



제439회국회(정기회)
제1차 보건복지위원회

화장품법 일부개정법률안

검 토 보 고

〈화장품 표시·광고 권장 사항 보급 근거 신설 등〉
■ 김기웅의원 대표발의(의안번호 제16757호)

2026. 9.

보 건 복 지 위 원 회

수석전문위원 상지원

목 차

I . 개요	1
II . 주요 내용별 검토	3
1. 화장품 표시·광고 권장 사항 보급 근거 신설 등	3
가. 개정안의 내용	3
나. 검토의견	5
다. 관계 기관 등 의견	9

I. 개요

1. 김기웅의원 대표발의안(의안번호 제16757호)

가. 제안경위

- (1) 제 안 자 : 김기웅의원 등 10인
- (2) 제 안 일 : 2026. 2. 11.
- (3) 회 부 일 : 2026. 2. 12.

나. 제안이유 및 주요내용

최근 화장품 시장에서는 기능성, 친환경성, 지속가능성 등을 강조하는 표시·광고가 증가하고 있으나, 이에 대한 통일된 기준이나 표현방식이 마련되어 있지 않아 소비자가 정보를 정확히 이해하기 어렵고, 과장 광고의 우려도 제기되고 있음.

특히 “물분해성”, “친환경” 등 화장품의 환경적 속성을 강조하는 표현의 경우 과학적 근거 없이 사용될 가능성이 있어, 객관성과 신뢰성을 확보할 수 있는 제도적 장치 마련이 필요한 상황임.

이에 식품의약품안전처장이 화장품의 표시 또는 광고에 관하여 소비자의 오인을 방지하고 정확한 정보가 전달될 수 있도록 하기 위하여 권장 표시 사항 및 표준 문안을 개발·보급할 수 있도록 하고, 물분해성 등 화장품 및 그 용기·포장의 환경적 속성 또는 효능에 관한 사항을 표시하거나 광고하는 경우에는 관련 국제기구 또는 총리령이

정하는 기준을 충족함을 실증할 수 있도록 하여, 화장품 및 그 용기·포장의 환경적 속성 또는 효능에 관한 표현이 객관성과 신뢰성을 확보할 수 있게 하려는 것임(안 제13조의2 및 제14조제1항 후단 신설).

II. 주요 내용별 검토

1. 화장품 표시·광고 권장 사항 보급 근거 신설 등

가. 개정안의 내용

□ 개정안은 식품의약품안전처장이化粧품의 표시 또는 광고에 관한 권장 표시 사항 및 표준 문안을 개발·보급할 수 있게 하고,

영업자·판매자가 化粧품 및 그 용기·포장의 물분해성 등 환경적 속성 또는 효능 중 총리령으로 정하는 사항의 경우에는 국제기구나 총리령으로 정하는 기준을 충족함을 실증할 수 있어야 한다고 규정하려는 것임.

현행	개정안
<u><신설></u> 제14조(표시·광고 내용의 실증 등) ① 영업자 및 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다. <u><후단 신설></u>	제13조의2(권장 표시 사항 및 표준 문안의 개발·보급) 식품의약품안전처장은 소비자의 오인을 방지하고 정확한 정보가 전달될 수 있도록 하기 위하여 표시 또는 광고에 관한 권장 표시 사항 및 표준 문안을 개발·보급할 수 있다. 제14조(표시·광고 내용의 실증 등) ① ----- ----- ----- --. 이 경우 化粧품 및 그 용기·포장의 물분해성 등 환경적 속성 또는 효능(化粧품 및 그 용기·포장이 그

현행	개정안
② ~ ⑦ (생략)	<u>생산·유통·소비·사용 및 폐기 과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 배출하는 정도 및 자원과 에너지를 소비하는 정도 등 환경에 미치는 영향력의 정도를 말한다</u>)에 관한 사항으로서 총리령으로 정하는 사항의 경우에는 국제표준화기구 등 관련 국제기구가 정한 기준 또는 총리령으로 정하는 기준을 충족함을 실증할 수 있어야 한다. ② ~ ⑦ (현행과 같음) 부 칙 제1조(시행일) 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다. 다만, 제14조제1항 후단의 개정규정은 공포 후 2년이 경과한 날부터 시행한다. 제2조(적용례) 제14조제1항 후단의 개정규정은 제14조제1항 후단의 개정규정 시행 당시 유통·판매 중인 화장품 및 그 용기·포장에 대하여도 적용한다.

나. 검토의견

- 현행법에 따르면 화장품제조업자, 화장품책임판매업자 및 맞춤형 화장품판매업자(이하 “영업자”라 한다) 및 판매자는 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 기능성화장품이 아닌 화장품을 기능성 화장품으로 잘못 인식할 우려가 있는 등 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 되며, 이를 위반한 경우에는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처함.¹⁾
- 개정안은 식품의약품안전처장이化粧품의 표시 또는 광고에 관한 권장 표시 사항 및 표준 문안을 개발·보급할 수 있게 하려는 것으로, 화장품에 관한 정보가 정확히 제공되도록 함으로써 소비자의 오인을 방지하려는 취지로 보임.
- 다만, 개정안과 관련하여서는 다음 사항이 논의될 필요가 있는 것으로 보임.

1) 「화장품법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

8. “표시”란化粧품의 용기·포장에 기재하는 문자·숫자·도형 또는 그림 등을 말한다.

9. “광고”란 라디오·텔레비전·신문·잡지·음성·음향·영상·인터넷·인쇄물·간판, 그 밖의 방법에 의하여化粧품에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 말한다.

제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지) ① 영업자 또는 판매자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고
2. 기능성化粧품이 아닌化粧품을 기능성化粧품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 기능성化粧품의 안전성·유효성에 관한 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고
3. 삭제 <2025. 1. 31.>
4. 그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고

② 제1항에 따른 표시·광고의 범위와 그 밖에 필요한 사항은 총리령으로 정한다.

제37조(벌칙) ① 제3조의6, 제4조의2제1항, 제9조, 제13조, 제16조제1항제2호·제3호 또는 같은 조 제2항을 위반하거나, 제14조제4항에 따른 중지명령에 따르지 아니한 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 제1항의 징역형과 벌금형은 이를 함께 부과할 수 있다.

□ 첫째, 개정안에 따라 식품의약품안전처장이 개발·보급할 수 있게 되는 표시·광고에 관한 권장 표시 사항과 표준 문안은 식품의약품안전처가 규제기관인 점을 감안할 때 영업자·판매자의 관점에서는 단순한 참고 사항으로 받아들여지지 아니할 소지가 있어 영업자·판매자의 표시·광고에 관한 자율과 창의를 제한하여 「행정규제기본법」에서 정한 규제의 원칙에 부합하지 아니할 수 있고,²⁾

안 제13조의2의 ‘권장 표시 사항 및 표준 문안’은 현행법 제13조 제1항³⁾에서 금지한 사항 외의 표시·광고는 폭넓게 허용하고 있는 ‘네거티브(negative) 규제’의 목적과 취지에 배치되는 결과를 야기할 수 있는 점이 논의될 필요가 있는 것으로 보임.

- 참고로, ‘네거티브 규제’란 법령에서 명시적으로 규정한 사항만을 허용하는 포지티브(positive) 규제와 달리 법령에서 명확히 금지한 사항 외의 사항에 대하여는 우선 허용하는 방식으로, 「행정규제기본법」에서는 신기술을 활용한 새로운 서비스 또는 제품에 대하여는 국가 또는 지방자치단체가 네거티브 규제를 우선적으로 고려하도록 하는 ‘우선허용·사후규제 원칙’을 규정하고 있음.⁴⁾

2) 「행정규제기본법」

제5조(규제의 원칙) ① 국가나 지방자치단체는 국민의 자유와 창의를 존중하여야 하며, 규제를 정하는 경우에도 그 본질적 내용을 침해하지 아니하도록 하여야 한다.

② 국가나 지방자치단체가 규제를 정할 때에는 국민의 생명·인권·보건 및 환경 등의 보호와 식품·의약품의 안전을 위한 실효성이 있는 규제가 되도록 하여야 한다.

③ 규제의 대상과 수단은 규제의 목적 실현에 필요한 최소한의 범위에서 가장 효과적인 방법으로 객관성·투명성 및 공정성이 확보되도록 설정되어야 한다.

3) 「화장품법」

제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지) ① 영업자 또는 판매자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 표시 또는 광고를 하여서는 아니 된다.

1. 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고

2. 기능성화장품이 아닌 화장품을 기능성화장품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 기능성화장품의 안전성·유효성에 관한 심사결과와 다른 내용의 표시 또는 광고

3. 삭제 <2025. 1. 31.>

4. 그 밖에 사실과 다르게 소비자를 속이거나 소비자가 잘못 인식하도록 할 우려가 있는 표시 또는 광고

4) 「행정규제기본법」

□ 둘째, 안 제14조제1항 후단의 ‘물분해성 등 환경적 속성 또는 효능’은 영업자·판매자가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다고 규정한 현행법 제14조제1항5)의 ‘표시·광고 중 사실과 관련한 사항’에 해당한다고 볼 수 있으므로 이를 별도로 규정할 실익이 있는지를 논의할 필요가 있을 것으로 보임.

□ 셋째, 현행법에서는 식품의약품안전처장이化粧品の 제조 등에 사용할 수 없는 원료를 지정하고 일부 원료의 경우에는 그 사용 기준을 고시하도록 하는 등 化粧품 자체의 안전기준에 관한 사항은 규정하고 있지만,⁶⁾ 化粧品の 용기·포장과 관련하여서는 그 구성 물질·성분 등에 관한 별도의 규제 체계는 마련하고 있지 아니하므로, 안 제14조제1항 후단에서 化粧품뿐 아니라 그 용기나 포장의 물분해성 등 환경적 속성 또는 효능이 국제기구나 총리령으로 정하는 기준의 충족 여부까지를 실증할 수 있어야 한다고 규정하는

제5조의2(우선허용·사후규제 원칙) ① 국가나 지방자치단체가 신기술을 활용한 새로운 서비스 또는 제품(이하 “신기술 서비스·제품”이라 한다)과 관련된 규제를 법령등이나 조례·규칙에 규정할 때에는 다음 각 호의 어느 하나의 규정 방식을 우선적으로 고려하여야 한다.

1. 규제로 인하여 제한되는 권리나 부과되는 의무는 한정적으로 열거하고 그 밖의 사항은 원칙적으로 허용하는 규정 방식
 2. 서비스와 제품의 인정 요건·개념 등을 장래의 신기술 발전에 따른 새로운 서비스와 제품도 포섭될 수 있도록 하는 규정 방식
 3. 서비스와 제품에 관한 분류기준을 장래의 신기술 발전에 따른 서비스와 제품도 포섭될 수 있도록 유연하게 정하는 규정 방식
 4. 그 밖에 신기술 서비스·제품과 관련하여 출시 전에 권리를 제한하거나 의무를 부과하지 아니하고 필요에 따라 출시 후에 권리를 제한하거나 의무를 부과하는 규정 방식
- ② 국가와 지방자치단체는 신기술 서비스·제품과 관련된 규제를 점검하여 해당 규제를 제1항에 따른 규정 방식으로 개선하는 방안을 강구하여야 한다.

5) 「化粧품법」

제14조(표시·광고 내용의 실증 등) ① 영업자 및 판매자는 자기가 행한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증할 수 있어야 한다.

6) 「化粧품법」

제8조(化粧품 안전기준 등) ① 식품의약품안전처장은 化粧品の 제조 등에 사용할 수 없는 원료를 지정하여 고시하여야 한다.

② 식품의약품안전처장은 보존제, 색소, 자외선차단제 등과 같이 특별히 사용상의 제한이 필요한 원료에 대하여는 그 사용기준을 지정하여 고시하여야 하며, 사용기준이 지정·고시된 원료 외의 보존제, 색소, 자외선차단제 등은 사용할 수 없다.

것이 영업자·판매자를 과도하게 규제하는 측면은 없는지를 논의할 필요가 있을 것으로 보임.

- 넷째, 안 제14조제1항 후단의 ‘물분해성’은 물(H₂O)에 닿기만 하여도 무기물로 분해될 수 있는 물질의 성질을 의미하려는 것으로 추측되는데,

관련 학계·산업계 등에서는 특정한 조건이 충족될 때 무기물로 분해 가능한 물질의 성질을 ‘생분해성(Biodegradable)’이라 하면서, 옥수수·사탕수수 등의 식물로 제조되는 폴리유산(Polylactic Acid; PLA) 등이 ‘생분해 플라스틱’으로 명명되어 생산·판매·유통되고 있는 점을 고려할 때, ‘물분해성’이 일반적으로 통용되는 어휘로서 법률에 규정하여도 무방할 것인지를 논의할 필요가 있는 것으로 생각됨.

다. 관계 기관 등 의견

□ (식품의약품안전처) 화장품 및 그 용기·포장의 환경적 속성이나 효능에 관한 표시·광고를 하려는 경우 국제기구나 식품의약품안전처의 기준을 충족함을 입증하도록 함으로써 객관성과 신뢰성을 확보할 수 있을 것으로 기대되는 등 전반적인 입법 취지에 공감하지만,

물품에 대한 환경 표시·광고 및 인증이나 기술 지원 등은 「환경정책 기본법」·「환경기술 및 환경산업 지원법」 등 이미 다른 법률에서 다루고 있고, 「화장품법」은 화장품의 안전과 품질에 관한 법률로서 용기·포장에 관한 인증이나 표시·광고 등에 대하여는 규율하고 있지 아니하며, 새로운 인증제도 도입에 따른 규제 효과 등 화장품산업에 미치는 영향을 종합적으로 고려할 필요가 있다고 판단됨.

- 참고로, 친환경과 유사한 개념인 천연·유기농화장품 인증제는 해외 사례가 없고 그 운용 과정에서 실효성이 낮다는 지적이 제기됨에 따라 2024년 2월 폐지되었음.

□ (대한화장품협회) 소비자 보호와 그린워싱 방지라는 입법 취지에는 공감하지만, 유관 부처 간 규제 중복으로 인하여 현장에 혼선이 초래될 우려가 있으므로 현행 체계를 유지하는 방향으로 신중한 검토가 필요한 것으로 보임.

- 화장품의 ‘환경성 표시·광고’에 대하여는 기후에너지환경부와 공정거래위원회에서 실증 의무 및 부당한 표시·광고 행위 등을 규정하고 있고, 개정안에 따라 별도의 실증 의무가 신설될 경우 기존 타 부처 제도와의 중복으로 인하여 산업 현장에서는 실증

자료를 중복 준비하여야 하는 행정 부담과 전담 인력 및 비용 증가 등의 비효율이 야기될 것으로 우려되는 측면이 있으며, 현행법에서도 이미 실증제를 운영하고 있어 화장품 표시·광고의 적정성에 대하여도 기존 제도 내에서 관리가 이루어지고 있는바, 중복 규제에 따른 경영상의 불확실성과 행정적 비효율 등을 초래할 소지를 고려하여 현행과 같이 유지될 필요가 있음.

문 의 처
02)6788-5504