

# 1. 건강기능식품

## □ 『건강기능식품 표시 및 광고심의기준』(식품의약품안전청)

식품의약품안전청고시 제2012- 55호(2012. 8.24, 개정)

### 제1조(목적)

이 규정은 「건강기능식품에 관한 법률」 제16조와 제16조의 2의 규정에 따라 건강기능식품의 기능성 표시·광고에 대한 심의를 함에 있어 그 기준과 방법 및 절차 등을 규정함을 목적으로 한다.

### 제2조(심의대상)

① 「건강기능식품에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제16조제1항의 규정에 따라 건강기능식품의 기능성 표시·광고 심의를 받아야 하는 대상은 다음 각 호와 같다.

1. 법 제3조제3호의 규정에 따른 건강기능식품의 기능성 표시
2. 법 제3조제4호의 규정에 따른 건강기능식품의 기능성 광고

② 제1항의 규정에도 불구하고 다음 각 호의 경우에는 기능성 표시·광고 심의를 받은 것으로 볼 수 있다.

1. 법 제14조 또는 법 제15조의 규정에 따라 건강기능식품의 기준·규격으로 고시되었거나 인정된 기능성 내용만을 그대로 표시·광고하는 경우(품목제조신고 또는 수입신고 시 그 표시 내용을 해당기관에 제출하여 신고수리 된 경우에 한함)
2. 동일한 건강기능식품 주원료(영양소 또는 기능성 원료)를 사용하여 제조한 제품을 제5조·제6조에 의한 심의나 제7조에 따른 심사를 받은 영업자가 심의나 심사 받은 내용과 동일하게 표시광고하는 경우

### 제3조(심의기준)

건강기능식품의 기능성 표시·광고의 심의기준은 다음 각 호와 같다.

1. 국민의 건강증진 및 소비자보호에 관한 국가의 건강기능식품정책에 부합하여야 한다.
2. 인체의 구조 및 기능에 대하여 생리학적 작용 등과 같은 보건용도에 유용한 효과에 대한 표현이어야 한다.
3. 객관적이고 과학적인 근거자료에 의해 표현되어야 한다.
4. 이해하기 쉽고 올바른 문장이나 용어를 사용하여 명확하게 표현하여야 한다.
5. 법 제14조 또는 법 제15조의 규정에 따라 안전성 및 기능성에 관한 건강기능식품의 기준·규격 또는 원료·성분으로 고시되었거나 인정된 내용에 부합하여야 한다.
6. 법 제17조의 규정에 따른 표시기준에 적합하여야 한다.
7. 법 제18조의 규정에 따른 허위·과대의 표시·광고 범위에 해당되어서는 아니 된다.

### 제4조(심의신청)

건강기능식품의 기능성 표시·광고에 대하여 심의를 받고자 하는 자(이하 “신청인”이라 한다)는 별지 제1호서식의 기능성 표시·광고심의신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 법

제16조제2항의 규정에 따라 식품의약품안전청장으로부터 건강기능식품의 기능성 표시·광고심의에 관한 업무를 위탁받은 단체(이하 “심의기관”이라 한다)에 제출하여야 한다.

1. 기능성 표시·광고내용
2. 품목제조신고증 또는 수입신고증 사본(품목제조신고 또는 수입신고를 필한 제품에 한함)
3. 제품설명서(제조 또는 수입하고자 하는 제품에 한함)
4. 기타 심의에 도움이 될 수 있는 참고자료(필요한 경우에 한함)

제5조(심의 및 결과통보 등)

- ① 제4조의 규정에 따라 건강기능식품의 기능성 표시·광고심의를 신청받은 심의기관은 신청받은 날부터 10일 이내(공휴일은 제외한다)에 제9조의 규정에 따른 건강기능식품의 기능성 표시·광고심의위원회(이하 “심의위원회”라 한다)의 심의를 거쳐 그 결과를 신청인에게 문서로 통지하여야 한다. 다만, 부득이한 사유로 그 기간 내에 처리할 수 없는 경우에는 신청인에게 심의 지연 사유와 처리 예정 기한을 문서로서 통보하여야 한다.
- ② 제1항의 규정에 따라 심의받은 내용 중 일부를 삭제하거나 심의받은 내용에 변화를 주지 아니하는 정도로 단순히 수정하는 경우 또는 심의받은 내용은 변경하지 아니하고 광고매체나 광고제작사 등을 변경하는 경우에는 따로 심의를 받지 아니할 수 있다. 이 경우 심의받은 내용을 수정한 신청인은 표시·광고전에 수정한 내용을 심의기관에 통보하여야 한다.
- ③ 제2항 후단의 규정에 따라 수정한 내용을 통보받은 심의기관은 수정한 내용이 처음 심의한 결과와 다른 내용의 표시·광고로 인정될 경우에는 제4조의 규정에 따라 다시 심의를 받도록 하여야 한다.
- ④ 심의기관은 제1항의 규정에 따른 심의결과 및 제6조의 규정에 따른 재심의 결과를 신청인의 영업소 관할 영업허가 또는 신고기관에 통보하여야 한다.

제6조(재심의)

- ① 신청인은 제5조의 규정에 따른 심의결과에 대하여 이의가 있는 경우에는 심의결과를 통지 받은 날부터 1개월 이내에 심의기관에 재심의를 요청할 수 있다.
- ② 제1항의 규정에 따라 재심의를 요청받은 심의기관은 제3조에 규정된 심의기준에 따라 심의위원회 심의를 거쳐 그 결과를 신청 받은 날부터 10일 이내에 재심의 신청인에게 문서로 통지하여야 한다.

제6조의2(재심의 권고)

- ① 제5조제4항의 규정에 따라 심의 또는 재심의 결과를 통보받은 영업허가 또는 신고기관은 제3조의 규정에 따른 심의기준에 맞지 아니하다고 판단되는 경우에는 그 내용을 식품의약품안전청장에게 보고하여야 한다.
- ② 식품의약품안전청장은 제1항의 규정에 따라 그 내용을 보고받은 경우에는 심의기관에 재심의를 권고할 수 있다. 이 경우 재심의를 권고받은 심의기관은 특별한 사유가 없는 한 이에 따라야 한다.

제7조(이의신청 등)

- ① 제5조 또는 제6조에 따른 심의 및 재심의 결과에 대하여 이의가 있는 자는 심의결과를 통지받은 날부터 1개월 이내에 별지 제3호서식의 이의신청서에 다음 각 호의 자료를 첨부하여 식품의약품안전청장에게 이의를 신청할 수 있다.
1. 기능성 표시·광고내용
  2. (재)심의결과 통보서 사본
  3. 기타 참고자료(필요한 경우에 한함)
- ② 식품의약품안전청장은 제1항의 규정에 따른 이의신청을 받은 경우에는 법 제27조와 같은 법 시행령 제9조의 규정에 따른 건강기능식품 표시·광고분과위원회(이하“분과위원회”라 한다)의 자문을 받아 이를 심사한다. 다만, 식품의약품안전청장은 이의신청이 그 요건을 갖추지 않았다고 인정하는 경우 이를 각하 할 수 있으며, 각하한 경우에는 그 결정과 각하 사유를 이의신청인에게 통지하여야 한다.
- ③ 이의신청에 대한 자문과 심사는 제3조에 규정된 심의기준을 준용한다.
- ④ 이의신청에 대한 심사 결과는 수용 또는 불수용으로 결정한다. 다만, 식품의약품안전청장은 수용 결정을 하는 경우 기능성 표시·광고 내용을 일부 수정·보완할 것을 조건으로 붙일 수 있다.
- ⑤ 제4항에 따라 수용 결정이 내려진 경우에는 법 제16조에 따른 기능성 표시·광고 심의를 필한 것으로 본다.
- ⑥ 식품의약품안전청장은 이의신청을 받은 날로부터 10일 이내에 이의신청을 심사하고 그 결과를 이의 신청인에게 통지하여야 한다. 다만, 부득이한 사정으로 그 기간 내에 결정을 할 수 없을 경우에는 이의 신청인에게 심사 지연 사유와 처리 예정 기한을 문서로서 통보하여야 한다.

#### 제8조(심의결과 표시)

- ① 제5조부터 제7조까지의 규정에 따라 심의를 받은 내용을 광고하고자 하는 경우에는 그 광고에 심의를 받았다는 사실을 표시할 수 있다.
- ② 제1항의 규정에 따라 심의를 받았다는 사실에 대한 표시와 그 방법 등에 관한 세부사항은 광고매체의 특성을 고려하여 심의위원회 위원장이 식품의약품안전청장의 승인을 받아 정한다.

#### 제9조(심의위원회)

제4조의 규정에 따른 심의기관은 기능성 표시·광고 심의를 효율적으로 수행하기 위하여 심의기관에 건강기능식품의 기능성 표시·광고심의위원회를 설치·운영하여야 한다.

#### 제10조(심의위원회 구성 등)

- ① 심의위원회는 위원장 및 부위원장을 포함한 25인 이내의 위원으로 구성하며, 업무의 효율적 수행을 위하여 분과위원회를 둘 수 있다.
- ② 위원장 및 부위원장은 심의위원중에서 호선한다.
- ③ 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자 중에서 식품의약품안전청장의 승인을 받아 심의기관의 장이 위촉한다. 이 경우 산업계에 소속된 자는 3분의 1 미만으로 위촉하여야 한다.

1. 건강기능식품 및 광고와 관련한 학식과 경험이 풍부한 자
2. 건강기능식품관련 단체의 장, 시민단체(비영리민간단체지원법 제 2조 규정에 따른 비영리민간단체를 말한다)의 장, 건강기능식품관련학회의 장 또는 대학의 장이 추천한 자
- ④ 위원의 임기는 1년으로 하되, 2회에 한하여 연임할 수 있다. 다만, 전문성을 인정할 경우 그렇지 아니할 수 있으며, 보궐위원의 임기는 전임자의 잔임기간으로 한다.
- ⑤ 위원장은 심의위원회를 대표하여 심의위원회의 업무를 총괄하고, 부위원장은 위원장을 보좌하며 위원장이 직무를 수행할 수 없을 경우에는 그 직무를 대행한다.
- ⑥ 심의기관에 심의위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사 1인을 둔다.

제11조(회의 및 의사)

- ① 위원장은 심의위원회의 회의를 소집하고 그 의장이 된다.
- ② 심의위원회의 회의는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에 소집한다.
  1. 식품의약품안전청장의 소집요구가 있는 때
  2. 재적위원 3분의 1 이상의 소집요구가 있는 때
  3. 기타 위원장이 필요하다고 인정하는 때
- ③ 회의는 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

제12조(회의록)

심의위원회는 회의시 마다 회의록을 작성·비치하여야 한다. 다만, 제5조 및 제6조의 규정에 따라 심의 또는 재심을 하는 경우에는 심의소견서로 대체할 수 있다.

제13조(수당과 여비)

심의위원회에 출석한 위원에게는 심의기관이 정하는 바에 따라 수당과 여비를 지급할 수 있다.

제14조(심의수수료)

심의수수료는 법 제42조제6호의 규정에 따른다.

제15조(심의보고)

심의기관의 장은 제5조 및 제6조의 규정에 따른 심의 및 재심의 결과를 별지 제2호서식에 따라 분기별로 분기종료 15일 이내에 식품의약품안전청장에게 보고하여야 한다.

제16조(세부규정)

위원장은 이 기준에서 규정한 것 외에 심의위원회의 운영에 관한 사항과 그밖에 심의에 관하여 필요한 세부사항을 식품의약품안전청장의 승인을 받아 따로 정할 수 있다.

제17조(재검토키한)

「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령훈령 제248호)에 따라 이 고시 발령 후의 법령이나 현실여건의 변화 등을 검토하여 이 고시의 폐지, 개정 등의 조치를 하여야 하는 기한은 2015년 8월 24일까지로 한다.

부 칙(제2012-55호, 2012. 8.24)

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

## □ 『건식표시광고심의 자체세부 운영규정』(한국건강기능식품협회)

개정 2009.04.21. 식품의약품안전청 승인

### 제1조(목적)

이 규정은 건강기능식품표시및광고심의기준 제16조의 규정에 의하여 동 심의기준에서 규정한 것 외에 심의위원회 운영에 관한 사항과 그 밖에 심의에 관하여 필요한 세부사항을 규정함을 목적으로 한다.

### 제2조(세부심의기준)

- ① 심의는 건강기능식품에 관한 법률 제16조제1항의 규정에 의한 건강기능식품표시 및 광고심의기준(이하 "심의기준"이라 한다)에 의한다. 이 경우 그 세부심의기준은 [별표 1]기능성표시·광고심의 기준별 세부지침 및 [별표 2]심의세칙에 의한다.
- ② 식품위생법, 약사법, 표시·광고 공정화에 관한 법률 등의 관련규정을 참조할 수 있다.

### 제3조(심의방법)

- ① 심의는 심의위원회 회의에서 직접심의 함을 원칙으로 한다. 다만, 부득이한 경우 위원장은 심의위원회의 동의를 받아 서면심의를 할 수 있다.
- ② 서면심의 안건은 단순한 시정사항인 경우에 한하여 할 수 있다.
- ③ 위원회는 필요하다고 인정되는 경우에 신청인 및 관계자에 대하여 필요한 서류의 제출 또는 의견진술을 요청할 수 있다.
- ④ 신청인은 위원회의 동의를 받아 심의회의에 출석하여 신청내용을 설명할 수 있다.

### 제4조(회의개최 등)

- ① 심의위원회 회의는 매주 화요일에 개최한다.
- ② 심의위원회의 심의회의 개최는 1주일 전에 회의소집을 통보한다.
- ③ 재적위원 과반수의 출석으로 개최한다. 업무의 효율적 수행을 위하여 분과위원회에서 심의하는 경우 분과위원회 재적위원 과반수의 출석으로 개최한다. 아울러, 분과위원회에서 심의하는 경우 성원이 부족한 때에는 타 분과위원회 소속위원이 참석할 수 있다.
- ④ 심의안건을 제출한 해당 업체 또는 그룹소속 위원이나 직접적인 이해관계에 있는 위원의 경우에는 해당 심의에 참여할 수 없다.

### 제5조(심의신청)

- ① 신청인은 심의기준 제4조의 규정에 의한 별지 제1호서식인 기능성표시·광고심의신청서에 아래와 같이 구비서류 및 관련 자료를 첨부하여 심의기관에 제출하여야 한다.

구분	구비서류	첨부물
방송매체	기능성광고의 직·간접적 표현에 대한 방송내용(기능성내용, 자막, 도표, 그림 등)	기능성표시·광고내용
인쇄매체, 인터넷 등	기능성표시·광고관련 자료	

- ② 제1항의 규정에 의한 심의신청은 직접 방문 또는 우편으로 접수 할 수 있다. 방송매체의 구비서류 중에서 화면설명에 대한 표현은 구체적으로 묘사되어야 한다.
- ③ 심의수수료는 건강기능식품에관한법률시행규칙 제315조(별표 11)수수료의 규정에 따라 10만원으로 한다. 단, 수정통보 및 변경통보는 별도의 수수료를 받지 않는다.

제6조(재심의 신청 등)


- ① 신청인은 위원회의 수적적합, 부적합 결정에 이의가 있을 경우 제7조에서 정하는 바에 따라 통지받은 날부터 1월 이내에 재심을 신청할 수 있다.
- ② 심의받은 기능성표시·광고중 일부 내용만 삭제하거나 기능성표시·광고내용에 변화를 주지 않는 범위 내에서 단순한 지구수정만을 하고자 할 경우에는 재심의 없이 기능성표시·광고를 할 수 있다. 변경사항을 통보하는 경우에는 기 심의결과통보서에 의해 작성된 기능성 표시 또는 광고내용과 변경하고자하는 기능성 표시 또는 광고내용을 함께 제출하여야 한다. 다만, 이 경우 신청인은 기능성표시·광고를 소비자에게 알리기 전에 심의기관에 통보하여야 하며 이를 통보하지 아니하는 경우에는 심의를 받지 아니한 것으로 본다.
- ③ 제2항 단서의 규정에 의하여 기능성표시·광고의 수정내용을 통보 받은 위원장은 수정내용에 대한 재심의 필요성이 있다고 인정되는 때에는 즉시 신청인에게 알려 재심을 받을 수 있도록 조치하여야 한다.
- ④ 제3항의 규정에도 불구하고 기능성표시·광고에 상당한 변화가 있는 경우에는 신규로 심의신청하도록 조치 할 수 있다.

제7조(재심의 처리)

- ① 재심외는 다음 각 호의 사항을 첨부한 심의기준 제4조 별지 제1호서식인 기능성표시·광고재심의신청서를 심의기관에 제출함으로써 행한다.
  1. 재심의 신청취지 및 이유
  2. 원심의 신청과 결정의 내용
  3. 신청내용을 입증할 수 있는 관련자료 및 증빙물
- ② 심의기관은 재심의 신청내용이 본래의 신청내용과 다를 경우 재심의 신청서류를 반려할 수 있다.
- ③ 위원회는 재심의신청이 이유 없다고 인정되는 때에는 이를 기각하고, 재심의신청이 이유 있다고 인정될 때에는 원심의 결정을 취소 또는 변경할 수 있다.

제8조(심의필 표시)

- ① 심의결과 적합한 경우에는 아래의 방법에 따라 표시·광고할 수 있다.

심의대상	심의표시	심의필도안
방송매체, 인쇄매체, 인터넷 등	- 방송중 자막 또는 멘트등의 방법으로 「이광고는 기능성표시·광고심의위원회의 심의를 받은 내용입니다」라고 할 수 있다. - 심의필 도안을 사용할 수 있다.	

- ② 심의결과에 따라 심의결과통보서에 적합, 수정적합, 부적합으로 구분하고 심의필 인장을 날인하여 교부하여야 한다. 다만, 수정적합을 받은 경우 수정한 기능성표시·광고내용을 소비자에게 알리기 전에 심의기관에 제출하여야 한다.

## 제9조(위법사항 보고)

심을 거치지 아니하거나 위원회 결정대로 수정하지 아니하고 표시·광고한 행위에 대하여는 이를 식품의약품안전청장에게 보고하여야 한다.

부 칙(2009. 4. 21.)

제1조(시행일) 이 규정은 식품의약품안전청장의 승인일로부터 시행한다.

## [별표 1]

## 기능성표시·광고심의기준별 세부지침

## 1. 목적

건강기능식품표시및광고심의기준 제3조 규정에 의한 기능성 표시·광고심을 효율적으로 할 수 있도록 심의기준별 세부지침을 정함.

## 2. 심의기준별 세부지침

(1) 국민의 건강증진 및 소비자보호에 관한 국가의 건강기능식품정책에 부합하여야 한다.

- 건강기능식품의 안전성 확보, 품질향상을 위한 정책에 부합하여야 함.
- 영업자간의 공정한 경쟁과 건전한 유통·판매를 도모하여 국민건강증진 및 소비자보호관련 제반정책에 부합하여야 함.
- 보건복지부의 국민식생활지침에 위배되지 아니하여야 함.

(2) 인체의 구조 및 기능에 대하여 생리학적 작용 등과 같은 보건용도에 유용한 효과에 대한 표현이어야 한다.

- 인체조직 기능의 일반적인 증진을 나타내는 표현이어야 함.
  - 예) 건강유지, 건강증진, 체질개선, 영양보급 등
- 인체의 성장·발육 및 정상기능에 대한 영양소의 생리학적 작용에 대한 표현이어야 함.
  - 예) 영양보충용제품(비타민, 칼슘, 철, 아미노산 등)의 기능성 표현
- 비타민D는 뼈의 형성과 장관에서 칼슘의 흡수를 도우며, 칼슘의 대사를 촉진시켜 칼슘이 체외로 배설되지 않도록 칼슘의 재흡수를 도와준다.
  - 예) 식품영양학적으로 공인된 사실의 표현이어야 함.
- 임신기, 수유기, 성장기 및 노화기의 영양보급 등
- 인체의 정상기능 또는 생물학적 활동에 특별한 효과가 있어 건강에 기여하고 기능향상 또는 건강유지와 증진에 도움이 된다는 표현이어야 함.
  - 예) 건강기능식품류(영양보충용제품 제외)에 대한 기능성 표현



- EPA 함유 제품은 콜레스테롤 개선에 도움이 되고 혈행을 원활히 하는 데 도움이 됩니다.
  - 일상의 식사를 통한 식품의 섭취는 질병의 발생 또는 건강상태의 위험요인을 감소시키는 데 도움이 된다는 표현이어야 함.
  - 식품의약품안전청장이 질병발생위험감소에 대하여 현재까지 인정한 사항은 없으나 앞으로 시안별로 인정할 예정임.
  - 예) 갈습이 적당히 함유된 식사는 갈습 부족으로 인한 골다공증 등의 발생 위험을 낮추는데 도움을 줄 수도 있습니다. 이 제품은 평상시 갈습을 부족하게 섭취하는 소비자를 위한 갈습보충용제품입니다.
- (3) 객관적이고 과학적인 근거자료에 의해 표현되어야 한다.
- 객관적으로 인정되는 과학적인 연구결과에 따라 관계 전문가집단에서 상당한 정도 합의가 된 사실의 표현이어야 함.
  - 학술문헌 등의 내용을 인용하는 표현은 과학적 합의가 되지 않은 사실과 부정확한 사실을 전달할 우려가 있으므로 타당성을 입증할 만한 객관적·과학적인 근거자료에 의해 표현되어야 함.
  - 예) (부적합한 표현) 영지는 신농본초경 및 본초강목에서 불노초, 선지로 불리우며 국제심포지움을 통해서 노화방지, 간세포 부활에 효과가 있고 각종 성인병에 혁신을 가져온 신물 질로 입증되었습니다.
  - 객관적·과학적으로 인정된 근거 없이 자사제품이 타사제품보다 우수하다는 배타적·절대적 표현 또는 동일한 조건이 아닌 왜곡될 가능성이 있는 특정한 조건하에서 얻어진 결과만으로 부적절한 비교 표현을 하여서는 아니 됨.
  - 다른 식품과 성분·함량 등을 비교할 경우에는 동법시행규칙 제23조제4항의 규정에 의한 검사기관의 해당 성분·함량 등에 관한 시험·검사자료에 근거하여 표현되어야 함.
- (4) 이해하기 쉽고 올바른 문장이나 용어를 사용하여 명확하게 표현하여야 한다.
- 표준어·식품과학용어·한글맞춤법의 사용을 원칙으로 하고 외국어는 적절한 학술용어 등이 없을 경우 외래어표기법에 따라서 표현하여야 함.
  - 바른 언어생활을 저해하는 비속어, 은어 및 저속한 조어를 사용하여 표현하여서는 아니 됨.
  - 같은 원료의 명칭이 식품·의약품의 명칭으로 구분되는 경우 식품의 명칭으로 표현하여야 함.
  - 예) 도라지·길경은 “도라지”, 마·산약은 “마”
  - 해당 제품이 갖는 고유의 특성과 기능성 등에 관한 정보를 명확하고 이해하기 쉽게 표현하여 합리적인 제품선택 및 올바른 이용에 도움이 되어야 함.
  - 예) ○○제품은 식용 가능한 어류(△△)에서 채취한 도코사헥사엔산(DHA)를 함유한 유지를 식용에 적합하도록 정제하여 이를 주원료로 제조·가공한 제품입니다. DHA가 두뇌·망막의 구성성분이므로 두뇌영양공급에 도움이 되는 건강기능식품입니다.
  - 보통 소비자에게 익숙하지 않은 법령·행정용어 등으로 구성된 허가·신고·지정·인정·선정·인증 등을 표현할 경우에는 영업신고·품목제조신고 등을 영업허가·품목제조 허가 등으로 또는 지방자치단체·협회 등에 의한 수상·선정·인증 등을 국가기관에 의한 수상·선정·인증 등으로 오인하지 않도록 사실에 근거하여 명확하게 표현하여야 함.
  - 예) 서울지방식품의약품안전청 건강기능식품수입업 영업신고 제○호  
서울특별시 은평구청 건강기능식품일반판매업 제○호

- (5) 법 제14조 또는 법 제15조의 규정에 의하여 안전성 및 기능성에 관한 건강기능식품의 기준·규격 또는 원료·성분으로 고시되었거나 인정된 내용에 부합하여야 한다.
- 건강기능식품의 원료·성분, 제조·사용 및 보존 등에 대하여 기준과 규격을 정해서 고시한 “건강기능식품의 기준및규격”에 부합하여야 함.
  - 고시되지 아니한 원료·성분의 안전성·기능성 또는 식품의 기준·규격 등에 대하여 자료검토 및 검사를 거쳐 건강기능식품의 원료·성분 또는 기준·규격으로 인정하는 “건강기능식품의 원료또는 성분인정에 관한 규정” 및 “건강기능식품 기준 및 규격 인정에 관한 규정”에 부합하여야 함.
- (6) 법 제17조의 규정에 의한 표시기준에 적합하여야 한다.
- 건강기능식품의 용기·포장 및 설명서에는 법 제17조 및 건강기능식품의 표시기준의 규정에 적합하게 표시하여야 한다.
  - 건강기능식품의 표시기준 제6조제7호나목의 규정 및 별표 2의 영양·기능정보표시요령 및 방법에 적합하게 기능성 표시
- (7) 법 제18조의 규정에 의한 허위·과대의 표시·광고 범위에 해당되어서는 아니 된다.
- 건강기능식품의 명칭, 원재료, 제조방법, 영양소, 성분, 사용방법, 품질 등에 관하여 표시·광고를 할 경우에는 법 제18조 및 동법시행규칙 제21조(별표 5) 허위·과대의 표시·광고의 범위에 해당되어서는 아니 됨.
- 예) 제1호가목: 암예방, 고혈압·당뇨 등 만성질환 예방  
 제1호나목: 당뇨병, 고혈압 등 질병치료에 대한 표현  
 제1호다목: 관절염통증 경감 등의 표현  
 제1호마목: 항생제, 항균제, 살균제 등의 표현

〈 광고표현 예시 〉

건강기능식품	광고표현
칼슘보충용제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 칼슘은 인체의 구성성분으로 2% 정도를 차지하고 있는 데, 체내 칼슘의 대부분(99%)은 골격과 치아에 존재하고, 극히 일부(1%)가 세포와 세포내외의 체액에 존재하면서 신체의 생리조절 기능을 수행하고 있습니다.</li> <li>- ○○제품은 성장발육이 왕성한 청소년, 칼슘필요량이 증가하는 임신·수유부, 뼈가 약해지기 쉬운 갱년기의 여성이나 식생활에서 칼슘의 섭취가 충분치 못한 현대인들의 칼슘부족 예방에 좋은 건강기능식품입니다.</li> </ul>
효모추출물제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 효모는 아미노산 조성이 좋은 양질의 단백질과 비타민, 무기질등 각종 영양소가 풍부하게 함유되어 있으며, 특히 비타민 B군과 셀렌, 아연 등의 미량원소를 함유하고 있어 ○○제품은 현대인의 영양불균형 개선과 건강증진 및 신진대사 기능에 유용한 건강기능식품입니다.</li> </ul>

[별표 2]

## 심의세칙

1. 식품의약품안전청장이 고시 또는 인정한 건강기능식품기준 및 규격 중 건강기능식품별 기능성 내용에 따라 기능성을 표현하여야 한다. 이 경우 각 품목류별로 주원료 또는 성분의 기능성을 인정하고 있으므로 주원료 또는 성분위주로 표현하여야 한다.
2. 기능성내용과 관련하여 주원료 또는 성분이 아닌 원료나 성분을 과장하여 표현할 경우 소비자가 주원료 또는 성분으로 오인할 우려가 있으므로 보조원료 또는 성분을 표시·광고할 경우에는 함량 표시 및 간단한 서술에 한 한다.
  - ① 표현 허용예 : ○○ 제품은 양질의 단백질과 불포화지방산으로 이루어져 있으며, 보조원료로 키토산과 토코페롤이 첨가되었습니다.
  - ② 표현 불허용예 : 양질의 단백질로 이루어진 ○○ 제품에는 보조원료로 면역력증가, 항균작용을 하는 키토산과 노화억제작용을 하는 토코페롤이 첨가되었으며, 조절기능을 가진 비타민, 저항력을 증진하는 아연과 각종 미네랄, 칼슘 등이 골고루 들어 있습니다.
3. 의약품적인 효능·효과에 해당되는 표현을 해서는 아니 된다.
 

예시)

  - ① 기원, 유래 등의 설명으로 암시  
“옛날부터 스칸디나비아 사람들은 상어로부터 추출한 간유를 허약체질, 상처치유 목적, 위장질환 등 여러 가지 질병에 복용시키는 민간요법으로 사용 등”
  - ② 신문, 잡지 등의 기사나 의사, 학자 등의 담화, 학설, 경험담 등을 인용 또는 기재함으로써 암시  
“의학박사 ○○○의 말씀 「○○ 제품을 복용하면 백혈병, 암 등에 걸리지 않으며, 예방효과가 뛰어난 것으로 밝혀졌다.」 등”
  - ③ 「호전반응」이란 표현으로 암시  
“과학적으로 증명된 바 없음에도 식품섭취시 발생하는 소화장애, 소화이상 등을 체질개선, 체내정화라는 명현반응 또는 호전반응으로 설명하여 섭취를 권장”
4. 건강기능식품은 기능성 원료 또는 성분을 일반식품보다 고농도로 함유하여 과잉으로 섭취할 경우 건강장해 등을 일으킬 우려가 있으므로 건강기능식품의 섭취량 및 섭취방법을 표현할 경우에는 정확하고 올바른 정보제공이 되도록 하여야 한다.  
이 경우 의약품의 용법·용량으로 오인하지 않도록 하여야 한다.  
예시) 설사가 나지 않는 범위내에서 최대량을 드시면 효능이 가장 좋습니다. (×)  
1일 3회 1포씩 복용하고, 특별한 과로시 1-2포를 별도로 섭취하면 피로감을 개선할 수 있습니다. (×)
5. 기능성 내용과 관련하여 식품의약품안전청장이 인정하지 않은 기능성 원료 또는 성분은 과학적 검증이 이루어지지 않은 것이므로 이를 표시·광고하여서는 아니 된다.

예시) 평일엽에는 게르마늄이 460ppm 함유되어 있는 세포에 산소를 원활히 공급해 줍니다.

6. 기능성 내용과 관련하여 제품의 특징을 사실과 다르게 또는 과장하거나 모호하게 표현하여 소비자를 오인케 하여서는 아니 되며, 제품의 특징에 대한 표현은 사실대로 하여야 한다.

예시) 키토산은 인체에 가장 흡수되기 쉬운 고분자 형태로 만들어 인체의 자연치유력을 회복시켜 주는 고기능성 건강식품입니다.

7. 기능성 내용과 관련하여 제품이 함유한 기능성 원료 또는 성분이 식품의약품안전청장이 인정하지 아니한 특정대상에게 효능·효과가 있음을 강조함으로써 소비자를 오인시킬 우려가 있는 권장표현을 해서는 아니 된다.

예시) 수험생들과 같이 학습능력증진 및 신경의 영양공급이 필수적인 분

8. 기능성 내용의 표시·광고와 관련하여 판매사례품, 경품류, 제공기간, 반품, 교환, 대금지불방법 등의 판매방법 및 거래내용을 사실과 다르게 하거나 모호하게 하여 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 있는 표현을 해서는 아니 된다.

예시) 부당하게 고객을 유인하기 위하여 실제와는 달리 한정된 기간이나 한정된 수량만을 판매하는 것으로 표시·광고하는 행위

9. 기능성 내용과 관련하여 저속한 문구나 사진 및 도안은 미풍양속을 해치거나 해칠 우려가 있으므로 광고윤리성을 저해하는 내용의 표현을 하여서는 아니 된다.

예시) 강력하고 정력적인 남자의 힘은 모든 남자들의 꿈, 그 꿈을 ○○ 제품으로 이루십시오.

10. 기능성 내용과 관련하여 국민건강의식을 해칠 우려가 있는 음주, 흡연 등을 조장하는 내용을 표현하여서는 아니 된다.

예시) 음주, 흡연 등으로 잃은 건강과 활력을 되찾는 데 도움을 줍니다.

## □ 『건강기능식품 기능성표시·광고 가이드라인』(식품의약품안전청)

2009. 3

### 1. 기본 원칙

가. 국민의 건강증진 및 소비자보호에 관한 국가정책에 기여하여야 한다.

- 건강기능식품에 관한 법률의 제정목적이 「건강기능식품 안전성 확보 및 품질향상과 건전한 유통·판매를 도모함으로써 국민건강증진과 소비자 보호에 이바지함」을 목적으로 하므로 국민 건강정책과 소비자보호에 대한 국가정책에 기여하여야 한다.
- 동 법률에서 「건강기능식품은 인체에 유익한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조·가공한 식품」으로 하고, 「기능성을 인체의 구조 및 기능에 대하여 영양소를 조절하거나 생리학적 작용 등과 같은 보건용도에 유용한 효과를 얻는 것」으로 정의하고 있으므로 국민이 유용한 보건용도가 있는 양질의 건강기능식품과 이에 관한 올바른 정보를 제공하여야 한다.

나. 과학적이고 객관적인 근거자료에 의해 표현하여야 한다.

- 건강기능식품의 안전성, 기능성 등에 관한 자료는 식약청장의 과학적 평가체계에 의해 인정된 사실에 근거하여 표현하여야 한다.
- 과학적 증명자료는 과학적인 절차와 방법에 따라 해당 과학분야의 전문가에 의한 증명 또는 합의된 객관적 사실에 근거하여야 한다.

다. 소비자의 합리적 선택을 위해 올바른 정보를 제공하여야 한다

- 소비자에게 과학적이고 객관적인 자료에 근거하여 올바른 정보를 제공함으로써 해당제품에 대한 합리적 선택 기회를 가능하게 하여야 한다.
- 소비자에게 의약품이나 질병의 치료에 효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 표현을 하여서는 아니된다.

라. 건강기능식품에 관한 법률, 표시·광고에 관한 법률 등 관련법령에 적합하여야 한다.

- 건강기능식품의 기능성표시·광고와 소비자에게 올바른 정보제공 등에 관한 인정기준은 「건강기능식품에 관한 법률」, 「표시·광고에 관한 법률」에 적합하여야 하고, 「식품위생법」, 「건강증진법」, 「소비자기본법」 등의 관련법령을 적용할 수 있다.
- 동 법률의 적용기준은 건강기능식품에 관한 법률 제18조(허위·과대의 표시·광고 금지), 동 법률 제16조(기능성표시·광고심의)의 규정에 의한 「기능성표시·광고심의기준별 세부지침」, 동 법률 제1조(건강기능식품의 표시기준)등에 의한 기준을 따라야 한다.

### 2. 세부 기준

가. 학술문헌의 연구내용을 인용하는 경우 과학적 근거자료에 의한 객관적 사실을 표현하여야 한다.

- 1) 건강기능식품의 안전성, 기능성 등에 관한 연구내용의 인용은 과학적 실증과 객관적 사실 증명이 필요하므로 국내의 권위있는 학술지에 게재된 논문이어야 한다.  
 예) 국내 학술문헌은 학술진흥재단에 등록된 등재학술지에 게재된 학술문헌, 외국 학술문헌은 SCI(Science Citation Index) 및 SSCI(Social Sciences Citation Index)에 등록된 학술지와 이와 동등한 수준의 연구자료 이어야 한다.  
**【참고】** SCI 및 SSCI 등재 학술문헌 확인 방법 : 홈페이지 참고(<http://www.thomsonreuters.com>)
  - 2) 건강기능식품의 기능성에 대한 학술문헌의 인용은 식약청장이 인정한 해당제품 또는 주원료(성분)의 기능성 내용에 한하여 연구내용을 표현 할 수 있다.  
 예) 학술문헌이 1)내용과 같이 국내의 학술지에 게재된 논문이더라도 건강기능식품의 기능성에 관한 연구내용은 식약청장이 인정한 기능성 내용 범위내에 있는 경우에 한하여 학술문헌의 연구내용을 인용하여 표현할 수 있다. 아울러 연구내용이 질병의 치료나 의약품으로 오인할 우려가 있는 경우에는 관련 내용을 인용할 수 없다.
  - 3) 인체적용시험, 동물실험, 시험관실험 등의 연구내용은 과학적 근거자료에 의한 사실 그대로를 인용하여 표현하여야 한다.  
 예1) 건강기능식품의 기능성은 인체의 보건용도에 유용한 효과를 과학적 증명을 통해 인정한 내용으로 인체적용시험, 동물실험, 시험관실험 등의 연구내용을 허위·과대함 없이 사실 그대로 인용하여 소비자에게 올바른 정보를 제공하여야 한다.  
 예2) 동물실험의 연구자료는 인체내의 기능성을 입증하는데 중요한 자료가 될 수 있지만, 사람과 동물의 생리는 다르므로 절대적인 입증자료가 될 수 없다. 따라서 동물실험 등의 연구내용을 인체적용시험으로 직접적이거나 간접적으로 또는 확정적이거나 단정적으로 표현하는 것은 소비자로 하여금 과장 또는 오인할 우려가 있으므로 사실 그대로 표현하여야 한다.
  - 4) 학술문헌의 연구자료(그래프, 도표, 그림 등)는 원문자료 그대로 또는 원문 고유의 의미가 변화되지 않는 범위내에서 객관적 사실에 근거하여 표현하여야 한다.  
 예) 연구자료는 원문에 근거하여 명확한 사실만을 표현하여야 하며, 연구자료를 편집(수정, 삭제, 보완 등)하거나 일부 유리한 부분만을 발췌 인용하여서는 아니된다. 다만, 원문 고유의 의 의미가 변화되지 않는 범위내에서 소비자의 이해를 돕기 위해 허위·과대 또는 오도할 우려가 없는 객관적 사실에 한하여 편집하여 표현 할 수도 있다.
- 나. 특허 등록된 제품 또는 원료(성분)의 제조방법, 조성물, 용도 등에 관한 특허의 명칭 및 내용은 객관적 사실에 근거하여 표현할 수 있다. 다만, 의약품으로 오인할 우려가 있거나 식약청장이 인정하지 아니한 기능성 내용의 경우에는 관련내용을 표현 할 수 없다.
- 1) 특허의 제조방법, 조성물 등에 관한 특허 취득 관련내용을 객관적으로 표현 할 수 있다. 다만, 해당제품의 안전성, 기능성 등 보건용도에 대한 표현은 과학적 실증이 필요하므로 법률에 근거하여 식약청장이 인정한 범위 내에서 가능하다.  
 예1) 특허법은 안전성, 기능성 등을 확보하기 위한 법률이 아니고 발명을 장려·육성·보호하기 위한 법률이다. 따라서 해당제품의 안전성, 기능성 등의 과학적 실증을 확보하는 것은 건강기능식품에 관한 법률에 근거하여야 한다.  
 예2) 특허를 출원한 사실만으로 특허출원의 명칭 등을 게재하는 것은 소비자가 오인·혼동할 우려가 있으므로 관련내용을 표현하여서는 아니된다.
  - 2) 특허청에서 발급한 특허 내용은 단지 “조성물 등”에 대한 특허임에도 불구하고, 마치 해당식품의 “조성물 등”이 특정용도의 효능·효과(또는 기능성)가 있는 것으로 표현하여서는 아니 된다.  
 예) “뼈 형성 촉진 조성물”이라는 특허 내용은 뼈 형성을 조성하는 물질이 함유되어 있다는 사실 자체에 대한 특허이지, 그 제품이 뼈 형성을 촉진하는 효능이 있다는 의미는 아니다.
  - 3) 특허의 명칭 및 내용이 의약품으로 오인할 우려가 있는 질병명, 질병의 증상·증후 등의 효능·효과에 대한 내용이면 관련 내용을 인용하여 표현 할 수 없다.

예) “아토피성 피부염 예방 및 치료용 제조방법”, “머리통증 치료에 효능이 있는 식품 조성물”에서 특허내용 중 질병명(피부염), 질병증상(머리통증)이 기재되어 질병 치료목적의 의약품과 오인 혼동을 일으킬 수 있으며 식품의 기능이 아닌 의약품 효능에 해당된다.

4) 특허의 명칭에 기능성 내용이 포함된 경우 해당제품 또는 주원료(성분)가 식약청장이 인정한 기능성 내용에 한하여 표현 할 수 있다.

예) 건강기능식품은 해당제품 또는 주원료(성분)별로 과학적 검증 절차를 거쳐 기능성 내용을 식약청장이 인정하고 있다. 그러므로 식약청장이 인정하지 아니한 기능성 내용이거나 부원료(성분) 또는 식품첨가물에 대한 특허내용을 표현하는 것은 건강기능식품의 기능성에 대해 허위·과대이거나 주원료의 기능성으로 소비자로 하여금 오인할 우려가 있는 관련내용을 표현 할 수 없다.

다. 서적, 통계자료, 언론자료 등 일반적인 정보자료의 인용은 해당제품의 기능성과 관련하여 공익 또는 교육목적의 객관적 사실을 제품정보와 일반정보를 명확히 구분하여 표현하여야 한다.

1) 해당제품의 기능성 내용과 관련하여 소비자의 이해를 돕기위해 서적, 통계자료, 언론자료 등 일반적인 정보자료를 인용하는 경우 객관적 사실에 근거하여 제품정보와 일반정보를 구분하고 일반정보를 “건강정보”, “과학정보” 등의 제목하에 관련자료를 표현 할 수 있다. 다만, 보건의료에 관한 정보자료의 경우 소비자로 하여금 해당제품이 질병예방 및 치료 효과가 있는 것으로 오인·혼동하지 않도록 표현하여야 한다.

예1) “○○ 주원료가 혈행개선에 도움”을 주는 제품인 경우 객관적인 심혈관 관련 건강정보 및 보건통계자료는 인용이 가능하다. 다만, 소비자가 질병을 치료하는 것으로 오인할 우려가 있는 표현은 허용하지 않는다.

예2) “현대인은 불규칙한 식생활, 운동부족, 스트레스 등으로 만성퇴행성질환이 증가.”의 공익적 내용과 국민보건질환 등 정보자료를 인용하여 설명할 수 있다. 이 경우 해당제품의 기능성 내용과 관련이 있어야 한다.

2) TV, 신문 등의 언론자료를 인용하는 경우 해당제품과 직접적인 관련성이 인정되는 경우에 한하여 객관적 사실 자료에 근거하여 표현되어야 한다.

예1) TV에 소개된 체험사례나 인터뷰, 특정고객에 의한 성공적인 체험담은 식약청장이 인정한 기능성 내용에 한하여 표현 할 수 있다. 다만, 해당제품의 기능성내용이 아니거나 질병치료와 같은 효과를 볼 수 있는 것처럼 오인할 우려가 있으므로 표현 할 수 없다.

예2) 언론 보도내용이 과학적으로 증빙되지 않은 내용으로 기사화되거나 방송 될 수도 있으므로 관련전문가에 의한 객관적으로 합의된 사실이 아닌 보도제목 및 내용은 광고에 표현 할 수 없다.

3) 해당제품의 기능성 내용과 관련하여 자가진단 체크리스트를 소비자 정보지원에서 인용하는 경우 자가진단 체크리스트에 대한 내용이 해당 전문가에 의해 합의된 과학적 근거자료에 의해 사용되어야 한다. 다만, 자가진단 체크리스트가 해당제품이 질병의 증상·증후와 관련하여 질병 치료하는 것으로 오인할 우려가 있는 내용은 기재해서는 아니된다.

4) 소비자의 체험담이나 모니터의 의견 등의 실례를 수집한 조사결과를 게재하는 경우에는 무작위 추출법으로 상당수의 샘플을 선정해 작위가 발생하지 않도록 고려하여 실시하는 등 통계적으로 객관성이 충분히 확보되어야 한다.

라. 의사, 한의사 등 전문가 및 그밖의 자에 의한 추천·보증·수상·선정 등의 표현은 사실이 아니거나 소비자를 오인할 수 있는 경우 표현할 수 없다. 다만, 해당제품의 연구개발자의 경우에 한하여 객관적 사실만을 표현할 수 있다.

- 1) 의사, 한의사 등 전문가의 추천·보증 등은 해당분야의 전문지식에 기초하여 전문가라면 일반적으로 인정할 수 있는 내용이어야 하며, 해당제품의 연구개발자에 한하여 객관적 사실만을 표현 할 수 있다. 다만, 소비자가 의약품이거나 질병을 치료하는 것으로 오인할 우려가 있으면 표현 할 수 없다.
    - 예1) 저○○ 박사는 이 제품의 개발자로○○ 기능성에 도움을 주는 제품을 개발(○)
    - 예2) ○○대학교 ○○의학박사 고희암 치료에 강력추천!! 확실히 보장(×)
  - 2) 연예인, 일반 소비자 등의 추천·보증 등은 해당 제품을 실제 사용해 본 경험적 사실에 근거하여 식약청장이 인정한 기능성 내용 또는 일반적인 건강관련 표현을 객관적 사실에 근거하여 표현하여야 한다. 다만, 소비자가 의약품이거나 질병을 치료하는 것으로 오인할 우려가 있으면 표현 할 수 없다.
    - 예1) ○○홍삼제품을 먹었더니 건강유지 및 증진에 도움이 많이 되는 것 같아요(○)
    - 예2) 체지방이 걱정되어서 ○○제품을 먹고 꾸준히 운동하고 있습니다. 먹는 것도 조절하면서 열심히 운동하고 ○○제품도 먹으니 좋은 것 같아요(○)
    - 예3) 체지방이 걱정되어서 ○○제품을 먹었더니 ○○kg 감량이 되었습니다.(×)
  - 3) 특정부분에 한정되어 우수 또는 요건에 합당함을 인정받아 수상·인증·선정 등을 받았음에도 불구하고 다른 부분 또는 전체에 대해 우수 또는 요건에 합당함을 인정받아 수상·인증·선정 등을 받은 것으로 표현하여서는 아니된다.
    - 예1) 회사나 제품의 일부 기술 등에 대해서 받은 수상 또는 인증을 제품 자체가 받은 것처럼 표현하여서는 아니된다.
    - 예2) 특정단체나 기관 등에서 경영, 재무 등으로 우수기업으로 선정된 사실을 제품이 우수하여 우수기업으로 선정된 것처럼 표현하여서는 아니된다.
  - 4) 수상·인증·선정 등의 사실을 객관적으로 인증된 것보다 높은 가치로 또는 격을 높여서 표현하여서는 아니된다.
    - 예1) 민간단체의 인증사실을 공공기관으로부터 인증받은 것처럼 표현(×)
    - 예2) 외국신문의 국가별 히트상품 소개에 자사상품이 포함된 사실을 세계의 히트상품으로 선정된 것처럼 표현(×)
  - 5) 건강기능식품을 광고하면서 동 상품을 사용한 경험이 있는 소비자의 섭취사실을 게재하여 광고하였으나, 소비자가 실존 인물이 아닌 경우는 광고에 표현할 수 없다.
- 마. 공공기관(정부단체, 학교, 국제기구 등)의 명칭을 표현하는 경우 해당 기관장 또는 조직의 부속기관장이 해당 제품의 광고를 할 수 있다는 공문을 제출하여 표현할 수 있다.
- 1) 단체(기관), 학교 등 명의의 권장·권유 등을 내용으로 하는 추천·보증은 해당분야의 전문가 또는 산업계에서 일반적으로 인정 할 수 있는 내용이어야 하며, 반드시 그 단체(기관), 학교 등의 공식적인 의견절차를 거쳐 관련공문을 제출하여야 한다.
    - 예) 단체(기관)장, 학교장 또는 이와 동등한 자의 서명 공문 제출
  - 2) 공공기관에서 제품품질검사를 받은 것이 마치 그 제품의 기능성에 대해 품질을 인정받은 것으로 오인 될 수 있는 내용은 광고에 표현할 수 없다.
    - 예) ○○제품은 원자력의학원 면역학연구실에서 기능성 및 안전성 검사를 필한 제품(×)
  - 3) 외국에서 인정, 등록 또는 허가하지 아니한 FDA, GMP, JHFA, HACCP 등의 표현으로 해당제품이 우수하다는 내용을 암시하는 표현은 할 수 없다.
  - 4) 회사명, 상표명, 연구기관 등의 명칭은 의료법상의 특정진료과목 또는 질병명과 유사한 명칭을 사용하여 소비자를 오인시킬 우려가 있을 경우 해당 명칭을 강조하여 표현할 수 없다.
    - 예) 암치료 연구소, 심장질환 연구센터(×)



바. 비교 표시·광고는 정확한 정보제공으로 정당한 표시·광고

1) 비교 표시·광고는 소비자에게 사업자나 제품에 관한 유용하고 정확한 정보제공을 목적으로 행하는 것이어야 하며, 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 없도록 하여야 한다.

예) ○○제품은 타 제품에 비해 당성분이 적어 당뇨병 환자가 섭취하기에 좋습니다.(×)

2) 비교 표시·광고는 그 비교대상 및 비교기준이 명확하여야 하며 비교내용 및 비교방법이 적정하여야 한다. 비교 표시·광고는 객관적으로 측정 가능한 특성을 비교하여야 하며 객관적으로 측정이 불가능한 주관적 판단, 경험, 체험, 평가 등을 근거로 다른 사업자 또는 다른 사업자의 제품과 비교하는 표시·광고 범위는 허용되지 않는다.

예) ○○제품은 홍삼농축액 100% 제품입니다. 타 유명 ○○브랜드의 제품에 비해 기능성분인 사포닌이 ○○배 함유되어 있어 그 기능이 차별화됩니다.(×)

3) 비교 표시·광고는 법령에 의한 시험조사기관이나 사업자와 독립적으로 경영되는 시험·조사기관에서 학술적 또는 산업계 등에서 일반적으로 인정된 방법 등 객관적이고 타당한 방법으로 실시한 시험·조사 결과에 의하여 실증된 사실에 근거하여야 한다.

4) 비교 표시·광고가 소비자를 속이거나 또는 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는지의 여부는 표시·광고에 나타난 구체적인 비교대상, 비교기준, 비교내용 및 비교방법에 따라 판단되는데 아래의 비교 표시·광고의 경우 원칙적으로 금지되지 않는다.

- 비교대상과 관련하여 동일 시장에서 주된 경쟁관계에 있는 사업자의 제품으로서 자기의 제품과 동종 또는 가장 유사한 제품을 자기의 제품과 비교하는 경우

- 비교기준과 관련하여 가격, 기능성, 품질, 판매량 등의 비교기준이 자기의 제품과 다른 사업자의 제품간에 동일하며, 비교기준이 적정하고 합리적으로 설정된 경우

- 비교내용과 관련하여 비교내용이 진실되고 소비자의 제품선택을 위하여 유용한 경우

- 비교방법과 관련하여 객관적이고 공정하게 비교가 이루어지고, 시험·조사 결과를 인용할 때 그 내용을 정확하게 인용하는 경우

5) 동 비교표시·광고의 설정기준은 「표시·광고 공정화에 관한 법률-비교표시·광고에 관한 심사지침」을 준용한 것으로 세부기준은 동 심사지침을 따라야 한다.

사. 건강기능식품과 일반식품을 함께 동일 광고면에 광고하지 않는 것을 원칙으로 한다. 다만, 건강기능식품과 일반식품을 동시에 광고할 경우 명확히 구분하여 표현하여야 한다.

1) 건강기능식품과 건강기능식품이 아닌 일반식품의 구별을 명확히 하여 소비자가 일반식품을 건강기능식품의 기능성이 있는 것으로 오인하지 않도록 게재하여야 한다.

예1) 건강기능식품과 일반식품을 명확히 구분하는 선을 표시하거나 또는 명확히 (상, 하 등으로) 구획하여 설명(○)

예2) 일반식품과 동시 광고시 일반식품 주위에 “○○제품은 건강기능식품이 아닌 일반식품입니다”라는 내용을 기재하는 경우(○)

예3) 건강기능식품과 일반식품이 명확히 구분되지 않은 상태에서 기능성 표현이 양제품에 애매모호하게 겹쳐서 광고하는 경우(×)

아. 특정제품의 과다섭취를 조장할 수 있는 표현

1) 해당제품의 섭취가 영양소기준치 초과, 과일야채 등의 대체식품 등 특정식품의 과다한 소비를 조장하거나 균형잡힌 일상식사 등 좋은 식습관을 비난하는 것으로 오인할 우려가 있는 표현은 할 수 없다.

2) 영양소기준치가 정해져 있음에도 불구하고, 과량을 먹어도 좋다는 내용은 표현 할 수 없다.

예) 비타민 1일영양권장량은 70mg임에도 불구하고 500mg을 섭취하는 방법 등을 제시

3) 좋은 음식을 한가지 영양소와 비교하기 위해 영양적 가치가 나쁘다고 인식시킬 수 있는 내용은 표현할 수 없다.

예) 클로렐라에 함유된 비타민과 쇠고기에 함유된 비타민의 함량비교

4) 건강기능식품에 함유된 영양소의 함량을 과일, 야채 등에 함유된 영양소의 량과 비교할 경우 소비자들은 건강기능식품을 섭취하는 것이 각종 영양소를 함유한 과일,야채 등을 섭취하는 것과 동일하다거나 대체할 수 있는 것으로 오인할 우려가 있으므로 표현은 할 수 없다.

5) 잘못된 식습관을 대체하기 위해 건강기능식품의 섭취를 권장하는 경우 잘못된 식습관을 유지하면서 건강기능식품을 섭취하는 상황이 발생될 수 있으므로 표현할 수 없다.

자. 제약회사 개발제품, 병원·약국판매 제품 등을 강조하는 표현

1) 제약회사 개발제품, 병원약국판매 제품임을 표현하는 경우 소비자가 의약품으로 오인하지 않는 범위에서 간단한 표현만을 할 수 있다.

예1) 제약회사에서 건강기능식품을 개발한 경우, 제약회사의 의약품 개발현황, 제약회사 제품임을 계속 반복, 강조하는 표현, 제약회사에서 제조 등으로 의약품의 효능·효과가 있는 것으로 소비자가 오인할 우려가 있으므로 표현할 수 없다.

예2) 병원(약국)에서 건강기능식품을 판매하여 “병원용, 약국용, 병원(약국)에서 만 판매합니다” 등으로 표현할 경우 의약품이거나 질병을 치료하는 제품으로 소비자가 오인할 우려가 있으므로 표현할 수 없다. 단, (병원(약국)의 건강기능식품코너에서 판매하고 있습니다라는 내용은 표현가능하다.