2009년 4월 8일

일본화장품공업연합회 산하 회원 여러분께

일본화장품공업연합회

광고선전위원회 위원장

**TV, 신문 및 잡지 광고에서의 설명문에 대해**

귀하의 일익 번창하심을 기원합니다.

“전국의약품 등 광고감시협의회(이하, “육자협(六者協)”이라고 한다)”와 “일본화장품공업연합회”의 의견교환의 장에서, 육자협 측으로부터 “TV, 신문 및 잡지의 광고에서 필요한 설명 문자가 너무 작아 읽을 수 없는 사례가 발견된다”는 내용의 지적이 있었습니다.

따라서 아래와 같은 대응을 함이 적절하다고 생각되므로 연락함과 동시에, 회원 여러분은 본 취지를 이해하신 후 대응해 주시기를 바랍니다.

이상

아래

TV, 신문 및 잡지 광고에서 필요한 설명 문자는 크기, 폰트, 배치, 콘트라스트, 색상, 표시시간(TV만) 등에 유의하여 쉽게 읽을 수 없는 것일 것.

미백, 침투, 배합성분 특기표현 등에 필요한 설명 문자의 크기/배치에 대해서는 원칙적으로 아래와 같다.

(1) TV 광고에 대해

광고하는 측에서 소비자에게 호소하고자 하는 내용 중 가장 작은 글자 크기와 동등 혹은 그 이상의 글자 크기로 한다. 단, 캐치카피만으로 된 광고 등 충분히 큰 문자로만 된 경우에는 쉽게 읽을 수 있는 글자 크기까지 줄일 수 있도록 한다.

(2) 신문 및 잡지 광고에 대해

소비자에게 잘 보이는 위치(주석을 붙인 글자 주변)에 배치한다.