



제418회국회(정기회)
제9차 보건복지위원회

식품 등의 표시·광고에 관한 법률 일부개정법률안

검 토 보 고

■ 백종헌의원 대표발의(의안번호 제2203132호)

2024. 11.

보 건 복 지 위 원 회

수석전문위원 이지민

목 차

I . 개요	1
II . 주요 내용별 검토	3
1. 온라인상 식품등의 표시·광고에 대한 모니터링 및 조치 등	3
2. 민간 자율규제 및 표시광고 연구·개발 지원.....	14

I. 개요

1. 백종현의원 대표발의안(의안번호 제3132호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 백종현의원 등 13인
- (2) 제 안 일 : 2024. 8. 23.
- (3) 회 부 일 : 2024. 8. 26.

나. 제안이유

최근 통신기술의 발달로 온라인 시장에서 식품 등 소비 수요와 판매 공급이 확대되고, 제품 표시·광고는 전자적 방법을 통해 제공되어 온라인에서 게시된 제품 정보를 통한 구매가 일반화되고 있음.

특히 온라인을 통한 식품 등 부당한 표시·광고가 지속되어 국민 안전과 건강 위험 요인이 확대되고 있음.

그러나 현행법은 영업자 중심의 오프라인 규제사항으로서 온라인 유통 중심으로의 정책환경 변화와 국민 안전 보장에 한계가 있어, 온라인의 식품 등 부당 표시·광고에 효과적으로 신속하게 대응하지 못하고 있는 실정임.

이에 사이버 공간에서의 국민 안전, 건강과 직결되는 식품 등 부당한 표시·광고에 대한 상시 모니터링과 행정조치 체계 확립을 위해, 온라인에서 식품 등의 부당한 표시·광고에 대해 정보통신서비스 제

공자등에 삭제 등 필요한 조치를 요청할 수 있도록 명문화하고,

방대한 온라인 시장의 관리 실효성 확보를 위해 자율규제 관리기반 마련을 위한 지원 근거를 마련함으로써 온라인에서의 건전한 유통문화 조성에 기여하고자 함.

다. 주요내용

가. 식품의약품안전처장은 정보통신망을 이용하여 식품등의 표시·광고하는 행위 등에 대해 모니터링하고, 위법 표시·광고의 내용만으로 영업자에 대한 정보를 확인할 수 없는 경우 자료 제출을 요청할 수 있도록 하며, 모니터링 결과 정보통신서비스 제공자등에게 위법 표시·광고임을 대통령령으로 정하는 조치 요청할 수 있도록 함(안 제13조의2 신설).

나. 식품의약품안전처장은 식품 등의 표시·광고 모니터링 업무를 대통령령으로 정하는 기관으로 위탁하고, 예산의 범위에서 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 함(안 제13조의3 신설).

다. 식품의약품안전처장은 협회 또는 단체에게 식품 등에 대한 올바른 정보를 제공하기 위하여 자율규제를 위한 활동을 지원할 수 있도록 함(안 제13조의4 신설).

라. 식품의약품안전처장은 안전관리 정책 환경 변화에 신속하고 선제적으로 대응하기 위해 부당한 표시·광고 현황 조사, 효율적인 모니터링 기술 등의 연구·개발을 지원할 수 있도록 함(안 제13조의5 신설).

II. 주요 내용별 검토

1. 온라인상 식품등의 표시·광고에 대한 모니터링 및 조치 등

가. 개정안의 내용

- 개정안은 i) 식약처장이 정보통신망을 이용한 식품등의 표시·광고가 제7조¹⁾ 및 제8조²⁾를 위반하였는지 여부를 모니터링할 수 있는 법적 근거를 마련하고(안 제13조의2제1항),
- ii) 모니터링 결과 제7조 또는 제8조를 위반한 것으로 확인되나 해당 표시·광고의 내용만으로는 영업자에 대한 정보를 확인할 수 없는 경우에는 정보통신서비스 제공자등³⁾에 대하여 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있도록 하며(안 제13조의2제2항),

1) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제7조(광고의 기준) ① 식품등을 광고할 때에는 제품명 및 업소명을 포함시켜야 한다.

② 제1항에서 정한 사항 외에 식품등을 광고할 때 준수하여야 할 사항은 총리령으로 정한다.

2) 제8조(부당한 표시 또는 광고행위의 금지) ① 누구든지 식품등의 명칭·제조방법·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
10. 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.

3) 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제3호에 따른 정보통신서비스 제공자(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제32조의5에 따라 지정된 국내대리인을 포함한다) 또는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제20조에 따른 통신판매중개업자를 “정보통신서비스 제공자등”이라 함.

iii) 모니터링 결과 제7조 또는 제8조에 위반한 것이 명백하다고 판단되는 경우에는 위법하거나 부당한 표시·광고임을 소비자에게 알리기 위하여 정보통신서비스 제공자등에게 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있도록 하고(안 제13조의2제3항),

iv) 식약처장의 모니터링 업무는 그 일부를 대통령령으로 정하는 기관 또는 단체에 위탁할 수 있도록 하며, 위탁기관에 대하여 예산의 범위에서 위탁업무 수행에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있도록 하려는 것임(안 제13조의3 신설).

현행	개정안
<신설>	제13조의2(식품등의 표시·광고 모니터링 등) ① 식품의약품안전처장은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 이 조에서 “정보통신망”이라 한다)을 통한 식품등의 표시·광고가 제7조 및 제8조를 위반하였는지 여부를 모니터링할 수 있다 ② 식품의약품안전처장은 제1항에 따른 모니터링 결과 제7조 또는 제8조를 위반한 것으로 확인되거나 해당 표시·광고의 내용만으로는 영업자에 대한 정보를 확인할 수 없는 경우에는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제3호에

<신 설>

따른 정보통신서비스 제공자(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제32조의5에 따라 지정된 국내대리인을 포함한다) 또는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제20조에 따른 통신판매중개업자(이하 이 조에서 “정보통신서비스 제공자등”이라 한다)에 대하여 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 자료의 제출을 요청받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

③ 식품의약품안전처장은 제1항에 따른 모니터링 결과 제7조 또는 제8조에 위반한 것이 명백하다고 판단되는 경우에는 위법하거나 부당한 표시·광고임을 소비자에게 알리기 위하여 정보통신서비스 제공자등에게 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있다. 이 경우 필요한 조치를 요청받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

④ 제1항에 따른 모니터링의 내용, 방법과 절차, 제2항에 따른 자료제출의 범위와 절차 등에 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제13조의3(식품등의 표시·광고 모니터링 업무의 위탁 등) ① 제13조의2제1

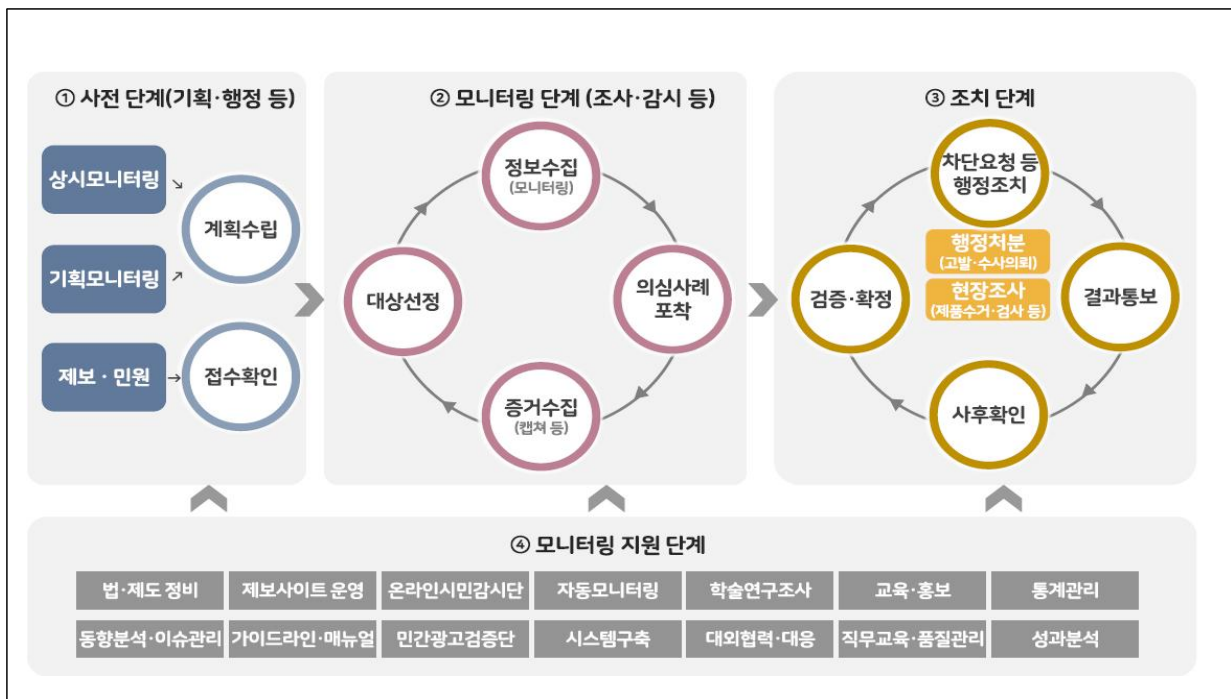
제25조(벌칙 적용에서 공무원 의제) 제11조에 따른 심의위원회의 위원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정을 적용할 때에는 공무원으로 본다. 제31조(과태료) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과한다. 1. 2. (생략) <신설> ②·③ (생략)	항에 따른 식품의약품안전처장의 모니터링 업무는 그 일부를 대통령령으로 정하는 기관 또는 단체에 위탁할 수 있다. ② 식품의약품안전처장은 제1항에 따른 위탁기관에 대하여 예산의 범위에서 위탁업무 수행에 필요한 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다. 제25조(벌칙 적용에서 공무원 의제) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람은 「형법」 제127조 및 제129조부터 제132조까지에 따른 벌칙을 적용할 때에는 공무원으로 본다. 1. 제11조에 따른 심의위원회 위원 (「형법」 제127조에 따른 벌칙 적용은 제외한다) 2. 제13조의3에 따라 위탁받은 업무에 종사하는 기관 또는 단체의 임직원 제31조(과태료) ① ----- -----. 1. 2. (현행과 같음) 3. 제13조의2제2항을 위반하여 정당한 사유 없이 자료제출 요청에 따르지 아니한 자 ②·③ (현행과 같음)
--	--

※ 시행일: 공포 후 6개월이 경과한 날. 다만, 제13조의3의 개정규정은 공포 후 1년이 경과한 날

나. 검토의견

- 현행법은 식품 등에 대하여 올바른 표시·광고를 하도록 하여 소비자의 알 권리를 보장하고 건전한 거래질서를 확립하기 위하여 제정된 것으로,
- 규율 대상인 식품, 식품첨가물, 기구, 용기·포장, 건강기능식품, 축산물(이하 “식품등”이라 함) 등의 표시·광고는 ‘오프라인’ 시장에서의 표시·광고에 국한되지 않고 ‘온라인’ 시장에서의 표시·광고를 포함⁴⁾하고 있는바,
- 식약처장은 온라인 쇼핑몰 등에서 판매하는 식품등의 표시·광고에 대하여 모니터링 업무를 수행하고 있음.

< 온라인 허위·과대광고 및 불법 판매 감시 체계 >



4) 현행법상의 광고에는 라디오, 텔레비전 및 인터넷 등 온라인 매체를 포함하고 있음.

「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

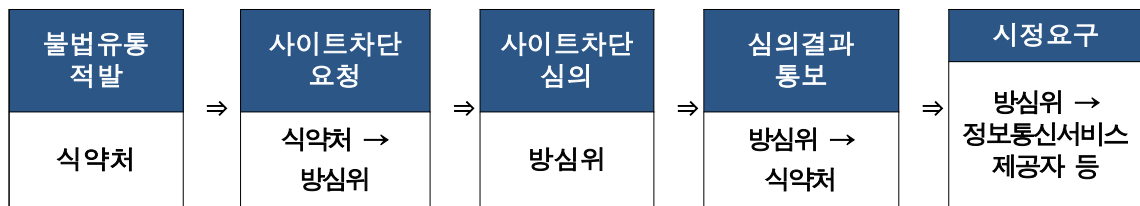
10. “광고”란 라디오·텔레비전·신문·잡지·인터넷·인쇄물·간판 또는 그 밖의 매체를 통하여 음성·음향·영상 등의 방법으로 식품등에 관한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 말한다.

□ 구체적으로 살펴보면, 식약처는 모니터링 과정에서 식품등의 위법한 표시·광고를 확인하면,

- i) 방송통신심의위원회(이하 “방심위”라 함)에 해당 사이트 차단을 요청하여 방심위로 하여금 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조⁵⁾에 따라 심의를 거쳐 정보통신서비스 제공자등에게 시정요구를 하게 하거나, ii) 정보통신서비스 제공자등에게 해당 게시물 등을 조치하도록 하는 등의 행정지도를 하고 있음.⁶⁾

< 현행 온라인 불법판매 등 적발 시 후속조치 절차 >

i) 방송통신심의위원회 조치 요청(식약처 ↔ 방심위)



ii) 행정지도를 통한 자율계도(식약처 ↔ 포털사, 쇼핑몰 등)

- 네이버 등 39개 플랫폼 영업자와 업무협약(MOU)을 통해 부당광고 등에 대하여 조치 요청하고 있음

* 자료: 식품의약품안전처

5) 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조(심의위원회의 직무) 심의위원회의 직무는 다음 각 호와 같다.

1. 「방송법」 제32조에 규정된 사항의 심의
2. 「방송법」 제100조에 따른 제재조치 등에 대한 심의·의결
3. 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의7에 규정된 사항의 심의
4. 전기통신회선을 통하여 일반에게 공개되어 유통되는 정보 중 건전한 통신윤리의 함양을 위하여 필요한 사항으로서 대통령령으로 정하는 정보의 심의 및 시정요구
5. 전기통신회선을 이용하여 유통되는 정보의 건전화에 관한 사항
6. 정보통신의 올바른 이용환경 조성을 위한 국제협력에 관한 사항
7. 심의위원회의 사업계획·예산 및 결산에 관한 사항
8. 심의위원회 규칙의 제정·개정 및 폐지에 관한 사항
9. 다른 법령에 의하여 심의위원회의 심의사항으로 정한 사항

6) 포털사, 오픈마켓 등과 사전에 식품의약품안전처 소관 물품이 온라인상에서 불법유통 및 허위·과대광고 되지 않도록 상호 협력하는 협약(MOU) 체결

- 이와 관련하여 최근 5년간 식품등의 온라인 부당 표시·광고 등 적발 현황을 살펴보면, 적발 건수가 감소하고 있다고는 하나, 2023년 기준 약 2만 건에 달하고 있음.

< 최근 5년간 식품 온라인 부당 표시·광고 등 적발 현황 >

(단위: 건)

구 분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	총 계
식품*	61,241	44,923	20,189	20,252	19,547	166,152

* 식품: 식품, 건강기능식품, 농수산물, 축산물 포함

- 그런데 방심위를 통한 온라인 부당 표시·광고 차단에 경우 2023년 기준 평균 22.3일이 소요되는 등 심의에 적지 않은 시일이 소요되고 있고, 정보통신서비스 제공자등을 통한 조치는 법적 근거 없는 권고 수준에 불과하여 정보통신서비스 제공자등이 이를 이행하지 않더라도 강제할 수단이 없는바, 식품등의 온라인 부당 표시·광고로부터 소비자를 효과적으로 보호하기 어려운 실정임.

< 조치요청 경로별(포털사, 방심위) 조치 소요일 >

구 분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
평균	27일	24일	9.2일	46.4일	14.0일	10.0일
방송통신심의위원회	68일	61일	15.3일	111.8일	19.8일	22.3일
포털사 등	6일	5일	6.8일	12.0일	6.9일	2.2일

소요기간 = 적발 건 소요일 합(조치회신일-조치요청일) / 적발건수

* 자료: 식품의약품안전처

- 이에 개정안은 식품등의 온라인 부당 표시·광고에 대한 식약처장의 모니터링 권한을 명시하고, 식약처장이 정보통신서비스 제공자등에게 부

당한 표시·광고임을 소비자에게 알리기 위한 조치를 요청할 수 있도록 하는 등 온라인상에서의 식품등의 부당 표시·광고를 보다 효과적으로 규제하기 위한 법적 근거를 마련하려는 것으로,

급속히 성장하고 있는 온라인 쇼핑 시장 환경에 적합한 규제방식을 도입하기 위하여 필요한 입법 조치로 보임.

- 온라인 쇼핑 거래액(통계청) : ('20)158조원 → ('21)190조원 → ('22) 211조 → ('23)229조원

□ 다만, 개정안 제13조의3은 식약처장의 모니터링 업무의 일부를 대통령령으로 정하는 기관 또는 단체에 위탁할 수 있도록 규정하고 있는데, 현행법 제24조7)에 이 법에 따른 식약처장의 업무는 그 일부를 관계 전문기관 또는 단체에 위탁할 수 있도록 하는 근거 규정이 마련되어 있음을 고려할 필요가 있음.

□ 참고로, 불법 표시·광고에 대한 모니터링 및 이에 대한 정보통신서비스 제공자등에게 조치를 요청할 수 있는 유사입법례로는 「공인중개사법」, 「약사법」, 「저작권법」, 「전자상거래법」 등이 있음.

< 유사 입법례 >

「공인중개사법」

제18조의3(인터넷 표시·광고 모니터링) ① 국토교통부장관은 인터넷을 이용한 중개대상물에 대한 표시·광고가 제18조의2의 규정을 준수하는지 여부를 모니터링 할 수 있다.

② 국토교통부장관은 제1항에 따른 모니터링을 위하여 필요한 때에는 정보통신서비스 제공자(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제3호에 따른

7) 「식품 등의 표시·광고에 관한 법률」 제24조(권한 등의 위임 및 위탁) ② 이 법에 따른 식품의약품안전처장의 업무는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 일부를 관계 전문기관 또는 단체에 위탁할 수 있다.

정보통신서비스 제공자를 말한다. 이하 이 조에서 같다)에게 관련 자료의 제출을 요구할 수 있다. 이 경우 관련 자료의 제출을 요구받은 정보통신서비스 제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

③ 국토교통부장관은 제1항에 따른 모니터링 결과에 따라 정보통신서비스 제공자에게 이 법 위반이 의심되는 표시·광고에 대한 확인 또는 추가정보의 게재 등 필요한 조치를 요구할 수 있다. 이 경우 필요한 조치를 요구받은 정보통신서비스 제공자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

④ 국토교통부장관은 제1항에 따른 모니터링 업무를 대통령령으로 정하는 기관에 위탁할 수 있다.

⑤ 국토교통부장관은 제4항에 따른 업무위탁기관에 예산의 범위에서 위탁업무 수행에 필요한 예산을 지원할 수 있다.

⑥ 모니터링의 내용, 방법, 절차 등에 관한 사항은 국토교통부령으로 정한다.

「약사법」

제61조의2(의약품 불법판매 및 알선·광고 금지 등) ① 누구든지 제44조, 50조제1항·제2항에 위반되는 의약품의 판매를 알선하거나 광고해서는 아니 되고, 제61조제1항 각 호에 해당하는 것 또는 같은 조 제2항에 따른 의약품과 유사하게 표시되거나 광고된 것의 판매를 알선하거나 광고해서는 아니 된다.

② 식품의약품안전처장은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제1호에 따른 정보통신망(이하 “정보통신망”이라 한다)을 이용하여 하는 행위가 다음 각 호의 어느 하나의 행위에 해당되는지 여부를 모니터링할 수 있다.

1. 제44조, 제50조제1항·제2항을 위반하여 의약품을 판매하는 행위
2. 제61조제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 의약품 또는 같은 조 제2항에 따른 의약품과 유사하게 표시되거나 광고된 것을 판매하는 행위
3. 제1항을 위반하는 행위
4. 그 밖에 제1호부터 제3호까지에 준하는 행위로서 총리령으로 정하는 행위

③ 식품의약품안전처장은 제2항에 따른 모니터링 결과 위반사항 확인을 위하여 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제3호에 따른 정보통신서비스 제공자(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제32조의5에 따라 지정된 국내대리인을 포함한다) 또는 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제20조에 따른 통신판매중개업자(이하 이 조에서 “정보통신서비스 제공자등”이라 한다)에 대하여 필요한 자료제출을 요청할 수 있다. 이 경우 자료제출을 요청받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

④ 정보통신서비스 제공자등은 정보통신망을 이용하여 제2항 각 호의 어느 하나의 행위를 하는 것을 발견한 때에는 즉시 그 사실을 식품의약품안전처장에게 통보하여야 한다.

⑤ 식품의약품안전처장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 정보통신서비스 제공자등에게 위반 사항이 확인되는 의약품에 대하여 불법판매 알선 광고임을 소비자에게 알리기 위하여 대통령령으로 정하는 조치를 요청할 수 있다. 이 경우 필요한 조치를 요청받은 정보통신서비스 제공자등은 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.

1. 제2항에 따른 모니터링 결과 같은 항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는

경우

2. 제4항에 따라 통보를 받은 결과 제2항 각 호의 어느 하나의 행위에 해당된다고 판단하는 경우

⑥ 식품의약품안전처장은 제2항에 따른 모니터링 결과 또는 제4항에 따라 받은 통보 결과가 제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 내용 및 제5항에 따른 정보통신서비스 제공자등의 조치 결과를 관계 중앙행정기관의 장에게 알릴 수 있다.

⑦ 제2항에 따른 모니터링의 내용, 방법 및 절차, 제3항에 따른 자료제출 요청의 범위 및 절차, 제4항에 따른 통보의 방법 등에 관하여 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

「저작권법」

제133조의2(정보통신망을 통한 불법복제물등의 삭제명령 등) ① 문화체육관광부장관은 정보통신망을 통하여 저작권이나 그 밖에 이 법에 따라 보호되는 권리를 침해하는 복제물 또는 정보, 기술적 보호조치를 무력하게 하는 프로그램 또는 정보(이하 "불법복제물등"이라 한다)가 전송되는 경우에 심의위원회의 심의를 거쳐 대통령령으로 정하는 바에 따라 온라인서비스제공자에게 다음 각 호의 조치를 할 것을 명할 수 있다.

1. 불법복제물등의 복제·전송자에 대한 경고
2. 불법복제물등의 삭제 또는 전송 중단

「전자상거래법」

제32조의2(임시중지명령) ① 공정거래위원회는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자의 전자상거래 또는 통신판매가 다음 각 호에 모두 해당하는 경우에는 전자상거래를 하는 사업자 또는 통신판매업자에 대하여 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 대통령령으로 정하는 바에 따라 일시 중지할 것을 명할 수 있다.

1. 전자상거래 또는 통신판매가 제21조제1항제1호에 해당하는 것이 명백한 경우
2. 전자상거래 또는 통신판매로 인하여 소비자에게 재산상 손해가 발생하였고, 다수의 소비자에게 회복하기 어려운 손해가 확산될 우려가 있어 이를 예방할 긴급한 필요성이 인정되는 경우

② 공정거래위원회는 제1항에 따라 전자상거래 또는 통신판매의 전부 또는 일부를 일시 중지하기 위하여 필요한 경우 호스팅서비스를 제공하는 자, 통신판매중개자, 전자게시판서비스 제공자 등에게 해당 의무제공의 중단 등 대통령령으로 정하는 조치를 취할 것을 요청할 수 있으며, 그 요청을 받은 사업자는 정당한 사유가 없으면 이에 따라야 한다. (이하 생략)

다. 관계 부처 의견

□ 식품의약품안전처: 수용

현재는 오프라인보다는 온라인을 통한 제품을 구매하는 유통 형태가 자리 잡고 성행하고 있으며, 이에 따라 소비자가 온라인상 제품 구매를 결정하기 위해 확인하는 정보는 표시·광고로 제한적이기에 온라인상 식품 등 부당광고에 대한 모니터링의 중요성이 커지고 있음.

이에 안전한 온라인 유통 환경 조성을 위한 식품 등 부당한 표시 광고에 대한 모니터링과 행정조치 체계·근거를 마련한 개정안에 동의함.

2. 민간 자율규제 및 식품등의 표시광고 연구·개발 지원

가. 개정안의 내용

□ 개정안은 i) 「식품위생법」에 따른 한국식품산업협회 또는 「건강기능식품에 관한 법률」에 따라 설립된 단체가 식품 등에 대하여 올바른 정보를 제공하기 위하여 필요한 행동강령과 부당 표시·광고등 행위가 발생하지 아니하도록 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있도록 하고,

ii) 식약처장은 정보통신망에서의 부당한 식품등의 표시·광고 관련 유통 현황조사 및 효율적인 모니터링 기술·방법에 대한 연구·개발 등을 지원할 수 있도록 하려는 것임(안 제13조의4 및 제13조의5 신설).

현행	개정안
<신설>	제13조의4(자율규제) ① 다음 각 호에 해당하는 협회 또는 단체(이하 이 조에서 “협회등”이라 한다)는 식품 등에 대하여 올바른 정보를 제공하고 소비자 보호에 이바지하기 위하여 필요한 행동강령을 정하여 시행할 수 있다. 1. 「식품위생법」 제64조제1항에 따른 한국식품산업협회 2. 「건강기능식품에 관한 법률」 제28조제1항에 따라 설립된 단체 ② 협회등은 제7조 및 제8조에 위반되는 행위가 발생하지 아니하도록 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있다.

현행	개정안
<신설>	③ 식품의약품안전처장은 제1항 및 제2항에 따른 행동강령 및 자율규제 가이드라인을 시행하는 협회등이 수행하는 자율규제를 위한 활동을 지원할 수 있다. 제13조의5(식품등의 표시광고 연구·개발 지원) ① 식품의약품안전처장은 정보통신망에서의 부당한 식품등의 표시·광고 관련 유통 현황조사 및 효율적인 모니터링 기술·방법에 대한 연구·개발 등을 지원할 수 있다. ② 제1항에 따른 연구·개발 지원의 절차·방법 및 그 밖에 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

나. 검토의견

- (자율규제) 개정안 제13조의4는 「식품위생법」 제64조제1항8)에 따른 한국식품산업협회 또는 「건강기능식품에 관한 법률」 제28조제1항9)에 따라 설립된 단체가 식품 등에 대하여 올바른 정보를 제공하기 위하여 필요한 행동강령과 부당 표시·광고행위 등이 발생하지 아니하도록 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있도록 하고, 식약처장은 협회등이 수행하는 자율규제를 위한 활동을 지원할 수 있도록 하려는 것임.

8) 「식품위생법」

제64조(설립) ① 식품산업의 발전과 식품위생의 향상을 위하여 한국식품산업협회(이하 “협회”라 한다)를 설립한다.

9) 「건강기능식품에 관한 법률」

제28조(단체 설립) ① 영업자는 영업의 건전한 발전을 도모함으로써 건강기능식품의 안전성 확보 및 품질향상과 국민 보건 증진에 이바지하기 위하여 대통령령으로 정하는 영업의 종류별로 단체를 설립할 수 있다.

□ ‘자율규제’란 사업자 또는 사업자단체가 법령상 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 ‘규제의 대상’이 아닌 ‘규제의 주체’가 된다는 점에서 행정에 의한 통제로부터 사업자의 자기책임원칙으로 전환을 의미하며, 정부규제보다 효율성, 집행과 순응 확보의 용이성 및 환경변화의 적응성 등에 있어서 우월하다고 평가되고 있는바, 소비자 보호에 보다 효과적인 조치로 생각됨.

- 현재 식품등의 온라인 부당 표시·광고를 모니터링하고 있는 식약처의 사이버조사팀 모니터링 전담요원은 32명에 불과하고 의약품, 의료기기, 화장품 등의 온라인 부당광고 모니터링 업무도 함께 담당하고 있는바, 온라인상에서 이루어지는 각종 부당 표시·광고를 적발하는 데에 한계가 있음.

< 식약처 사이버조사팀 조직 현황 >

(단위: 명)

구 분 (정원/현원)	공무원					모니터링 (공무직)
	소계	팀장	5급	6급이하	임기제	
44/43	12/13	1/1	1/3	8/7	2/2	32/32

* 자료: 식품의약품안전처

□ 참고로, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에서도 정보통신서비스 제공자단체로 하여금 이용자 보호를 위하여 행동강령 및 모니터링 등 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있도록 하고 있음.

< 유사 입법례 >

「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」

제44조의4(자율규제) ① 정보통신서비스 제공자단체는 이용자를 보호하고 안전하며 신뢰할 수 있는 정보통신서비스를 제공하기 위하여 정보통신서비스 제공자 행동강령을 정하여 시행할 수 있다.

② 정보통신서비스 제공자단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보가 정보통신망에 유통되지 아니하도록 모니터링 등 자율규제 가이드라인을 정하여 시행할 수 있다.

1. 청소년유해정보

2. 제44조의7에 따른 불법정보

③ 정부는 제1항 및 제2항에 따른 정보통신서비스 제공자단체의 자율규제를 위한 활동을 지원할 수 있다.

□ (식품등의 표시·광고 관련 연구·개발 지원) 개정안 제13조의5는 정보통신망에서의 부당한 식품등의 표시·광고 관련 유통 현황조사 및 효율적인 모니터링 기술·방법에 대한 연구·개발 지원에 관한 근거를 마련하고 있음.

□ 정보통신 기술의 발달 및 뉴미디어의 확산과 함께 소비자의 구매 욕구를 자극하는 새로운 형태의 온라인 광고 기법¹⁰⁾의 등장 등 온라인 환경 변화가 가속화됨에 따라 모니터링 기술 등의 연구·개발을 지원하여 정보통신망에서의 부당한 식품등의 표시·광고 행위에 신속한 대응이 필요하다는 점에서 바람직한 것으로 보임.

10) SNS나 유튜브 등을 이용하여 일정 연령대나 지역으로 표적을 설정하고, 이들 대상으로만 노출되는 형태의 광고(타겟팅 광고)는 감시하는 사람에게는 노출이 되지 않아 적발하기 어려운 문제가 있음.

다. 관계 부처 의견

□ 식품의약품안전처: 수용

방대한 온라인 시장의 건전한 유통환경 조성을 위해서 정부 차원에서 관리만으로는 한계가 있어, 협회 등의 자율안전관리 활동에 대한 지원을 통해 사업자 등이 ‘규제의 주체’가 되는 자율관리의 필요성을 느끼고 있으며,

온·오프라인 다양한 식품 표시·광고의 모니터링 기술 등의 연구·개발을 지원함으로써 빠르게 변화하는 시장에 신속 대응할 수 있어 개정안에 동의함.

문 의 처
02) 6788-5493