

---

# 심의 관련 자문 사례집

---

2017.6

심의팀 김보민

## Q1 화장품 표시광고 - 독소 제거(2015-05-07)

Q. 피부에 독소가 제거 되었다는 표현을 쓰고 싶습니다. 위 내용으로 광고가 가능한지요?

A.

「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조, [별표5]에서는 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고 행위의 금지’를 정하고 있습니다. 아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)하고 있습니다.

‘화장품 표시’ 광고 관리 가이드라인에 따르면 "해독, 피부 독소 제거" 표현은 금지하고 있는 바 "디톡스(detox)"라는 표현은 제품명은 물론 표시광고 내용으로도 적합하지 않은 것으로 사료됩니다.

-「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」은 식품의약품안전처 홈페이지[[www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr) → 법령자료 → 지침, 가이드라인, 해설서]에서 확인 가능함을 알려드립니다.

※ 화장품법제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

※ 담당자: 식품의약품 안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q2 화장품 무○○ 표시광고 - 사용할 수 없는 원료 (2015-05-07)

Q. 배합금지 원료를 사용하지 않았다는 표기를 하고 싶은데, 객관적 증거자료가 있다면, 표시광고를 해도 되나요?

A.

「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서는 화장품에 사용할 수 없는 '사용금지 원료'를 사용하지 않거나 없다는 표현인 '무 스테로이드' 등의 표현은 금지하고 있음을 알려드립니다. 이는 화장품 제조에 사용이 금지된 원료를 사용하지 않았다고 광고함으로써 마치 해당 제품이 다른 제품과 다르게 부각되는 등 소비자 오인 우려 있는 표현으로서 입증자료 여부와 관계없이 해당 표현은 사용할 수 없음을 알려드립니다.

※ 화장품법 제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

### Q3 화장품 표시광고 - 항균(2015.09.03)

Q. 핸드워시 제품에 "천연 항균성분 함유"라는 문구를 사용하고 싶은데요, 비임상(In vitro)으로 항균(포도상구균, 대장균)을 실험한 데이터를 가지고 있는 화장품 원료를 핸드워시에 넣어 "천연 항균성분 함유 또는 항균성분 함유"를 사용하고 싶습니다. 천연항균 물질 또는 PCMX와 같은 합성 항균물질을 이용한 "천연 항균성분 함유 또는 항균성분 함유"문구 사용 가능한지요? 아니면, 천연항균물질로 임상을 받으면 "천연 항균성분 함유" 문구 사용 가능할까요? 항균이라는 단어를 쓸 수 있는 방법이 임상 밖에 없을까요?? in vitro 항균 테스트로 가능할까요?

A.

「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

-아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)하고 있습니다.

광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28 선고 2002두 6170판결)가 있음을 알려드립니다.

### Q3 화장품 표시광고 - 항균 (2015.09.03)

한편, 「화장품법」제14조에서는 제조업자, 제조판매업자, 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 실증할 수 있어야 하고, 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처 고시)에서 세부적인 실증자료의 범위와 요건을 정하고 있습니다.

- 위 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」의 [별표]에 따르면 '항균'은 '인체세정용 제품'에서 인체적용시험자료로 해당 효능·효과 입증 시 사용할 수 있는 표현임을 알려드립니다.

귀 질의하신 사안의 경우 해당 제품의 항균 효능·효과를 인체적용시험자료로 입증한 경우에 '항균' 표현을 사용할 수 있으며, 특정성분에 대해서만 시험 결과를 구비하거나 제품에 대한 인체 외 시험자료만을 구비한 경우에는 '항균' 표현을 사용할 수 없음을 알려드립니다.

※ 화장품법제14조(표시·광고내용의 실증등)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q4 화장품 표시광고 - 디톡스(2015-05-07)

Q. 클렌징 제품을 사용하여 피부의 메이크업, 노폐물, 피지 찌꺼기 등이 제거되어 피부에 독소가 제거 되었다는 표현을 쓰고 싶습니다. 위 내용으로 광고의 표현범위가 가능한지? 화장품 효능효과 광고 가능 범위 내에는 "피부 독소를 제거해준다"가 가능하다고 쓰여 있으나 이 독소의 범위가 어느 정도인지 궁금합니다.

A.

「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조, [별표5]에서는 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고 행위의 금지'를 정하고 있습니다.

-아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)하고 있습니다.

「화장품 표시」 광고 관리 가이드라인에 따르면 "해독, 피부 독소 제거" 표현은 금지하고 있는바 "디톡스(detox)"라는 표현은 제품명은 물론 표시·광고내용으로도 적합하지 않은 것으로 사료됩니다.

「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」은 식품의약품 안전처 홈페이지[[www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr) → 법령자료 → 지침, 가이드라인, 해설서]에서 확인 가능함을 알려드립니다.

※ 화장품법제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

※ 담당자: 식품의약품 안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q5 화장품 광고 - EWG 유해 등급 (2015-05-07)

Q. 미국에는 Environmental Working Group(EWG) 라는 환경단체가 있습니다. 비영리 환경 시민단체이며 화장품 원료의 유해성을 조사하여 유해등급을 고시하는 단체 입니다. 저희는 EWG에서 고시한 등급으로 유해성이 보고되지 않은 원료만 사용하여 제품을 만들고 있습니다. 이에 따라 저희 회사에서는 인증기관이 아닌 자발적인 환경단체인 EWG를 인용하여 "전 성분 EWG 0등급 원료"라는 용어를 광고 문구로 사용가능한지 궁금합니다.

A.

「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

-아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)하고 있습니다.

-광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28선고 2002두 6180판결)가 있음을 알려드립니다.

현행 화장품 제도는 「화장품법」제8조에 따라 사용할 수 없는 원료 및 사용상의 제한이 필요한 원료를 정하고 있으므로, 화장품 분야에 대한 공신력을 갖추고 있지 아니한 민간 환경단체 등의 기준을 근거로 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인될 수 없는 광고를 하시는 것은 바람직하지 아니한 것으로 사료됩니다.

※ 화장품법제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255)

## Q6 화장품 표시 - 닥터m(2015-05-12)

Q. 화장품 브랜드에 닥터(DR+)라는 내용을 사용해도 되나요?

A.

「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표5]에서는 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고를 하지 말 것’ 및 ‘의사·치과의사·한의사·약사·의료기관·연구기관 또는 그 밖의 자가 이를 지정·공인·추천·지도·연구·개발 또는 사용하고 있다는 내용이나 이를 암시하는 등의 표시·광고를 하지 말 것’을 정하고 있습니다.

-아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)하고 있습니다.

‘닥터(Dr.)’ 표시를 사용함으로써 당해 화장품 표시·광고가 의·약사 등의 지정·공인·추천·지도·사용과 결부되는 등 의약품, 소비자오인 우려 표시가 되어 화장품 법령을 위반하지 않도록 표시·광고에 만전을 기해야 할 것입니다.

※ 「화장품법」 제13조 및 동법 시행규칙 제22조 [별표5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q7 화장품 해당여부 - 흑채(2015-05-08)

Q. 흑채(순간증모제)가 화장품 해당하나요?

A.

‘화장품’은 「화장품법」 제2조의 정의에 따라 ‘인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말합니다.

특정 물품이 화장품에 해당하는지 여부는 인체에 적용하는 물품의 안전성·유효성 관련 자료, 당해 물품의 구성성분, 사용목적, 형태, 사용방법 등 특성 및 이에 따른 인체에 대한 작용의 경중 등을 종합하여 판단하여야 하는바, 귀 제출 자료만으로 명확한 판단은 곤란하나, 귀하가 문의하신 물품(순간증모제)은 필요한 부위의 모발에 뿌려 정전기 현상과 접착성에 의해 일시적으로 모발에 붙어서 모발이 풍성하도록 보이도록 하는 것으로 화장품법 대상 물품에 해당하지 않을 것으로 판단됩니다.

※ 화장품법제2조(정의)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 (☎ 1577-1255)

## Q8 화장품 해당 여부 - 다이어트 패치 (2015-05-08)

Q. 다이어트 패치는 화장품에 해당되나요?

A.

‘화장품’은 「화장품법」 제2조의 정의에 따라 ‘인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것(「약사법」 제2조제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외함)’을 말합니다.

특정 물품이 화장품에 해당하는지 여부는 안전성·유효성 관련 자료, 당해 물품의 구성성분 및 함량, 형상, 사용목적, 형태, 사용방법, 효능·효과, 용법·용량 등을 종합하여 판단하고 있는바, 귀 제출 자료만으로 명확한 판단이 곤란하나,

귀 질의 물품이 지방 및 셀룰라이트 감소, 제거 등을 통한 다이어트 등 체중 감소를 목적으로 사용하는 제품이라면 화장품에 해당되지 않을 것으로 판단됩니다.

※ 화장품법제2조(정의)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255)

## Q9 화장품 해당 여부 - 제모크림 및 제모 스트립 (2015-05-08)

Q. 신체부위의 털을 제거하기 위한 제모크림 및 테이프 형태의 제모 스트립이 궁금합니다. 화장품에 속하나요?

A.

‘화장품’은 「화장품법」 제2조의 정의에 따라 ‘인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것’을 말합니다.

(다만, 「약사법」 제2조제4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외함)

특정 물품이 화장품에 해당하는지 여부는 인체에 적용하는 물품의 안전성·유효성 관련 자료, 당해 물품의 구성성분 및 함량, 사용목적, 형태, 사용방법 등 특성 및 이에 따른 인체에 대한 작용의 경중 등을 종합하여 판단하여야 하는바, 귀 제출 자료만으로 명확한 판단은 곤란하나,

귀하께서 질의하신 물품이 체모(털)의 제거를 목적으로 사용하는 제품이라면, 화장품에 해당되지 않음을 알려드립니다.

※ 화장품법제2조(정의)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q10 화장품 표시광고 시 이미지 삽입(2015-09-03)

Q. 화장품 단상자나 패키지 용기 등에 이미지삽입을 하려고 하는데, 예를 들어 마스크팩 파우치에 주사기나 차트, 청진기, 링거 등의 이미지를 사용해도 되는지에 대해 문의 드립니다.

A.

「화장품법」 제13조에서 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사 결과와 다른 내용의 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5] 및 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

아울러 화장품의 표시·광고와 관련하여 “화장품으로서의 효능이 있고 없고에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단(대법원 1993.5.27., 93도271, 판결)” 및 “광고가 일반 소비자를 대상으로 하는 경우 소비자를 오인시킬 우려가 있는 지 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단되어야 한다(대법원 2003.3.28., 선고, 2002두6170, 판결)” 판례를 참고하여 주시기 바랍니다.

따라서, 질의하신 ‘화장품(마스크팩) 포장 등에 주사기, 차트, 청진기, 링거 등의 이미지를 삽입’에 대해서도 해당 이미지를 삽입하는 목적 등을 종합적으로 판단하고, 일반 소비자가 해당 이미지로 인해 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단되어야 함을 알려드리니 표시·광고 관련 업무에 만전을 기하여 주시기 바랍니다.

※ 화장품법 제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 (☎ 1577-1255)

## Q11 화장품 표시광고 - 실증(2015-09-03)

Q. 2015년 1월 1일부터 개정되는 화장품 표시. 광고 가이드라인과 관련하여 문의 드립니다.

[질문] 1. 화장품 표시. 광고 주요 실증대상 중 인체 외 시험자료로 입증은 어떤 지정 기관을 통해서 검사 받아야 하나요? 기관을 통해서 검사 받아야 한다면 어떤 기관을 통해야 하나요? 사내(회사) 내부 장비를 통해서 시험한 자료(사진, 수치)는 입증자료로 쓸 수 없나요?

[질문] 2. 화장품 표시 광고 가이드라인인 2015년 1월 1일부터 적용 되는데, 1월 1일 이후의 입증 자료만 사용할 수 있나요? 기존에 받아들인 자료는 (2015년 1월 1일 이전) 사용할 수 없는 건가요?

A.

「화장품법」제14조에 따라 화장품의 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여 이를 실증하도록 규정하고 있으며, 같은 법 시행규칙 제23조에서는 표시·광고 중 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하게 할 우려가 있어 식약처장이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 규정하고 있습니다.

- 이와 관련하여 실증자료 요건, 시험기관 등은 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처 고시)에서 정하고 있으며, 식약처에서 실증기관을 지정 하고 있지는 아니함을 알려드립니다.

- 위 고시 제4조에서 실증을 위한 시험결과는 ‘국내외 대학 또는 화장품 관련 전문 연구기관(제조 및 영업부서 등 다른 부서와 독립적인 업무를 수행하는 기업부설연구소 포함)에서 시험한 것으로 기관의 장이 발급한 자료’이어야 한다고 규정하고 있음을 알려드립니다.

- 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」은 식품의약품안전처 홈페이지([www.mfds.go.kr](http://www.mfds.go.kr) → 법령자료 → 고시·훈령·예규)에서 확인 가능함을 알려드립니다.

아울러, 화장품 실증 제도는 「화장품법」 전부 개정에 따라 2012년부터 시행되고 있는 제도이며, 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」은 이해를 돕기 위하여 실증자료 요청 주요대상을 제시한 것임을 알려드립니다.

- ‘15. 1. 1. 이전의 실증자료의 경우에도 위 고시에 적합한 자료라면 실증자료로 사용할 수 있음을 알려드립니다.

※ 화장품법제14조(표시·광고 내용의 실증 등)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255)

## Q12 화장품 피부 임상 테스트(2015-12-23)

Q. 인체적용시험을 완료하여 판매되고 있는 화장품이 있는데, 부득이한 사정으로 제조업자가 변경이 될 것 같습니다. 제품의 성분이나 함량 등에 변동사항이 없고, 제품명도 동일하게 사용하려 합니다. 제품에는 변화가 없고 단지 제조하는 제조업자만 변경이 되는 상황에서 기존 당사(제조판매업자)에서 받았던 인체적용시험 자료를 그대로 사용할 수 있는지요?

A.

「화장품법 시행규칙」제23조제2항에 따라 실증자료의 요건은 인체 적용시험 자료, 인체 외 시험자료 또는 같은 수준 이상의 조사자료로 규정하고 있습니다.

-실증된 제품의 제조업자가 변경된 경우 실증자료 효력 유지 여부에 대해 따로 규정하고 있지 아니하나, 제조업자만이 변경되고 원료 처방이나 제조방법 등이 변경되지 않았다면, 실증자료 효력은 그대로 유지된다고 판단됩니다.

※ 화장품법제14조(표시·광고 내용의 실증 등)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q13 행정처분(판매업무정지)에 의한 업무제한 범위 관련 질의(2015-10-28)

Q. 행정처분(판매업무정지)에 의한 업무제한 범위는 무엇인가요?

A.

「의료기기법」 위반에 따라 의료기기 제조·수입·판매업자 등에게 부과되는 행정처분은 처분의 대상이 되는 해당 업체에 한하여 처분사항이 유효합니다.

따라서, 귀사가 판매업무정지 행정처분이 시작되기 이전에 타 업체(A)에 의료기기를 납품하였다면 A업체가 의료기기를 판매하는 것은 가능합니다.

다만, 귀사의 행정처분사항과는 별개로 A업체 역시 행정처분(판매업무정지) 상태이거나 해당 의료기기가 판매중지 명령을 받은 제품이라면 유통하여서는 아니 됨을 알려드립니다.

※ 의료기기법제51조(벌칙), 의료기기법제52조(벌칙), 의료기기법제53조(벌칙), 의료기기법제54조(벌칙), 의료기기법제54조의2(벌칙)

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q14 멀티슈 성분(세틸피리디늄클로라이드)에 관한 표현광고 문의 (2015-12-04)

Q. 기존 멀티슈 제품에서 세틸피리디늄클로라이드 성분이 보존제로서 고지된 성분이 아닌관계로 해당성분 사용이 불가능한 것으로 알고있으나, 2015년 9월18일 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시안 행정예고에 따르면 세틸피리디늄클로라이드(사용한도 0.08%)를 살균보존제 성분으로 사용할 수 있다고 공고된 사실을 확인하였습니다.

개정고시가 행정예고된 상황에서 세틸피리디늄클로라이드 성분이 포함되지않았다는 표현의 광고가 가능한가요?

(EX.세틸피리디늄클로라이드 무첨가)

A.

「화장품법」제13조, 제14조, 같은 법 시행규칙 제22조, [별표 5] 및 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」 등에서 화장품의 부당한 표시·광고 및 실증에 관한 내용을 정하고 있습니다.

귀하께서 질의하신 “세틸피리디늄클로라이드”는 ‘살균보존제 성분’으로 지정되지 않아 살균보존제로서 사용하지 않았다는 표현은 사용이 불가함을 알려드립니다.

-「화장품 안전기준 등에 관한 규정(식약처 고시) 일부개정고시안 행정예고(“15.9.18.~11.17, 공고 제2015-298호)를 한 바 있으며, 살균보존제로서 사용가능 (사용한도 0.08%)토록 개정절차 진행중임.

※ 「화장품법」제13조, 제14조, 같은 법 시행규칙 제22조, [별표 5] 및 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 정명희(☎ 043-719-3413)

## Q15 좌훈패드관련 kc인증대상관련 문의(2015-12-24)

Q. 자율안전확인 안전기준에 따르면 온열팩의 종류 중 붙이는 타입 (속옷, 양말 등)은 온열팩에 속한다고 나와있습니다. 그러면 좌훈패드는 kc인증대상에 속하나요?

만약 포함이 안된다면 포함이 안되는 사유 설명바랍니다.

-제품상세설명: 좌훈패드/최고온도 65도 /평균온도55도/지속시간8시간 /팬티에 붙이는타입

A.

온열팩은 사용 시에 불, 전기 등의 외부 에너지(산소, 물 등을 제외한다)를 제공하지 않고, 내장된 성분의 화학 반응을 열원으로 하여 온도가 상승되는 온열 용품(주머니 난로형)입니다.

민원인께서 질의하신 제품은 생리대에 부착하여 사용하는 형태로, 「신진대사완화, 좌훈효과 등 의료 목적이 있고, 신체 특정부위를 위해 지속적으로 붙이는 타입은 「품질경영 및 공산품안전 관리법 시행규칙 제2조(안전관리대상공산품의 범위)에 따른 자율안전확인대상공산품에 해당하지 않음을 알려드립니다.

온열팩 안전기준은 국가기술표준원 홈페이지에서 다운로드 가능하며([www.kats.go.kr](http://www.kats.go.kr), 제품안전-생활용품-자율안전확인), 안전기준을 통해 보다 자세한 내용을 확인 가능 합니다.

※ 「품질경영 및 공산품안전 관리법 시행규칙 제2조(안전관리대상공산품의 범위)

※ 담당자: 산업통상자원부 국가기술표준원 제품안전정책국 생활제품안전과 김미애 (☎ 043-870-5452)

## Q16 상품분류 관련 문의(2015-12-17)

Q. 상품분류 관련하여 클렌징티슈와 버블바스티슈는 화장품으로 보아야 하는 것인가요? 공산품으로 보아야 하는 것인가요?

-제품추가설명-

클렌징티슈: 물티슈재질의 메이크업을 지울 수 있는 세정용제품 /

버블바스티슈: 물티슈재질의 거품이 나는 인체 세정용제품

A.

「화장품법 시행규칙」제19조제3항에 따라 ‘물휴지’는 인체세정용 제품류로 분류되고 있으며 다만, 법률 제5839호 공중위생관리법 부칙 제3호에 따라 종전의 규정이 적용되는 「공중위생법」(법률 제5839호 공중위생법으로 폐지되기 전의 것을 말한다) 제2조제3호에 따른 위생용품제조업자가 제조하는 위생종이(위생종이와 유사한 것을 포함한다)와 「장사 등에 관한 법률」제29조에 따른 장례식장 또는 「의료법」제3조에 따른 의료기관 등에서 시체를 닦는 용도로 사용되는 물휴지는 제외한다.

- 제품의 정확한 정보가 없어 명확한 답변을 드리기 어려운 점 양해 바라며, 귀 질의 물품인 ‘클렌징티슈 및 버블바스 티슈’가 「공중위생법, 장사 등에 관한 법률, 의료법에 따른 용도로 사용되는 물휴지가 아니라면, 동 법에 따라 화장품으로 분류가 가능할 것으로 사료됩니다.

※ 「화장품법 시행규칙」제19조제3항/법률 제5839호 공중위생관리법 부칙 제3호

※ 담당자: 식품의약품안전처 화장품정책과(담당자: 이지원, 전화: 043-719-3409, 이메일: ez0123@korea.kr)

## Q17 표시광고 시 사용가능표현(2015-12-18)

Q. 인체세정제 중 "외음부세정제" 표시광고 시 탄력(탱탱), 보습(촉촉) 표현 사용 가능한가요?

A.

「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

질의하신 내용이 구체적이지 않아 정확한 답변을 드리기 어려우나, 질의하신 '외음부세정제'의 경우 인체 세정용 제품으로서 사용 후물로 씻어내는 것을 고려해 볼 때 '탄력'이나 '보습'을 표시하는 것은 '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'의 범주에 해당할 가능성이 있는 것으로 판단됩니다.

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례가 있었음을 알려드립니다.(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)

※ 「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 화장품정책과(담당자: 남경우, 전화: 043-719-3408, 이메일: nkw98@korea.kr)

## Q18 표시광고 시 사용가능표현 문의 (2015-12-24)

Q. 화장품 표시광고 시 피부속, 인체에 무해한, 좁쌀(비립종), 멍게피부, 울긋불긋, 촌년병, 테라피, 힐링, 인체에 무해한 및 헤어제품 경우 모발속, 모발강화(모발을 튼튼하게), 모근강화 표현 사용 가능한가요?

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있음을 알려드립니다.

먼저 화장품 표시 위반은 문의하신 것처럼 단어 하나만을 가지고 판단하기는 어려움을 알려드립니다. 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서는 '체내 노폐물 제거(피부·모공 노폐물 제거 관련 표현 제외)' '부작용이 전혀 없다'를 화장품의 범위를 벗어나는 금지표현으로 지정하고 있습니다.

질의하신 좁쌀(비립종), 멍게피부, 울긋불긋, 촌년병, 테라피, 힐링 등은 화장품법 제13조에 제1호에 따른 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고'로 오인되지 않도록 주의하여야 할 것으로 판단됩니다.

또한 '탈모방지', '양모', '모발 등의 성장을 촉진', '모발의 두께를 증가시킨다' 등은 금지표현으로 정하고 있으니 표시광고 업무에 만전을 기하시기 바랍니다.

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례가 있었음을 알려드립니다. (대법원 판례 93도271, 1993.5.27) 나. 다만, 화장품 표시·광고 등에 대하여 우리 처에서는 사전심의를 하고 있지 아니함을 양해하여 주시기 바라며, 대한화장품협회(www.kcia.or.kr)에서 광고 자율자문을 실시하고 있음을 알려드리니 업무에 참고하시기 바랍니다.

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 화장품정책과(담당자: 남경우, 전화: 043-719-3408, 이메일: nkw98@korea.kr)

## Q19 행정처분사례관련 - 표시광고(2015-12-30)

Q 화장품 광고 진행 시 서울지방식품의약품안전청에서 아래 문구와 관련하여 과대광고로 행정처분 받은 사례가 있습니다.

아래와 같은 표현 사용시 행정처분 대상인 문구가 어떠한 표현부분인지 자세한 답변 부탁드립니다.

-아래-

1. 피부 자극 및 잠재적인 위험요소를 배제한 고농도 활성성분으로 효과적이며 안전합니다.
2. 고농도 활성성분으로 빠르고 효과적이며 임산부, 모유 수유 여성과 아이에게 안전합니다.

A.

「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

참고로 광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28선고 2002두 6180판결)가 있음을 알려드립니다.

※ 「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 서울지방식품의약품안전청 의약품안전관리과 (담당: 최주영 주무관, 전화: 02-2640-1422, e-mail: tea948@korea.kr)

## Q20 경찰제복 및 경찰장비규제관련 문의 (2016-01-06)

Q.12월 31일부터 '경찰제복 및 경찰장비의 규제에 관한 법률'이 시행됨에 따라, 경찰제복 및 경찰장비 등에 대한 상품 제조·판매가 제한되었는데요.

1. 경찰제복 및 유사경찰제복이란, '경찰공무원법 제20조' 및 '제주특별자치도 설치 및 국제자유도시 조성을 위한 특별법 제118조'에 따른 경찰공무원의 제복 또는 경찰제복의 형태색상 및 구조 등이 유사하여 외관상으로는 식별이 곤란한 물품이라고 나와있습니다. 유사 경찰장비 및 제복이 어디까지 인지 판단이 어려워 위에서 말한 유사 경찰장비 및 제복에 대해서 설명 부탁드리며, 첨부해드린 이미지와 관련된 제품도 유사 경찰 장비 및 제복으로 봐야하는지 확인 바랍니다. 또한, 첨부드린 파일과 같은 제품이 판매가 불가하다면 외편에 police와 같은 경찰을 칭하는 표시가 없고 단순 모자로만 판매가 가능한지도 확인 요청 드립니다.



-다음페이지-

## Q20 경찰제복 및 경찰장비규제관련 문의 (2016-01-06)

### A.

본 법은 경찰제복·경찰장비의 무분별한 유통을 방지하여 경찰사칭 범죄를 예방하고 경찰의 명예와 품위를 유지·향상시키고자 제정 되었습니다.

- 경찰제복의 규제대상은 경찰제복 및 경찰장비의 규제에 관한 법률 제2조 제1호의 경찰제복에서 범위를 정하고 있으며, 구체적으로는 국가경찰과 제주자치경찰의 경찰제복을 규제범위로 하고 있습니다

※ 경찰복제에 관한 규칙(행정자치부령), 국민안전처 소속 경찰공무원 복제에 관한 규칙(총리령), 제주특별자치도 자치경찰 복제에 관한 규칙 (법제처 및 해당 기관 홈페이지에서 법령 확인 할 수 있습니다)

- 경찰장비의 규제대상은 同법 시행규칙 제2조에서 경찰수갑, 경찰방패, 경찰권총허리띠, 경찰차량 및 이륜차 (경광등 및 도색·표시만 해당한다) 등 4종 장비를 규정 하고 있으며 규제대상의 유사범위는 위 규제대상 경찰제복과 장비가 형태·색상 및 구조 등이 유사하여 외관상 식별이 곤란한 물품을 말하며, 즉 police(경찰)문구, 경찰을 의미하는 참수리모양 경찰디, 경찰휘장 등을 사용하거나, 직접적인 경찰을 나타내는 문구는 사용하지 않았지만 경찰제복에 색상·계급장 등 부착물의 형태 및 부착위치가 유사하여 경찰과 식별이 곤란하여 국민들로부터 경찰로 혼동하게 하는 경우를 유사라고 보시면 될 것 같습니다

▶ 유사 여부 판례 참고

※ 디자인보호법에 대한 판례(대법원 95후 1135 판결, 대법원 05후1257 판결 등)

디자인의 유사 여부는 ... (중간생략) 그 외관을 전체적으로 대비 관찰하여 보는 사람으로 하여금 상이한 심미감을 느끼게 하는지의 여부에 따라 판단하여야 하고, ... (중간생략) 그 유사 여부를 결정하여야 한다.

## Q20 경찰제복 및 경찰장비규제관련 문의 (2016-01-06)

※ 상표법에 대한 판례(대법원 91후 691 판결 등)

상표의 유사여부는...(중간생략)거래에서 일반 수용자들이 상표에 대하여 느끼는 직관적 인식을 기준으로 그 상품의 출처에 관하여 오인·혼동을 일으키게 할 우려가 있는지에 따라 판단하여야 한다.

확인을 요청해주신 사진에 확인한바, 해당 모자는 경찰청 소속 국가경찰공무원의 경찰모와 식별이 곤란한 수준이 아닌 것으로 보이며, 아울러 경찰제복이 개선되어 2016년 6월부터 단계적으로 착용하게됩니다. 개선된 경찰제복과 법 주요내용은 사이버 경찰청 홈페이지 (팝업창)에서 확인할 수 있습니다.

※「경찰제복 및 경찰장비의 규제에 관한 법률 제2조 제1호의 경찰제복

※담당자:경찰청 정보화 장비정책관 장비담당관 (담당: 김명숙 (02-3150-1245))

## Q21 유사 군용장비 및 군복관련 문의(2016-01-15)

Q.경찰제복 및 경찰장비 등에 대한 상품 제조·판매가 제한 됨에 따라 군복 및 군용장구의 단속에 관한 법률 시행규칙 4조 유사 군복의 범위에서 여기서 말하는 유사 군복 및 군용장구의 범위가 어디까지 이며, 첨부해드린 이미지와 관련된 제품도 유사 경찰 장비 및 제복으로 봐야 하는지 확인 바랍니다.



A.

"군복 및 군용장구의 단속에 관한 법률 시행규칙 제 4조 유사군복의 범위에서 유사군복 및 군용장구의 범위가 어디까지이며, 첨부한 이미지와 관련된 제품도 유사 군복으로 봐야 하는지 확인 바랍니다" 라는 민원에 대한 답변입니다

'군복 및 군용장구의 단속에 관한 법률'(이하 군복단속법)은 군복 및 군용장구의 제조 및 판매와 그 착용 및 사용을 규제함으로써 군수품의 유출을 방지하고 군의 품위를 유지하며 나아가 군의 임무를 효과적으로 수행하는데 기여함을 목적으로 하고 있습니다

이와 관련하여 문의하신 사항에 대하여 각 항목별로 답변 드리겠습니다

-다음페이지-

## Q21 유사 군용장비 및 군복관련 문의(2016-01-15)

첫째, 유사군복이라 함은 '군복과 형태 및 색상과 구조 등이 유사하여 외관상으로는 식별이 극히 곤란한 물품'으로서 유사군복의 범위는 기본군복과 특수군복으로 분류가 되며 기본군복에는 전투복, 전투화, 전투모, 계급장, 장관급 장교표지가 있으며, 특수군복에는 야전상의, 방한복, 비행복, 특전복 등이 해당됩니다 또한, 군용장구라 함은 '군용표지가 있는 물품'으로 그 범위에는 권총집, 구급대, 탄입대, 개인장구요대, 수통, 야전삽, 반합, 천막류, 모포, 침낭, 방탄헬멧, 방탄복, 배낭 등이 있으며 이러한 것을 판매하면 단속 대상이 됩니다

둘째, 첨부하신 이미지는 베레모와 배낭으로, 실물을 보고 판단하는 것이 가장 효과적이나 사진상으로 보았을 때, 앞에서 유사군복 및 군용장구의 분류에서와 같이 베레모는 형태와 색상 및 구조 등이 유사하여 외관상으로 식별이 곤란하기 때문에 '유사군복'에 해당 될 것으로 판단되고, 배낭은 군용표지의 유무가 확인되지 않아 '군용장구'의 여부는 확인이 제한되겠지만 군용표지가 있으면 '군용장구'에 해당이 되고, 군용표지가 없으면 '군용장구'에 해당되지 않습니다

※ 군복 및 군용장구의 단속에 관한 법률(이하군복단속법)

※담당자:국방부 전력자원관리실 군수관리관 군수기획관리과 (박미경 (02-748-5709))

## Q22 표시광고 관련 문의 (2016-01-22)

Q. 피부노화완화, 안티에이징, 피부노화 징후 감소의 표현은 인체적용시험 자료 또는 인체 외 시험자료로 입증하여 화장품 표시광고가 가능하다고 확인하였습니다.

해당 표현의 경우 주름개선의 효능효과와 유사한 것으로 보이는데 위의 입증자료 이외에 주름개선 기능성 화장품 심사(보고)자료로 대체가능한지 문의 드립니다.

만약, 주름개선 기능성 화장품 심사(보고)자료로 대체가 불가능하다면 이외의 추가적으로 대체할 수 있는 자료는 무엇인가요 ~?

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있음을 알려드립니다.

동 가이드라인에 [별표2]에 따라, '피부노화완화', '안티에이징', '피부노화 징후 감소' 등의 표현은 실증대상으로 규정하고 있으며 이때 실증 자료로 인체적용 시험자료 또는 인체외 시험자료로 입증하여야 합니다.

질의하신 것처럼 주름개선 기능성화장품으로 심사를 받은 제품이라면, 주름개선 효과를 나타내는 기능성 원료의 효능·효과로 피부노화완화 등 표현을 사용할 수 있을 것으로 사료되오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

- 다음페이지 -

## Q22 표시광고 관련 문의 (2016-01-22)

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례가 있었음을 알려드립니다.(대법원 판례 93도271, 1993.5.27)

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5], [별표 2]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과(담당: 남경우 (043-719-3408))

## Q23 의약외품표시광고 관련 (2016-01-29)

Q. 1)약사법 제68조(과장광고 등의 금지)는 의약외품에도 공통적으로 적용되는 사항인가요?

2) 의약외품에서도 사용전후 이미지 및 체험담(블로그 후기,구매후기 등) 광고가 불가능 한건가요~?

3)의약외품에서도 사용전후 이미지 및 체험담(블로그 후기,구매후기 등) 광고가 불가능 한것이라면 어떠한 법규에 근거하여 사용불가능한 건가요?

4)만약, 염색약이나 제모제, 치아미백제 등의 반드시 사용전과 후의 변화가 나타나는 의약외품에 있어서는 어느 범위까지 광고가 가능하나요?(EX,사용전후이미지, 체험담 등)

A.

의약외품을 광고하는 경우 「약사법」 제68조, 「의약품 등의 안전에 관한 규칙」 제78조 및 같은 규칙 [별표 기]을 준수하여야 하며, 관련 규정을 위반하였는지 여부는 광고의 전반적인 사항을 바탕으로 판별합니다.

의약외품 광고 시 이미지나 체험담 등을 활용하는 것 자체를 금지하고 있지 않으나, 의약외품의 효능이나 성능을 암시하는 기사·사진·이미지 또는 기타 암시적 방법을 사용하는 광고 또는 그 광고의 내용이 효능(성능)에 대해 거짓 또는 과장된 경우 위 규정에 위반되어 약사법령에 따라 처분될 수 있습니다.

※ 「약사법」 제68조, 「의약품 등의 안전에 관한 규칙」 제78조 및 같은 규칙 [별표 기]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 의약외품정책과 (담당: 윤해석 (043-719-3706))

## Q24 표시광고 관련 문의 (2016-02-05)

Q. 화장품 표시.광고 주요 실증대상에 따르면 시험분석자료로 입증 가능할 경우 특정성분이 들어있지 않다는 '무 00'의 표현이 가능하다고 명시되어있는데

1) 시험분석자료로 입증 가능할 경우 특정성분이 들어있지 않다는 '무 00'의 표현 대신 “유해성분을 최대한 배제했습니다”, “유해성분을 전혀 사용하지 않았습니다”의 포괄적인 표현이 가능한지요?

ex. 연약한 아기 피부를 위해 유해성분을 전혀 사용하지 않았습니다.

2) 또한, '무 00'의 표현 대신 유해성분 불검출, 유해성분 무, 유해물질 무의 단어로 광고가 가능한지요?

ex.



## Q24 표시광고 관련 문의 (2016-02-05)

A

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 「화장품 표시·광고 관리 가이드라인」에서 정하고 있습니다.

제품에 특정성분이 들어 있지 않을 경우 시험분석자료(타 물질로의 변환 가능성이 없으며 시험분석자료 입증에 불가능한 경우 제조관리기록서나 원료시험성적서 등) 입증시 ‘무○○’의 표현이 가능합니다.

따라서 ‘유해성분’이란 표현은 특정 성분이 아닌 불특정 다수의 성분을 포함하고 있는 표현이므로 표시·광고시 ‘무’ 함유된 구체적인 성분을 표시하시는 것이 바람직합니다.

※「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※담당자:식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (담당: 정명희 (043-719-3413))

## Q25 표시광고(2016-02-19)

Q. 허용치가 있는성분들에 있어서 시험분석자료로 입증 가능할 경우"OO무첨가", "OO불검출"표현 광고가능하나요?

#'16년 화장품 주요제도 변경사항 등 알림

○화장품 원료 허용기준 개선(15.12.)

- 제제 특성 등을 감안, 안전성이 확보된 범위 내에서 '네일폴리쉬' 등 원료 '자일렌'의 허용치 조정

- 기존 사용제한원료였던 '세틸피리디늄클로라이드'를 살균보존제 목적으로 0.08% 범위 내에서 사용 허용

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 화장을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고' 등을 금지하고 있습니다.

문의하신 성분 중 "자일렌"은 「화장품 안전기준 등에 관한 규정 (식약처 고시) [별표 1]에 따른 사용할 수 없는 원료로 지정되어 있어 '무○○'은 사용하지할 수 없습니다. ※ 자일렌 : 사용할 수 없는 원료(다만, 화장품 원료의 제조공정에서 용매로 사용되었으나 완전히 제거할 수 없는 잔류용매로서 화장품법 시행규칙 [별표 3] 자. 손발톱용 제품류 중 1), 2), 3), 4)에 해당하는 제품 중 0.01% 이하, 기타 제품 중 0.002% 이하인 경우 제외)

'세틸피리디늄클로라이드'는 배합금지 성분에 해당되지 않으므로 업체에서 이를 입증할 수 있는 실증자료를 갖춘다면 해당 성분의 '무○○'의 표현이 가능할 것으로 판단됩니다.

※「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (담당: 정명희 (043-719-3413))

## Q26 건강기능식품 판매관련 문의(2016-02-25)

Q. 제조국가(외국)에서 건강기능식품으로 판매 중인 상품을 해외 구매 대행하여 일반 가공식품으로 판매할 수 있나요?

A.

국내 소비자의 요청에 따라 해외판매자의 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말한다) 등으로부터 수입식품등(식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물)의 구매를 대행하여 수입하는 경우에는 「수입식품안전관리특별법」에 따라 “수입식품등 인터넷 구매 대행업” 영업등록을 하고, 매 수입 시마다 물품 통관지역을 관할하는 지방식품의약품안전청에 수입신고를 하여야 합니다.

「건강기능식품에 관한 법률」(약칭: 건강기능식품법) 제3조에 따르면 “건강기능식품”이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조·가공한 식품을 말합니다.

귀하께서 문의하신 제품에 대해 구체적인 정보가 부족하여 답변드리기 어려우나, 국내법에 따라 규정하고 있는 건강기능식품에 해당되는 제품이라면 건강기능식품으로 구매대행하여 수입하시는 것이 바람직합니다.

라. 다만, 일반 가공식품으로 구매대행하려는 경우 국내법상 적합한 것인지 검토가 필요할 것으로 판단되오니 구매대행하시려는 제품에 대해 구체적인 내용으로 재질의하여 주시면 검토 후 답변 드리도록 하겠습니다.

※「건강기능식품에 관한 법률」(약칭: 건강기능식품법) 제3조

※담당자:식품의약품안전처 식품안전정책국 수입식품정책과 (담당: 허예진 (043-719-2156))

## Q27 건강기능식품 판매관련 문의(2016-02-29)

Q. 제조국가(외국)에서 현재 가공식품으로 판매 중인 상품을 정식 수입업자는 건강기능식품으로 판매하고 있다면, 해외구매 대행으로 판매 시에는 제조국 기준인 가공식품으로 판매를 해야 하는지, 아니면 국내 기준으로 건강기능식품으로 판매 해야 하는지 궁금합니다.

A.

국내 소비자의 요청에 따라 해외판매자의 사이버몰(컴퓨터 등과 정보통신설비를 이용하여 재화 등을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 말한다) 등으로부터 수입식품등(식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물)의 구매를 대행하여 수입하는 경우에는 「수입식품안전관리특별법」에 따라 “수입식품등 인터넷 구매 대행업” 영업등록을 하고, 매 수입시마다 물품 통관지역을 관할하는 지방식품의약품안전청에 수입신고를 하여야 합니다.

「건강기능식품에 관한 법률」(약칭: 건강기능식품법) 제3조에 따르면 “건강기능식품”이란 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조·가공한 식품을 말합니다.

귀하께서 문의하신 제품에 대해 구체적인 정보가 부족하여 답변드리기 어려우나, 국내법에 따라 규정하고 있는 건강기능식품에 해당되는 제품이라면 건강기능식품으로 구매대행하여 수입하시는 것이 바람직합니다.

※「건강기능식품에 관한 법률」(약칭: 건강기능식품법) 제3조

※담당자: 식품의약품안전처 식품안전정책국 수입식품정책과 (담당: 허예진 (043-719-2156))

## Q28 식품법규관련 (2016-02-29)

Q. 미국 마트에서 일반적으로 구매할 수 있는 '센트롬'과 같은 제품은, 국내에서 의약품으로 판매되고 있습니다. 이런 센트롬을 해외구매대행하여 판매하려고 하는데, 수출국(미국) 기준인 건강기능식품으로 수입이 가능한지, 불가하다면 저촉되는 법령이 무엇인지 궁금합니다.

A.

「건강기능식품의 기준 및 규격」제2. 공통 기준 및 규격에 따라, 건강기능식품 제조에 사용되는 원료는 기능성 원료, 영양소, 기타원료가 있습니다.

기능성 원료는 건강기능식품의 제조에 사용되는 기능성을 가진 물질로서, 「건강기능식품의 기준 및 규격」제 3. 개별기준 및 규격 또는 「건강기능식품의 기능성 원료 및 기준규격 인정에 관한 규정」에서 정한 제조기준 및 규격에 적합한 것을 사용하여야 합니다.

영양소는 비타민·무기질, 식이섬유, 단백질, 필수지방산 등을 말하며, 「건강기능식품의 기준 및 규격」제 3. 개별기준 및 규격에서 제시한 원료를 사용하여야 하며 해당 원료의 기준 및 규격은 식품 또는 식품첨가물의 기준 및 규격을 적용합니다.

기타원료는 별도의 규격을 설정하지 않고 건강기능식품의 제조에 사용할 수 있는 원료 또는 성분을 말하며, 기타원료로 사용할 수 있는 범위는 「식품의 기준 및 규격」에 적합한 것, 「식품첨가물의 기준 및 규격」에 적합한 것, 「축산물의 가공기준 및 성분규격」에 적합한 것, 기능성 원료 또는 영양소입니다. 다만 이 때에는 섭취 시 주의 사항을 반드시 고려하고, 식품의약품안전처장이 정한 일일섭취량 미만으로 사용하여야 하며, 「건강기능식품의 기능성 원료 및 기준규격 인정에 관한 규정」에 따라 개별인정 받은 기능성 원료는 인정서가 발급된 업자에 한하여 사용할 수 있습니다.

-다음페이지-

## Q28 식품법규관련 (2016-02-29)

귀하께서 질의하신 "센트롬"의 구체적인 정보(원료명 및 함량, 제조공정, 영양 및 기능정보 등)를 확인할 수 없어 정확한 답변이 어려우나, 「건강기능식품의 기준 및 규격」 제 3. 개별기준 및 규격 1. 영양소의 각각의 제조기준 및 규격, 최종제품의 요건에 적합하게 제조된 제품일 경우 사용이 가능함을 알려드립니다.

아울러 기능성 원료 및 이를 사용하여 제조 가공한 제품의 규격은 「건강 기능식품의 기준 및 규격」 제 2. 공통 기준 및 규격과 제 3. 개별 기준 및 규격 또는 「건강기능식품 기능성 원료 및 기준 규격 인정에 관한 규정」에 따라 인정된 기준 및 규격을 함께 적용하는 것을 원칙으로 함을 알려드리며, 구체적인 수입 가능 여부 등 세부적인 사항은 수입신고하시고자 하는 해당 지방식품의약품안전청 수입관리과(수입식품검사소 또는 식품안전관리과)에 문의하시면 상세한 도움을 받을 수 있으니 업무에 참고하시기 바랍니다.

※「건강기능식품에 관한 법률」(약칭: 건강기능식품법) 제3조

※담당자: 식품의약품안전처 식품영양안전국 건강기능식품정책과 (담당: 김현정 (043-719-2456))

## Q29 화장품법 기능성관련(2016-03-11)

Q. 화장품법 시행규칙 제2조 기능성화장품의 범위에서 "4. 강한 햇볕을 방지하여 피부를 곱게 태워주는 기능을 가진 화장품"도 기능성 화장품의 범위에 속하는 것으로 확인이 되는데

1. 강한 햇볕을 방지하여 피부를 곱게 태워주는 기능을 가진 화장품이라면 태닝제품을 지칭하는것인지요?  
(그 외의 다른 제품은 무엇이 있는지요?)
2. 식약처 화장품 전자민원창구에서 태닝 제품 조회 시 효능효과에 "자외선으로부터 피부를 보호한다", "피부주름개선에 도움을 준다"라고 되어있는데 화장품법상 효능효과와 내용이 다르게 표현 된 이유는 무엇인가요?
3. 자외선으로 피부를 보호 한다는 기능성 인증을 받은 제품이라면 "태닝" 문구 표시광고 가능한가요~?
4. 일반 화장품 및 태닝 제품(기능성 미인증제품)에 "강한 햇볕을 방지하여 피부를 곱게 태워주는", "피부를 곱게 태워주는" 문구를 사용 시 표시광고 위반인가요?

## Q29 화장품법 기능성관련 (2016-03-11)

A

질의하신 '태닝제품'이 어떤제품인지 명확하지 않아 정확한 답변을 드리기 어려운 점 양해하여 주시기 바랍니다. 「화장품법 시행규칙」 제2조제4호 '강한 햇빛을 방지하여 피부를 곱게 태워주는 기능을 가진 화장품'이란 자외선을 차단하는 기능성화장품을 의미함을 알려드립니다.

「화장품법 시행규칙」 제2조제4호에 따라 자외선차단 기능으로 식약처에 기능성화장품 심사를 받은 경우 '자외선으로부터 피부를 보호한다'로 제2조제3호에 따라 주름을 완화 또는 개선하는 화장품으로 심사를 받은 경우 '피부 주름개선에 도움을 준다'로 효능·효과를 표시할 수 있습니다.

- 따라서 문의하신 제품의 효능·효과는 화장품법 제2조제2호에 적합하게 사용된 표현으로 그 내용이 다르지 않음을 알려드립니다.

「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있습니다.

- 문의하신 것처럼 자외선으로 피부를 보호하는 기능성 화장품으로 심사를 받은 경우이고 해당 제품이 태닝 목적으로 사용되는 경우라면 '태닝' 표현이 가능할 것으로 판단됩니다.

- 또한 기능성화장품이 아닌 일반화장품이 태닝의 목적으로 사용되는 경우 '피부를 곱게 태워주는' 이라는 표현이 자외선 차단 및 강한 햇빛을 방지하는 기능성 화장품 효능·효과와 관련이 없는 경우 사용 가능할 것으로 판단되오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

※ 「화장품법 시행규칙」 제2조제4호, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과(담당: 남경우 (043-719-3408))

## Q30 해외직배송 기능성화장품관련 문의(2016-03-17)

Q. 해외직배송 기능성화장품의 경우 일반통관으로 들어온 제품이면 기능성문구 표시광고가 가능한가요?

A.

「화장품법」제4조에 따라서 기능성화장품을 제조 또는 수입하여 판매하려는 제조판매업자는 품목별로 안전성 및 유효성에 관하여 식품의약품안전처장의 심사를 받거나 식품의약품안전처장에게 보고서를 제출하여야 합니다.

따라서 귀하께서 기능성화장품을 수입하여 기능성화장품 문구를 사용하고자 한다면, 상기 규정에 따라 심사(또는 보고)를 받으셔야 기능성화장품으로 표시·광고 가능합니다.

※ 「화장품법」제4조

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (담당: 정명희 (043-719-3413))

## Q31 통관관련문의(2016-03-17)

Q. 1)화장품에서 목록통관과 일반통관으로 구별한 이유는 무엇인가요?

2)해외직배송의 경우 기능성 화장품을 일반화장품으로 판매하는 경우 목록통관으로 들여와도 되나요?

A.

화장품 중 기능성화장품, 태반함유화장품, 스테로이드제 함유화장품 및 성분미상 등 유해화장품은 목록통관이 배제됩니다. 이는 유해성분 등 국민건강에 위험성이 높은 물품에 대하여 일반수입통관 절차를 통해 통관관리를 강화하고 국민건강을 보호하기 위한 조치입니다.

기능성 화장품을 일반화장품으로 판매하더라도 판매용도와 관계없이 기능성 화장품에 해당하며, 일반화장품의 경우라도 판매하는 경우 자가사용 물품이 아니므로 목록통관이 배제됩니다.

※담당자:관세청 통관지원국 특수통관과 (담당:공상권 (042-481-7855))

## Q32 표시광고 관련 (2016-03-22)

Q. 예전 식약처 질의 시 기능성화장품을 일반화장품으로 광고가 가능하다는 유선 답변을 받았습니다. 모든 상품에 기능성 여부를 확인하기에 어려움이 있어 기능성 심사보고가 된 기능성 화장품을 일반화장품으로 광고가 가능한지 서면 질의 드립니다

A.

앞서 답변(신청번호:1AA-1603-091351)에서 말씀드렸듯이, 「화장품법」 제4조에 따라서 기능성화장품을 제조 또는 수입하여 판매하려는 제조판매업자는 품목별로 안전성 및 유효성에 관하여 식품의약품안전처장의 심사를 받거나 식품의약품안전처장에게 보고서를 제출하여야 합니다.

따라서 다른 제조판매업자가 수입하여 기능성화장품 심사(또는 보고)를 받은 제품과 동일한 제품을 귀하께서 수입하고자 한다면, 귀하께서는 해당 제품에 대하여 기능성화장품 심사(또는 보고)를 별도로 받아야 합니다.

귀하께서 수입하려는 화장품을 기능성화장품으로 심사(또는 보고)를 받지 않았다면, 기능성화장품으로 표시·광고 할 수 없음을 알려드립니다.

※ 「화장품법」 제4조

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (담당: 정명희 (043-719-3413))

## Q33 표시광고 관련 (2016-03-22)

Q. 국내 허가.심사 받은 해외기능성화장품을 다른 제조판매업자가 수입해 허가.심사 없이 판매할 경우 기능성 화장품이 아닌 일반 화장품으로 광고 가능하나요?

A.

앞서 답변(신청번호:1AA-1603-091351)에서 말씀 드렸듯이, 「화장품법 제4조에 따라서 기능성화장품을 제조 또는 수입하여 판매하려는 제조판매업자는 품목별로 안전성 및 유효성에 관하여 식품의약품안전처장의 심사를 받거나 식품의약품안전처장에게 보고서를 제출하여야 합니다.

따라서 다른 제조판매업자가 수입하여 기능성화장품 심사(또는 보고)를 받은 제품과 동일한 제품을 귀하께서 수입하고자 한다면, 귀하께서는 해당 제품에 대하여 기능성화장품 심사(또는 보고)를 별도로 받아야 합니다.

귀하께서 수입하려는 화장품을 기능성화장품으로 심사(또는 보고)를 받지 않았다면, 기능성화장품으로 표시·광고 할 수 없음을 알려드립니다.

※ 「화장품법 제4조

※담당자:식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (담당: 정명희 (043-719-3413))

## Q34 식품\_표시광고 관련(2016-03-31)

Q.식품 광고시 식품위생법 상 '인증', '보증', '추천'을 받았다는 내용은 정부기관으로부터 받은 인증, 보증만 사용할 수 있다고 확인하였습니다.

이에따라 'LOHAS 인증' 이라는 문구를 광고페이지에 언급할 수 있는지 궁금합니다.

LOHAS 인증은 '한국표준협회'에서 인증하는 제도인데, 한국표준협회를 정부기관으로 볼 수 있는지 궁금하고, 혹은 식품위생법 시행규칙 제8조 6항 라목에 따라 '식품의약품안전처장이 고시하는 절차와 방법에 따라 식품에 대한 인증·보증의 신뢰성을 인정받은 기관으로부터 받은 인증·보증' 으로 볼 수 있는지 궁금합니다.

A.

「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 각종 상장·감사장 등을 이용하거나 “인증”, “보증” 및 “추천” 등을 이용한 광고(정부기관\* 인증 등은 제외) 등의 허위·과대광고를 하여서는 아니 되도록 규정하고 있습니다.

\*「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장, 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 공공기관의 운영에 관한 법률 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증, 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증의 경우 제외

다만, 질의하신 '제품의 브랜드가 수상한 상장'의 경우 식품등의 광고에 해당하지 않아 식품위생법상 과대광고로 보기에는 어려우므로 객관적인 사실에 근거한다면 사용 가능할 것으로 판단됨을 알려드립니다. 이 경우 판매사이트 등에 식품등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대하여 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있어서는 아니 됨을 알려 드리니 업무에 참고하여 주시기 바랍니다.

※ 「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조

※ 담당자: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 (신준희 (043-719-2045))

## Q35 화장품 표시광고 관련(2016-04-07)

Q. 화장품 표시광고 내용 중 지정,공인, 추천,지도, 연구 개발 등의 내용 없이 특정약국 및 특정 성형외과를 지칭 하지 않는다면 아래 예시와 같은 표현 사용이 가능한가요?

예시 : 1)약국에서 판매 중 2)성형외과에서 사용 중 3)약국 화장품 코너에서 판매 중 4)성형외과내 에스테틱에서 사용 중

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있습니다.

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례(대법원 판례 93도271, 1993.5.27) 및 광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28선고 2002두 6180판결)가 있음을 알려드립니다.

화장품 판매장소에 대하여는 제한하고 있지 않으나, 해당 화장품이 의약품으로 오인 되지 않도록 또는 의사의료기관 등이 지정·공인·추천 및 사용하고 있다는 내용이나 이를 암시하는 등의 표시·광고가 되지 않도록 표시·광고에 만전을 기하여 주시기 바랍니다.

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (정명희 (043-719-3413))

## Q36 화장품 표시광고 문의(2016-04-15)

Q. 식약처 2016년 4월 화장품관련 동향 공지에 따르면 "두피가려움 비듬" 표현이 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표현으로 확인되었습니다.

그렇다면, 일반세정용 헤어제품 (샴푸, 린스,트리트먼트 등)의 경우 "두피 가려움", "비듬" 문구사용이 불가한가요?

표시광고가 불가하다면 "비듬 및 가려움을 덜어주고", "비듬 완화", "두피가려움 완화", "건조에 기인한 두피 가려움"과 같은 우회적인 표현은 사용 가능한가요?

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있습니다.

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례(대법원 판례 93도271, 1993.5.27) 및 광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28선고 2002두 6180판결)가 있음을 알려드립니다.

질의하신 문구만으로는 의학적 표현이라 보는 것은 어려울 것으로 판단되나, 사실과 다른 표시·광고가 되지 않도록 표시·광고에 만전을 기하여 주시기 바랍니다..

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (정명희 (043-719-3413))

## Q37 식품\_표시광고 문의(2016-04-19)

Q. 식품위생법 제8조 1항 6호 가목에 '정부표창규정'에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장은 광고가 가능하다고 나와 있는데, 제품 자체가 수상한 것이 아닌, 제품 브랜드가 수상한 내용도 식품 광고시 사용 가능한가요?(예시: 00막창(브랜드명)\_ '00구청장에게 우수기업상 수상')

A.

「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 각종 상장·감사장 등을 이용하거나 “인증”, “보증” 및 “추천” 등을 이용한 광고(정부기관\* 인증 등은 제외) 등의 허위·과대광고를 하여서는 아니 되도록 규정하고 있습니다.

\*「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장, 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증, 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증의 경우 제외

다만, 질의하신 '제품의 브랜드가 수상한 상장'의 경우 식품 등의 광고에 해당하지 않아 식품위생법상 과대광고로 보기에는 어려우므로 객관적인 사실에 근거한다면 사용 가능할 것으로 판단됨을 알려드립니다.

이 경우 판매사이트 등에 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대하여 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있어서는 아니 됨을 알려드리니 업무에 참고하여 주시기 바랍니다.

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 (신준희 (043-719-2045))

## Q38 식품\_표시광고 문의(2016-04-19)

Q. 식품 광고 시 구매 후기 같은 체험기를 이용하는 광고를 할 수 없는데, '후기 작성시 추천하여 선물을 증정한다' 는 식의 광고 문구를 기재 할 수 있는지 궁금합니다

A.

「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조제1항에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 사실과 다르거나 과장된 표시·광고, 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고, 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고, 판매 사례품 또는 경품 제공·판매 등 사행심을 조장하는 내용의 표시·광고(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따라 허용되는 경우는 제외한다), 체험기를 이용한 광고 등의 허위·과대광고를 하여서는 아니 됩니다.

질의와 관련하여 '후기 작성시 추천하여 선물을 증정한다'는 내용만으로는 상기가. 규정에 저촉되는 것으로 보기 어려우나, 이 경우 상기가. 규정에 따라 사행심을 조장하는 표시·광고를 하여서는 아니 되며, 식품을 판매하는 자는 같은 법 시행규칙 제8조제1항에 저촉되는 내용의 후기가 없도록 관리하여야 함을 알려드리니 업무에 참고하여 주시기 바랍니다.

※ 「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조제1항

※ 담당자: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 (홍은경 (043-719-2021))

## Q39 표시광고 문의 (2016-04-29)

Q. 화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에 신체개선표현 중 다이어트, 체중감량, 몸매개선, 신체일부를 날씬하게 하는 표현은 금지표현으로 확인하였습니다.

화장품의 표시 광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단한다고 답변 받은바 있습니다.

그렇다면, 온열감이 있는 바디크림 판매 시 바디크림과 줄자 세트 판매 또는 사은품으로 줄자를 제공한다면, 소비자 오인 우려가 있는 다이어트 표방 광고로 볼 수 있나요~?

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있습니다.

사은품의 추가 증정만으로 표시·광고 위반으로는 판단할 수 없으니, 사실과 다른 표시·광고가 되지 않도록 표시·광고에 만전을 기하여 주시기 바랍니다.

※ 의료기기법(제26조(일반행위의 금지))

※담당자:식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 (정명희 (043-719-3413))

## Q40 체외진단용의료기기(임신테스트기) 광고 관련 질의 (2015-10-27)

Q. 체외진단용의약품에서 의료기기로 전환된 제품을 업데이트(제품사진) 하지 않으면 광고를 할 수 없나요?

A.

「의료기기법 시행규칙」 부칙 제8조(체외진단용 의약품 포장 등의 기재사항에 관한 특례)에 따라 동 부칙 제1조제1호에 따른 시행일부터 1년이 되는 날까지 「약사법」에 따라 기재사항이 적혀있는 용기, 포장 또는 첨부문서를 사용할 수 있다고 규정되어 있습니다.

따라서, 동 부칙에 따라 체외진단용 의료기기로 전환된 제품인 경우에도 약사법에 따라 기재사항이 적힌 제품을 판매할 수 있음을 알려드립니다.

아울러, 의료기기를 광고하고자 하는 경우에는 「의료기기법」 제25조 및 「의료기기 광고사전심의 규정」에 따라 해당 광고물에 대한 광고심의를 받아야 하며, 광고하고자 하는 내용이 의료기기의 허가·신고사항(제품명, 모양 및 구조, 원재료, 제조방법, 사용목적, 사용방법, 사용 시 주의사항, 포장단위, 저장방법 및 사용 기한, 시험규격, 제조·수입업자 정보, 허가조건, 비교)에 해당되는 경우에는 해당 내용에 대해 변경허가를 받은 후 광고할 수 있을 것으로 사료됩니다.

※ 의료기기법(제25조(광고의 심의))

※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q41 미용기기의 주름개선에 관한 임상자료 광고 가능 관련 질의 (2015-10-27)

### Q. 미용기기의 주름개선에 관한 임상자료 광고 가능 관련 질의

A.

의료기기법 제26조제7항에는 “의료기기가 아닌 것의 외장, 포장 또는 첨부문서에 의료기기와 유사한 성능이나 효능 및 효과 등이 있는 것으로 잘못 인식될 우려가 있는 표시나 광고를 하여서는 아니된다”고 규정하고 있습니다.

따라서, 고객님이 말씀하신 동 제품이 의료기기가 아닌 미용목적으로 사용되는 제품으로 ‘주름개선’이라고 표현하는 것은 광고문구로 적합하지 않을 것으로 판단 됩니다.

다만, ‘주름개선’의 효능효과로 광고하고자 하는 경우에는 「의료기기법」에 따라 의료기기로 허가받아야 함을 알려드립니다.

참고로, 미용목적으로 사용되는 공산품의 표시·광고는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 및 「품질경영 및 공산품 안전 관리법」을 준수하여야 하므로, 구체적인 사항은 소관기관인 공정거래위원회(소비자정책과, 044-200-4414) 및 산업통상자원부에 문의하여 주시기 바랍니다.

※ 의료기기법(제26조(일반행위의 금지))

※ 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255)

## Q42 화장품 흡수 촉진하는 기기의 의료기기 해당여부 질의 (2015-10-26)

Q. 초음파와 미세전류(갈바닉)를 이용한 화장품 흡수 촉진을 목적으로 하는 기기가 의료기기에 해당하나요?

A.

의료기기법 제2조제1항에 따라 의료기기란 사람이나 동물에게 단독 또는 조합하여 사용되는 기구·기계·장치·재료 또는 이와 유사한 제품으로서 아래의 어느 하나에 해당하는 제품을 말합니다(의약품, 의약외품, 의자·보조기 제외).

가. 질병의 진단·치료·경감·처치 또는 예방의 목적으로 사용되는 제품

나. 상해 또는 장애를 진단·치료·경감 또는 보정의 목적으로 사용되는 제품

다. 구조 또는 기능을 검사·대체 또는 변형의 목적으로 사용되는 제품

라. 임신조절의 목적으로 사용되는 제품

질의하신 제품의 사용목적이 '의학적 효능·효과를 목적으로 하지 않고, 단순히 미용을 위해 초음파와 미세전류(갈바닉)를 이용하여 화장품의 유효 성분이 피부로 침투하는데 도움(촉진)을 주는 목적으로만 제조·사용하는 기기'는 상기 「의료기기법」 제2조 의료기기 정의에 부합되지 않으므로 의료기기에 해당되지 않을 것으로 사료됩니다

※ 의료기기법(제2조(정의))

※담당자:식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255)

## Q43 상품정보제공고시 (2016-05-04)

Q. 신발/구두 상품정보고시에 있어

1. 제품 소재 (운동화인 경우에는 겔감, 안감을 구분하여 표시)에  
소재명칭이 아닌 직물의 형태를 의미하는 "합성섬유"로 기재해도 무방한가요?(ex.겔감:소가죽 /안감:합성섬유)

#의미:

1. 합성섬유란 합성고분자 섬유라는 뜻
2. 합성섬유: 다양한 직물의 합성

2. 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기 (병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체 가능)의 경우

\*해외직배송의 제품의 경우 수입자표기시 해외직배송 여부로 대체 가능한가요~?

\*구매대행의 제품의 경우 수입자 표기 시 구매대행 여부로 대체 가능한가요~??

## Q43 상품정보제공고시 (2016-05-04)

A.

- ① 제품소재를 단순히 “합성섬유” 라고만 표기하여서는 안 되며, 공산품안전법에 따른 표시사항에 준하여 구체적인 합성섬유의 종류를 구분하여 표시하여야 될 것으로 판단됩니다.

\*「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」제13조 제2항은 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 재화 등의 정보에 관한 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 한다고 규정 및 같은 법 제13조 제4항에 따라 제정된 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 ‘상품정보제공고시’라 함) III. “구두/신발” 품목의 경우 제품 소재(운동화의 경우에는 겔감, 안감을 구분하여 표시)를 표시하도록 되어 있습니다.

참고로 「품질경영 및 공산품안전관리법」(이하 ‘공산품안전법’이라 함) 제2조 제10호는 “안전·품질표시대상공산품”이란 소비자가 취급·사용·운반 등을 하는 과정에서 사고가 발생하거나 위해를 입을 가능성이 있는 공산품과 소비자가 성분·성능·규격 등을 구별하기 곤란한 공산품으로서 산업통상자원부령으로 정하는 것을 말한다고 규정하고 있으며, 같은 법 제22조 제1항은 안전·품질표시대상공산품 제조업자 및 수입업자는 산업통상자원부장관이 정하여 고시하는 안전기준에 적합한 안전·품질표시대상공산품에 해당 공산품의 안전 및 품질에 관한 표시(이하 “안전·품질표시”라 한다)를 하여야 하고, 이 경우 품질에 관한 표시의 방법은 산업통상자원부장관이 정하여 고시한다고 규정하고 있습니다.

이와 관련하여 제정된 「안전·품질표시대상공산품의 안전·품질표시기준」제2조 제1항은 제1조의 안전·품질표시기준은 「품질경영 및 공산품안전관리법 시행규칙」 별표 3에 따른 안전·품질표시대상공산품별로 부속서를 적용한다고 규정하고 있으며, 「안전·품질표시대상공산품의 안전·품질표시기준」에 첨부된 부속서1(가정용 섬유제품) 7.1.4에 따르면, 표시에 사용하는 섬유의 명칭을 나타내는 문자에는 [별표 5]에 따라 통일문자 즉, 같은 ‘합성섬유’라 하더라도 나일론/비닐론/아크릴/폴리우레탄 등을 구분하여 사용하여야 한다고 규정하고 있습니다.

- 다음페이지 -

## Q43 상품정보제공고시 (2016-05-04)

A.

② “구두/신발” 품목의 경우 제조자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기(병행수입의 경우 병행수입 여부로 대체가능)하도록 규정하고 있습니다.

해외구매대행 방식(사업자가 소비자로부터 외국물품의 수입을 위탁 받아 실제 해당 외국물품이 개인 소비자 명의로 통관절차를 거쳐 수입되고 사업자는 단순히 해당 외국물품의 주문·결제 등만을 하는 경우)의 거래의 경우, 해당 재화를 구매한 소비자가 「관세법 제19조에 따른 ‘납세의무자’로서 소비자 자신의 명의로 수입신고 등 통관절차를 거치게 되는바, 이러한 경우에는 별도로 ‘수입자’가 있는 경우에 해당하지 아니하므로 ‘수입자’를 따로 표기할 필요는 없으며, 대신 해당 재화를 구매한 소비자가 개인 명의로 통관절차를 진행된다는 사항을 충분히 알려야 할 것으로 판단됩니다.

다만 수입업체가 국내에서의 판매를 목적으로 자신의 명의로 수입한 외국물품을 국내 소비자에게 다시 판매하는 경우에는 수입업체 자신이 「관세법 제19조에 따른 ‘납세의무자’로서 자신의 명의로 수입신고 등 통관절차를 진행하게 되므로 수입자명을 반드시 표시하여야 함을 알려드립니다.

※ 내용참조

※담당자:공정거래위원회사무처 소비자정책국 전자거래과 이세주 (044-200-4474)

## Q44 상품정보제공고시 (2016-05-13)

Q. 안전품질표시기준에 의하면 화장비누란 사람의 얼굴 등을 깨끗이 할 용도로 제작된 고형(고체상태) 비누를 말하며, 「약사법」에 의한 의약외품, 「화장품법」에 의한 비누류 등 타법에 의해 관리되는 세안비누를 안전·품질표시대상으로 보지 아니한다는 내용을 확인하였습니다. 그렇다면,

① 화장비누와 화장품법에 의한 비누류에 해당하는 비누의 구분 방법 및 기준은 무엇인가요? 무엇을 보고 구분을 할 수 있는지 상세한 답변 부탁드립니다.(ex, 형태, 목적, 서류, 제품케이스 등)

그리고, 화장품법 시행령 [별표3] 화장품의 유형과 사용 시의 주의사항 다. 인체세정용 제품류 중 3)액체비누의 경우는 화장품 유형 중 하나로 나와있는데

② 사람의 얼굴 등을 깨끗이 할 용도로 제작된 가루비누나 액체비누, 크림형태의 비누 등 고체형태가 아닌 다른 형태의 비누의 경우 화장품으로 봐야 하나요? 화장비누로 봐야 하나요?

## Q44 상품정보제공고시 (2016-05-13)

A.

화장품은 「화장품법」 제2조의 정의에 따라 ‘인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것(의약품 등 제외)’을 말합니다.

화장품법에 의한 비누류 인지 여부를 구분하는 기준은 「화장품법 시행규칙」 별표3에 따르고 있음을 알려드립니다.

① 위 규정에 따라 화장품에 해당하는 비누류는 「화장품법」상 화장품 정의에 적합한 인체세정용 제품류(액체비누, liquid soaps)이며, 「품질경영 및 공산품안전관리법」 제2조제10호에 따른 안전·품질 표시 공산품 중 화장비누(고체비누)는 ‘화장품’에 해당되지 않음을 알려드립니다.

② 액체비누, 크림형태의 비누가 사람의 얼굴 등을 깨끗이 하는 목적(인체세정을 목적)으로 하는 등 「화장품법」 제2조 정의에 적합한 액체비누 타입 제품이라면 “화장품”에 해당할 것으로 사료되나, 가루비누는 동 「화장품법 시행규칙」에 따른 화장비누(고체비누) 타입의 제품류로 “화장품”에 해당하지 않을 것으로 사료됩니다.

※ 「화장품법」 제2조, 「화장품법 시행규칙」 별표3

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 이지원 (043-719-3409)

## Q45 표시광고문의 (2016-05-20)

Q. 화장품 보습제품의 경우(마스크팩,로션,크림 등) 제품 사용방법 관련하여 예시와 같은 표시 광고 가능한가요?

예시] 레이저시술 이후에 사용하셔도 좋습니다.

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 '의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고', '기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고', '그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고'를 금지하고 있습니다.

문의하신 문구만으로는 표시·광고 위반으로는 판단할 수 없으나, 사실과 다른 표시·광고가 되지 않도록 표시·광고에 만전을 기하여 주시기 바랍니다.

아울러, 화장품의 표시·광고 단속대상 여부의 판단은 화장품으로서의 효능이 있고 없음에 관계없이 그 물(物)의 성분, 형상(용기, 포장, 의장 등), 명칭, 표시된 사용 목적, 효능·효과, 용법·용량, 판매할 때의 선전 또는 설명 등을 종합적으로 판단하여야 한다는 판례(대법원 판례 93도271, 1993.5.27) 및 광고의 소비자 오인 우려 여부는 전문가가 아닌 보통의 주의력을 가진 일반소비자가 당해 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 판단해야 한다는 판례(대법원 2003.2.28 선고 2002두 6180판결)가 있음을 알려드립니다.

※ 「화장품법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 정명희(043-719-3413)

## Q46 표시광고문의 (2016-05-25)

Q. 의약품에 관한 염모제 기준은 '모발의 염색을 목적으로 하는 외용제로서 다음 기준 및 시험방법을 준용할 수 있는 2 제형의 산화형염모제를 말한다. 이 약은 다음 시험법에 따라 정량할 때 표시량의 90.0 ~ 110.0 %에 해당하는 과산화수소(H<sub>2</sub>O<sub>2</sub>: 34.01)를 함유한다.'로 확인되었습니다.

Q1. 염모제 종류에 따라 의약품 해당여부를 구분할 수 있나요?

1. 염모제 종류

1) 일시적인 염모제

2) 반영구 염모제

3) 영구염모제

Q2. 매닉패닉이란 제품은 3-4주 일시적으로 지속되는 염모제로 어떤 종류에 해당되는지와 의약품 해당 여부

<http://search.auction.co.kr/search/search.aspx?keyword=%b8%c5%b4%d0%c6%d0%b4%d0>

질문 3. 제조업자가 아님에 따라 고시에 따른 기준으로 확인이 어렵습니다.

구분할 수 있는 차이점이 있는지 상세한 답변 바랍니다.

## Q46 표시광고문의 (2016-05-25)

A.

의약품 염모제는 화학적으로 모발을 염색(탈색 또는 탈염)시키는 영구염모제이며, 제품 색상을 모발에 입히는 방식(물리적으로 염색) 등 일시적 염모제는 화장품 법에 따른 두발 염색용 화장품에 해당됩니다.

귀하께서 질의하신 '매닉 패닉(MANIC PANIC)'은 의약품 염모제로 허가(신고) 받지 않은 제품이며, 참고로, 이미 허가(신고)된 염모제는 '식약처 홈페이지 (www.mfds.go.kr) → 전자민원 창구(의약품) → 정보마당 → 의약품등 정보'에서 '업종분류:의약품, 분류번호:4220, 제품명 또는 업체명'을 입력하여 검색하시면 확인하실 수 있음을 알려드립니다.

※담당자:식품의약품안전처 식품의약품안전평가원 바이오생약심사부 화장품심사과 이주연 (043-719-3608)

## Q47 건강기능식품 허위과대광고에 관한 질의 (2015-12.31)

Q. 약사가 직접 관리한다는 문구가 건강기능식품 판매시 허위과대광고에 해당되는지요?

A.

「건강기능식품에 관한 법률」 제18조 및 같은 법 시행규칙 제21조 관련 [별표5] 3. 나목에서 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 자가 제품의 기능을 보증하거나 제품을 지정, 공인, 추천, 지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표시광고를 허위 과대 비방의 표시광고로 규정하고 있습니다.

따라서, 인터넷을 통하여 건강기능식품을 판매하는 영업자가 '약사가 직접 관리하고 판매하고 있습니다.' 등의 광고는 부적절한 것으로 판단됩니다.

- ※ 건강기능식품에 관한 법률(제18조(허위·과대·비방의 표시·광고 금지))
- ※ 건강기능식품에 관한 법률 시행규칙(제21조(허위·과대·비방의 표시·광고의 범위))
- ※ 담당자: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 (1577-1255)

## Q48 식품- 표시광고 (2016-06-14)

Q. 항산화 성분이 함유된 제품(아사이베리 등)을 판매 하면서 ORAC 수치를 활용한 광고진행이 가능 한가요?

A.

「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용 표시·광고, 식품 등의 영양가, 성분, 용도 등과 다른 내용의 표시·광고 등을 허위·과대광고로 규정하고 있습니다.

이와 관련하여 일반가공식품이나 그 원재료 및 성분에 대하여 알리는 경우 ‘ORAC(활성산소흡수력) 수치’ 등의 내용을 포함하는 것은 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고에 해당되어 적절치 아니 할 것으로 판단됨을 알려드립니다.

※ 「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조

※ 담당자: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 홍은경 (043-719-2021)

## Q49 화장품 광고의 기준 (2016-06-20)

### Q. 화장품 광고의 기준

광고업무정지처분을 받은 제품을 홍보성 문구를 제외한 상품 이미지, 제품명, 가격, 상품정보제공고시만 기재할 경우 판매가 가능 한가요?

\* 문의 배경 : 작년 하반기 화장품 지킴이 간담회 시 광고에 해당된다고 답변 받았으나, 금일 유선 질의시 광고에 해당되지 않는다고 답변을 받았습니다. (화장품 정책과 김서현 실무관 / 043-719-3411 / 6월 13일 질의)

서면으로 확실한 답변을 받고 싶습니다

### A.

「화장품법」 제13조를 위반하여 광고업무정지 처분을 받은 후, 화장품을 통신판매하고자 하는 경우, 제조판매업체는 “전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시(공정거래위원회고시) Ⅲ. 상품 등의 정보의 내용 1. 품목별 재화등에 관한 정보(18)화장품”에 해당하는 정보만 제공할 수 있습니다.

따라서 동 규정에 따라 “1. 용량 또는 중량, 제품 주요 사양, 사용기한 또는 개봉 후 사용기간, 사용방법, 제조자 및 제조판매업자, 제조국, 주요성분 기능성화장품의 경우 화장품법에 따른 식품의약품안전처 심사 필 유무, 사용할 때 주의사항, 품질보증기준, 소비자상담관련 전화번호”만 제공할 수 있습니다.

아울러, 화장품법 제13조를 위반하여 ‘광고업무정지’처분을 받은 경우에는 광고업무만 정지되므로 판매는 가능함을 알려드립니다.

※「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시(공정거래위원회고시) Ⅲ. 상품 등의 정보의 내용 1. 품목별 재화등에 관한 정보(18)화장품

※담당자:식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김서현 (043-719-3411)

## Q50 식품위생법 관련문의 (2016-06-30)

Q. 식품위생법 시행규칙 제8조 제1항 제6호에 따라 식품 광고 시에는 상장, 감사장, 인증, 보증 또는 추천 받았다는 내용을 사용할 수 없는 것으로 알고 있습니다.

광고 페이지내에 Nature's Healthiest 인증에 대해 광고하고 있는데, 식품위생법 위반이 아닌지 답변 부탁드립니다.

(url: <http://www.wemakeprice.com/deal/adeal/1245176>)



### ■ Nature's Healthiest 인증이란?

- 미국 특허청에 승인받은 인증 마크로써, 더 건강한 자연 그대로의 식음료를 식별할 수 있도록 설계된 인증 제도입니다.

## Q50 식품위생법 관련문의 (2016-06-30)

A.

「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 “인증”, “보증” 및 “추천” 등을 이용한 광고(정부기관\* 인증 등은 제외) 등은 허위·과대광고로 규정하고 있습니다.

\* 「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장, 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 공공기관의 운영에 관한 법률 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증, 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증, 식품의약품안전처장이 고시하는 절차와 방법에 따라 식품에 대한 인증·보증의 신뢰성을 인정받은 기관으로부터 받은 인증·보증의 경우 제외

이와 관련하여 일반가공식품에 대하여 상기가. 규정의 예외에 따른 「정부조직법」 등에 따른 인증이 아닌 인증 등을 광고에 사용하는 것은 상기가.의 규정에 위반됨을 알려 드려니 업무에 참고하여 주시기 바랍니다.

※ 「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조

※ 담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 신준희 (043-719-2045)

## Q51 모발제품 자외선 차단 표시광고 (2016-07-07)

Q. 화장품법 제2조 기능성화장품은 “피부의 미백에 도움을 주는 제품”, “피부의 주름개선에 도움을 주는 제품” 및 “피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 제품”으로 정하고 있습니다.

그렇다면, 모발제품의 경우 자외선으로부터 보호, 자외선 차단 등의 표시광고가 가능한가요?

A.

「화장품법」 제13조에서 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품 및 유기농 화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 금지하고 있으며, 구체적인 내용은 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서 정하고 있습니다.

기능성화장품의 정의에서 ‘피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데 도움을 주는 제품’을 자외선 차단제품으로 규정하고 있어, 귀 질의와 같이 모발에 대한 자외선차단 기능 표방제품은 기능성화장품 심사나 보고 대상이 아닌 것으로 판단됩니다.

다만, 모발 자외선 차단 기능을 표방하는 경우 이를 객관적으로 증명할 수 있는 입증자료를 구비하고 있어야 할 것으로 사료되며, 피부 자외선 차단 기능을 갖는 화장품으로 오인되지 않도록 하여야 할 것입니다.

※「화장품법」 제13조

※담당자: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김서현 (043-719-3411)

## Q52 화장품법 개정 사항\_기능성화장품 범위(2016-07-15)

Q. 2017년 5월30일 시행되는 화장품법 개정 사항 중

2. "기능성화장품"이란 화장품 중에서 다음 각 목의 어느 하나에 해당되는 것으로서 총리령으로 정하는 화장품을 말한다.

가. 피부의 미백에 도움을 주는 제품

나. 피부의 주름개선에 도움을 주는 제품

다. 피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는 데에 도움을 주는 제품

라. 모발의 색상 변화·제거 또는 영양공급에 도움을 주는 제품

마. 피부나 모발의 기능 약화로 인한 건조함, 갈라짐, 빠짐, 각질화 등을 방지하거나 개선하는 데에 도움을 주는 제품으로 확인하였습니다.

약 3-4주간 모발의 색상을 일시적으로 변화시켜주는 제품은(매닉패닉) 기존 의약외품 범위에 해당되지않았습니다.

기능성 화장품의 범위가 확대됨에 따라 의약외품인 염모제가 화장품으로 전환되었는데 일시적 모발의 색상을 변화시켜주는 제품의 경우 기존과 동일하게 "모발의 색상변화에 도움주는 제품"으로 표시광고가 가능한지요?

## Q52 화장품법 개정 사항\_기능성화장품 범위 (2016-07-15)

A.

문의하신 것처럼 화장품법 개정에 따라 '모발의 색상 변화·제거 또는 영양공급에 도움을 주는 제품'이 기능성화장품으로 포함되었습니다. 다만 현재 기능성 화장품의 구체적 범위가 확정되지 않아 정확한 답변을 드리기 어려운 점 양해하여 주시기 바랍니다. 참고로, 기능성화장품 범위가 정해지면 일반화장품에는 기능성화장품 효능을 표현할 수 없음을 알려드립니다.

※「화장품법」제13조

※담당자:식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 신윤호(043-719-3412)

## Q53 식품 표시광고 문의 (2016-07-22)

Q. 일부 과채주스/과채음료/음료베이스 상품의 경우 제품명과 별개로 'OO클렌즈, 클렌즈 주스'등으로 광고 하거나, 클렌즈 프로그램' 등과 같이 식이조절 방법으로 활용 하는 내용의 광고를 하는 경우가 많습니다.

식품에 '클렌즈'라는 표현을 사용하는 것이 식품위생법에 위반되는 부분인지 궁금합니다

약 3-4주간 모발의 색상을 일시적으로 변화시켜주는 제품은(매닉패닉) 기존 의약품 범위에 해당되지않았습니다.

A.

「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 사실과 다르거나 과장된 표시·광고, 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고, 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용 표시·광고, 식품 등의 영양가, 성분, 용도 등과 다른 내용의 표시·광고 등을 허위·과대광고로 규정하고 있습니다.

다만, 허위·과대광고의 해당 여부에 대한 판단은 부분적인 표현만을 기준으로 판단할 사안이 아니라 광고 전체의 내용 및 도안, 이미지, 상호 등의 전체적인 정황을 토대로 판단하여야 할 사안임이므로, 질의하신 'OO클렌즈, 클렌즈 주스' 문구 자체만으로 상기 규정의 과대광고에 해당되는지 여부를 판단하기는 어려움을 알려드리니 양해하여 주시기 바랍니다.

※「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조

※담당자:식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 신준희 (043-719-2045)

## Q54 부당한 고객유인이란 무엇인가? (2016-06-22)

### Q. 「부당한 고객유인」이란 무엇인가?

A.

"부당한 고객유인"이란 부당하게 경쟁자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위로서 다음과 같이 3개의 유형이 있음(시행령 제36조 제1항 관련 제4호)

#### 1. 부당한 이익에 의한 고객유인

정상적인 거래관행에 비추어 부당하거나 과도한 이익을 제공 또는 제공할 제의를 하여 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

#### 2. 위계에 의한 고객유인

부당한 표시·광고외의 방법으로 자기가 공급하는 상품 또는 용역의 내용이나 거래조건 기타 거래에 관한 사항에 관하여 실제보다 또는 경쟁사업자의 것보다 현저히 우량 또는 유리한 것으로 고객을 오인시키거나 경쟁사업자의 것이 실제보다 또는 자기의 것보다 현저히 불량 또는 불리한 것으로 고객을 오인시켜 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

#### 3. 기타의 부당한 고객유인

경쟁사업자와 그 고객의 거래에 대하여 계약성립의 저지, 계약불이행의 유인 등의 방법으로 거래를 부당하게 방해함으로써 경쟁사업자의 고객을 자기와 거래하도록 유인하는 행위

※ 독점규제 및 공정거래에 관한 법률

※ 공정거래위원회 사무처 시장감시국 시장감시총괄과 (☎ 044-200-4010)

## Q55 원재료명으로 '약콩' 표시에 관한 질의 (2016-07-19)

Q. 약콩을 사용한 제품의 원재료명 표시에 '약콩' 표시가 가능한가요?

A.

식품의 명칭, 제조방법 및 품질, 영양가, 원재료, 성분 및 용도에 대해서는 「식품위생법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고, 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 수 있는 표시·광고 등 허위표시 또는 과대광고를 하여서는 아니됩니다.

또한, 「식품등의 표시기준」에 따르면 제품명으로 소비자를 오도·혼동시키는 표현, 다른 유형의 식품과 오인·혼동할 수 있는 표현(이 경우 「건강기능식품에 관한 법률」, 「축산물위생관리법」 등 다른 법률에서 정한 유형도 포함), 식품위생법 시행규칙 제8조의 규정에 따른 허위·과대의 표시·광고에 해당하는 표현은 금지하고 있습니다.

식품을 제조·가공시 사용한 원재료가 검정콩(서리태, 쥐눈이콩)이라면 해당 제품의 제품명의 일부 또는 원재료명으로 '약콩'으로 표시하는 것은 가능할 것으로 판단됩니다.

참고로, '약콩'은 검정콩(서리태, 쥐눈이콩)을 부르는 전래적인 명칭으로서 사용 가능하며, 일반적으로 원재료 앞에 접두사 '약'을 붙여 '약OO' 등의 표현을 하는 것은 적절하지 않습니다.

※ 식품위생법(제10조(표시기준))

식품위생법(제13조(허위표시 등의 금지))

식품위생법 시행규칙(제8조(허위표시, 과대광고, 비방광고 및 과대포장의 범위))

※ 담당부서: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q56 도서정가제관련 경품 증정문의 (2016-07-29)

Q. 도서와 공산품을 함께 판매하는 경우 증정하는 경품의 가격이 도서정가제의 적용을 받는지 궁금합니다.

예를 들어 도서 10,000원 교구 50,000원 총 60,000원의 제품을 판매할 때 도서 10%할인적용 시 경품의 가격은 도서정가제에 따라 도서정가의 5%인 500원 범위내의 경품만 증정이 가능한지 또는 공산품이 포함되었기 때문에 도서정가제와 무관하게 가격을 초과하여 경품을 증정해도 되는지 궁금합니다.

A.

출판문화산업 진흥법 제22조(간행물의 정가 표시 및 판매) 제4항 및 제5항에 따르면 도서(간행물) 판매자는 도서를 정가대로 판매해야 합니다.

다만 독서진흥과 소비자 후생증진을 위해 도서 정가의 15% 이내에서 가격할인(최대 10%)과 경제상 이익을 자유롭게 조합하여 제공할 수 있습니다.

여기서 간행물 판매자가 소비자에게 제공할 수 있는 가격할인과 경제상 이익은 기본적으로 출판사가 판매용으로 발행한 도서에 표기한 정가(소비자 판매가)를 기준으로 산출하나 도서를 공산품과 결합하여 판매하는 경우는 아래와 같이 도서에 결합된 공산품의 성격에 따라 가격할인과 경제상 이익의 산출기준은 달라집니다.

- 도서에 공산품(교구, 장난감 등)을 부착하여 국제표준도서번호(ISBN)를 받은 경우, 즉 공산품이 도서의 일부분인 세트도서인 경우: 세트도서에 표시된 정가
- 도서(ISBN 등록)와 공산품을 단순 결합하여 판매하는 경우, 즉 도서와 공산품이 별개의 상품인 경우: 도서에 표시된 정가

※ 출판문화산업 진흥법 제22조(간행물의 정가 표시 및 판매) 제4항 및 제5항

※ 담당부서: 문화체육관광부 문화콘텐츠산업실 미디어정책관 출판인쇄산업과 서문형철 (044-203-3245)

## Q57 화장품 실증자료범위문의 (2016-08-05)

Q. 화장품 표시광고 주요실증대상 효능효과에 관한 내용은 인체적용시험 자료 또는 인체 외 시험자료로 입증 가능하다고 확인하였는데 특허증, 논문 등의 자료도 입증자료로 가능한가요?

A.

「화장품법」제14조에 따라 화장품의 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여 이를 실증하도록 규정하고 있으며, 같은 법 시행규칙 제23조에서는 표시·광고 중 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하게 할 우려가 있어 식약처장이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 규정하고 있습니다.

실증자료에 대한 요건은 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처 고시)에서 정하고 있습니다.

특허 받은 내용이라 하더라도, 화장품법령에서 금지하는 표현(의약품, 기능성, 소비자 오인우려 등)에 대해서는 표시·광고가 불가함을 알려드리며, 특허 자체에 금지표현이 포함되어 있다면 관련 부분에 대해서는 표시·광고를 금하여 주시기 바랍니다.

아울러, 문의하신 논문에 대한 구체적인 자료가 없어 정확한 답변을 드리기 어려운 점 양해하여 주시기 바라며,

해당 자료가 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처 고시) 제4조(시험결과의 요건), 제5조(조사 결과의 요건)에 부합하는 내용이라면 화장품의 표시광고의 근거로 인정될 수 있음을 알려드립니다

※ 「화장품법」제14조, 같은 법 시행규칙 제23조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김가영 (043-719-3416)

## Q58 화장비누 표시광고 (2016-08-16)

Q. 제품은 받아 판매하는 업체입니다. 고체형 비누를 화장품 카테고리탭 및 생활제품 카테고리탭에서 판매하고 있습니다. 화장비누는 품질경영 및 공산품안전관리법 제2조 및 동법 시행규칙 제2조[별표3]에 의거 "공산품(안전품질표시대상)"에 해당 하는데

- 1) 화장비누의 경우 불검출시험성적서나 그 외의 실증자료로 입증된 성분 무첨가 내용을 표시 광고 가능한지요? (ex: 납, 수은, 포름알데히드 불검출)
- 2) 두피를 깨끗히 하다가, 두피 각질 세정에 도움을 준다는 표시광고 가능한지요?
- 3) 일반적으로 효능이 알려진 성분을 포함한 제품에 있어서 효능과 관련한 표시광고가 가능한지요?  
(ex. 쌀겨, 우유: 미백에 도움)

# 해당문의는 품공법에 관련 제품이지만 화장품을 취급하는 업체로서 화장품 표시광고 부서에서 답변 요청드리는 부분이나 화장비누가 표시광고 단속 대상이 아니라고 하면 품공법관련 부서 답변요청드립니다.  
단독으로 판매되거나 화장품과같이 판매되는 경우가 있습니다.

## Q58 화장품비누 표시광고 (2016-08-12)

A.

① 연구기관으로부터 특정 성분이 검출되지 않는다는 시험성적서를 근거로 '특정 성분이 첨가되지 않았다'라는 표현을 사용해도 되는지, ② 두피 세정에 도움이 된다는 표현을 사용해도 되는지, ③ 일반적으로 효능이 알려진 성분을 포함했는데 그 성분의 효능을 포함한 표시·광고가 가능한지

표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조는 소비자를 오인케 하여 공정한 거래질서를 해칠 수 있는 부당한 표시·광고 행위(㉠ 거짓·과장, ㉡ 기만적, ㉢ 부당하게 비교 표시, ㉣ 비방적)를 해서는 안 된다고 규정하고 있습니다. 따라서 표시·광고법을 위반하는 부당한 표시·광고행위가 성립하기 위한 요건은 ㉠ 소비자 오인성, ㉡ 공정 거래저해성, ㉢ 거짓·과장성 등입니다. 이와 더불어 대법원은 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 해당 표시·광고를 받아들이는 전체적, 궁극적 인상을 기준으로 판단하여야 한다고 판시하였습니다(대법원 2002. 2. 5. 2001도5789판결).

아울러 같은 법 제5조는 사업자가 자신이 한 표시·광고 중 사실과 관련된 사항에 대해서는 실증 할 수 있어야 한다고 규정하고 같은 법 시행령 제4조에서는 그 실증의 방법을 규정하고 있습니다. 그 내용에 따르면 ㉠ 실증에 사용되는 방법은 학술적 또는 산업계에서 일반적으로 인정된 객관적이고 타당한 방법일 것, ㉡ 시험 또는 조사는 법령에 따른 시험·조사 기관이나 사업자와 독립적으로 경영되는 곳에서 하여야 한다고 규정하고 있습니다.

위의 내용과 관련하여 '표시·광고 실증에 관한 운영고시'는 그 구체적인 판단기준을 예시하고 있습니다. 우선 합리적 근거로 인정 될 수 있는 실증 방법으로는 ① 시험결과, ② 조사결과, ③ 전문가(단체/기관)의 견해, ④ 학술문헌 등이 있습니다.

시험을 수행하는 시험기관은 해당분야를 시험 할 수 있는 전문적인 인적·물적 능력을 보유하고 있어야 하며 그러한 기관으로는 법률에 근거해 설립된 시험기관, 국가표준기본법에 의해 공인시험기관으로 인정(한국기술표준원 홈페이지에서 확인 가능) 인정된 곳, 기타 업종별·분야별로 전문적인 시험능력을 보유하고 있다고 공정거래위원장이 인정하는 시험기관 등이 있습니다..

## Q58 화장비누 표시광고 (2016-08-12)

아울러 학술문헌의 경우 한국학술진흥재단에 등록된 등재학술지 및 이와 동등한 수준의 학술지에 기재된 문헌이어야 하고 외국 학술문헌은 SCI 및 SSCI에 등록된 학술지 및 이와 동등한 수준의 학술지에 기재된 학술 문헌이어야 합니다.

또한, 위 고시의 내용에 따르면 일정한 효능을 유발하는 성분이 제품에 포함되었다 하더라도 그 성분 함량이 효능을 일으킬 수 있는 최소한의 기준을 초과하지 않는 경우 해당 성분의 효능에 대한 실증자료는 제품에 대한 합리적인 실증자료로 보기 어렵습니다. 이와 더불어 제품의 특정효과를 해당 제품이 사용되는 환경에서 시험한 시험결과가 아닌 제품의 특정 소재를 대상으로 한 시험결과는 합리적인 실증자료로 인정하기 어렵습니다.

민원인께서 질의하신 내용 중 연구기관으로부터 발급 받은 시험성적서를 바탕으로 특정 성분이 첨가되지 않았다는 표현을 사용하기 위해서는 위에 답변 드린 내용 중 시험기관으로 인정할 수 있는 곳에서 발급받은 시험성적서를 그 근거로 갖추셔야 할 것으로 판단됩니다.

다음으로 두피 각질 제거에 도움이 된다는 표현을 사용하기 위해서는 판매하시는 제품의 효과를 표시·광고법 제5조 및 시행령 제4조 그리고 실증고시의 내용에 따라 실증하실 수 있어야 할 것으로 보입니다.

마지막으로 일반적으로 효능이 입증된 성분이 제품에 포함되어 있다 하더라도 판매하시는 제품이 포함한 성분이 관련 효능을 일으킬 수 있는 최소한의 기준을 초과하지 못하여 해당 성분의 효과가 발휘되지 못한다면 문의하신 표현을 사용하셔서 안 될 것으로 판단됩니다.

※ 표시·광고의 공정화에 관한 법률 제3조, 제5조 및 시행령 제4조

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 소비자안전정보과 주상현 (044-200-4420)

## Q59 법의 저촉범위 (2016-08-23)

Q. URL과 유사한 형식의 기획전을 진행하려고 하는데, 법에 위반되는 부분이 있는지 답변 부탁드립니다.

[http://plan.danawa.com/user/user\\_plan\\_view.php?nPlanSeq=10711](http://plan.danawa.com/user/user_plan_view.php?nPlanSeq=10711)

1. URL의 기획전 페이지는 혈압관리 같은 생활 정보, 혈압계의 종류, 비교 등 정보제공을 목적으로 한 내용들로 구성되어 있고 실구매는 별도의 링크로 연동된 페이지를 통해 이루어 집니다.

이와 같이, 실구매가 이루어지지 않고, 정보만 제공하는 페이지가 광고에 해당이 되는지, 이에 따라 관련법을 준수 해야 하는지 궁금 합니다. 정보만 제공하는 페이지 임에도 광고에 해당한다면 의료기와 같은 상품은 별도로 기획전 페이지 사전 심의를 받아야 하나요?

1-1. 구매페이지로 연동하는 링크 없이, 정보만 제공하는 페이지가 광고에 해당하는지도 궁금합니다. 예시는 이미지 참고 바랍니다.



## Q59 법의 저촉범위 (2016-08-23)

A.

다음 내용으로 홈페이지 게재 시 의료기기 광고에 해당하여 관련법을 준수해야 하는지 여부 및 의료기기 광고사전심의를 받아야 하는지 여부

- 혈압계 제조사 선호도 조사, 혈압관리 생활 정보, 혈압계의 종류, 혈압계 주요기능, 자사 혈압계 비교, 측정방법 및 주의사항 등 정보제공을 목적으로 한 내용들로 구성(실구매는 별도의 링크로 연동된 페이지를 통해 이루어짐)

- 구매 페이지로 연동 없이, 정보만 제공하는 페이지의 광고 해당 여부

해당사이트는 혈압관리 방법과 혈압계에 대한 의료기기 제품 정보를 인터넷을 통하여 소비자에게 널리 알리고 있으므로, 의료기기 광고에 해당하고 의료기기 광고 사전심의 대상입니다.

의료기기 제품에 대한 정보 없이, 혈압의 발생 및 측정 원리, 올바른 혈압 측정방법, 혈압 관리 방법에 대한 정보를 제공하는 것은 의료기기 광고에 해당하지 않을 것으로 사료됩니다.

※ 담당부서: 식품의약품안전처 의료기기안전국 의료기기관리과 강민성 (043-230-0447)

## Q60 해외직배송 상품 관련 광고 및 판매 (2016-08-30)

Q.관세청 전화상담을 통해 하기와 같이 답변 받은 바 있습니다

1. 해외 직배송의 기능성화장품 통관 시 일반통관으로만 진행 가능
2. 목록통관으로 신청하였다 하더라도 현물검사를 통해 모두 일반통관으로 수정하여 통관을 진행하기 때문에 절대 목록통관으로 통관이 이루어질 수 없음

그렇다고 한다면 해외 직배송 기능성화장품은 모두 일반통관으로 진행되고 있다는 가정하에, 기능성 화장품으로 광고 및 판매가 가능한가요?

A.

「화장품법」제4조에 따라서 기능성화장품을 제조 또는 수입하여 판매하려는 제조판매업자는 품목별로 심사(또는 보고)를 받아야 합니다. 또한, 「화장품법」 제10조, 같은 법 시행규칙 제19조에 따라서 기능성화장품의 경우 “기능성화장품”이라는 글자를 기재하여야 합니다.

일반 통관 여부와는 상관없이 귀하께서 해당 제품에 대하여 기능성화장품 심사(또는 보고) 받지 않았다면, ‘기능성화장품’으로 기재·표시 및 유통·판매가 안됨을 알려드립니다.

※ 「화장품법」 제4조, 「화장품법」 제10조, 같은 법 시행규칙 제19조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 정명희 (043-719-3413)

## Q61 인터넷 광고 시 동물실험 관련 내용 광고(2016-08-22)

Q. 2016.02.03(수) 화장품법을 개정 내용 중 제조 시 동물실험 금지 내용이 있으며 동 개정내용으로 인해 화장품제조시에 동물실험을 하지 않는 것이 원칙이 되었는데요, 인터넷 판매시 상품 광고내용상에 "동물실험을 하지 않았다"는 내용을 광고 하는 것이 가능한지요?

A.

「화장품법」제15조의2 '동물실험을 실시한 화장품 등의 유통판매 금지' 조항은 원칙적으로 화장품 제조에 동물실험을 금지하고, 부득이하게 동물실험이 필요한 경우에만 예외적으로 허용하도록 하고 있습니다.

상기 규정은 '16.2.3. 공포 하였으며, '17.2.4. 부터 제조(위탁제조 포함) 또는 수입한 화장품에 대하여 시행됩니다.

따라서, 동 내용은 특정 화장품 제조에 한하여 동물실험을 실시하지 않았다는 것으로 인식할 우려가 있어 표시·광고에 바람직하지 않을 것으로 판단됩니다.

※ 화장품법(제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지))

화장품법(제15조(제조판매의 금지))

※ 담당부서: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q62 vegan 표시에 관한 광고 (2016-08-01)

Q. 수입 건강기능식품에 vegetarian, vegan 표시가 가능하나요?

A.

건강기능식품의 표시는 「건강기능식품에 관한 법률」 제18조 허위·과대·비방의 표시·광고의 범위에 해당하는 표현을 사용하여서는 안 됩니다. 'vegetarian, vegan'을 표시하고자 하는 경우 해당제품의 기능성 원료(또는 영양소)를 「건강기능식품의 기준 및 규격」 제2조 제1항 제2호에 따라 식품원료(식물성)를 사용하여 제조·가공한 것에 적합하여야 할 것으로 판단되며, 이외의 기타원료의 원재료도 식품원료(식물성)로부터 유래되어 식품의 기준 및 규격 등에 적절하게 제조된 것임이 입증 가능하여야 할 것으로 판단됩니다.

또 아울러, 「건강기능식품에 관한 법률」 제14조 또는 같은 법 제15조의 규정에 따라 건강기능식품의 기준 및 규격으로 고시된 기능성 내용을 그대로 표시·광고하지 아니할 경우 건강기능식품에 관한 법률 제16조에 따라 심의를 받아야 합니다.

※ 건강기능식품에 관한 법률(제18조(허위·과대·비방의 표시·광고 금지))

건강기능식품에 관한 법률(제14조(기준 및 규격))

건강기능식품에 관한 법률(제15조(원료 등의 인정))

※ 담당부서: 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당 ☎ 1577-1255)

## Q63 돋보기 관련 문의 (2016-09-09)

Q. 온라인상 돋보기 제품 판매시 손잡이 모양의 돋보기는 판매가 가능하다고 확인하였습니다.

1. 일시착용의 안경형태 돋보기 제품은 판매 가능한가요?(파일첨부)



2. 안경형태의 돋보기가 아닌 돋보기의 경우 표시광고 내용상 예를들어 "디옵터 + 4" 문구가 기재되어있을 시 판매가능한가요~?(파일첨부)



## Q63 돋보기 관련 문의 (2016-09-09)

A.

「의료기사등에 관한 법률」제1조의2 제3호 및 같은 법 시행령 제2조제1항제8호에 따라 “시력보정용 안경의 조제 및 판매와 콘택트렌즈의 판매 업무”는 안경사의 업무로 규정되어 있으며, 같은 법 제12조에서는 누구든지 안경 및 콘택트렌즈를 전자상거래 및 통신판매의 방법으로 판매하여서는 안 된다고 명시하고 있습니다.

\* 시력 보정용 안경: "일정한 규격에 따라 시력을 보정하려고 제조한 안경(수경 등 여가용 제품을 포함한다.)으로서, 근시용, 원시용, 난시용, 노안용, 약시용 등의 안경 ('의료기기 품목 및 품목별 등급에 관한 규정 별표')

질의하신 1번 제품은 의료기사법령에서 제한하고 있는 '시력보정용 안경'에 해당되며, 따라서 인터넷으로 판매할 경우, 의료기사등에 관한 법률 제31조3의2에 따라 300만원 이하의 벌금에 처할 수 있음을 안내 드립니다.

또한, 질의하신 2번 제품은 확대경으로 의료기사법령에서 제한하고 있는 시력보정용 안경에 해당하지 않는 것으로 사료됩니다.

※ 「의료기사등에 관한 법률」제1조의2 제3호 및 같은 법 시행령 제2조제1항제8호, 같은 법 제12조

※ 담당부서: 보건복지부 보건의료정책실 보건의료정책관 의료자원정책과 김미선 (044-202-2458)

## Q64 화장품 사용제한 성분관련 문의 (2016-09-23)

Q. 화장품에 사용상 제한이 필요한 원료 중 메칠클로로이소치아졸리논과 메칠이소치아졸리논 혼합물에 있어서는 기타제품에 사용이 금지되는 것으로 확인 하였습니다.

그렇다면, 메칠클로로이소치아졸리논 단독 성분 공식적인기관의 불검출 시험성적서 등의 입증자료가 있을 시 무첨가, 무00, 불검출의 표시 광고 가능한지요?

A.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여,「화장품법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]에서는 화장품에서 ‘의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 벗어나거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고’, ‘기능성화장품 및 유기농화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품 및 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’, ‘그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 금지하고 있습니다.

문의하신 성분은 씻어내지 않는 제품에는 사용이 가능하지 않으므로 이러한 제품에는 표시할 수 없으며, 씻어내는 제품에 사용을 하지 않는 경우 “무”표현을 할 수 있습니다. 아울러, ‘특정성분 무첨가’ 표현은 ‘제품에 특정성분이 들어 있지 않았다’는 사실을 입증하여야 할 것으로 판단되며, 관련 시험분석자료로(제품별로 구비) 확인되어야 할 것입니다. 단 특정성분이 타 물질로의 변환 가능성이 없으면서 시험으로 해당 성분 함유 여부에 대한 입증이 불가능한 특별한 사정이 있는 경우(시험 방법이 존재하지 않는 등)에는 예외적으로 제조관리기록서나 원료시험성적서 등을 활용(제조에 해당 성분이 첨가되지 않거나, 원료시험 결과 특정성분이 없다는 증명)할 수 있습니다.

※ 「화장품법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김서현 (043-719-3411)

## Q65 제품안전기준 관련문의 (2016-10-04)

Q. 1. 어린이대상 CD제품(동요CD 등)은 어린이제품 안전 특별법에 대상에 해당되나요?

2. 어린이제품 안전 특별법 완구의 퍼즐의 경우 500 개를 초과한 조각을 가지거나 그림이 없는 퍼즐은 어린이가 놀이용으로 적합하지 않고 단지 성인용으로 의도되었음을 의미한다. 제품포장에 “성인을 위한 것” 또는 “어린이용이 아님”이 분명하게 표시된 것에 한한다. 라고 확인하였습니다.

예를들어 1000개 이상의 조각을 가지거나 그림이 없는 퍼즐 중 어린이제품 안전특별법 이전 생산제품의 경우 제품포장에 “성인을 위한 것” 또는 “어린이용이 아님”이 분명하게 표시되지 않았을 때 유통기간 이후 판매시 어린이제품안전 특별법 대상에 해당되나요?

2-1. 어린이제품 안전 특별법 이전 생산 제품 중 과거 자율안전인증 완구로 받은 1000개 이상의 조각을 가지거나 그림이 없는 퍼즐제품 판매시 온라인상 KC마크+ 자율안전인증번호 표시 가능한가요?(번호조회 시 완구로 조회됨)

## Q65 제품안전기준 관련문의 (2016-10-04)

A.

「어린이제품 안전 특별법」(이하「어린이제품법」)에서 어린이제품이란 “만 13세 이하의 어린이를 대상으로 설계되어 주로 만 13세 이하 어린이를 사용 대상으로 하는 제품”을 말하며, 여기서 “사용”이란 일반적으로 합리적으로 예견할 수 있는 제품의 정상적인 사용 및 오용을 통해 어린이가 물리적으로 해당 제품과 상호작용하는 것을 뜻합니다. 만약, 어린이제품으로 오용할 가능성이 있는 제품으로서 어린이제품이 아닌 경우에는 어린이제품이 아님을 명확히 표시하는 것을 원칙으로 하며, 표시가 없는 경우는 어린이제품으로 간주함을 알려드립니다.

귀하께서 문의하신 CD는「어린이제품법」에서 관리되는 어린이제품에 해당되지 않으나, CD 케이스는「어린이제품법」에서 관리되는 공급자적합성확인대상 어린이 제품에 해당되어, 어린이제품공통안전기준에 부합해야 함을 알려드립니다. 해당 품목은「어린이제품법 시행에 따라 추가되어 관리되는 품목으로 2016년 6월 4일 이후 출고되거나 통관되는 것부터 적용하고 있습니다.

귀하께서 문의하신바와 같이 500개를 초과한 조각을 가지거나 그림이 없는 퍼즐로써, 제품포장에 “성인을 위한 것” 또는 “어린이용이아님”이 분명하게 표시된 제품 인 경우는「어린이제품 안전 특별법」에서 관리되는 어린이제품에 해당되지 않음을 알려드립니다.

「품질경영 및 공산품안전관리법」(이하「품공법」)제19조제2항에 따라 자율안전확인 신고확인증을 발급받은 자율안전확인대상 공산품 중 어린이제품은「어린이제품 법」제29조제2항에 따른 안전확인 신고확인증을 발급받은 것으로 보며,「품공법」제19조제2항에 따라 자율안전확인 신고확인증을 발급받은 자율안전확인대상공산 품 중 어린이제품의 자율안전확인표시는 그 신고의 유효기간까지「어린이제품법」제39조제1항에 따른 안전확인표시와 함께 사용할 수 있음을 알려드립니다.

※ 「품질경영 및 공산품안전관리법」(이하「품공법」)제19조제2항, 「품공법」제19조제2항, 「어린이제품법」제39조제1항

※ 담당부서: 산업통상자원부 국가기술표준원 제품안전정책국 생활제품안전과 유경옥 (043-870-5457)

## Q66 제품분류문의 (2016-10-28)

Q. 세정성분이 스며들어간 녹지않는 스폰지형태의 제품으로 사람들의 얼굴 등을 깨끗히 할 용도로 제작된 제품입니다. 비누란 제품이 녹으면서 거품이 이는 것으로 녹지않는 스폰지형제품을 화장비누로 볼 수 있나요? 아니면 해당형태의 용도를가진 제품은 화장품으로 보아야하나요?

A.

화장비누는 「품질경영 및 공산품 안전관리법」에 따라 안전·품질표시대상으로 관리되는 제품입니다.

\* 화장비누 안전기준은 국가기술표준원 홈페이지에서 다운로드 가능하며([www.kats.go.kr](http://www.kats.go.kr), 제품안전-생활용품-안전-품질표시), 안전기준을 통해 보다 자세한 내용을 확인 가능 합니다. KC마크도 다운로드 받으실 수 있습니다.

민원인께서 질의하신 세정성분이 스며들어간 녹지않는 스폰지형태의 비누제품은 「품질경영 및 공산품안전관리법 시행규칙 제2조(안전관리대상공산품의 범위)」에 따른 안전·품질표시대상공산품인 화장비누의 성상(고체상태)과 다르므로, 안전인증대상공산품의 범위에 해당하지 않습니다.

참고로 액상으로 제조된 화장비누는 「화장품법」에 따라 식품의약품안전처에서 관리하고 있으니, 식품의약품안전처에 문의하시기 바라며, 향후 「품공법」따라 우리원에서 관리하고 있는 화장비누(고체상태)도 식약처로 이관될 예정임을 알려드리니 참고하시기 바랍니다.

※ 「품질경영 및 공산품안전관리법 시행규칙 제2조(안전관리대상공산품의 범위)

※ 담당부서: 산업통상자원부 국가기술표준원 제품안전정책국 생활제품안전과 이홍균 (043-870-5397)

## Q67 식품 상품정보제공고시 문의 (2016-10-31)

Q. 가공식품의 표시기준에 따라

제조연월일 표시 대상은 '즉석섭취식품 중 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치, 설탕, 식염, 빙과류, 주류(맥주, 탁주, 약주 제외)로 정해져 있습니다.

하지만 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률을 따르고 있는

상품정보제공고시에는 1-3번 항목에 제조연월일 정보를 필수 기재하도록 되어 있습니다.

1-1. 표시 기준에 따라 제품에 필수로 제조연월일을 기재하지 않아도 되는 상품들은 상품정보고시 1-3번 항목의 제조연월일 정보를 어떻게 기재해야 하나요?

1-2. '제품에 기재되어 있지 않아 확인이 불가능합니다.'로 기재 시 문제가 되나요?

2-1. 제조연월이나 유통기한(품질유지기한)이 기재되어 있어야 하는 상품이나, 제품에 해당 정보가 없을 경우에는 상품정보 고시는 어떻게 기재해야 하나요?

2-2. 표시기준에 부합하지 않은 상품은 판매가 불가능하나요?

## Q67 식품 상품정보제공고시 문의 (2016-10-31)

A.

민원내용은 ①「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」는 가공식품을 통신판매할 때 제조연월일을 표시하도록 하고 있는데, 「식품 등의 표시기준」에 따라 제조연월일을 기재하지 않아도 되는 가공식품이 있으므로 이러한 경우 통신판매업자가 제조연월일 정보를 제공하는 방법, ②제조연월일이나 유통기한, 품질 유지기한이 반드시 표시되어야 하는 상품이나 상품에 표시되어 있지 않은 경우 해당 정보를 제공하는 방법 및 ③「식품 등의 표시기준」에 부합하지 않은 상품을 판매하는 것이 가능한지 여부”에 대한 질의인 것으로 이해됩니다.

①에 대해 답변 드리겠습니다. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘법’이라 함) 제13조 제2항에 따라 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 상품에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 착오 없이 거래할 수 있도록 상품의 정보에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 합니다.

이에 따라 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 ‘상품정보제공고시’라 함)는 통신판매업자가 소비자에게 제공해야 하는 정보를 구체적으로 제시하고 있으며, 통신판매업자가 가공식품을 판매하는 경우(Ⅲ-1-(21)) ‘식품위생법에 따른 표시사항’ 중 제조연월일, 유통기한 또는 품질유지기한에 관한 정보를 반드시 제공하여야 합니다.

따라서 「식품위생법」 및 「식품 등의 표시기준」이 가공식품의 품목에 따라 주표시면 등에 제조연월일, 유통기한 또는 품질유지기한 중 하나의 정보를 반드시 표시하도록 하고 있다는 점에 비추어보았을 때, 통신판매업자 역시 제조연월일, 유통기한 또는 품질유지기한 중 제품의 주표시면 등에 기재되어 있는 사항을 제공하는 것으로 충분하다는 점을 안내해드립니다.

②, ③에 대해 답변 드리겠습니다. 정보부족으로 인한 소비자피해를 사전에 예방하기 위해 통신판매업자는 상품정보제공고시가 규정하고 있는 정보를 소비자에게 제공하는 것이 원칙입니다. 다만, 통신판매업자가 정보를 제공할 수 없는 항목이 있는 경우 그 구체적인 사유를 제시하고 그에 준하는 정보를 제공하도록 노력하여야 합니다. (상품정보제공고시 Ⅲ-3)

※ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘법’이라 함) 제13조 제2항, 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」, 「식품위생법」 및 「식품 등의 표시기준」

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 박영희 (044-200-4466)

## Q68 표기단위문의 (2016-11-09)

Q. 수산물 표기 단위에 대해 문의 드립니다. 온라인으로 수산물(물고기, 해산물 등) 판매 시, 중량과 수량을 함께 기재 하고 있습니다.

중량은 법정계량단위인 kg을 사용하면 문제 없으나, 수량은 보통 미, 마리, 개를 혼용하여 사용하고 있습니다.

마리, 개는 일상에서 많이 사용하는 명확한 표현이지만 미는 수산물 관련 업종에서 사용하는 표현으로, 1토막 또는 1마리 등의 다중적인 의미를 가지고 있어, 수량의 단위로 사용해도 되는지 우려가 됩니다.

예시: 장어 1kg / 7-8미

수량을 예시처럼 '미'라는 단위를 사용하여 표기해도 문제가 없는지 확인 부탁드립니다.

A.

생선을 세는 단위인 의존명사 '미'의 사용 범위에 대한 것으로 이해됩니다. 귀하의 질의사항에 대해 검토한 의견은 다음과 같습니다.

국립국어원 표준국어대사전에서는 의존명사 '미'를 '생선이나 벌레를 세는 단위'로 풀이하고 있습니다.

생선의 수량을 세는 단위로 풀이되어 있으므로 해당 단위로 사용하는 데는 문제가 없을 것 같습니다. 일상에서 무심히 지나칠 수 있는 단어의 의미에 관심을 기울여 주셔서 감사드립니다.

※국립국어원 표준국어대사전

※ 담당부서: 문화체육관광부 국립국어원 기획연수부 공공언어과구지민 (02-2669-9738)

## Q69 화장품 DIY 관련문의 (2016-11-18)

Q. 온라인에서 DIY화장품 만들기 세트 판매시 완제품이 아닌 만들 수 있는 재료를 판매함에 있어 해당 제품을 화장품으로 보아야 하나요? 공산품으로 보아야 하나요?

(EX. 구성품 : 화장품용기, 알로에베라겔 160g, 유상층88g 등)

A.

‘화장품’은 화장품법 제2조의 정의에 따라 ‘인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것(의약품 제외)’을 말합니다.

특정 물품이 화장품에 해당하는지 여부는 인체에 적용하는 물품의 안전성·유효성 관련 자료, 당해 물품의 구성성분(함량 포함), 사용목적, 형태, 사용방법 등 특성 및 이에 따른 인체에 대한 작용의 경중 등을 종합하여 판단하여야 하는 바,

귀하께서 문의하신 제품의 정확한 정보(제품사진, 사용목적, 사용효과, 사용방법 등)가 없어 명확한 답변을 드릴 수 없는 점 양해바라며, 다만, 동 제품이 “화장품”을 만들기 위한 “용기, 알로에베라겔 등”의 세트 제품이라면, 동 제품에 구성되는 “알로에베라겔 등” 원료는 “화장품 원료”에 해당할 것으로 사료됩니다.

※「화장품법 제2조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 이지원 (043-719-3409)

## Q70 전파인증관련문의 (2016-11-18)

Q. 방송통신기자재등에서 9kHz 미만의 usb제품, 9kHz이상의 전기회로 또는 모터를 포함하지 않는 기기 등은 적합성 평가 시험 예외 기기인데

온라인에서 물건을 받아서 판매하는 업체로 모든 물건의 적용 여부를 확인하는데 큰 어려움이 있습니다.

일반적으로 전파적합대상 여부를 확인할 수 있는 방법을 알려주세요

(ex. 빛조절가능 제품은 대부분 9kHz 이상 제품이 대다수로 적용대상, 단순 on/off기능제품은 대부분 9kHz 이하제품으로 예외대상 등)

A.

형광등 등 조명기기류(9kHz ~ 400kHz이하) 해당여부를 간이 체크 여부가 가능한지에 대한 것으로 판단되며 검토 의견은 다음과 같습니다

해당제품은 「방송통신기자재등의 적합성평가에 관한 고시」별표2(지정시험기관 적합등록 대상기자재) “5호” 형광등 등 조명기기류(9kHz ~ 400kHz까지 주파수대에서의 형광등 및 조명기능을 가지는 기구 또는 장치)는 적합등록을 받아야 합니다. 아울러, 동 규정 중 9kHz ~ 400kHz이하 여부는 간이적으로는 판단이 불가하며 제조자 또는 직접 시험을 통해 알아볼 수 밖에 없음을 알려드립니다.

※ 「방송통신기자재등의 적합성평가에 관한 고시」별표2

※ 담당부서: 미래창조과학부 국립전파연구원 전파시험인증센터 적합성인증과 서명원 (031-644-7534)

## Q71 청약철회 관련문의 (2016-11-25)

Q. 가구 상품 온라인 판매 시 청약철회 관련 문의 드립니다.

단순변심에 의한 교환/반품의 경우 왕복배송비 외에 별도 비용을 부과하는 것은 청약철회 방해에 해당합니다.

업체측 규정(첨부)을 보면 단순변심에 의한 교환/반품 시 왕복배송비 외 '물류비용'을 청구하며, 제품 출고 후 취소시에도 별도 비용(물류비용)을, 박스 포장으로 배송되는 목재 가구는 별도 비용(박스비용)이 청구하고 있습니다.

여기서 물류비용은 창고 보관, 이동, 인건비 등을 의미하는 것으로 보입니다. 또 다른 업체는 지방 발송의 경우에만 이러한 물류비용을 추가 부과한다고 주장합니다.

소비자의 귀책(상품 훼손 등)인 경우에 책임을 묻는 것은 납득이 되지만 청약철회 기간내 단순변심, 제품 출고 후 취소 시에도 이를 적용하는 것은 위반사항이 아닌지요?

가구 상품의 특성상 예외 적용이 될 수 있는지, 위반이라면 그 근거는 무엇인지 문의 드립니다.

### [교환/환불/취소/기타안내]

- \* 제품하자시 교환 및 환불이 가능합니다.
- \* 설치완료후, 제품하자가 아닌 단순고객변심에 의한 수취거부시 배송비는 고객부담입니다.
- \* 단순 고객변심의 경우 수령일로부터 7일 이내에 반품 및 환불이 가능합니다. (왕복배송비 고객부담)
- \* 제품의 특성상 가구냄새는 반품사유에 해당하지 않습니다.
- \* 설치상품의 경우 설치완료후 취소가 어렵습니다.
- \* 제품하자의 경우 동일상품으로 교환처리가 가능합니다.
- \* 소비자훼손 및 변심에 의한 맞교환 실비  
(교환제품 실제 배송비 부과 + 기존 제품 배송비 부과: 왕복배송비 + 물류비용) 소비자 부담입니다.
- \* 소비자훼손 및 변심에 의한 반품 실비는 (실제 배송비 부과: 왕복배송비 + 물류비용) 소비자 부담입니다.
- \* 박스 포장으로 배송되는 목재 가구는 고객의 단순 변심 반품, 교환시 박스비용이 별도로 청구됩니다.
- \* 제품 출고 후 취소시 별도 비용이 청구(물류비용)됩니다. 비용 확인 후 취소 부탁드립니다.
- \* 품질향상을 위해 예고 없이 부분적인 디자인 또는 자재 변경이 있을 수 있습니다.

## Q71 청약철회 관련문의 (2016-11-25)

A.

귀하의 민원내용은 “단순변심에 의한 반품 시 반품에 소요되는 비용 이외의 비용(물류비용, 박스비용 등)을 소비자에게 청구하는 것이 정당한지 여부 및 관련 근거”에 대해 문의하는 것으로 이해됩니다.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘법’이라 함) 법 제17조 제1항에 의하면 통신판매업자와 재화 등의 구매에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약 내용에 관한 서면을 받은 날부터 7일 이내 청약철회를 할 수 있도록 규정하고 있습니다.

다만, 소비자에게 책임이 있는 사유로 재화 등이 멸실되거나 훼손된 경우, 소비자의 사용 또는 일부 소비로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우, 시간이 지나 다시 판매하기 곤란할 정도로 재화 등의 가치가 현저히 감소한 경우, 복제가 가능한 재화 등의 포장을 훼손한 경우 등에는 단순변심에 의한 청약철회(계약내용을 받은 날부터 7일 이내)를 할 수 없으나, 이 경우에도 그 사실을 재화 등의 포장이나 그 밖에 소비자가 쉽게 알 수 있는 곳에 명확하게 적거나 시험사용 상품을 제공하는 등의 방법으로 청약철회등의 권리 행사가 방해받지 않도록 해야 합니다.

또한, 법 제18조 제9항에 의하면 위 법 제17조 제1항에 의한 청약철회등의 경우(단순변심에 의한 청약철회) 공급받은 재화등의 반환에 필요한 비용은 소비자가 부담하며, 통신판매업자는 소비자에게 청약철회등을 이유로 위약금이나 손해배상을 청구할 수 없다고 규정하고 있고, 법 제21조 제1항 제1호에 의하면 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자는 거짓 또는 과장된 사실을 알려 청약철회등 또는 계약의 해지를 방해해서는 안된다고 규정하고 있습니다.

따라서 소비자가 위 3의 규정에 의거 정당하게 청약철회를 요청할 경우 통신판매업자는 위 청약철회 제한 사유에 해당하지 않음에도 청약철회를 거부하거나 제품 반환에 필요한 비용 이외의 추가비용을 요구해서는 안되며, 이러한 법 규정에 반하는 잘못된 내용을 홈페이지에 고지하는 행위는 소비자에게 거짓된 사실을 알려 청약철회를 방해하는 행위에 해당될 수 있습니다. 다만, 해당 사업자가 요구하는 물류비용 및 박스비용이 법상 제품 반환에 필요한 비용에 해당하는지 여부는 해당 제품의 특성 및 제품 배송에 소요되는 비용의 내역 등에 대해 구체적으로 확인한 후 판단해야 할 것으로 보여집니다

※ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 ‘법’이라 함) 법 제17조 제1항, 제18조 제9항에 의하면 위 법 제17조 제1항, 제21조 제1항 제1호

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 장상민 (044-200-4470)

## Q72 방향제의 상품명이 표시광고법에 저촉되는지 여부 질의(2016-06-10)

Q. 당사는 방향제를 대형 유통업체에 납품하는 회사입니다. (방향제는 000연구소에서 안전검사를 받은 상품입니다) 방향제를 세트로 구성하려고 하며, 세트 구성시 상품명을 만들어야 하는데 아래의 상품명이 과대광고에 저촉이 되는지 문의드립니다.

상품명: 1.환절기를 위한 아로마세트 2.집중력 향상을 위한 아로마세트 3.편안한 수면을 위한 아로마세트 4.스트레스해소를 위한 아로마세트

A.

우리 위원회는 표시광고의 공정화에 관한 법률에 따라 사업자가 상품 또는 용역에 관하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 하는 부당한 표시광고를 하는 경우 시정조치 등을 취하고 있습니다.

부당한 표시광고가 되기 위해서는 사업자가 표시광고한 내용이 1)사실과 다르다고 볼 만한 사실이 있고 2)소비자 오인성이 있으며, 3)그것이 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있을 경우 등의 3가지 요건을 충족하여야 합니다.

여기서 표시라 함은 사업자 등이 소비자에게 알리기 위해 상품 내용 등에 대하여 상품의 용기, 포장 등에 쓰거나 붙인 문자를 말하는 것으로 상품의 용기 등에 기재된 상품명도 표시로 볼 수 있습니다. 따라서 상품명도 같은 법의 규제 대상으로 귀하가 납품하시는 방향제가 상품명과 같은 효능이 없다면 부당한 표시에 해당될 여지가 있음을 알려드립니다.

바꾸어 말하면 귀하가 납품하시는 방향제가 실제로 용기 등에 기재된 상품명과 같은 효능이 있으며, 이를 실증하실 수 있다면 기재하신 상품명을 포장지 등에 쓰셔도 될 것입니다. 감사합니다

※ 표시·광고의 공정화에 관한 법률제1조(목적)

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 소비자안전정보과 (044-200-4010)

## Q73 전자상거래 상품정보제공고시 관련 문의사항 (가공식품) (2016-06-22)

Q. 온라인 쇼핑몰에서 가공식품을 판매할 때 상품정보제공고시에 따라 해당 내용을 기재하고자 하는데 궁금한 사항이 있어 질의 드립니다.

해당 가공식품의 제조년월일을 적으라고 되어있습니다. 가공식품 특성상 제조년월일이 동일하지 않은 재고들이 섞여 있기 마련입니다. 이러한 경우 어떻게 표시하여야 하는지요?

제조년월일이 바뀔때마다 상품정보제공고시의 내용도 일일이 수정해주어야 하는지 궁금합니다.

(만약 이렇게 해야 한다면 너무 번거로울거 같습니다.) 빠른 답변 부탁드립니다.

A.

상품정보제공고시에 따르면 제조연월일, 유통기한 등은 다음의 내용으로 대신하여 제공할 수 있습니다.

통신판매업자가 판매를 위해 보유하고 있는 동일 상품의 제조연월, 제조연월일, 유통기한, 사용기한, 품질유지기한 중 가장 빠른 날짜 보유한 동일 상품 전체의 제조연월, 제조연월일, 유통기한, 사용기한, 품질유지기한의 범위

따라서, 말씀하신 바와 같이 재고별로 제조연월이 다른 경우, 제조연월의 범위나 가장 빠른 날짜를 표기하시면 될 것으로 판단됩니다

※ 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 (044-200-4448)

## Q74 비누꽃 제품 안전품질표시 대상 여부 문의 (2016-12-09)

Q. 비누꽃(조화 상품)은 안전품질표시대상(화장비누)에 포함되나요?

[안전품질표시기준 화장비누 부속서]

적용범위: 화장비누란 사람의 얼굴 등을 깨끗이 할 용도로 제작된 고행(고체상태) 비누를 말한다. 다만, 약사법에 의한 의약부외품, 화장품법에 의한 비누류 등 타법에 의해 관리되는 세안비누를 안전품질표시대상으로 보지 아니한다.

A.

상품정보제공고시에 따르면 제조연월일, 유통기한 등은 다음의 내용으로 대신하여 제공할 수 있습니다.

통신판매업자가 판매를 위해 보유하고 있는 동일 상품의 제조연월, 제조연월일, 유통기한, 사용기한, 품질유지기한 중 가장 빠른 날짜 보유한 동일 상품 전체의 제조연월, 제조연월일, 유통기한, 사용기한, 품질유지기한의 범위

따라서, 말씀하신 바와 같이 재고별로 제조연월이 다른 경우, 제조연월의 범위나 가장 빠른 날짜를 표기하시면 될 것으로 판단됩니다

※ 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률제13조(신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공)

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 (044-200-4448)

## Q75 친환경 표시광고문의 (2016-12-15)

Q. CE, SGS인증, OEKO-TEX?? Standard 100 인증을 받은 제품은 '친환경' 제품으로 광고 가능한가요?

또한, 유해물질이 불검출 되었다는 내용의 시험성적서 등 입증 자료를 갖춘 제품이라면 '친환경' 표기를 해도 되는지 문의드립니다.

국산품은 환경부의 환경표지 인증서 등 인증을 받아야만 '친환경' 제품으로 광고 가능한 것으로 알고 있습니다만, 해외에서 인증 받은 제품은 이러한 기준을 정확히 파악하기 어렵습니다.

[환경기술 및 환경산업 지원법]

제16조의 10(부당한 표시·광고 행위 금지) 및 시행령 제22조10(부당한 표시·광고 행위의 내용)

부당한 환경성 표시·광고의 유형

(예시3) "친환경"이라는 상표는 제품에 지대한 환경적 이점이 있으며 부정적 환경 영향은 전혀 없다고 전달할 가능성이 높아 제품 전체가 환경성 개선을 이룬 것을 입증할 수 없다면 부당한 표시·광고에 해당된다.

(예시4) "친환경 000"라고만 표시·광고하고 구체적인 사유를 기재하지 않은 경우 부당한 표시·광고에 해당된다.

## Q75 친환경 표시광고문의 (2016-12-15)

A.

안녕하십니까? 귀하께서 질의한 내용은 “CE, SGS인증, OEKO-TEX Standard 100 인증을 받은 제품, 유해물질이 불검출 되었다는 내용의 시험성적서 등 입증자료를 갖춘 제품, 환경부의 환경표지 인증서 등 인증을 받은 제품은 ‘친환경’제품으로 광고 가능한지”를 문의한 것으로 이해됩니다.

귀하께서 제시한 내용만으로 “친환경” 표시광고가 가능한지 정확하게 판단하기 어려우나, 특정 인증에서 보장하는 제한된 범위로 제품에 대한 일부 환경성 개선 사항외 고려되지 않은 다른 환경성이 개선되지 않거나 차별성이 없을 경우에는 제품에 대한 전반적인 환경성 개선을 이룬 것으로 볼 수 없으므로 “친환경” 등 포괄적 환경성 용어 사용은 부당한 환경성 표시·광고에 해당될 수 있습니다.

“친환경” 등 포괄적인 환경성 용어 및 표현을 사용할 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 오인성이 없도록 표시·광고하여야 하며, 제품의 환경성 개선에 대해 소비자가 해당 제품이 가지고 있는 각각의 환경적인 속성 및 효능들을 이해할 수 있도록 구체적인 근거를 제시하여야 하며, 또한, 환경성 관련 인증마크를 사용하는 경우에는 해당 인증이 제품자체 또는 일부 부속에 해당되는 것인지, 인증의 범위 및 인증사유, 인증기관 등 구체적인 정보를 제공하여 소비자에게 오인성이 없도록 표시·광고 하여야함을 알려드립니다.

※ 담당부서: 환경부 환경정책실 환경정책관 환경기술경제과 조용재 (044-201-6670)

## Q76 자동차용품 상품정보제공고시관련문의 (2016-12-29)

Q. 자동차용품 상품정보제공고시 내용 중 "7.적용차종" 항목의 경우 판매되는 차종의 정보가 콘텐츠 페이지에서 확인이 되는 경우라면, "차종별 상이" 라는 내용으로 기재해도 가능한지요?

(ex. 상품정보제공고시 내용 \_ 7. 적용차종 : 차종별상이

#소비자가 구매하기 위해 제품을 확인하는 콘텐츠 페이지에 적용차종 (기아, 현대 등 전차종)이 명시되어있음)

A.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조 제2항에 따라 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 재화 등의 정보에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 합니다.

이와 관련하여 법 제13조 제4항에 따라 구체적인 표시·광고 및 고지의 내용과 방법은 공정거래위원회가 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 '상품고시')를 통해 정하고 있습니다.

상품고시는 자동차용품의 경우 적용차종에 대한 정보를 제공하는 통신판매의 수단에 표시·광고하거나 고지하도록 하고 있을 뿐 구체적인 표시·광고 또는 고지의 방법을 별도로 규율하고 있지는 않습니다.

따라서, 적용차종을 해당 통신판매의 수단에서 제공되는 제품 상세화면에 표시·광고하거나 고지하였다면 범위반에 해당된다고 보기는 어렵다고 판단됩니다.

※ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제13조 제2항, 4항

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 정창석 (044-200-4469)

## Q77 알레르기 프리 표시에 관한 질의 (2016-08-01)

Q. 식품에 '알레르기 프리(free)' 표시가 가능한가요?

A.

식품등의 명칭, 제조방법 및 품질, 영양가, 원재료 성분 및 용도에 관하여는 「식품위생법」 제13조에 따라 사실과 다르거나 과장된 표시·광고, 사용하지 않은 성분을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식하게 하는 표시·광고, 소비자를 오인·혼동시킬 수 있는 표시·광고 등 허위표시 또는 과대광고를 하여서는 아니 됩니다.

따라서, '알레르기 프리(free)' 표시는 위의 규정에 따라 적절치 않습니다.

※ 관식품위생법(제10조(표시기준)), 식품위생법(제13조(허위표시 등의 금지))

※ 담당부서 : 식품의약품안전처 기획조정관 고객지원담당관 ☎ 1577-1255

## Q78 상품정보제공고시\_ 식품 (2017-01-06)

Q. 식품관련 제품 판매 시 소비자가 구매할 때 보여지는 표시광고페이지에 수량이 이미지로 고지가 되어 있다면 반드시 상품정보제공고시의 항목에 수량을 기재 하여야 하나요? (농수산물, 가공식품, 건강기능식품 상품정보제공고시)

(EX. 건강기능식품 상품정보제공고시

1-4포장단위별 용량(중량), 수량 / 1박스 900mg, 컨텐츠참조)

A.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 '법'이라 함) 제13조제2항에 따라 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 재화 등의 정보에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 합니다.

이에 따라 마련된 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 '고시'라 함)는 품목별로 통신판매업자가 소비자에게 제공하여야 하는 상품 등의 정보를 구체적으로 제시하고 있으며, 민원의 내용과 같이 식품을 판매하는 통신판매업자는 포장 단위별 용량(중량), 수량, 크기에 대한 정보 등을 제공하는 것이 원칙입니다.(고시 III-1-(20)~(22))

다만, 정보 제공의 구체적인 방법은 사업자의 자율적 판단에 맡겨져 있으며, 이미지 등에 해당 정보가 기재되어 있어 소비자가 계약체결 전에 이러한 정보를 명확히 인지할 수 있다면 이미지와 별도로 다시 해당 정보를 텍스트의 형태로 제공해야 하는 것은 아님을 안내해드립니다.

※ 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」

※ 담당부서 : 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 유승우 (044-200-4467)

## Q79 화장품\_상품정보제공고시 관련 문의 (2017-1-13)

Q. 멀티슈제품의 경우 대부분 한장한장의 매수단위로 기재되어있는경우가 대부분인데 화장품상품정보제공고시 항목 중 1. 용량 및 중량 부분 작성 시 매수로 기재 가능한지요?

(EX.1.용량 및 중량: 80매)

A.

「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」제13조 제2항에 따라 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화 등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 착오 없이 거래할 수 있도록 재화의 정보에 관한 사항 등을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 합니다.

이에 따라 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」(이하 ‘고시’라 함)는 품목별로 통신판매업자가 소비자에게 제공하여야 하는 정보를 구체적으로 제시하고 있으며, 민원의 내용과 같이 화장품을 판매하는 통신판매업자는 용량 또는 중량 등에 대한 정보를 제공하여야 합니다.

한편, 고시의 목적이 소비자가 전자상거래를 함에 있어 합리적인 선택을 하도록 기여하고 정보부족으로 인한 소비자피해를 사전에 예방하는 것에 있으므로, 고시는 일반원칙에서 ‘통신판매업자가 정보를 제공할 수 없는 항목이 있는 경우 그 구체적인 사유를 제시하고, 그에 준하는 정보를 제공하도록 노력하여야 한다.’고 규정하고 있습니다.(H-3)

이러한 점을 고려하였을 때, 멀티슈의 특성에 비추어 용량 또는 중량에 대한 정보를 매수로 표시하는 것 역시 가능한 것으로 판단됩니다.

※ 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」제13조 제2항,

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 전자거래과 박영희 (044-200-4466)

## Q80 미용기기 표시광고 관련 (2017-01-20)

Q. 미용기기(파일첨부) 관련하여 예시와 같은 표시광고 가능한지요?

- 1) 붓기(EX.마사지기로 붓기완화에 도움을 줍니다.)
- 2) 신체개선표현(EX. 슬림한 바디로~, V라인으로~)
- 3) 셀룰라이트(EX.셀룰라이트완화에 도움을 줍니다.)
- 4) 경락마사지 효과가 있습니다.
- 5) 링클케어에 도움을 줍니다.
- 6) 미백에 도움을 줍니다.



## Q80 미용기기 표시광고 관련(2017-01-20)

A.

귀하께서는 첨부 파일과 같은 미용기기에 대해 특정 표현을 사용하여 광고하는 것이 부당광고에 해당하여 위법한지 여부를 질의하신 것으로 판단됩니다.

하지만 부당 광고 여부의 판단을 위해서는 광고의 전체적인 배치, 인상을 판단하기 위해 구체적인 광고가 필요하고, 해당 광고가 의미하는 바가 실제 제품과 어떠한 차이가 있는지를 알 수 있어야 합니다. 이는 조사를 해보기 전에는 정확히 알 수 없는 것이기 때문에 위법성 여부를 직접 답변드릴 수 없다는 점을 양해 부탁드립니다. 다만 아래와 같은 부당광고 판단의 일반 원칙을 안내해드리오니 참조하시기 바랍니다.

우리 위원회가 운용하고 있는 표시광고의 공정화에 관한 법률에서는 사업자가 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것 등을 부당한 표시·광고행위로 보고 금지하고 있으며, 사업자 등은 자기가 한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 실증할 수 있어야 한다고 되어 있습니다. 한편 공정위는 “표시광고의 실증에 관한 운영고시(이하 실증고시)”에 실증의 구체적 기준을 설명하고 있습니다(실증고시 전문은 국가법령정보센터(<http://www.law.go.kr>)에서 행정규칙을 클릭하신 후 검색하시면 찾아보실 수 있습니다).

위 고시에 따르면 시험결과의 경우 (1) 시험기관은 사업자와 독립적이어야 하며 (2) 시험기관은 해당 분야를 시험할 수 있는 전문적인 인적, 물적 능력을 보유하여야 하며, (3) 실증에 사용되는 시험절차와 방법은 해당분야의 학계 또는 산업계에서 일반적으로 인정되고 있는 객관적이고 타당한 것이어야 합니다. 그리고 이에 더하여 (4) 실증자료의 내용이 광고에서 주장하는 내용과 직접적인 관계가 있어야 할 것을 요구하고 있습니다. 효능, 효과에 대한 광고에 대해 위법성을 판단하는 기준은 위 고시상 요건을 충족하는지 여부입니다.

※ 표시광고의 실증에 관한 운영고시

※ 담당부서: 공정거래위원회 사무처 소비자정책국 소비자안전정보과 강승빈 (044-200-4423)

## Q81 행정처분내용관련\_유기농(2017-02-01)

Q. 쿠팡에서 유기농 화장품이 아님에서 오가닉문구를 사용하여 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시를 하여 판매 업무 정지를 받은 사례가 있습니다.

만약, 1) 유기농화장품이 아닌데 '오가닉' 문구를 포함한 업체명이 제품명 및 제품이미지에 기재되어 있으면 이것 또한 문제가 되는지요~?

2) 브랜드명이 예를들어 오가닉스토리의 경우 “오가닉스토리는 브랜드명입니다. 현재 판매되는 제품은 유기농 제품이 아닙니다. “라고 표시광고 내용에 기재되어 있을 경우는 브랜드명(오가닉스토리, 오가닉팜 등) 사용이 가능한지요?

ex) 업체 브랜드명: 오가닉스토리, 오가닉팜 등

- 업체명: (주)착한아이
- 제품명: 스위트오가닉
- 처분명: 해당 품목 판매업무정지 (2017.01.06 ~ 2017.04.05)
- 위반내용:

화장품 품목 스위트오가닉을 '16.1월경부터 인터넷사이트(쿠팡)에 판매하면서,

유기농화장품이 아님에도 불구하고 제품명에 '오가닉'을 표기하여 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시를 함.

- URL : <http://www.mfds.go.kr/index.do?mid=730&pageNo=1&seq=15225&cmd=v>

## Q81 행정처분내용관련\_유기농(2017-02-01)

A.

「화장품법」제2조제3호 및 「유기농화장품의 기준에 관한 규정」(식약처고시) 제12조에 따른 유기농화장품은 ‘전체 원료 중 10%이상이 유기농 원료로 구성’되어야 하며, 그 외 사용할 수 있는 원료, 제조공정, 작업장 및 제조설비, 포장, 보관 등 해당 고시에 규정된 사항을 준수하여야 합니다.

화장품 표시·광고 금지 등과 관련하여, 「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5]는 유기농화장품이 아닌 화장품을 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고’를 금지하고 있습니다.

아울러, 「화장품법 시행규칙」 제19조제4항제5호에 따라 ‘유기농’, ‘유기농 화장품’ 등으로 표시·광고하려는 경우에는 그 원료의 함량을 기재·표시하도록 규정하고 있는 바, 유기농 원료의 함량을 각각 기재·표시하여야 함을 알려드립니다. 귀하께서 질의하신 유기농 화장품의 기준에 적합하지 않은 제품에 대하여 ‘유기농(오가닉)’ 등의 용어를 사용하여 표시·광고를 하거나 제품명에 당해 관련 표현을 사용하는 경우 ‘유기농 화장품 오인 또는 우려가 있는 표시·광고’에 해당할 수 있음을 알려드리니 표시·광고 업무에 만전을 기하시기 바랍니다.

※ 「화장품법」제2조제3호 및 「유기농화장품의 기준에 관한 규정」(식약처고시) 제12조, 「화장품법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제22조 [별표 5] ,, 「화장품법 시행규칙」 제19조제4항제5호

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김가영 (043-719-3416)



## Q82 화장품 표시광고 문의\_특허관련 (2017-02-06)

A.

「화장품법」제14조에 따라 화장품의 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여 이를 실증하도록 규정하고 있으며, 같은 법 시행규칙 제23조에서는 표시·광고 중 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하게 할 우려가 있어 식약처장이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 규정하고 있습니다. 실증대상에 해당하는 경우 시험결과의 요건은「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처 고시) 제4조에서 정하고 있습니다.

문의하신 제품에 대한 정보가 없어 정확한 답변이 어려우나, ‘모공축소’ 및 ‘피지분비억제’ 표현은 제품의 효능, 효과, 품질 등에 관한 내용으로 ‘사실’과 관련된 사항에 해당하는 것으로 판단됩니다.

질의하신 ‘모공축소’의 경우 일시적인 모공축소에 도움을 준다는 표현으로 객관적으로 확인 가능한 증빙자료를 보유하고 계신다면 표시·광고에 사용이 가능할 것으로 판단되며, ‘피지분비억제’의 경우 ‘피지분비조절’의 의미로 판단되는 바, 관련 실증자료(인체적용시험자료)로 입증 가능한 경우 표시·광고가 가능함을 알려드리니 업무에 참고하시기 바랍니다.

※「화장품법」제14조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과배설희 (043-719-3417)

## Q83 식품후기작성 시 행정처분 대상문의

Q. 온라인쇼핑몰의 고객이 사용후기 게시판에「식품위생법」제 13조제1항제1호를 위반하는 내용이 포함된 후기를 작성하였을 경우, 그 글을 작성한 고객 또는 그 후기를 게시판에 방치한 판매자는 식품위생법상 행정처분 대상에 해당하나요?

A.

「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제 8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품 또는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용 표시·광고, 식품 등의 명칭·제조방법, 품질·영양표시, 식품이력추적표시, 식품 또는 식품첨가물의 영양가·원재료·성분·용도와 다른 내용의 표시·광고, 체험기를 이용한 광고 등의 허위·과대 광고를 하여서는 아니 됩니다.

이와 관련하여, 식품을 구매한 소비자가 식품판매업체의 인터넷 홈페이지(사용후기게시판)에 작성한 해당 식품의 사용 후기 내용이 같은 법 시행규칙 제8조제1항에 해당하는 경우, 이용후기를 작성한 고객은 처분대상으로 볼 수 없을 것으로 판단되나, 상기 규정에 저촉이 되는 내용의 이용후기를 방치한 해당 영업자는 같은 법 시행규칙 제 89조 관련[별표23]Ⅱ. 개별기준에 따른 행정처분을 받을 수 있습니다.

※「식품위생법」제13조 및 같은 법 시행규칙 제 8조에

※출처-2015년 식품위생법 질의답변집

## Q84 허위·과대광고 여부\_(식품에 GMP도안)

Q. 일반식품(다류, 액상음료)에 GMP도안 등을 제품 포장지에 표시한 경우 식품위생법 제13조 위반 행위에 해당하나요?

A.

식품위생법 제13조에 따라 누구든지 식품등의 명칭·제조방법, 품질·영양 표시, 유전자재조합식품등 및 식품이력추적관리 표시, 식품 또는 식품첨가물의 영양가·원재료·성분·용도에 관하여는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고는 금지하도록 규정하고 있습니다.

우수건강기능식품제조기준적용업소는 건강기능식품에 관한 법률 제22조(우수건강기능식품제조기준 등)에 따라 건강기능식품의 허가를 받은 자가 우수건강기능식품제조 기준을 준수한 경우 GMP 적용 업소로 지정하여 고시할 수 있도록 규정하고 있으므로, 가공식품(침출차) 포장지에 '건강기능식품전문제조업, 우수건강기능식품 제조기준(GMP) 적용업소, GMP도안을 표시한 경우는 건강기능식품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고로 판단되어 상기 규정에 저촉됩니다.

※식품위생법 제13조, 우수건강기능식품제조기준적용업소는 건강기능식품에 관한 법률 제22조

※출처-2015년 식품위생법 질의 답변집

## Q85 출장뷔페 영업신고

Q. 홀과 주방을 갖추어 일반음식점 영업을 하려고 합니다. 소비자의 요청에 의해 비상시적으로 조리가 완료된 음식을 출장뷔페 형태 등으로 차로 배달 후 간단히 데우는 정도로 하여 제공하는 것이 가능한가요? 불가하다면 위의 형태로 운영하려면 어떠한 영업신고가 필요한가요?

A.

「식품위생법」시행규칙 제36조 관련 [별표 14] 업종별 시설기준에 따르면 영업장은 독립된 건물이거나 식품접객업의 영업허가 또는 영업신고를 한 업종 외에 용도로 사용되는 시설과 분리되어야 합니다. 따라서, 일반음식점 영업은 신고한 해당 영업장안에서만 영업을 이루어져야 하며, 배달의 경우에는 영업 구역 내에서 소비자의 요청에 의해 일시적인 서비스의 형태로만 가능합니다.

또한, 출장뷔페의 경우에는 단순배달서비스와는 다른 형태의 영업행위로서 식품제조·가공업 영업등록을 하여야 할 것으로 판단되며, 영업 등록 후 영업장 외의 장소에서 불특정 다수인에게 이동급식 및 섭취를 돕기 위한 가열행위는 가능합니다.

※ 「식품위생법」시행규칙 제36조 관련 [별표 14]

※ 출처 - 2014년 식품위생법 질의 답변집

## Q86 허위표시 · 과대광고\_(질병효과)

Q. 건강즙을 만들어 파는 인터넷쇼핑몰 카테고리에 건강정보란을 개설하여 소비자에게 정보제공 시 “양배추가 위질환에 좋다”라는 일반적으로 공론화된 정보를 출처를 밝히고 기사화 된 글을 올렸을 때 이것이 과대광고에 해당되나요?

A.

「식품위생법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기 · 포장 및 라디오 · 텔레비전 · 신문 · 잡지 · 음악 · 영상 · 인쇄물 · 간판 · 인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭 · 제조방법 · 품질 · 영양가 · 원재료 · 성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 식품이 질병의 예방 및 치료에 효능 · 효과가 있거나 소비자가 건강기능식품으로 오인 · 혼동할 수 있는 특정 성분의 기능 및 작용에 관한 표시 · 광고는 허위 · 과대광고로 규정하고 있습니다.

따라서, 식품등에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 함에 있어 질병 효능 등이 있다는 사이트를 링크하거나 출처를 표현하는 경우도 소비자로 하여금 식품이 그러한 질병에 효능이 있다는 것으로 오인 · 혼동할 수 있는 사항으로 허위 · 과대광고에 해당 됩니다.

※「식품위생법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조

※출처-2014년 식품위생법 질의 답변집

## Q87 건강기능식품 표시광고 (2017-02-23)

Q. 건강기능식품에 관한 법률에서 '기능성에 대한 표시·광고를 하려는 자는'는 사전 심의를 받아야 한다고 되어 있는데, 기능성 표시·광고가 아닌 단순 해당 브랜드 설명과 제품정보만 기재할 경우에도 반드시 사전심의를 받아야 하나요?

건강기능식품 기능성 표시·광고 심의

제16조(기능성 표시·광고의 심의) ① 건강기능식품의 기능성에 대한 표시·광고를 하려는 자는 식품의약품안전처장이 정한 건강기능식품 표시·광고 심의의 기준, 방법 및 절차에 따라 심의를 받아야 한다

A.

건강기능식품에 관한 법률 제16조 규정에 따라 건강기능식품의 기능성에 대한 표시·광고를 하려는 자는 식품의약품안전처장이 정한 건강기능식품 표시·광고 심의의 기준, 방법 및 절차에 따라 심의를 받아야 합니다.

귀하께서 하고자 하시는 브랜드 설명 및 제품정보 자료가 없어 심의대상 여부를 판단하기에는 어려움이 있어 정확 답변을 드릴 수가 없습니다.

이점 양해하여 주시기 바랍니다.

참고로, 정확한 답변을 받고자하는 경우 브랜드 설명 및 제품정보 자료를 함께 제출하시거나, 광고 심의를 위탁 받아 수행하고 있는 (사)한국건강기능식품협회 (031-628-2300)에 문의하시면 됩니다.

※ 건강기능식품에 관한 법률 제16조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 식품영양안전국 건강기능식품정책과 류승호 (043-719-2460)

## Q88 식품관련 표시광고 (2017-02-23)

Q. 식품위생법상 인증, 보증, 추천을 받았다는 내용의 표시 광고 할 수 없는데, 업체에서 자체적으로 계약된 전속 모델의 경우에는 '해당 모델이 추천한다' 라는 표시광고가 가능한가요?

식품위생법

제8조(허위표시, 과대광고, 비방광고 및 과대포장의 범위)

6. 각종 상장감사장 등을 이용하거나 "인증"·"보증" 또는 "추천"을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 표시·광고. 다만, 다음 각 목에 해당하는 내용을 사용하는 경우는 제외한다.

A.

일반가공식품에 대하여 '특정인의 추천' 표현은 광고하여서는 아니 됨을 알려 드립니다.

<관련 규정>

식품위생법 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조에 따라 누구든지 용기·포장 및 라디오·텔레비전·신문·잡지·음악·영상·인쇄물·간판·인터넷, 그 밖의 방법으로 식품 등의 명칭·제조방법·품질·영양·원재료·성분 또는 사용에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 할 때에는 사실과 다르거나 과장된 표시·광고, 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고, 각종 상장·감사장 등을 이용하거나 "인증"·"보증" 또는 "추천"을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 표시·광고\* 등의 허위·과대광고를 하여서는 아니 됩니다.

\*「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장, 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관으로



## Q88 식품관련 표시광고 (2017-02-23)

A.

받은 인증·보증, 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증, 식품의약품안전처장이 고시하는 절차와 방법에 따라 식품등에 대한 인증·보증의 신뢰성을 인정받은 기관으로부터 받은 인증·보증은 제외

그 밖에 추가 문의사항이 있으시면 식품의약품안전처 식품정책조정과(담당 김현정, ☎ 043-719-2018)로 연락주시면 성심 성의껏 답변하여 드리겠습니다.

※ 「식품위생법」 제13조 및 같은 법 시행규칙 제8조, 「정부표창규정」, 「정부조직법」 제2조부터 제4조, 「지방자치법」 제2조, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조, 「식품산업진흥법」 제22조, 「산업표준화법」 제15조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품정책조정과 김현정 (043-719-2018)

## Q89 멀티슈관련 (2017-03-03)

Q. 멀티슈의 경우 일반 공산품에서 화장품으로 이관되었는데 멀티슈는 인체의 세정을 목적으로 한 제품으로 '항균'표현에 있어서 인체적용시험 자료로 입증 시 사용가능한가요?

A.

「화장품법」제14조에 따라 화장품의 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여 이를 실증하도록 규정하고 있으며, 같은 법 시행규칙 제23조에서는 표시·광고 중 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하게 할 우려가 있어 식약처장이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 규정하고 있습니다.

아울러「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처고시) 제3조는 표시·광고 실증에 필요한 요건 등의 구체적인 사항을 규정하고 있습니다.

문의하신 '항균' 표현은 제품의 효과 등 '사실'에 관련된 표현으로서「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」에서 '인체 세정용 제품(멀티슈 포함)'에 한하여 '인체적용시험 자료'로 입증할 수 있어야 한다고 규정하고 있습니다.

따라서 귀하께서「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」에 부합하는 인체적용 시험 자료를 구비하신 경우 당해 표현을 표시·광고에 사용하실 수 있음을 알려드립니다.

※ 「화장품법」제14조, 같은 법 시행규칙 제23조, 「화장품 표시·광고 실증에 관한 규정」(식약처고시) 제3조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과 김가영 (043-719-3416)

## Q89 식품관련 표시광고 (2017-03-15)

Q.[건강기능식품에 관한 법률] 제18조제2항, 동법 시행규칙 제21조에 따른 허위·과대·비방의 표시·광고의 범위중 정부 또는 관련 공인기관의 수상·인증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용의 표시·광고에 대해 문의 드립니다.

1. 식품위생법의 경우는 명확하게 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 지방자치단체, 공공기관으로부터 받은 인증·보증 내용 외에는 사용하지 않도록 제한하고 있습니다만

건강기능식품에 관한 법률에서는 '정부 또는 관련공인기관의 수상·인증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용의 표시·광고', 즉 사실과 다르거나 과장된 광고에 한해 제한하고 있습니다.

이는 '민간기업(사기업)에서 받은 수상·인증 내용은 광고 할 수 없다'라는 내용은 포함하고 있지 않으므로, 수상·인증 내용이 사실이라면 광고에 사용할 수 있다는 의미인지 문의 드립니다.

2. 민간기업(사기업)의 수상·인증 내용을 포함하고 있는 광고물을 건강기능식품협회의 사전심의에서 별다른 시정사항 없이 통과했다면 그대로 광고에 사용해도 되는지 문의 드립니다.

3. 건강기능식품 판매 및 광고 진행 시 건강기능식품에 관한 법률과 식품위생법을 별개로 인식하여 식품위생법은 고려하지 않아도 되는지,

아니면 식품위생법을 상위법으로 생각하여 두 법률 모두 고려해야 하는지 문의 드립니다.

## Q89 식품관련 표시광고 (2017-03-15)

A.

귀하의 민원내용이 ① 민간기업의 수상·인증·선정·특허 내용 광고 가능여부, ② 광고심의, ③ 적용법률에 관한 문의로 이해됩니다.

귀하의 질의사항에 대해 검토한 의견은 다음과 같습니다.

건강기능식품에 관한 법률 제18조 규정에 따라 정부 또는 관련공인기관의 수상·인증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용의 표시·광고를 하지 못하게 하고 있으며, 민간 기업에서 받은 수상 내용 등에 대해 사실에 입각하여 광고하는 것은 가능할 것으로 판단됩니다.

또한, 건강기능식품의 심의 대상은 기능성 표시·광고이므로 문의하신 내용은 심의 대상에 해당되지 않으며, 「식품위생법」과 「건강기능식품에 관한 법률」은 별도로 운영하고 있음을 알려 드립니다

이 밖에 궁금한 사항이 있으시면 식품의약품안전처 건강기능식품정책과(류승호, 043-719-2460)로 연락주시면 친절히 답변 드리도록 하겠습니다.

※ 「건강기능식품에 관한 법률」 제18조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 식품영양안전국 건강기능식품정책과 류승호 (043-719-2460)

## Q90 식품관련 표시광고 (2017-03-15)

Q.[식품 및 축산물 표시·광고 인증·보증기관의 신뢰성 인정에 관한 규정]이 일부 개정되는 것으로 알고 있습니다. 개정 되는 내용을 보면, ‘외국 정부가 인증·보증하는 표시·광고는 본문의 종류에 대한 제한을 받지 아니한다.’라는 내용이 추가되는데, 이 조항이 유기농에도 포함이 되는지 문의 드립니다.

지금까지 유기농식품으로 동등성을 인정받은 미국과 EU에 한해 광고에 ‘유기농’표현이 가능했는데, 예를들면 일본 유기농(JAS)이나 호주 유기농(ACO) 등과 같이 동등성은 인정받지 않았지만 외국 정부에서 인증한다는 내용이라면 표시·광고 가능한지요.

A.1

귀하께서 질의하신 외국정부의 유기농 인증마크 표시에 대한 답변을 아래와 같이 드리고자 합니다.

식품등의 명칭, 제조방법 및 품질, 영양가, 원재료, 성분 및 용도에 관하여는 식품위생법 제13조에 따라 사실과 다르거나 과장된 표시·광고 또는 소비자를 오인·혼동시킬 수 있는 표시·광고 등 허위표시 또는 과대광고를 해서는 아니 되며, 소비자를 오인·혼동시킬 수 있는 표시·광고를 금지하고 있습니다.

같은법 시행규칙 제8조제6호가 2015.12.31. 개정되어 약 1년간의 유예기간을 거쳐 2017. 1.1.시행됨에 따라 각종 상장·감사장 등을 이용하거나 “인증”·“보증” 또는 “추천”을 받았다는 내용을 사용하거나 이와 유사한 내용을 표현하는 표시·광고는 하여서는 아니 됩니다. 다만, 다음에 해당하는 내용을 사용하는 경우는 제외 됩니다.

## Q90 식품관련 표시광고 (2017-03-15)

- 1) 「정부표창규정」에 따라 제품과 직접 관련하여 받은 상장
- 2) 「정부조직법」 제2조부터 제4조까지의 규정에 따른 중앙행정기관·특별지방행정기관 및 그 부속기관, 「지방자치법」 제2조에 따른 지방자치단체 또는 공공기관의 운영에 관한 법률 제4조에 따른 공공기관으로부터 받은 인증·보증
- 3) 「식품산업진흥법」 제22조에 따른 전통식품 품질인증, 「산업표준화법」 제15조에 따른 제품인증 등 다른 법령에 따라 받은 인증·보증
- 4) 식품의약품안전처장이 고시하는 절차와 방법에 따라 식품에 대한 인증·보증의 신뢰성을 인정받은 기관으로부터 받은 인증·보증

또한, 「식품 및 축산물 표시·광고 인증·보증기관의 신뢰성 인정에 관한 규정」 제2조(인증·보증하는 표시·광고의 종류)에 따르면 인증·보증하는 표시·광고의 종류는 「식품위생법」에 따른 식품에 관한 것으로서, 국외 안전관리인증기준(HACCP), ISO 22000, 할랄(Halal), 코셔(Kosher), 우수제조기준(GMP), 비건(Vegan)으로 합니다.

귀하가 제품에 사용하고자 하는 인증 표시가 “유기농” 등에 관한 인증인 경우, 식품위생법 및 관련 법령에서 규제하는 사항이 아니며, 농식품부 등 타부처 소관 법령에 위배되는 바가 없어야 함을 알려드립니다.

※ 「식품위생법」 제13조, 같은법 시행규칙 제8조제6호, 「식품 및 축산물 표시·광고 인증·보증기관의 신뢰성 인정에 관한 규정」 제2조

※ 담당부서: 식품의약품안전처 식품안전정책국 식품안전표시인증과 이성현 (1577-1255)

## Q90 식품관련 표시광고 (2017-03-15)

A2

우선 유기 가공식품에 대한 관심에 감사드립니다. 귀하의 민원내용 중 우리원과 관련된 업무에 대해 답변합니다.

귀하의 민원내용은 '동등성 인정이 되지 않는 외국 인증품에 유기로 표시 또는 광고할 수 있는지 여부'에 관한 것으로 이해됩니다.

귀하의 질의사항에 대해 검토한 의견은 다음과 같습니다.

우리나라는 2014년부터 유기 인증제를 전면 시행하고 있습니다. 우리나라에서 '유기'로 표시·광고하기 위해서는 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조에 따라 인증받은 제품 또는 제25조에 따라 우리나라와 동등하거나 그 이상의 인증제도를 운영하고 있다고 인정한 동등성 인정 제품이어야 합니다.

귀하께서 문의하신 일본·호주 등은 위에서 설명한 우리나라 인증품이거나 동등성이 인정된 제품이 아니기 때문에 국내에서 유기로 표시하여 판매할 수 없음을 알려드립니다.

※ 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제19조, 제25조

※ 담당부서: 농림축산식품부 국립농산물품질관리원 인증관리팀 이상신 (0544294182)

## Q91 미용업 업무 범위관련문의 (2017-03-16)

Q미용업(손톱·발톱)의 업무 범위에 대해 문의 드립니다.

손과 발의 각질을 제거해주거나 손과 발에 화장품 도포(보습용) 해주는 것이 가능한가요?

미용업(손톱·발톱)의 정의를 보면 손톱·발톱 외 다른 부위는 언급되지 않았습니다.

현장에서 손톱·발톱 주변의 큐티클 제거 등 간단한 손질 뿐만 아니라 손, 발의 관리도 진행합니다.

엄밀히 따지면 손과 발 부위는 '미용업(피부)'의 업무 범위에 해당하는 것으로 보입니다.

각질제거, 화장품 도포 정도는 허용할 수 있는 범위인지, 범 위반 소지 등 문제가 없는지 궁금합니다.

[공중위생관리법 시행령 제4조]

나. 미용업(피부): 의료기기나 의약품 사용하지 아니하는 피부상태분석·피부관리·제모(除毛)·눈썹손질을 하는 영업

다. 미용업(손톱·발톱): 손톱과 발톱을 손질·화장(化粧)하는 영업

## Q91 미용업 업무 범위관련문의 (2017-03-16)

A.

귀하의 민원내용은 “미용업(손톱·발톱)의 업무범위에 대해 문의하신 것”으로 판단됩니다.

귀하의 질의사항에 대해 검토한 의견은 다음과 같습니다.

공중위생관리법 시행규칙 제14조에 따르면 미용사(네일) 면허를 받은 자의 업무범위는 손톱과 발톱의 손질 및 화장으로 규정되어 있습니다. 문의하신 각질 제거나 보습용 화장품 도포, 손·발의 관리에 대하여 현재 공중위생관리법상 미용사(네일)의 업무로 규정하는 바는 없으나, 손님의 손톱과 발톱을 아름답게 꾸미기 위한 것으로서 부득이 수반되는 행위라고 볼 수 있다면 불가능하다고 보기 어려울 것으로 보입니다.

※ 「공중위생관리법」 시행규칙 제14

※ 담당부서: 보건복지부 건강정책국 구강생활건강과 손욕연 (044-202-2848)