

[별표 5] <개정 2016. 12. 30.>

허위·과대·비방의 표시·광고의 범위(제21조관련)

1. 질병의 예방 및 치료에 효능·효과가 있거나 의약품으로 오인·혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고에 해당하는 경우
 - 가. 질병 또는 질병군의 발생을 사전에 방지한다는 내용의 표시·광고
 - 나. 질병 또는 질병군에 효과가 있다는 내용의 표시·광고. 다만, 질병이 아닌 인체의 구조 및 기능에 대한 보건용도의 유용한 효과는 해당되지 아니한다.
 - 다. 질병의 특징적인 징후 또는 증상에 대하여 효과가 있다는 내용의 표시·광고
 - 라. 질병 및 그 징후 또는 증상과 관련한 제품명, 학술자료, 사진 등(이하 이 목에서 "질병정보"라 한다)을 활용하여 질병과의 연관성을 암시하는 표시·광고. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 표시·광고는 제외한다.
 - 1) 질병의 발생 위험을 감소시키는데 도움이 된다는 내용의 표시·광고
 - 2) 질병정보를 제품의 기능성 표시·광고와 명확하게 구분하고, "동 질병정보는 제품과 직접적인 관련이 없습니다" 등의 표현을 병기한 표시·광고
 - 마. 의약품에 포함된다는 내용의 표시·광고
 - 바. 의약품을 대체할 수 있다는 내용의 표시·광고
 - 사. 의약품의 효능 또는 질병 치료의 효과를 증가시킨다는 내용의 표시·광고
2. 사실과 다르거나 과장된 표시·광고에 해당하는 경우
 - 가. 법 제5조부터 법 제7조까지의 규정 또는 「수입식품안전관리 특별법」 제15조에 따라 허가받은 사항이나 등록·신고한 사항 또는 「수입식품안전관리 특별법」 제20조제1항에 따라 수입신고한 사항과 다른 내용의 표시·광고
 - 나. 식품의약품안전처장이 인정하지 아니한 기능성을 나타내는 내용의 표시·광고
 - 다. 정부 또는 관련공인기관의 수상·인증·선정·특허와 관련하여 사실과 다른 내용의 표시·광고
 - 라. 해당 건강기능식품의 명칭, 원재료, 제조방법, 영양소, 성분, 섭취방법, 품질 및 건강기능식품이력추적관리와 다른 내용의 표시·광고
3. 소비자를 기만하거나 오인·혼동시킬 우려가 있는 표시·광고에 해당하는 경우
 - 가. 각종의 감사장 또는 체험기 등을 이용하거나 "주문쇄도", "단체추천" 또는 이와 유사한 내용을 표현하는 광고
 - 나. 의사, 치과의사, 한의사, 수의사, 약사, 한약사, 대학교수 또는 그 밖의 자

가 제품의 기능성을 보증하거나, 제품을 지정·공인·추천·지도 또는 사용하고 있다는 내용 등의 표시·광고. 다만, 해당제품의 연구·개발에 직접 참여한 사실을 표시·광고하는 경우를 제외한다.

다. 외국어의 사용 등으로 외국제품으로 혼동할 우려가 있는 표시·광고 또는 외국과 기술 제휴한 것으로 혼동할 우려가 있는 내용의 표시·광고

라. 해당 제품의 제조방법·품질·영양소·원재료·성분 또는 효과와 직접 관련이 적은 내용을 강조함으로써 다른 업소의 제품을 간접적으로 다르게 인식되게 하는 광고

마. 비교표시·광고의 경우 그 비교대상 및 비교기준이 명확하지 아니하거나 비교내용 및 비교방법이 적정하지 아니한 내용의 표시·광고

바. 「식품·의약품 시험·검사 등에 관한 법률」 제6조에 따라 지정된 검사기관이 아닌 기관에서 검사한 결과를 이용한 표시·광고

사. 법 제15조제2항에 따라 제출하여 식품의약품안전처장이 인정한 인체적용시험 결과(이하 이 목에서 "인체적용시험결과"라 한다)를 일부 삭제하거나 변경하여 해당 건강기능식품의 사용 전후를 비교하는 등 해당 건강기능식품의 기능 또는 효과에 대하여 소비자를 오인하게 하거나 기만하는 표시·광고. 다만, 인체적용시험결과를 그대로 표시·광고하는 경우는 제외한다.

4. 의약품의 용도로만 사용되는 명칭(한약의 처방명을 포함한다)의 표시·광고의 경우 : 법 제24조제3항의 규정에 따라 식품의약품안전처장이 정한 의약품의 용도로만 사용되는 원료에 관한 내용의 표시·광고

5. 다른 업체 또는 그 제품을 비방하는 표시·광고에 해당하는 경우: 다른 업체 또는 그 제품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용을 나타내어 비방하는 표시·광고