



식약처, 마이크로니들 내세운 화장품 허위·과대 광고 점검

- 화장품정책과·사이버조사팀 합동 점검…위반 82건 확인, 사이트 접속 차단 요청
- 화장품책임판매업자가 허위·과대광고한 사실이 확인된 24건, 점검 등 조치

식품의약품안전처(처장 오유경)는 온라인에서 유통·판매하고 있는 화장품 중 마이크로니들(니들, 미세침 등)을 내세워 광고한 판매게시물 100건을 점검한 결과, 「화장품법」을 위반*한 82건을 적발하여 방송통신심의위원회 등에 접속 차단 요청했다고 밝혔다.

* 「화장품법」제13조(부당한 표시·광고 행위 등의 금지)

아울러 이번에 적발한 허위·과대 광고 82건 중 화장품책임판매업자가 확인된 24건*의 경우 관할 지방청에 해당 업체를 점검하고 필요시 행정처분 하도록 요청하였다.

* 화장품책임판매업체 8개사, 9품목

이 광고들의 경우 ▲화장품을 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 광고(10건, 12%) ▲화장품 범위를 벗어나는 광고(41건, 50%) ▲소비자 사실과 다른 내용으로 인식할 우려가 있는 광고(31건, 38%) 등이 문제가 되었다.

<표시·광고 위반 유형 및 광고 문구>

위반 유형	광고 문구(발체)
의약품 오인 우려 광고	피부재생, 피부해독, 면역력 강화, 손상된 근육 세포를 재생, 상피세포의 성장 촉진, 항염 등
화장품 범위를 벗어나는 광고	마이크로니들이 피부 깊숙한 층까지 침투 등
소비자 오인 우려 광고	즉각적인 모공수 개선, 활성산소 제거 등

미세한 바늘 모양의 마이크로니들은 피부를 관통하여 약물이 진피 등에 작용하도록 의약품, 의료기기에서 활용하는 반면, 화장품 원료로 사용하는 실리카 등은 침 모양으로 굳혀 피부에 바르거나 문지르는 방법으로 피부 표피를 관통하지 않고 피부를 눌러 화장품 접촉 면적을 넓히는 역할을 한다.

그럼에도 일부 업체에서 침 모양 화장품 원료가 피부 표피를 관통하고 진피층까지 도달하여 의료기술과 유사한 효능·효과가 나타나는 것처럼 광고하여 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있거나 화장품의 범위를 벗어나는 표시·광고를 하고 있었다.

식약처는 화장품 허위·과대 광고에 현혹되지 않도록 주의를 당부하며, 앞으로도 소비자가 화장품을 안심하고 사용할 수 있도록 지속해서 온라인 광고를 점검·조치하겠다고 밝혔다.

붙임 마이크로니들 표방 표시·광고 위반 유형 및 광고 문구(예시)

담당 부서	바이오생약국 화장품정책과	책임자	과 장	고지훈 (043-719-3401)
		담당자	사무관	강원구 (043-719-3403)
담당 부서	사이버조사팀	책임자	서기관	심진봉 (043-719-1910)
		담당자	사무관	이철승 (043-719-1920)



붙임

마이크로니들 표방 표시·광고 위반 유형 및 광고 문구

○ 마이크로니들 표방 표시·광고 위반 유형 및 광고 문구

위반 유형	광고 문구(발췌)
의약품 오인 우려 광고	피부재생, 피부해독, 면역력 강화, 손상된 근육 세포를 재생, 상피세포의 성장 촉진, 항염 등
2. 피부 재생 및 피부결 개선  Before After	속부터 탄탄히 차오르는 쭙쭙 재생 케어 피부 솔루션 #쭙쭙 수분막 #강력한 안티에이징 #항염 항산화 항노화 #속건조 해결
화장품 범위를 벗어나는 광고	마이크로니들이 피부 깊숙한 층까지 침투 등
를 통해 피부 깊숙히 들어가 탄력 리프팅, 기미 안색개선, 피부 10층보습! 안티에이징 관리까지!	나노골드와 보톡스 펩타이드, 핵심 원료인 바오마이크로니들이 피부 깊숙한 층까지 침투하여 72시간 동안 피부의 턴오버 주기를 앞당겨주는 솔루션이며 ECOPOR 제품은 강력한 피부 보습과 탄력, 안티에이징에 집중된 EWG등급의 안전한 애플로 피부의 근본적인 문제해결을 위한 연구와 끊임없는 노력의 결과물입니다.
소비자 오인 우려 광고	즉각적인 모공수 개선, 활성산소 제거 등
■ 모공 수 개선 44.55%  사용 전 1회 사용 후	