**공정경쟁규약 동 시행규칙 및 동 실시세칙 · 운용기준 대조표**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 공정경쟁규약 | 공정경쟁규약 시행규칙 | 실시세칙 · 운용기준 |
| (목적)  제1조 이 공정경쟁규약 (이하 “규약”이라 한다)은 부당 경품류 및 부당 표시방지법(1962년 법률 제134호) 제31조 제1항의 규정에 근거해, 화장품의 표시에 관한 사항을 정함으로써 부당한 고객의 유인을 방지하고 일반 소비자에 의한 자발적이고 합리적인 선택과 사업자 간의 공정한 경쟁을 확보하는 것을 목적으로 한다.  (표시의 기본)  제2조 전조의 목적을 달성하기 위해, 사업자는 화장품의 표시에 관해, 다음에 열거하는 사항을 명기하고, 규약의 엄정한 실시를 기한다.  (1)화장품은 일상적으로 신체에 직접 사용됨과 동시에, 심미적 충족을 요구한다는 상품 특성을 가지기 때문에, 일반 소비자의 사용 목적이나 요구에 따른 상품 선택과 지식을 얻을 수 있도록 적극적이고 정확한 정보 제공을 취지로 한 것이어야 한다.  (2) 화장품의 품질, 효능 효과, 안전성 등에 대해 허위 또는 과대한 표시를 함으로써 일반 소비자에게 오인될 우려가 있는 표시를 해서는 안 된다.  (정의)  제3조 이 규약에서 “화장품”이란 의약품, 의료기기 등의 품질, 유효성 및 안전성의 확보 등에 관한 법률(1960년 법률 제145호. 이하, “의약품 의료기기법”이라고 한다) 제2조 제3항에 규정하는 "인간의 신체를 깨끗하게 하고, 아름답게 하며, 매력을 늘리고, 용모를 바꾸거나, 또는 피부 혹은 모발을 건강하게 유지하기 위해, 신체에 바르거나, 뿌리거나 및 기타 이들과 유사한 방법으로 사용되는 것이 목적으로 되어 있는 것으로, 인체에 대한 작용이 완화된 것”으로서, 화장비누 및 치약을 제외한 것을 말한다. | (정의) |  |
| 2 이 규약에서 “사업자”란 화장품을 제조하는 사업자 및 제조 등 또는 수입을 한 화장품을 판매하는 사업자(이하, “제조판매업자”라 한다) 및 이들에 준하는 사업자로서 이 규약에 참가하는 자를 말한다.  3 이 규약에서 “표시”란 고객을 유인하기 위한 수단으로서, 사업자가 자신이 공급하는 화장품의 거래에 관한 사항에 대해 실시하는 광고 및 기타 표시로서, 다음에 열거하는 것을 말한다.  (1) 상품, 용기 또는 포장에 의한 광고 등의 표시 및 이들에 첨부한 물건에 의한 광고 및 기타 표시  (2) 견본, 전단지, 브로셔, 설명서면 및 기타 이들과 유사한 것에 의한 광고 등의 표시(다이렉트 메일, 팩시밀리 등에 의한 것을 포함한다) 및 구두에 의한 광고 등의 표시(전화에 의한 것을 포함한다)  (3) 포스터, 간판(플래카드 및 건물 또는 기차, 자동차 등에 기재된 것을 포함한다), 네온사인, 애드벌룬 등 이들과 유사한 것에 의한 광고 및 진열물 또는 실연에 의한 광고  (4) 신문지, 잡지 등의 출판물, 방송(유선전기통신설비 또는 확성기에 의한 방송을 포함한다), 영사, 연극 또는 전광에 의한 광고  (5) 정보처리용으로 제공하는 기기에 의한 광고 등의 표시(인터넷, PC 통신 등에 의한 광고를 포함한다)  (필요 표시사항)  제4조 사업자는 화장품의 직접용기 또는 직접피포 (직접용기 또는 직접피포에 표시된 사항이 외부용기 또는 외부피포를 통해 쉽게 볼 수 없는 경우에는 해당 외부용기 또는 외부피포를 포함한다)에 다음에 열거하는 사항을 화장품의 표시에 관한 공정경쟁규약 시행규칙 (이하, “시행규칙”이라고 한다)에 정하는 바에 따라, 일본어로 외부에서 잘 보이는 위치에 명확하게 표시해야 한다. 단, 시행규칙에서 별도로 정하는 경우에는 예외로 한다. | 제1조 규약 제3조 제2항에 규정하는 “이들에 준하는 사업자”란 동조 동항에 규정하는 제조판매업자와 실질적으로 동일한 사업을 실시하고 있다고 인정되는 자로서, 다음 각 호에 열거하는 사업자를 말한다.  (1) 제조판매업자에게 위탁한 화장품에 대하여 자기 상표 또는 명칭을 표시하여 판매하는 사업자  (2)화장품에 대해서, 제조판매업자와 총대리점 계약 및 기타 특별한 계약 관계에 있는 사업자 |  |
| (종류별 명칭) |
| (1) 종류별 명칭 | 제2조 규약 제4조 제1호에 규정하는 “종류별 명칭”이란 일반소비자가 상품을 선택하기 위한 기준이 되는 명칭이며, [별표1](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-1.html)에 열거하는 것을 말한다. 단, 판매명에 종류별 명칭을 사용한 경우에는 해당 판매명을 종류별 명칭으로 간주할 수 있다.  2 전항의 표시는 괄호, 틀, 색 변경 등에 의해 눈에 띄게 표시한다.  (판매명) |  |
| (2) 판매명 | 제3조 규약 제4조 제2호에 규정하는 “판매명”은 의약품, 의료기기 등의 품질, 유효성 및 안전성의 확보 등에 관한 법률(이하, “의약품 의료기기법”이라고 한다)의 규정에 근거한 승인을 받은 명칭 또는 신고한 명칭으로 표시한다.  (주소) |  |
| (3) 제조판매업자의 성명 또는 명칭 및 주소 | 제4조 규약 제4조 제3호에 규정하는 “주소”는 총괄제조판매책임자가 그 업무를 실시하는 사무소의 소재지로 한다.  (내용량) |  |
| (4) 내용량 | 제5조 규약 제4조 제4호의 규정에 근거하는 내용량 표시(용기 또는 포장재료를 포함하지 않는다. 이하 같다)는 다음에 열거하는 기준에 의한다. | (운용 기준) |
|  | (1) 내용량은 내용중량, 내용체적 또는 내용수량으로 표시하며, 내용중량은 “g” 또는 “그램”, 내용체적은 “mL” 또는 “밀리리터”, 내용수량은 개수 등의 단위 로 표시한다.  (2) 내용중량 또는 내용체적은 평균량에 의해 표시한다. 단, 최소량이라는 내용을 표시하는 경우에는 최소량에 의할 수 있다.  (3) 내용량을 평균량으로 표시하는 경우의 표시량과 내용량의 오차 부족측 공차는 마이너스 3퍼센트 이내로 한다.  (4) 내용량이 10그램 또는 10밀리리터 이하인 화장품(이하 “소용량 화장품“이라고 한다)에 대해서는 내용량 표시를 생략할 수 있다.  (5) 내용수량이 6 이하이면서, 포장을 열지 않고 쉽게 이를 알 수 있는 화장품에 대해서는 내용수량 표시를 생략할 수 있다.  (6) 소용량 화장품에 대해 내용량을 표시하는 경우에는 10개의 내용량 평균치가 표시한 내용량의 마이너스 3퍼센트를 초과해서는 안 된다. 또한, 표시한 내용량과 실질 내용량의 오차 부족측 교차는 마이너스 9퍼센트 이내로 한다. | 제1 시행규칙 제5조 관련  밀리리터의 알파벳 표기에 대해서는 “ml”를 사용해도 무방하다. |
| (5) 제조번호 또는 제조기호 | (사용 기한) |  |
| (6) 후생노동대신이 정하는 화장품에 대해서는 그 사용 기한 | 제6조 규약 제4조 제6호에 규정하는 “후생노동대신이 정하는 화장품”이란 의약품 의료기기법 제61조 제5호의 규정에 근거하여 후생노동대신이 지정하는 화장품으로 한다. 단, 제조 또는 수입 후 적절한 보존조건 하에서 3 년 이상 성상 및 품질이 안정적인 화장품은 제외한다.  2 규약 제4조 제6호에 규정하는 “사용기한”은 “사용기한” 등의 문자를 표시하며, 전항에 규정하는 화장품의 성상 및 품질의 안정을 보증할 수 있는 기한에 대해, 월 단위까지 표시한다.  예) 사용 기한 2024년 4월  사용 기한  2024.4  (후생노동대신이 지정하는 성분) |  |
| (7) 후생노동대신이 지정하는 성분 | 제7조 규약 제4조 제7호에 규정하는 “후생노동대신이 지정하는 성분”이란 의약품 의료기기법 제61조 제4호의 규정에 근거하여 후생노동대신이 지정하는 성분(이하 “지정성분”이라고 한다)를 말하며, 다음 각호에 정하는 어떤 방법에 의해 표시한다. 단, 해당 성분에 부수하는 성분으로서, 상품 중의 배합량은 효능효과를 발휘하지 않는 성분(캐리오버) 등에 대해서는 그 표시를 생략할 수 있다.  (1) 지정성분을 배합량이 많은 순서로 표시한다. 단, 배합량이 1퍼센트 이하인 성분은 말미에 배합량이 많은 순서에 의하지 않고 표시할 수 있다.  (2) 착색제를 제외한 지정성분을 전호에 규정하는 방법에 의해 표시하고, 그 후에 모든 착색제를 표시한다(이 경우 배합량이 많은 순서에 관계없이 표시할 수 있다).  (원산국명) | (운용기준) |
| (8) 원산국명(원산지가 일반적으로 국가명보다 지명으로 알려져, 지명에 의한 표시가 적절한 경우에는 원산지명) 단, 일반소비자에 의해 명확히 국산품으로 인식되는 것은 제외한다. | 제8조 규약 제4조 제8호에 규정하는 “원산국명” 이란 해당 화장품을 제조한 사업소가 소재하는 국가의 명칭으로 한다.  2 전항에 규정하는 “제조”에는 다음에 열거하는 행위가 포함되지 않는다.  (1) 화장품에 라벨을 붙여 기타 표시를 하는 것.  (2) 화장품에 외장을 하는 것.  (3) 화장품을 단순 포장 또는 조합하는 것.  3 “원산국명”은 다음 각 호에 정하는 바에 따라 표시한다.  (1) 수입품  가. “원산국○○”, “원산지○○”, “제조○○” 또는 “○○제”(“○○”는 원산국명 또는 지명)  나. “MADEIN○○”, “Madein○○” 또는 “madein○○”(“○○”는 영문 표시에 의한 국가명 또는 지명)  (2) 국산품  가. 국산품으로서 원산국을 오인하게 할 우려가 있는 표시란 다음에 열거하는 것을 말한다.  (가) 외국의 국가명, 지명, 국기, 문장 등 이들과 유사한 것의 표시  (나) 외국사업자 또는 디자이너의 성명, 명칭 또는 상표 표시  (다) 문자에 의한 표시의 전부 또는 주요 부분이 외국의 문자로 표시되어 있는 표시  가. 상기 “가” 중 어느 하나에 해당하는 표시가 된 것에 대해서는 “국산”, “일본산” 또는 “MadeinJapan“으로 표시한다. 단, 상기 “가”~”다”에 해당하는 표시로서, “MadeinJapan”으로 표시하는 경우에는 다른 표시와 분리하는 등 눈에 띄게 표시할 것.  4 소분 공정만이 국내에서 행해진 화장품은 외국산품으로 취급한다.  예) 원산국 ○○  제조판매원  ○○ 주식회사  주소 | 제2 시행규칙 제8조 관련  1 “원산국”의 판정은 제품이 그 구성 부분을 포함하여 1개 국가에서만 제조된 경우에는 그 국가를 원산국으로 하고, 제품의 제조에 2개 국가 이상이 관여하고 있는 경우에는 “제품에 본질적인 성질을 부여하기 위해 실질적인 제조 또는 가공을 한 국가”를 원산국으로 한다.  2 “원산국”에 있어서의 국가명 또는 지역명은 일반소비자가 인지, 이해할 수 있는 것으로 한정한다. 특히 영문표시에 의한 경우에는 일본에서 통상 행해지고 있는 명칭과 현저하게 다른 것, 읽기 어려운 것은 사용하지 않는다.  예) ○일반적인 약칭 · 약호로서 적절하지 않은 것 ····· “묵국”, “노국”, “비국”, “이국”, “월국”, “서국”, “연합왕국”, “그레이트 브리튼” 등  ○영어에 의한 표시로 일본에서 통상 사용되고 있는 명칭과 현저하게 다른 것, 읽기 어려운 것 ··· “Netherlands “(네덜란드), “HellenicRepublic“(그리스), “Turkey”(터키) 등  3 “기타 표시”란 태그, 디스플레이 카드 등의 표시를 말한다. |
|  | (사용상 또는 보관상의 주의) |  |
| (9) 시행규칙에서 정하는 화장품에 대해서는 그 사용상 또는 보관상의 주의 | 제9조 규약 제4조 제9호에 규정하는 “시행규칙에서 정하는 화장품”이란 [별표2](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-2.html) 좌측란에 열거하는 화장품으로 하고, 각각 동표 우측란에 열거하는 예시에 준해 사용상 또는 보관상의 주의 사항을 표시한다.  (문의처) | (운용기준) |
| (10) 문의처 | 제10조 규약 제4조 제10호에 규정하는 “문의처”에는 화장품에 표시된 사항에 대해서 일반소비자로부터 문의가 있었을 경우, 정확하고 신속하게 응답할 수 있는 연락처를 표시한다. | 제3 시행규칙 제10조 관련  “연락처”란 사업자가 일반소비자의 문의처로 개설하고 있는 상담창구기관을 말하며, 그 기관의 전화번호(명칭 및 주소도 가능)를 표시한다. |
|  | (문자크기) | (실시세칙) |
|  | 제11조 규약 제4조 제1호에 규정하는 “종류별 명칭”, 제2호에 규정하는 “판매명” 및 제8호에 규정하는 “원산국명”에 사용하는 문자의 크기는, 일본산업규격 Z8305 (1962) (이하, 이 시행규칙에서 같다)에 규정하는 7포인트 이상으로 한다. 단, 표시면적 등에 따라 7포인트 이상의 문자를 사용하기 어렵다고 인정되는 합리적인 이유가 있는 경우에는 4.5포인트 이상의 문자를 사용할 수 있다.  더불어, 공정거래협의회가 별도로 정하는 소형용기에 대해서는 문자의 크기를 규정하지 않는다.  (표시생략)  제12조 규약 제4조 단서에 규정하는 “별도로 정하는 경우”란 다음 각 호에 정하는 것을 말하며, 각각 각 호가 정하는 바에 따라, 표시를 생략할 수 있다.  (1) 표시면적이 좁은 화장품  가. 2 밀리리터 이하의 직접용기 혹은 직접피포 또는 2 밀리리터를 초과 10 밀리리터 이하인 유리 외 이와 유사한 재질로 이루어지는 직접용기로, 그 기재사항이 그 용기에 직접 인쇄된 것에 수납된 화장품으로서, 표시면적이 좁기 때문에 규약 제4조 각호에 규정하는 사항을 명료하게 표시할 수 없고, 다음 표 좌측란의 사항이 외부용기 또는 외부피포에 표시된 경우에는 해당 좌측란의 사항에 대해서는 특례로서 해당 용기에 우측란과 같이 생략할 수 있다.   |  |  | | --- | --- | | 제조판매업자의 성명 또는 명칭 및 주소 | 제조판매업자의 약칭 또는 상표법에 의해 등록된 제조판매업자의 상표 | | 제조번호 또는 제조기호 | 생략할 수 있다 | | 사용기한 | 생략할 수 있다 |   나. 표시면적이 현저하게 좁고, 상기 “가”의 특례에 의해서도 명료하게 표시할 수 없는 직접용기 또는 직접피포에 수납된 화장품으로서, 후생노동대신의 허가를 받은 것에 대해서는, 외부용기 또는 외부피포에 상기 “가”의 표 좌측란의 사항이 표시된 경우에는 상기 “가”의 특례에 의한 표시를 생략할 수 있다.  (2)규약 제4조 제7호에 규정하는 “후생노동대신의 지정하는 성분”  지정성분이 다음 중 어느 하나에 의해 표시된 경우에는 직접용기 또는 직접피포에서의 표시를 생략할 수 있다.  가. 외부용기 또는 외부피포  나. 직접용기 또는 직접피포에 고정된 태그 또는 디스플레이 카드  다. 내용량이 50그램 또는 50밀리리터 이하인 직접용기 또는 직접피포에 수납된 화장품 및 상기 “가” 또는 “나”에 열거하는 어느 것도 갖지 않는 소용기의 견본품은 여기에 첨부하는 문서  라. 외부용기 또는 외부피포를 가진 화장품 중 내용량이 10그램 또는 10밀리리터 이하의 직접용기 또는 직접피포에 수납된 화장품은 여기에 첨부하는 문서 및 디스플레이 카드  (3) 규약 제4조 제8호에 규정하는 “원산국명”  외부용기 또는 외부피포에 “원산국명”이 표시된 경우에는 직접용기 또는 직접피포에서의 표시를 생략할 수 있다.  (4) 규약 제4조 제9호에 규정하는 “사용상 또는 보관상의 주의” 화장품에 첨부된 사용설명서 등에 “사용상 또는 보관상의 주의”가 표시된 경우에는 용기 등의 표시를 생략할 수 있다.  (5) 규약 제4조 제10호에 규정하는 “문의처”  화장품에 첨부된 사용설명서 등에 “문의처”가 표시된 경우에는 용기 등의 표시를 생략할 수 있다. | 제1조 시행규칙 제11조 단서에 규정하는 “공정거래협의회가 별도로 정하는 소형용기”란 내용량이 30그램 또는 30밀리리터 이하의 립스틱, 눈썹 먹, 아이라이너, 손톱 화장품, 향수 등의 화장품 용기를 말한다. |
| (효능효과 표시)  제5조 사업자는 화장품의 효능효과를 표시할 경우에는 의약품의료기기법으로 허용되는 범위 내에서 표시하여야 한다. | (화장품의 효능효과)  제13조 규약 제5조에 규정하는 “의약품 의료기기법으로 허용되는 범위”란 [별표3](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-3.html)에 열거하는 사항으로 한다. |  |
| (배합성분의 특별기재 표시) | (배합성분의 특별기재 표시) |  |
| 제6조 사업자는 화장품의 배합 성분이 해당 성분의 용량범위에서, 효능효과를 발생함이 객관적으로 실증된 경우에는 그 배합성분을 특별기재로 표시할 수 있다. | 제14조 규약 제6조 제1항에 규정하는 “특별기재”란 배합성분 중 특히 호소하고자 하는 성분만을 눈에 띄게 표시하는 것을 말한다. | (운용기준) |
| 2 전항의 배합성분을 문자, 그림, 사진, 도안 등에 의해 특별기재로 표시하는 경우에는 다음에 열거하는 기준에 따라야 한다.  (1) 해당 배합성분의 일반적인 명칭, 상품명 또는 약칭으로 표시할 것. 단, 상품명 또는 약칭으로 표시하는 경우에는 일반적인 명칭을 병기할 것.  (2) 해당 배합성분의 배합목적을 표시할 것. | 2 규약 제6조 제2항 제1호에 규정하는 “일반적인 명칭”이 규약 제4조 제7호의 규정에 근거해 표시하는 지정성분의 명칭과 다르기 때문에, 이들이 동일한 배합성분이라고 일반소비자가 판별하기 어려운 경우에는 지정성분의 명칭을 병기한다. | 제4 시행규칙 제14조 관련  1 “일반소비자가 판별하기 여려움”이란 다음과 같은 것을 말한다.  예   |  |  | | --- | --- | | (특별기재한 배합성분의 일반적인 명칭) | (지정성분의 명칭) | | 환원 팔라티노 굴껍질가루 가시배추출물 | 이소말토  굴껍질 밤해당화추출물 | |
| 3 제1항의 규정에 관계없이, 시행규칙으로 정하는 배합성분에 대해서는 특별기재로 표시할 수 없다. | 3 규약 제6조 제3항에 규정하는 “시행규칙에서 정하는 배합성분”이란 다음을 말한다.  (1) 배합성분의 명칭이 “약” 문자를 포함하는 것 및 “한방성분 추출물” 등 의약품이라는 인상을 주는 것  (2) 배합성분을 특기하여 표시함으로써, 표시된 배합목적을 초과한 효능효과가 있으면 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 것 | 2 “일반 소비자에게 오인된다”란, 일반소비자가 해당 배합성분의 효능효과를 인식하고 있는 바, 그 효능효과가 발휘할 수 없는 양을 배합함과 동시에, 일반소비자에게 이해하기 어려운 배합목적을 기재하여 특별기재 표시하는 것을 말한다. <(참조) “자외선 흡수제/산란제” 및 “비타민C”를 배합한 상품의 표시기준> (별도게재) |
| (배합성분의 명칭을 판매명에 사용하는 경우)  제7조 사업자는 배합성분의 명칭을 판매명에 사용해도, 해당 화장품의 효능효과에 대해 일반소비자에게 오인될 우려가 없는 것으로서 시행규칙으로 정하는 것에 대해서는 배합성분의 명칭을 판매명에 표시할 수 있다. | (배합성분의 명칭을 판매명에 사용할 수 있는 화장품)  제15조 규약 제7조의 규정에 의해 배합성분의 명칭을 판매명에 사용할 수 있는 경우에는 다음에 열거하는 대로 한다.  (1)향수, 오드콜로뉴 등의 향기를 주목적으로 하는 것에 향료명을 사용하는 경우  (2)립스틱, 손톱 화장품 등의 색조를 주목적으로 하는 것에 색조명을 나타내는 명칭을 이용하는 경우  (3) 향료를 배합성분으로 하는 것에 해당 향료명을 사용하는 경우  단, 해당 향료를 배합성분으로 이용하는 것을 해당 화장품의 판매명을 표시한 개소에 병기해야 한다.  예) 레몬향료 배합  (4) 배합성분의 배합량이 다음 기준에 이르는 것에 해당 배합 성분명을 사용하는 경우  가. 올리브유가 90퍼센트 이상 또는 동백유가 95퍼센트 이상 배합된 화장품에 대해서, “올리브유” 또는 “동백유”의 문구를 판매명에 사용하는 경우  나. 올리브유, 동백유를 다음의 기준에 적합하게 배합된 화장품으로서, “올리브유액” “동백향유” 등의 명칭을 판매명에 이용하는 경우  (가) 유액, 크림 등과 같이 유화된 화장품의 경우, 해당 배합성분이 해당 화장품의 전체성분 중 수분을 제외한 성분의 5% 이상을 배합한 것  (나) 향유 등과 같이 유상 화장품의 경우, 해당 배합성분을 10% 이상 배합한 것 | (실시세칙) |
|  | (5) 배합성분의 명칭을 판매명에 사용해도, 해당 화장품의 효능효과에 대해서, 일반소비자에게 오인될 우려가 없는 것으로서 공정거래협의회가 인정한 것 | 제2조 시행규칙 제15조 제5호에 규정하는 “공정거래협의회가 인정한 것”이란 다음에 열거하는 것을 말한다.  (1) 호르몬  (2) 카라민 로션  (3) 제조판매업자명 또는 상호 또는 이와 유사한 고유 상표(고유 상표인지 여부의 판단이 어려운 것에 대해서는 해당 사업자가 제조하는 화장품 중 2 이상의 이종 화장품에 사용된 것)  이 경우, 화장품의 배합성분으로 이용되는 것으로 일반소비자가 오인할 우려가 있는 경우에는 해당 배합성분이 사용되지 않았다는 내용을 명료하게 표시할 것. |
| (특정 용어의 사용기준)  제8조 사업자는 화장품의 표시에 있어서, 안전, 만능, 최상급 등을 의미하는 용어를 사용하는 경우에는 시행규칙에서 정하는 기준에 따라야 한다. | (특정 용어의 사용기준)  제15조의 2  규약 제8조에 규정하는 용어를 사용하는 경우에는 다음 각 호에 정하는 기준에 따라야 한다. 단, 제4호 및 제5호에 규정하는 용어에 대해서는 이 기준에 의한 경우일지라도 화장품의 효능효과 또는 안전성에 관한 표현으로 사용할 수 없다.  (1) 안전성을 의미하는 용어  "안전", "안심" 등 안전성을 의미하는 용어는 단정적으로 사용할 수 없다.  (2) 완전을 의미하는 용어  “완전”, “완벽”, “절대” 등 전혀 부족한 곳이 없는 것을 의미하는 용어는 단정적으로 사용할 수 없다.  (3) 만능을 의미하는 용어  “만능”, “만전”, “무엇이든” 등 효과가 만능 만전임을 의미하는 용어는 단정적으로 사용할 수 없다.  (4) 최상급을 의미하는 용어  “최대”, “최고”, “최소”, “무류” 등 최상급을 의미하는 용어는 객관적 사실에 근거하는 구체적 수치 또는 근거가 있는 경우를 제외하고 사용한다 수 없다.  (5) 우위성을 의미하는 용어  “세계 제일”, “제1위”, “당사만”, “일본 최초”, “발군”, “획기적”, “이상적” 등 우위성을 의미 용어는 객관적 사실에 기초한 특정 수치 또는 근거가 있는 경우를 제외하고 사용할 수 없다.  (6) 신제품을 의미하는 용어  신문, 잡지, 텔레비전, 라디오, 인터넷 등 매스 매체를 이용하여 표시하는 “신제품”, “신발매” 등을 의미하는 용어는 발매 후 12개월 이내에만 사용할 수 있다.  (7) 기타 용어의 사용기준은 [별표4-1 및 동4-2](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-4.html)에 정하는 바에 따른다. | (운용기준)  제5 시행규칙 제15조의 2 관련  1 [별표4-1](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-4.html)  (1) “성분을 배합하지 않은 것”이란 지정성분으로 표시(전성분 표시)되지 않은 성분을 배합하고 있지 않음을 말한다.  (2) “논에탄올”에 대해서는 “논알코올”이라고 표기할 수 있다.  (3) “일반소비자에게 오인된다”란 일반소비자가 인식하고 있는 해당 지정성분의 배합목적과 다른 목적으로 배합하여 무배합 표시를 한 경우를 말한다  예) 파라벤을 안정제로 배합한 것에 방부제 무첨가라고 표시하는 것.  (4) 일반적으로 화장품에는 배합되지 않는 성분의 무배합 표시는 일반소비자에게 다른 화장품에는 배합되어 있다고 오인될 우려가 있으므로 표시하지 않는다.  예) 포르말린 미사용  메탄올 미사용  (5) 무배합을 이유로 안전한 것 같은 표시 또는 타사의 상품을 비방하는 것 같은 표시를 하지 않는다.  예) 무첨가이므로 안심하고 사용하세요.  무첨가이므로 피부질 불문  (6) 다른 성분의 배합에 의해 명백한 냄새나 색을 가진 제품의 무향료, 무착색의 무배합 표시는 일반소비자에게 오인될 우려가 없도록 유의한다.  (7) “무색”, “무향성” 등 성상을 나타내는 용어는 이 기준의 대상 외로 한다.  2 [별표4-2](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-4.html)  “논코메드”의 어구만을 표시하는 것은 소비자에게 오인될 우려가 있으므로 표시하지 않는다. |
| (비교표시 기준)  제9조 사업자는 화장품의 품질, 효능효과, 안전성 등에 관해, 다른 상품과 비교 표시할 경우에는 객관적 사실에 근거하는 구체적인 수치 또는 근거를 부기하여야 한다. | (비교표시)  제16조 규약 제9조에 규정하는 “비교표시”란 타사 또는 자사의 화장품을 비교대상 상품으로 나타내고, 이러한 내용 또는 거래 조건에 관해 비교하는 표시를 말하며, 비교표시를 할 경우에는 다음 기준에 따른다.  (1) 주장하는 내용이 객관적으로 실증되어 있을 것.  (2) 실증된 수치나 사실을 정확하고 적정하게 인용하였을 것.  (3) 비교 방법이 공정할 것.  2 비교대상으로 하는 상품은 다음 요건을 만족한다.  (1) 통상의 사용목적이 동일할 것.  (2) 비교시에 시판되고 있으며, 통상의 방법에 의해 구입할 수 있을 것. 단, 직전까지 판매되었던 자사의 상품과 비교하는 경우는 그러하지 아니하다. | (운용기준)  제6 시행규칙 제16조 관계  1 “비교표시를 할 경우”의 비교 사항이란 다음과 같은 것을 말한다.  (1) 비교대조 상품의 특징 등으로 표시된 사항  (2) 일반소비자가 외형적으로 또는 사용하여 쉽게 느낄 수 있는 사항  (3) 기타 일반소비자의 상품 선택에 유익한 사항으로, 사회 통념상 및 경험칙상 타당한 조사 방법에 의해 밝혀진 사항  2 “객관적으로 실증된”이란 비교하는 특징에 따른 다음과 같은 방법에 의한 것을 말한다.  (1) 용기의 물리적 특징이나 내용물의 물성적 특징에 대한 비교는 일반소비자가 식별할 수 있는 외형적 사실이나 테스트에 의해 재현 확인할 수 있는 것  (2) 판매액 · 판매량, 취급점수 등의 시장적인 특징에 대한 비교는 비교대조 상품의 제조판매업자가 공표한 수치, 또는 사회 통념상 및 경험칙상 타당한 조사 방법에 따를 것  (3) 오감을 통해 주관적으로 느껴지는 감각적 특징에 대한 비교는 특히 다음 사항에 유의한 사회통념상 및 경험칙상 타당한 조사방법에 따를 것  가. 일반소비자가 판단할 수 있는 테마일 것.  나. 조사대상이 조사취지에 따른 올바른 대표성과 통계처리에 적합한 규모를 갖추고 있을 것.  다. 조사결과의 수치가 통계적 유의적인 차이를 가지고 있을 것.  라. 통계적으로, 데이터의 안정성이 있을 것.  (4) 효능, 효과 또는 안전성의 특징에 대한 비교는 의학 약학상 인정되는 방법에 의한 것으로, 공적기관, 그에 준하는 기관 등에서의 과학적, 객관적 테스트 등에 의한 것.  3 “정확하고 적정하게 인용”이란 일반소비자의 오인을 초래하지 않기 때문에, 실증된 사실의 범위내에서 조사결과의 취지에 따라 인용하며, 특히, 다음 사항에 유의하는 것을 말한다.  (1) 감각적 특징에 관한 조사 결과를 인용하는 경우에는 조사에 사용한 용어를 정확하게 인용할 것.  (2) 효능, 효과 또는 안전성의 특징에 대한 조사결과를 인용하는 경우에는 의약품 의료기기법 제66조 및 규약 제10조에 저촉할 우려가 있는 표시를 하지 말 것.  (3) 실증의 근거가 되는 조사가 일정 한정된 조건하에서 행해지는 경우에는 일반소비자가 쉽게 명확하게 그 조건을 판별할 수 있도록 명시할 것. |
|  | (비교표시에 관한 조사 및 심의)  제17조 공정거래협의회는 회원 등으로부터 요구가 있고, 그 필요성이 있다고 인정될 경우, 비교표시에 관한 조사 및 심의를 실시한다.  2 비교표시를 실시한 사업자는 공정거래협의회로부터 관계자료의 제출이 요구된 경우, 신속하게 관계자료를 공정거래협의회에 제출한다. |  |
| (부당표시의 금지)  제10조 사업자는 다음 각 호에 열거하는 표시를 하여서는 아니 된다.  (1) 화장품의 제조방법에 대해, 실제 제조방법과 다른 표시 또는 그 우수성에 관해 사실에 반하는 표시에 의해, 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (2) 화장품의 배합성분 또는 그 배합량에 대해서, 허위 표현, 부정확한 표현 등을 함으로써, 해당 화장품의 효능효과 또는 안전성에 대해, 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (3) 화장품의 효능효과 또는 안전성에 대해서, 구체적인 효능효과 또는 안전성을 적시함으로써, 그것이 확실한 보증을 한 것처럼 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (4) 화장품의 품질, 효능 효과, 안전성에 대해서, 최대급 또는 완전 등을 의미하는 표현에 의해, 실제보다 현저하게 우수한 것처럼 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (5) 의약관계자, 이발사, 미용사, 그 외 이와 유사한 자가 특정 화장품을 지정, 공인, 추천, 선용하는 경우로, 실제보다 현저하게 우수한 것처럼 일반 소비자에게 오인될 수 있는 표시  (6) 화장품의 선택방법 또는 그 시험방법에 대해, 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (7) 화장품의 원산국에 대해, 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시  (8) 화장품의 품질, 효능 효과, 안전성 등에 대해 타사의 상품을 비방하는 표시  (9) 기타 화장품의 내용 또는 거래조건에 대해서, 실제 또는 자기와 경쟁 관계에 있는 다른 사업자와 관련된 것보다 현저하게 우수 또는 유리하다고 일반소비자에게 오인될 우려가 있는 표시 |  |  |
| (과대포장 금지)  제11조 사업자는 내용물의 보호, 품질보전, 성형기술 또는 디자인에 필요한 한도를 초과하여 과대한 용기포장을 이용하여서는 아니된다.  (화장품 공정거래협의회의 설치)  제12조 이 규약의 목적을 달성하기 위해, 화장품 공정거래협의회(이하, “공정거래협의회”라고 한다)를 설치한다.  2 공정거래협의회는 사업자 및 이들이 구성하는 사업자단체로 구성한다.  (공정거래협의회 사업)  제13조 공정거래협의회는 다음 사업을 한다.  (1) 이 규약 내용의 주지 철저에 관한 것.  (2) 이 규약에 관한 상담 및 지도에 관한 것.  (3) 이 규약의 규정을 위반할 우려가 있는 사실의 조사에 관한 것.  (4) 이 규약의 규정을 위반한 자에 대한 조치에 관한 것.  (5) 부당 경품류 및 부당표시방지법 및 공정거래에 관한 법령의 보급 및 위반의 방지에 관한 것.  (6) 관계 관공서와의 연락 조정에 관한 것.  (7) 일반소비자의 불만 처리에 관한 것.  (8) 기타 이 규약의 시행에 관한 것.  (위반에 대한 조사)  제14조 공정거래협의회는 제4조부터 제11조까지 규정을 위반하는 사실이 있다고 생각될 경우, 관계자를 초치하여 사실을 청취하고, 관계자에게 필요한 사항을 조회하며, 참고인으로부터 의견을 구하고, 그 외 그 사실에 대해 필요한 조사를 할 수 있다.  2 사업자는 전항의 규정에 의거한 공정거래협의회의 조사에 협력하여야 한다.  3 공정거래협의회는 전항의 규정에 위반하여 조사에 협력하지 않은 사업자에 대해, 해당 조사에 협력해야 한다는 것을 문서로 경고하고, 이에 따르지 않을 때는 3만엔 이하의 위약금을 부과하거나 제명 처분할 수 있다.  (위반에 대한 조치)  제15조 공정거래협의회는 제4조부터 제11조까지 규정을 위반하는 행위가 있다고 인정할 때는 해당 위반행위를 한 사업자에게 해당 위반행위를 배제하기 위해 필요한 조치를 취해야 한다는 취지, 해당 위반과 동종 또는 유사한 위반행위를 다시 해서는 안 되는 취지, 그 외 이들과 관련된 사항을 실시하여야 한다는 취지를 문서로 경고할 수 있다.  2 공정거래협의회는 전항의 규정에 의한 경고를 받은 사업자가 해당 경고에 따르지 않는다고 인정할 때는 해당 사업자에게 30만엔 이하의 위약금을 부과하고, 제명 처분을 하거나 또는 소비자청 장관에게 필요한 조치를 강구하도록 요구할 수 있다.  3 공정거래협의회는 전조 제3항 또는 본 조 제1항 혹은 제2항의 규정에 의해 경고를 하고, 위약금을 부과 또는 제명 처분을 했을 때는 그 취지를 지체 없이 문서로 소비자 청 장관에게 보고한다.  (위반에 대한 결정)  제16조 공정거래협의회는 제14조 제3항 또는 전조 제2항의 규정에 의한 조치(경고는 제외한다)를 하려고 할 경우에는 취해야 하는 조치안(이하, “결정안”이라고 한다)을 작성하여 이를 해당 사업자에게 송부한다.  2 전항의 사업자는 결정안 의 송부일로부터 10일 이내에 공정거래협의회에 문서로 이의 신청을 할 수 있다.  3 공정거래협의회는 전항의 이의 신청이 있었을 경우에는 해당 사업자에게 추가 주장 및 입증 기회를 주고, 이들 자료에 근거하여, 학식 경험자의 의견을 청취하며, 더욱이 심리를 실시하고 이에 근거하여 조치를 결정한다.  4 공정거래협의회는 제2항 에 규정하는 기간 내에 이의 신청이 없었을 경우, 신속하게 결정안의 내용과 동 취지의 결정을 실시한다. |  | (화장품의 적정 포장 규칙 · 동 운용에 대해서) 및 (에어로졸 화장품에 대한 화장품의 적정 포장 규칙 제1조 제1항의 운용에 대해)  (별도 게시) |
| (규칙의 제정)  제17조 공정거래협의회는 이 규약의 실시에 관한 규약을 정할 수 있다.  2 전항의 규칙을 정하거나 또는 이를 변경하고자 할 때는 사전에 소비자청장관 및 공정거래위원회의 승인을 받는다. | (세칙의 제정)  제18조 공정거래협의회는 규약 및 이 시행규칙을 실시하기 위하여 세칙 또는 운용기준을 정할 수 있다.  2 전항의 세칙 또는 운용기준을 정하거나, 변경하거나, 폐지하고자 할 때는 공정거래위원회 및 소비자청 장관에게 사전에 신고한다. |  |
| 【부칙】  1. 공정거래위원회의 인정 고시가 있었던 날부터 기산하여 6개월을 경과한 날부터 시행한다. 단, 제13조 및 제14조의 규정은 공정거래위원회의 인정고시가 있었던 날부터 시행한다.  2 전항의 규정에 관계없이, 이 규약 시행일 전에 제조한 화장품에 대해서는 시행규칙으로 정하는 기간에 한해, 제3조, 제4조, 제5조 및 제7조의 규정을 적용하지 아니한다.  【부칙】  (1983년 공정거래위원회 고시 제27호)  1 이 규약은 1983년 11월 18일부터 시행한다.  【부칙】  (1987년 공정거래위원회 고시 제18호)  1 이 규약의 변경은 공정거래위원회의 인정 고시가 있었던 날(1987년 9월 16일)부터 시행한다.  2 이 규약을 시행하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 여전히 종전의 예에 따른다.  【부칙】  (1996년 공정거래위원회 고시 제29호)  1 이 규약의 변경은 공정거래위원회의 인정고시가 있었던 날(1996년 11월 12일)부터 시행한다.  2 이 규약을 시행하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 여전히 종전의 예에 다른다.  【부칙】  (2001년 공정거래위원회 고시 제7호)  이 규약의 변경은 2001년 4월 1일부터 시행한다. 단, 변경 전의 규약 규정에 의해 표시를 한 상품에 대해서는 2002년 9월 30일까지 이를 이용할 수 있다.  【부칙】  (2005년 공정거래위원회 고시 제7호)  1 이 규약의 변경은 2005년 4월 1일부터 시행한다.  2 이 규약 변경을 시행하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 2007년 3월 31일까지는 여전히 종전의 예에 따를 수 있다.  【부칙】  (2009년 공정거래위원회 고시 제17호)  이 규약의 변경은 소비자청 및 소비자위원회 설치법 (2009년 법률 제48호)의 시행일부터 시행한다.  【부칙】  (2015년 공정거래위원회 · 소비자청 고시 제5호)  이 규약의 변경은 규약 변경에 대해 공정거래위원회 및 소비자청장관의 인정 고시가 있었던 날부터 시행한다.  【부칙】  (2016년 공정거래위원회 · 소비자청 고시 제1호)  이 규약의 변경은 2016년 4월 1일부터 시행한다. | 【부칙】  1 이 규약은 1972년 4월 26일부터 실시한다.  2 규약 부칙 제2항에 규정하는 기간은 규약 시행일부터 대략 1년간으로 한다.  【부칙】  (1974년 11월 22일 승인, 공취지 제860호)  이 규칙은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 시행한다. 단, 원산국의 표시방법에 관한 규정은 승인이 있었던 날부터 기산하여 3개월이 경과된 날부터 시행한다.  【부칙】  (1983년 11월 1일 승인, 공취지 제801호)  이 시행규칙은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 실시한다. 단, 별표1[의](https://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku02-1.html) 개정부분에 대해서는 승인이 있었던 날부터 기산하여 1년이 경과된 날부터 실시한다.  【부칙】  (1986년 2월 10일 승인, 공취지 제8호)  이 규칙의 변경은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 실시한다.  【부칙】  (1988년 9월 7일 승인, 공취지 제77호)  1 이 규칙의 변경은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 실시한다.  2 이 규칙을 실시하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 여전히 종전의 예에 따른다.  【부칙】  (1990년 8월 15일 승인, 공취지 제87호)  1 이 규칙의 변경은 공정거래 위원회의 승인이 있었던 날부터 실시한다.  2 이 규칙을 실시하기 전에 한 광고에 있어서 제출한 추첨방법 등에 의한 경제상의 이익 제공에 대해서는 여전히 종전의 예에 따른다.  【부칙】  (1996년 10월 28일 승인, 공취지 제41호)  1 이 시행규칙의 변경은 규약변경의 인정고시가 있었던 날(1996년 11월 12일)부터 시행한다.  2 이 시행규칙을 시행하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 여전히 종전의 예에 따른다.  【부칙】  (1999년 12월 28일 승인, 공취지 제171호)  이 시행규칙은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 시행한다. 단, 변경 전 시행규칙의 규정에 의해 표시를 한 상품에 대해서는 이 시행규칙의 시행일부터 1년간 이를 사용할 수 있다.  【부칙】  (2001년 3월 12일 승인, 공취소 제22호)  이 시행규칙의 변경은 2001년 4월 1일부터 시행한다. 단, 변경 전의 규정에 의해 표시를 한 상품에 대해서는 2002년 9월 30일까지 이를 이용할 수 있다.  【부칙】  (2002년 8월 20일 승인, 공취소 제135호)  이 시행규칙은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 시행한다. 단, 변경 전의 규정에 의해 표시를 한 상품에 대해서는 2003년 12월 31일까지 이를 이용할 수 있다.  【부칙】  (2003년 7월 14일 승인, 공취소 제97호)  1 이 시행규칙은 공정거래위원회의 승인이 있었던 날부터 시행한다.  2 이 시행규칙을 실시하기 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 여전히 종전의 예에 따른다.  【부칙】  (2005년 3월 14일 승인, 공취소 제27호)  1 이 시행규칙의 변경은 2005년 4월 1일부터 시행한다.  2 이 시행규칙의 변경시행 전에 사업자가 한 행위에 대해서는 2007년 3월 31일까지는 여전히 종전의 예에 따를 수 있다.  【부칙】  (2009년 8월 25일 승인, 공취소 제183호)  이 시행규칙의 변경은 소비자청 및 소비자위원회 설치법(2009년 법률 제48호)의 시행일부터 시행한다.  【부칙】  (2012년 5월 24일 승인, 공취취 제33호 소표대 제190호)  이 시행규칙의 변경은 공정거래 위원회 및 소비자청 장관의 승인이 있었던 날부터 시행한다.  【부칙】  (2015년 7월 21일 승인, 공취취 제572호 소표대 제966호)  이 시행규칙의 변경은 규약의 변경에 대해 공정거래위원회 및 소비자청 장관의 인정의 고시가 있었던 날부터 시행한다.  【부칙】  (2018년 2월 16일 승인, 공취취 제115호 소표대 제114호)  이 시행규칙의 변경은 공정거래 위원회 및 소비자청 장관의 승인이 있었던 날부터 시행한다.  【부칙】  (2022년 2월 3일 승인, 공취취 제59호 소표대 제159호)  이 시행규칙의 변경은 공정거래 위원회 및 소비자청장관의 승인이 있었던 날부터 시행한다.  【부칙】  (2023년 4월 7일 승인, 공취취 제36호, 소표대 제417호)  이 시행규칙의 변경은 공정거래 위원회 및 소비자청 장관의 승인이 있었던 날부터 시행한다. 단, 별표2 및 별표4-2의 규정은 승인일부터 기산하여 2년이 경과된 날부터 시행한다. |  |