

화장품 표시·광고의 합리화



| 목 차 |

- 1 국내 화장품의 표시·광고 관리 현황
- 2 각국의 표시·광고 관리 규정 비교
- 3 화장품 표시·광고의 합리적 관리 방안 제시

1

국내 화장품의 표시·광고 관리 현황

◆ 국내의 화장품 표시·광고 관리 규정

- **화장품 유형별로 제품의 효능·효과 표시가 규정되어 있음.**
 - 기능성화장품의 경우에는 기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 초과하거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고를 할 수 없도록 규정되어 있음(화장품 법 제12조 제1항 제2호).
 - 기능성화장품이 아닌 제품의 명칭, 제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품으로 오인시킬 우려가 있거나 부표의 화장품의 유형별 효능·효과의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 말 것으로 규정되어 있음(화장품 법 제12조 제1항 제3호). 즉, “화장품의 유형별 효능·효과”에는 모든 일반 화장품을 10개 유형별로 구분하고, 구분된 유형별 제품의 효능·효과를 지정하고 있음.
- **화장품 표시 광고 시 준수 사항(화장품 법 시행규칙 제15조에 의한 별표 3)**
 - 의약품으로 오인하게 할 우려가 있는 표시, 광고를 하지 말 것, 기능성 화장품이 아닌 것으로서 제품의 명칭, 제조방법, 효능, 효과 등에 관하여 기능성화장품으로 오인시킬 우려가 있거나 부표의 “화장품의 유형별 효능·효과”의 범위를 벗어나는 표시, 광고를 하지 말 것 등 11

개의 금지조항이 규정되어 있음.

• **부당한 표시, 공고 행위를 금지하고 있음(화장품 법 제 12조)**

- 용기, 포장 또는 첨부문서에 의약적 효능, 효과 등이 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시 또는 광고
- 기능성화장품의 안전성, 유효성에 관한 심사를 받은 범위를 초과하거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고
- 기능성화장품이 아닌 것으로서 기능성화장품으로 오인될 우려가 있는 표시 또는 광고
- 기타 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는 표시 또는 광고

표 화장품의 유형별 효능·효과(화장품 법 시행규칙 별표 3 제2호 나목 관련)

화장품의 유형		효능·효과
어린이용 제품류 (의약외품 제외)	어린이용 샴푸 어린이용 로션 및 크림 어린이용 오일 기타 어린이용 제품류	· 어린이가 두피 및 머리카락을 청결하게 하고 유연하게 한다. · 어린이가 피부의 건조를 방지하고 유연하게 한다. · 어린이가 피부의 거칠음을 방지한다. · 어린이가 피부를 건강하게 유지한다.
목욕용 제품류 (의약외품 제외)	목욕용 오일, 정, 염류 목욕용 캡셀 바블바스 바디클렌저 기타 목욕용 제품류	· 피부를 맑고 깨끗하게 하고 유연하게 한다. · 몸에서 향기로운 냄새가 나게 한다. · 목욕후에 상쾌감을 준다.
눈 화장용 제품류	아이브라우 아이라이너 아이샤도 마스카라 아이메이크업 리무버 기타 눈 화장용 제품류	· 색채효과로 눈 주위를 아름답게 한다. · 눈의 윤곽을 선명하게 하고 아름답게 한다. · 눈썹을 아름답게 한다. · 눈썹, 속눈썹을 보호한다. · 눈두덩의 피부를 보호한다. · 눈 화장을 지워준다(아이메이크업 리무버에 한한다).
방향용 제품류	향수, 분말향, 향낭 등	· 좋은 냄새가 나는 효과를 준다.
두발용 제품류	헤어컨디셔너 헤어토닉 헤어그루밍에이드 헤어크림 헤어오일 포마드 헤어스프레이 헤어무스 기타 두발용 제품류	· 머리카락에 윤기와 탄력을 준다. · 두피 및 머리카락을 건강하게 유지시킨다. · 손상된 머리카락을 보호한다. · 머리카락의 거칠어짐·갈라짐을 방지한다. · 머리카락을 부드럽게 한다. · 머리카락에 수분·지방을 공급하여 유지시켜준다 (헤어토닉 제외). · 정전기의 발생을 방지하여 쉽게 머리를 단정하게 한다 (헤어토닉 제외). · 두피를 깨끗하게 하고 가려움을 없애지게 해준다 (헤어토닉에 한함). · 머리카락의 세팅효과를 유지한다. · 원하는 두발형태를 만든다.

화장품의 유형		효능·효과
두발용 제품류	샴푸 린스	<ul style="list-style-type: none"> · 두피 및 머리카락을 깨끗하게 씻어주고, 비듬 및 가려움을 덜어준다. · 머리카락을 부드럽게 한다. · 두피 및 머리카락을 건강하게 유지시킨다. · 머리카락에 윤기를 준다. · 정전기의 발생을 방지하여 쉽게 머리를 단정하게 한다. · 손상된 모발을 보호한다.
	퍼머넌트웨이브	<ul style="list-style-type: none"> · 머리카락에 웨이브를 형성시킨다. · 머리카락을 변형시켜 일정한 형으로 유지시킨다.
	헤어스트레이트너	<ul style="list-style-type: none"> · 웨이브한 머리카락, 말리기 쉬운 머리카락과 곱슬머리를 펴는데 사용한다.
염모용 제품류 (의약외품 제외)	헤어틴트 헤어칼라스프레이 기타 염모용 제품류	<ul style="list-style-type: none"> · 머리카락을 일시적으로 착색시킨다.
메이크업용 제품류	볼연지 페이스파우더(케익) 파운데이션	<ul style="list-style-type: none"> · 피부에 색조효과를 준다. · 피부를 보호하고 건조를 방지한다. · 피부가 수분이나 오일성분으로 번들거림과 피부의 결점을 감추어준다.
	메이크업베이스 메이크업픽서티브	<ul style="list-style-type: none"> · 피부의 거칠어짐을 방지한다. · 메이크업의 효과를 지속시킨다
	립스틱(크림, 펜슬) 립글로서	<ul style="list-style-type: none"> · 입술에 색조효과를 준다. · 입술에 윤기를 주고 부드럽게 한다. · 입술을 건강하게 보존한다. · 입술을 보호하고 건조를 방지한다.
	기타 메이크업 제품류 (바디페인팅, 분장용제품 포함)	<ul style="list-style-type: none"> · 분장용 효과를 준다.

화장품의 유형		효능·효과
매니큐어용 제품류	베이스코트 및 언더코트	· 손톱을 아름답게 한다. · 네일에나멜을 바르기 전에 네일에나멜의 피막밀착성을 좋게 한다
	탑코트	· 손톱을 아름답게 한다. · 네일에나멜을 바른 후에 손톱에 광택을 준다
	네일폴리시	· 손톱을 아름답게 한다. · 네일에나멜을 바른 후에 색감과 광택을 늘린다.
	네일크림(액상, 로션)	· 손톱의 수분과 유분을 보충시킨다. · 손톱을 보호하고 건강하게 보존한다. · 큐티클층, 손발톱 주위의 피부를 유연하게 한다.
	네일폴리시 리무버 및 네일에나멜 리무버	· 손톱 화장을 지운다.
면도용 제품류	애프터세이브로션 남성용탈콤파움	· 면도 후 면도자국을 방지하여 피부를 가다듬는다. · 피부에 수분을 공급하고 조절하여 촉촉함을 주며, 유연하게 한다. · 피부를 보호하고 건강하게 한다. · 면도로 인한 상처를 방지한다. · 면도 후 이완된 모공을 수축시켜 피부를 건강하게 한다.
	프리세이브로션 세이빙크림 수염유연제	· 턱수염을 부드럽게 하여 면도를 용이하게 한다. · 피부를 유연하게 하여 면도에 의한 피부자극을 줄이고 면도를 용이하게 한다.
기초 화장용 제품류 (의약외품 제외)	유연화장수, 영양화장수, 수렴화장수, 마사지크림, 영양오일(리퀴드), 파우더, 팩, 아이크림 바디화장품 등	· 피부 거칠음을 방지하고 살결을 가다듬는다. · 피부를 청정하게 한다. · 피부에 수분을 공급하고 조절하여 촉촉함을 주며, 유연하게 한다. · 피부를 보호하고 건강하게 한다. · 피부에 수렴효과를 주며, 피부탄 력을 증가시킨다.
	세안용 화장품	· 피부 화장을 지워준다(세안용 화장품에 한한다).

◆ 국내 화장품 표시·광고의 문제점

• 표시 가능한 효능·효과의 범위가 한정되어 있음

- 상기와 같은 우리 나라의 화장품 표시·광고의 관리규정이 일부 무분별하게 의학적인 효능·효과를 표방하거나, 과대·허위 표시·광고 등을 하는 제품들로부터 소비자를 위한 보호장치의 역할을 하고 있음.
- 그렇지만 화장품산업이 성장하면서 국제화되고 있는 현실에서 산업진흥에 장애요인으로 작용 할 수 있음.
- 현행의 규정으로는 화장품회사들이 연구 개발을 통하여 새로운 혁신적이 제품을 개발하더라도 소비자에게 이를 전달할 방법과 수단이 제한을 받게 되어 창의적인 신제품개발 의욕의 저하를 가져오고, 이는 곧 기술 및 마케팅 경쟁력의 약화를 초래 할 수 있음.
- 국제적으로 통용되는 표현일지라도 제한을 받게 됨에 따라 국내 제조품목의 수입제품에 대한 경쟁력이 저하됨.
- 일반화장품의 유형별 효능·효과의 표시·광고 범위가 화장품 산업의 성장 및 특성을 충분히 반영하기에 미흡한 측면이 있음.
- 최근 시장이 급신장하고 있는 기능성화장품의 표시·광고 범위가 심사범위로 한정되어있어 다양한 기능적 수식 표현이 제한을 받고 있음.
 - 과학의 발달로 과거에는 생각할 수 없었던 기술력을 바탕으로 화장품임에도 불구하고 의약품에 육박하는 효능과 효과를 가지며, 기술력을 극대한 최첨단 화장품이 개발되고 있으나 효능·효과의 범위가 한정되어 ‘창의적’인 광고를 할 수 없음.

• 소비자에게 전달되는 화장품 선택의 정보가 차단되고 있음

- 소비자는 물품을 선택함에 있어 필요한 지식 및 정보를 제공 받을 권리를 가지고 있으며 이러한 지식과 정보를 통하여 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리를 가지고 있음.
- 현행 화장품의 효능·효과는 화장품법 시행규칙 부표에서 정한 화장품의 유형별 효능·효과의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 못하도록 규정함으로 다수의 기업에서 개발한 화장품 효능·효과의 표시·광고 내용은 모든 화장품이 동일한 문구로 표시·광고 되어 소비자가 제품을 선택함에 있어 합리적 구매결정을 제한하고 있음.
- 소비자가 화장품을 선택함에 있어 중요한 요소 중 하나는 화장품을 사용한 후에 어떠한 변화가 있을까 하는 점이며, 화장품 개발자들은 이러한 소비자의 관심사항에 맞추어 개발한 화장품에 대해 사용전후 비교 실험을 실시하고 있음. 그렇지만 사용전후 비교 시험 결과의 사실여부와는 별개로 소비자가 속을 우려가 있는 행위라고 규정하여 표시·광고 할 수 없도록 하고 있음.
- 소비자가 화장품 구매 결정을 위해서는 개발자의 개발 의도나 제품의 효능·효과에 대한 설명을 참고하는 방법 이외에도 화장품 관련 전문가가 어떠한 평가를 하고 있는지 역시 중요한 구매 결정의 요소임. 그렇지만 현행의 화장품법 시행규칙 [별표3] 화장품의 표시·광고의 범위 및 준수사항에서 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표시·광고를 금지하고 있음. 해당 규정은 사실에 근거하지 않고 인지도가 있는 화장품 전문가를 이용하여 표시·광고하는 것을 금지하는 것으로 전환되어

사실에 근거한 표시·광고를 할 수 있도록 하여 소비자가 합리적인 구매를 할 수 있도록 정보를 제공 할 수 있어야 함.

- 또한, 화장품의 안전성은 소비자의 구매 결정에 있어서 가장 중요한 요소이므로 모든 소비자는 자신이 피부에 사용하는 화장품이 안전하기를 기대하며 보다 안전한 화장품을 구매하고자 함. 그렇지만 현행법에서는 화장품 제조사가 화장품의 안전성을 확보하기 위하여 제품 개발 후 시장 출시 전에 병원에서 인체 사용에 대한 부작용 실험결과를 표현하는데 있어 소위 "피부과 테스트 완료"라는 용어에 대해서 부분적으로 사실이라고 하더라도 전체적으로 보아 소비자가 오인할 우려가 있는 표시·광고라고 하여 금지하고 있는 실정임. 이러한 테스트를 거친 후 시장에 출시한 제품은 보다 안전을 확보 했다고 볼 수 있으므로 사실에 입각한 이러한 표현은 소비자에게 전달할 수 있도록 하는 것이 바람직할 것임.

● 수입화장품의 외국어 표시 규제

- 브랜드명을 포함한 외국어 표현을 표시·광고의 형태로 보아 규제하고 있음. 제품의 표시는 제조자나 수입자 모두 제품명을 포함하여 제품의 표시사항을 우리나라의 자국어인 한국어로 표시함. 그럼에도 불구하고 수입제품에서 영어 등 외국어로 된 제품명(브랜드명을 포함)을 표시 및 광고의 일부분으로 보는 경우가 있음
- 업체의 입증 책임 아래 표시·광고가 자유로운 미국과 유럽의 경우 다양한 표현을 제품명으로 사용 할 수 있고(예: WHITE) 나라마다 화장품 제품 분류에 대한 상이로 인한 것이지(특히 기능성화장품 유형의

유무)이것을 수입사의 의도성이 있는 제품의 표시·광고로 보는 데에는 다소 무리가 있어 보임.

- 일반적으로 제품명은 제조사의 전략적인 마케팅을 바탕으로 소비자의 선택 속에서 키워 온 제품의 존재를 결정하는 명칭이므로 쉽게 바꿀 수 있는 성질이 것이 아님. 설사 수입 시 제품명을 변경한 용기를 사용하여 우리나라에 들어오더라도 EDI 등록 및 통관에 문제가 생기게 됨.
- 현행 수입 화장품 관리 규정에 의하면, 수입자는 수입시 판매증명서 및 제조 증명서를 제출해야 하는데, 판매증명서인 경우에는 수출국 정부에서 판매 되는 제품명으로 발급이 되기 때문에 실제 통관 때 제품의 용기, 선적서류, 판매증명서등에 기재 된 제품명이 틀리면 다른 제품으로 분류가 되어 통관이 사실상 불가능한 실정임.
- 일본의 경우, 제품명을 포함하여 화장품 표기사항들은 자국어(일본어)로 된 것만 행정 관리대상으로 삼고 있음.
- 또한 제품의 개발의도와는 무관하게 기능성 화장품의 기능과 유사한 제품명 때문에 제품의 유효성과는 상관없이 기능성 화장품 심사를 받아야 하는 경우도 있음.

2

각국의 표시·광고 관리 규정 비교

- 일반적으로 주요 선진국의 경우에도 다음과 같이 화장품의 표시·광고에 대하여는 일정한 규제가 있음

구분	유럽	미국	한국	일본
표시상의 주의 사항	제6조 1항 회원국은 용기 및 포장에 지워지지 않고, 읽기 쉽고, 보기 쉬운 문자로 기재하여야 한다. 제7조 2항 표시기재 사항은 자국어 또는 자국의 공용어로 표기해야한다.	라벨의 정보를 명확히 그리고 눈에 잘 띄게 기재하여야 한다.	제11조(기재표시상의 주의) 제10조에 규정된 사항의 기재표시는 다른 문자 문장도화 또는 도안보다 쉽게 볼 수 있는 곳에 하여야 하며, 보건복지부령이 정하는 바에 따라 읽기 쉽고 이해하기 쉬운 용어로 정확히 기재 표시하여야 한다.	제51조, 제53조 용기 등의 기재사항은 다른 문자, 기사, 도화 또는 도안에 비해 보기 쉬운 장소에 되어있어야 하고, 사용자가 읽기 쉽고, 이해하기 쉬운 용어에 의해 정확히 기재하여야 한다.
표시, 광고의 금지 사항	제6조 3항 화장품의 표시와 판매를 위한 진열, 광고문, 명칭, 상품명, 도안 및 비유적이거나 기타 다른 표시가 화장품이 갖지 않는 특징을 암시해서는 아니된다.	화장품의 표시 중 의약품으로 오인할 수 있거나 허위 또는 오해할 염려가 있는 것이 있어서는 아니된다.	제12조(부당한 표시광고행위 등의 금지) ①제조업자수입자화장품의 판매자(이하 "판매자"라 한다)는 다음 각 호의 1에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니된다. 1. 용기·포장 또는 첨부문서에 의학적 효능·효과 등이 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시 또는 광고 2. 기능성화장품의 안전성유효성에 관한 심사를 받은 범위를 초과하거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고 3. 기능성화장품이 아닌 것으로서 기능성화장품으로 오인될 우려가 있는 표시 또는 광고 4. 기타 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는 표시 또는 광고 ②제1항의 규정에 의한 표시·광고의 범위 기타 필요한 사항은 보건복지부령으로 정한다	제54조(기재금지사항) 화장품은 용기나 포장 및 첨부문서에 허위 또는 오해를 초래할 위험이 있는 사항, 승인을 받지 않은 효능, 효과 또는 보건위생상 위험이 있는 용법, 용량 혹은 사용기한이 기재되어 있지 않으면 안된다. 제66조(과대광고 등) 의약품, 의약부외품, 화장품 또는 의료용구의 명칭, 제조방법, 효능, 효과 또는 성능에 관하여 암시적이거나 허위 또는 과대기사를 광고, 기술 또는 유포하여서는 안된다. 2. 의약품, 의약부외품, 화장품 또는 의료용구의 효능, 효과 또는 기능에 있어서 의사 이외의 자가 이것을 보증한 것으로 오해될 수 있는 기사를 광고, 기술 또는 유포하는 것은 전항에 해당하는 것이다. 3. 의약품, 의약부외품, 화장품 또는 의료용구에 관한 낙태를 암시하거나 또는 외설감을 주는 문서 또는 도화를 이용해서는 안된다

◆ 미국

• 표시광고는 업체의 자율관리이며 정부는 사후 관리하는 체계임

- 미국에서 화장품 관리는 미국화장품협회(CTFA)를 중심으로 업체의 자율관리체계를 중시하고 있으며, 정부에서는 안전 및 표시·광고 등 소비자와 관련된 사후관리체계를 도입하여 시행하고 있음. 즉, FDA는 사후관리를 통해 화장품 제조공정의 부적당한 점과 위반에 대해서, 혹은 FDA 규정이나 해석을 위반한 제품에 대해 관여하고 있음.
- 미국은 FDA의 화장품 규정 701.1에 “화장품의 표시 중 의약품으로 오인할 수 있거나 허위 또는 오해할 염려가 있는 것이 있어서는 안된다”고 규정하고 있음.
- 눈에 띄는 주성분이 없을지라도 광고표현에 따라 의약품으로 분류될 수 있음. 허용되지 않는 의약품 광고표현을 포함하거나 광고와 관련된 주성분을 함유하지 않는 제품은 부정제품으로 FDA의 법률제재를 받게 됨.
- 연방공정거래위원회는 불공정한, 거짓된 행위, 절차 또는 구매 행위에 영향을 미치는 광고를 금지하게 하는 FTC Act Section 5 산하의 광고 표현을 규제하는 포괄적인 법적 권한을 가지고 있음. 연방공정거래위원회가 개개의 광고를 조사함으로써 광고를 규제하는 주된 대상은 거짓된 것, 소비자를 오인시키는 것 또는 속이는 것임. 제조자는 반드시 광고 표현을 입증할 수 있어야 하고 그 입증 자료에 대한 무한 책임이 있음.
- The Council of Better Business Bureaus(BBB)의 The National Advertising Division(NAD)는 방송되는 광고의 진실성/정확성을 모니터함. NAD는

또한 거짓/오인성 있는 불만사항에 대해서 확인하고 광고하는 클레임에 대해서 조사함. NAD는 법적인 권한은 없으나 광고주가 규율을 준수하도록 하는 방법들을 갖추고 있음.

- 환경에 관한 표현은 일반적으로 다른 광고나 표시사항처럼 동일한 법적 효력을 가지며, 환경 표현은 1992년 연방공정거래위원회 Guidelines에 의해서 규제됨. 주정부는 일반적인 불공정거래행위법에 의거 또는 특정 타입의 환경 표현을 규제하기 위해 제정된 특별법에 의거하여 환경에 관한 표현을 규제하고 있음.

◆ EU

- **표시·광고는 업체의 자율관리이며 반드시 입증 자료를 보관하고 있어야 함.**
 - 유럽연합의 EU Cosmetic Directive 제 6조 3항에 “화장품의 표시와 판매를 위한 진열, 광고문, 명칭, 상품명, 도안 및 비유적이거나 기타 다른 표시가 화장품이 갖지 않는 특징을 암시해서는 안 된다” 라고 규정하고 있음.
 - EU Directive 제품의 품질이나 효능이 제품을 판매하기 위한 광고내용과 상이할 경우에 제품을 구매하는 소비자를 보호하기 위하여 Article 7a.(g)에서는 그러한 마케팅 클레임에 대하여 입증할 수 있는 자료를 준비하도록 요구하고 있음.
 - 예를 들어 프랑스의 경우 화장품의 광고를 의약품인 것처럼 광고하는 것을 제한하고 그 외의 광고의 경우 회사에서 광고 내용을 입증할 수 있는 자료를 가지고 있는 한 허용됨. 광고심사국에서 제정한 광고 규정을 토대로 광고전문가, 광고매체 그리고 법률전문가 등으로 구성된 민간단체에서 광고에 대한 심의를 하고 있음.

◆ 일본

• 화장품의 표시·광고의 범위를 지정하고 있음.

- 일본 약사법 제 54조에 “의약품 및 화장품은 첨부된 문서 또는 용기·포장에 해당제품에 관하여 허위 또는 오해를 초래할 수 있는 사항, 승인을 받지 않은 효능·효과 또는 보건위생상 위험이 있는 용법·용량 또는 사용기한이 기재되어서는 아니 된다.”로 규정되어 있음.
- 과거에는 현재의 우리나라의 경우와 같이 화장품 유형별로 효능의 범위가 지정되어 있었으나, 2001년 4월 약사법 중 화장품 관련 규정을 규제완화 차원에서 대폭 완화한 개정법률이 시행된 이후에는 유형을 삭제하여 55개 효능의 범위 중 필요한 것을 선택하여 표시·광고 할 수 있게 되었음.
- 효능에 대하여 표시·광고가 가능한 범위는 55유형이 지정되어 있으며, 각 화장품 제품의 표시는 고시에 해당되는 화장품의 유효성의 범위를 넘어서는 안됨(표 참조), 표시 증명은 화장품의 제조업자 또는 수입업자의 책임이므로 제조업자나 수입업자 자신의 책임으로 제품 표시를 결정하여야 함.
- 표시증명의 조사는 표시 및 광고가 화장품의 유효성의 범위를 넘어서는지 허위 과장 광고의 여부 등에 대해서 각 자치 정부가 각 제품의 표시 및 광고를 정기적으로 조사하고 있으며 간헐적으로 관련 데이터를 요구하기도 함.
- 향 후 유럽과의 조화를 고려하여 화장품의 효능 등의 확대를 전문적으로 검토하나, 의약품적인 효능 등 화장품으로서 부적절한 표시 및 광고는 계속 규제하는 것으로 추진하고 있음.

표 일본의 화장품 효능·효과 표시 범위

(1) 두피, 모발을 정상(正常)		(31) 살결에 윤기를 부여	
(2) 향기를 주어 모발, 두피의 불쾌감을 억제		(32) 살결을 매끄럽게 함	
(3) 두피, 모발을 건강하게 보호	두발용	(33) 면도를 쉽게 하게 함	
(4) 머리카락에 힘과 차분함을 부여		(34) 면도후의 살결을 정돈	
(5) 두피, 두발에 촉촉함을 부여	두발용	(35) 땀띠를 방지	가루분
(6) 두피, 모발의 촉촉함을 보호		(36) 햇볕 그을림 방지	
(7) 모발을 유연하게 함		(37) 햇볕 그을림에 의한 점, 주근깨 방지	
(8) 모발 스타일을 잘 유지		(38) 상쾌한 향기를 부여	
(9) 모발의 윤기를 보호		(39) 손톱을 보호	
(10) 모발의 윤기를 부여		(40) 손톱을 건강하게 유지	
(11) 비듬, 가려움을 덜어줌	세발용	(41) 손톱에 촉촉함을 부여	
(12) 비듬, 가려움을 억제	두발용	(42) 입술의 염증을 방지	
(13) 머리카락의 수분, 유분을 보충		(43) 입술의 결을 조정	
(14) 열모, 절모, 지모(잘리거나 갈라짐) 방지		(44) 입술에 촉촉함 부여	
(15) 머리카락 형태를 정돈하고 보호		(45) 입술을 건강하게 함	
(16) 머리카락의 정전기 방지		(46) 입술을 보호, 건조함을 방지	
(17) (피지 제거로)피부 청결		(47) 입술의 건조에 의한 갈라짐 방지	
(18) (세정에 의한) 땀띠, 여드름 방지	세안용	(48) 입술을 매끄럽게 함	
(19) 살결을 정돈		(49) 충치를 예방(사용 시 솔질을 하는 치약류)	
(20) 피부의 결을 정돈		(50) 이를 희게(사용 시 솔질을 하는 치약류)	
(21) 피부를 건강하게 보호		(51) 이빨 때 제거(사용 시 솔질을 하는 치약류)	
(22) 살결의 거칠어짐 방지		(52) 입안 정화	치약류
(23) 살결을 긴장시킴		(53) 구취 방지	치약류
(24) 피부에 촉촉함을 부여		(54) 이뿜(齒脂)을 덜어줌(사용 시 솔질하는..)	
(25) 피부의 수분, 유분을 보충		(55) 치석 침착 방지(사용 시 솔질하는..)	
(26) 피부의 유연성(부드러움)을 보호			
(27) 피부를 보호			
(28) 피부의 건조를 방지			
(29) 살결을 부드럽게			
(30) 살결 팽팽함(활기) 부여			

3

화장품 표시·광고의 합리적 관리방안 제시

◆ 산업 활성화를 위한 화장품 표시·광고의 합리적 관리 방안

• 단기적 관리 방안

- 화장품 효능·효과의 범위가 유형별로 지정되어 있는 것을 공통적으로 표현 할 수 있도록 하고, 현행 화장품의 특성을 반영할 수 있도록 효능·효과를 추가 신설함(일본의 사례 반영).
- 기능성화장품의 경우에는 기능성에 대한 다양한 수식적 표현이 가능하도록 법의 적용(심사 시)에서 보다 유연성을 부여함(유럽, 미국의 사례 반영).
- 표시·광고 준수사항 중 “오인” 등의 막연한 표현을 명확히 하고 중복된 사항을 정비함.
- 사실에 근거한 표시·광고가 가능하도록 개선하여 임상 및 첩포시험 등 시험실시에 대한 표시와 문헌, 학술지 등 객관적 자료에 근거한 특정성분의 기능설명이 가능하도록 함.

• 장기적 관리 방안

- 화장품은 뷰티상품이고, 감성공학적 이미지상품으로서 마케팅에서 표시·광고가 매우 중요한 역할을 차지하고 있음. 따라서 유럽, 미국의

화장품 관련 표시·광고 관리규정 처럼 의약품적인 표현 등 필수적인 금지사항을 네가티브 리스트(Negative List)로 규정하고 그 외의 표시·광고는 업체에서 입증할 수 있는 사실적 자료에 근거한 표현이 가능하도록 개선하는 것이 바람직 할 것임.

- 기능성화장품의 효능·효과에 대한 표시·광고를 위한 입증자료의 조건으로 외부의 실험기관에서 실험한 입증자료 이외에 기업 내의 연구시험 자료도 과학적이고 객관적이라고 한다면 수용함.
 - 화장품 인체적용시험에 대한 제3자 공인검사기관이 없는 실정이고, “기능성화장품등의 심사에 관한 규정”이 있기는 하나 이른바 화장품 우수임상시험기준(GCP, Good Clinical Practice)으로 하기에는 아직 미흡한 점이 있음.
 - 미국, 유럽 등 선진국에서는 화장품의 효능 및 유효성에 관한 입증 방법(시험기준, 시험 방법 등) 등이 각 기업에서 중요하게 보호되어야 하는 영업상 비밀로 취급되고 있으므로 표시·광고 표현에 대한 입증자료를 각 회사에서 책임지도록 위임하고 있음.

◆ 화장품 표시·광고의 관리 법령 개선(안)

현 행	개 정	비 고
제12조(부당한 표시·광고행위의금지) 제①항 2. 기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사를 받은 범위를 초과하거나 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고 4. 기타 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는 표시 또는 광고	2. 기능성화장품에 대하여 심사받은 기능성 범위와 다른 내용의 기능성에 대한 표시 또는 광고 4. 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 기만적인 표시·광고	- ‘심사결과와 다른 내용’이라는 조항 때문에 심사결과 통지서에 기재된 효능·효과 내용(예: 주름 개선에 도움을 준다) 이외에는 표현의 폭이 좁아 화장품적 특성을 표현하는데 제한요소로 작용. - 실제 심사 받은 기능성 효능·효과와 다른 타 기능성 표현만 제한하는 것이 바람직함 - 포괄적 의미를 명확히하고, “표시·광고의공정화에관한법률”과 조화시킴
시행규칙 제16조 <별표 3> 2. 화장품 표시·광고시 준수사항 가. 의약품으로 오인하게 할 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것	2. 화장품 표시·광고시 준수사항 가. 의약품의 허가 받은 효능·효과와 동일한 표시·광고 (단, 일부 또는 전부가 동일하더라도 일반적으로 화장품에서 이미 사용되어 오던 표시 및 광고의 경우는 제외한다.)	화장품법 제12조제1항의 의학적 효능·효과가 있는 것으로 오인될 우려가 있는 표시·광고의 범위를 구체화하고 명확히 함
<신설>	나. 피부의 질환 또는 증상을 직접적으로 치료해준다는 표시·광고	<상동>
<신설>	다. 의약품 또는 의학적 치료방법을 대체할 수 있다는 내용의 표시·광고	<상동>
나. 기능성화장품이 아닌 것으로서 제품의 명칭·제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품으로 오인시킬 우려가 있거나 부표의 화장품 유형별 효능·효과의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 말 것	라. 기능성화장품이 아닌 것으로서 제품의 명칭·제조방법, 효능·효과 등에 관하여 기능성화장품으로 오인시킬 우려가 있거나 부표의 화장품 효능·효과의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하지 말 것	- 유형별 효능·효과의 범위를 삭제하고 공통으로 사용할 수 있는 효능·효과 범위 설정
다. 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고를 하지 말 것	마. 사실과 다르게 의사·치과의사·한의사·약사 또는 기타의 자가 이를 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표시·광고를 하지 말 것	- 화장품기술의 발달로 다양해진 화장품의 특성을 추가 반영

<p>바. 경쟁사에 관한 비교표시는 화장품 성분에 한하여 사실대로 하여야 하며, 배타성을 띤 “최고” 또는 “최상” 등의 절대적 표현의 표시·광고를 하지 말 것</p>	<p>아. 경쟁사에 관한 비교표시는 사실대로 하여야 하며, 경쟁사에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용으로 표시·광고하여 비방하거나 불리한 사실만으로 표시·광고하여 비방하는 표시·광고를 하지 말 것</p>	<p>- 화장품산업의 특성을 반영</p>
<p>사. 사실과 다르거나 부분적으로 사실 이라고 하더라도 전체적으로 보아 소비자가 오인할 우려가 있는 표시·광고 또는 소비자를 속이거나 소비자가 속을 우려가 있는 표시·광고를 하지 말 것</p>	<p><삭제></p>	<p>- 『표시·광고공정화에관한법률』에 의한 허위·과장또는 기만적인 표시·광고 금지와 중복 - 가. 항 부터 아. 항에서 구체적으로 명시하고 있으므로 삭제</p>
<p>아. 품질·효능 등에 관하여 객관적으로 확인될 수 없거나 확인되지 아니하였음에도 불구하고 이를 광고하거나 효능·효과의 범위를 초과하는 표시·광고를 하지 말 것</p>	<p><삭제></p>	<p>- 가. 항 부터 라.항의 기준을 위반하지 않는 범위에서 객관적 사실을 근거로 표시·광고하는 것에 대해 인정</p>

[부 표]

◆ **화장품의 효능·효과(별표 3 제2호 나목관련)**

1. 피부의 독소와 노폐물을 제거하고 메이크업을 지운다.
2. 피부를 맑고 청결하게 하여 청정함을 유지한다.
3. 모발을 청결하게 하여 청정함을 유지한다.
4. 피부의 수분을 조절하거나 공급하여 거칠음과 건조를 방지한다.
5. 피부에 수분과 영양을 공급하고 가려움을 덜어준다.
6. 피부의 유연성을 증진하여 부드럽게 한다.
7. 피부를 보호하고 구성성분의 산화를 막아 피부 건강을 유지한다.
8. 피부 스트레스를 해소해 피부 건강을 유지한다.
9. 피부 자극을 완화하고 진정시켜 피부 건강을 유지한다.
10. 좋은 향기로 안정되고 즐거운 기분을 갖도록 한다.
11. 피부를 청량하게 하여 상쾌감을 준다.
12. 색조 효과를 주며 윤곽을 선명하게 하여 아름다움을 더한다.
13. 피부를 수렴한다.
14. 피부의 모공을 수축하는 효과를 준다.
15. 피부를 가다듬어 매끄럽고 윤기있는 피부로 가꾼다.
16. 콜라겐, 엘라스틴 등 탄력 요소의 양을 증가시키거나 파괴를 막아 피부 탄력을 증진시킨다.
17. 피부를 보호하여 손상을 방지한다.
18. 손상된 피부를 회복 또는 복구하는데 도움을 준다.
19. 피부에 영양을 공급하고 에너지 수준을 증대시켜 신진대사를 돕는다.
20. 미세 혈액 순환을 원활하게 하고 피부 신진대사를 돕는다.
21. 붓기와 다크 서클을 완화한다.
22. 효소의 활성을 촉진하거나 저해하여 피부 구성 물질을 증가 또는 감소시킨다.
23. 피지 생성 및 분비를 조절하여 번들거림을 방지한다.

24. 피부 세포의 재생을 촉진하거나 손상을 방지한다.
25. 피부 노화를 방지하는 데에 도움을 준다.
26. 면도시 피부를 보호하여 면도 자국이나 상처를 방지한다.
27. 면도에 의한 피부 자극을 감소시킨다.
28. 턱수염을 부드럽게 하여 면도를 용이하게 한다.
29. 피하지방 분해를 도와 신체의 아름다움을 더한다.
30. 셀룰라이트 생성 방지 또는 제거를 도와 신체의 아름다움을 더한다.
31. 여드름성 피부에 사용하기에 적합하며 여드름을 유발시키지 않아 피부 청정을 돕는다.
32. 아토피성 피부에 유익하며 가려움을 제거하고 자극을 완화하여 피부 청정을 돕는다.
33. 피부 결점을 감추고 색조 또는 색채 효과를 주어 아름다움을 더한다.
34. 물이나 피지에 의한 색조 효과의 흐트러짐을 방지한다.
35. 광학적인 특성을 이용하여 입체적으로 보이도록 한다.
36. 색조 효과를 이용하여 입체적으로 보이도록 한다.
37. 눈썹을 일시적으로 길게 보이도록 하거나 볼륨감과 세팅효과를 주어 아름다움을 더한다.
38. 두피를 청결하게 하여 비듬이나 가려움을 제거한다.
39. 모발에 수분과 영양을 공급하고 유지시켜 모발을 건강하게 한다.
40. 모발에 일시적인 세팅 효과를 주고 유지시킨다.
41. 모발에 윤기와 탄력을 주며 정전기를 방지한다.
42. 모발의 손상을 방지하며 손상을 회복하는 데 도움을 준다.
43. 모발에 반영구적인 변형을 주고 유지시킨다.
44. 웨이브한 머리카락, 말리기 쉬운 머리카락과 곱슬머리를 곧게 편다.
45. 모발을 일시적으로 착색시킨다.
46. 손톱에 수분과 영양을 공급하고 유지시킨다.
47. 손톱의 손상을 방지하며 건강하게 한다.
48. 손톱을 보호하고 색조 및 광택효과를 주어 아름다움을 더한다.
49. 네일에나멜의 피막밀착성을 좋게 한다.
50. 손톱 화장을 지운다.
51. SPF 00 (SPF 10이하에 한한다)

자료 작성 : 정책개발단 확장품산업팀 황순욱박사

본 내용은 연구자 개인적인 의견이며 한국보건산업진흥원의 공식견해가
아님을 밝혀드립니다

내용과 관련하여 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

TEL : 02-2194-7341, E-mail : hwangsw@khidi.or.kr