을 수 있나요?

A

가. 주류사가 유튜버에게 광고비를 지불하고, 주류사에서 만든 광고를 집행할 경우 유튜버는 방송, 신문과 같은 매체를 제공하는 역할을 할 뿐이므로 광고의 주체는 광고주인 주류 회사입니다. 따라서 주체 위반에 해당하지 않습니다.

나. 다만 광고물에 해당 유튜버가 등장하는 등으로 인해 영상이 광고인지 명확히 알기 어렵다면, “지금 보시는 광고는 ○○○사가 만든 주류광고입니다”와 같이 경제적 이해관계를 명시하여야 합니다.

다. 또한, 이는 주류광고에 해당하므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침(공정거래위원회)」)

Q

[인플루언서 주류광고 가능 여부]

주류제조업자가 인플루언서에게 대가를 지급하고, 인플루언서가 본인의 SNS에 글을 올리는 방식으로 광고하는 것은 가능한가요?

A

가. 주류제조업자가 인플루언서에게 대가를 지급하고 광고하는 것은 주류 제조업자가 인플루언서를 통해 주류광고를 진행한 것으로 보고 있습니다. 따라서 **인플루언서가 아닌, 주류제조업자가 광고 주체에 해당하므로 주류광고를 할 수 없습니다.**

이 때 인플루언서는 SNS 광고에 경제적 이해관계를 명시해야 합니다.

나. 또한, 이는 주류광고에 해당하므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침(공정거래위원회)」)

Q

[인플루언서에게 제공된 선물 관련 게시물 주류광고 여부]

주류사가 홍보 목적이 아니라 단순 선물로 인플루언서에게 주류를 제공했습니다. 이 때, 인플루언서가 본인의 SNS에 주류를 홍보한 경우, 주류광고로 볼 수 있나요?
(주류사는 홍보 요청하지 않음)

A

가. 단순 선물 또한 경제적 이해관계(상품 무료제공)에 해당되어 주류광고로 볼 수 있습니다. 이 경우에도 인플루언서는 경제적 이해관계를 명시해야 합니다.

나. 또한, 이는 주류광고에 해당하므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침(공정거래위원회)」)

2. 광고 장소 관련 문의

Q

[스포츠 경기장 주류광고 가능 여부]

경기장 내에 설치되어있는 전광판에 주류광고가 가능한가요?

A

가. 스포츠 경기장 내 전광판에서의 주류광고는 가능합니다. 다만, 벽면 이용 간판 혹은 옥상 간판을 활용한 동영상 광고의 경우 시간대 제한이 있습니다.

나. 또한, 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제7호)

Q

[대중교통 터미널 내부 주류광고 가능 여부]

대중교통 터미널 내부 기둥 전광판에 주류광고가 가능한가요?

A

대중교통수단 또는 대중교통시설에서는 주류광고를 할 수 없습니다.

(참고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제6호 가목, 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」 제2조 제2호·제3호)

Q

[기내 광고 가능 여부]

항공기 또는 공항 내에서 주류광고가 가능한가요?

A

항공기와 공항은 대중교통수단·시설에 포함되지 않습니다. 따라서 주류광고가 가능하나, 주류광고 시 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」 제2조 제2항)

Q

[전광판 광고 관련]

엘리베이터 또는 대형마트 내부에 설치된 전광판을 통해 주류를 판매한다는 동영상·지면 광고를 송출하는 것은 가능한가요?

A

「국민건강증진법」 제8조의2 제1항에 의한 주류 제조·수입·판매업면허를 받은 자가 엘리베이터 또는 대형마트 내부에 설치된 전광판을 통해 주류광고를 송출하는 것은 가능합니다. 이 경우 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 광고를 송출하여야 합니다.

3. 광고 내 과음경고문구 문의

Q

[영상 내 과음경고문구 표기 관련]

영상 광고의 경우, 과음경고문구를 표기해야하는 최소 시간이 있나요?

A

가. 과음경고문구 노출 시간은 「국민건강증진법」에 명시되어 있지 않습니다.

나. 다만, 소비자가 경고문구를 인지할 수 있도록 충분히 노출할 것을 권고드립니다.

다. 또한, 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제4호)

Q

[과음경고문구 표기 규격 관련]

주류광고 내 과음경고문구 표기 크기 관련 규정이 있나요?

A

- 가. 광고 내 과음경고문구 크기는 「국민건강증진법」에 명시되어 있지 않습니다.
- 나. 다만, 광고 내 가시성이 확보될 수 있는 크기로 디자인하여 소비자가 경고문구를 인지할 수 있도록 표기할 것을 권고드립니다.
- 다. 또한, 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제4호)

Q

[과음경고문구 내용 관련]

주류광고 시 국민건강증진법에 있는 과음경고문구 세 가지를 모두 표기해야 하나요? 아니면 한 가지만 표기하는 것도 가능한가요?

세 가지 경고문구 중 일부를 조합하여 표기해도 되나요?

A

- 가. 과음경고문구 세 가지 중 한 가지만 선택하여 표기 가능합니다.
- 나. 세 가지 과음경고문구 일부를 조합하여 표기하는 것이 아닌, 법정 과음경고문구 중 한 가지를 골라 문구 전체를 표기해야 합니다.
- 다. 법정 과음경고문구는 안내서 p. 20에서 확인할 수 있습니다.
- 라. 또한, 주류광고는 국민건강증진법 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제4호)

4. 기타 문의

Q

[주류광고 범위 관련]

주류와 함께 섞어서 마시는 음료수, 안주류 등을 판매하며 술과 잘 어울린다는 내용을 광고하는 경우에도 주류광고에 해당하나요?

A

- 가. 주류의 주종, 제품명, 브랜드 등을 노출하여 주류를 특정할 수 있다면 주류광고에 해당합니다.
- 나. 주류광고의 경우 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

Q [주류광고 위반 시 행정처분 절차]

주류광고 위반 시, 행정처분의 절차가 궁금합니다.

A 가. 주류광고 위반사례가 발생한 경우, 한국건강증진개발원에서는 시정요청을 진행하고 있으며, 미이행시 보건복지부 장관은 광고의 내용 변경 등 시정을 요구하거나 금지를 명할 수 있습니다.

나. 만약 정당한 사유없이 「국민건강증진법」 제8조의2 제3항에 따른 광고의 내용변경 또는 금지의 명령을 이행하지 않을 경우 같은 법 제31조의2(벌칙)에 의거 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처할 수 있음을 알려드립니다.

(참고: 「국민건강증진법」 제8조의2 제3항, 「국민건강증진법」 제31조의2(벌칙))

Q [온라인 주류광고 문의]

온라인(주류사 홈페이지, 배너, SNS, 유튜브 등)을 통해 주류광고를 할 때도 과음경고문구를 표기해야하나요? 온라인 전용 주류광고 가이드가 있는지 궁금합니다.

A 가. 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1] 에 따른 주류광고의 기준은 온·오프라인에서 주류를 알리기 위해 진행되는 모든 주류광고에 적용됩니다. 이를 위반한 경우 보건복지부장관은 그 내용의 변경 등 시정을 요구하거나 금지를 명할 수 있습니다.

나. 온·오프라인 유형을 구분하여 제작된 [주류 판매자용 주류광고 준수사항 안내서]에서 온라인 유형에 적용되는 조항에 대하여 확인할 수 있습니다.

(참고: 한국건강증진개발원-절주온 홈페이지 [주류 판매자용 주류광고 준수사항 안내서])

Q [무비알코올 맥주 주류광고 규정 준수 여부]

무알코올 맥주(알코올 도수 0.00%) 또는 비알코올 맥주(알코올 도수 1% 미만)로 불리는 성인용 음료 광고도 주류광고 규정을 준수해야 하나요?

A 가. 알코올 1도 미만의 성인용 음료의 경우, 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]의 적용을 받지 않습니다.

(참고: 「주세법」 제2조(정의) 주류 : 알코올분 1도 이상의 음료)

나. 다만, 무비알코올성 제품을 광고할 때, 알코올 1도 이상의 주류제품이 함께 등장한다면 주류광고에 해당합니다. 더불어, 성인용 음료 광고 시 주류로 혼동되지 않도록 무비알코올 음료임을 명확하게 기재해야 합니다.

Q [페스티벌 내 주류광고 관련 문의]

주류 회사가 페스티벌의 메인 스폰서인 것을 광고할 수 있나요?
그리고 주류 부스 및 팝업스토어를 운영하는 것은 가능한가요?

- A** 가. 주류 회사가 페스티벌의 메인 스폰서인 것을 광고하는 것은 가능합니다. 또한, 주류 부스 및 팝업스토어를 운영하는 것도 가능합니다.
- 나. 다만 페스티벌, 주류 부스 및 팝업스토어 운영시 주류광고가 진행될 경우에는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여야 합니다.
- 다. 또한, 청소년을 대상으로 한 행사의 경우에는 주류광고를 할 수 없습니다. 그리고 전 연령 대상인 행사에서도 청소년이 참여할 수 있다면 주류광고를 하지 않도록 권고하고 있습니다.

(참고: 「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1] 제6호 다목)

Q [운송수단 주류광고 가능 여부 문의]

대중교통수단 택시가 아닌 일반 운송수단(화물차, 트럭 등)에는 주류광고가 가능한가요?

- A** 가. 대중교통수단 택시가 아닌 일반 운송수단을 통해 주류광고를 하는 것은 가능합니다.
- 나. 다만, 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

Q [주류회사의 캠페인 문의]

주류회사에서 진행하는 환경 보호 캠페인 광고는 주류광고에 해당하나요?

- A** 가. 주류회사에서 진행하는 환경 보호 캠페인 광고 또한 주류광고에 해당할 수 있습니다. 주류용기, 상품명, 주종 등이 등장하여 주류 판매촉진 의도가 있다고 판단되는 경우 주류 광고에 해당할 수 있습니다.
- 나. 주류광고는 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.



[주류의 통신판매]

주류를 온라인으로 주문하고 배송하는 것은 가능한가요?



- 가. 국내에서는 주류의 통신판매(온라인 판매 포함)가 금지되어 있습니다.
- 나. 다만, '전통주 제조 면허 소유자'와 '직접 조리한 음식과 함께 주류를 판매하는 경우 (1회 총 주문금액 중 주류 판매금액 50%이하인 주류에 한함)'에는 예외적으로 허용될 수 있습니다.
- 다. 자세한 사항은 국세청 고시(「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」)를 참고하시기 바랍니다.
- 라. 또한, 주류온라인 판매페이지는 주류광고에 해당할 수 있으므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」)



[주류의 스마트오더 주문]

주류 판매점에서 주류 스마트오더를 광고하고 있어요. 주류를 온라인으로 주문하는 스마트 오더는 가능한가요?



- 가. 온라인으로 사전 주문 후, 영업장에서 직접 수령하는 주류 스마트오더는 가능합니다.
- 나. 다만, 전통주를 제외한 주류는 주문자가 영업장 내에서 대면으로 주류를 수령해야 합니다. 자세한 사항은 국세청 고시(「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」)를 참고하시기 바랍니다.
- 다. 또한, 주류 스마트오더 광고페이지는 주류광고에 해당할 수 있으므로 「국민건강증진법」 제8조의2 및 동법 시행령 제10조 [별표1]을 준수하여 진행되어야 합니다.

(참고: 「주류의 통신판매에 관한 명령위임 고시」)



[주류광고 내용 문의]

음식을 주문하면 주류를 무료로 제공한다는 광고를 하는 것은 가능한가요?



경품 및 금품은 사업자 등이 소비자에게 제공하는 경제상의 이익을 말합니다. 따라서 '음식 주문 시 주류 무료 제공한다'는 광고는 소비자에게 제공하는 경제상의 이익에 해당하여 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제1호 [경품 및 금품을 제공한다는 내용 표시 금지] 위반입니다.

(참고: 「국민건강증진법」 제8조의2 제2항 제1호)

부록

관련법령 및 규정



「국민건강증진법」

제8조(금연 및 절주운동등) ① 국가 및 지방자치단체는 국민에게 담배의 직접흡연 또는 간접흡연과 과도한 음주가 국민건강에 해롭다는 것을 교육·홍보하여야 한다. <개정 2006. 9. 27.>

- ② 국가 및 지방자치단체는 금연 및 절주에 관한 조사·연구를 하는 법인 또는 단체를 지원할 수 있다.
- ③ 삭제 <2011. 6. 7.>
- ④ 「주류 면허 등에 관한 법률」에 의하여 주류제조의 면허를 받은 자 또는 주류를 수입하여 판매하는 자는 대통령령이 정하는 주류의 판매용 용기에 과도한 음주는 건강에 해롭다는 내용과 임신 중 음주는 태아의 건강을 해칠 수 있다는 내용의 경고문구를 표기하여야 한다. <개정 2016. 3. 2., 2020. 12. 29.>
- ⑤ 삭제 <2002. 1. 19.>
- ⑥ 제4항에 따른 경고문구의 표시내용, 방법 등에 관하여 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다. <개정 2002. 1. 19., 2007. 12. 14., 2008. 2. 29., 2010. 1. 18., 2011. 6. 7.>

제8조의2(주류광고의 제한·금지 특례) ① 「주류 면허 등에 관한 법률」에 따라 주류 제조면허나 주류 판매업면허를 받은 자 및 주류를 수입하는 자를 제외하고는 주류에 관한 광고를 하여서는 아니 된다.

- ② 제1항에 따른 광고 또는 그에 사용되는 광고물은 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.
 1. 음주자에게 주류의 품명·종류 및 특징을 알리는 것 외에 주류의 판매촉진을 위하여 경품 및 금품을 제공한다는 내용을 표시하지 아니할 것
 2. 직접적 또는 간접적으로 음주를 권장 또는 유도하거나 임신부 또는 미성년자의 인물, 목소리 혹은 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것
 3. 운전이나 작업 중에 음주하는 행위를 묘사하지 아니할 것
 4. 제8조제4항에 따른 경고문구를 광고와 주류의 용기에 표기하여 광고할 것. 다만, 경고문구가 표기되어 있지 아니한 부분을 이용하여 광고를 하고자 할 때에는 경고문구를 주류의 용기하단에 별도로 표기하여야 한다.
 5. 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시킨다거나 질병의 치료 또는 정신건강에 도움이 된다는 표현 등 국민의 건강과 관련하여 검증되지 아니한 내용을 주류광고에 표시하지 아니할 것
 6. 그 밖에 대통령령으로 정하는 광고의 기준에 관한 사항
- ③ 보건복지부장관은 「주세법」에 따른 주류의 광고가 제2항 각 호의 기준을 위반한 경우 그 내용의 변경 등 시정을 요구하거나 금지를 명할 수 있다.

[본조신설 2020. 12. 29.]

제8조의3(절주문화 조성 및 알코올 남용·의존 관리) ① 국가 및 지방자치단체는 절주문화 조성 및 알코올 남용·의존의 예방 및 치료를 위하여 노력하여야 하며, 이를 위한 조사·연구 또는 사업을 추진할 수 있다.

- ② 삭제 <2024. 1. 9.>
 - ③ 보건복지부장관은 5년마다 「정신건강증진 및 정신질환자 복지서비스 지원에 관한 법률」 제10조에 따른 실태조사와 연계하여 알코올 남용·의존 실태조사를 실시하여야 한다.
- [본조신설 2020. 12. 29.]

제31조의2(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다. <개정 2001. 4. 7., 2006. 9. 27., 2007. 12. 14., 2011. 6. 7., 2014. 3. 18., 2015. 6. 22., 2020. 4. 7., 2020. 12. 29.>

1. 정당한 사유 없이 제8조의2제3항에 따른 광고내용의 변경 등 명령이나 광고의 금지 명령을 이행하지 아니한 자 (이하생략)



「국민건강증진법 시행령」

제10조(주류광고의 기준) 법 제8조의2제2항제6호에서 “대통령령으로 정하는 광고의 기준”이란 별표 1에 따른 기준을 말한다.

[전문개정 2021. 6. 15.]



「국민건강증진법 시행령」 제10조 [별표1]

주류광고의 기준(제10조 관련)

1. 음주행위를 지나치게 미화하는 표현을 하지 않을 것
2. 알코올분 17도 이상의 주류를 방송광고하지 않을 것
3. 주류의 판매촉진을 위해 광고노래를 사용하지 않을 것
4. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 방송광고를 하지 않을 것
 - 가. 「방송법」에 따른 텔레비전방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송 및 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」에 따른 인터넷 멀티미디어 방송을 통한 7시부터 22시까지의 방송광고
 - 나. 「방송법」에 따른 라디오방송을 통한 17시부터 다음 날 8시까지의 방송광고 및 8시부터 17시까지 미성년자를 대상으로 하는 프로그램 전후의 방송광고
5. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 따른 영화상영관에서 같은 법 제29조제2항제1호부터 제3호까지의 규정에 따른 상영등급으로 분류된 영화의 상영 전후에 광고를 상영하지 않을 것
6. 다음 각 목의 시설, 장소나 행사에서 광고를 하지 않을 것
 - 가. 「대중교통의 육성 및 이용촉진에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 대중교통수단 또는 같은 조 제3호에 따른 대중교통시설
 - 나. 「택시운송사업의 발전에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 택시운송사업에 사용되는 자동차 또는 해당 자동차에 승객을 승차·하차시키거나 승객을 태우기 위해 대기하는 장소 또는 구역
 - 다. 「청소년 보호법」 제2조제1호에 따른 청소년을 대상으로 개최하는 행사
7. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률 시행령」 제3조제1호에 따른 벽면 이용 간판 또는 같은 조 제5호에 따른 옥상간판을 이용하여 7시부터 22시까지 동영상 광고를 하지 않을 것. 다만, 「주류 면허 등에 관한 법률」 제3조에 따라 주류 제조면허를 받은 자가 주류 제조장 시설의 간판을 이용하여 자사(自社)의 주류를 광고하는 경우는 제외한다.

 보건복지부고시 제2021-2호

과음 경고문구 표기내용

[시행 2021. 1. 5.] [보건복지부고시 제2021-2호, 2021. 1. 5., 타법개정]

- 알코올은 발암물질로 지나친 음주는 간암, 위암 등을 일으킵니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.
- 지나친 음주는 암 발생의 원인이 됩니다. 청소년 음주는 성장과 뇌 발달을 저해하며, 임신 중 음주는 태아의 기형 발생이나 유산의 위험을 높입니다.
- 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

 방송광고심의에 관한 규정(방송통신심의위원회규칙 제151호)

제33조(주류) ① 주류에 관한 방송광고는 건전한 사회질서와 국민건강, 청소년의 건실한 생활을 해치는 다음 각 호의 표현을 하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>

1. 음주 분위기를 과도하게 부각·묘사하거나 음주행위를 지나치게 미화하는 표현
 2. 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현
 3. 적당한 음주는 건강에 해롭지 않다는 표현
 4. 음주가 체력 또는 운동 능력을 향상시킨다거나 질병 치료 또는 건강 증진에 도움이 된다는 표현
 - 4의2. 음주가 근심 또는 걱정을 없애 주거나 감소시켜 주는 등 정신 건강 향상에 도움이 된다는 표현
 5. 운전이나 작업 중인 경우 등과 같이 높은 경각심을 요하는 상황에서 음주하는 행위를 묘사하여 안전을 저해하는 표현
- ② 주류에 관한 방송광고에 어린이·청소년·임산부(의상, 분장, 연출 등을 통해 외형적으로 시청자가 어린이·청소년·임산부로 오인할 우려가 있는 인물을 포함한다)를 등장시키거나, 어린이·청소년의 목소리를 묘사하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
- ③ 주류에 관한 방송광고는 상품명·제조사 등 상품과 관련된 명칭이나 주류의 구매 또는 음주를 권장·유인하는 표현 등 주류의 판매를 촉진하는 내용이 포함된 광고노래를 사용하거나 경품류의 제공 및 할인 판매에 관한 내용을 포함하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
- ④ 주류가 아닌 상품의 방송광고에서도 제1항 각 호에서 금지한 표현을 하여서는 아니 된다. <개정 2020. 12. 21.>
- ⑤ 주류에 관한 방송광고는 법령에 따른 과음 경고문구를 시청자가 명확하게 인식할 수 있도록 고지하여야 한다. <신설 2020. 12. 21.>

제43조(방송광고의 금지) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 방송광고를 할 수 없다.

1. 법령에서 광고를 금지하고 있는 경우
2. 법령에서 금지된 내용
- ② 다음 각 호의 상품과 용역에 대해서는 방송광고를 할 수 없다. <개정 2009.12.1., 2016.12.22.> (중략)
13. 알콜성분 17도 이상의 주류 (중략)
- ③ 방송광고는 이 규정에서 금지하고 있는 상품과 용역 등을 주된 소재로 다루어서는 아니된다. 다만,



방송광고심의에 관한 규정(방송통신심의위원회규칙 제151호)

소비자에게 광고효과를 주지 않는 경우에는 그러하지 아니하다.

제43조의2(방송광고 시간의 제한) ① 주류광고 또는 대부업광고는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 시간에 방송광고를 할 수 없다. <개정 2015.10.8.>

1. 주류
 - 가. 텔레비전 방송광고 : 07:00 - 22:00
 - 나. 라디오 방송광고 : 17:00 - 익일 08:00. 다만, 08:00 - 17:00의 시간대라도 어린이·청소년을 대상으로 하는 방송프로그램 전후에는 방송광고를 할 수 없다.
- (이하생략)



「방송법」

제33조(심의규정) ① 방송통신심의위원회는 방송의 공정성 및 공공성을 심의하기 위하여 방송심의에 관한 규정(이하 “審議規程”이라 한다)을 제정·공표하여야 한다. <개정 2008. 2. 29.>

② 제1항의 심의규정에는 다음 각호의 사항이 포함되어야 한다.
<개정 2006. 10. 27., 2008. 2. 29., 2009. 7. 31., 2014. 5. 28., 2019. 12. 10., 2020. 6. 9.>
(중략)

15. 법령에 따라 방송광고가 금지되는 품목이나 내용에 관한 사항
 16. 방송광고 내용의 공정성·공익성에 관한 사항
- (이하생략)

제100조(제재조치등) ① 방송통신위원회는 방송사업자·중계유선방송사업자·전광판방송사업자 또는 외주제작사가 제33조의 심의규정 및 제74조제2항에 의한 협찬금지 규칙을 위반한 경우에는 5천만원 이하의 과징금을 부과하거나 위반의 사유, 정도 및 횟수 등을 고려하여 다음 각호의 제재조치를 명할 수 있다. 제35조에 따른 시청자불만처리의 결과에 따라 제재를 할 필요가 있다고 인정되는 경우에도 또한 같다. 다만, 방송통신심의위원회는 심의규정 등의 위반정도가 경미하여 제재조치를 명할 정도에 이르지 아니한 경우에는 해당 사업자·해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 책임자나 관계자에 대하여 권고를 하거나 의견을 제시할 수 있다. <개정 2006. 10. 27., 2008. 2. 29., 2009. 7. 31., 2015. 12. 22., 2016. 1. 27.>

1. 삭제 <2013. 3. 23.>
2. 해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 정정·수정 또는 중지
3. 방송편성책임자·해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 관계자에 대한 징계
4. 주의 또는 경고

② 제1항에 따른 제재조치가 해당방송프로그램의 출연자로 인하여 이루어진 경우 해당방송사업자는 방송출연자에 대하여 경고, 출연제한 등의 적절한 조치를 취하여야 한다. <신설 2006. 10. 27., 2020. 6. 9.>

③ 제1항에도 불구하고 위반의 정도가 중대하다고 인정되는 다음 각 호의 경우에 한정하여 방송통신위원회는 1억원 이하의 과징금을 부과할 수 있다. <신설 2006. 10. 27., 2008. 2. 29., 2020. 6. 9.>

(중략)



「방송법」

- 2. 「마약류관리에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 마약류 복용·투약·흡입 및 음주 후 방송출연 등으로 인한 심의규정을 위반하는 경우
- 3. 제1항제1호부터 제3호까지의 제재조치를 받았음에도 불구하고 대통령령으로 정하는 바에 따라 동일한 사유로 반복적으로 심의규정을 위반하는 경우
(이하생략)



「방송법 시행령」

제59조의2(가상광고)

(중략)

- ② 다른 법령 또는 법 제33조에 따른 방송통신심의위원회의 심의규정(이하 “심의규정”이라 한다)에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 가상광고를 할 수 없다.
(이하생략)

제59조의3(간접광고)

(중략)

- ② 다른 법령 또는 심의규정에 따라 방송광고가 금지되거나 방송광고의 허용시간을 제한받는 상품 등은 간접광고를 할 수 없다.
(이하생략)



방송통신심의위원회의 방송·방송광고심의에 관한 규정 위반 시 조치

• 심의 결과 위반수준별 「방송법」 제100조(제재조치 등)에 따라 제재

구분		비고
과징금		1억원 이하
제재조치	해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 정정·수정 또는 중지	위반의 사유, 정도 및 횟수 고려
	방송편성책임자·해당 방송프로그램 또는 해당 방송광고의 관계자에 대한 징계	
	주의 또는 경고	
행정지도	권고	위반정도가 경미하여 제재조치를 명할 정도에 이르지 아니한 경우
	의견제시	

- 매년 방송통신위원회에서 운영하는 방송평가위원회가 방송사업자 평가 시 방송통신심의위원회의 심의 결과가 활용되며, 평가에 따라 방송사업자의 재허가 또는 재승인 심사에 반영됨

국민건강증진법령 주류광고 기준 위반 사례집

발간종류		교육자료
관리번호		정책-05-2025-001-01
등록일		2024년 12월
발행일		2024년 12월
발행처		한국건강증진개발원
발행인		김헌주(한국건강증진개발원장)
집필진		이연경, 박경아, 조아진, 이루니, 임세은, 주소현, 송채영
감수		법부법인 선린, 정부법무공단
주소		서울특별시 광진구 능동로 400 보건복지행정타운 10층
전화번호		02-3781-2235
홈페이지		www.khepi.or.kr https://www.khepi.or.kr/alcoholstop
인쇄처		명문인쇄공사 / ☎ 02-2079-9200~2

국민건강증진법령

주류광고 준수사항 안내서



보건복지부

KHEPi 한국건강증진개발원