

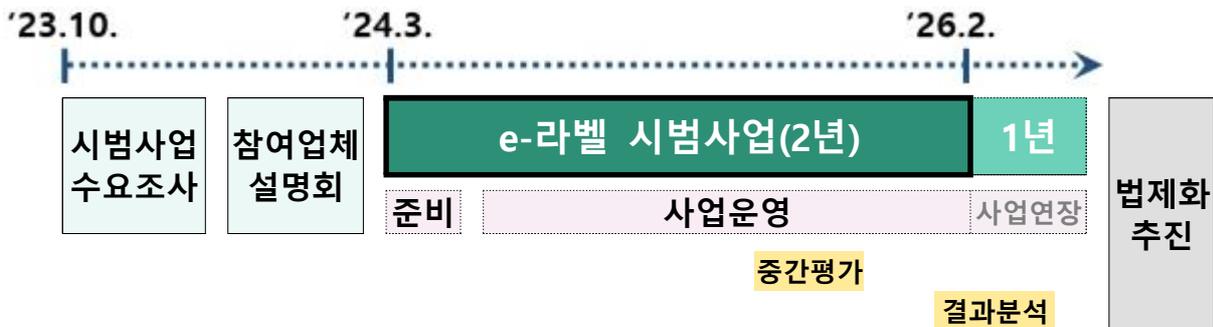
화장품 전자적 정보제공(e-라벨) 시범사업 안내

1 추진 배경

- 국내 소비 환경의 모바일 접근성 확대에 따라 화장품 정보 제공의 효율성 향상을 위한 전자적 표시정보(e-라벨) 도입 검토(규제혁신 2.0과제)
 - 소비자의 제품 선택에 필수적인 표시사항의 가독성을 높이는 한편, 포장지 인쇄·폐기에 따른 주기적 환경 비용의 절감 등 고려 필요

2 사업 개요

- (참여업체) 자체 e-라벨 플랫폼 구축·운영이 가능한 사업자(7개사)
- (사업기간) '24. 3월 ~ '26. 2월(2년 + a)



- (대상품목) 국내에서 유통·판매하는 화장품(일부 제외)*
 - * 화장품 유형 중 염모제, 탈염·탈색용 제품, 퍼머넌트 웨이브, 헤어 스트레이트너, 외음부 세정제 및 체모제거용 제품류는 제외
- (표시정보) 「화장품법」 제10조에 따른 모든 기재·표시 정보
- (제공방법) 제품의 용기·포장에는 주요 정보를 표시 및 e-라벨에는 가격(판매자 기재) 등 일부 제외한 모든 정보를 표시하여 전자적 제공

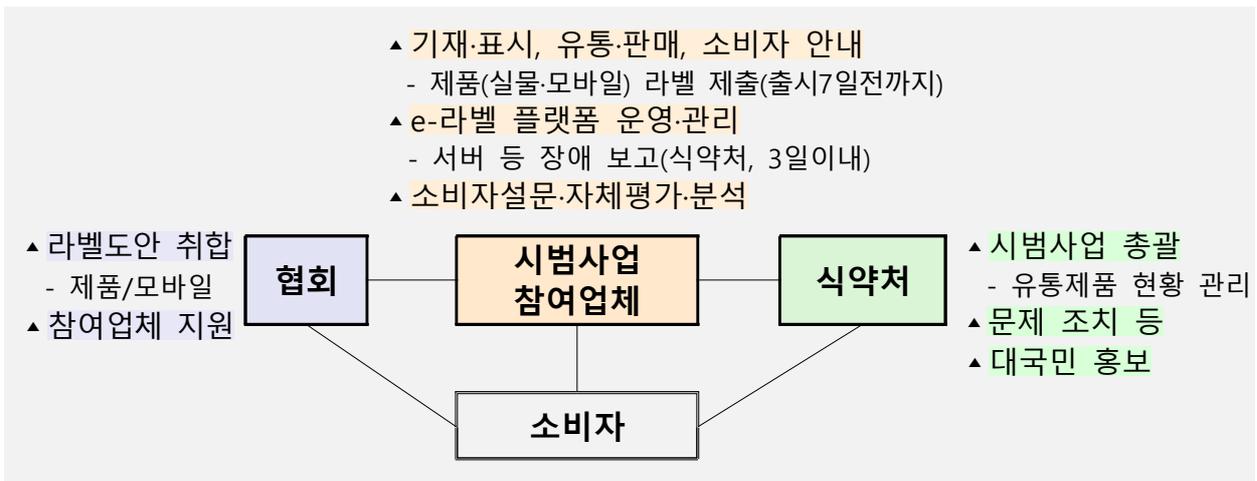
3 추진 체계

1 추진 일정

- 업체별 준비기간 등을 고려하여 '24년 3월부터 상반기 內 순차적으로 개시하여 총 2년 동안 운영('24.3~'26.2)
 - 사업 기간 중 소비자 설문조사를 실시하여 편의성을 평가하고, 업계 비용 절감 등 평가에 필요한 데이터 축적
 - * 중간평가('25.10) 후 사업기간 연장(1년) 여부 결정

2 추진 체계

- (운영) 식약처에서 총괄하고 업체가 e-라벨 플랫폼 운영·관리 및 대한화장품협회에서 지원하는 방식으로 유기적 협업 운영
 - 제품 리뉴얼 등 변경 발생에 대한 실시간 알림 등 협조체계 유지



- (판매) 업체 책임 하에 제품 표시, e-라벨 화장품 유통·판매(붙임2)
 - 소비자 불편 등 업체 응대 및 서버 장애 등 문제 시 식약처에 보고
 - * 서버복구계획 및 제품 회수 등 필요한 조치계획을 식약처와 논의
 - * 시범사업 기간 중 대상제품은 현행 법률에 따른 표시·기재 감시를 한시적으로 면제
- (보고) 업체별로 시범사업 대상 제품의 라벨 도안 및 생산실적을 화장품협회를 거쳐 식약처에 보고

- 업체에서 제품별 라벨 도안(변경 포함)을 화장품협회에 제출(첫 제품의 유통·판매 7일전까지) 및 협회에서 취합하여 식약처에 보고(매월초)
 - 업체에서 e-라벨 대상 제품의 생산실적을 화장품협회에 제출(반기별) 및 협회에서 취합하여 식약처에 보고(반기별)
- * 「화장품법 시행규칙」 제13조에 따른 원료목록 및 생산실적 보고는 현행 유지

3 평가 내용

- o 업체별로 시범사업 운영 결과보고서를 작성하여 화장품 협회에 제출하고 협회는 식약처에 종합보고서를 작성하여 제출(~'26.1)
 - * 중간보고서 작성 및 제출('25. 10월중)
- ①소비자 설문 및 ②업체 자체 평가로 소비자와 산업계 측면에서 e-라벨 활용도, 편의성, 효과성 등 종합 분석·평가
 - * 구글폼 등 활용한 웹조사(e-라벨 하단 설문지 링크 제공), 업체별로 운영하는 소비자 패널, 상담실 등 다양한 수단을 활용한 설문 조사 및 결과 분석

시범사업 평가방안(안)
<ul style="list-style-type: none"> ▲ 소비자 측면 : 표시사항 가독성 향상, 다양한 정보 획득 → 설문지, 고객상담 방식 ▲ 산업계 측면 : 포장재 변경·폐기 감소 → 비용 절감 자체 분석(필요시 통계분석 용역)

4 향후 계획

- o 준비기간 등을 고려하여 '24년 3월부터 상반기 內 순차적으로 개시
 - * 보도자료 배포('24.3.22)

□ **일반사항**

- 「화장품법」 제2조제8호에 따라 원칙적으로 **표시 사항**은 제품의 **용기 또는 포장**에 기재되어야 하나, **전자적인 방법**을 통해 이들 정보를 제공하는 **방법의 효과**를 확인 및 실증하는 **시범사업**
- **표시 사항을 확인**하기 위한 **e-라벨(QR코드 등)**은 소비자가 쉽게 인식하고 **스마트폰 등으로 원활하게 판독**될 수 있도록 **충분한 크기**를 두고 **배경과 색상**을 다르게 하여야 함
- **e-라벨**에서 **가격, 바코드는 제외**되며, **제조번호, 사용기한, 내용량**은 시스템 여건을 고려하여 **제외 가능**. **이 외 표시 사항은 e-라벨로 제공**되어야 함
 - ▲ 용기·포장의 기재사항 중 제품명은 **10포인트 이상**, **그 외는 7포인트 이상** (글자크기 준수, 다만 용기 사이즈 등 문제로 어려운 경우 식약처 협의)
 - ▲ 제품 리뉴얼 등 변경 시 기존 포장재에서 QR코드만 스티커로 오버라벨링 가능

용기·포장 필수 기재 사항	e-라벨 제공 정보
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 화장품의 명칭 ◆ 영업자의 상호 <ul style="list-style-type: none"> * 소비자가 기재사항을 확인할 수 있는 전화번호 또는 홈페이지 주소 ◆ 내용물의 용량 또는 중량 ◆ 제조번호 ◆ 사용기한 또는 개봉 후 사용기간 ◆ 기능성화장품인 경우 “기능성화장품” 글자(또는 도안), 심사받거나 보고한 효능·효과, “<u>질병의 예방 및 치료를 위한 의약품이 아님</u>”이라는 문구(화장품법 시행규칙 제2조제8호부터 제11호까지 해당 품목) <ul style="list-style-type: none"> * 기능성화장품 관련 기재는 5.0pt 이상 ◆ 식품의약품안전처장이 정하는 바코드 ◆ 수입화장품인 경우에는 제조국 및 제조업체의 명칭 ◆ QR 코드 및 안내문구(“식품의약품안전처 화장품 e-라벨 시범사업 대상 제품입니다”) 기재 <ul style="list-style-type: none"> * e-라벨 확인방법(예: 스마트폰으로 QR코드를 스캔하여 보다 상세한 정보를 확인하세요) * 안내 문구 및 확인 방법은 7.0pt 이하로 기재 가능 	<p>화장품법령 상 제품에 기재하여야 하는 모든 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> * 용기·포장에 이미 기재·표시된 정보를 포함 <p><예외사항></p> <ul style="list-style-type: none"> - 가격 및 바코드 제외(제품에만 기재) - 제조번호, 사용기한, 내용량은 업체별 운영 여건을 고려해서 제외 가능

- e-라벨을 통한 정보 제공은 『화장품법』 제10조에 따라 관리되며, 가장 마지막에 제조된 제품의 사용기한 이후 1년(사용기한을 설정한 제품) 또는 제조 후 4년(개봉 후 사용기한을 설정한 제품)까지 확인할 수 있어야 함
 - ▲ 해당 기간 이전에 서비스 종료 시 표시 의무 위반 제품 유통으로 간주되며, 기존 제품에 대한 회수·폐기 조치
- QR 인식 후 e-라벨 페이지는 『화장품법』에서 정하고 있는 기재·표시 사항이 우선 표시되도록 구성하며, 광고 화면이나 알림창 등이 이를 가리거나 사용자 의사와 무관하게 화면을 이동(일정 시간 경과 후 광고 영상 송출 등) 불가
 - ▲ 시·청각장애인의 접근성 향상을 위한 영상, 음성 등 매체 선택, 다국어 사용자를 위한 언어 선택 또는 화면 상하 이동 버튼 등 편의성 기능의 경우는 가능
- 참여업체는 정상적으로 정보가 제공되고 있는지 전산 시스템을 수시로 확인해야 하며, 문제 발생 또는 유지보수 상의 문제로 서비스가 중단되면 즉시 조치하여 정보제공의 중단을 최소화
 - ▲ 3일 이상 서비스 중단 시 식약처에 해당 내용을 서면으로 보고
 - ▲ 제품 리뉴얼 등으로 사용 성분이 변경된 경우에도 소비자가 해당 제품의 전성분을 확인할 수 있도록 기존 페이지를 유지할 것
 - ▲ 위 기한 내에 e-라벨 서비스를 중단하여 소비자가 구매 전 기재사항을 확인할 수 없게 되는 경우 해당 제품을 회수·폐기할 것
- 업체별로 시범사업 대상 제품의 라벨 도안(첫 제품의 유통·판매 7일 전, 라벨 변경 포함) 및 생산실적(분기별)을 대한화장품협회를 거쳐 식약처에 보고
- 업체별로 협회를 거쳐 식약처에 시범사업 운영 결과를 보고(중간: ~'25.10, 최종: ~'26.2)

□ e-라벨 전자 정보 권장 서식

※ 전자 정보로 제공되는 기재사항은 아래의 권장 서식(가독성을 높이기 위해 표 형식 권장)에 따라 기재하고, 그 외의 정보(제품특징 등)는 별도로 구분하여 자율적으로 기재

* QR 인식 시 처음 보여지는 화면에 아래 서식 삽입, 내용량, 제조번호, 사용기한의 경우, e-라벨 미기재 시 항목삭제 가능

〈 화장품 e-라벨 권장 서식 〉		
화장품의 명칭	○○○	
영업자의 상호 및 주소	○○○, ○○시○○구○○로○○길○○	
용량(또는 중량)	○○ g (또는 ○○mL)	
제조번호	1AA-3409-xxxx	
사용기한 (또는 개봉후 사용기간)	xxxx년 x월 x일 까지	
전성분	○○○, ○○○○, ○○, ○○, ○○○, ○○○○ * 영유아·어린이 화장품(보존제), 제품명에 성분명 포함, 인체조직·세포 배양액 사용, 천연유기농 화장품 표시·광고 등에 따른 성분 함량 기재 병행	
기능성 화장품	"기능성화장품" 글자 또는 도안	기능성화장품 또는 
	효능·효과	***** , *****
	용법·용량	*****
	소비자 오인 방지 문구 (특정 기능성화장품)	질병의 예방 및 치료를 위한 의약품이 아님
사용할 때의 주의사항	*****	
수입 화장품	제조국 명칭	
	제조회사명 및 소재지	
기타(사용방법 등)	*****	

□ 소비자 전자설문지 제공 내용

※ 웹조사(구글폼 등, e-라벨 화면 하단에 설문지 링크 제공), 소비자 패널, 상담실 등 다양한 방법을 활용하며, e-라벨 화면 하단에 설문지 링크 제공

소비자 설문지 내용		
<p>※ 본 설문지는 식품의약품안전처에서 주관하고 화장품 기업이 운영하는 「화장품 e-라벨 시범 사업」에 대해 소비자의 의견을 듣기 위한 자료로 향후 우리나라 화장품 표시제도를 개선 하는데 활용될 예정입니다.</p>		
<p>▲ (시범사업 배경) 화장품의 포장에 기재되어 있는 정보가 많을 경우 글자크기가 작아져 읽기 어려운 단점이 있습니다. 이번 시범사업은 화장품 실물 포장에는 소비자가 제품 선택과 사용에 필수적으로 확인해야 하는 정보만을 가독성 있게 제공하고, 이외 다양한 정보는 디지털 수단으로 제공하여 보다 직관적으로 인식하게 함으로써 소비자 편의를 향상시키는데 목적이 있습니다.</p>		
분류	설문 항목	설문 문항
기본 정보	성별	① 남자 ② 여자
	연령대	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
* 아래 다섯 개 항목 중 네 개 문항은 해당 칸에 체크		
세부 정보	표시정보의 가독성	Q. 제품 선택 시 외부에서 용기나 포장에 기재되어 있는 정보를 쉽게 확인할 수(읽을 수) 있습니까? <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/> 그렇다 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇지 않다
	정보취득의 편의성	Q. 기존 제품의 용기나 포장에 인쇄된 글자를 읽는 것에 비해 QR코드를 통해 나타난 정보를 읽는 것이 쉬워졌습니까? <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/> 그렇다 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇지 않다
	필수정보 항목에 대한 만족도	Q. 제품 선택 시 외부 용기나 포장에서 확인하는 정보가 충분하다고 생각하십니까? <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/> 그렇다 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇지 않다
	e-라벨 만족도	Q. QR코드에서 얻을 수 있는 정보에 대해 만족하십니까? <input type="checkbox"/> 매우 그렇다 <input type="checkbox"/> 그렇다 <input type="checkbox"/> 보통 <input type="checkbox"/> 그렇지 않다 <input type="checkbox"/> 매우 그렇지 않다
	기타	※ e-라벨 화장품에 대한 귀하의 생각을 간단히 작성해 주세요.

1. 화장품 e-라벨 시범사업의 의미는 무엇인가요?

- 『화장품법』에서 정하고 있는 기재사항을 제품에 모두 표시하기 위해 제한된 용기에 인쇄할 경우 글자 크기가 작아져 가독성이 떨어지는 단점이 있습니다.
- e-라벨 시범사업은 소비자가化妆품을 구매하고 사용하는데 있어서 제품의 용기에 적힌 기재사항의 접근성을 높이고 가독성을 높이는 한편, 자원의 절약에 기여하는 데에 목적이 있습니다.

2. 『화장품법』에 따른 의무 기재표시 사항은 어떻게 적용되니까?

- 『화장품법』 제2조제8호에도 불구하고 같은 법 제10조 각호에 따른 기재사항을 화장품의 용기·포장에 인쇄된 QR코드에 직접(코드에 기재사항을 기재) 또는 간접적(인터넷 주소 연결 등)인 방법으로 이용자가 확인할 수 있도록 정상적으로 제공되고 있는 경우 동 시범사업 업체의 참여 제품은 용기·포장에 직접 기재 표시된 제품과 동일하게 취급됩니다.
- 이 경우 책임판매업자는 최종 제품의 사용기한 이후 1년까지 해당 제품에 대한 표시기재 정보를 제공하여야 합니다.

3. 시범사업에 참여한 업체와 제품의 목록은 어떻게 확인할 수 있습니까?

- (사)대한화장품협회 홈페이지(www.kcia.or.kr)의 ‘공지사항’ 란에 참여업체와 제품 목록을 게재할 예정입니다.
- 시범사업 참여 제품은 사업 진행 과정에서 변경될 수 있으며, 실시간으로 (사)대한화장품협회 홈페이지를 통해 안내할 예정입니다.

4. 화장품책임판매업자의 귀책사유로 인해 QR코드를 통한 기재·표시 사항을 확인하기 어렵게 된 경우, 법령 적용을 받게 되나요?

- 『화장품법』 제16조제1항제4호에 따라 화장품의 포장 및 기재·표시 사항을 훼손(맞춤형화장품 판매를 위하여 필요한 경우는 제외한다) 또는 위조·변조한 경우 제품을 판매해서는 안됩니다.
- 다만 일시적인 홈페이지 장애나 정기점검 등으로 인해 서비스 중단이 발생할 수 있으며, 이 경우에도 시범사업 참여 업체는 이를 신속히 조치하여 정보 제공 중단 기간을 최소화해야 하고, 만일 3일 이상 서비스가 중단될 경우 사전에 식품의약품안전처에 보고하여야 합니다.
- 표시기재 정보 제공 기한(최종제품 사용기한 이후 1년) 전에 폐업 또는 홈페이지 복구 불가 등의 사유로 더 이상 서비스를 할 수 없는 경우, 해당 제품은 기재·표시가 미비한 제품으로 간주되며, 화장품책임판매업자는 해당 제품의 회수계획서를 지방식품의약품안전처에 제출 및 회수·폐기하여야 합니다.

5. e-라벨 홈페이지는 어떻게 구성이 되어야 하나요?

- e-라벨은 소비자가 화장품을 구매하기 전에 기재·표시 사항을 우선적으로 확인하는 공간으로, 『화장품법』 제10조 각호에 따른 기재사항이 표시되는 공간입니다.
- 따라서 광고나 팝업내용 등이 『화장품법』에서 정하고 있는 기재·표시사항의 일부 또는 전부를 가리거나 사용자 의사와 무관하게 화면을 이동시키면(일정 시간 경과 후 광고 영상 송출 등) 안됩니다.
 - * 시·청각장애인의 접근성 향상을 위한 영상, 음성 등 매체 선택, 다국어 사용자를 위한 언어 선택 또는 화면 상하 이동 버튼 등 편의성 기능의 경우는 가능

6. 그 외 사업 참여업체가 숙지하여야 하는 준수사항은 무엇이 있을까요?

- 『화장품법 시행규칙』 제13조에 따른 화장품의 생산실적 보고와는 별개로, e-라벨 제품에 대해서는 분기별로 포장단위별 출하량 등을 보고해야 합니다.
- 제품 리뉴얼 등 변경 발생 시 포장재 변경도안을 보고하여야 합니다.
- 자체적인 설문조사 실시 및 보고서 제출기한(중간보고서: '25. 10월, 최종보고서 '26. 2월)을 준수하시기 바랍니다.