



인도네시아 공화국

식품의약청

화장품 광고 규제를 위한 기술 지침에 관한

2016년 식품의약청장 규정 제 1호의 개정에 관한

2016년 식품의약청장 규정 제18호

전능하신 신의 은혜로

식품의약청장은 다음과 같이 공표한다:

- 고려사항:
- a. 화장품 광고 규제를 위한 기술 지침에 관한 2016년 식품의약청장 규정 제1호의 여러 조항이 화장품 분야의 최신 발전 상황에 맞게 조정되어야 할 필요성이 생김.
  - b. 앞의 a항에 언급된 고려사항에 기초하여, 화장품 광고 규제를 위한 기술 지침에 관한 2016년 식품의약청장 규정 제1호의 개정에 관한 식품의약품안전청장의 규정을 새로이 제정할 필요가 생김.
- 근거사항:
- 1. 소비자 보호에 관한 1999년 법률 제8호(1999년 인도네시아 공화국 관보 제42호, 인도네시아 공화국 관보 부속서 제3821호)
  - 2. 방송에 관한 2002년 법률 제32호(2002년 인도네시아 공화국 관보 제139호, 인도네시아 공화국 관보 부속서 제4252호)
  - 3. 건강에 관한 2009년 법률 제36호(2009년 인도네시아 공화국 관보 제144호,

인도네시아 공화국 관보 부속서 제5063호)

4. 의약품 및 의료 기기의 안전에 관한 1998년 정부 규정 제72호(1998년 인도네시아 공화국 관보 제138호, 인도네시아 공화국 관보 부속서 제3781호)
5. 부처외 정부 기관의 직위, 직무, 기능, 권한, 조직 구조 및 업무 절차에 관한 2001년 대통령령 제103호. 본 칙령은 이후 여러 번 개정되었는데, 가장 최근 개정은 부처외 정부 기관의 직위, 직무, 기능, 권한, 조직 구조 및 업무 절차에 관한 2001년 대통령령 제103호의 제8차 개정에 관한 2015년 대통령 규정 제145호임(2015년 인도네시아 공화국 관보 제322호)
6. 부처외 정부기관 Eselon I(에셀론 I)의 조직단위 및 임무에 관한 2001년 대통령령 제110호. 본 칙령은 이후 여러 번 개정되었는데, 가장 최근 개정은 부처외 정부기관 Eselon I의 조직단위 및 임무에 관한 2001년 대통령령 제110호의 제8차 개정에 관한 2013년 대통령 규정 제4호임(2013년 인도네시아 공화국 관보 11호)
7. 처방전 없이 구입할 수 있는 의약품, 전통 의약품, 의료 기기, 화장품, 가정용 건강용품 및 식음료 광고 지침에 관한 1994년 보건부장관 조례 제386/Men. Kes/SK/IV/1994호
8. 화장품 신고에 관한 2010년 보건부 장관의 규정 제1176/Menkes/Per/VIII/2010호 (2010년 인도네시아 공화국 관보 제397호)
9. 임상 연구 등록의 시행에 관한 2013년 보건부 장관의 규정 제66호(2013년 인도네시아 공화국 관보 제1319호)
10. 2004년 식품의약품청장 조례 제HK.00.05.21.4231호에 의해 개정된 식품의약품청의 조직 및 업무절차에 관한 2001년 식품의약품청장 조례 제02001/SK/KBPOM호
11. 제품 정보 문서화 지침에 관한 2010년 식품의약품청장의 규정 제HK.03.1.23.12.10.12123호(2010년 인도네시아 공화국 관보 제608호)
12. 화장품 신고서 제출 기준 및 절차에 관한 2010년 식품의약품청장 규정 제 HK.03.1.23.12.10.11983호. 이 규정은 화장품 신고서 제출 기준 및 절차에 관한 2010년 식품의약품청장 규정 제 HK.03.1.23.12.10.11983호의 개정에 관한 2013년 식품의약품청장 규정 제34호에 의해 개정됨(2013년 인도네시아 공화국 관보 제799호)
13. 화장품의 생산 및 유통 통제에 관한 2011년 식품의약품청장 규정 제HK.03.1.23.12.11.

10052호(2011년 인도네시아 공화국 관보 제924호)

14. 식품의약품청 내 기술이행 부서의 조직 및 업무 절차에 관한 2014년 식품의약품청장 규정 제14호(2014년 인도네시아 공화국 관보 제1714호)
15. 화장품 성분의 기술 요건에 관한 2015년 식품의약품청장 규정 제18호(2015년 인도네시아 공화국 관보 제2044호)
16. 화장품의 기술 요건에 관한 2015년 식품의약품청장 규정 제19호(2015년 인도네시아 공화국 관보 제1986호)

#### 결정 사항:

규정 명칭: 화장품 광고 규제를 위한 기술 지침에 관한 2016년 식품의약품청장 규정 제 1호의 개정에 관한  
식품의약품청장 규정

#### 제 I 장

화장품 광고 규제 기술지침에 관한 2016년 식품의약품청장 규정 제1호의 일부 조항을 다음과 같이 개정한다:

1. 제2조의 규정은 다음과 같이 개정한다:

##### 제 2 조

- (1) 화장품은 청장의 신고서 접수 형태로 유통허가를 받아야만 광고를 할 수 있다.
- (2) 광고는 본 규정의 부속서에 포함된 화장품 광고 규제를 위한 기술지침을 참조해야 한다.
- (3) 광고는 전자매체, 인쇄매체 또는 옥외매체를 통하여 시행할 수 있다.

2. 제5조의 규정은 다음과 같이 개정한다:

제 5 조

신고서 번호의 소유자는 게시된 광고가 법률 및 규정의 조항을 준수하는지  
모니터링하고 확인할 책임이 있다.

제 II 장

본 청장 규정은 공포일부터 발효된다.

일반인의 인지를 위해 본 청장 규정을 인도네시아 관보에 게재하여 공포하도록 명령한다

자카르타에서

2016년 5월 24일

인도네시아 공화국 식품의약청장,

서명

ROY A. SPARRINGA

자카르타에서

2016년 8월 4일

인도네시아 공화국

법무인권부규제 총국장 -

서명.

위도도 에카트자하나

2016년 인도네시아 공화국 관보 제1141호

부속서

화장품 광고 규제를 위한 기술 지침에 관한 2016년  
식품의약청장 규정 제1호의 개정예 관한  
식품의약청장 규정

**화장품 광고 규제를 위한 기술 지침**

**I. 서론**

세계화 시대에 화장품 부문의 사업자들은 혁신과 마케팅 측면에서 건전한 경쟁을 할 수 있어야 한다. 광고는 시장을 확장하는 하나의 전략이다. 한편, 통신과 정보기술의 발달은 화장품을 비롯한 다양한 제품에 대한 일반인의 궁금증을 높이는 역할을 한다.

이러한 상황 덕분에 비즈니스 행위자는 광고를 통해 제품을 일반인에게 더 가까이 가도록 정보를 전달하는 더 많은 기회를 얻게 된다.

한편, 광고의 매우 역동적인 발전은 그것이 사회에 적용되는 윤리와 규범을 충족할 뿐만 아니라 건강하고 객관적이며 정직하고 정확하고 책임감 있는 방식으로 이뤄질 수 있게 하는 규칙의 존재를 요구한다.

비객관적이며 불완전하고 오도하는 광고로부터 국민을 보호하기 위해, 식품의약청은 화장품의 위험하고 부적절하며 비합리적인 사용의 위험으로부터 국민을 보호하면서도 여전히 비즈니스에 유익한 환경을 조성할 수 있는 화장품 광고 감독 기술지침을 마련하고 있다. 화장품 광고 규제 기술지침은 식품의약청 공무원이 광고를 규제할 때 사용하는 지침으로, 기업인이 화장품을 일반인에게 소개할 때 참고할 수 있도록 마련됐다.

## II. 광고 매체

광고 매체에는 다음이 포함된다:

- a. 신문, 잡지, 타블로이드, 게시판, 포스터, 전단지, 스티커, 소책자, 팸플렛, 옐로우 페이지(전화번호부), 카탈로그와 같은 인쇄 매체
- b. 텔레비전(안내 광고(실행 텍스트), 중첩식, 내장 광고 포함), 라디오, 정보 기술 매체와 같은 전자 매체
- c. 다음과 같은 옥외 매체: 옥외광고판, 전광판, 장식등/네온박스, 간판, 열기구, 타이어 커버, 공항 또기타 공공장소의 패널, 객실 외부에 부착/인쇄된 광고, 배너, 일반인교통 광고(움직이는 물체에 부착하는 광고), 특수 효과, 배경 광고

## III. 광고에서 금지되는 사항

### A. 언어

1. "치료하다", "치유하다" 및/또는 질병을 치료하는 것과 같은 의미의 단어/문장 사용.
2. 화장품이 주무관청의 공인인증서를 받지 않은 경우, "할랄"의 사용
3. "안전한", "무해한", "부작용 없음" 및/또는 동일한 의미의 단어/문장 사용
4. "...한 힘을 가진"이라는 단어 및/또는 같은 의미의 단어 사용
5. 제품 효능과 관련하여 "유일한", "1위", "유명한", "최고", "가장 많은" 및/또는 동일한 의미의 단어 사용
6. 자체 제품과 비교하여 명확하게 명시하지 않는 한, 제품의 효능과 관련이 있는 "훨씬 더" 및/또는 동일한 의미의 단어/문장 사용

### B. 규범

1. 미풍양속 및 공공질서에 반하는 행위
2. 국기, 국가 휘장 및/또는 국가의 사용
3. 국가 영웅 및/또는 국가 기념물을 부적절하게 전시(비하)하는 행위
4. 민족, 국적, 종교, 성별, 연령, 장애, 직업, 질병 또는 성적 취향에 따른 차별을 포함한 모든 형태의 차별 행위
5. 다른 회사, 단체, 산업이나 상업 활동 또는 제품을 비방하는 행위

6. 에로티시즘이나 섹슈얼리티를 이용하는 행위
7. 폭력을 조장하거나 폭력을 정당화 및/또는 허용할 수 있는 내용을 포함
8. 지역 사회의 불행, 고통 및/또는 우려를 이용하는 행위
9. 두려움을 부추기고 조장하거나, 미신에 대한 사람들의 믿음을 이용하는 행위

#### C. 광고 출연진

1. 건강 전문가/권위자가 자기 신원을 밝히고 관련 직업 및/또는 지위를 이용하여 광고하는 행위
2. 제품 또는 기업의 상업 광고 혹은 영리 목적의 일반인 광고에, 국가 공무원이 출연하는 행위
3. 국가 공무원은 오로지 개인적 이득만 목적으로 하는 광고에는 출연할 수 없다. 국가 공무원은 자신이 관할하는 기관의 이익을 위한 광고에만 출연할 수 있다.
4. 유아용 화장품을 제외한 다른 제품에 유아를 출연시켜 시연하는 행위

#### D. 연구 데이터 및 통계

1. 일반인을 오도하거나 데이터를 조작하는 방식으로 연구 데이터를 광고에 게재하는 행위
2. 과학 용어, 통계 및 그래프를 오용하는 행위
3. 별표(\*) 또는 이와 동일한 의미의 기타 표시를 사용하여 공중을 오도하거나 혼동을 주는 행위.  
별표(\*) 또는 동일한 의미의 다른 기호에 대한 설명을 포함할 때는 문제의 진술을 명확하게 하고 관련성이 있으며 읽기 쉽도록 해야 한다.

#### E. 평가 및 추천

1. 다른 인증, 기관, 그룹 또는 더 넓은 커뮤니티를 대표하는 평가를 제공하는 행위
2. 실험실, 연구소, 정부 기관, 건강 미용 전문 기관 및/또는 보건 종사자의 추천을 사용하는 행위
3. 화장품에 대한 분석을 수행하고 인증서를 발급하는 부처/기관 및 연구소의 이름, 로고/심볼 및/또는 ID를 사용하는 행위. 단, 단일 단위로 이름이 첨부된 로고의 사용은 제외된다(예: 인도네시아 울레마 위원회가 발행한 할랄 인증서),



## F. 화장품의 효능 주장과 관련된 진술

1. 질병의 예방 및/또는 치료 또는 병리학적 상태와 관련된 기타 용어를 사용하는 등 미용 기능 이외의 기능에 대한 설명을 포함하는 행위
2. 화장품에 포함된 성분의 명칭을 표시하지 않은 문구의 사용. 단 문화/종교와 관련된 원료는 제외한다.
3. 화장품에 사용 금지된 성분을 포함하는 문구의 사용
4. 제품을 정기적이고 지속적으로 사용해야함에도 불구하고 절대적이고 즉각적인 결과를 갖는다고 약속하는 행위

다음은 요구 사항을 충족하지 않는 주장에 대한 진술의 예이다:

번호	카테고리 및 하위 카테고리	부적격 주장/광고 문구의 예	정보
1.	유아용 제제	a. 아기의 피부에 안전함	참조 III.A.3
		b. 자극적 발적, 쑤시는 열, 가려움증, 벌레 물림을 없애줌	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		c. 피부에 알레르기나 자극을 유발하지 않음	참조 III.A.3
		d. 파라벤 무첨가	참조 III.F.3
		e. 피부에 따끔거림과 알레르기가 없음	참조 III.F.1
		f. 눈에 통증이 없음.	참조 III.A.3
2.	목욕 제제/살균 목욕 비누	a. 습진, 가려움증으로부터 피부를 보호	참조 III.F.1
		b. 신체 여드름 관리	참조 III.F.1
		c. 피부 트러블 없음	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		d. 피부 곰팡이 제거	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		e. 비누로 손을 씻음으로써 인플루엔자 A(H1N1) 바이러스의 확산을 방지/예방.	참조 III.F.1
3.	신체 위생 제제	a. 질 분비물 방지 세균과 곰팡이가 있는 질을 정화	참조 III.F.1
		b. 체취 문제 해결	참조 III.F.1
		c. 따가운 더위를 극복함 따끔따끔한 열로 인한 가려움증을 극복함	참조 III.F.1
		d. 여성 기관에 자극을 일으키지 않음	참조 III.A.3

번호	카테고리 및 하위 카테고리	부적격 주장/광고 문구의 예	정보
		e. 여성 기관을 단단히 조여 줌.	참조 III.F.1
4.	세안 제제	a. 건강한 입술을 만들어 줌	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		b. 갈라진 입술을 치유함.	참조 III.A.1 참조 III.F.1
5.	모발 제제	a. 비듬을 없애 줌.	참조 III.A.3
		b. 비듬을 영구적으로 제거함	참조 III.F.1
		c. 모발 세포 복구	참조 III.F.1
		d. 모발 내부와 외부의 손상을 복구	참조 III.F.1
		e. 두피 상태를 최적으로 건강하게 개선	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		f. 모발 성장을 촉진	참조 III.F.1
		g. 새로운 모발이 나도록 자극	참조 III.F.1
		h. 탈모 방지	참조 III.F.1
		i. 갈라진 모발에 영양 공급	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		j. 손상되고 건조하고 갈라진 끝 부분을 건강한 모발로 복원.	참조 III.A.1 참조 III.F.1
6.	피부 관리 제제	a. 피부 세포의 회복 향상	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		b. 연령 요인으로 인한 생리적 변화 및 퇴행성 상태를 예방, 감소 또는 역전시킴	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		c. 얼얼함/마비 효과 유발	참조 III.F.1
		d. 여드름 제거 얼굴의 흉터와 흠집 축소	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		e. 여드름 예방, 치료 또는 제거	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		f. 주름 방지/제거	참조 III.F.1
		g. 항진균 효과	참조 III.F.1 참조 III.A.1
		h. 하이드로퀴논 및 수은을 사용하지 않음 PABA 무첨가 파라벤 무첨가	참조 III.F.2 참조 III.F.3

번호	카테고리 및 하위 카테고리	부적격 주장/광고 문구의 예	정보
		i. 여드름 제거 여드름에 효과적인 솔루션	참조 III.A.3 참조 III.F.1
		j. 따끔한 열감과 피부 알레르기가 없음	참조 III.A.3 참조 III.F.1
		k. 블랙헤드 제거 흠집 없는 피부	참조 III.A.3
		l. 검은 반점 제거	참조 III.A.3
		m. 주근깨와 검은 반점에서 내 얼굴을 해방	참조 III.A.3
		n. 세계 1위	참조 III.A.5
		o. 고집스러운 셀룰 라이트를 제거	참조 III.F.1
		p. 피부를 젊어지게	참조 III.F.1
		q. 피부를 유연하게	참조 III.F.1
		r. 얼굴을 조이고 얼굴 피부를 더 탄력있게 만들	참조 III.F.1
		s. 얼굴 라인 개선 효능	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		t. 효과적으로 얼굴 미백	참조 III.F.1
		u. 바디를 날씬하게	참조 III.F.1
		v. 신체 크기 감소(예: 허리 둘레)	참조 III.F.1
		w. 지방 제거/연소	참조 III.F.1
		x. 붓기/부종을 감소시키고 조절	참조 III.F.1
		y. 항진균/항곰팡이 효과	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		z. 항바이러스 효과	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		å. 항균 효과	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		ä. 살균 효과.	참조 III.A.1 참조 III.F.1
7.	네일 제제	a. 영양 공급을 통해 손톱 성장 자극	참조 III.F.1
		b. 건강한 손톱	참조 III.A.1 참조 III.F.1
8.	구강 위생 제제	a. 충치를 유발하는 플라크를 근절	참조 III.A.1
		b. 충치 구멍 제거	참조 III.A.3

번호	카테고리 및 하위 카테고리	부적격 주장/광고 문구의 예	정보
			참조 III.F.1
		c. 디에틸렌 글리콜(DEG) 불포함	참조 III.F.3
		d. 통증 제거	참조 III.A.3 참조 III.F.1
		e. 치아 강화	참조 III.F.1
		f. 타액의 기능과 질을 개선	참조 III.F.1
		g. 민감한 치아로 인한 통증 완화	참조 III.F.1
		h. 구내염 치료 예방	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		i. 구내염(아구창), 치은염(잇몸 염증), 구강 건조증 문제 해결	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		j. 치아 농양, 잇몸 종기, 구강/치아 염증, 구강 궤양, 치주염, 치은염, 치주 질환 또는 기타 문제를 치료 예방	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		k. 건강한 치아와 잇몸	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		l. 잇몸 출혈 방지	참조 III.A.1 참조 III.F.1
9.	제모	a. 체모 성장을 정지/감속/방지함	참조 III.A.1 참조 III.F.1
		b. 체모 제거	참조 III.A.3
10.	탈취제 및 발한 억제제	a. 땀 분비를 완벽하게 방지	참조 III.F.1
		b. 체취 제거	참조 III.A.3
		c. 겨드랑이 미백	참조 III.F.1
		d. 땀 생성을 정지	참조 III.F.1
		e. 땀샘 감소	참조 III.F.1
		f. 세계 1위 데오 제품	참조 III.A.5
11.	향수 제제	최음제 또는 호르몬 효과 발생	참조 III.F.1

## G. 기타

1. 특히 어린이에게 모방/피해를 줄 수 있는 과도한 표현 및/또는 행동을 포함하는 광고
2. 효능에 대한 보증을 제공하는 광고
3. 공공 서비스 광고에 제품 브랜드를 표시하는 행위. 이러한 유형의 광고에서는 회사 이름만 표시할 수 있다.

## IV. 광고에 포함되는 주의

1. 다음 화장품 제제들에는 아래와 같은 주의 문구가 포함되어야 한다:

### 사용법과 주의사항을 잘 읽을 것

- 머리 염색제
  - 헤어 스트레이트너
  - 고데용 제제
  - 제모제
  - 자외선 차단제
  - 솔라 샤워 제제
  - 향 여드름 제제
  - 에어로졸
  - *데오도란트 - 발한 억제제*
  - 알파하이드록시산(AHA)를 함유하는 각질 제거제
  - 전문가에 의해 사용되고 감독되어야 하는 제제
2. 스팟 광고 주의 문구는 다음 최소 요구 사항을 충족해야 한다:
    - a) 인쇄 매체의 경우, 주의 문구는 명확하게 보고 읽을 수 있는 비율(스팟과 광고 페이지 사이)로 표시되어야 한다.
    - b) 전자 매체의 경우:
      - 시청각 스팟에서, 주의 문구는 전자 화면의 최소 30% 크기로, 마지막 화면/이미지에 명확하게 읽을 수 있는 글과 함께 최소 3초 동안 표시되어야 한다.

- － 오디오 스팟에서, 주의 문구는 끝날 때 명확한 음성으로 읽혀야 한다.
- c) 옥외매체의 경우, 인쇄매체나 전자매체의 형태로 사용되는 광고매체에 맞게 광고위치를 조정하여야 한다.

인도네시아 공화국의 식품의약청장,

서명

ROY A. SPARRINGA