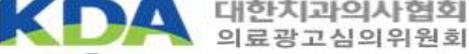
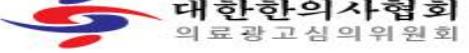


 보건복지부  대한의사협회  대한치과의사협회  대한한의사협회		보 도 참 고 자 료	
배 포 일	2022. 4. 18. / (총 4매)	담당부서	보건 의료정책과
보건복지부 보건 의료정책과	과 장	고 형 우	044-202-2420
	담당자	이 준 미 심 민 정	044-202-2402 044-202-2409
대한의사협회 의료광고심의위원회	위원장	김 록 권	02-793-4100
	팀 장	전 지 숙	
대한치과의사협회 의료광고심의위원회	위원장	박 상 현	02-2024-9133
	차 장	류 정 호	
대한한의사협회 의료광고심의위원회	위원장	성 낙 온	02-2657-5030
	과 장	서 정 민	

치료경험담 등 불법의료광고 286건 적발

- 2022년 2~3월 의료광고 모니터링 415건 중 의료법 위반 소지가 있는 286건 관할 지자체 조치 요청 -

※ 보도자료('22. 1. 28), “치료경험담 등 불법의료광고 집중 단속” 관련 조사결과

□ 보건복지부(장관 권덕철) 및 의료광고 자율심의기구*는 블로그, 카페, 유튜브, 인스타그램 등 온라인 매체에서 확산하고 있는 인플루언서의 치료경험담 등 불법 의료광고 집중 단속을 2022년 2월 3일(목)부터 두 달간 실시한 결과 총 415건 중 위법성이 상당하거나 위법 정황이 상당히 높은 286건을 지자체에 조치 요청했다고 밝혔다.

* 의료광고 자율심의기구 : 의료법 제57조제2항에 따라 ①대한의사협회(의료광고심의위원회), ②대한치과의사협회(치과의료광고심의위원회), ③대한한의사협회(한방의료광고심의위원회)에서 설치·운영 중

- 이번 모니터링은 의료인 또는 의료기관이 실시하는 의료광고 외에 입소문(바이럴) 마케팅에 적극 활용되고 있는 인플루언서의 치료 경험담 등 비의료인에 의한 의료광고를 집중 점검하였다.

치료경험담 등 불법의료광고 모니터링 개요

- ▶ (기간) 광고조사 '22. 2. 3. ~ '22. 4. 1. / 내용분석 '22. 3. 2. ~ '22. 4. 13.
* 온라인 매체 특성상 광고 수정·삭제가 빈번하여 모니터링 결과는 1달 간격으로 즉시 분석 및 조치
- ▶ (대상) 비의료인에 의한 의료광고 등 총 415건
- 블로그, 카페, 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 플랫폼을 통한 의료광고 등
- ▶ (내용) 치료경험담, 거짓·과장광고 및 환자유인·알선 문구 조사

- 우선, 비의료인이 전문적인 의료행위에 대하여 광고한 경우를 점검하였다.

- 비의료인*이 작성한 ▲불특정 다수가 열람할 수 있는 게시물이 ▲환자의 진료를 유인할 의도나 효과가 있고, ▲의료기관이나 의사의 명칭이 특정 가능한 경우 등 광고의 성격을 가지고 있으면서, ▲전문적인 의료행위에 대한 내용을 포함**할 경우 의료법 제56조 제1항을 위반하는 비의료인의 의료광고로 볼 수 있다.

* 의료법 제56조 제1항은 의료광고의 주체를 의료인, 의료기관의 장, 의료기관 개설자로 한정
- 계약을 통해 제 3자에게 광고를 대행하는 것은 가능할 것이나, 이 경우에도 광고의 주체는 의료기관개설자, 의료기관의 장 또는 의료인이 되어야 하며 제 3자는 장소를 대여하는 등 그 업무를 위탁받는 것에 그쳐야 하며 계약에 따른 제 3자 의료광고의 의료법 위반행위 책임은 의료인 등에게 귀속되는 것으로 보아야 함

** 이는 의료지식이 없는 자가 의학적 전문지식을 기초로 하는 의료행위에 관한 광고를 함으로서 발생할 수 있는 보건위생상의 위험을 사전에 방지하기 위한 것이다. (대법원 2009.11.12. 선고 2009도7455 판결)

- 또한 환자의 후기 중 의료법상 금지된 치료경험담을 광고하는 것을 단속하였다.

- 환자가 개인의 경험을 공유하는 차원에서 전반적인 의료기관 이용 만족도 등을 게시하는 것은 가능하다.
 - 다만, 환자가 일정 대가를 받고, 광고 내용이 사실상 해당 의료기관에서 정하거나 유도하였다면 의료광고에 해당한다고 볼 수 있다.
 - 특정 의료기관으로부터 진료를 받은 구체적인 경험에 대한 내용 또는 수술 예후 등을 광고하는 경우 의료법령에서 금지하는 '치료경험담 광고'에 해당하여 의료법에 저촉될 수 있다.
 - 따라서 의료인 등으로부터 협찬, 비용지원 등 대가를 받음을 알리는 후기 게시물은 의료법 제56조제2항제2호에서 금지하는 치료 경험담 광고에 해당한다.
 - 대가 수수 여부가 적시되어 있지 않더라도 환자의 치료경험담이 의료기관의 위치, 시설, 연락처, 영업시간 등을 자세히 안내하며 내원을 유도하는 등 광고성이 짙은 경우 의료법 위반 소지가 크다.
 - 특히, 메일 등 별도 연락을 통해 의료기관 정보공유 및 소개하는 경우 불법 소개·알선 정황으로 보여지며, 소개·알선이 아니라고 하더라도 대가성 여부에 따라 치료경험담 광고에 해당할 수 있다.
- 그 외에도 거짓·과장 광고, 다른 의료기관과의 비교 광고, 불분명한 방법으로 가격할인을 표시하는 광고 등 의료법상 금지된 광고도 추가적으로 단속하였다.

□ 모니터링 의료광고 415건에 대한 조사결과는 다음과 같다.

- 의료법 위반 소지가 있는 광고는 총 286건으로, 비의료인이 의료행위에 대해 광고하거나 비의료인을 통해 치료경험담 광고가 이뤄진 경우가 245건(85.7%), 의료인 등이 실시한 의료광고 중 의료법이 금지하는 거짓·과장된 내용, 다른 의료기관과의 비교, 불분명한 방법으로 가격할인 등을 표시하는 경우 등이 41건(14.3%)이다.

- 광고 매체별로는 블로그 239건(83.6%), 유튜브 16건(5.7%), 인스타그램 13건(4.5%), 카페 9건(3.1%), 의료광고 플랫폼 9건(3.1%) 순으로 위반 건수가 많았다.
- 이번에 적발된 대표적인 불법 의료광고 유형은 아래와 같다.

가. 비의료인이 의료행위에 대해 상세히 서술하여 보건위생상에 위해가 우려되는 경우
 나. 협찬, 비용지원 등의 문구가 표기되어 의료인 등이 치료경험담 작성을 요청한 정황이 포착되거나, 비의료인이 게시한 치료경험담이 의료기관의 위치, 연락처, 의료인 경력, 진료비 등을 자세히 안내하여 내원을 유도하는 성격이 뚜렷한 경우
 다. 치료경험담 후기를 게재하고 비밀 댓글이나 메일 등으로 별도 연락을 달라고 하여 불법 소개·알선 정황이 있는 경우
 라. 다른 의료기관과의 비교, 거짓·과장된 내용, 불분명한 방법으로 가격할인을 표시하는 등 금지된 의료광고에 해당하는 경우

- 보건복지부 고형우 보건의료정책과장은 “인플루언서의 치료경험담 등은 소비자로 하여금 치료 효과를 오인하게 할 우려가 있을 뿐만 아니라 온라인매체 등을 통해 청소년 등에게 미치는 효과가 상당하므로, 불법 의료광고에 대해 엄정하게 대처해나갈 것이다.”라며,
- “온라인 의료광고 사전심의 확대 및 모니터링 강화 등 제도개선도 꾸준히 추진할 계획이다”라고 밝혔다.
- 대한의사협회 김록권 의료광고심의위원회위원장(의료광고기준조정심의위원회위원장)은 “금번 모니터링은 의료광고 사전심의로 단속하기 어려운 비의료인의 의료광고를 점검했는데 의의가 있다.”라며,
- “이에 대한 지자체의 실효성 있는 조치가 취해지길 바란다.”라고 전했다.
- 보건복지부는 이번 조사를 통해 불법 의료광고 등 의료법 위반 소지가 있는 것으로 확인된 의료기관 등에 대해서 관할 보건소에 시정명령, 행정처분 및 형사고발 등의 조치*를 요청할 계획이다.

* (환자 유인·알선) 3년 이하의 징역 또는 3,000만 원 이하의 벌금 및 의료인 자격정지 2개월

* (거짓·과장 광고 등) 1년 이하의 징역 또는 1,000만 원 이하의 벌금 및 의료기관 업무정지 1~2개월