

등 록 번 호
안내서-1223-01



국민의 더 건강한
내일을 위한 정부혁신



한눈에 보는 건강기능식품 인체적용시험 표시 · 광고 가이드라인 [민원인 안내서]

2022. 9.



식품의약품안전처

지침서·안내서 제·개정 점검표

명칭

한눈에 보는 건강기능식품 인체적용시험 표시·광고 가이드라인

아래에 해당하는 사항에 체크하여 주시기 바랍니다.

등록대상 여부	☐ 이미 등록된 지침서·안내서 중 동일·유사한 내용의 지침서·안내서가 있습니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☞ 상기 질문에 '예'라고 답하신 경우 기존의 지침서·안내서의 개정을 우선적으로 고려하시기 바랍니다. 그럼에도 불구하고 동 지침서·안내서의 제정이 필요한 경우 그 사유를 아래에 기재해 주시기 바랍니다. (사유 :)	
	☐ 법령(법·시행령·시행규칙) 또는 행정규칙(고시·훈령·예규)의 내용을 단순 편집 또는 나열한 것입니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☐ 단순한 사실을 대외적으로 알리는 공고의 내용입니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☐ 1년 이내 한시적 적용 또는 일회성 지시·명령에 해당하는 내용입니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☐ 외국 규정을 번역하거나 설명하는 내용입니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☐ 신규 직원 교육을 위해 법령 또는 행정규칙을 알기 쉽게 정리한 자료입니까?	☐ 예 ☒ 아니오
☞ 상기 사항 중 어느 하나라도 '예'에 해당되는 경우에 지침서·안내서 등록 대상이 아닙니다. 지침서·안내서 제·개정 절차를 적용하실 필요는 없습니다.		
지침서·안내서 구분	☐ 내부적으로 행정사무의 통일을 기하기 위하여 반복적으로 행정사무의 세부기준이나 절차를 제시하는 것입니까? (공무원용)	☐ 예(☞지침서) ☒ 아니오
	☐ 대내외적으로 법령 또는 고시·훈령·예규 등을 알기 쉽게 풀어서 설명하거나 특정한 사안에 대하여 식품의약품안전처의 입장을 기술하는 것입니까? (민원인용)	☒ 예(☞안내서) ☐ 아니오
기타 확인 사항	☐ 상위 법령을 일탈하여 새로운 규제를 신설·강화하거나 민원인을 구속하는 내용이 있습니까?	☐ 예 ☒ 아니오
	☞ 상기 질문에 '예'라고 답하신 경우 상위법령 일탈 내용을 삭제하시고 지침서·안내서 제·개정 절차를 진행하시기 바랍니다.	
상기 사항에 대하여 확인하였음.		
2022년 9월 5일		
담당자 확 인(부서장)		신 영 희

이 안내서는 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」제8조 및 같은 법 시행령 제3조제1항에 근거하여 건강기능식품 인체적용시험 결과 표시·광고에 대한 일반적인 금지표현의 예시를 제시하고, 인체적용시험 결과를 표시·광고에 인용하고자 하는 경우의 세부적인 기준에 대해 식품의약품안전처의 입장을 기술한 것입니다.

본 안내서는 대외적으로 법적 효력을 가지는 것이 아니므로 본문의 기술 방식(‘하여야 한다’ 등)에도 불구하고 민원인 여러분께서 반드시 준수하여야 하는 사항이 아님을 알려드립니다. 또한, 본 안내서는 2022년 9월 현재의 과학적·기술적 사실 및 유효한 법규를 토대로 작성되었으므로 이후 최신 개정 법규 내용 및 구체적인 사실관계 등에 따라 달리 적용될 수 있음을 알려드립니다.

※ “민원인 안내서”란 민원인들의 이해를 돕기 위하여 법령 또는 행정규칙을 알기 쉽게 설명하거나 특정한 사안에 대하여 식품의약품안전처의 입장을 기술하는 것임(식품의약품안전처 지침서등의 관리에 관한 규정 제2조)

※ 본 안내서에 대한 의견이나 문의 사항이 있을 경우 식품의약품안전처 식품안전 정책국 건강기능식품정책과에 문의하시기 바랍니다.

전화번호 : 043-719-2456

팩스번호 : 043-719-2450

제·개정 이력

한눈에 보는 건강기능식품 인체적용시험 표시·광고 가이드라인

연번	제·개정번호	승인일자	주요내용
1	안내서-1223-01	2022. 9. 5.	제정



목 차



I. 일반사항	1
1. 목적	2
2. 관련 법령	2
3. 적용 범위	2
4. 인체적용시험 표시·광고	2
5. 유의사항	4
II. 건강기능식품 인체적용시험 표시·광고 부적합 사례	5
1. 질병 예방·치료에 효능있는 것으로 인식될 우려가 있는 표시·광고	6
2. 의약품으로 인식될 우려가 있는 표시·광고	7
3. 인체적용시험 대상자가 올바르지 않은 표시·광고	8
4. 기능성 범위를 벗어난 지표를 표현한 표시·광고	9
5. 해당 기능성과 관련이 없는 이미지를 사용한 표시·광고	10
6. 인정되지 않는 원료·성분의 인체적용시험 결과를 인용한 표시·광고	11
7. 제품의 시험결과 또는 기능성처럼 표현한 표시·광고	12
8. 기타원료의 인체적용시험 결과를 인용한 표시·광고	13
9. 전문가가 보증·추천하는 표시·광고	14
10. 시험 디자인의 통계처리가 잘못된 표시·광고	15
11. 인체적용시험의 규모만 강조하는 표시·광고	16
12. 인체적용시험의 기간을 강조하는 표시·광고	17
13. 필요문구를 표시하지 않은 표시·광고	18
14. 인체적용시험 결과를 편집·강조한 표시·광고	19
III. 인체적용시험 표시·광고 Q&A	20

[참고] 관련 법령

I. 일반사항

1. 목적

이 가이드라인은 건강기능식품 영업자가 「식품등의 표시·광고에 관한 법률」에 따라 건강기능식품 인체적용시험 결과 표시·광고 시 준수사항에 대한 설명, 부적합 사례 등을 참고할 수 있도록 함으로써, 건강기능식품 표시·광고에 대한 올바른 정보를 제공하여 허위·과대광고로부터 소비자를 보호하고, 건전한 유통 질서를 확립하여 건강기능식품 산업 발전에 기여함을 목적으로 한다.

2. 관련 법령

- 가. 「식품등의 표시·광고에 관한 법률」 제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지)
- 나. 같은 법 시행령 제3조(부당한 표시 또는 광고의 내용) [별표 1]

3. 적용 범위

이 가이드라인은 건강기능식품제조업자, 건강기능식품판매업자(유통전문판매업, 일반판매업)가 건강기능식품을 판매하기 위해 표시·광고하고자 할 경우 적용한다.

- 고시형 및 개별인정형 원료 모두 동일하게 적용한다.

4. 인체적용시험 표시·광고

- 가. 이 가이드라인에서 ‘인체적용시험 결과 표시·광고’란 건강기능식품제조업자, 건강기능식품판매업자(유통전문판매업, 일반판매업)가 건강기능식품 원료의 섭취로 얻어지는 기능성 내용에 관하여 증빙하기 위해 제출한 과학적 근거 자료를 활용하여 불특정 다수에게 널리 알리거나 제시하는 것을 말한다.

- 나. 인체적용시험 결과를 표시·광고에 인용하기 위해서는

- 부당한 표시 또는 광고 행위를 하여서는 아니 된다.
 - 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 - 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 - 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 - 거짓·과장된 표시 또는 광고
 - 소비자를 기만하는 표시 또는 광고
 - 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고
 - 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 식품등을 다른 영업자나 다른 영업자의 식품등과 부당하게 비교하는 표시 또는 광고
 - 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 표시 또는 광고
 - 식품등이 아닌 물품의 상호, 상표 또는 용기·포장 등과 동일하거나 유사한 것을 사용하여 해당 물품으로 오인·혼동할 수 있는 표시 또는 광고
 - 자율심의를 받지 아니하거나 심의 결과에 따르지 아니하는 표시 또는 광고
- 기능성 범위 내 바이오마커(생물학적 지표)로 대조군 대비 유의성이 있는 자료여야 한다.
- 강조표현(하이라이트, 강조박스, 밑줄, 다른 글씨 크기·굵기·색채, 특수표식 등)을 할 수 없다.
- 특정 수치를 표시·광고하는 경우 반드시 원문(그래프 또는 표)을 제시해야 하며, 표와 그래프의 글씨크기는 특정수치와 같거나 크게 한다.
- 기능성 원료의 인체적용시험 결과임을 명시한다.
- '인체적용시험 결과가 모든 사람에게 동일하게 적용되는 것은 아님'을 함께 표시·광고한다.

5. 유의사항

표시·광고의 적정성 여부는 표시·광고 주체와 목적, 구체적인 내용과 허가 사항 및 일반소비자가 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 종합적으로 검토하여 개별 판단되어야 하며, 기준과 예시는 해당사항에 한하여 참고 또는 권고사항으로 활용되어야 한다.

Ⅱ. 건강기능식품 인체적용시험 표시·광고 부적합 사례

건강기능식품이 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식될 우려가 있는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 해당 원료가 질병 증상개선 등에 효과가 있다고 오인할 우려가 있는 표시·광고는 부적절함

< 예시 1 >

The advertisement features a red background with white text. At the top, it says '제품명 00' (Product Name 00) followed by '에 포함된 3종의 천연물은' (3 types of natural ingredients included in it). Below this, it states '2020년' (2020) and '시험기관 00' (Test Institution 00) and '시험방법 00' (Test Method 00) '에서' (from). The main claim is '코비드19 바이러스를 99% 이상 억제하는 것으로 확인되었습니다.' (It has been confirmed to inhibit COVID-19 virus by more than 99%).

⇒ 코로나19 바이러스와 같은 질병치료에 효과가 있는 것으로 인식될 우려가 있음

< 예시 2 >

The advertisement has a purple background. At the top, it says '락토바실러스' (Lactobacillus) followed by '원료명 00' (Ingredient Name 00) '는' (is). The main text is '항생제 치료 동안 설사를 감소 시키는데 도움을 줄 수 있습니다.' (It can help reduce diarrhea during antibiotic treatment). Below this, it says '락토바실러스' (Lactobacillus) followed by '원료명 00' (Ingredient Name 00) '는 설사처럼 항생제 치료로 인한 부작용을 줄이는 데에 도움을 줄 수 있습니다' (It can help reduce side effects like diarrhea caused by antibiotic treatment).

A bar chart shows the percentage of people who experienced diarrhea. The Y-axis is '설사 발생률 (%)' (Diarrhea Incidence (%)). The X-axis has three categories: (1), (2), and (3). The bars are green. The values are: (1) 28.6, (2) 23.3, (3) 30. Below each bar, there are two small white bars with values: (1) 3.3, (2) 5.6, (3) 5.

⇒ 의약품(항생제)과 병용섭취로 의약품의 치료 효과와 혼동될 우려가 있음

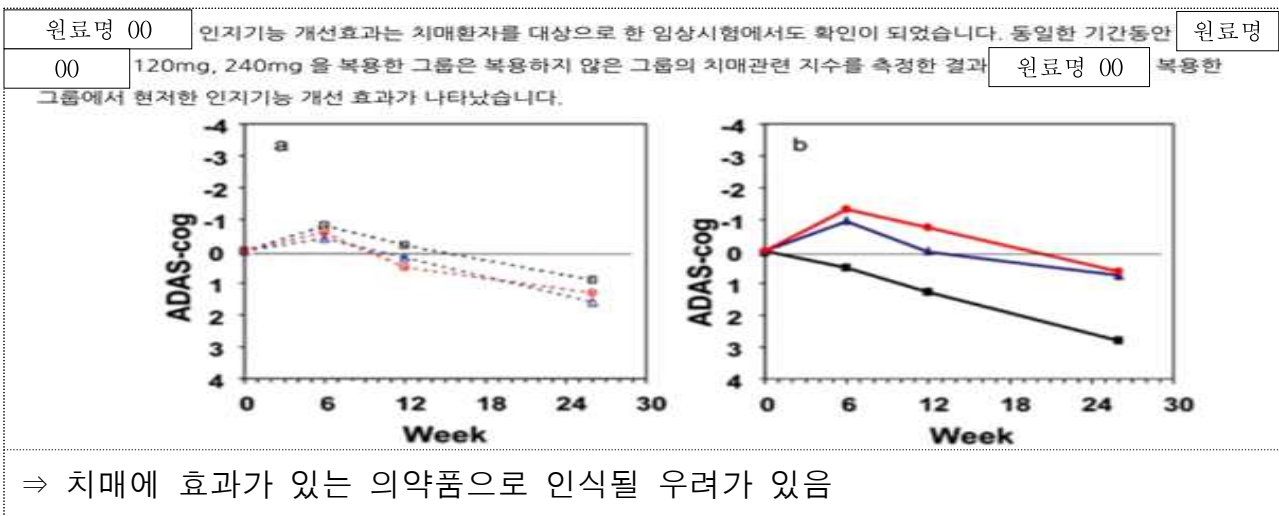
2

의약품으로 인식될 우려가 있는 표시·광고

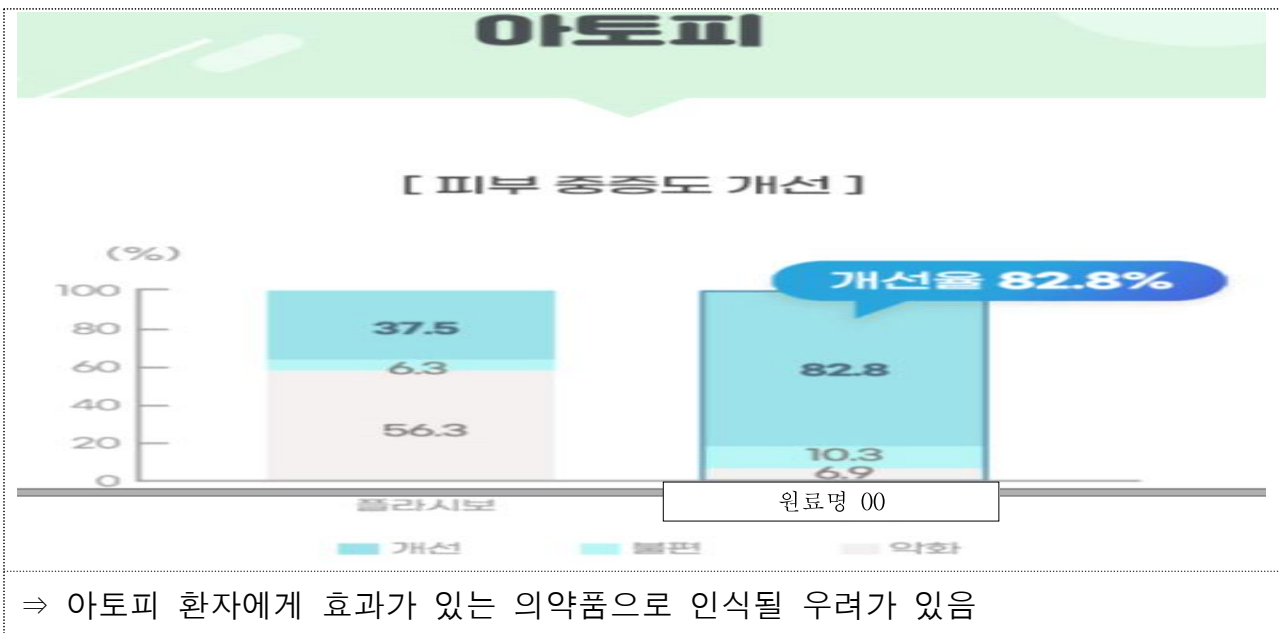
건강기능식품이 의약품으로 인식될 우려가 있는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 질병 증상 개선에 대한 내용으로 표시·광고하여 의약품으로 인식될 우려가 있어 부적절함

< 예시 1 >



< 예시 2 >

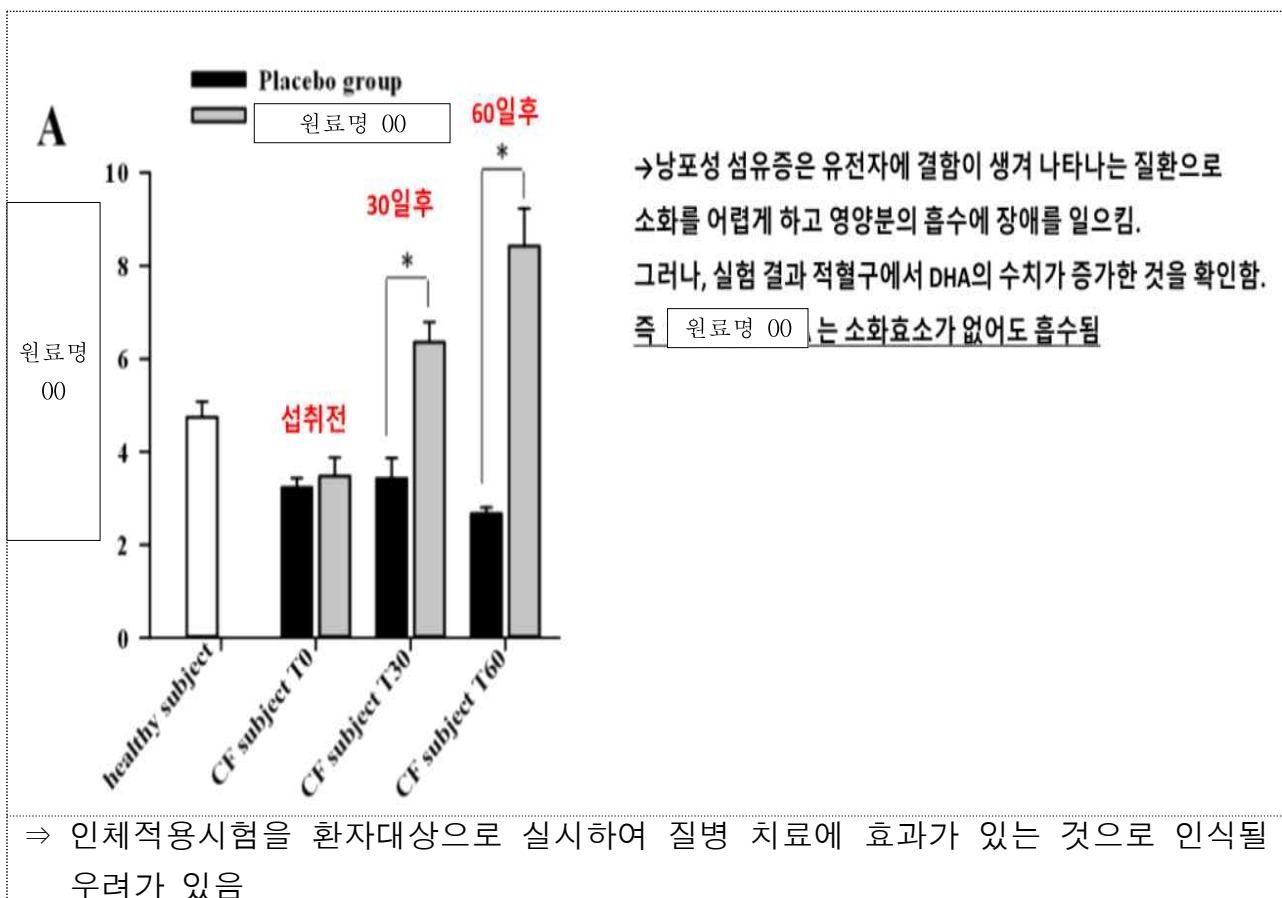


건강기능식품이 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식될 우려가 있는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 건강인 및 반건강인*이 아닌 환자 등을 대상으로 실시한 인체적용시험 결과를 활용하여 표시·광고하는 것은 부적절함

* 아직 질병으로 진단되지는 않았으나 신체적, 정신적, 사회적 이상 증상으로 인해 일상 생활의 불편함을 겪거나, 건강이 저하되어 질병 발생 위험이 높은 상태

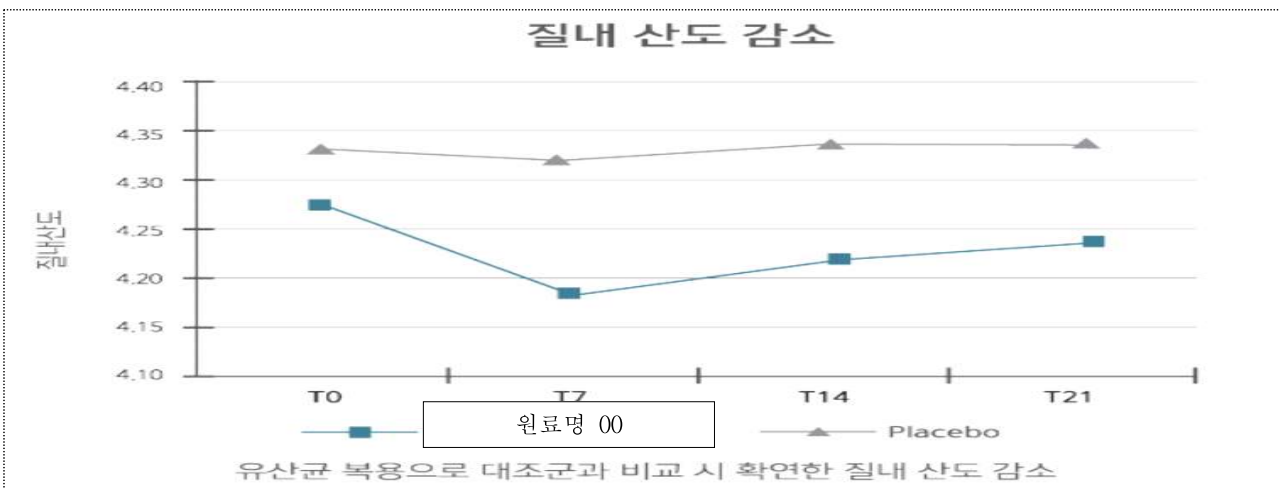
< 예시 1 >



건강기능식품의 경우 식약처장이 인정하지 않은 기능성을 나타내는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

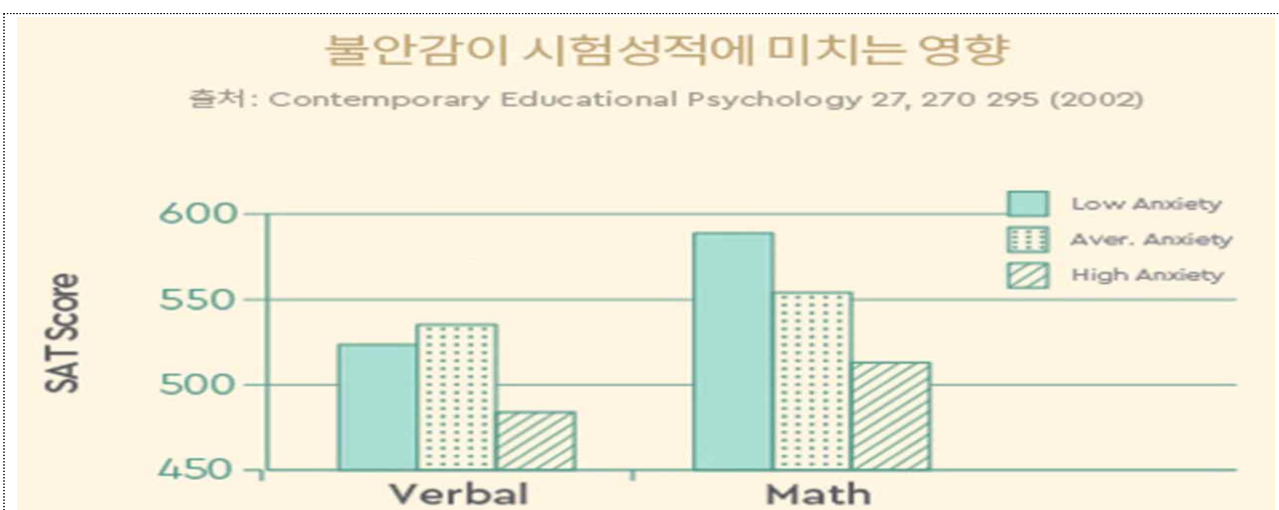
- 해당 원료가 가진 기능성 내용이 아닌 다른 기능성 지표를 인체적용시험 결과로 활용하여 표시·광고하는 것은 부적절함

< 예시 1 >



⇒ 기능성 범위(장건강)를 벗어난 지표로 다른 기능성이 있는 것으로 인식될 우려가 있음

< 예시 2 >



⇒ 기능성 범위(스트레스로 인한 긴장완화)를 벗어난 지표로 다른 기능성이 있는 것으로 인식될 우려가 있음

건강기능식품은 식약처장이 인정하지 않은 기능성을 나타내는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 해당 기능성과 관련이 없는 사진이나 이미지 등을 함께 사용하여 인정하지 않은 기능성이 있는 것으로 오인할 우려가 있는 표시·광고는 부적절함

< 예시 1 >

기능성원료인 테아닌 인체시험결과
안정감을 유도하는 발생 확인

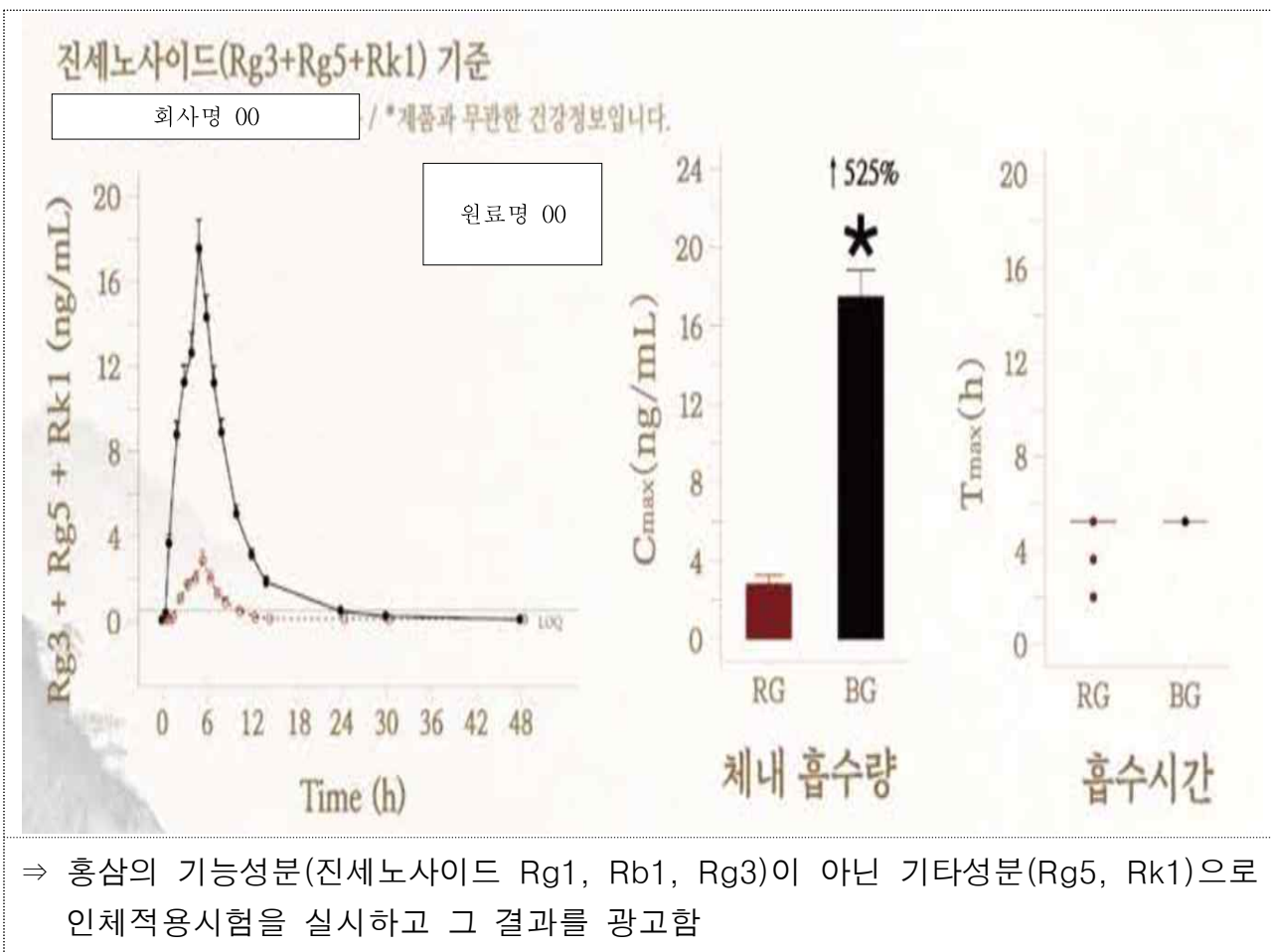


⇒ 테아닌의 기능성 내용(스트레스로 인한 긴장완화에 도움을 줄 수 있음)과 관련없는 이미지를 나타내어 다른 기능성(수면건강 등)이 있는 것으로 인식될 우려가 있음

건강기능식품은 식약처장이 인정하지 않은 기능성을 나타내는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 기능성분이 아닌 특정 성분의 인체적용시험 결과를 활용하여 표시·광고하는 것은 기능성분의 인체적용시험 결과로 오인할 우려가 있어 부적절함

< 예시 1 >



건강기능식품은 기능성이 인정되지 않은 사항에 대하여 기능성이 인정되는 것처럼 표현하는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 기능성 원료와 제품의 인체적용시험 결과를 함께 표시·광고하는 경우 기능성 원료가 아닌 제품의 인체적용시험 결과로 오인할 우려가 있어 부적절함

< 예시 1 >

이제 [제품명 00] 으로 관리하세요

자막) 기능성 원료인 [원료명 00] 인체적용시험 결과 Kupperman Index(쿠퍼만지수) 총점 유의적으로 감소 확인
(출처: Arch Pharm Res 2010; 33(4):523-530.)

⇒ 기능성 원료의 인체적용시험 결과를 제품과 함께 구분없이 제시하여 제품의 인체적용시험 결과로 인식될 우려가 있음

< 예시 2 >

기능성 원료 [원료명 00] 인체 적용 시험 결과

30일에 -3.1kg 체지방량 감소 확인

역대급 신제품

[원료명 00] 섭취 그룹: -3.3kg(약13%)
Placebo 그룹: -0.5kg(약2.1%)

[회사명 00]

* 출처: Drugs Aging 2000; 75(2003) 503 논문

⇒ 기능성 원료의 인체적용시험 결과를 제품과 함께 구분없이 제시하여 제품의 시험 결과로 인식될 우려가 있음

건강기능식품은 기능성이 인정되지 않는 사항에 대하여 기능성이 인정되는 것처럼 표현하는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 기타원료의 인체적용시험 결과 표시·광고는 기타원료가 해당 기능성이 있는 것으로 오인할 우려가 있어 부적절함

< 예시 1 >

■ 연구목적, 대상 및 진행방법

- 액상칼슘을 첨가한 한방 칼슘제가 중년여성 골밀도 및 체내 골형성 지표 변화 조사
- 연구대상 및 기간 : 50대 중년 여성 12명, 6개월간
- 실험기간 : 대조구(칼슘 미섭취군), 수용성 칼슘섭취군 (Ca 500mg, 750mg섭취, 한약재 추출물 함유)

■ 골밀도 및 골형성 지표

1. 골밀도 지표 변화

원료명 00 : 요추 골밀도(Lumbar spine BMD) 증가, T-score (골다공증지표) 값 증가 (Table 3 참조)

- 대조구 : 요추 골밀도(Lumbar spine BMD) 감소, T-score 값 감소

* T-score : -3 이하면 골다공증으로 치료 필요, -1~-2.5는 골감소증으로 수치가 높을수록 골밀도가 우수함.

	원료명 00	대조구
요추 골밀도	1.76% 증가	1.3% 감소
T-score	8.51% 증가	8.3% 감소

⇒ 기타원료(한약재 추출물)의 인체적용시험 결과를 인용함

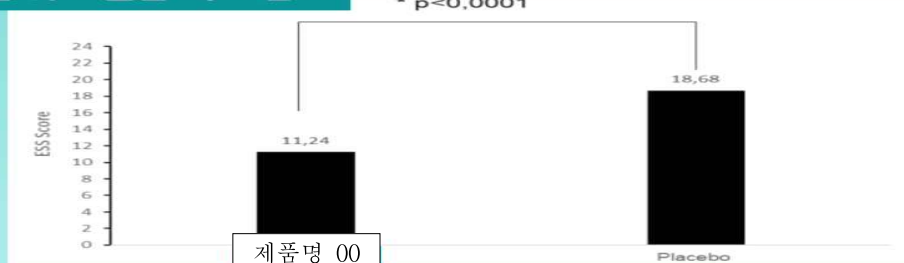
< 예시 2 >

크레아틴 성분이 함유된 제품명 00 수면시간이 짧아도
낮 동안 졸린 증상을 감소시키고 수면 효율을 증가시킵니다

- 독일 뮌헨 스포츠 대학 운동 및 신경 과학 연구소 Markus Dworak 박사 -

앱 워스 졸음 척도 감소

* p<0.0001



짧은 수면(매일 밤 수면 6시간으로 제한) 후 낮 동안 졸림과 주의력이 크게 개선됨

⇒ 기타원료(크레아틴)의 인체적용시험 결과를 인용함

의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당함

- 의사 등 전문가가 기능성을 보증하여 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식될 우려가 있어 부적절함(다만, 의사 등이 해당 제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실만을 나타내는 표시·광고는 가능함)

* 의사 등의 의료인(전문가)으로 인지되는 사진 사용 금지, 의료 경력 열거 금지 등

< 예시 1 >

원료명 00의 인체시험을
통해 유의적 감소된 10가지 항목

속쓰림 상복부 포만감 역류 트림 상복부 통증
식욕감퇴 메스꺼움 조기 포만감 구토 복부 팽만감

회사명 00

⇒ 의사 등의 의료인(전문가)으로 인지되는 사진을 함께 제시하는 등 전문가가 인체적용 시험 결과를 추천·보증하는 것으로 인식될 우려가 있음

< 예시 2 >

피부 탄력 개선 확인
평균 피부 탄력, 생물학적 탄력성, 총 피부 탄력

시점	시험군 (Red)	대조군 (Green)
섭취 전	0.507	0.529
섭취 6주 후	0.528	0.528
섭취 12주 후	0.536 (+5.41%)	0.528 (-0.19%)

원료명 00 12주 섭취

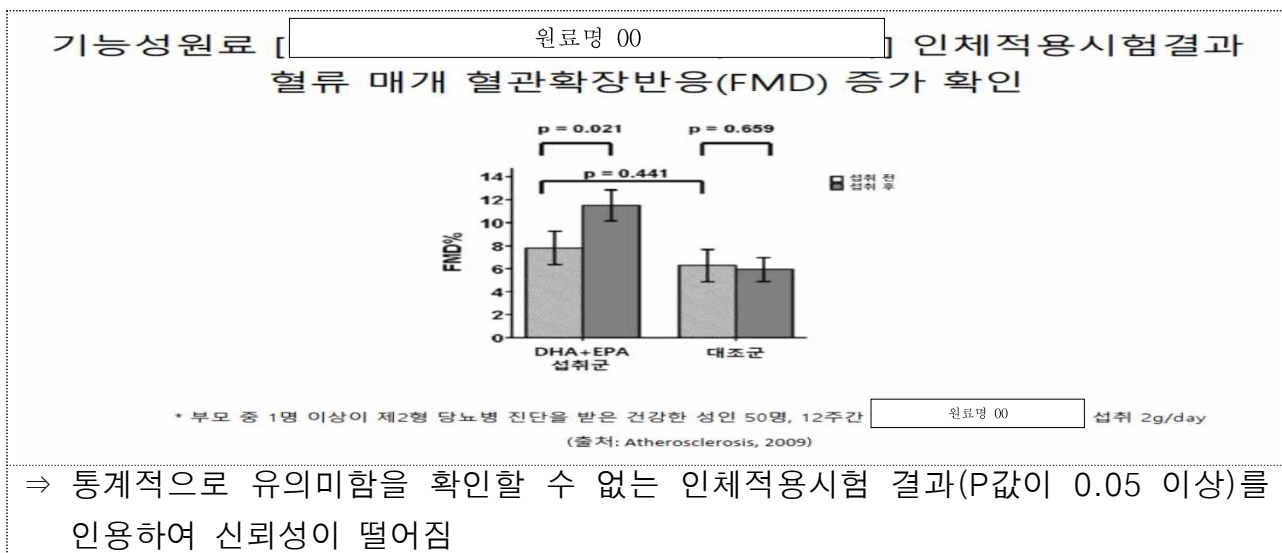
*거주한 피부층 가진 30-60세 한국인 여성 79명 대상.
*출처: 인체적용시험보고서 | 인체적용시험 결과가 모두에게 동일하게 적용되는 것은 아닙니다.

⇒ 의사 등의 의료인(전문가)으로 인지되는 사진을 함께 제시하는 등 전문가가 인체적용 시험 결과를 추천·보증하는 것으로 인식될 우려가 있음

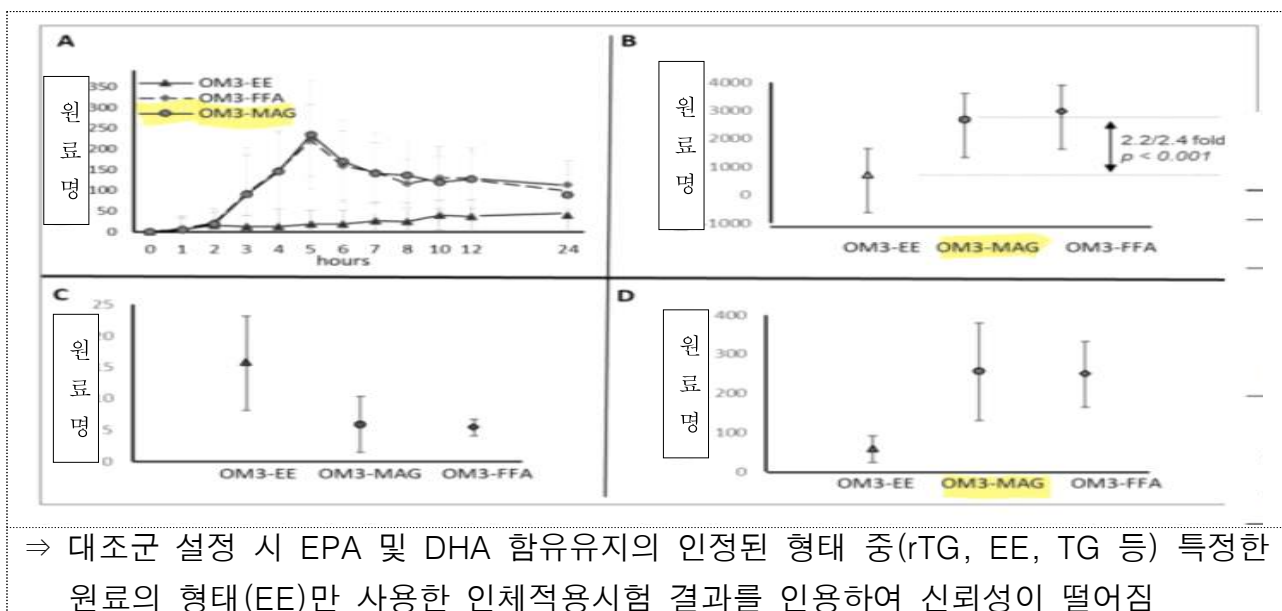
인체적용시험 결과를 표시·광고에 인용하는 경우에는 기능성 범위 내 바이오 마커로 대조군 대비 유의성이 있어야 함

- 대조군 대비 유의성이 없거나, 검증된 논문으로 보기 어려운 적은 규모(파일럿 테스트)로 수행된 논문의 내용이거나, 대조군 설계 시 특정한 원료만 사용하는 등의 경우는 부적절함

< 예시 1 >



< 예시 2 >



인체적용시험 결과는 자료에 사용된 그래프 등을 그대로 인용하여야 하며, 출처, 시험조건, 시험 대상자수 등을 명시하여 표시·광고하여야 하며, 편집(수정, 삭제, 보완 등)하거나 일부 유리한 부분만을 발췌 인용할 수 없음

- 인체적용시험의 구체적인 내용없이 규모 및 조건만을 강조하는 것은 부적절함

< 예시 1 >

학교명 00

대학교

병원명 00

병원

원료정보

한국인 120명 대상

인체적용시험 완료!

원료에 대한 인체적용시험 결과로 모든사람에게 동일하게 적용되는 것은 아님

⇒ 인체적용시험 결과에 대한 구체적인 내용없이 규모 및 조건만을 강조함

< 예시 2 >

제품명 00

한국인 대상 시험결과, 면역세포 증가 확인!

한국인의 면역 기능, 베타글루칸

제품명 00

[건강기능식품 광고]

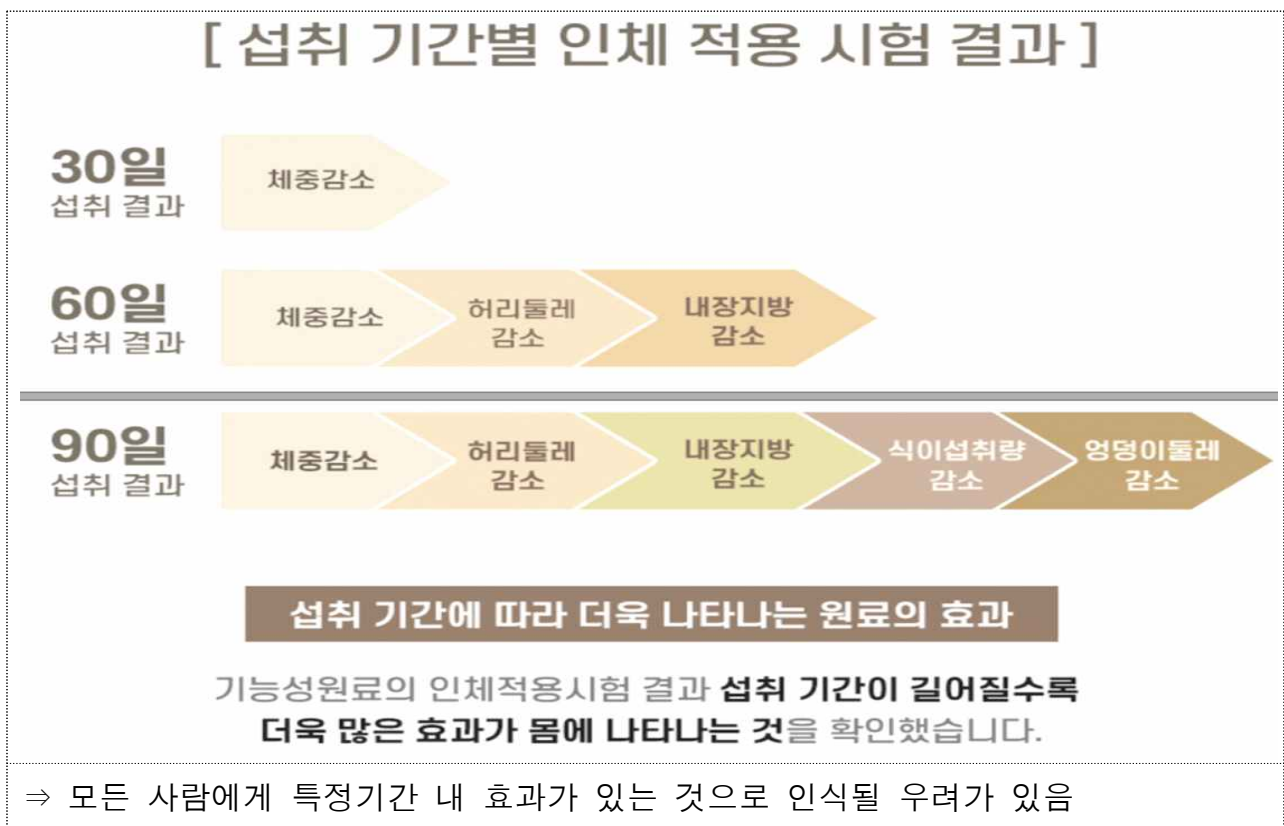
⇒ 인체적용시험 결과에 대한 구체적인 내용없이 시험대상을 강조함

인체적용시험 결과는 자료에 사용된 그래프 등을 그대로 인용하여야 하며, 출처, 시험조건, 시험 대상자수 등을 명시하여 표시·광고하여야 하며, 편집(수정, 삭제, 보완 등)하거나 일부 유리한 부분만을 발췌 인용할 수 없음

- 인체적용시험 결과의 광고할 때 일부 유리한 부분만을 발췌하여 특정 기간 별로 결과를 강조하는 것은 시간 경과에 따라 모든 사람에게 정량적으로 동일한 효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있어 부적절함

* 인체적용시험 기간은 결과의 신빙성을 확보하기 위한 최소한의 기간을 의미하는 것으로 짧은 기간에 효과가 나타난다는 의미가 아니므로 표시·광고 시 주의해야 함

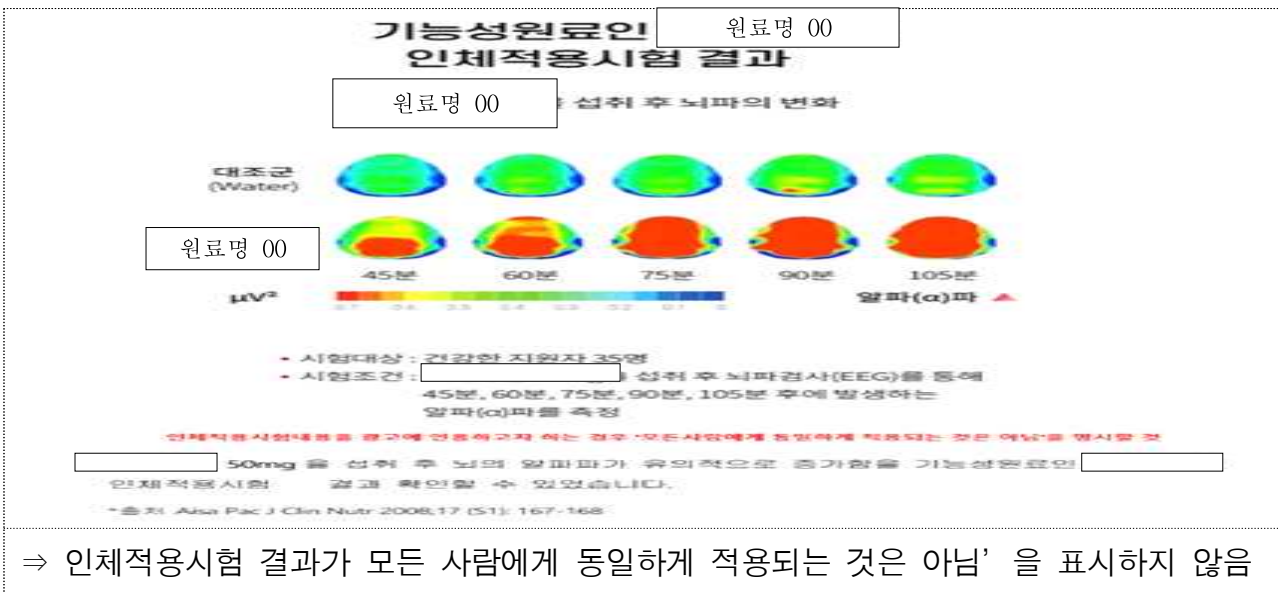
< 예시 1 >



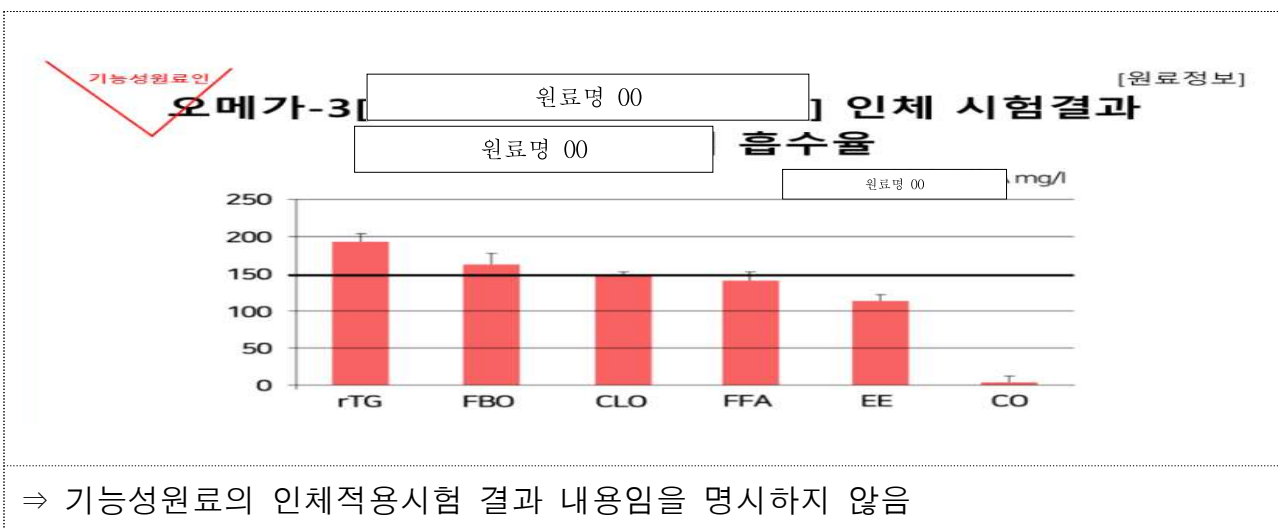
인체적용시험 결과를 인용하고자 하는 경우에는 ‘인체적용시험 결과가 모든 사람에게 동일하게 적용되는 것은 아님’을 함께 표시·광고해야 하며, 기능성 원료인 000의 인체적용시험 결과 임을 명시해야 함

- 인체적용시험 결과가 모든 사람에게 동일하게 적용되는 것이 아니라는 내용과 기능성 원료의 결과임을 나타내는 문구가 없는 표시·광고는 부적절함

< 예시 1 >



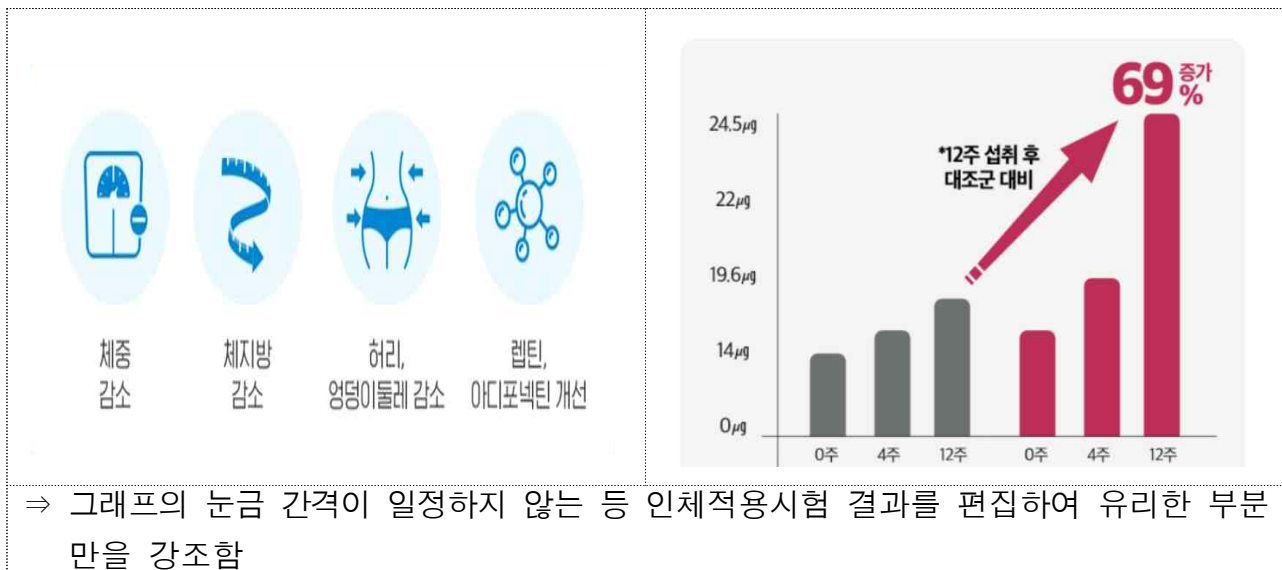
< 예시 2 >



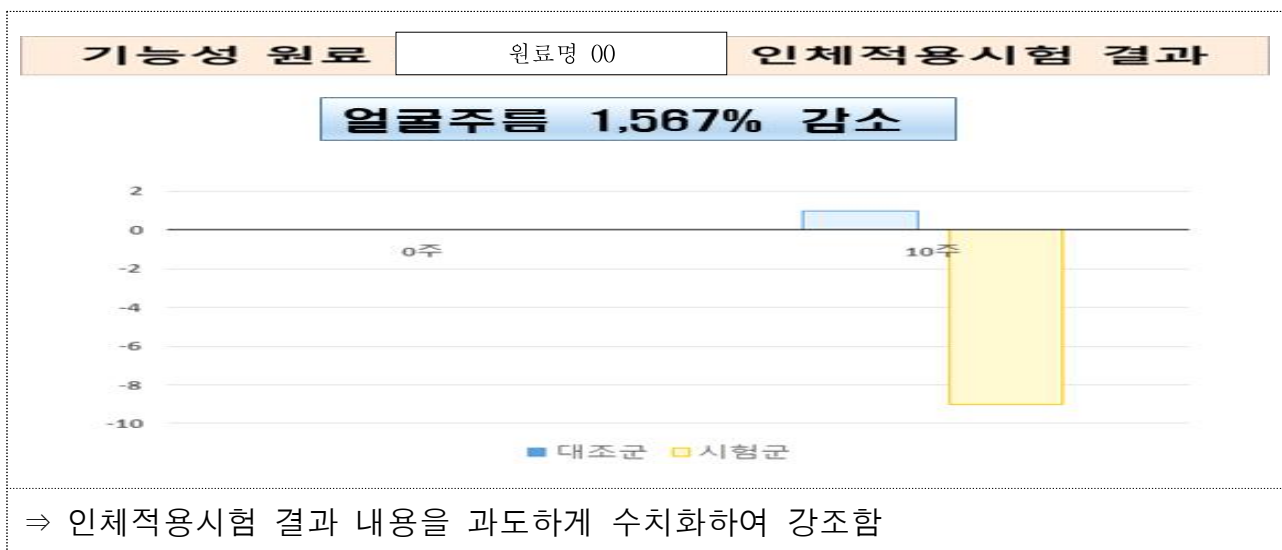
인체적용시험 결과는 자료에 사용된 그래프 등을 그대로 인용하여야 하며, 출처, 시험조건, 시험 대상자수 등을 명시하여 표시·광고하여야 하며, 편집(수정, 삭제, 보완 등)하거나 일부 유리한 부분만을 발췌 인용할 수 없음

- 인체적용시험 결과를 재해석하여 과도하게 수치화하거나, 표와 그래프의 글씨크기를 작게 하거나, 디자인적으로 강조하는 표시·광고는 부적절함

< 예시 1 >



< 예시 2 >



Ⅲ. 인체적용시험 표시·광고 Q&A

Q&A

Q1. 건강기능식품을 판매하기 위해 인체적용시험을 인용하여 표시·광고하고자 하는 경우 심의를 받아야 하나요?

- ☞ 건강기능식품을 판매하고자 할 경우 인체적용시험결과를 포함하여 표시·광고하려는 내용에 대해 사전에 광고 심의를 받아야 합니다.

Q2. 인체적용시험 결과의 특정수치를 표시·광고할 경우 지켜야 할 사항은 무엇이 있을까요?

- ☞ 인체시험의 지표 및 특정수치 등을 표시·광고하는 경우 주변(장편·자간) 글자의 활자 크기보다 크지 않도록 하며, 동일한 색채와 굵기로 광고해야 합니다. 원문(표, 그래프)을 함께 인용해야 하며, 시험대상자의 국적·인종·성별·평균체중·평균나이를 명확히 밝혀야 합니다.

Q3. 소비자가 이해하기 쉽도록 인체적용시험 결과를 굵게 하거나 다른 색채를 넣는 등의 강조 표현을 해도 되나요?

- ☞ 인체적용시험 결과를 인용하고자 하는 경우에는 강조표현(하이라이트, 강조 박스, 밑줄, 다른 글씨크기, 굵기, 색채, 특수표식 등)을 해서는 안 됩니다.

Q4. 인체적용시험 결과를 픽토그램 등을 활용하여 이미지로 제작해도 되나요?

- ☞ 기능성 범위 내의 평가지표(바이오마커)를 나타낸 경우라면 가능합니다. 다만 과도한 이미지(허리가 너무 잘못된 도안 등)를 활용한 픽토그램 등은 사용이 불가합니다.

Q5. 인체적용시험 결과를 요약해서 표시·광고에 활용해도 되나요?

- ☞ 인체적용시험 결과를 요약해서 표시·광고에 활용할 수 있으나, 인체적용시험 결과 일부를 삭제하거나 변경하여 기능 또는 효과에 대해 소비자가 오인하게 하는 표시·광고는 불가합니다.

Q6. 인체적용시험 결과를 활용하여 질병과 관련된 문구를 사용해도 되나요?

- ☞ 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식될 우려가 있는 표시·광고는 부당한 표시·광고에 해당하므로 불가합니다.

Q7. 인체적용시험 결과를 제품의 최소판매단위별 용기·포장에도 표시·광고 가능한가요?

- ☞ 건강기능식품의 표시기준과 표시·광고 심의 조건을 충족할 경우 용기·포장에도 인용 가능합니다.

Q8. TV(홈쇼핑) 등의 매체를 활용하여 인체적용시험 결과를 광고하는 경우, 판넬에 시험결과를 보여주고 음성으로 단순 결과치만 전달해도 되나요?

- ☞ 인체적용시험 내용의 광고 심의 조건을 충족하는 경우 인체적용시험 결과를 광고하는 것이 가능합니다.

Q9. 라디오 광고를 통해 인체적용시험 결과를 전달해도 되나요?

☞ 인체적용시험 내용의 광고 심의 조건을 충족할 경우 가능합니다.

Q10. 인체적용시험 결과 평가지표를 건강정보에 넣어서 광고해도 되나요?

☞ 건강정보는 제품정보와 관련이 없는 내용으로 제품정보와 명확히 구분되어야 하므로 인체적용시험 결과 평가지표를 건강정보로 넣는 것은 불가합니다.

Q11. 연구논문, 문헌 등의 시험결과도 표시·광고에 인용할 수 있나요?

☞ 학술문헌 등의 연구내용을 인용하는 경우 과학적 근거자료에 의한 객관적 사실을 표현하여야 하므로 국내외 권위 있는 학술지에 게재된 논문이어야 하며, 식약처장이 인정한 기능성 내용에 한하여 연구 내용을 표현할 수 있습니다.

- 국내 학술문헌은 한국연구재단에 등록된 등재학술지에 게재된 학술문헌
- 외국 학술문헌은 SCI(Sciences Citation Index) 및 SSCI(Social Science Citation Index)에 등록된 학술지와 이와 동등한 수준의 연구자료

Q12. 자체적으로 실시한 인체적용시험 결과를 표시·광고에 활용해도 되나요?

☞ 공신력이 없고 과학적 근거가 부족한 자체 인체적용시험 결과를 표시·광고하는 것은 불가합니다.

Q13. 인체적용시험 결과에 대한 구체적인 내용없이 ‘인체적용시험 완료’ 등의 문구만을 표시·광고하는 것이 가능한가요?

☞ 불가합니다. 인체적용시험 결과를 표시·광고에 인용하고자 하는 경우에는 자료 원문에 사용된 그래프 등을 그대로 인용하여야 하며, 출처, 시험조건, 시험 대상자 수 등을 명시하고, ‘인체적용시험 결과가 모든 사람에게 동일하게 적용되는 것은 아님’ 을 함께 광고해야 합니다.

Q14. 개별인정형 받은 원료에 대한 인체적용시험 결과를 고시형 원료에 사용해도 되나요?

☞ 해당 기능성 원료가 아닌 타 원료의 시험 내용을 인용하는 것은 불가합니다.

Q15. 기능성 원료의 인체적용시험을 실시하여 인정된 기능성 외에 추가로 얻은 연구결과를 제품에 표시·광고해도 되나요?

☞ 불가합니다. 다만 고시형 또는 개별인정 원료의 인정된 기능성 내용이 아닌 추가적인 기능성 내용에 대해 절차에 따라 기능성 추가 등의 인정을 득한 후 표시·광고 심의를 받은 경우 사용할 수 있습니다.

Q16. 인정받은 기능성 원료와 유사한 원료의 인체적용시험 결과를 표시·광고해도 되나요?

☞ 인정받지 않은 원료에 대한 인체적용시험 결과를 표시·광고하는 것은 불가합니다.

Q17. 건강기능식품 완제품으로 대조군 없이 섭취군만 있는 인체적용 시험을 실시하여 섭취전-후의 비교 연구결과를 표시·광고에 활용해도 되나요?

☞ 인체적용시험 결과는 군간(대조군-섭취군) 유의성을 통해 효과를 입증하는 것으로 섭취군만의 섭취 전후 비교연구 결과는 신뢰성이 떨어져 표시·광고에 사용할 수 없습니다.

Q18. TV 홈쇼핑에서 방송 중에 기능성 원료의 인체적용시험 그래프를 광고해도 되나요?

☞ 인체적용시험 결과를 광고함에 있어 광고 심의 조건을 충족한 경우라면 광고가 가능합니다.

Q19. 쿠퍼만인덱스(KI)의 세부항목(인면홍조, 손발저림, 신경과민, 우울증 등) 인체적용시험 결과 그래프를 각각 표시·광고에 인용할 수 있나요?

☞ 여성 갱년기 지수(KI)에 대해 인체적용시험 결과를 그대로 표시·광고하는 것은 가능하나 세부 항목의 시험결과(그래프 등) 일부 만을 편집하여 표시·광고에 인용하는 것은 불가합니다.

Q20. 기능성 원료 이외 기타원료가 혼합된 경우 인체적용시험 결과를 표시·광고에 인용할 수 있나요?

☞ 기능성 원료 이외 기타원료가 혼합된 경우 해당 기능성 원료에 대한 인체적용시험 결과를 확인하기 어려워 표시·광고에 인용하는 것은 불가합니다.

1. 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① 누구든지 식품등의 명칭·제조 방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항에 관하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 2. 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 3. 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
 4. 거짓·과장된 표시 또는 광고
 5. 소비자를 기만하는 표시 또는 광고
 6. 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고
 7. 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 식품등을 다른 영업자나 다른 영업자의 식품등과 부당하게 비교하는 표시 또는 광고
 8. 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 표시 또는 광고
 9. 총리령으로 정하는 식품등이 아닌 물품의 상호, 상표 또는 용기·포장 등과 동일하거나 유사한 것을 사용하여 해당 물품으로 오인·혼동할 수 있는 표시 또는 광고
 9. 제10조제1항에 따라 심의를 받지 아니하거나 같은 조 제4항을 위반하여 심의 결과에 따르지 아니한 표시 또는 광고
- ② 제1항 각 호의 표시 또는 광고의 구체적인 내용과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

2. 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」

제2조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지 대상) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제8조제1항 각 호 외의 부분에서 “식품 등의 명칭·제조방법·성분 등 대통령령으로 정하는 사항”이란 다음 각 호의 사항을 말한다.

1. 식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물(이하 “식품등”이라 한다)의 명칭, 영업소 명칭, 종류, 원재료, 성분(영양성분을 포함한다), 내용량, 제조방법(축산물을 생산하기 위한 해당 가축의 사육방식을 포함한다), 등급, 품질 및 사용정보에 관한 사항
2. 식품등의 제조연월일, 생산연월일, 소비기한, 품질유지기한 및 산란일에 관한 사항
3. 「식품위생법」 제12조의2에 따른 유전자변형식품등의 표시 또는 「건강기능식품에 관한 법률」 제17조의2에 따른 유전자변형건강기능식품의 표시에 관한 사항
4. 다음 각 목의 이력추적관리에 관한 사항
 - 가. 「식품위생법」 제2조제13호에 따른 식품이력추적관리
 - 나. 「건강기능식품에 관한 법률」 제3조제6호에 따른 건강기능식품이력추적관리
 - 다. 「축산물 위생관리법」 제2조제13호에 따른 축산물가공품이력추적관리
5. 축산물의 인증과 관련된 다음 각 목의 사항
 - 가. 「축산물 위생관리법」 제9조제2항 본문에 따른 자체안전관리인증기준에 관한 사항
 - 나. 「축산물 위생관리법」 제9조제3항에 따른 안전관리인증작업장·안전관리인증업소 또는 안전관리인증농장의 인증에 관한 사항
 - 다. 「축산물 위생관리법」 제9조제4항 전단에 따른 안전관리통합인증업체의 인증에 관한 사항

제3조(부당한 표시 또는 광고의 내용) ① 법 제8조제1항에 따른 부당한 표시 또는 광고의 구체적인 내용은 별표 1과 같다.

② 제1항에서 규정한 사항 외에 부당한 표시 또는 광고의 내용에 관한 세부적인 사항은 식품의약품안전처장이 정하여 고시한다.

■ 식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령 [별표 1]

부당한 표시 또는 광고의 내용(제3조제1항 관련)

1. 질병의 예방·치료에 효능이 있는 것으로 인식할 우려가 있는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 질병 또는 질병군(疾病群)의 발생을 예방한다는 내용의 표시·광고. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 경우는 제외한다.

- 1) 특수의료용도 등 식품[정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 손상된 환자 또는 질병이나 임상적 상태로 인하여 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 필요로 하는 환자의 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 이들에게 입이나 관(管)을 통하여 식사를 공급할 수 있도록 제조·가공된 식품을 말한다]에 섭취 대상자의 질병명 및 "영양조절"을 위한 식품임을 표시·광고하는 경우
- 2) 건강기능식품에 기능성을 인정받은 사항을 표시·광고하는 경우

나. 질병 또는 질병군에 치료 효과가 있다는 내용의 표시·광고

다. 질병의 특징적인 징후 또는 증상에 예방·치료 효과가 있다는 내용의 표시·광고

라. 질병 및 그 징후 또는 증상과 관련된 제품명, 학술자료, 사진 등(이하 이 목에서 "질병정보"라 한다)을 활용하여 질병과의 연관성을 암시하는 표시·광고. 다만, 건강기능식품의 경우 다음의 어느 하나에 해당하는 표시·광고는 제외한다.

- 1) 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조에 따라 식품의약품안전처장이 고시하거나 안전성 및 기능성을 인정한 건강기능식품의 원료 또는 성분으로서 질병의 발생 위험을 감소시키는 데 도움이 된다는 내용의 표시·광고
- 2) 질병정보를 제품의 기능성 표시·광고와 명확하게 구분하고, "해당 질병정보는 제품과 직접적인 관련이 없습니다"라는 표현을 병기한 표시·광고

2. 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 다음 각 목의 표시 또는 광고

- 가. 의약품에만 사용되는 명칭(한약의 처방명을 포함한다)을 사용하는 표시·광고
- 나. 의약품에 포함된다는 내용의 표시·광고
- 다. 의약품을 대체할 수 있다는 내용의 표시·광고
- 라. 의약품의 효능 또는 질병 치료의 효과를 증대시킨다는 내용의 표시·광고

3. 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는

광고: 「건강기능식품에 관한 법률」 제3조제2호에 따른 기능성이 있는 것으로 표현하는 표시·광고. 다만, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 표시·광고는 제외한다.

- 가. 「건강기능식품에 관한 법률」 제14조에 따른 건강기능식품의 기준 및 규격에서 정한 영양성분의 기능 및 함량을 나타내는 표시·광고
- 나. 제품에 함유된 영양성분이나 원재료가 신체조직과 기능의 증진에 도움을 줄 수 있다는 내용으로서 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 내용의 표시·광고
- 다. 특수용도식품(영아·유아, 병약자, 비만자 또는 임산부·수유부 등 특별한 영양관리가 필요한 대상을 위하여 식품과 영양성분을 배합하는 등의 방법으로 제조·가공한 것을 말한다)으로 임산부·수유부·노약자, 질병 후 회복 중인 사람 또는 환자의 영양보급 등에 도움을 준다는 내용의 표시·광고
- 라. 해당 제품이 발육기, 성장기, 임신수유기, 갱년기 등에 있는 사람의 영양보급을 목적으로 개발된 제품이라는 내용의 표시·광고

4. 거짓·과장된 다음 각 목의 표시 또는 광고

- 가. 다음의 어느 하나에 따라 허가받거나 등록·신고한 사항과 다르게 표현하는 표시·광고
 - 1) 「식품위생법」 제37조
 - 2) 「건강기능식품에 관한 법률」 제5조부터 제7조까지

3) 「축산물 위생관리법」 제22조 및 제24조

4) 「수입식품안전관리 특별법」 제5조, 제15조 및 제20조

나. 건강기능식품의 경우 식품의약품안전처장이 인정하지 않은 기능성을 나타내는 내용의 표시·광고

다. 제2조 각 호의 사항을 표시·광고할 때 사실과 다른 내용으로 표현하는 표시·광고

라. 제2조 각 호의 사항을 표시·광고할 때 신체의 일부 또는 신체조직의 기능·작용·효과·효능에 관하여 표현하는 표시·광고

마. 정부 또는 관련 공인기관의 수상(受賞)·인증·보증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용으로 표현하는 표시·광고

5. 소비자를 기만하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 식품학·영양학·축산가공학·수의공중보건학 등의 분야에서 공인되지 않은 제조방법에 관한 연구나 발견한 사실을 인용하거나 명시하는 표시·광고. 다만, 식품학 등 해당 분야의 문헌을 인용하여 내용을 정확히 표시하고, 연구자의 성명, 문헌명, 발표 연월일을 명시하는 표시·광고는 제외한다.

나. 가축이 먹는 사료나 물에 첨가한 성분의 효능·효과 또는 식품등을 가공할 때 사용한 원재료나 성분의 효능·효과를 해당 식품등의 효능·효과로 오인 또는 혼동하게 할 우려가 있는 표시·광고

다. 각종 감사장 또는 체험기 등을 이용하거나 "한방(韓方)", "특수제법", "주문쇄도", "단체추천" 또는 이와 유사한 표현으로 소비자를 현혹하는 표시·광고

라. 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 사람이 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용의 표시·광고. 다만, 의사 등이 해당 제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실만을 나타내는 표시·광고는 제외한다.

마. 외국어의 남용 등으로 인하여 외국 제품 또는 외국과 기술 제휴한 것으로 혼동하게 할 우려가 있는 내용의 표시·광고

- 바. 조제유류(調製乳類)의 용기 또는 포장에 유아·여성의 사진 또는 그림 등을 사용한 표시·광고
 - 사. 조제유류가 모유와 같거나 모유보다 좋은 것으로 소비자를 오인 또는 혼동하게 할 수 있는 표시·광고
 - 아. 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조제2항 본문에 따라 식품의약품안전처장이 인정한 사항의 일부 내용을 삭제하거나 변경하여 표현함으로써 해당 건강기능식품의 기능 또는 효과에 대하여 소비자를 오인하게 하거나 기만하는 표시·광고
 - 자. 「건강기능식품에 관한 법률」 제15조제2항 단서에 따라 기능성이 인정되지 않는 사항에 대하여 기능성이 인정되는 것처럼 표현하는 표시·광고
 - 차. 이온수, 생명수, 약수 등 과학적 근거가 없는 추상적인 용어로 표현하는 표시·광고
 - 카. 해당 제품에 사용이 금지된 식품첨가물이 함유되지 않았다는 내용을 강조함으로써 소비자로 하여금 해당 제품만 금지된 식품첨가물이 함유되지 않은 것으로 오인하게 할 수 있는 표시·광고
6. 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고: 비교하는 표현을 사용하여 다른 업체의 제품을 간접적으로 비방하거나 다른 업체의 제품보다 우수한 것으로 인식될 수 있는 표시·광고
7. 객관적인 근거 없이 자기 또는 자기의 식품등을 다른 영업자나 다른 영업자의 식품등과 부당하게 비교하는 다음 각 목의 표시 또는 광고
- 가. 비교표시·광고의 경우 그 비교대상 및 비교기준이 명확하지 않거나 비교내용 및 비교방법이 적정하지 않은 내용의 표시·광고
 - 나. 제품의 제조방법·품질·영양가·원재료·성분 또는 효과와 직접적인 관련이 적은 내용이나 사용하지 않은 성분을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식하게 하는 내용의 표시·광고
8. 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 다음 각 목의 표시 또는 광고

가. 판매 사례품이나 경품의 제공 등 사행심을 조장하는 내용의 표시·광고
(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」에 따라 허용되는 경우는 제외
한다)

나. 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있는 저속한 도안, 사진 또는 음향
등을 사용하는 표시·광고

비고

제1호 및 제3호에도 불구하고 다음 각 호에 해당하는 표시·광고는 부당한
표시 또는 광고행위로 보지 않는다.

1. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호의 식품접객업 영업소에서 조리·판매·
제조·제공하는 식품에 대한 표시·광고
2. 「식품위생법 시행령」 제25조제2항제6호 각 목 외의 부분 본문에 따라
영업신고 대상에서 제외되거나 같은 영 제26조의2제2항제6호 각 목 외의
부분 본문에 따라 영업등록 대상에서 제외되는 경우로서 가공과정 중 위생상
위해가 발생할 우려가 없고 식품의 상태를 관능검사(官能檢査)로 확인할
수 있도록 가공하는 식품에 대한 표시·광고

3. 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행규칙」

제10조(표시 또는 광고 심의 대상 식품등) 식품등에 관하여 표시 또는 광고하려는 자가 법 제10조제1항 본문에 따른 자율심의기구(이하 “자율심의기구”라 한다)에 미리 심의를 받아야 하는 대상은 다음 각 호와 같다.

1. 특수영양식품(영아·유아, 비만자 또는 임산부·수유부 등 특별한 영양관리가 필요한 대상을 위하여 식품과 영양성분을 배합하는 등의 방법으로 제조·가공한 식품을 말한다)
2. 특수의료용도식품(정상적으로 섭취, 소화, 흡수 또는 대사할 수 있는 능력이 제한되거나 질병 또는 수술 등의 임상적 상태로 인하여 일반인과 생리적으로 특별히 다른 영양요구량을 가지고 있어, 충분한 영양공급이 필요하거나 일부 영양성분의 제한 또는 보충이 필요한 사람에게 식사의 일부 또는 전부를 대신할 목적으로 직접 또는 튜브를 통해 입으로 공급할 수 있도록 제조·가공한 식품을 말한다)
3. 건강기능식품
4. 기능성표시식품[「식품 등의 표시·광고에 관한 법률 시행령」(이하 “영”이라 한다) 별표 1 제3호나목에 따라 제품에 함유된 영양성분이나 원재료가 신체조직과 기능의 증진에 도움을 줄 수 있다는 내용으로서 식품의약품안전처장이 정하여 고시하는 내용을 표시·광고하는 식품을 말한다. 이하 같다]

식품 등의 부당한 표시 또는 광고의 내용 기준

제1조(목적) 이 고시는 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 제8조제1항·제2항, 같은 법 시행령 제3조제2항에 따른 부당한 표시 또는 광고의 구체적인 내용을 예시함으로써 부당한 표시·광고에 대한 법집행의 객관성과 투명성을 확보하고 식품등에 올바른 표시·광고를 하도록 하여 소비자 보호에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(부당한 표시 또는 광고의 내용) 식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물(이하 "식품등"이라 한다)의 부당한 표시 또는 광고 내용은 다음 각 호와 같다.

1. 식품등을 의약품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고

가. 한약의 처방명 또는 별표 1의 이와 유사한 명칭을 사용한 표시·광고

2. 건강기능식품이 아닌 것을 건강기능식품으로 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고

가. "건강기능식품" 문구나 도안을 사용한 표시·광고

3. 소비자를 기만하는 표시 또는 광고

가. 식품의약품안전처장이 고시한 「식품의 기준 및 규격」, 「식품첨가물의 기준 및 규격」, 「기구 및 용기·포장의 기준 및 규격」, 「건강기능식품의 기준 및 규격」에서 해당 식품등에 사용하지 못하도록 정한 원재료, 식품첨가물(보존료 제외) 등이 없거나 사용하지 않았다는 표시·광고
(예시) 색소 사용이 금지된 다류, 커피, 김치류, 고춧가루, 고추장, 식초에 "색소 무첨가" 표시·광고

(예시) 고춧가루에 "고추씨 무첨가" 표시·광고

(예시) 식품용 기구에 "DEHP Free" 표시·광고

나. 식품의약품안전처장이 고시한 「식품첨가물의 기준 및 규격」에서 해당 식품등에 사용하지 못하도록 정한 보존료가 없거나 사용하지

않았다는 표시·광고. 이 경우 보존료는 「식품의 기준 및 규격」 제 1.2.9)에 따른 데히드로초산나트륨, 소브산 및 그 염류(칼륨, 칼슘), 안식향산 및 그 염류(나트륨, 칼륨, 칼슘), 파라옥시안식향산류(메틸, 에틸), 프로피온산 및 그 염류(나트륨, 칼슘)을 말한다.

(예시) 면류, 김치, 만두피, 양념육류 및 포장육에 "보존료 무첨가", "무보존료" 등의 표시

다. "환경호르몬", "프탈레이트" 와 같이 범위를 구체적으로 정할 수 없는 인체유해물질이 없다는 표시·광고. 다만, 소비자 정보 제공을 위하여 식품용 기구(영·유아용 기구 제외)에 대한 "BPA Free", "DBP Free", "BBP Free" 표시·광고로 해당 인체유해물질이 최종제품에서 검출되지 않은 경우의 표시·광고는 제외한다.

라. 제품에 포함된 성분 또는 제조공정 중에 생성되는 성분이 해당 제품에 없거나 사용하지 않았다는 표시·광고

(예시) 셀러리 분말과 발효균을 사용한 제품에 "아질산나트륨(NaNO_2) 무첨가" 표시·광고(셀러리 분말과 발효균 사용 시 제품에서 NO_2 이온 생성)

(예시) 아미노산을 함유하고 있는 식물성 단백질가수분해물을 사용한 제품에 아미노산의 한 종류인 "L-글루탐산나트륨(아미노산) 무첨가" 표시·광고

마. 영양성분의 함량을 낮추거나 제거하는 제조·가공의 과정을 거치지 않은 원래의 식품등에 해당 영양성분이 전혀 들어 있지 않은 경우 그 영양성분에 대한 강조 표시·광고

(예시) 두부 제품에 '무콜레스테롤' 표시·광고

바. 당류(단당류와 이당류의 합)를 사용하거나, 「식품등의 표시기준」 별지1 제1호아목3)가) 영양강조 표시기준에 따른 '무당류' 기준에 적절하지 않은 식품등에 '무설탕' 표시·광고 및 같은 호아목3) 다)에 따른 "설탕 무첨가" 기준에 적절하지 않은 식품등에 "설탕 무첨가" 또는 "무가당" 표시·광고

- 사. 식품의약품안전처장이 고시한 「식품첨가물의 기준 및 규격」에서 규정하고 있지 않는 명칭을 사용한 표시·광고
(예시) "무MSG", "MSG 무첨가", "무방부제", "방부제 무첨가" 표시·광고
- 아. 식품의약품안전처장이 고시한 「식품의 기준 및 규격」, 「식품첨가물의 기준 및 규격」, 「기구 및 용기·포장의 기준 및 규격」, 「건강기능 식품의 기준 및 규격」에 따른 유해물질(농약, 중금속, 곰팡이독소, 동물용의약품, 의약품 성분과 그 유사물질 등) 기준 및 규격에 적합하다는 사실을 강조하여 다른 제품을 상대적으로 규정에 적합하지 않다고 인식하게 하는 표시·광고
(예시) 농약 기준에 적합한 녹차, 중금속 기준에 적합한 김치
- 자. 합성향료만을 사용하여 원재료의 향 또는 맛을 내는 경우 그 향 또는 맛을 뜻하는 그림, 사진 등의 표시·광고
- 차. 다음의 어느 하나에 해당하는 식품등이 "천연", "자연"(natural, nature와 이에 준하는 다른 외국어를 포함)이라는 표시·광고. 다만, 「식품의 기준 및 규격」에 따른 식육가공품 중 천연케이싱에 대한 "천연" 표현과 자연상태의 농산물·임산물·수산물·축산물에 대한 "자연" 표현, 영업소의 명칭 또는 「상표법」에 따라 등록된 상표명(제품명으로 사용하는 경우 제외)에 포함된 "자연", "천연" 표현은 제외한다.
- 1) 합성향료·착색료·보존료 또는 어떠한 인공이나 수확 후 첨가되는 화학적합성품이 포함된 식품등
 - 2) 비식용부분의 제거 또는 최소한의 물리적 공정(별표 2의 물리적 공정을 말한다) 이외의 공정을 거친 식품등
 - 3) 자연상태의 농산물·임산물·수산물·축산물, 먹는물, 유전자변형식품등, 나노식품등
- 카. 최종 제품에 표시한 1개의 원재료를 제외하고 어떤 물질이 남아 있는 경우의 "100%" 표시·광고. 다만, 농축액을 희석하여 원상태로 환원한 제품의 경우 환원된 단일 원재료의 농도가 100%이상이면 제품 내에 식품첨가물(표시대상 원재료가 아닌 원재료가 포함된 혼합제제류 식품첨가물은 제외)이 포함되어 있다 하더라도 100%의 표시를 할 수 있다.

이 경우 100% 표시 바로 옆 또는 아래에 괄호로 100% 표시와 동일한 글씨크기로 식품첨가물의 명칭 또는 용도를 표시하여야 한다.

(예시) 100% 오렌지주스(구연산 포함), 100% 오렌지주스(산도조절제 포함)

타. 「식품위생법 시행령」 제21조제1호 및 제5호나목3)에 따른 식품제조·가공업, 유통전문판매업, 「축산물 위생관리법 시행령」 제21조제3호·4호 및 제7호마목에 따른 축산물가공업, 식육포장처리업, 축산물유통전문판매업, 「건강기능식품에 관한 법률 시행령」 제2조제1호 및 제3호나목에 따른 건강기능식품제조업, 건강기능식품유통전문판매업 및 「수입식품안전관리 특별법」 제18조에 따른 주문자상표부착방식 위탁생산 식품등의 위탁자 이외의 상표나 로고 등을 사용한 표시·광고. 다만, 다음에 해당하는 경우는 제외한다.

- 1) 최종 소비자에게 판매되지 아니하는 식품등 및 자연상태의 농산물·임산물·수산물·축산물의 경우
 - 2) 「상표법」에 따른 상표권을 소유한 자가 상표 사용권뿐만 아니라 해당 제품에 안전·품질에 관한 정보·기술을 제조사에게 제공한 경우
- 파. 정의와 종류(범위)가 명확하지 않고, 객관적·과학적 근거가 충분하지 않은 용어를 사용하여 다른 제품 보다 우수한 제품으로 소비자를 오인·혼동시키는 표시·광고

(예시) 슈퍼푸드(Super food), 당지수(Glycemic index, GI), 당부하 지수(Glycemic Load, GL) 등

하. 「유전자변형식품등의 표시기준」 제3조제1항에 해당하는 표시대상 유전자변형농임수축산물이 아닌 농산물·임산물·수산물·축산물 또는 이를 사용하여 제조·가공한 식품등에 "비유전자변형식품, 무 유전자변형식품, Non-GMO, GMO-free" 또는 이와 유사한 용어 및 표현을 사용한 표시·광고

거. 먹는물과 유사한 성상(무색 등)의 음료에 "oo수", "oo물", "oo워터" 등 먹는물로 오인·혼동하는 제품명을 사용한 표시·광고. 다만, 탄산수 및 식품유형을 주표시면에 14포인트 이상의 글씨로 표시하는 경우는 제외한다.

너. 「식품위생법」, 「축산물 위생관리법」, 「건강기능식품에 관한 법률」 등 법률에서 정한 유형의 식품등과 오인·혼동할 수 있는 표시·광고. 다만, 즉석섭취식품, 즉석조리식품, 소스는 식품유형과 용도를 명확하게 표시한 경우 제외한다.

4. 다른 업체나 다른 업체의 제품을 비방하는 표시 또는 광고

가. 다른 업소의 제품을 비방하거나 비방하는 것으로 의심되는 표시·광고
(예시) "다른 ○○와 달리 이 ○○는 △△△△△을 첨가하지 않습니다", "다른○○와 달리 이 ○○은 △△△만을 사용합니다"

나. 자기자신이나 자기가 공급하는 식품등이 객관적 근거없이 경쟁사업자의 것보다 우량 또는 유리하다는 용어를 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고.

(예시) "최초"를 입증할 수 없음에도 불구하고 "국내 최초로 개발한 ○○제품", "국내 최초로 수출한 ××회사" 등의 방법으로 표시·광고하는 경우

(예시) 조사대상, 조사기관, 기간 등을 명백히 명시하지 않고 "고객만족도 1위", "국내판매 1위" 등을 표시·광고하는 경우

5. 사행심을 조장하거나 음란한 표현을 사용하여 공중도덕이나 사회윤리를 현저하게 침해하는 표시 또는 광고

가. 식품등의 용기·포장을 복권이나 화투로 표현한 표시·광고

나. 성기 또는 나체 표현 등 성적 호기심을 유발하는 그림, 도안, 사진, 문구 등을 사용한 표시·광고

(예시) "키스하고 싶어지는 캔디", "만지고 싶은 젤리 “

제3조(규제의 재검토) 식품의약품안전처장은 「행정규제기본법」 제8조 및 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 2020년 1월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.