화장품 광고관련 법령 및 위반사례

2019. 10.

사이버조사단

식품의약품안전처

목 차

Ⅰ 사이버조사단 소개

Ⅱ 화장품 광고 관련 규정

Ⅲ 화장품 광고 위반 사례

Ⅰ 사이버조사단 소개

온라인 시장 현황

사이버조사단 업무 소개

< 시장변화에 따른 소비패턴의 11가지 구조적 변화 >

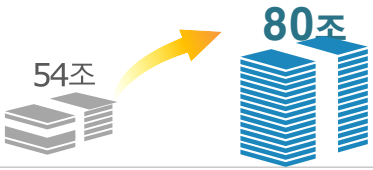
C	Crossover Shoppers – 온라인과 오프라인을 넘나드는 소비자
O	Optimizing for Singles – 1인 가구용 제품 수요 확대
N	Not Buying but Sharing – 공유 경제형 소비
S	Social Network Shopping – 소셜 미디어 활용
U	Underprice Shopping – 저가 제품 선호 확대
M	More for Health – 건강 관련 제품 수요 확대
P	Payment Evolution – 간편결제 활용
T	Toward the Extreme – 고가 또는 저가로 양극화 되는 수요
I	Inside Viewers – 성분·내용물을 강조한 제품 수요 확대
O	Old people, Young Market – 중·장년층을 겨냥한 새 시장
N	New prosumer – 소비자 스스로 개성을 표현

온라인 시장 현황

현재 온라인 시장은 급성장



온라인 전체 시장



+48%



통신판매 업체수



+31%



식품·화장품 온라인 판매



+87%

*source : 공정거래위원회 전자거래과, 통계청

온라인 시장 현황

온라인 시장의 성장요인

소비자



- 요구의 다양화, 개성화
- 저가격 · 구매편의 · 시간절약 지향

판매자



- 취급상품 다양화, 융합된 매장형태
- 유통구조 단순화 (제조업→ 소비자)
- SNS활용 맞춤형 상품제공, 진입장벽↓

환경



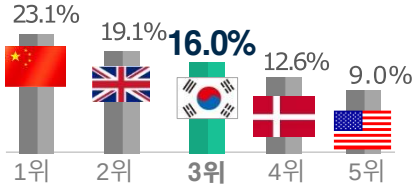
- IT기기, 통신판매 미디어의 발달
- 편리한 결제시스템 개발
- 물류 시스템 개선

온라인 시장 현황

대한민국 온라인 시장 특징



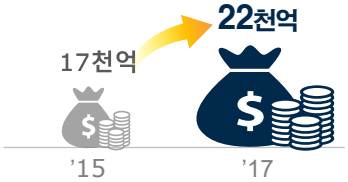
전체 시장 대비 온라인 시장 비율



3위



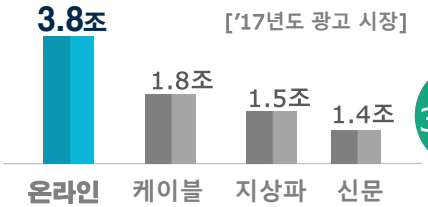
해외 직접 구매시장의 급성장



+32%



IT · SNS 발달로 새로운 시장 출현



34.5%

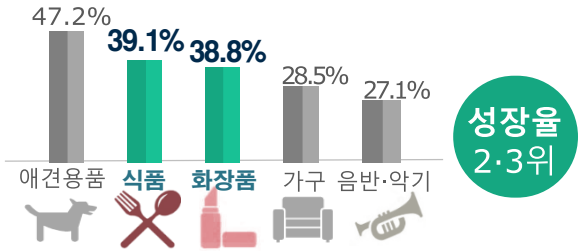
*source : 통계청, 제일기획, statista.com

온라인 시장 현황

식·의약 분야 온라인 시장 현황

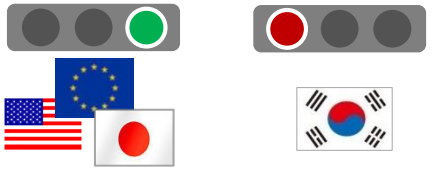


식품·화장품의 급속한 성장





의약품의 온라인 판매 불가





온라인 허위광고·불법유통 적발 지속



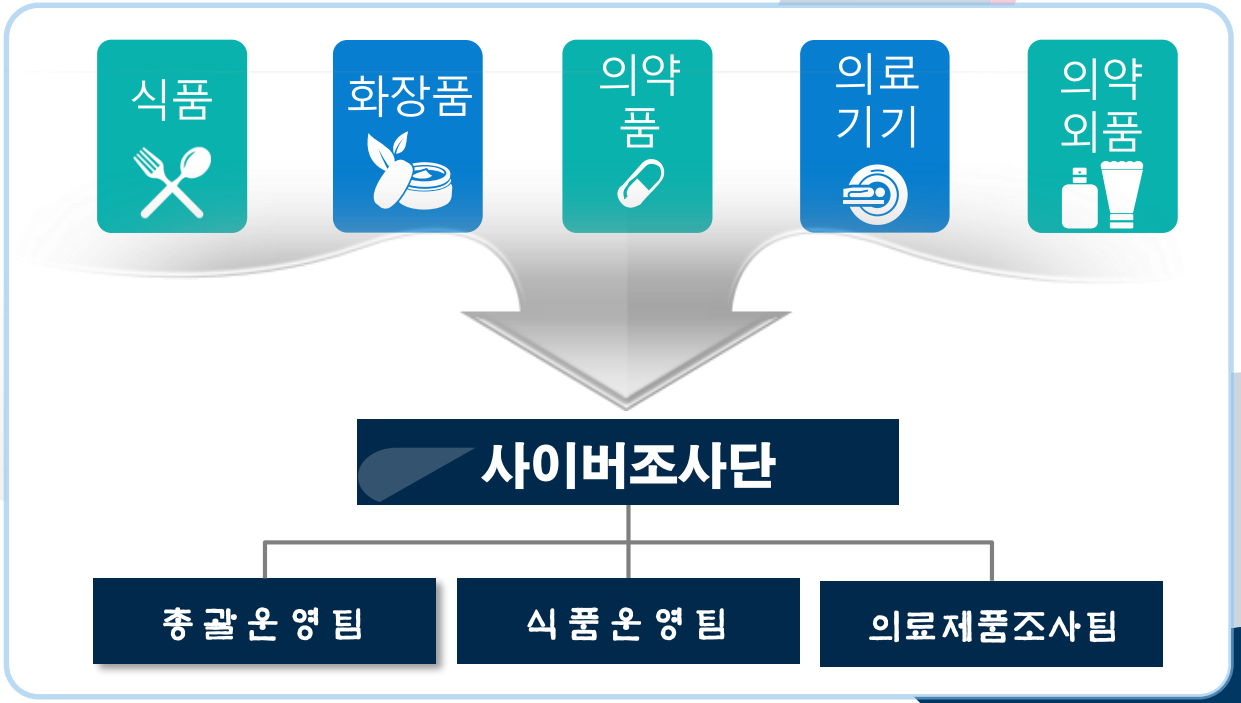
*source : 통계청, 식품안전통합망



소비자 피해 예방,
사각지대 해소 위한
감시활동 변화 필요

사이버조사단 업무 소개

분산된 사이버 감시기능 통합, 집중관리 부서 신설

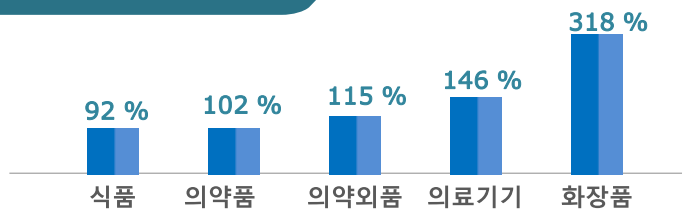


사이버조사단 업무 소개

점검 현황 및 운영성과

15만건 모니터링을 통한 53천여건 적발

'17년 대비
품목별 적발실적





탈모 샴푸의 의학적 기능 광고

- 발모·양모, 두피재생, 모발성장 광고
- 9,113건 점검, 899건 적발
- 제품개발자 활용 등 고의적 업체 고발

사이버조사단 업무 소개

사이버조사단 업무 추진 방향

허위·과대광고 및 불법 유통 모니터링

- 다소비 품목, 관심 분야 집중
- 낙태약, 발기부전 치료제 등 의약품 불법판매
- 식용금지 해외직구식품 등

광고의 통합 심사 기준 및 불법유통 차단 법적 근거 마련

- 허위·과대광고 통합심사기준 및 품목별 세부 판단기준 수립
- 현행 법령 체계 제도개선



- 판매자·제조자·유통업체·소비자·공무원 등 대상별 사례 중심 교육
- 보도자료, 기획기사, 홍보영상
  * 식약처 25초 영화제 추진

대상별 맞춤형 교육 및 대국민 홍보

- 협회, 온라인 업계와 업무협약 추진
- 자발적 관리체계 확립

소비자 단체, 유관 협회, 온라인 업체와 협업 대응

식약처 (사이버 감시기능 강화) + **협회·쇼핑몰** (자율 관리) + **소비자** (인식 변화)

Ⅱ 화장품 광고 관련 규정

허위 · 과대광고 법령

위반사항에 따른 행정처분

화장품의 정의(『화장품법』 제2조)

1. "화장품"이란 **인체를 청결·미화**하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 **피부·모발의 건강을 유지 또는 증진**하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 **인체에 대한 작용이 경미한 것**을 말한다. 다만, 「약사법」 제2조제4호의 **의약품에 해당하는 물품은 제외**한다.
2. "**기능성화장품**"이란 화장품 중에서 다음 각 목의 어느 하나에 해당되는 것으로서 총리령으로 정하는 화장품을 말한다.

가. **피부의 미백**에 도움을 주는 제품

나. **피부의 주름개선**에 도움을 주는 제품

다. 피부를 곱게 태워주거나 **자외선으로부터 피부를 보호**하는 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 제품

화장품의 정의(『화장품법』 제2조)(계속)

3. " 유기농화장품 " 이란 유기농 원료, 동식물 및 그 유래 원료 등을 함유한 화장품으로서 식품의약품안전처장이 정하는 기준에 맞는 화장품을 말한다.

(요약)전체 구성 원료 중 중량 비율로 10% 이상이 유기농 원료로 구성(유기농화장품의 기준에 관한 규정 참조)

2의2. "천연화장품"이란 동식물 및 그 유래 원료 등을 함유한 화장품으로서 식품의약품안전처장이 정하는 기준에 맞는 화장품을 말한다.(2019.3.14시행)

➡ 3년 주기 인증 제도 시행 예정(인증제, 인증마크, 인증 기준 등은 마련중)

3의2. " 맞춤형화장품 " 이란 다음 각 목의 화장품을 말한다.

가. 제조 또는 수입된 화장품의 내용물에 다른 화장품의 내용물이나 식품의약품안전처장이 정하는 원료를 추가하여 혼합한 화장품

나. 제조 또는 수입된 화장품의 내용물을 소분한 화장품

(2020.3.14시행)

기능성화장품의 범위(『화장품법 시행규칙』 제2조)

1. 피부에 멜라닌색소가 침착하는 것을 방지하여 기미·주근깨 등의 생성을 억제함으로써 **피부의 미백**에 도움을 주는 기능을 가진 화장품
2. 피부에 침착된 멜라닌색소의 색을 엷게 하여 **피부의 미백**에 도움을 주는 기능을 가진 화장품
3. 피부에 탄력을 주어 피부의 **주름**을 완화 또는 개선하는 기능을 가진 화장품
4. 강한 햇볕을 방지하여 피부를 곱게 태워주는 기능을 가진 화장품
5. 자외선을 차단 또는 산란시켜 자외선으로부터 피부를 보호하는 기능을 가진 화장품
6. 모발의 색상을 변화[탈염(脫染)·탈색(脫色)을 포함한다]시키는 기능을 가진 화장품. 다만, 일시적으로 모발의 색상을 변화시키는 제품은 제외한다.
7. 체모를 제거하는 기능을 가진 화장품. 다만, 물리적으로 체모를 제거하는 제품은 제외한다.
8. 탈모 증상의 완화에 도움을 주는 화장품. 다만, 코팅 등 물리적으로 모발을 굵게 보이게 하는 제품은 제외한다.
9. 여드름성 피부를 완화하는 데 도움을 주는 화장품. 다만, 인체세정용 제품류로 한정한다.
10. 아토피성 피부로 인한 건조함 등을 완화하는 데 도움을 주는 화장품
11. 튼살로 인한 붉은 선을 엷게 하는 데 도움을 주는 화장품

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

『화장품법』 제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

① 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. **의약품으로 잘못 인식**할 우려가 있는 표시 또는 광고
2. **기능성화장품**이 아닌 화장품을 기능성화장품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 **심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고**
3. 천연화장품 또는 유기농화장품이 아닌 화장품을 **천연화장품 또는 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고**
4. 그 밖에 **사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식**하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고

② 제1항에 따른 표시·광고의 범위와 그 밖에 필요한 사항은 **총리령**으로 정한다.

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

○ 『화장품법 시행규칙』 제22조 (표시·광고의 범위 등) 법 제13조제2항에 따른 표시·광고의 범위와 그 밖에 준수하여야 하는 사항은 별표 5와 같다.

2. 화장품 표시·광고 시 준수사항

가. 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 내용, 제품의 명칭 및 효능·효과 등에 대한 표시·광고를 하지 말 것

나. 기능성화장품 또는 유기농화장품이 아님에도 불구하고 제품의 명칭, 제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품 또는 유기농화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것

다. 의사·치과의사·한의사·약사·의료기관·연구기관 또는 그 밖의 자(할랄화장품 또는 유기농화장품 등을 인증·보증하는 기관으로서 식품의약품안전처장이 정하는 기관은 제외한다)가 이를 지정·공인·추천·지도·연구·개발 또는 사용하고 있다는 내용이나 이를 암시하는 등의 표시·광고를 하지 말 것. 다만, 법 제2조제1호부터 제3호까지의 정의에 부합되는 인체 적용시험 결과가 관련 학회 발표 등을 통하여 공인된 경우에는 그 범위에서 관련 문헌을 인용할 수 있으며, 이 경우 인용한 문헌의 본래 뜻을 정확히 전달하여야 하고, 연구자 성명·문헌명과 발표연월일을 분명히 밝혀야 한다.

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

○ 『화장품법 시행규칙』 제22조 (표시·광고의 범위 등) (계속)

라. 외국제품을 국내제품으로 또는 국내제품을 외국제품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것

마. 외국과의 기술제휴를 하지 않고 외국과의 기술제휴 등을 표현하는 표시·광고를 하지 말 것

바. 경쟁상품과 비교하는 표시·광고는 비교 대상 및 기준을 분명히 밝히고 객관적으로 확인될 수 있는 사항만을 표시·광고하여야 하며, 배타성을 띤 "최고" 또는 "최상" 등의 절대적 표현의 표시·광고를 하지 말 것

사. 사실과 다르거나 부분적으로 사실이라고 하더라도 전체적으로 보아 소비자가 잘못 인식할 우려가 있는 표시·광고 또는 소비자를 속이거나 소비자가 속을 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것

아. 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 않았는데도 불구하고 이를 광고하거나 법 제2조제1호에 따른 화장품의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 말 것

자. 저속하거나 혐오감을 주는 표현·도안·사진 등을 이용하는 표시·광고를 하지 말 것

차. 국제적 멸종위기종의 가공품이 함유된 화장품임을 표현하거나 암시하는 표시·광고를 하지 말 것

카. 사실 유무와 관계없이 다른 제품을 비방하거나 비방한다고 의심이 되는 표시·광고를 하지 말 것

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

『화장품법』 제14조(표시·광고 내용의 실증 등)

① 영업자 및 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다.

② 식품의약품안전처장은 영업자 또는 판매자가 행한 표시·광고가 제13조제1항제4호에 해당하여 제1항에 따른 실증이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 내용을 구체적으로 명시하여 해당 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자에게 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다.

③ 제2항에 따라 실증자료의 제출을 요청받은 영업자 또는 판매자는 요청받은 날부터 15일 이내에 그 실증자료를 식품의약품안전처장에게 제출하여야 한다. 다만, 식품의약품안전처장은 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에는 그 제출기간을 연장할 수 있다.

④ 식품의약품안전처장은 영업자 또는 판매자가 제2항에 따라 실증자료의 제출을 요청 받고도 제3항에 따른 제출기간 내에 이를 제출하지 아니한 채 계속하여 표시·광고를 하는 때에는 실증자료를 제출할 때까지 그 표시·광고 행위의 중지를 명하여야 한다.

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

『화장품법』 제14조(표시·광고 내용의 실증 등)(계속)

⑤ 제2항 및 제3항에 따라 식품의약품안전처장으로부터 실증자료의 제출을 요청받아 제출한 경우에는 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 다른 법률에 따라 다른 기관이 요구하는 자료제출을 거부할 수 있다.

⑥ 식품의약품안전처장은 제출받은 실증자료에 대하여 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 다른 법률에 따른 다른 기관의 자료요청이 있는 경우에는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.

⑦ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 **실증의 대상, 실증자료의 범위 및 요건, 제출방법** 등에 관하여 필요한 사항은 **총리령**으로 정한다.

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

『화장품법 시행규칙』 제23조(표시·광고 실증의 대상 등)

① 법 제14조제1항에 따른 표시·광고 실증의 대상은 화장품의 포장 또는 별표 5 제1호에 따른 화장품 광고의 매체 또는 수단에 의한 표시·광고 중 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하게 할 우려가 있어 식품의약품안전처장이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 한다.

② 법 제14조제3항에 따라 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자가 제출하여야 하는 실증자료의 범위 및 요건은 다음 각 호와 같다.

1. 시험결과: 인체 적용시험 자료, 인체 외 시험 자료 또는 같은 수준 이상의 조사자료일 것
2. 조사결과: 표본설정, 질문사항, 질문방법이 그 조사의 목적이나 통계상의 방법과 일치할 것
3. 실증방법: 실증에 사용되는 시험 또는 조사의 방법은 학술적으로 널리 알려져 있거나 관련 산업 분야에서 일반적으로 인정된 방법 등으로서 과학적이고 객관적인 방법일 것

화장품 허위·과대 광고 관련 규정

『화장품법 시행규칙』 제23조(표시·광고 실증의 대상 등)(계속)

③ 법 제14조제3항에 따라 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자가 실증자료를 제출할 때에는 다음 각 목의 사항을 적고 이를 증명할 수 있는 자료를 첨부하여 식품의약품안전처장에게 제출하여야 한다.

가. 실증방법

나. 시험·조사기관의 명칭, 대표자의 성명, 주소 및 전화번호

다. 실증 내용 및 결과

라. 실증자료 중 영업상 비밀에 해당되어 공개를 원하지 아니하는 경우에는 그 내용 및 사유

④ 제1항부터 제3항까지에서 규정한 사항 외에 표시·광고 실증에 필요한 사항은 식품의약품안전처장이 정하여 고시한다.

↳『화장품 표시·광고 실증에 관한 규정』(식품의약품안전처고시 제2014-80호, 2014.2.12.)

화장품 광고 관련 행정처분

○ 『화장품법 시행규칙』[별표 7] 행정처분의 기준

위반 내용	관련 법조문	처분기준		
		1차	2차	3차
파. 제조업자 또는 제조판매업자가 법 제13조를 위반하여 화장품을 표시·광고한 경우	법 제24조 제1항제10호			
1) 별표 5 제2호**가목**·**나목** 및 **카목**에 따른 화장품의 표시·광고 시 준수사항을 위반한 경우		해당 품목 판매업무정지 3개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 3개월 (광고위반)	해당 품목 판매업무정지 6개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 6개월 (광고위반)	해당 품목 판매업무정지 9개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 9개월 (광고위반)

※ 가. 의약품 오인, 나. 기능성 ·유기농 화장품 오인, 카. 타제품 비방

화장품 광고 관련 행정처분

○ 『화장품법 시행규칙』[별표 7] 행정처분의 기준(계속)

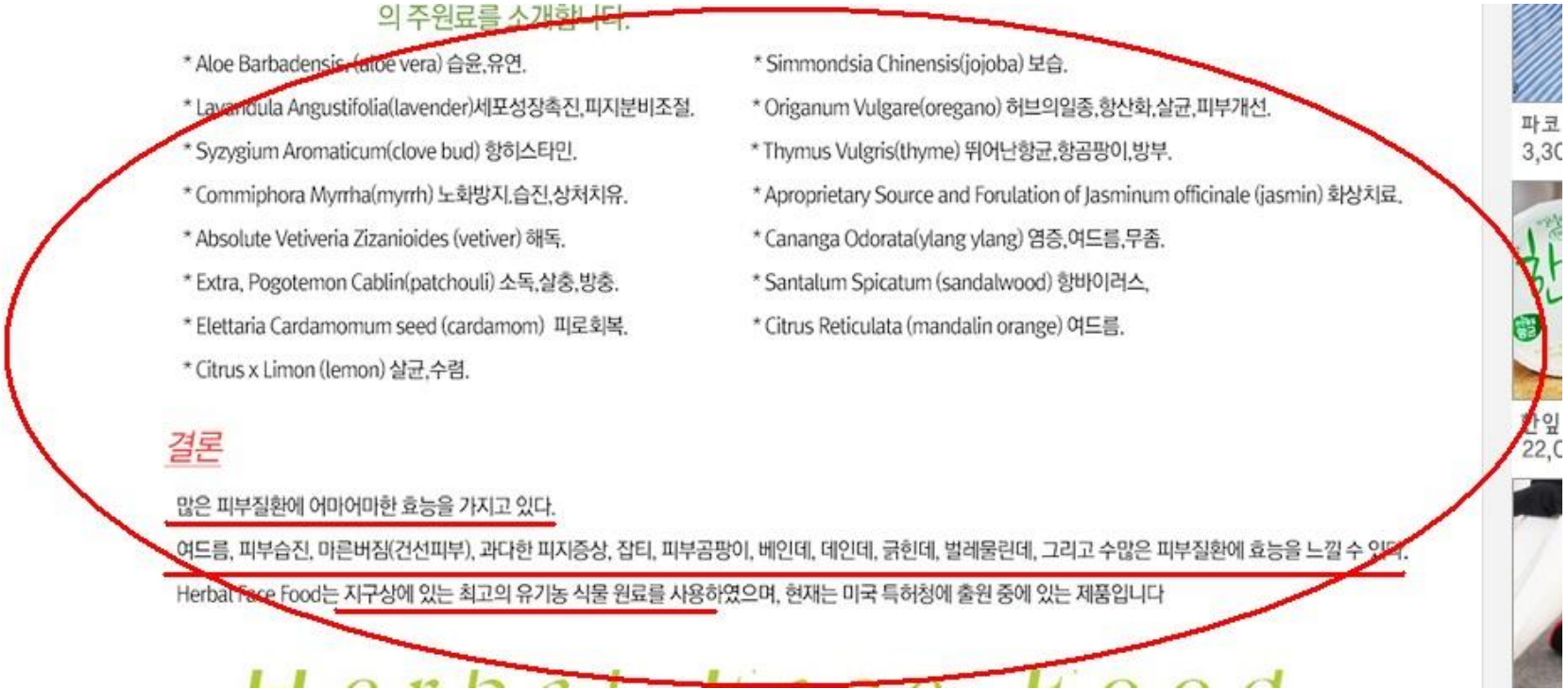
위반 내용	관련 법조문	처분기준			
		1차	2차	3차	4차
2) 별표 5 제2호다목부터 차목까지의 규정에 따른 화장품의 표시·광고 시 준수사항을 위반한 경우	법 제24조 제1항 제10호	해당 품목 판매업무정지 2개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 2개월 (광고위반)	해당 품목 판매업무정지 4개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 4개월 (광고위반)	해당 품목 판매업무정지 6개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 6개월 (광고위반)	해당 품목 판매업무정지 12개월 (표시위반) 또는 해당 품목 광고업무정지 12개월 (광고위반)
하. 제조판매업자가 법 제14조제4항에 따른 중지명령을 위반하여 표시·광고를 한 경우	법 제24조 제1항 제10호	해당 품목 판매업무 정지 3개월	해당 품목 판매업무 정지 6개월	해당 품목 판매업무 정지 12개월	

벌칙 : 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금

Ⅲ 화장품 허위 · 과대광고 위반 사례

화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』 제13조제1항제1호 위반(의약품 오인)



의 주원료를 소개합니다.

* Aloe Barbadensis (aloe vera) 습윤,유연.
* Lavandula Angustifolia(lavender)세포성장촉진,피지분비조절.
* Syzygium Aromaticum(clove bud) 항히스타민.
* Commiphora Myrrha(myrrh) 노화방지,습진,상처치유.
* Absolute Vetiveria Zizanioides (vetiver) 해독.
* Extra, Pogotemon Cablin(patchouli) 소독,살충,방충.
* Elettaria Cardamomum seed (cardamom) 피로회복.
* Citrus x Limon (lemon) 살균,수렴.
* Simmondsia Chinensis(jojoba) 보습.
* Origanum Vulgare(oregano) 허브의일종,항산화,살균,피부개선.
* Thymus Vulgris(thyme) 뛰어난항균,항곰팡이,방부.
* Aproprietary Source and Forulation of Jasminum officinale (jasmin) 화상치료.
* Cananga Odorata(ylang ylang) 염증,여드름,무좀.
* Santalum Spicatum (sandalwood) 항바이러스,
* Citrus Reticulata (mandalin orange) 여드름.

결론

많은 피부질환에 어마어마한 효능을 가지고 있다.

여드름, 피부습진, 마른버짐(건선피부), 과다한 피지증상, 잡티, 피부곰팡이, 베인데, 데인데, 긁힌데, 벌레물린데, 그리고 수많은 피부질환에 효능을 느낄 수 있다.

Herbal Face Food는 지구상에 있는 최고의 유기농 식물 원료를 사용하였으며, 현재는 미국 특허청에 출원 중에 있는 제품입니다

화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』 제13조제1항제1호 위반(의약품 오인)



화장품 광고 관련 위반사례

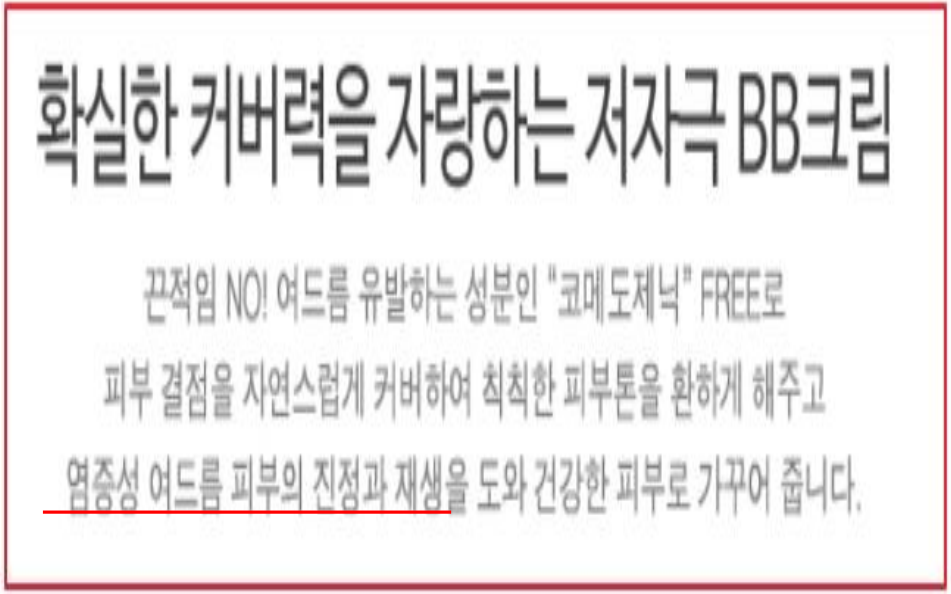
○ 『화장품법』 제13조제1항제1호 위반(의약품 오인)

리커버 크림에
담긴 핵심 성분들



병풀 추출물
(Centella Asiatica)

여드름 피부의 염증 억제 효과 및
여드름 흉터 세포 재생 효과



※ ‘원료적 특성에 한함’ 이라 하더라도 위반 문구 있으면 저촉됨

화장품 광고 관련 위반사례

○ 화장품법 제13조(부당한 표시.광고 행위 등의 금지) 제1항 제1호

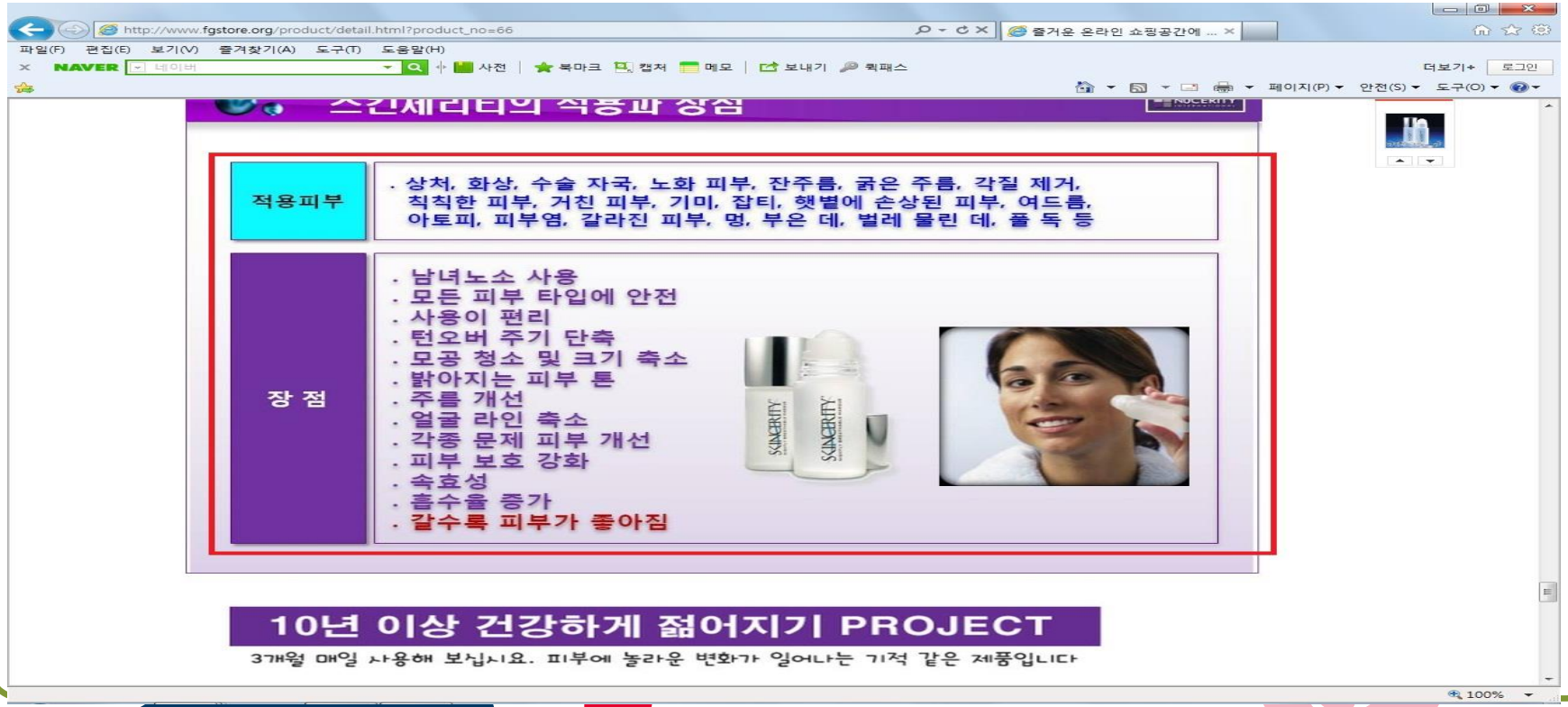


포카우팜 티트리 레미디밤

최상급의 피마자 오일 성분이 침으로 거칠어진 피부를 회복시킨다. 붉어지거나 염증이 생긴 부위에 바르면 진정 효과를 내며 100% 자연성분으로 제조 되었다. 티트리 성분으로 인해 청량감과 모기 물림 방지, 모기 물린 곳의 가려움증을 가라앉히는 데도 좋다. 100g. 3만9천9백원. 에이치엠지 코리아

화장품 광고 관련 위반사례

○ 화장품법 제13조(부당한 표시.광고 행위 등의 금지) 제1항 제1호



화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』제13조제1항제2호 위반(기능성화장품 심사 범위 위반)



탈모는 방지하고
모발은 굵게

모공 속 각질과 피지를 용해하고 숨어있던 노폐물을
흡착하여 청결한 두피로 유지

시중가격	~~163,000원~~
상품가격	141,000원 적립금 : 1,410원
용량	4 Oz (120ml)
달러 가격	$ 123.00
상품코드	
모델명	
제조회사	
제조국	
수량선택	

얼굴의 주름제거와 탄력제고를 위한 최고의성분 복합 집중 에센스 (보톡스)

바로구매 장바구니 추천하기 상품문의

용량 : 4 Oz

피부타입 : 모든피부

얼굴의 주름제거를 위한 최고의성분 복합 집중 에센스 "바르는 보톡스"

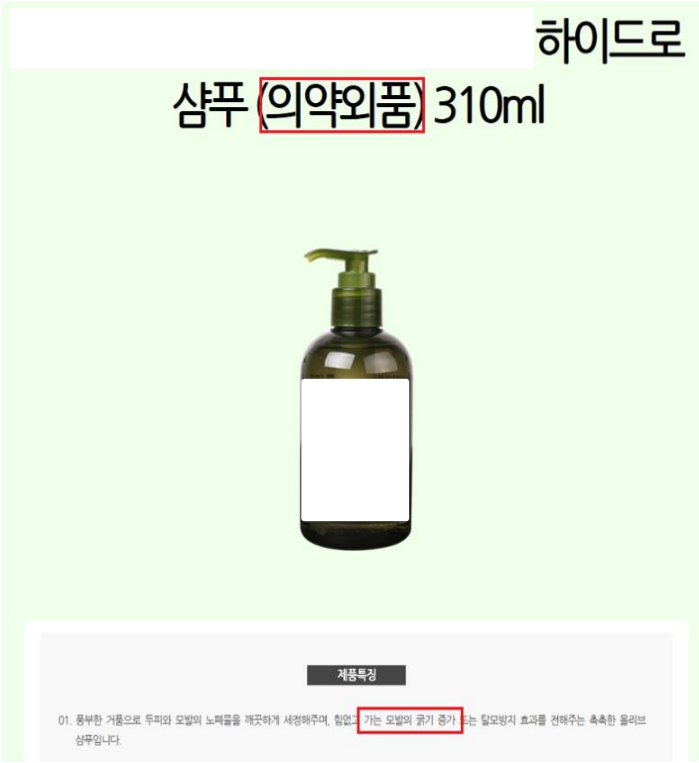
화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』 제13조제1항제2호 위반(기능성화장품 심사 범위 위반)



풍성한 거품 ~
모발강화 & 탈모방지 효과 샴푸 !

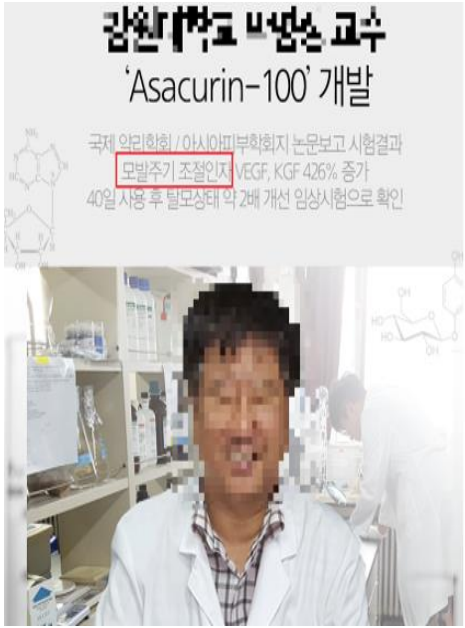
풍부한 거품으로 두피와 모발의 노폐물을 깨끗하게
세정해주며, 힘없고 가는 모발의 굵기 증가 또는
탈모방지 효과를 전해주는 촉촉한 올리브 샴푸 입니다.



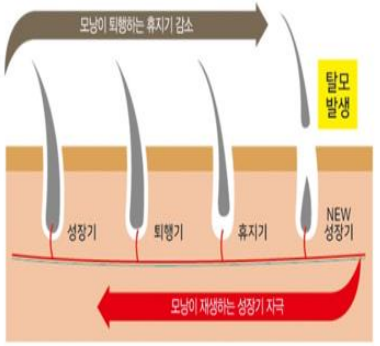
화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』 제13조제1항제2호 위반(기능성화장품 심사 범위 위반)









화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』제13조제1항제3호 위반(기능성 오인)

★★ 에센스의 특징 ★★

√ 문제성 피부에 추천 (아토피,여드름등)

√ 식약처에서 인증받은 화이트닝 에센스 (미백가능)

√ 활성산소 제거 "항산화" (노화방지)

의 힘!!

코엔자임 Q10의 863배 (탄력)

카테킨의 290배 (항산화)

비타민 C의 176배 (탄력, 미백)

비타민 E의 431배 (주름개선)

폴리페놀의 221배 (노화방지)



기능성화장품 취하 품목

화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』 제13조제1항제3호 위반(기능성 오인)



02 윈터체리, 알로에베라 등 허브 함유!
풍부한 알로에 베라 성분이 영양과 보습을 윈터체리와 인디언 키노 트리 추출물이 건조한 날씨와 외부 유해환경으로부터 피부를 보호해 줍니다.

03 미백, 영양을 모두 채워주는!
천연 알로에 베라는 보습 뿐만 아니라 피부를 부드럽게 하는 연화작용을 합니다. 또한 영양공급과 피부보호의 기능이 있습니다.

04 민감피부진정
알로에베라는 인체에 원할한 수분공급을 돕고 또한 민감한 피부를 진정시키고 피부에 잦은 트러블을 방지하는데 쓰입니다.

전성분 | 제품의 모든 구성 성분입니다. 표기는 함량순 입니다.

정제수, 페트로리움디스틸레이트, 글리세린, 세틸알코올, 세테아릴에틸헥사노에이트, 글리세릴스테아레이트에스이, 피이지-100스테아레이트, 세테아릴알코올, 알로에베라잎추출물, 인도키노나무껍질추출물, 윈터체리뿌리추출물, 병풀추출물, 트리에탄올아민, 카보머, 페녹시에탄올, 메틸파라벤, 프로필파라벤, 향료, 비에이치티, 디소듐이디티에이

주요성분 | 정제수를 제외한 상위 5개 성분 목록입니다.


Pterocarpus marsupium
인디안 키노 트리
수렴성식물, 미백기능


Centella asiatica
인도자반풀
항균작용 트러블 방지


Withania somnifera
윈터체리
살균제, 소염제


Aloe barbadensis
알로에 베라
수분공급, 피부진정


병풀
상처치료, 혈액 순환 원활

화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』제13조제1항제4호 위반(소비자 오인)

식물 줄기세포 배양액입니다.

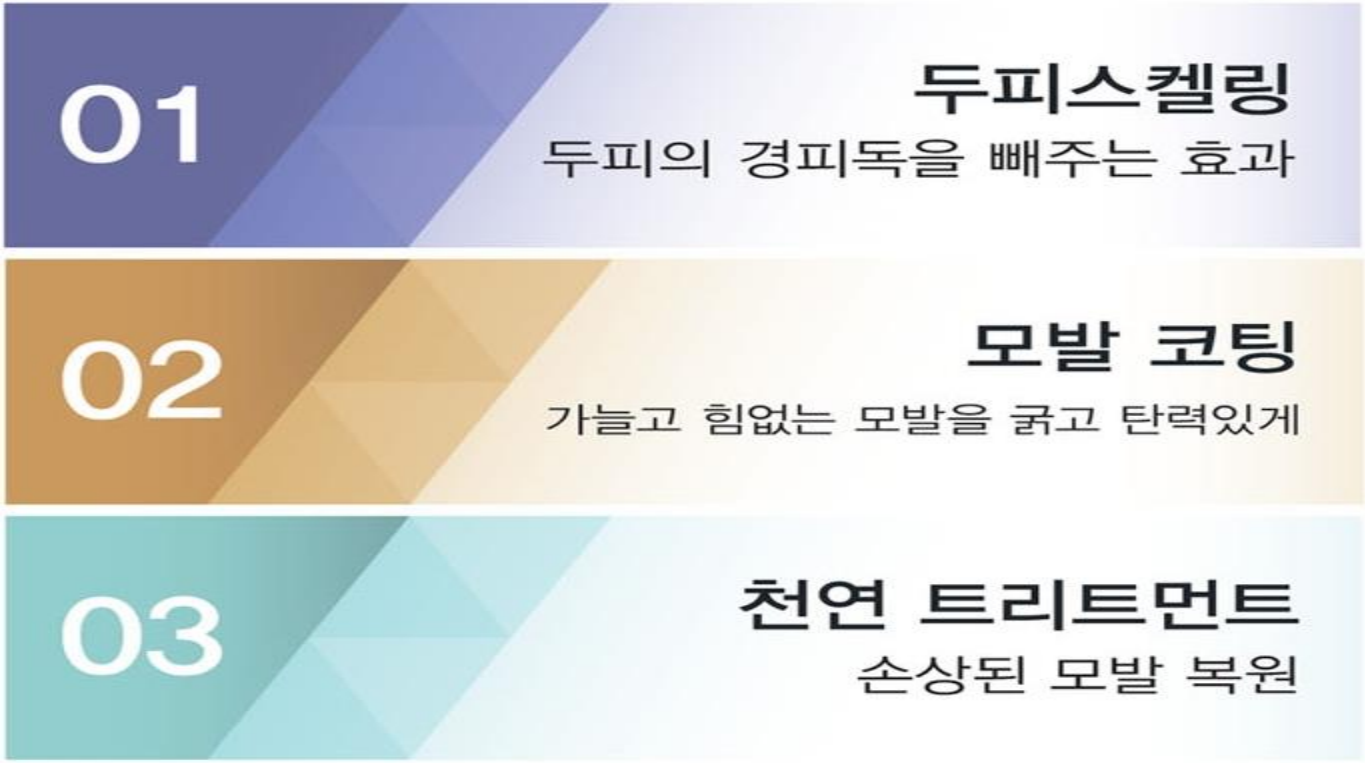
산삼 줄기세포 배양액을 사용하였으며,

주요성분	정제수,사이클로펜타실록산/디메치콘크로스폴리머,글리세린,부틸렌글라이콜,하이드로제네이티드폴리이소부텐,지모추출물,디프로필렌글라이콜 ㅣ스리틸테트라에칠헥사노에이트,폴리글리세릴-4카프레이트, ,카보머, ,알지닌,잔탄검,글루타치온, 팔미토일펜타펩타이드-4,카페오일에스에이치-옥타펩타이드-4,카페오일트리펩타이드-1,에스에이치-데카펩타이드-9,에스에이치-펜타펩타이드-19, ,인삼(산삼)캘러스뱅양액추출물, 추출물, 추출물, 추출물, !추출물, 라이즈드콜라겐, ㅣ시리제이트,트리에탄올아민

※ 광고 내용에 대한 실증자료가 없는 경우 『화장품법』제13조제1항제4호 위반

화장품 광고 관련 위반사례

○ 화장품법 제13조(부당한 표시.광고 행위 등의 금지) 제1항 제4호



화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법 시행규칙』제22조 [별표 5]제2호 카목(타제품 비방)



화장품 광고 관련 위반사례

○『화장품법』제13조제1항제3호 기능성 오인 신고 사례



기타 광고 관련 주의사항

○ 기능성화장품은 심사 또는 보고로 표시(식약처 인증 X)

○ EWG 등급 활용 광고는 권고하지 않음

- 기초자료 등급은 과학적·새로운 정보에 의해 변경 될 수 있음

○ FDA 활용 광고 권고하지 않음

○ 기능성화장품 명칭 정확히 기재 필요(심사(보고) 시 명칭 사용)

○ 원료의 효능·효과 등이 제품의 효능·효과 등으로 오인되지 않도록 주의 필요

○ 사용 전후 비교 사진 활용 광고는 가능하나, 관련 법령에 저촉되는 사항이 없어야 함

- 편집·연출 등을 통해 화장품에서 얻을 수 없는 효능·효과 표현 금지+

○『전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시』(공정거래위원회 고시)
기재사항 준수 필요

기타 광고 관련 주의사항(계속)

○ 광고 중 **사실**과 관련한 사항은 **실증자료** 필요

- 해당 실증자료는 관련 규정에 적합하여야 하며, 광고 내용 중 관련법령에 저촉되는 사항이 없어야 함

○ 제품에 특정성분이 들어 있지 않다는 **'無 표현'** 은 **실증자료**(시험분석자료) 필요

※ 1) 『화장품 안전기준 등에 관한 규정』 '사용할 수 없는 원료' 의 **'無 표현'** 은 과대광고

2) '사용상의 제한이 필요한 원료' 의 **'無 표현'** 사용 시 타제품 비방 또는 배타적 광고가 되지 않도록 주의

○ 고객의 사용 후기 관리 필요(SNS, 블로그 등)

○ 우회적, 초성 사용 등을 통한 위반 문구 사용 시 저촉될 수 있음

- 여드름 → ㅇㄷㄹ, **아토피** → ㅇㅌㅍ

○ 의약외품 → 기능성화장품 전환 품목의 광고 관리 필요(염모, 제모, 탈모, 여드름)

국민과 함께 식품 · 의약품 안전을 확보해 나가겠습니다.

식품의약품안전처