

기업담당자를 위한 제품 환경성 표시·광고 길라잡이



목차

- 길라잡이 개요 6
- 부당한 표시·광고 행위의 대응 방법 8
- 환경성 표시·광고 8대 기본원칙 12
 - 8대 기본원칙 적용사례 14
- 세부유형별 환경성 표시·광고 예시 20
 - 1. 포괄적 환경성 표시·광고(Ⅰ)(p20) 8. 물질 감축 표시·광고(Ⅱ)(p34)
 - 2. 포괄적 환경성 표시·광고(Ⅱ)(p22) 9. 원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고(p36)
 - 3. 환경성 마크에 관한 표현(p24) 10. 탄소배출 표시·광고(p38)
 - 4. 비교 표현(p26) 11. 재활용 표시·광고(p40)
 - 5. 인용 표현(p28) 12. 오존층에 관한 표시·광고(p42)
 - 6. 무함유 표시·광고(p30) 13. 분해성에 관한 표시·광고(p44)
 - 7. 물질 감축 표시·광고(Ⅰ)(p32)

- 환경성 표시·광고 주요 위반유형 예시(카드뉴스) 46
- 환경성 표시·광고 셀프 체크리스트 58
- 「환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시」 59
- 「부당한 환경성 표시·광고 행위 신고포상금 지급 기준」 90
- 「환경기술 및 환경산업 지원법」 관련 조문 100
 - 「환경기술 및 환경산업 지원법」 3단 비교표

길라잡이 개요

본 길라잡이는 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자가 제품의 환경적 속성에 대하여 올바르게 표시·광고할 수 있도록 안내하기 위해 제작되었으며, 잘못된 표시·광고 사례를 제시하여 제조업자 등이 자발적으로 법을 지킬 수 있도록 하였습니다.

※ 본 길라잡이는 환경성 표시·광고를 하는데 도움이 되도록 제작된 것으로, 구체적인 사안의 적법 여부는 관련 법령·행정규칙을 통해 판단합니다.

누구에게 이 길라잡이가 필요한가?

제품을 생산, 유통, 판매, 홍보, 광고하는 사람 모두에게 본 길라잡이의 내용은 도움이 될 수 있으며, 제품의 환경성 표시·광고(이하 “환경성 표시·광고”)를 관리하는 기관과 제품의 환경성 표시·광고에 관심을 가지고 있는 비영리단체 등이 유용하게 사용할 수 있습니다.

환경성 주장? 부당한 환경성 표시·광고?

환경성 주장이란 제품의 환경적 속성을 제품에 표시하거나 광고를 통하여 표현하는 것을 의미합니다.

부당한 환경성 표시·광고란 환경성 주장을 할 때 거짓·과장, 기만, 부당비교, 비방 등으로 소비자가 오인할 수 있는 주장이나 표현을 하는 행위를 말합니다. 부당한 환경성 표시·광고는 선의의 친환경제품 생산 업체의 매출에 악영향을 줄 뿐만 아니라 친환경제품을 생산하려는 의욕을 감소시켜 친환경 제품 시장의 환경 개선 효과를 감소시키는 등의 문제를 발생시키고 있습니다.

현재 국내에서는 「환경기술 및 환경산업 지원법」에서 부당한 환경성 표시·광고 행위를 금지하고 있습니다.

[법에서 금지하고 있는 부당한 표시·광고 행위]

※ 환경기술 및 환경산업 지원법 시행령 별표 2의 2

구분	세부 내용
거짓·과장하는 표시·광고	- 사실과 다르게 표시·광고하는 행위 - 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위
기만적인 표시·광고	- 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위 - 어느 한 부분에 해당하는 내용을 다른 부분에도 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위 - 제품의 환경성이 일정한 수준에 해당하지 않는데도 불구하고 그 수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위
부당하게 비교하는 표시·광고	- 비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 않거나 객관적인 근거 없이 자기의 제품을 다른 제조업자등의 제품과 비교하여 우량하거나 유리하다고 표시·광고하는 행위 - 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현(최대, 최고, 최초 또는 유일 등을 말한다)을 사용하여 표시·광고하는 행위
비방적인 표시·광고	- 다른 제조업자등의 제품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용을 표시·광고하는 행위 - 다른 제조업자등의 제품에 관하여 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위



부당한 표시 · 광고 행위의 대응 방법

「환경기술 및 환경산업 지원법」 제16조의10에서는 환경성 표시 · 광고에 대해 거짓 · 과장, 기만, 부당 비교, 비방하는 행위를 금지하고 있습니다.

2016년 7월 개정 · 시행된 법에 따라, 부당한 환경성 표시 · 광고를 한 경우 위반행위의 내용, 기간 및 횟수 등에 따라 관련매출액의 2%(단, 매출액 산정이 곤란한 경우 최대 5억 원)에 달하는 과징금이 부과될 수 있습니다.

따라서 부당한 표시 · 광고 행위를 하지 않기 위해서는 다음과 같은 위반 유형을 파악하고 이에 따른 적극적인 조치활동이 필요합니다. 다만, 제품이나 포장재 등 지면의 제약으로 인해 환경성 정보 표시 · 광고가 어려울 때에는 홈페이지 등 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적이고 정확한 정보를 제공하여야 합니다.

거짓 · 과장

No.	주요 위반유형	확인사항	올바른 표시 · 광고
1	실제 환경성 개선 효과가 거의 없음에도 불구하고 환경성 개선 효과가 있는 것으로 표시 · 광고하는 행위	- 환경성 개선 효과에 대해 객관적 · 과학적인 방법으로 실증가능 여부 - 환경성 개선 내용이 통계적으로 유의미한지 확인 필요	환경성 주장에 대한 구체적인 범위, 근거내용 등을 명시하여 소비자 오인성을 유발하지 않도록 충분한 설명 제시
2	수상 · 인증 · 선정 · 특허 등의 획득 사실이 없음에도 획득한 것처럼 또는 사실과 다르게 과장하는 행위	- 수상 · 인증 · 선정 · 특허 등 획득 여부 - 인용 관련 자료 내용	인용 자료의 출처를 명확히 하고, 수상 · 인증 · 선정 · 특허 등 획득 사실 및 관련 내용을 사실 그대로 표시 · 광고
3	인증마크를 무단으로 사용하거나 획득 사실과 다르게 표시 · 광고 하는 행위	- 인증서 획득 여부 - 인증범위 또는 인증사유 - 인증 유효기간	인증 유효 기간을 준수하여 인증범위 또는 사유에 대하여 사실 그대로 표시 · 광고
4	기업, 경영 등 제품과 관련 없는 인증을 제품의 인증으로 오인시키는 표시 · 광고	- 인증서 획득 여부 - 인증범위 또는 인증사유 - 인증 유효기간	기업, 경영과 관련하여 받은 인증을 제품 인증으로 오인시키지 않도록 명확하게 표시 · 광고
5	그외 사실과 다르거나 지나치게 부풀려 표시 · 광고하는 행위	시험결과, 조사결과 등 제품의 환경성을 입증할 수 있는 객관적 · 과학적인 실증자료	표시 · 광고 하기 전 사전에 실증 자료를 구비 후 관련 내용을 사실 그대로 표시 · 광고

기만

No.	주요 위반유형	확인사항	올바른 표시 · 광고
1	환경성 정보가 제품 또는 포장재 중 구체적으로 어디에 관한 것인지 표기하지 않거나 정보를 누락 · 은폐 · 축소하는 행위	- 제품의 환경성 정보가 해당되는 부분에 대한 구체적인 설명 여부 - 환경성 주장을 설명하는 구체적인 내용 중 중요정보가 누락되지 않았는지 확인	특정 제품, 부품 또는 일부분에 해당하는 제품의 환경성을 사실 그대로 표시 · 광고
2	해당 제품에서 결코 포함될 가능성이 없는 성분 · 특성이 존재하지 않는 점을 들어 환경성 개선 등으로 표시 · 광고하는 행위	해당되는 제품에 포함될 수 없는 성분이나 특성 체크	포함될 가능성이 없는 성분이나 특성을 근거로 제품의 환경성을 표시 · 광고하는 문구 삭제
3	관련 법률에 따라 의무적으로 준수하는 사항을 환경성 개선 등으로 표시 · 광고하는 행위	제품별 법적 의무준수 사항 체크	제품의 환경성 표시 · 광고 시 관련 법률을 근거로 이행하고 있다는 문구를 고지하여 표시 · 광고
4	기업자가마크를 법정인증마크 또는 민간인증마크와 유사하게 디자인하여 오인될 소지가 있도록 표시 · 광고 하는 행위	기업자가마크에 대해 법정인증마크 또는 민간인증마크로 오인 소지 여부	기업의 자가마크임을 소비자가 확인할 수 있도록 제품이나 포장재 등에 문구 표시 · 광고
5	그외 일부 자재 · 원료의 환경성 개선을 근거로 제품 전체의 환경성이 개선된 것으로 표시 · 광고하는 행위 등	- 주장하는 환경적 속성이 제품 또는 제품의 일부 자재 · 원료 중 어디에 해당하는지 체크 - 일부 자재 · 원료의 환경적 속성이 완제품의 동일한 환경적 이점으로 작용하는지 확인 - 제품의 환경성과 관련하여 객관적 · 과학적인 실증자료 구비	제품의 환경성이 해당되는 부분이나 관련 정보를 사실 그대로 표시 · 광고

부당한 비교

No.	주요 위반유형	확인사항	올바른 표시 · 광고
1	비교대상과 동일한 조건에서 비교하지 않고 사실과 다르게 비교하는 행위	동일한 비교 기준 제시 여부	동일한 기준에서 자사 및 타사 제품을 비교하고, 이를 명확히 고지하여 표시 · 광고
2	소비자 선택에 중대한 영향을 미치는 기준임에도 불구하고 구체적인 비교 내용 또는 기준을 명시하지 않아 소비자를 속이거나 잘못 알게 할 우려가 있는 행위	자사 및 타사 제품 간 비교 내용 제시 여부 (예. 친환경자동차 → ‘연비, 소음, 매연’ 부분의 환경성 개선 제시)	자사 및 타사 제품 간 환경성 비교 시 어떤 비교 내용을 토대로 환경성을 주장하는지 사실 그대로 표시 · 광고
3	객관적 근거 또는 구체적인 범위를 명시하지 않은 채 절대적(최초, 유일 등) 표현 사용하는 행위	절대적 표현에 대한 객관적인 근거 등	최초, 유일 등의 표현을 사용하기 위해 객관적인 입증 자료 구비 후 환경성 표시 · 광고
4	그외 부당하게 비교하는 표시 · 광고를 하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있게 하는 행위	- 동일한 비교 기준으로 자사 및 타사 제품 간 비교 실시 여부 - 제품의 환경성과 관련하여 객관적 · 과학적인 실증자료 구비	타사 제품과 비교 시 동일한 기준으로 비교하여 사실 그대로 표시 · 광고

비방

No.	주요 위반유형	확인사항	올바른 표시 · 광고
1	구체적인 비교 기준을 제시하지 않은 채 타사 제품을 비방하는 행위	비교 기준 근거	구체적 · 객관적인 비교 기준을 제시하고 해당 제품의 환경성을 사실 그대로 표시 · 광고
2	타사 제품에 관해 단점을 부각시켜 실제로보다 현저히 열등하거나 불리한 것처럼 소비자가 오인케 하는 행위	- 타사 제품의 장 · 단점 체크 - 비교 기준 근거	자사 및 타사 제품 간의 구체적 · 객관적인 비교 기준을 통해 해당 환경성을 사실 그대로 표시 · 광고
3	타사 제품의 환경성 정보를 은폐, 누락, 축소시켜 비방하는 행위	- 타사 제품의 환경성 정보 체크 - 타사 제품의 환경성 정보 누락 여부	타사 제품의 환경성을 제시하고, 표시 · 광고하고자 하는 제품의 환경성을 동일한 비교 기준 하에 사실 그대로 표시 · 광고
4	그외 타사 제품을 비방하는 표시 · 광고를 하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있게 하는 행위	- 비교 기준 근거 - 제품의 환경성과 관련하여 객관적 · 과학적인 실증자료 구비	구체적 · 객관적인 기준을 제시 · 비교하여 자사의 환경성을 사실 그대로 표시 · 광고

환경성 표시 · 광고 8대 기본원칙

진실성

환경성 표시 · 광고의 내용과 표현 및 방법은 사실에 근거하고 명료 · 정확하여 직 · 간접적으로 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 함

표현의 명확성

문구 · 도안 · 색상의 위치와 크기 등 내용과 표현 및 방법이 정확하고 명료하여야 하며, 직 · 간접적으로 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 함

대상의 구체성

표시 · 광고의 대상이 제품 및 포장의 전부 또는 일부 중 어느 부분에 관한 것인지 명확히 인식할 수 있도록 하여야 함

상당성

환경성 주장이 실제로 개선된 정도보다 과장되지 않아야 하며, 환경성 개선의 정도에 대하여 통계적으로 유의미한 구체적 근거를 제시할 수 있어야 함

자발성

관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로 자발적으로 환경성을 개선한 것처럼 표시 · 광고 하지 않아야 함

정보의 완전성

소비자의 구매요인이 되는 중요한 정보를 누락 · 은폐 또는 축소함으로써 직 · 간접적으로 소비자를 오인시킬 우려가 없어야 함

관련성

제품의 재질, 속성, 용도와 직접적으로 관련이 되어 있어야 하며, 발생가능성 없는 환경부하의 개선에 관하여 소비자 오인성이 없어야 함

실증 가능성

제조업자들은 표시 · 광고를 정확하고 재현 가능한 최신의 객관적 · 과학적인 근거로 실증할 수 있어야 함

[8대 기본원칙 적용사례]

* 진실성, 실증가능성 : 해당 원칙은 모든 사례에 기본적으로 적용되는 내용이므로 적용사례에서 다루지 않음

표현의 명확성

문구 · 도안 · 색상의 위치와 크기 등 내용과 표현 및 방법이 정확하고
명료하여야 하며, 직 · 간접적으로 소비자를 기만하거나 오인시킬
우려가 없어야 함

시험성적서			
· 성적서 번호 : 17-00-000			
· 발급일 : 2017.10.31			
시험항목	단위	기준치	결과
...	...	...	...
...	...	...	...

시험성적서 해상도가 낮아 제품명 및
시험결과 확인이 어려움

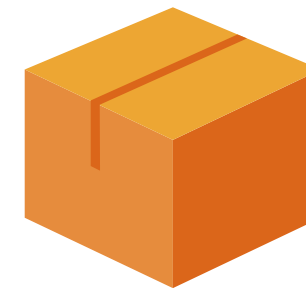
제품명 : 000			
시험성적서 번호 : 17-00-000			
시험결과:			
시험항목	단위	기준치	결과
TVOC	mg/(m ³ .h)	0.020	0.001
톨루엔	mg/(m ³ .h)	0.000	0.000
폼알데하이드	mg/(m ³ .h)	0.002	0.001

제품명 및 시험결과 확인 가능

해당 제품은 유해물질이 검출되지 않은 제품임을 주장하면서, 공인시험성적서를
게재하고 있으나 해상도가 낮아 제품명 및 시험결과 등의 확인이 어려움. 환경성
주장에 대해서는 문구 · 도안 · 색상의 위치와 크기 등 내용과 표현 및 방법이 정확하고
명료하게 표시하는 것이 바람직함

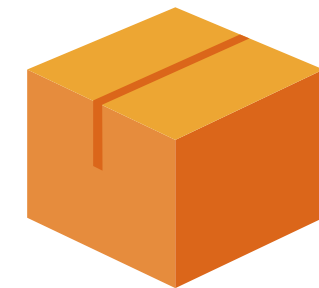
대상의 구체성

표시 · 광고의 대상이 제품 및 포장의 전부 또는 일부 중 어느 부분에
관한 것인지 명확히 인식할 수 있도록 하여야 함



재활용 가능 제품

제품 앞면에 재활용 기호와 함께
“재활용 가능 제품”으로 표시(재활용 가능한
부분이 제품인지, 포장재인지 확인 불가)



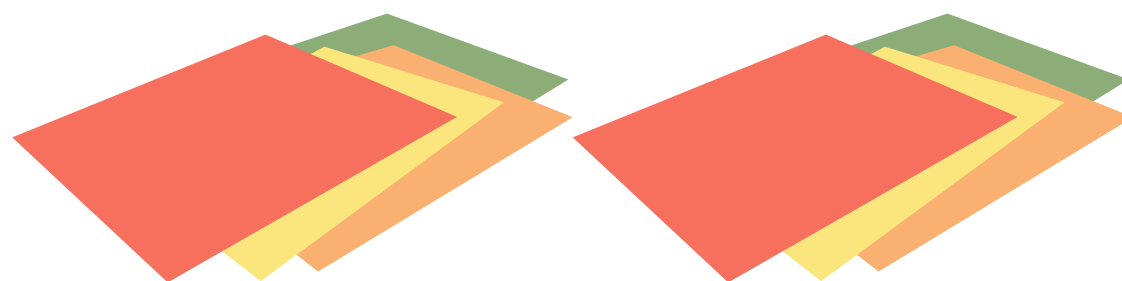
재활용 가능 비닐포장 사용

제품 앞면에 구체적인 재활용 기호와 함께
“재활용 가능 비닐포장 사용”으로 표시

포장지만 재활용됨에도 불구하고 제품에 “재활용 가능”이라고 표시 · 광고하는 것은
소비자가 포장지 및 내용물 등 제품 전체가 재활용 가능한 것으로 오인할 수 있으므로
재활용 가능한 범위를 명시하여 구체적으로 표시하는 것이 바람직함

상당성

환경성 주장이 실제로 개선된 정도보다 과장되지 않아야 하며,
환경성 개선의 정도에 대하여 통계적으로 유의미한 구체적
근거를 제시할 수 있어야 함



재생지 함량 50% 증가
2%에서 3%로 증가된 사실을 근거로
“재생지 함량 50% 증가”로 표시

재생지 함량 기존대비
50% 증가(20%→30%)
재생지 함량이 20%에서 30%로
“기존대비 50% 증가”

포장지에 재생지 함량 50% 증가라고 표시하였으나, 사실은 종전 2%였던 재생지 함량을 3%로 늘렸을 뿐이라면 그 표현 자체는 사실이라도 재생지 1%p를 더 사용한 것이 실질적인 환경성 개선을 했다고 보기 어려움. 제품의 환경성 표시·광고를 효과적으로 하기 위해서는 재생지 함량이 기존 대비 또는 타사 제품 대비 몇 % 증가하였으며, 비교 대상의 재생지 함량을 및 현재 대상의 재생지 함량을 구체적으로 명시하는 것이 바람직함

자발성

관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로
자발적으로 환경성을 개선한 것처럼 표시·광고 하지 않아야 함



이 가구는 발암물질 폼알데하이드가 없습니다. 폼알데하이드 방출량 저감 E0 등급 목재자재를
친환경자재인 E1등급을 전상품에 사용... 사용하여 만든 가구입니다.

KC인증을 근거로 “E1등급 친환경 자재 사용
가구”로 표시·광고

“E0등급 이상의 목재자재를 사용”,
“환경마크 인증을 취득한 친환경 가구”

국내 시장에 유통을 위한 모든 가구류가 의무적으로 준수해야 하는 법적 최소기준을
근거로 “친환경”으로 표시하는 것은 부당한 표시·광고에 해당함

- 「안전·품질표시기준」(기술표준원 고시)에 의해 가구류에 대하여 안전요구 사항으로 목재재질의 폼알데하이드 방출량이 1.5 mg/L 이하이어야 하며, 이는 폼알데하이드 방출량 E1등급에 해당
- 환경부 환경마크(EL172 가구)에 사용되는 목재재질의 폼알데하이드의 방출량을 E0 수준인 0.5 mg/L 이하로 정하고 있음

등급	폼알데하이드 방출량	비고
SE0	0.3mg/L 이하	환경부 환경마크 인증 요구 수준(0.5 mg/L 이하)
E0	0.5mg/L 이하	
E1	1.5mg/L 이하	KC인증 최소 안전 요구 사항(1.5 mg/L 이하)
E2	1.5mg/L 초과	-

정보의 완전성

소비자의 구매요인이 되는 중요한 정보를 누락·은폐 또는 축소함으로써 직·간접적으로 소비자를 오인시킬 우려가 없어야 함



유해물질 불검출

“유해물질 불검출”



3대 중금속 불검출(납, 수은, 카드뮴)
프탈레이트계 가소제 함량 기준치 적합

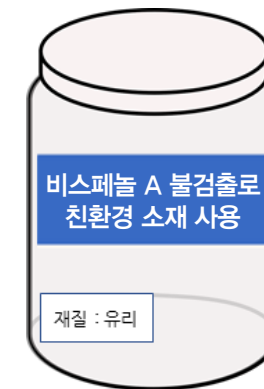
“OOOOO공인시험기관 분석결과
3대 중금속(납, 수은, 카드뮴) 불검출”

시험성적서	
• 성적서 번호 : 17-00-000	
• 발급일 : 2017.10.31	
납, 수은, 카드뮴 불검출	
DEHP	0.005
DBP	0.6
DNP	0.003

유해물질 불검출이라고 주장하고 있으면서 해당 유해물질을 제시하지 않을 경우 어떠한 유해물질이 불검출되었는지 소비자가 확인할 수 없으며, 모든 유해물질이 검출되지 않은 것으로 오인할 수 있기 때문에 부당한 환경성 표시·광고에 해당함. 환경성 정보 중 소비자의 구매요인이 되는 중요한 정보를 누락, 은폐 또는 축소함으로써 직접적 또는 간접적으로 소비자를 오인시킬 우려가 없어야 함

관련성

제품의 재질, 속성, 용도와 직접적으로 관련이 되어 있어야 하며, 발생가능성 없는 환경부하의 개선에 관하여 소비자 오인성이 없어야 함



“환경호르몬이 검출되지 않은 친환경 소재 제품”



“OOOOO공인시험기관 분석결과
비스페놀A(BPA) 불검출”

유리 재질 제품에서 발생가능성이 없는 환경호르몬의 한 종류인 “비스페놀A(BPA) 불검출”로 표시하면서 친환경 소재 등과 같은 표현으로 소비자들에게 환경적 이점이 있는 것으로 어필한 경우에는 부당한 표시·광고에 해당함

1.포괄적 환경성 표시 · 광고(1)



시험성적서

항목	기준	결과
VOCs		미검출
⋮	⋮	⋮

"본 제품은 친환경 무독성 접착제입니다."



무엇이 문제일까?

접착제의 시험성적서를 보면, 휘발성유기화합물(VOCs)이 미검출된 한 가지 사항만을 토대로 “친환경”, “무독성”을 주장하였음. 그러나 “친환경”, “무독성” 등 포괄적·절대적인 표현은 표현자체에 의하여 그 제품이 모든 경우에 환경오염과 전혀 무관하거나, 독성물질을 배출하거나 포함하지 않는다고 소비자가 오인할 수 있음. 또한 유해중금속, 프탈레이트, 난연제 등 환경성 개선과 관련하여 고려할 항목이 다양하므로, 휘발성유기화합물이 미검출된 사실만을 근거로 “친환경”, “무독성”으로 주장하는 것은 부당함



어떻게 바꾸면 좋을까?

- 제품의 표시·광고에 “친환경 무독성 접착제”라는 용어를 사용하기보다는 “휘발성유기화합물 미검출 제품”이라고 사실 그대로 표시·광고하는 것이 바람직함
- 소비자가 오인하지 않도록 구체적인 근거 또는 설명을 포함하여 구체적인 범위로 한정(실내공기오염 물질 저감 등)시켜 표시·광고해야 함



포괄적 환경성이란?

‘친환경, 환경친화적인’등 일반적이고 광범위한 환경적 속성 또는 효능을 표시·광고하는 것으로서 ‘에너지 절약, 오염물질 저감’과 같은 구체적인 환경적 이점을 말하기보다 환경성과 관련한 대상·분야·효능 등에 대해 구분 없이 포괄적인 환경적 이점을 주장하는 것을 말함



포괄적 환경성 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
제품의 전과정을 고려하여, 동일용도 다른제품과 비교하여 환경에 대한 영향이 감소되는 객관적이고 과학적인 근거를 가지고 있는가?([환경성 표시 · 광고 관리제도에 관한 고시] 제5조제8호 실증가능성)	☐
‘친환경’등 포괄적 환경성을 표시·광고 시 제품이 미치는 환경성 개선 범주(예, 자원 절약, 에너지 절약, 수계 오염물질 배출 감소, 유해물질 사용 감소 등)에 대해 소비자가 오인성이 없도록 명확히 한정하여 밝히고 있는가?	☐
‘무공해’, ‘무독성’등 절대적 표현 사용 시 제품의 모든 경우에 있어 환경오염과 전혀 무관하거나 독성물질을 배출하거나 포함하지 않는다고 소비자가 인식하지 않도록 구체적인 근거 또는 설명을 포함하거나 구체적인 범위를 한정하여 표시 · 광고 하고 있는가? (예 : ‘무독성’표현보다 ‘경구독성 시험 테스트 완료’등 범위를 한정하여 표시 · 광고할 것을 권고함)	☐

- 포괄적 환경성 표시·광고는 그 자체로 해석 가능한 모든 경우에 항상 사실이어야 하며, 그렇지 않은 경우에는 그 내용을 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적으로 설명해야 함
- 포괄적 환경성 표시 · 광고는 제품이 가지고 있는 특정 환경성 개선 범주를 제한해야 하며 제품 전체에 대한 환경성을 주장한 것이 아님을 소비자가 알기 쉽게 표시 · 광고하여야 함(단, 특정 환경성 개선 범주는 자원순환성 향상, 에너지 절약, 지구 환경오염 감소, 지역 환경오염 감소, 유해물질 감소, 생활 환경오염 감소 및 소음진동 감소 등을 말함, 「환경성 표시 · 광고 관리제도에 관한 고시」 제6조제2항)
- 포괄적 환경성 표시·광고의 예시 : ‘친환경’, ‘무공해’, ‘무독성’ 등

2.포괄적 환경성 표시 · 광고(II)



"무독성, 유해물질 무함유"



무엇이 문제일까?

「어린이제품안전특별법」에 따른 유해화학물질 안전기준에 적합하다고 하여 모든 독성물질의 노출과 무관하거나 모든 독성물질을 포함하지 않는 것처럼 “무독성”, “유해물질 없는” 등을 주장하였음. 또한, 유해화학물질 검출시험 결과 특정 물질이 불검출된 사실을 지나치게 부풀려 모든 유해 물질이 없는 것처럼 표시·광고하는 경우 환경성 표시·광고 위반행위에 해당



어떻게 바꾸면 좋을까?

“어린이제품 안전특별법에 따른 안전기준 적합”, “어린이용품 안전기준 유해물질 불검출 제품” 또는 “○○시험방법(준용기준)에 따른 ◇◇◇(특정물질명) 불검출” 등 구체적 범위를 한정하여 사실 그대로 표시·광고하는 것이 바람직함



포괄적 환경성 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
해당 제품이 관련법률에 따라 의무적으로 준수하여야 하는 사항을 근거로 “친환경”, “무독성” 등 포괄적 환경성 주장을 하는 것이 아닌가?	☐
특정 유해 물질에 대해 범위를 한정하고 있는가?	☐

* 환경호르몬의 한 종류인 비스페놀 A 불검출을 근거로 모든 환경호르몬이 없는 것처럼 표시·광고하는 것은 부당함

* 프탈레이트는 종류가 매우 다양한데, 일부 프탈레이트계 가소제(DEHP, DBP, BBP 등) 불검출을 근거로 모든 프탈레이트가 없는 것(No Phthalate)처럼 표시·광고하는 것은 부당함

3. 환경성 마크에 관한 표현



- ✓ 친환경 인증마크 획득
- ✓ 한국아토피협회
- ✓ PEFC인증 펄프 사용
- ✓ 피부자극테스트 통과

“소중한 아이를 위한, 특별한 인증마크”



무엇이 문제일까?

- | 실제로 해당 인증기관에서는 광고 문구에서 말하고 있는 인증마크를 부여하지 않는데, 마치 해당 인증기관으로부터 인증마크를 부여 받은 것처럼 표시·광고하고 있어 부당함
- | 참고로, 공인기관 시험성적서를 가지고 인증을 획득한 것처럼 잘못 인용하는 경우에도 부당한 표시 · 광고에 해당됨



어떻게 바꾸면 좋을까?

- | (인증마크 획득 시) 인증기관의 명칭 및 해당 기관에서 정한 인증마크 도안을 정확히 표기해야 하며, 인증 받은 사유 및 범위에 한정하여 표시·광고하여 소비자 오인성이 없도록 해야함
- | (인증마크 미획득 시) 인증마크 사용 및 관련 표시·광고 문구를 사용할 수 없으며, 거짓으로 인증마크를 도용하여 표기한 경우에는 관련법에 따라 형사고발 될 수 있음



환경성 마크란?

- | ① 법정인증마크, ② 업계자율마크, ③ 기업자가마크로 분류
- | 이 중 법정인증마크와 업계자율마크는 제3자 인증마크로서 독립적인 인증기관(국가 또는 기관 · 단체)에서 제품의 환경성에 대해 평가 및 인증절차를 거쳐 일정한 평가기준을 충족시켰을 때 부여하는 인증마크임
- | 기업자가마크는 기업이 자발적으로 자사제품의 우수성을 어필하기 위해 자체적으로 디자인한 도안이나 마크를 말함



환경성 마크 사용 시 유의해야 하는 사항

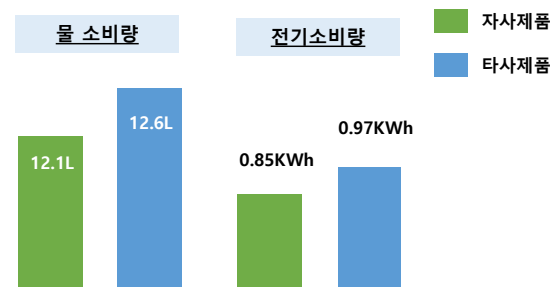
확인 내용		확인
제3자 인증 마크	실제로 제3자 기관에 의해 제품의 환경성과 관련된 인증을 받았는가?	☐
	해당 제품은 획득한 인증마크의 사용 기간(유효 기간) 내에 생산된 제품이 맞는가? (인증유효기간이 지난 인증마크는 도용 및 무단사용으로 처벌 대상임)	☐
	획득한 제3자 인증마크의 인증기관, 인증사유를 인증마크와 함께 사실대로 표시 · 광고 하고 있는가?	☐
기업 자가 마크	해당 자가마크 표시에 기업자가마크임을 구별하는 표시를 하였는가? (예시 : “해당마크는 당사의 엄격한 품질검증을 거친 제품에만 부여하는 자가마크입니다.” 등)	☐
	자가마크의 구체적인 범위 및 표시 요건을 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 명확하게 표시·광고하고 있는가?	☐
	표시·광고에 사용한 자가마크에 대해 자체적인 부여 기준, 검증의 투명성, 라벨 표시방법 등의 요건을 갖추고 있는가?	☐
	자가마크를 마치 국가나 기관 · 단체로부터 받은 제3자 인증마크와 유사하게 표시하여 소비자가 오인하게 하고 있지는 않는가?	☐

- 환경성 관련 마크를 표시 · 광고할 경우, 제조업자들은 인증 받은 환경성을 입증할 수 있는 객관적 · 과학적인 실증자료를 제시할 수 있어야 하며, 인증 받은 범위 이외의 사실에 대해 구체적인 근거 없이 소비자가 환경적인 이점이 있다고 오인할 가능성을 유발하는 표시 · 광고는 사용하지 않도록 해야 함
- 잘못 사용되는 제3자 인증 사례
ISO 14001 : 국제표준화기구(ISO)에서 제정한 환경경영시스템에 대한 국제 규격으로 조직의 친환경 경영에 대한 인증이며 제품의 환경성과 직접적인 연관은 없음
LOHAS(로하스) : LOHAS 인증은 민간 인증으로, 제품의 환경성에 관한 인증이 아니므로 본 인증에 대하여 마치 국가가 공인한 친환경 인증마크인 것처럼 광고할 경우 부당한 표시·광고에 해당됨
RoHS : 특정위험물질사용제한지침(Rstriction of Hazardous Substances), 폐 전기 · 전자제품의 재활용 및 처리를 원활하게 하기 위해 전기·전자제품에 특정 유해물질(납, 수은, 카드뮴, 6가크로뮴, PBB, PBDE 등)의 사용을 금지하는 EU의 지침으로서, 전기·전자제품에만 적용되며 그 외의 제품에는 해당되지 않음
HB마크 : 민간단체인 공기청정협회에서 건축자재로부터 방출되는 포알데하이드(HCHO) 및 휘발성유기화합물(VOCs)의 농도에 따라 등급을 부여하는 것으로서 ‘실내공기오염물질 저방출 건축자재’임을 인증하는 것인데, HB마크 인증 획득을 근거로 ‘무독성 건축자재’ 등으로 표시 · 광고하는 경우에는 부당한 표시 · 광고에 해당됨
- 인증마크 도안 사용 및 표기방법은 관련 법령 또는 해당 인증기관에서 정하는 지침에 따르며, 부정하게 인증마크를 사용 시 각 기관에서 실시하는 별도의 사후관리에 따라 인증취소, 형사고발 등 행정처분이 수반됨

4. 비교 표현



국내 최저 물소비량! 최저 전기 소모량!



“국내 최초! 친환경 식기세척기”



무엇이 문제일까?

❗ 객관적인 근거나 구체적인 비교기준·범위를 명시하지 않은 상태에서 배타성을 띤 절대적인 표현을 사용해 다른 제품보다 현저히 우량하거나 유리하다고 부당하게 비교하여 표기하고 있음



어떻게 바꾸면 좋을까?

❗ 기존 제품 또는 경쟁사 제품 대비인지 비교 대상을 명확히 제시하여 표기하고, 비교내용 및 기준이 무엇인지 구체적인 정보를 제공하는 것이 바람직함



부당비교란?

- ❗ 비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 않거나 객관적인 근거 없이 자기의 제품을 다른 제품과 비교하여 환경적으로 우량 또는 유리하다고 광고하는 행위
- ❗ 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현(최대, 최고, 최초 또는 유일 등)을 사용하여 광고하는 행위



비교 표현에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
비교의 내용, 근거, 비교 시점, 비교 방법 등 필요한 사항을 사실에 입각하여 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 명확하게 밝히고 있는가?	☐
비교의 근거, 비교 방법 등은 「환경기술 및 환경산업 지원법 시행령」 제22조의11에 따라 객관적·과학적으로 증명 가능한가?	☐
비교의 대상은 동일 또는 유사한 기능을 수행하는 적절한 제품인가?	☐
비교 대상 제품과 기능적으로 차이가 있을 경우, 구체적인 내용을 표기하고 있는가?	☐

- 비교의 대상은 동일 또는 유사한 기능을 수행하는 자신의 것 또는 다른 사업자의 것으로 하되, 기능의 차이가 있는 경우 이를 밝혀야 함

5. 인용 표현



시험성적서

항목	시험 결과	방법
⋮	⋮	⋮

000공인시험기관 인증

"요가 강사들이 선택하는 ○○○ 요가 매트,
000 공인시험기관 인증 획득으로 환경까지 생각합니다."

무엇이 문제일까?

000공인시험기관의 시험성적서는 시험한 결과를 표시한 것으로 공인시험기관으로부터 인증 받았음을 의미하는 것은 아님. 따라서 000공인시험기관에서 발급한 시험성적서를 부착하고 "공인시험기관 인증 획득"이라고 표기하는 것은 잘못된 인용으로 부당한 표시 · 광고에 해당함

어떻게 바꾸면 좋을까?

"공인시험기관 인증 획득"이라는 표시·광고를 삭제하고, "공인기관 시험분석결과 관련 기준에 적합" 등과 같이 사실 그대로 표시·광고하는 것이 바람직함

인용 표현이란?

국가, 공공기관, 국제환경표준규격 인증기관 등으로부터 받은 허가, 인증 및 기타 포상 경력, 공인시험기관 등에서 수행한 시험결과, 여론 또는 통계 등 조사기관의 조사결과, 제3자의 증언 또는 설명을 토대로 인용하여 표시 · 광고하는 것을 의미함

인용 표현의 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
수상·인증·선정·특허 등의 사실이 없음에도 불구하고 이러한 사실이 있는 것처럼 표시·광고하고 있지는 않는가??	☐
수상·인증·선정·특허 등의 획득 의미를 사실과 다르게 표시·광고하고 있지는 않는가?	☐
특정 부문에 한정되어 우수 또는 요건에 해당함을 인정받아 수상·인증·선정·특허 등을 받았음에도 다른 부문 또는 전체에 대해 수상·인증·선정·특허 등을 받은 것으로 표시·광고하고 있지는 않는가?	☐
수상·인증·선정 등의 사실을 객관적으로 인정된 것보다 높은 가치로 알리거나 격을 높여서 표시·광고하고 있지는 않는가?	☐
일정 기간의 수상·선정 사실을 가지고 그 이상의 기간 동안 수상·선정된 것처럼 표시·광고하고 있지는 않는가?	☐
인증마크 사용 기간이 만료되었음에도 불구하고 사용 기간이 만료된 마크를 계속 표시·광고하거나 특허 기간의 만료로 특허권이 소멸되었음에도 불구하고 특허 사실을 표시·광고하고 있지는 않는가?	☐

가장 많이 발견되는 오류

1. 공인시험기관의 시험성적서를 "인증서"로 잘못 이해하여 "인증 획득" 등 주장
2. 원료에 대한 시험 결과를 제품 전체인 것처럼 주장
3. 법적 의무기준을 준수한 시험결과를 근거로 "친환경" 등 환경성 주장
4. 기준치 불검출 혹은 기준치 적합을 근거로 "free" "zero" 등 무함유 주장

6. 무함유 표시 · 광고



시험성적서		
항목	법적 기준	결과
VOCs	50g/L	30g/L
⋮	⋮	⋮

“ZERO-VOCs인 친환경 페인트”



무엇이 문제일까?

위 광고에서 페인트의 시험성적서를 보면 휘발성유기화합물(VOCs)이 법적기준치를 넘지 않는 적합수준으로 검출되었는데, 이를 근거로 “ZERO-VOCs”, “친환경 페인트”라고 표기하여 광고하고 있음



어떻게 바꾸면 좋을까?

시험성적서 판정 결과 법적기준치를 초과하지 않았을 뿐, 실제로 휘발성유기화합물(VOCs)이 검출되었기 때문에 “ZERO-VOCs”, “VOCs-Free” 등과 같은 무함유를 주장하는 표현을 삭제해야 함
시험분석 결과를 사실 그대로 인용하여 “휘발성유기화합물(VOCs) 기준 적합”등으로 표시 · 광고하는 것이 바람직함



무함유 주장이 가능한 경우

‘~無, ~Free, ~Zero’ 등과 같은 무함유 주장은 특정 물질이 함유되지 않거나, 전혀 검출되지 않음을 의미함

※ 유의사항

- 주장이 문맥 그대로 사실일지라도, 잘못 해석되기 쉽거나 관련 사실의 생략으로 인한 오류가 생기지 않아야 함
- 제품의 범주와 전혀 관련 없는 성분의 부재나 특징을 근거로 마치 환경적 이점이 있는 것처럼 오인되지 않도록 해야 함

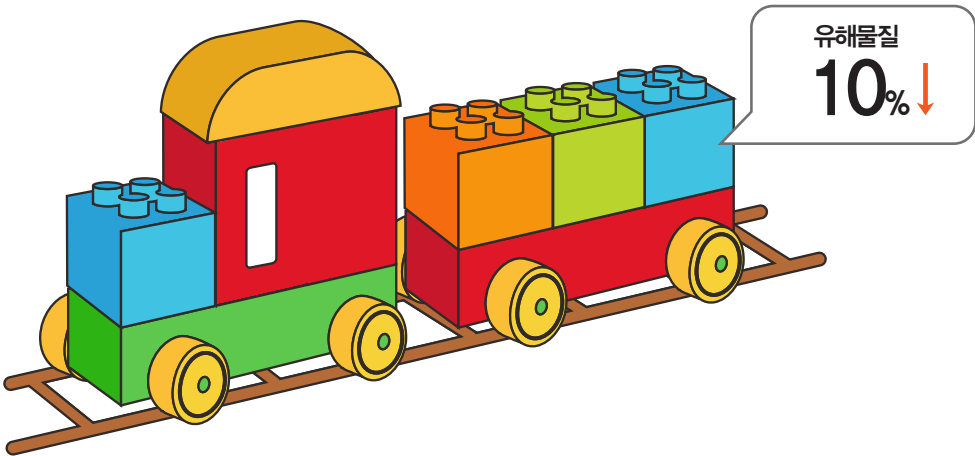


무함유 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
무함유로 표시·광고하는 물질이 실제로 들어있지 않거나, 전혀 검출되지 않으며, 이에 대한 시험결과 등 객관적 · 과학적인 근거를 갖추고 있는가?	☐
해당 물질이 법적기준치를 초과하지 않았음을 근거로 해당 물질을 함유하지 않았다고 잘못 표시·광고하고 있지는 않은가?	☐
해당 제품군과 연관이 없는 물질이어서 해당 제품에 함유·사용될 가능성이 없는 물질에 대해 무함유를 주장하여 마치 환경적 이점이 있는 것으로 과장하여 표시·광고하고 있지는 않은가?	☐
특정 물질에 대한 무함유 등의 표시 · 광고 내용이 사실이더라도 실제로는 해당 물질에 비해 동등 이상의 유해성을 초래하는 다른 물질이 함유 · 사용되어 있지는 않은가?	☐
무함유 등과 같은 표현을 사용하면서 해당 물질명을 구체적으로 명시하고 있는가?	☐

- ‘무’, ‘FREE’ 등을 주장할 수 없는 경우
 - 표시·광고하는 환경성이 사실이라 하더라도 제품이 동일하거나 유사한 정도의 환경적 위험을 초래하는 물질을 함유·사용하는 경우
 - 구체적인 성분명을 표시하지 않고 ‘환경호르몬 무함유’, ‘중금속 무함유’ 등과 같이 포괄적 환경성 표시 · 광고를 하는 경우

7. 물질 감축 표시 · 광고(1)



"본 제품은 환경 유해 물질을
10% 감축한 친환경 제품입니다."

무엇이 문제일까?

구체적인 유해물질의 명칭 및 감축에 대한 비교기준 없이 “유해물질 10% 감축”으로 표현할 경우 환경개선에 대한 자발성 및 정보제공의 완전성이 없어 부당한 표시 · 광고에 해당함

어떻게 바꾸면 좋을까?

감축 대상 유해물질이 구체적으로 어떤 물질이며, 기존 제품 대비인지 경쟁사에 대한 비교인지 구체적인 비교대상 및 기준을 명확히 제시해야 하며, 관련 법률 및 규정에 따라서 의무적으로 감축해야 하는 것이 아니라 자발적인 감축으로 인한 환경성 개선이어야 바람직한 표시 · 광고로 볼 수 있음

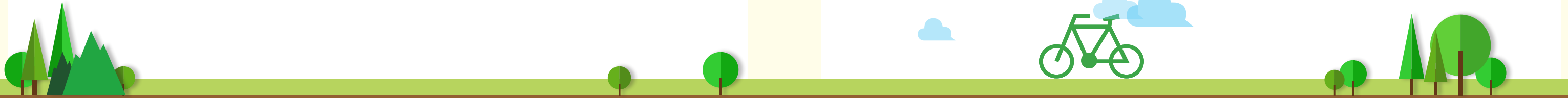
물질 감축이란?

- 유사 기능을 수행하는 자사의 기존 제품 또는 타사 제품과 비교했을 때 제품 · 포장재의 무게 · 부피를 줄였거나 제조 · 생산 과정에서 에너지소비 및 환경부하물질 등을 감축한 것을 말함
- 이때, 감축과 관련된 환경성 개선 사항이 법적 의무가 아닌 자발성에 근거해야 하며, 감축 수준이 통계적으로 유의미한 정도이고 환경성 개선의 상당성이 확보되어야 함

물질 감축 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
생산, 수송, 사용 및 폐기 등 제품의 전과정 단계 중 일부 단계에서의 감축을 다른 단계에서도 감축되는 것으로 잘못 표현하고 있지 않은가?	☐
관계 법령에 의하여 의무적으로 감축한 것을 근거로 “~감축”, “~절감”, “~감소”와 같은 표현을 사용하여 환경성을 주장하고 있지 않은가?	☐
감축 물질 및 감축량에 대해 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적으로 표시·광고하고 있는가?	☐

감축의 정도가 매우 적어 환경성 개선에 대한 상당성이 결여되거나 환경적 이점이 거의 없다면 물질 감축을 통한 환경성 관련 표시 · 광고는 부당함



8. 물질 감축 표시 · 광고(II)



"수질오염 없는 ○○○로
주방 위생은 물론 환경까지 건강하게!"

무엇이 문제일까?

세제를 사용하는 것 만으로도 수질오염이 발생하기 마련인데, 해당 주방세제는 수질오염을 일으키지 않는다고 표시 · 광고함으로써 해당 제품이 어떤 경우에도 환경오염으로부터 자유롭다고 소비자가 오인할 수 있어 부당한 표시 · 광고에 해당함

어떻게 바꾸면 좋을까?

“수질오염 없는”이라는 표현보다 “수질오염 저감에 기여한다”는 표현이 적합하며, 제품이 실질적으로 어떠한 부분에서 수질오염 저감에 기여하고 있는지에 대해 구체적으로 표기하는 것이 바람직함(예 : 생분해도가 우수한 계면활성제 사용으로 수질오염 저감에 기여)

물질 감축 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
환경오염 저감에 기여하는 구체적인 사유에 대해 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적으로 표시 · 광고하고 있는가?	☐
특정물질을 사용하지 않거나 그 사용량을 줄인 것을 근거로 수질오염 저감에 대해 주장한 경우 특정물질 이외의 수질오염 및 유해성을 유발할 수 있는 동등 이상의 물질이 제품에 함유 · 사용되고 있지는 않는가?	☐

- 환경오염 저감에 기여하는 정도가 매우 적어 환경성 개선에 대한 영향이 거의 없다면 수질오염 저감으로 표시 · 광고할 수 없음
- 특정물질을 사용하지 않거나 그 사용량을 줄인 것이 사실일지라도 수질오염 및 유해성을 유발할 수 있는 동등 이상의 다른 물질이 제품에 함유 · 사용되고 있다면 부당한 표시 · 광고에 해당됨



9. 원료의 환경적 속성 · 효능에 관한 표시 · 광고



"○○○의 어린이 식기는 자연에서 온 옥수수로 만듭니다."

무엇이 문제일까?

바이오매스 합성수지가 옥수수를 주원료로 만들었더라도 여러 단계의 화학적인 가공공정을 거쳐 화학적인 물성 및 구조가 변했으므로, 원료가 가지는 본래의 환경적 속성·효능을 간직하고 있다고 볼 수 없음. 따라서 마치 옥수수를 그대로 사용하여 만든 것처럼 표시·광고하는 것은 부당함

[바이오매스 물질이란]

지질 형성 또는 화석화 과정을 거치지 않은 생물 유기체(탄소원)* 자원을 가공/변형한 물질을 말함

*곡물, 감자류, 목본, 초본, 농업 부산물, 사탕수수, 사탕무, 동물 사체, 미생물 균체, 가축 분뇨 등

어떻게 바꾸면 좋을까?

바이오매스 합성수지*는 식물의 유기체를 사용하여 만들어 낸 것이므로 기존 석유자원을 이용하여 만든 일반 합성수지에 비해 이산화탄소 배출이 적어 기후변화 및 지구온난화 대응에 기여하는 환경적 이점이 있음

• 바이오매스 합성수지: 옥수수, 사탕수수 등의 탄소원 → 발효 → 에탄올 → 에틸렌 → 폴리에틸렌(PE)

• 일반 합성수지: 원유(석유) → 정제 → 에틸렌 → 폴리에틸렌(PE)

그렇기 때문에 바이오매스 합성수지가 가지는 본연의 환경성을 소비자에게 오인성 없이 명확하게 전달하여야 하며,

해당 제품이 옥수수 및 사탕수수 등 식물성 원료로 만들어 해당 성분 및 속성이 그대로 제품에 남아 있는 것처럼 표시·광고하는 것은 부당함

또한, 제품의 구성별(뚜껑, 몸체 등)로 사용된 원료 물질이 다를 경우 제품 전체가 바이오매스 물질로 만들어진 것으로 소비자가 오인하지 않도록 파트별로 재질을 구분하고 바이오매스 물질의 구성 함량을 구체적으로 표시 · 광고하는 것이 바람직함

원료의 환경적 속성 · 효능이란?

제품을 구성하는 일부 성분, 원료 및 자재 등이 가지는 환경적 특성 및 환경에 미치는 영향을 의미함

원료의 환경적 속성 · 효능에 관한 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
원료 및 제품의 환경적 속성이나 효능에 대한 근거를 뒷받침 하는 객관적 자료가 있는가?	☐
제품 일부 원료의 속성이나 효능에 관한 표시·광고를 할 때, 해당 성분에 대한 함유량과 효능 및 발현기간 등을 실증할 수 있는가?	☐
일부 원료에 대한 환경적 속성이나 효능을 제품 전체의 속성이나 효능인 것처럼 잘못 표시·광고하고 있지는 않은가?	☐
해당 원료를 사용했다는 것 외에 환경에 대한 유해성을 초래하는 인자(생산공정에서의 오염물질 배출, 유해물질 사용 등)가 존재하는지 여부 등 제품 전과정을 고려한 환경성 개선이 있는가?	☐

10. 탄소배출 표시 · 광고



환경부 CO₂ 인증마크 획득

“저탄소 00세탁기!! 친환경 00세탁기”

무엇이 문제일까?

- 해당 광고는 제품의 전 과정에 걸친 탄소배출량 정보를 공개한 환경성적표지(탄소발자국) 인증임에도 불구하고, “저탄소”, “친환경” 등과 같은 표현을 통해 마치 환경성 개선이 있는 것처럼 잘못 표시·광고함
- 환경성적표지(탄소발자국) 제도
 - 1단계 탄소배출량 인증 : 제품의 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 이산화탄소 배출량으로 환산하여 해당 제품의 탄소배출량 정보를 정량적으로 표시한 인증
 - 2단계 저탄소제품 인증 : 생산과정을 개선하는 등 저탄소 기술을 적용하여 온실가스 배출량을 감축하여 1단계 대비 저감된 탄소배출량을 표시한 인증

어떻게 바꾸면 좋을까?

환경성적표지(탄소발자국) 중 탄소배출량 정보를 표시하는 1단계 인증을 받은 경우 “저탄소” 등과 같은 환경성 개선의 표현은 사용할 수 없으며, 2단계인 저탄소제품 인증을 받은 경우에는 탄소배출 저감량 등 관련 정보를 구체적으로 제시하여 소비자 오인성이 없도록 표시 · 광고하는 것이 바람직함

탄소배출량이란?

제품의 원료채취, 생산, 수송 · 유통, 사용, 폐기 등 전 과정에서 발생하는 온실가스 발생량을 이산화탄소 배출량으로 환산한 것을 말함
* 탄소배출량은 전과정평가(Life cycle assessment, LCA) 방법론에 따라 적법하게 계산되어야 함

탄소배출량 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
제품 전과정에 대한 과학적·계량적인 방법에 따른 탄소배출량 산정 등 구체적인 근거 제시 없이 제품의 사용만으로 탄소배출이 감소하는 것처럼 소비자에게 오인성 있는 표시 · 광고를 하고 있지는 않은가?	☐
탄소배출량 및 감축량 계산 시, 제품의 전 과정에 대해 탄소성적표지 작성 지침 또는 저탄소제품 인증 지침 등 과학적·계량적인 방법에 따라 계산하였는가?	☐
탄소배출 관련 환경성 표시·광고 시, 탄소배출량에 관한 것인지 탄소감축량에 관한 것인지 정확히 구분하여 사용하고 있는가?	☐
1단계 탄소배출량 인증을 2단계 저탄소제품 인증인 것처럼 잘못 표시·광고하고 있지는 않은가?	☐

- 탄소배출량은 전과정(생산·유통·사용·폐기)에 걸친 탄소배출량 정보로써 과학적·계량적인 방법으로 계산한 결과이어야 함
- 실제 탄소배출 감축 및 탄소 상쇄는 매우 복잡하므로 부당한 표시·광고를 하지 않기 위해서는 환경부의 저탄소제품인증과 같은 전문적이고 신뢰할 수 있는 기관을 통하여 감축분을 산정할 것을 권장함

11. 재활용 표시 · 광고



구분	원료사용내역서 사용률	
	Before	After
재생지 사용률 (중량대비)	3%	6%
⋮	⋮	⋮

“OOO는 재생지를 2배 더 사용하여
만든 제품입니다.”

무엇이 문제일까?

재생지 사용률이 3%에서 6%로 소폭 증가했음에도 불구하고 기존제품 대비 2배로 재생지 사용을 증가시켰다고 표시 · 광고한 것으로 마치 유효자원 절약에 상당히 기여하는 것처럼 소비자를 오인시킬 수 있음

어떻게 바꾸면 좋을까?

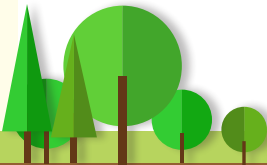
환경성 개선의 상당성 원칙에 따라 환경성을 개선하여 환경적인 이점이 있다고 주장하기 위해서는 통계적으로 유의미한 수준으로 개선되어야 함
적어도 재생지 사용률이 기존 20%에서 40%로 기존제품 대비 2배 증가되어 실질적으로 재생지 사용에 있어 상당성있는 개선 사항을 가지고 표시 · 광고하는 것이 바람직함

재활용 성분 표시 · 광고란?

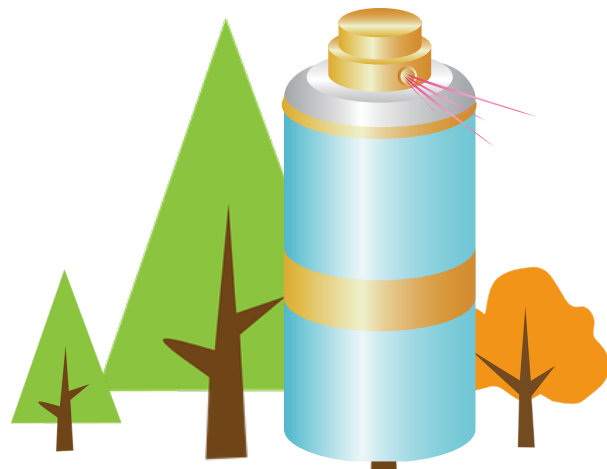
제품이나 포장재가 재활용 원료를 사용했거나, 재활용된 부품 및 성분을 포함하여 만들어졌음을 표시·광고함으로써 유효자원 재활용 및 절약에 대한 환경적 이점을 표시 · 광고하는 것을 의미함

재활용 성분 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
재활용된 물질의 함량을 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 명확하게 밝히고 있는가?	☐
제품에 사용된 재활용 원료 사용률이 환경성 개선의 상당성 원칙에 따라 환경성을 개선하여 환경적인 이점이 있다고 주장할 수 있는 통계적으로 유의미한 수준인가?	☐



12. 오존층에 관한 표시 · 광고



“프레온가스를 사용하지 않은
친환경 스프레이”



무엇이 문제일까?

- | 프레온가스(CFC)는 오존층을 파괴하는 물질로 분류되어 우리나라에서는 2010년 이후 사용이 금지되었음. 위 광고에서는 법적으로 금지된 프레온가스를 사용하지 않는 것을 마치 친환경 제품인 것처럼 광고하고 있음
- | 관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로 자발적으로 환경성을 개선한 것처럼 표시 · 광고하는 것은 부당함



어떻게 바꾸면 좋을까?

- | 프레온가스는 이미 의무적으로 사용이 금지된 물질이기 때문에 프레온가스를 사용하지 않는 것은 환경성 개선의 자발성이 없으므로 ‘친환경’문구를 삭제하는 것이 바람직함



오존의 영향

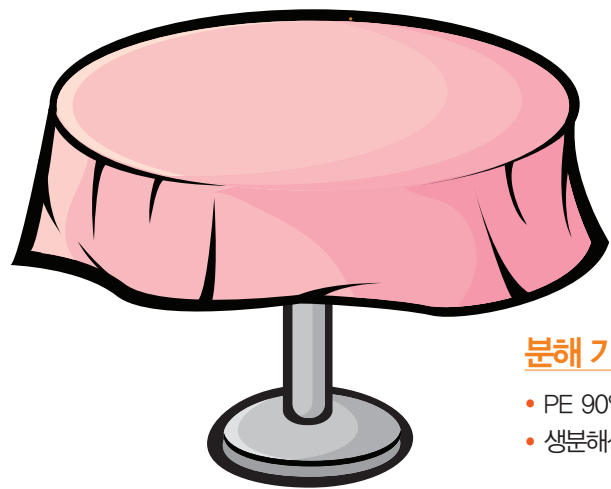
- | 성층권에서 생성된 오존은 유해 자외선을 95~99% 정도 흡수하여 지구상의 인간과 동식물의 생명을 보호하는 좋은 오존의 역할을 하나, 대류권에서 생성되는 오존은 호흡기 및 감각기관 등 인체 피해를 주고 식물의 잎을 손상시켜 농작물에 악영향을 미치는 나쁜 오존의 역할을 함
- | 「오존층 파괴물질에 관한 몬트리올 의정서」에 따라 우리나라는 염화불화탄소(CFC, 일명 프레온가스)를 포함한 오존층 파괴물질을 규제하고 있음
 - * 「오존층 보호를 위한 특정물질의 제조규제 등에 관한 법률 시행령」 별표1
- | 대류권 내 오존은 다른 대기오염물질과는 달리 배출원에서 대기중으로 직접 배출되는 것이 아니라 오존전구물질(휘발성유기화합물, 질소산화물 등)이 태양광선(자외선)에 의해 광화학 반응을 일으켜 생성됨



오존층에 관한 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
오존층 파괴물질을 다른 물질로 대체하여 사용하는 경우 대체물질이 오존층 파괴에 미치는 영향이 적을지라도 광화학 반응 등 다른 대기오염에 영향을 미치지 않는가?	☐
법적의무 준수를 위해 오존층 파괴물질을 사용하지 않은 것을 근거로 오존층 비파괴 · 친화 등과 같이 환경성 표시 · 광고를 하고 있지는 않는가?	☐

13. 분해성에 관한 표시 · 광고



분해 가능한 원료 사용!!

- PE 90%
- 생분해성 원료 10%

“생분해성 친환경 식탁보”

무엇이 문제일까?

- | 폴리에틸렌(PE)은 자연에서 분해되기 어려우며 생분해성 원료가 일부 포함되어 있더라도 해당 제품의 분해 조건, 시간, 비용 등 분해능력을 객관적·과학적으로 증명할 수 없음에도 불구하고 생분해된다고 표시·광고하는 것은 부당함
- | 또한, 생분해성 수지 이외 일반 합성수지가 혼합된 제품의 경우 현행 법령 상 생분해성 제품으로 인정하지 않음

어떻게 바꾸면 좋을까?

- | 일반 합성수지가 함유된 제품을 생분해성 제품으로 표시 · 광고해서는 안되며, 관련 법령 및 규정에서 정하거나 학계 등에서 일반적으로 인정되는 방법으로 생분해도에 대해 객관적 · 과학적으로 실증하지 못할 경우 생분해성이 있는 것으로 표시 · 광고할 수 없음

생분해성이란?

- | 사용 후 매립 등 퇴비화 조건에서 자연계에 존재하는 미생물에 의하여 분해되는 성질
- | 제품 및 제품을 구성하는 수지에 대하여 관련 국가표준에 따라 180일 이내의 기간 동안 배양하여 측정된 최종 생분해도 값이 표준물질에 대한 최종 생분해도 값의 90% 이상이어야 생분해성이 있다고 판단함(자세한 사항은 환경부 고시 환경표지 대상제품 및 인증기준 EL724에 따름)

생분해성 수지 제품이란?

- | 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제17조에 따라 환경표지 인증을 받았거나 대상제품별 인증기준에 맞는 제품으로서 환경부령으로 정하는 제품(「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」제2조제16호)
- | 생분해성 수지 제품은 제품의 구성 재료 가운데 수지는 생분해성 수지만을 사용하여야 하며, 이때 수지 내에 함유된 무기첨가제와 유기첨가제(안정제, 계면활성제, 안료 등)는 생분해성 수지로 봄(환경표지 대상제품 및 인증기준 EL724 4.2)

분해 가능성 표시 · 광고에서 유의해야 하는 사항

확인 내용	확인
광분해, 산화분해 등 기타 다른 분해성을 생분해성으로 잘못 표시 · 광고하고 있지는 않는가?	☐
제품이 가지는 분해성에 대하여 통상 처리되는 환경에서 분해되는 능력 및 분해비용 등을 객관적 · 과학적인 방법으로 실증할 수 있는가?	☐
제품의 분해능력 및 분해비용 등 필요한 조건에 대하여 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 명확하게 밝히고 있는가?	☐
유해한 물질을 함유하거나 배출함에도 불구하고 제품의 분해성만 근거로 친환경으로 표시 · 광고 하고 있지는 않는가?	☐
제품 전체 중 일부 분해 가능 원료를 포함하는 경우, 구체적인 함유량을 표시·광고하고 있는가?	☐

- 고온 · 고압 등의 특수한 환경 및 조건에서만 분해되는 것을 근거로 분해성에 대해 환경적인 이점이 있는 것처럼 표시 · 광고하는 것은 부당함
- 나무젓가락 등 고체 폐기물로 분류되는 일반적 제품이 짧은 기간에 자연적으로 완전히 분해되지 않음에도 불구하고 제품 자체 또는 구성 원료의 일반적인 분해 가능 속성을 근거로 분해성이 있어 환경적인 이점이 있는 것처럼 표시 · 광고하는 것은 부당함

Question
1

생분해성 합성수지(PLA)의
분해성을 근거로 싱크대 거름망에
‘음식물과 함께 배출, 자연분해’
표현 가능할까요?



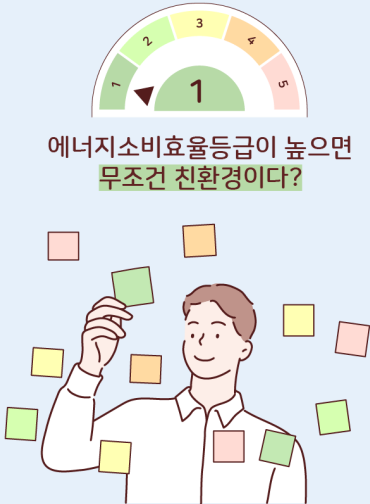
Question
2

특허를 받았다는
사실과 특허 명칭을
근거로 ‘친환경’ 주장
가능할까요?



Question
3

에너지소비효율등급
1~2등급을 부여받은 제품에
‘친환경 인증’ 표현
사용해도 될까요?



‘에너지소비효율등급’
다들 한 번쯤은 봤을 텐데요!
에너지 소비효율등급 1, 2등급 제품이
과연 친환경인증 제품일까요?



에너지효율등급표시는
동종의 제품보다 사용단계에서 발생하는
에너지 소비량이 적은 제품의 효율에 따라
등급을 부여하는 제도로
친환경 인증과 무관합니다



Question
4

합성수지 원료에
무기질을 섞었다는 사실만으로
‘친환경’ 주장 가능할까요?



플라스틱에 무기질을 첨가한
친환경 신소재!



플라스틱 함유량을 줄였다고
무조건 환경에 좋은 걸까요?

No!



오히려 합성수지에 타 재질이 섞이면
재활용이 더 어려워져 환경에 악영향을 줄 수 있습니다



Question

5

환경성 개선 없이
일회용품에 ‘친환경’
주장 가능할까요?



잡아라!
이름만 친환경!



우리 주변에는 일회용품이지만 친환경이라고
표시·광고한 제품들을 쉽게 찾아볼 수 있는데요.

근데 진짜 이름대로 친환경 제품일까요?



제품을 구매 전에
이것만 기억하세요!

일회용품임에도 불구하고
환경호르몬이 검출되지 않는
PP소재를 사용했다는 이유로
“친환경”을 주장할 순 없습니다.



KEITI

Question

6

칫솔대의 생분해성만을 근거로
칫솔(완제품)을 생분해성으로
표시 · 광고해도 될까요?



100% 생분해 칫솔
과연 모두 생분해되는 게 맞을까요?



칫솔대만 생분해되는 성분인데,
칫솔모를 포함한 전체 제품이 생분해되는 것으로
표시·광고하는 것은 잘못된 표현입니다!



분해성에 관한 주장은 제품, 포장, 원료 등
제품을 구성하는 성분 중 적용대상이
명확히 드러나야 합니다.



KEITI

Question

7

관련 법률에 따라
의무적으로 준수하는 사항을
환경적으로 우수한 것처럼
표시 · 광고해도 될까요?



KC마크와 함께 쓰이는
인체 무해, 무독성,
친환경 표현을 주의 깊게
살펴봐 주세요!



KC마크는 해당 법률에 따라
의무적으로 준수해야 하는 사항으로
제품이 환경적으로 우수한 것처럼
인체 무해, 무독성, 친환경의 근거로
쓰일 수 없습니다.



KEITI

Question

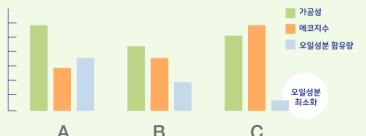
8

구체적인 비교 내용 또는 기준 없이
제품의 환경(에코)지수 등
그래프로 비교,
올바른 표시 · 광고일까요?



에코지수100...

대체 정체가 뭔가요?



위 그래프는 그럴듯한 자료를 제시하는 것 같지만
자세히 보면 환경성 정보를 구체적으로 표기하지 않거나
환경성 정보의 전부, 일부를 누락시키거나 은폐, 축소해
소비자들이 제품에 대해 오인할 가능성이 있습니다.



소비자에게
제품의 환경성 정보를 제공할 때는
비교 대상이나 기준을 정확히 명시한
내용을 담아야 합니다.



KEITI

Question

9

자사의 제품만이
‘친환경’, ‘무공해’ 제품인 것처럼
타사 제품을 비방하는
표시 · 광고 가능할까요?



멈춰! 타사 제품 비방



자사 제품의 홍보를 위해
타사 제품의 단점을 부각시켜
해당 제품이 실제보다
현저히 열등하다는 인식을 주는 것은
소비자의 오인을 불러일으킬 수 있습니다.

BAD

GOOD



Question

10

특정 유해물질에 대한
시험결과만으로
“무독성”, “유해물질 없는” 표현
사용 해도 될까요?



무독성,
환경호르몬 FREE,
유해물질 zero?



특정 유해 물질이 없다고
모든 유해 물질이 없는 건 아니랍니다!

대표적인 예로 유아 완구에
특정 유해 물질이 없는 제품이라도,
모든 유해 물질이 없는 건 아니기에
‘기만’ 행위라고 볼 수 있어요!



X

무독성
환경호르몬 FREE
유해물질 zero

O

000 불검출
000 기준치 적합

특정 유해 물질 성분을 구체적으로 표기해야 합니다.



KEITI

Question
11

일부 자재 · 원료의 환경성 개선을
근거로 제품 전체가
‘친환경’ 제품인 것처럼
표시 · 광고 가능할까요?



식물 소재 펄프를 사용해서
친환경 기저귀다?

식물 유래 소재(펄프)를 안감과 같이 제품 일부에만
사용한 것을 근거로 기저귀 제품 전체가
식물 유래 소재로 만든 제품인 것처럼
식물 소재 “친환경 제품”으로 표시할 순 없습니다.

펄프와 같이 일부 원료에만
포함된 환경적 속성을
제품 전체인 것처럼
과장해서는 안 돼요!



Question
12

안전확인대상 생활화학제품
승인받은 제품을
환경부 인증받은 친환경 제품으로
표시 · 광고 가능할까요?



진짜일까요?

환경부에서
발급받은 것은
‘화학제품안전법’에
따른 생활화학제품
적합 신고 증명서,
**표시·광고는
‘환경부 인증’,
‘친환경’ 제품?**

환경부의 안전기준
적합 확인 신고 증명서
발급받았다고 해서
**친환경 인증을
받은 것은 아닙니다!**



환경성 표시 · 광고 셀프 체크리스트

모든 문항에 체크가 되어야 부당한 표시 · 광고가 아니며, 체크하지 못한 사항에 대해서는 「환경성 표시 · 광고 관리제도에 관한 고시」(환경부고시 제2019-24호)를 참고하여 보완하시기 바랍니다.

1	제품이 지니고 있는 주요 환경 영향에 대해 분명히 이해하고 있는가?	☐
2	환경성 표시 · 광고가 이러한 환경 영향 및 당신의 기업과 소비자 이익에 부합하는가?	☐
3	이미 발생한 것이나 법률상 의무적인 것 외에도 추가적인 환경적 이점이 있는가?	☐
4	타사의 표시 · 광고와 비교한다면 그 비교는 공정하고 합리적인가?	☐
5	표시 · 광고의 내용이 제품에 대한 것인지, 포장에 대한 것인지, 제품 일부에 대한 것인지를 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적으로 밝히고 있는가?	☐
6	표시 · 광고하는 내용이 제품의 용도 또는 특성에 직접적 · 간접적으로 관련이 있는 내용인가?	☐
7	표시 · 광고하는 환경적 이점의 범위와 실제로 발생할 수 있는 환경영향에 대해 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 구체적이고 정확하게 표현하고 있는가?	☐
8	표시 · 광고하는 환경성 주장의 범위와 한계가 명확한가?	☐
9	모호하거나 애매하지 않은 쉬운 언어를 사용하고 있는가? 또는 오인될 수 있는 표현이 있지는 않은가?	☐
10	환경성 표시 · 광고를 뒷받침하는 정보의 양과 종류가 분명하고 적절한가?	☐
11	사용된 이미지(기호, 사진 라벨 등)는 적절하고 소비자가 오인할 소지가 없는가?	☐
12	표시 · 광고하는 내용을 뒷받침하는 증거가 분명하고 탄탄하며, 불분명한 부분 없이 최적의 방식을 통해 검증되었는가?	☐
13	앞으로의 환경 행위에 대한 주장이 증거와 행위로 입증될 수 있는가?	☐
14	주장을 입증하는 정보가 현재 대중에 공개되어 있지 않으나, 향후에 규제 부처 등으로부터 타당한 요청이 있을 시 공개할 수 있는가?	☐

환경성 표시 · 광고 관리제도에 관한 고시

[시행 2019.1.22.] [환경부고시 제2019-24호, 2019.1.22., 일부개정]

환경부(녹색산업혁신과), 044-201-6711

제1장 총칙

제1조(목적)

이 고시는 「환경기술 및 환경산업 지원법」(이하 “법”이라 한다) 제16조의10부터 제16조의14, 제31조, 같은 법 시행령(이하 “령”이라 한다) 제22조의10부터 제22조의15 및 같은 법 시행규칙(이하 “규칙”이라 한다) 제33조의16 규정에 의거하여 부당한 환경성 표시 · 광고 판단기준, 과징금, 사전 검토 등에 관한 세부사항을 정함으로써 환경성 표시 · 광고 관리제도의 투명성 및 효율성을 제고하는데 그 목적이 있다.

제2조(적용범위 및 다른 법령과의 관계)

「환경기술 및 환경산업 지원법」에서 정한 제품의 환경성과 관련하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 환경성 표시 · 광고에 대하여 적용한다. 또한 동 고시에서 규정하고 있지 아니한 사항은 「위해우려제품 지정 및 안전 · 표시기준」, 「환경 관련 표시 · 광고에 관한 심사지침」 등 타법에서 규정하고 있는 바에 따른다.

제3조(용어의 정의)

이 고시에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1. “제조업자”란 제품 또는 부품의 제조 · 가공 또는 수입을 업으로 하는 자를 말한다.
2. “제조판매업자”란 제품을 제조(위탁 제조를 포함한다)하여 유통 · 판매하거나 수입대행형 거래를 목적으로 알선 · 수여하는 자를 말한다.
3. “판매업자”란 제품 또는 부품을 유통 · 판매하거나 수입대행형 거래를 목적으로 알선 · 수여하는 자를 말한다.
4. “제3자 인증”이란 제조업자등의 제품의 환경성을 평가하고 인증할만한 역량을 갖춘 전문기관이 제조업자등으로부터 독립적인 지위에서 제품의 환경성이 일정한

평가기준을 충족시켰다고 인증하는 절차를 말한다.

5. “표시”란 법 제2조제6호에 따른 표시를 말한다.
6. “광고”란 법 제2조제7호에 따른 광고를 말한다.
7. “전과정”이란 제품의 원료획득, 생산, 유통, 소비 및 폐기에 이르는 모든 단계를 말한다.
8. “제품의 환경성(이하 “환경성”이라 한다)”이란 법 제2조제5호에 따른 제품의 환경성을 말한다.
9. “친환경제품”이란 같은 용도의 다른 제품에 비하여 환경성을 개선한 제품을 말한다.
10. “환경성 관련 표시·광고(이하 “환경성 표시·광고”라 한다)”란 제조업자등이 환경성에 관한 서술문과 심벌, 도표 등을 포함한 자기 선언을 통해 주장하는 표시 및 광고를 말한다.
11. “분해성”이란 제품이나 포장재를 구성하는 한 종류의 물질에 대하여 특정한 조건이 주어질 경우 일정 시간 내에 일정한 한도로 두 가지 이상의 간단한 물질로 변화되는 성질을 말한다.
12. “바이오매스(biomass)”란 지하 또는 지상에서 태양에너지를 받은 식물과 미생물의 광합성에 의하여 생성되는 식물체, 균체와 이를 먹고 살아가는 동물체를 포함하는 생물유기물을 말한다. 다만, 지층에 묻힌 물질, 화석화된 물질 및 토탄은 제외한다.
13. “실증”이란 표시·광고에서 주장하는 내용이 사실임을 객관적인 근거 및 자료 등을 통하여 증명하는 것을 말한다.
14. “실증자료”란 법 제16조의11제2항에 따른 관련 자료로서 표시·광고에서 주장한 내용이 사실임을 증명하기 위하여 작성된 자료를 말한다.

제2장 환경성 표시·광고의 기본원칙

제4조(제조업자등의 책무)

제조업자, 제조판매업자 및 판매업자(이하 “제조업자등”이라 한다)는 공급하고자 하는 제품이 갖는 환경적 속성 또는 효능을 표시·광고함에 있어 소비자가 쉽게 이해하여 환경적 속성 또는 효능에 관하여 오인하거나 피해를 입지 아니하고 합리적으로 제품을

선택하여 사용할 수 있도록 근거를 제시할 수 있어야 하고, 경쟁사업자 사이에 공정한 경쟁 질서를 준수함으로써 환경성 개선 제품이 그렇지 아니한 제품보다 우선적으로 선택되고, 궁극적으로 환경보전에 기여하도록 하여야 한다.

제5조(환경성 표시·광고의 기본원칙)

제조업자등이 환경성 표시·광고를 할 때에 지켜야 할 기본원칙은 다음 각 호와 같다.

1. 진실성 : 표시·광고의 내용과 표현 및 방법이 사실에 근거하고 명료·정확하여 직접적 또는 간접적으로 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 한다.
2. 표현의 명확성 : 문구·도안·색상의 위치와 크기 등 내용과 표현 및 방법이 정확하고 명료하여야 하며, 그러한 내용 등이 직접적 또는 간접적으로 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 한다.
3. 대상의 구체성 : 표시·광고의 대상이 제품 및 포장의 전부 또는 일부 중 어느 부분에 관한 것인지 명확히 인식할 수 있어야 한다.
4. 환경성 개선의 상당성 : 환경성 표시·광고 내용이 실제로 개선한 정도보다 과장하여 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없어야 하며, 환경성 개선의 정도에 대하여 통계적으로 유의미한 구체적 근거를 제시할 수 있어야 한다.
5. 환경성 개선의 자발성 : 관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로 자발적으로 환경성을 개선한 것처럼 표시·광고하지 아니하여야 한다.
6. 정보의 완전성 : 환경성 정보 중 소비자의 구매요인이 되는 중요한 정보를 누락·은폐 또는 축소함으로써 직접적 또는 간접적으로 소비자를 오인시킬 우려가 없어야 한다.
7. 제품과의 관련성 : 표시·광고가 제품의 재질, 속성, 용도와 직접적으로 관련이 되어 있어야 하며, 발생할 가능성이 없는 환경부하(負荷)에 대한 개선에 관하여 직접적 또는 간접적으로 소비자를 오인시킬 우려가 없어야 한다.
8. 실증 가능성 : 제조업자등은 표시·광고를 정확하고 재현 가능한 최신의 객관적·과학적인 근거로 실증할 수 있어야 한다.

제6조(포괄적 환경성 표현)

- ① 제조업자등은 포괄적인 환경성 용어 및 표현(“친환경제품”, “친환경”, “무독성”, “무공해” 등)을 통해 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(이하 “소비자 오인성”이라 한다)가 없도록 표시·광고하여야 한다. 이 때 소비자 오인성은 보통의 주의력을 가진 일반적인 소비자가 해당 표시·광고를 통해 받는 전체적이고

궁극적인 인식·인지 내용을 기준으로 판단한다.

- ② 포괄적인 환경성 용어 및 표현을 할 때에는 제품의 환경성 개선에 대해 소비자가 해당 제품이 가지고 있는 각각의 환경적인 속성 및 효능들을 이해할 수 있도록 구체적인 근거 및 범주를 한정하여 표시·광고하여야 한다. 이 때 제품표면, 포장 등 표시·광고를 할 수 있는 공간에 물리적인 제약이 현저하다고 인정되는 경우는 예외로 한다. 다만, 이 경우에도 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 제품 관련 홈페이지, 제품설명서 등 공간적 제약이 덜한 곳에 구체적인 근거 및 범주를 한정하여 제시하여야 한다. 환경성 개선의 범주는 다음 각 호의 경우를 말한다.

1. 자원 절약, 물 절약, 재활용성 향상, 유효자원 재활용 등의 환경성을 개선한 자원순환성 향상
2. 에너지 사용 절약, 재생에너지 사용 등의 환경성을 개선한 에너지 절약
3. 온실가스 배출 감소, 오존층파괴물질 배출 감소 등의 환경성을 개선한 지구 환경오염 감소
4. 대기 오염물질 배출 감소, 수계 오염물질 배출 감소, 토양 오염물질 배출 감소, 폐기물 발생 감소, 생분해 등의 환경성을 개선한 지역 환경오염 감소
5. 유해물질 사용 감소, 인체 유해물질 노출 감소 등의 환경성을 개선한 유해물질 감소
6. 실내 공기오염물질 배출 감소, 빛공해 감소 등의 환경성을 개선한 생활 환경오염 감소
7. 저소음, 진동 감소 등의 환경성을 개선한 소음·진동 감소

- ③ “무공해”, “무독성” 등의 절대적 표현은 표현자체에 의하여 그 제품이 모든 경우에 있어 환경오염과 전혀 무관하다고 소비자가 인식할 수 있으므로 구체적 근거 또는 설명을 포함하거나 구체적인 범위를 한정하여 표시·광고하여야 한다.

제3장 부당한 표시·광고 세부유형에 관한 사항 및 판단세칙

제7조(부당한 표시·광고 세부유형의 적용)

- ① 영 별표 2의2에 따른 세부유형과 관련하여 다음 각 호의 행위는 거짓·과장의 표시·광고에 해당하여 법 제16조의10제1항, 영 제22조의10 및 별표2의2에 따른 부당한 표시·광고 행위(이하 “부당한 표시·광고”라 한다)로 본다.

1. 실제 환경성 개선효과가 거의 없음에도 불구하고 환경성 개선효과가 있는 것으로

표시·광고하는 행위

2. 수상·인증·선정·특허 등의 획득 사실이 없음에도 획득한 것처럼 또는 사실과 다르게 과장하는 행위
3. 인증마크를 무단으로 사용하거나 획득 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
4. 표시·광고 대상제품과 관련성이 없는 기업인증, 경영인증 등을 해당제품과 관련된 인증으로 표시·광고하는 행위

- ② 영 별표 2의2에 따른 세부유형과 관련하여 다음 각 호의 행위는 기만적인 표시·광고에 해당하여 부당한 표시·광고로 본다.

1. 환경성 정보가 제품 또는 포장재 중 구체적으로 어디에 관한 것인지 표기하지 않거나 환경성에 대한 정보의 전부 또는 일부를 누락, 은폐, 축소시키는 행위
2. 해당 제품에 포함될 가능성이 거의 없는 성분·특성이 존재하지 않는 점을 들어 환경성 개선 등으로 표시·광고하는 행위
3. 관련 법률에 따라 의무적으로 준수하는 사항을 환경성 개선 등으로 표시·광고하는 행위
4. 기업자가마크를 법정인증마크 또는 업계자율마크와 유사하게 디자인하여 오인될 소지가 있도록 표시·광고하는 행위
5. 제품을 구성하는 일부 자재·원료의 환경성이 개선되었더라도 제품 전체의 환경성이 개선되지 않은 경우, 일부 자재·원료의 환경성 개선을 근거로 제품 전체의 환경성이 개선된 것으로 표시·광고하는 행위 등

- ③ 영 별표 2의2에 따른 세부유형과 관련하여 다음 각 호의 행위는 부당하게 비교하는 표시·광고에 해당하여 부당한 표시·광고로 본다.

1. 비교 대상에 대한 구체적인 설명이 없거나 비교 대상과 동일한 조건하에서 비교하지 않고 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
2. 소비자 선택에 중대한 영향을 미치는 기준임에도 불구하고 구체적인 비교 내용 또는 기준을 명시하지 않아 소비자를 속이거나 잘못 알게 할 우려가 있는 행위
3. 제조업자등이 공급하는 제품이 경쟁사의 제품보다 현저히 우량 또는 유리하다고 나타내기 위하여 구체적인 범위를 명시하지 않거나 객관적 근거 없이 “최대”, “최초” 또는 “유일” 등 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하는 행위 등
4. 그 밖에 사실과 다른 내용 등을 통해 소비자 오인성을 유발하는 행위 등

- ④ 영 별표 2의2에 따른 세부유형과 관련하여 다음 각 호의 행위는 비방적인

표시·광고에 해당하여 부당한 표시·광고로 본다.

1. 구체적인 비교 기준 근거를 제시하지 않은 채 타사 제품에 관하여 비방하는 행위
2. 타사 제품의 단점을 부각시켜 실제보다 현저히 열등하거나 불리한 것처럼 소비자가 오인할 수 있도록 비방하는 행위
3. 타사 제품에 대한 환경성 정보를 은폐, 누락, 축소시켜 비방하는 행위 등

제8조(환경성 관련 마크)

① 환경성 관련 마크는 다음 각 호와 같이 구분한다.

1. 법정인증마크 : 법 제17조에 따른 환경표지, 법 제18조에 따른 환경성적표지 등 관련법령에 근거하여 인증된 환경성 관련 마크를 말하며 표기 방식은 관련법령에서 제시하고 있는 방식에 따른다.
2. 업계자율마크 : 한국표준협회의 로하스마크, 한국능률협회의 웰빙마크, 한국의류시험연구원의 Eco-Quality(EQ)마크 등 법적 근거 없이 업계 자체적으로 제품의 품질 및 환경성에 대한 평가절차와 인증과정을 거쳐 그 우수성이 인정된 경우 부여하는 마크를 말한다.
3. 기업자가마크 : 제조업자등의 자발적 의사에 따라 제품의 환경성 정보 등 자사제품의 우수성을 부각하기 위하여 자체 디자인한 도안이나 마크를 말한다.

② 제품의 제조일을 기준으로 사용 기간이 만료된 법정인증마크 또는 업계자율마크를 사용하여 표시·광고하여서는 아니 된다.

③ 다음 각 호의 경우 부당한 표시·광고에 해당한다.

1. 환경성 관련 마크를 사용하면서 인증 받은 환경성을 실증할 수 있는 구체적 근거를 제시하지 아니하거나 인증 받은 범위 이외의 사실에 대하여 구체적인 근거 없이 소비자가 환경성이 개선되었다고 오인할 가능성을 유발하는 표현을 사용하는 경우
2. 업계자율마크를 법정인증마크 등과 유사하게 도안 또는 표기하면서 인증기관 등을 밝히지 않는 경우
3. 기업자가마크를 통해 환경성 정보를 전달할 때, 해당 정보에 대한 객관적인 기준과 검증방법을 제시할 수 없는 경우(단, 소비자가 제품 정보를 쉽게 인식하게 하기 위한 통상적인 도안으로 판단되는 경우에는 제외한다)

4. 기업자가마크를 사용하면서 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 일반적인 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳에 기업자가마크임을 명시적으로 밝히지 아니하거나, 기업자가마크임을 구별할 수 있는 요소를 누락시키는 등의 방법으로 법정인증마크 또는 업계자율마크 등 제3자 인증마크로 오인할 가능성을 유발하는 경우

제9조(비교 표현)

- ① 환경적 속성 또는 효능을 비교하는 표시·광고는 그 비교의 내용, 근거, 비교시점 및 비교방법 등 필요한 사항을 사실에 입각하여 명확하게 하여야 한다.
- ② 비교의 대상은 동일하거나 유사한 기능을 수행하는 자신의 것 또는 다른 제조업자등의 것으로 하여야 한다.
- ③ 환경적 속성 또는 효능을 비교한 결과, 기능의 차이가 있는 경우 이러한 사실을 명시적으로 밝혀야 한다.

제10조(인용 및 증언에 관한 표현)

① 제조업자등은 자료 인용에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 다음 각 목에 관하여 인용 자료의 주체, 성격, 효력, 범위 등을 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
 - 가. 국가, 공공기관, 국제 환경표준규격 인증기관 등으로부터 받은 허가, 인증 및 포상 경력
 - 나. 여론 또는 통계 등 조사기관의 조사결과
 - 다. 신문·방송·잡지 등 언론의 보도
 - 라. 자기 또는 제3자가 보증하거나 보험 등에 가입한 내용
2. 관련 법령에 근거하여 설립된 시험기관 및 「국가표준기본법」에 의해 업종별·분야별로 “공인시험기관”으로 인정된 시험기관 등 독립적인 제3자 시험기관에서 수행한 환경적 속성 또는 효능에 관한 시험결과를 다음 각 목과 같이 사실과 다르게 인용하여 표시·광고하는 행위
 - 가. 원료에 대한 시험결과를 제품에 대한 시험결과인 것처럼 표시·광고하는 경우
 - 나. 제품에 대한 시험결과를 인증서인 것처럼 표시·광고하는 경우
 - 다. 그 밖에 시험결과를 사실과 다르게 인용하여 표시·광고하는 경우

3. 다음 각 목과 같이 조사결과 등을 사실과 다르게 표시·광고하는 행위
 - 가. 표본의 대표성이 없어 조사 목적에 부합하지 않은 조사결과를 인용하여 표시·광고하는 경우
 - 나. 표본설정, 질문사항, 질문방법이 해당 조사의 목적이나 통계상의 방법과 일치하지 않는 조사결과를 인용하여 표시·광고하는 경우
 - 다. 그 밖에 조사결과를 사실과 다르게 인용하여 표시·광고하는 경우
- ② 해당 제품을 이용한 적이 없거나, 해당 제품의 환경적 속성 또는 효능을 객관적으로 판단할 지위에 있지 아니하거나 독자적으로 판단할 능력이 없는 자의 증언 또는 설명을 포함하여 표시·광고하는 행위를 하여서는 아니 된다.

제11조(무함유 등의 표시·광고)

제조업자등은 특정 물질이 함유되어 있지 않다는 점(이하 “무함유”라 한다)에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 특정 물질이 제품에 함유되지 않거나 전혀 검출되지 않은 경우에 해당하지 아니함에도 사실과 다르게 무함유 등으로 표시·광고하는 행위
2. 어떠한 물질의 함유량이 관계 법령의 기준치 또는 허용치를 초과하지 않음을 근거로 무함유 등으로 표시·광고하는 행위
3. 무함유 등의 표시·광고 내용이 사실이더라도 실제로는 해당 물질에 비해 동등 이상의 유해성을 초래하는 물리·화학적으로 유사한 다른 물질을 함유·사용함에도 불구하고 무함유를 근거로 환경성에 관하여 표시·광고하는 경우
4. 무함유 등으로 표시·광고한 물질이 해당 제품군과 연관이 없는 물질이어서 동종기업이 사용하거나 동종제품에 함유·사용될 가능성이 없음에도 불구하고 이를 근거로 환경성에 관하여 표시·광고하여 소비자가 환경성이 개선된 것으로 오인할 우려가 있는 경우
5. 무함유 등과 같은 표현을 사용하면서 해당 물질명을 구체적으로 명시하지 아니하는 등 중요한 정보를 누락하여 소비자가 환경성에 관하여 오인할 우려가 있는 표시·광고를 하는 경우

제12조(원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고)

제조업자등은 원료의 환경적 속성·효능에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 동종의 다른 제품에 비해 일부 원료의 환경적 속성·효능을 제품 전체의 것처럼 표시·광고하는 행위
2. 해당 원료의 성분명, 성분 함량, 적용되는 인체 부위, 효능, 발현기간 등을 실증할 수 없음에도 불구하고 환경적 속성·효능을 표시·광고하는 행위

제13조(물질 등의 감축에 관한 표시·광고)

- ① 제조업자등은 제품의 구성물질 등에 관하여 제품의 무게, 부피, 유해물질 배출량, 자원, 에너지, 물, 소음 또는 진동 등의 감축 및 저감 내용을 사실과 다르게 표시·광고하여서는 아니 된다.
- ② 다음 각 호의 경우 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.
 1. 비교 대상을 명시하지 않는 등 감축량을 불명확하게 표시·광고하는 경우
 2. 생산, 수송, 사용 및 폐기 등 제품의 전과정 단계 중 일부 단계에서의 감축을 다른 단계에서도 감축되는 것으로 표현하는 경우
 3. 관계 법령에 의하여 의무적으로 감축한 것을 근거로 “~감축”, “~절감”, “~감소”와 같은 표현을 사용하여 환경성을 주장하는 경우

제14조(탄소배출에 관한 표시·광고)

제조업자등은 제품의 탄소배출에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제조단계에서의 발생한 탄소배출 감축량을 유통, 사용 및 폐기 등 제품의 전과정 중 다른 단계에서도 감축된 것으로 중복 계산하거나, 과학적·계량적이지 않은 방법으로 계산한 결과를 표시·광고하는 행위
2. 제품의 전과정에 걸친 탄소배출량 정보를 공개한 것에 대하여 “저탄소”, “탄소배출 저감”, “탄소상쇄” 등과 같은 표현을 사용하여 마치 환경성의 개선이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위

제15조(재활용 등의 표시·광고)

- ① 제조업자등은 제품의 재활용 성분 등에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.
 1. 재활용 성분이 제조 과정이나 사용 후 제품에 포함되어 있지 없음에도 불구하고 재활용 등으로 표시·광고하는 행위
 2. < 삭 제 >

3. "재활용물질 함유", "재생자원 사용", "재활용 대상", "재사용 가능", "재충전 가능", "해체가 용이한 제품" 등과 같은 표현을 사용하여 재활용, 재사용 및 재충전, 해체용이성 등을 표시·광고하면서 해당 성분의 양, 비율, 무게, 대상범위 등의 정보를 명시적으로 기재하지 않아 제품 전체가 해당 표시·광고의 대상인 것처럼 표시·광고하는 행위

② 다음 각 호의 경우 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.

1. 재활용 성분 또는 바이오매스 등의 함량을 정량적으로 표기하지 않는 경우
2. 포장재에 재활용 성분이 함유되어 있는 것을 제품에도 재활용 성분이 들어 있는 것처럼 오인시키는 경우
3. 일반적인 상황에서 재사용 및 재충전, 해체용이성 등에 필요한 방법 또는 도구를 용이하게 입수할 수 있지 않음에도 불구하고 제조업자등이 재사용 및 재충전, 해체용이성 등에 필요한 프로그램, 방법 또는 도구를 제공하지 아니한 채 재사용 또는 재충전 가능, 해체용이성 등을 표시·광고하는 경우

제16조(오존층에 관한 표시·광고)

제조업자등은 제품이 오존층이나 대기에 안전하지 아니함에도 “오존 친화적”, “오존층을 파괴하지 않는~” 과 같은 표현을 사용하여 오존층이나 대기에 안전하거나 친화적이라고 직접적 또는 간접적으로 사실과 다르게 표시·광고하여서는 아니 된다.

제17조(분해성에 관한 표시·광고)

제조업자등은 제품의 분해성에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제품이 관계 법령, 규정에서 정하는 분해 기간 등 분해성과 관련한 기준이 있을 경우 해당 기준에 따라 분해된다는 객관적·과학적 근거 없이 분해성으로 표시·광고하는 행위
2. 환경에 유해한 농도의 오염물질을 배출함에도 불구하고 제품이나 포장재 또는 그 성분에 대하여 분해성을 근거로 환경적인 이점이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위
3. 제품이 통상적으로 처리되는 환경에서 분해되는 능력 및 분해비율 등 필요한 범위까지 명확하게 증명할 수 없음에도 분해성으로 표시·광고하는 행위
4. 일반적으로 사용되는 폐기 방법이 아닌 고온·고압 등의 특수한 환경 및 조건에서만 분해되는 것을 근거로 분해성으로 표시·광고하는 행위
5. 제품자체 또는 제품을 구성하는 원료의 산화분해, 광분해 등 기타 분해성을 근거로

사실과 다르게 생분해성으로 표시·광고하는 행위(여기에서 “생분해성”이란 사용 후 매립 등 퇴비화 조건에서 자연계에 존재하는 미생물에 의하여 분해되는 것을 말하며 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률」제2조제16호에 부합하는 것을 말한다)

6. 고체 폐기물로 분류되는 일반적인 제품이 폐기 후 1년 이내에 자연적으로 완전히 분해되지 않음에도 불구하고 제품 또는 구성 원료의 일반적인 분해 가능성을 근거로 구체적인 분해성능을 제시하지 않고 막연히 분해성이 있다고 표시·광고하는 행위

제17조의2(에너지에 관한 표시·광고)

제조업자등은 제품 및 서비스(이하 "제품등"이라 한다)의 생산 과정에서 사용하는 에너지에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 화석연료 또는 화석연료로 만든 전기를 사용한 경우 등에도 불구하고 신재생에너지만을 사용한 것처럼 표시·광고하는 행위
2. 환경부하에 대한 개선이 없음에도 불구하고 "친환경" 등 포괄적인 환경성 표현으로 표시·광고하는 행위
3. 모든 오염물질이 배출되지 않는 것처럼 "환경오염이 없는" 등 포괄적인 환경성 표현으로 표시·광고하는 행위

제4장 시정조치

제18조(시정명령을 받은 사실의 공표 발령 요건)

환경부장관은 법 제16조의12에 따른 시정조치 명령에도 불구하고 위법사실의 효과가 지속되고 피해가 계속될 것이 명백한 경우로서 소비자 오인성을 제거할 필요가 크다고 인정되는 경우 법 제16조의12제1항제2호에 따른 시정명령을 받은 사실의 공표(이하 “사실의 공표”라 한다)를 명할 수 있다.

제19조(정정광고 발령 요건)

환경부장관은 부당한 환경성 표시·광고가 TV, 라디오를 통하여 광범위하게 전파되어 소비자 오인성을 제거할 필요성이 큰 경우 법 제16조의12제1항제3호에 따른 정정광고(이하 “정정광고”라 한다)를 명할 수 있다.

제20조(사실의 공표 및 정정광고의 매체)

- ① 사실의 공표 및 정정광고(이하 “공표등”이라 한다)는 특별한 사정이 없는 한 원 표시·광고가 행하여진 매체 및 매체사를 통해 하여야 한다. 다만, 원 표시·광고가 행해진 매체 또는 매체사가 복수인 경우, 원 표시·광고가 가장 빈번하게 이루어진 매체 또는 매체사를 지정하여 하게 할 수 있다.
- ② 공표등은 기간과 횟수를 정하여 명하는 것을 원칙으로 하며, 그 기간 내에 공표등의 명령을 이행하는 것이 불가능하다고 인정되는 경우 제품 등의 제조·유통·판매 특성에 따라 그 기간 및 횟수를 조정하도록 명할 수 있다.

제21조(공표등의 감경)

환경부장관은 공표등에 관하여 다음 각 호의 사항을 고려하여 다른 매체를 지정하거나 그 기간 및 횟수를 감경할 수 있다.

1. 제조업자등이 스스로 관련기관의 조사가 착수되기 전에 원 표시·광고의 중단 및 수정 등을 통해 법 위반 상황을 해소한 경우
2. 재정상황 등이 악화되어 공표등의 명령을 제대로 이행할 수 없다고 환경부장관이 인정하는 경우

제22조(공표등의 발령시 고려사항)

환경부장관은 공표등의 명령을 내릴 경우 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다.

1. 제조업자등이 속한 회사명 및 공표등의 명령을 받은 제품을 명시하되, 일반 소비자에게 널리 알려진 사업장명이 있는 경우에는 이를 병기토록 할 것
2. 공표등의 명령의 내용과 일치하지 않거나 모순되는 내용이 포함되지 않도록 할 것
3. 공표등의 대상 제품 등과 해당 시정조치를 받은 사실을 명시할 것

제23조(시정조치 이행 여부의 확인)

- ① 제조업자등은 법 제16조의12제1항에 따른 시정조치 명령을 받은 날로부터 1개월 이내(기간의 초일은 제외하고 공휴일을 포함하며, 기간의 말일이 토요일 또는 공휴일에 해당할 경우 그 익일로 만료한다)에 별지 제5호서식에 따른 제품 환경성 표시·광고 시정명령 이행 결과보고서를 환경부장관에게 제출하여야 한다.
- ② 환경부장관은 다음 각 호의 경우 별지 제3호서식에 따른 제품 환경성 표시·광고 개선

계획서의 제출을 요청할 수 있다.

1. 시정조치 명령을 한 날로부터 1개월 이내에 시정조치 이행이 불가능하거나 제품 등의 제조·유통·판매 특성을 고려할 때 이행 완료를 위한 기간 연장이 필요하다고 환경부장관이 인정하는 경우
2. 제조업자등이 시정조치 명령을 제대로 이행하지 아니하였다고 판단하는 경우
- ③ 제2항에 따라 개선 계획서를 제출한 제조업자등은 동 계획서에 명시한 적용 예정일로부터 1개월 이내에 제1항의 이행 결과보고서를 환경부장관에게 제출하여야 한다.
- ④ 환경부장관은 제1항부터 제3항의 이행 결과보고서 및 개선 계획서의 접수를 한국환경산업기술원에 위임한다.

제5장 과징금

제24조(관련매출액의 산정)

영 제22조의13제4항과 관련하여 관련매출액 산정 등에 필요한 세부사항은 다음 각 호와 같다.

1. 관련매출액은 해당 제조업자등이 위반기간 동안 판매하거나 매입한 관련제품 및 서비스(이하 “관련제품등”이라 한다)의 매출액이나 매입액 또는 이에 준하는 금액을 말한다.
2. 관련제품등은 위반행위로 인하여 직접적 또는 간접적으로 영향을 받는 제품등의 종류와 성질, 거래지역, 거래상대방, 거래단계 등을 고려하여 행위유형별로 개별적·구체적으로 판단한다.
3. 위 2호에 의하여 관련제품등의 범위를 정하기 곤란한 경우에는 당해 위반행위로 인하여 피해가 발생하였거나 발생할 우려가 현저한 다른 제조업자등의 연관 제품등을, 다른 제조업자등의 직접적 피해가 없는 경우에는 소비자의 직접적 피해와 연관된 제품등을 관련제품등으로 볼 수 있다.
4. 관련제품등의 범위를 결정할 때에는 「통계청장이 고시하는 한국표준산업분류상 5단위 분류 또는 광공업조사통계보고서상의 8단위 분류」 또는 「당해 사업자등의 품목별 또는 업종별 매출액 등의 최소 회계단위」를 참고할 수 있다.
5. 매출액은 총매출액에서 부가가치세, 매출환입, 매출할인 등을 제외한 순매출액으로

산정한다. 다만, 위반행위로 인하여 발생한 매출이 없는 경우에는 과거 실적, 위반자의 사업계획 및 시장상황 등을 종합적으로 고려하여 매출액을 산정할 수 있다.

6. 위반행위가 제품의 구매와 관련하여 이루어진 경우에는 매입액을 기준으로 하고 입찰 또는 특정 계약에 직접 관련되거나 한정된 경우에는 계약금액을 기준으로 한다.
7. 관련매출액이 외국환을 기준으로 산정되는 경우에는 그 외국환을 기준으로 과징금을 산정하되 과징금부과 고지 당일 주식회사 한국외환은행이 최초로 고시하는 매매기준율을 기준으로 원화로 환산하여 과징금을 결정한다. 다만, 주식회사 한국외환은행이 고시하지 않는 외국환의 경우에는 미국 달러화로 환산한 후 이를 원화로 다시 환산한다.

제25조(위반행위 유형 관련 세부기준)

영 제22조의14, 영 별표 2의3의 제2호가목1)에 따른 위반행위의 유형에 관한 세부기준은 별표 1의 제3호와 같다.

제26조(부과기준금액 관련 세부기준)

영 제22조의14, 영 별표 2의3의 제2호가목2)에 따른 위반행위의 유형별 부과기준율 및 부과기준금액에 관한 세부기준은 별표 2의 제1호와 같다.

제27조(위반기간에 따른 가중 조정 세부기준)

영 제22조의14, 영 별표 2의3의 제2호나목1)의 위반기간에 따른 가중 조정 세부기준은 다음 각 호와 같다.

1. “위반기간”은 위반행위가 발생한 날부터 끝난 날까지의 기간을 말한다. 발생한 날 또는 끝난 날이 불분명한 경우에는 당해 제조업자등의 영업·재무관련 자료, 임직원·거래관계인 등의 진술, 동종 또는 유사업종을 영위하는 다른 사업자 또는 사업자단체의 영업 및 거래실태 관행, 시장상황 등을 고려하여 이를 산정할 수 있다.
2. 위반행위가 끝난 날은 다음 각 목에 따라 결정한다.
 - 가. 위반행위가 환경부의 과징금 부과처분을 명하는 날까지 끝나지 아니한 경우 환경부장관이 당해 위반행위에 대하여 과징금 부과처분이 명해진 날을 위반행위가

끝난 날로 본다.

나. 위반행위가 2일 이상 행하여지되 불연속적으로 이루어졌고 당해 위반행위의 유형·성격·목적·동기, 연속되지 아니한 기간의 정도와 이유, 위반행위의 효과, 시장상황 등 제반사정을 고려하여 경제적·사회적 사실관계가 동일하다고 인정되는 범위 내에서 이를 하나의 위반행위로 볼 수 있는 경우 마지막 위반행위가 끝난 날을 당해 위반행위가 끝난 날로 본다.

다. 위반행위의 실행은 끝났으나 제조업자등이 그 실행의 결과를 유지하면서 그로 인하여 지속적으로 이익을 취득하거나 손해를 발생시키고 있는 경우 이익의 취득 혹은 손해의 발생이 끝난 날을 위반행위가 끝난 날로 본다.

3. 위반기간에 대한 가중 조정 비율은 별표 2의 제2호가목과 같다.

제28조(위반횟수에 따른 가중 조정 세부기준)

영 제22조의14, 영 별표 2의3의 제2호나목2)의 위반횟수에 따른 가중 조정 세부기준은 별표 2의 제2호나목과 같다.

제29조(감액 세부기준)

영 제22조의14, 영 별표 2의3의 제2호다목의 과징금 부담능력 및 사업여건의 변동 등에 따른 감액조정 세부기준은 다음 각 호에 따른다.

1. 다음 각 목에 해당될 경우 제조업자등의 과징금 부담능력이 미약하여 과징금 감액조정의 조건을 충족한 것으로 볼 수 있다.
 - 가. 과징금 산정일이 포함된 사업연도의 직전 사업연도, 전전 사업연도 및 전전전 사업연도의 재무제표에 기재된 당기순이익을 각각 3:2:1로 가중평균한 금액이 적자인 경우(단, 전전전 사업연도의 재무제표 또는 영업실적(이하 “재무제표등”이라 한다)이 없는 경우에는 재무제표등이 있는 최근 사업연도와 그 전 사업연도의 당기순이익을 3:2로 가중평균한 금액을, 전전 사업연도 및 전전전 사업연도의 재무제표등이 없는 경우에는 나머지 1개 사업연도의 재무제표에 따른 당기순이익을 말한다)
 - 나. 과징금 산정일이 포함된 사업연도의 직전 사업연도의 재무제표상 자본금의 잠식이 있는 경우
2. 다음 각 목에 해당될 경우 과징금 부과 대상 제조업자등의 사업여건이 변동되어

과징금 감액조정의 조건을 충족한 것으로 볼 수 있다.

가. 제품 수요의 급격한 또는 지속적 감소, 공급의 급격한 또는 지속적 증가 등으로 당해 제조업자등이 속한 시장 또는 산업 여건이 심각한 타격을 받고 있거나 받은 경우

나. 전쟁 등 정치적 요인, 석유 등 원자재가격의 급격한 변동, 달러화 등 외환부족 및 환율의 급격한 변동, 세계금융위기 등의 사유로 국내경제가 심각한 타격을 받았거나 받고 있다고 인정되는 경우

3. 기타 제조업자등이 과징금을 납부하기 심히 곤란하다고 인정되는 중대하고 근본적인 사유가 있다고 환경부장관이 인정하는 경우

제6장 표시·광고의 사전 검토

제30조(사전 검토의 신청)

제조업자등은 한국환경산업기술원장에 사전 검토를 신청할 수 있다. 이때 한국환경산업기술원장은 사전 검토의 신청기간을 정하여 홈페이지에 게시하는 등의 방법으로 공고할 수 있다.

제31조(사전 검토 수수료)

- ① 제조업자등은 제30조에 따라 사전 검토를 신청할 경우 한국환경산업기술원장에 사전 검토 수수료를 납부하여야 한다.
- ② 제1항의 사전 검토 수수료의 산정은 별표 3의 제1호에 따른다.
- ③ 한국환경산업기술원장은 별표 3의 제2호에 따라 제조업자등의 기업규모를 감안하여 사전 검토 수수료 부과 비율을 조정할 수 있다.
- ④ 동일한 제조업자등이 수개의 유사한 표시·광고에 대하여 동시에 사전 검토를 신청하는 경우 한국환경산업기술원장은 1건을 초과하는 표시·광고에 대하여 50/100 이내의 범위에서 사전 검토 수수료를 감면할 수 있다.

제32조(입증자료의 요건)

- ① 제조업자등은 제30조에 따라 사전 검토를 신청할 경우 입증자료에 관하여 다음 각

호의 사항을 준수하여야 한다.

1. 입증자료가 신뢰성이 있고 재현 가능한 결과를 얻을 수 있는 방법에 따라 작성될 것
 2. 입증자료는 제품이 시장에서 판매되고 있는 기간 및 그 제품의 수명 기간 동안 보관·유지될 것
 3. 입증자료는 변화를 초래하는 기술, 경쟁 제품 또는 기타 상황의 변화를 반영하여 재평가하고 갱신될 것
- ② 한국환경산업기술원장은 입증자료를 검토하는 과정에서 필요한 경우 제조업자등에게 제출한 자료의 보완 또는 수정을 요청할 수 있다.
- ③ 한국환경산업기술원장은 입증자료에서 입증한 내용이 표시·광고에서 주장하는 내용과 부분적으로만 상관이 있는 경우 입증자료가 객관적이고 과학적인 자료이더라도 표시·광고 내용에 대한 합리적인 근거로 불인정할 수 있다.
- ④ 입증자료의 요건에 관하여 이 고시에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 동법 시행령 제22조의11제2항 및 제3항을 준용한다.

제33조(사전 검토 대상 여부)

한국환경산업기술원장은 사전 검토의 대상이 아래의 각 호에 해당되는 경우에는 제조업자등에 대하여 사전 검토를 진행할 수 없음을 통보할 수 있다.

1. 제조업자등이 사전 검토 신청 전에 이미 표시·광고를 한 경우
2. 제조업자등이 검토에 필요한 자료를 제출하지 아니하거나 허위자료를 제출한 경우
3. 신청대상이 이미 공개한 사전 검토의 내용과 동일 혹은 유사하여 별도의 검토가 필요하지 않은 경우
4. 제조업자등이 표시·광고하고자 하는 환경성의 내용이 분명하지 아니하여 현 시점에서 위법여부 단정이 불가능한 경우
5. 사전 검토 신청이 단순히 관련 소송 등 사적분쟁의 해결을 위한 것인 경우
6. 사전 검토의 진행이 법 또는 다른 법령에 따라 이미 진행 중인 조사에 지장을 초래하게 되는 경우
7. 기타 장기간의 광범위한 조사가 필요하거나 다른 기관에서 처리함이 바람직하여 판단을 유보할 필요가 있는 등 사전 검토가 불가능하거나 바람직하지 않다고 판단할만한 정당한 사유가 있는 경우

제34조(현장 평가)

한국환경산업기술원장은 제조업자등이 제출한 자료의 검토를 위하여 필요한 경우 제조업자등을 대상으로 현장방문 평가 또는 면담을 실시할 수 있다.

제35조(의견청취)

한국환경산업기술원장은 필요한 경우 또는 자문위원회 요청이 있는 경우 사전 검토에 관하여 관계전문가, 이해관계인 및 관계공무원 등을 자문위원회에 참석시켜 발언하게 할 수 있다.

제36조(사전 검토 결과의 통보)

- ① 한국환경산업기술원장은 별지 제4호서식에 따라 사전 검토 결과를 제조업자등에게 통보하여야 한다.
- ② 사전 검토 결과의 통보는 신청접수를 받은 날로부터 60일 이내에 이루어져야 한다. 이 경우 다음 각 호의 기간은 그 기간에 산입하지 아니한다.
 1. 제34조의 현장 평가에 소요된 기간
 2. 제32조제2항의 자료 보완 또는 수정을 요청한 경우에는 그 날로부터 제조업자등이 보완 또는 수정 자료를 제출한 날까지의 기간
 3. 광범위하고 장기적인 조사 등 한국환경산업기술원장이 필요하다고 인정하는 사항

제37조(결과 통보의 효력)

제36조에 따라 통보한 사전검토 결과가 적용된 해당 표시·광고에 대하여는 법 제16조의12 및 법 제16조의13의 적용 대상이 아닌 것으로 본다. 다만, 다음 각 호의 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 제조업자등이 허위자료를 제출하거나 중요한 자료를 제출하지 아니한 사실이 발견된 경우
2. 제조업자등이 신청서에 기재된 내용과 다른 표시·광고를 하는 경우
3. 제조업자등의 표시·광고가 신청서에 기재된 행위의 범위를 벗어난 경우

제38조(결과 통보의 철회)

한국환경산업기술원장은 제37조에도 불구하고 제조업자등이 그 시장에서 차지하는 지위나 시장 상황에 변화가 생기는 등 사전 검토의 전제사실에 현저한 변화가 생기거나, 그 통보내용을 유지하는 것이 적절하지 않다고 인정하는 경우 제조업자등에 대한 서면통지로 제37조의 사전 검토 결과의 전부 또는 일부를 철회할 수 있다.

제39조(사전 검토의 공개)

- ① 사전 검토의 신청 및 결과통보의 내용은 제조업자등의 기밀에 관한 사항을 제외하고는 그 내용을 공개할 수 있다. 다만, 제조업자등의 기밀에 관한 사항은 한국환경산업기술원장이 신청인의 의견을 들어 공개 여부를 결정한다.
- ② 제조업자등이 공개의 연기를 희망하고 그 이유가 타당하다고 인정될 때에는 사전 검토의 공개를 연기한다. 공개 시기는 제조업자등의 희망과 연기사유 소멸시점 등을 고려하여 결정한다.

제40조(다른 의무와의 관계)

사전 검토 신청으로 인해 제조업자등에 대한 법에 규정된 다른 의무와 책임이 면제되지 아니한다.

제7장 자문위원회

제41조(자문위원회의 운영)

- ① 환경부장관은 다음 각 호의 업무 수행에 필요한 사항을 자문하기 위하여 자문위원회를 운영할 수 있다.
 1. 표시·광고 관련 법령이나 규칙·고시의 해석적용 및 위반 여부 검토
 2. 제조업자등이 제출한 실증자료의 검토 및 보완 요청 필요 여부
 3. 조사 및 실증과 관련된 시험·분석 결과의 검토
 4. 시정명령 부과 결정 및 제조업자등의 자진시정 접수내용의 적격여부 판단
 5. 사전 검토 대상 제품 선정 및 제조업자등이 사전 검토 신청한 표시·광고의 법 제16조의10제1항 위반 여부 검토
 6. 기타 부당한 표시·광고 관련하여 환경부장관이 필요하다고 인정하는 사항

② 환경부장관은 제1항의 자문위원회 운영의 전부 또는 일부를 한국환경산업기술원에 위임할 수 있다.

제42조(자문위원의 자격기준)

자문위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자이어야 한다.

1. 학계 및 연구단체의 환경성 또는 표시·광고 분야 전문가로 해당분야 박사학위 소지자 또는 이에 상응하는 경력을 가진 자
2. 언론인, 법조인 등 국가가 인정하는 전문자격증 소지자(의사, 변호사, 세무사, 변리사, 간호사 등) 중 환경 및 표시·광고 전반에 학식과 경험이 풍부한 자
3. 기업체의 임·직원으로서 환경 및 표시·광고 전반에 학식과 경험이 풍부하며 관련 업계 경력이 7년 이상인 자
4. 경제사회단체 또는 소비자 보호단체의 임·직원으로서 환경 및 표시·광고 전반에 학식과 경험이 풍부하며 관련 업계 경력이 7년 이상인 자
5. 환경부 등 관계 부처의 관련 업무 담당자
6. 기타 표시·광고와 관련하여 학식과 경험이 풍부하다고 인정되는 자

제8장 보 칙

제43조(기록 관리)

이 고시에 관련한 모든 기록은 환경부장관의 요구가 있거나 특별한 사유가 없는 한 2년 이상 보관(전자문서 가능)하여야 한다.

제44조(보안의 책임과 의무)

이 고시와 관련한 업무 수행자들은 정보 유출 방지의 책임과 의무가 있으며, 보안 관리에 주의를 기울여야 한다.

제45조(재검토기한)

환경부장관은 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2019년 1월 1일 기준으로 매3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 <제2017-34호, 2017. 2. 15.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

부칙 <제2017-266호, 2018. 1. 3.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

부칙 <제2019-24호, 2019. 1. 22.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

별표 1

과징금 부과 대상의 중대성 평가 세부기준

1. 과징금 부과 대상의 중대성 평가 및 적용
 - 가. 과징금 부과 대상 제조업자등의 부당한 표시·광고 행위 중대성의 정도는 제3호에 기재된 <과징금 부과 대상의 중대성 세부평가 기준표>에 따라 평가한다.
 - 나. 부당한 표시·광고 행위의 중대성 정도는 제25조 및 별표 2에 적용할 수 있다.
2. 과징금 부과 대상의 중대성 위반점수 산정

과징금 부과 대상 제조업자등의 부당한 표시·광고 행위의 중대성은 부당한 표현의 내용 및 비중과 위반행위의 정도에 따른 각 고려사항의 비중과 부과수준의 점수를 곱한 값을 합산하여 소수점 둘째 자리에서 반올림하여 산정한다.
3. 위반의 중대성의 정도에 따른 위반행위의 유형(영 별표 2의3제2호가목1) 관련)은 다음과 같다.

< 위반의 중대성의 정도에 따른 위반행위의 유형 >

중대성 위반점수*	위반행위의 유형
2.5 이상	매우 중대한 위반행위
1.5 이상 ~2.5 미만	중대한 위반행위
1.5 미만	중대성이 약한 위반행위

※ 비고: 중대성 위반점수는 <과징금 부과 대상의 중대성 세부 평가기준표>에 따라 산정함

〈 과징금 부과 대상의 중대성 세부 평가기준표 〉

부과수준		비중	상(3점)	중(2점)	하(1점)
고려사항					
부당한 표현의 내용 및 비중(0.5)	부당한 표현의 내용	0.4	다음 중 어느 하나에 해당하는 경우 - 인체와 환경에 미치는 영향이 속성과 관련성이 큰 경우 - 영 별표2의2제1호가목의 사실과 다르게 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제2호가목의 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제2호다목의 제품의 환경성이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 그 수준에 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제1호나목, 제2호나목, 제3호가목, 제4호나목 중 동시에 3개 이상에 해당하는 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제1호나목, 제2호나목, 제3호가목, 제4호나목 중 1개 이상 및 영 별표2의2제3호나목 및 영 별표2의2제4호가목에 동시에 해당하는 표시·광고하는 행위	다음 중 어느 하나에 해당하는 경우 - 인체와 환경에 미치는 영향이 속성과 관련성이 적은 경우 - 영 별표2의2제1호나목의 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제2호나목의 어느 한 부분에 해당하는 내용을 다른 부분에도 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제3호가목의 비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 않거나 객관적인 근거 없이 자기의 제품을 다른 제조업자들의 제품과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제4호나목의 다른 제조업자들의 제품에 관하여 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위 - 영 별표2의2제3호나목 및 영 별표2의2제4호가목에 동시에 해당하는 표시·광고하는 행위	다음 중 어느 하나에 해당하는 경우 - 인체와 환경에 미치는 영향이 속성과 관련성이 미미한 경우 - 영 별표2의2제3호나목의 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현(최대, 최고, 최초 또는 유일 등을 말한다)을 사용하여 표시·광고하는 행위 - 영 별표2의2제4호가목의 다른 제조업자들의 제품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용을 표시·광고하는 행위
	부당한 표현이 차지하는 비중	0.1	부당한 표현이 표시·광고 내용 중 가장 중점적으로 강조된 경우	부당한 표현이 표시·광고 내용 중 중점적으로 강조된 사항 중 하나인 경우	부당한 표현이 표시·광고 내용 중 중점적으로 강조된 사항이 아닌 경우

부과수준		비중	상(3점)	중(2점)	하(1점)
고려사항					
위반 행위 정도 (0.5)	부당 이득 발생 정도	0.3	- 위반제조업자들에게 상당한 부당이득이 발생하였거나 발생할 것이 충분히 예상되는 경우 〈예시〉부당광고 이후에 매출액(계약, 판매실적)이 급증한 경우	- 위반제조업자들에게 부당이득이 발생하였거나 발생할 것이 예상되는 경우 〈예시〉부당광고 이후에 매출액(계약, 판매실적)이 있는 경우	- 부당이득이 발생하지 않았거나, 발생할 가능성이 없는 경우 〈예시〉부당광고 이후 매출액(계약, 판매실적)이 없거나 계약 해약, 해지, 환불 등이 이루어진 경우
	당해 부당한 표시·광고의 규모	0.1	다음 중 어느 하나에 해당 - 광고비 3억 원 이상 - 광고횟수 20회 이상 - 광고가 1년 이상 지속된 경우 - 표시가 1년 이상 지속된 경우	다음 중 어느 하나에 해당 - 광고비 1억 원 이상 3억 원 미만 - 광고횟수 10회 이상 20회 미만 - 광고가 1개월 초과 1년 미만 지속된 경우 - 표시가 3개월 초과 1년 미만 지속된 경우	다음 중 어느 하나에 해당 - 광고비 1억 원 미만 - 광고횟수 1회 이상 10회 미만 - 광고가 1개월 이내에 끝난 경우 - 표시가 3개월 이내에 끝난 경우
	부당한 표시·광고의 지역적 확산 정도	0.1	전국적 광고로 TV, 라디오, 신문 등	- 전국적으로 배포된 전단, 팸플릿 등 - TV, 신문, 지하철 등을 통한 지역적 광고 - 당해 제품, 용기·포장에 표시	- 일부지역에 한정 배포된 전단, 팸플릿, 안내장 등 - 표시판에 표시 - 인터넷 광고

별표 2

과징금 부과 세부기준

1. 영 제22조의14 및 영 별표 2의3의 과징금 부과기준과 관련하여 과징금 부과기준 세부기준은 아래 각 호와 같다.

가. 부과기준금액은 관련매출액과 부과기준율을 곱한 금액으로 한다. 단, 최종 산정된 과징금 부과액(영 별표 2의3의 제2호나목에 따라 가중 조정되어 산정되는 경우를 포함함)은 법 제16조의13제1항 본문의 관련 매출액의 2%를 초과하지 않아야 하고, 제조업자들이 동조 단서 및 영 제22조의13제3항에 해당하는 경우에는 5억 원을 초과하지 않아야 한다.

나. 영 제22조의13제3항 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 위반행위의 유형에 따라 부과기준금액을 적용한다. 단, 부과기준금액을 기준으로 산정기준을 정하는 경우에는 제조업자등 및 관련시장의 규모·특성 등을 감안하여 해당하는 부과기준금액 범위 내에서 적절한 금액으로 조정할 수 있다.

〈 중대성 위반점수에 따른 부과기준율 〉			
위반행위의 유형	중대성 위반점수*	부과기준율	부과기준금액
매우 중대한 위반행위	3.0	2.0%	4억 원 초과 5억 원 이하
	2.9	1.9%	
	2.8	1.8%	
	2.7	1.8%	
	2.6	1.7%	
	2.5	1.7%	
중대한 위반행위	2.4	1.6%	2억 원 초과 4억 원 이하
	2.3	1.5%	
	2.2	1.4%	
	2.1	1.3%	
	2.0	1.2%	
	1.9	1.1%	
	1.8	1.0%	
	1.7	0.9%	
	1.6	0.9%	
중대성이 약한 위반행위	1.5	0.9%	5백만 원 이상 2억 원 이하
	1.4	0.8%	
	1.3	0.7%	
	1.2	0.6%	
	1.1	0.5%	
	1.0	0.4%	
	0.9	0.3%	
	0.8	0.2%	
	0.7	0.1%	
	0.6	0.1%	
	0.5	0.1%	
	0.4	0.1%	
	0.3	0.1%	
	0.2	0.1%	
	0.1	0.1%	

※ 비고: 중대성 위반점수는 <과징금 부과 대상의 중대성 세부 평가기준표>에 따라 산정함

2. 위반기간 및 위반횟수에 따른 가중 조정 세부기준은 다음과 같다.
- 가. 위반기간에 따른 가중 조정 비율[영 별표 2의3의 제2호나목1) 관련]

〈 위반기간에 따른 가중 조정 비율 〉	
위반기간	가중 조정 비율
24개월 이상	30%
18개월 이상 ~ 24개월 미만	25%
12개월 이상 ~ 18개월 미만	21%
11개월	20%
10개월	18%
9개월	16%
8개월	14%
7개월	12%
6개월	11%
5개월	10%
4개월	7%
3개월	5%
2개월	0%
1개월	0%

※ 비고: 위반기간은 1개월 단위로 계산하며 위반행위가 한 달 중 15일 이상 연속적 또는 비연속적으로 지속된 경우 반올림하여 1개월로 한다.

나. 위반횟수에 따른 가중 조정 비율[영 별표 2의3의 제2호나목2) 관련]

- 1) 위반행위의 횟수에 따른 가중 조정은 최근 3년간 같은 위반행위를 한 경우에 적용한다.
- 2) 위반행위에 대하여 과징금 부과처분을 한 날과 그 처분 후에 다시 같은 위반행위를 하여 적발한 날을 기준으로 위반횟수를 계산한다.
- 3) 가중 조정 비율은 위반횟수와 각 위반행위의 위반점수의 합을 동시에 고려하여 산정한다.
- 4) 위반점수는 별표 1의 과징금 부과 대상의 중대성 세부평가 기준으로 하며 위반점수는 소수점 둘째 자리에서 반올림한다.

〈 위반횟수 및 위반점수에 따른 가중 조정 비율 〉			
위반횟수	위반행위의 중대성 위반점수의 합		가중 조정 비율
4회 이상	12.0 초과		50%
	10.0 초과	12.0 이하	48%
	8.0 초과	10.0 이하	46%
	6.0 초과	8.0 이하	44%
	6.0 이하		42%
3회	8.5 초과	9.0 이하	40%
	8.0 초과	8.5 이하	38%
	7.5 초과	8.0 이하	36%
	7.0 초과	7.5 이하	34%
	6.5 초과	7.0 이하	32%
	6.0 초과	6.5 이하	30%
	5.5 초과	6.0 이하	28%
	5.0 초과	5.5 이하	26%
	4.5 초과	5.0 이하	24%
	4.5 이하		22%
2회	5.5 초과	6.0 이하	20%
	5.0 초과	5.5 이하	18%
	4.5 초과	5.0 이하	16%
	4.0 초과	4.5 이하	14%
	3.5 초과	4.0 이하	12%
	3.0 초과	3.5 이하	10%
	3.0 이하		8%

별표 3

사전 검토 수수료 산정기준 및 기업규모별 사전 검토 수수료 부과비율 조정 기준

1. 사전 검토 수수료 산정기준

〈사전 검토 수수료 산정기준〉		
금액	금액(원/건)	비고
사전 검토 수수료	600,000	신청 1건(표시·광고 문구 5개) 기준

※ 수수료는 1건(표시·광고 문구 5개) 신청 시 600,000원을 기준으로 하되, 1건을 초과하는 표시·광고 문구에 관해서는 개당 120,000원/개 수수료를 납부하여야 함. 단, 이 고시 제31조제4항에 의하여 1건을 초과하는 경우 사전 검토 수수료의 50/100을 감면받을 수 있음

〈예시〉

- A업체가 6개의 표시·광고 문구에 관해 사전 검토 신청 시, 납부하여야 하는 수수료는 660,000원에 한함.
[산정 방법] 600,000원(표시·광고 문구 5개) + 60,000원(표시·광고 문구 1개) = 660,000원
- 그러나 A업체가 11개의 표시·광고 문구에 관해 동시에 사전 검토를 신청할 경우 납부하여야 하는 수수료는 총 960,000원에 한함.
[산정 방법] 600,000원(표시·광고 문구 5개) + 360,000원(표시·광고 문구 6개(감면사항)) = 960,000원
- A업체가 별도의 사전 검토를 3건 신청할 경우 납부하여야 하는 수수료는 1,200,000원에 한함.
[산정 방법] 600,000원(사전 검토 신청 1건(표시·광고 문구 5개 기준)) + 300,000원(사전 검토 신청 1건(감면사항)) + 300,000원(사전 검토 신청 1건(감면사항)) = 1,200,000원

2. 기업규모별 사전 검토 수수료 감면 비율

〈기업규모별 사전 검토 수수료 감면 비율〉		
구분	수수료 비율(%)	관련법 기준
소상공인 및 소기업	75%	소상공인 보호 및 지원에 관한 법률, 중소기업기본법
중기업	50%	중소기업기본법
중견기업	25%	중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법
대기업	0%	독점규제 및 공정거래에 관한 법률

※ 수수료를 감면 받고자 하는 신청인은 중소벤처기업부로부터 확인서를 발급받아 기업규모를 증빙하여야 함

【별지 제1호서식】

실증자료 요청서

□ 실증자료 요청 개요

제품명/제품군		
생산자/판매자	업체명	
	주소(소재지)	
	전화번호(팩스)	
	홈페이지	

□ 환경성 표시·광고에 대한 실증자료 요청내용 및 관련 근거

- 제출기간 : 문서 도달일로부터 15일 이내
- 제출하지 않는 경우의 처분 : 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제16조의11 제4항 및 제37조 제1항 제3호에 따라 조치됨

표시·광고 방법	
발견장소/일자	
표시·광고 내용 (사진)	

표시·광고 내용	실증에 관한 증빙자료 요청내용	관련근거

백상지(80g/㎡) 또는 중질지(80g/㎡)

제 품 환 경 성 표 시 · 광 고 사 전 검 토 결 과 통 보 서

아래와 같이 제품 환경성 표시·광고 사전 검토 결과를 알립니다.

1. 기업명:
2. 대표자:
3. 제품명:
4. 검토결과

사전 검토 신청내용	사전 검토 결과

※ 상기 확인된 내용 외에는 별도의 검토가 필요할 수 있습니다.

백상지(80g/㎡) 또는 중질지(80g/㎡)

제품의 환경성 표시·광고 시정명령 이행 결과보고서

사업자	법인명 (대표자)		사업자등록번호	
	보고자	(직급) (성명)		
	주소		전화번호 (팩스)	
			전자메일	
제품명		상표		
		모델명		
표시·광고 매체		표시·광고 게재 장소	※ 온라인 표시·광고의 경우 시정 이행 사이트 목록 현황(첨부필요)	
표시·광고 내용				
행정처분 일				
처분내용				

이행사항

※ 표시·광고 시정조치 이행결과 시정 전·후 사진(첨부 필요)

추가 조치 필요사항

재발 방지 대책

「환경기술 및 환경산업 지원법」에 따라 제품 환경성 표시·광고 시정명령에 대한 이행결과를 보고합니다.

년 월 일

보고자 성명 (서명 또는 인)

환 경 부 장 관 귀하

부당한 환경성 표시 · 광고 행위 신고포상금 지급 기준

[시행 2020. 10. 1.] [환경부고시 제2020-202호, 2020. 10. 1., 제정.]

환경부(녹색산업혁신과), 044-201-6706

제1조(목적)

이 고시는 「환경기술 및 환경산업 지원법」(이하 "법"이라 한다.) 제16조의15제1항, 제2항 및 같은 법 시행령 제22조의16제4항에 따라 신고포상금 심의위원회의 설치 · 운영에 관한 사항, 부당한 환경성 표시 · 광고 행위를 신고한 자에게 지급할 수 있는 신고포상금의 지급기준, 방법, 절차 등에 관한 세부사항을 정함을 목적으로 한다.

제2조(신고인)

신고인은 법 제16조의10제1항 각 호의 행위를 한 자를 환경부에 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 제출한 자를 말한다.

제3조(신고대상)

신고대상은 법 제16조의10제1항 각 호의 행위를 한 자로서 제품의 환경성과 관련하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우를 말한다.

1. 거짓 · 과장의 표시 · 광고
2. 기만적인 표시 · 광고
3. 부당하게 비교하는 표시 · 광고
4. 비방적인 표시 · 광고

제4조(신고방법 및 접수)

- ① 제3조에 따라 신고대상에 해당하는 위반행위를 신고하고자 하는 자는 신고인의 신원(성명, 주소 및 전화번호)과 함께 육하원칙에 따라 한국환경산업기술원이 운영하는 부당한 환경성 표시 · 광고행위 신고 사이트, 일반전화, 모사전송 및 우편 등을 이용하여 신고하여야 한다.

- ② 환경부장관은 신고사항을 접수할 때 현장조사 등에 필요한 사항(일시, 위치, 위반행위의 종류 등)을 확인하여 그 내용을 별지 제1호서식의 환경성 표시 · 광고위반행위 신고 · 접수 및 처리대장에 따라 기록 · 보관하고 신고인의 인적사항은 비밀을 유지하여야 한다.

제5조(신고사항의 처리)

- ① 환경부장관은 제4조제1항에 따른 신고사항에 대해 신속히 현장조사 등을 실시하여 관련 법 위반 여부를 확인하고, 그 결과에 따른 행정처분 등 적절한 조치와 함께 신고인에게 조사결과를 알려야 한다.
- ② 환경부장관은 한국환경산업기술원에 특정 광고 · 표시행위가 부당한 환경성 표시 · 광고행위에 해당하는지 여부의 확인을 위한 현장조사 등을 위탁할 수 있다
- ③ 환경부장관은 신고사항이 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 이를 접수하지 아니하거나 이미 접수한 때에는 조사 또는 심사를 하지 아니하고 종결할 수 있다. 이 경우에는 포상금을 지급하지 아니한다.
 1. 제4조에 따른 신고 방법에 부합되지 아니한 경우
 2. 신고 받은 위반 내용이 언론매체 등에 의하여 신고 전에 공개된 내용으로서 새로운 사실이나 증거가 없는 경우이거나 관계 행정기관에서 신고 당시에 이미 조사 또는 수사 중인 경우(조사 및 수사, 행정처분이 완료된 경우를 포함함)
 3. 부당한 환경성 표시 · 광고 행위 단속업무를 담당하는 공무원 또는 수사기관 종사자, 한국환경산업기술원의 임직원 등이 직무 상 인지하여 신고한 경우
 4. 신고 내용이 명백히 허위이거나 위반 내용에 대한 객관적 증거 없이 단순 인터넷 검색 결과 등으로 조사 또는 심사 단서로서의 가치가 없다고 판단되는 경우
 5. 위반행위에 대한 객관적 증거 없이 단순 인터넷 검색 결과 등으로 신고하여 위반내용의 정확성이나 증거자료의 신빙성이 크게 떨어지는 경우
 6. 신고한 자가 익명(정확한 인적사항을 기재하지 아니한 경우 포함)이나 가명 또는 타인의 명의로 신고한 경우
 7. 포상금을 받을 목적으로 미리 공모하는 등 부정한 방법으로 신고한 경우
 8. 위법 또는 부당한 방법으로 입증자료나 증거를 수집하여 신고한 경우
 9. 타 법령 등의 규정에 의하여 동일 사항에 대하여 포상금이 지급된 경우
 10. 기타 의도적으로 법규를 위반하도록 조장하여 위반자를 신고한 경우 등 포상금을 지급하지 않아도 되는 상당한 이유가 있다고 인정하는 경우

제6조(포상금의 지급기준)

- ① 환경부장관은 제3조에 따른 신고대상에 해당되는 위반행위를 신고하여 그 행위가 확인된 경우에는 신고인에게 예산의 범위에서 신고포상금을 지급할 수 있다.
- ② 제1항에 따른 신고포상금의 지급기준은 별표에 따른다.
- ③ 동일한 신고인에게 지급 결정일을 기준으로 연간(1월1일부터 12월31일까지를 말한다) 300만원을 초과 지급할 수 없다.
- ④ 신고포상금 지급기준에 명시되지 아니한 사항으로서 지급대상이 되는 때에는 유사한 사항의 지급기준에 따라 신고포상금을 지급할 수 있다.

제7조(신고포상금의 의뢰 및 결정)

- ① 환경부장관은 특별한 사유가 없는 경우에는 매 분기별 해당 분기에 신고내용이 위반행위로 확인되어 행정처분의 조치가 있거나 고발이 이뤄진 신고 또는 법원의 1심 선고가 있었던 신고를 대상으로, 신고포상금 심의위원회의 포상금 지급에 대한 심의를 거쳐 포상금 지급 여부를 결정한 후, 별지 제2호서식의 포상금 지급결정서를 작성하여야 한다.
- ② 환경부장관은 제1항에 따라 포상금 지급 여부가 결정된 경우 신고자에게 서면, 전화, 인터넷 등을 이용하여 신고자가 포상금 지급대상에 해당됨을 통보하여야 하며, 포상금을 수령받고자 하는 포상금 지급 대상자는 별지 제4호서식의 포상금 지급 신청서를 작성·제출하여야 한다.

제8조(신고포상금의 지급 시기 및 방법)

- ① 환경부장관은 제7조제2항에 따라 포상금 지급을 신청 받은 경우에는 그 날로부터 1개월 이내에 신고인의 계좌로 신고포상금을 지급하여야 한다.
- ② 제1항에 따라 신고포상금을 지급하여야 할 경우 같은 사항을 2인 이상 신고한 때에는 해당 위법행위의 입증에 필요한 증거자료를 최초로 제출한 자를 포상금 지급대상자로 한다. 다만, 어느 신고자가 우선하여 해당 위법행위의 입증에 필요한 증거자료를 제출하였는지 여부가 명확하지 아니한 경우, 지급 대상 포상금을 균등 분배하여 지급할 수 있다.

제9조(신고포상금심의위원회의 구성)

- ① 포상금의 지급에 관한 사항을 심의하기 위하여 신고포상금심의위원회(이하

‘심의위원회’라 함)를 둔다.

- ② 제1항에 따른 심의위원회는 위원장 1인을 포함하여 5~7인의 위원으로 구성한다.
- ③ 심의위원회의 위원장은 환경부 녹색전환정책관으로 하고, 위원은 환경부 부당한 표시·광고 관리 업무를 담당하는 부서의 공무원을 포함하여 이에 상당하는 자, 학계, 유관기관 및 변호사 등 환경성 표시·광고 분야 민간전문가 등으로 구성한다. 위원회 사무보조를 위하여 간사를 둘 수 있다.
- ④ 위원장의 유고 또는 부재시에는 녹색산업혁신과장이 위원장의 직무를 대행한다.

제10조(회의)

- ① 심의위원회의 회의는 위원장이 그 심의가 필요하다고 인정하는 때에 소집한다.
- ② 심의위원회 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고, 출석의원 과반수의 찬성으로 의결한다.

제11조(심의사항)

- ① 심의위원회는 다음 각호의 사항을 심의·의결 한다.
 1. 포상금 지급대상자 해당여부
 2. 포상금 지급요건 충족여부
 3. 포상금액
 4. 신고인이 제출한 증거의 증거가치
 5. 기타 포상금 지급에 관한 사항
- ② 심의위원회는 제1항 각 호의 사항에 대해 결정한 후, 그 간사가 별지 제2호서식의 포상금 지급 결정서 및 별지 제3호서식의 신고포상금 심의위원회 회의록을 작성하여야 한다.

제12조(비밀유지 의무)

- ① 누구든지 직무와 관련하여 알게 된 신고자의 신분 등에 관한 비밀을 누설하여서는 아니 된다.
- ② 신고자의 신분 등에 관한 비밀을 보호하기 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 조사 또는 심사결과 처리의견서 등 관련 서류 작성 시 신고자의 인적사항 전부 또는 일부를 기재하지 아니할 수 있다.

제13조(재검토기한)

환경부장관은 이 고시에 대하여 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 2021년 1월 1일 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 <제2020-202호, 2020. 10. 1.>

이 고시는 발령한 날부터 시행한다.

[별표]

포상금 지급기준(제6조제2항 관련)

(단위 : 만원)		
구분	우수 신고	일반 신고
매 건당	50	30
(*) 각 분기 신고자별 포상금 지급 합계액은 100만원 이내로 함		

포상금은 각 신고 별 신고등급을 기준으로 위 표에 따라 지급하되 다음 사항을 감안하여 산정·확정한다.

- 1. “일반 신고”라 함은 행위자의 부당한 환경성 표시광고 행위해태를 명백하게 입증할 수 있는 증거자료(물증)를 함께 신고 또는 제보하는 경우를 말한다.
- 2. “우수 신고”라 함은 다음 각 호의 경우를 말한다.
 - 가. 위 1호의 신고 또는 제보 이외에 구체적인 증거 등을 함께 신고하거나 제보하여 위반행위자 적발 및 조사, 혐의 입증에 크게 기여한 경우
 - 나. 새로운 형태 또는 방식의 부당한 환경성 표시·광고 행위 적발에 도움을 준 경우
 - 다. 기타 부당한 환경성 표시·광고 행위에 따른 피해 예방에 크게 기여한 경우

환경성 표시·광고 위반행위 신고·접수 및 처리대장

연번	신고 일시	신고인		신고내용	처리내용			포상금지급액 (지급일자)	비 고 (1심 신고 확인 등)
		성명	연락처		조사결과	심의결과	회신일자		

■ 유의사항
조사결과란 위반내용, 관련 법률 및 행정처분 등에 관한 사항을 기재한다.



포상금 지급 결정서

1. 포상금 지급대상자

성명		생년월일	
주소			

2. 포상금 심사내용

신고내용 및 처리결과	신고요지	
	위반내용	
	위반법규	
	처분내역	

3. 포상금 결정내용

포상금액	
결정사유	

신고포상금 심의위원회 회의록

1. 회의일자	
2. 회의장소	
3. 참 석 자	외 명
4. 회의안건	1. 2. 3.
5. 회의결과	
6. 첨부서류	

위원장	서 명
위 원	서 명
위 원	서 명
위 원	서 명
위 원	서 명
위 원	서 명

포상금 지급 신청서

신 청 인	성 명	
	생년월일	
	주 소	
	연 락 처	
신 고 내 용		
포상금액	₩ 원	
	〇〇은행(계좌번호 :)	
환경기술및환경산업지원법 제16조의 15, 같은 법 시행령 제22조의16 및 부당한 환경성 표시·광고 행위 신고에 대한 포상금 지급에 관한 규정 제8조에 따라 포상금 지급을 신청하오니 조치하여 주시기 바랍니다. 년 월 일 신청인 (서명 또는 인) 환경부장관 귀하		

「환경기술 및 환경산업 지원법」 관련 조문

- **제품의 환경성 관련 부당한 표시·광고 금지 (제16조의10)**
 - 거짓·과장의 표시·광고 - 기만적인 표시·광고
 - 부당하게 비교하는 표시·광고 - 비방적인 표시·광고
- **표시·광고 내용의 실증 (제16조의11)**
 - 부당 표시·광고 우려에 환경부장관이 제조업자에게 실증자료 요구
 - 제조업자가 자료를 제출하지 아니한 경우 표시·광고행위 중지명령
- **시정조치(제16조의12)**
 - 제16조의10제1항 위반 시, ①해당 위반행위의 중지, ②시정명령을 받은 사실의 공표, ③정정광고, ④그 밖에 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치
- **과징금(제16조의13)**
 - 위반 기간 동안의 매출액의 2% 이내 또는 5억 원 이내의 과징금 부과
- **표시·광고의 사전 검토(제16조의14)**
 - 표시·광고하기 전 사전 검토 요청 가능
- **위반사실의 신고 등(제16조의15)**
 - 제16조의10 제1항 위반행위 신고 시 포상금 지급
- **청문(제30조)**
 - 시정명령, 과징금 부과시 청문 필요
- **권한의 위임·위탁(제31조)**
 - 조사업무, 실증자료 요청 업무, 사전 검토 업무 : 한국환경산업기술원
- **부당한 표시·광고 행위에 대한 벌칙·과태료 (제34조, 제37조)**
 - 벌칙(2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금)
 - ① 부당한 표시·광고 행위를 한 자, ② 중지명령 미이행자 ③ 시정조치 미이행자
 - 과태료(300만원 이하) : 제품의 환경성 실증자료를 미제출자

「환경기술 및 환경산업 지원법」 3단 비교표

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. ~ 4. <생략> 5. "제품의 환경성"이란 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전 과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 배출하는 정도 및 자원과 에너지를 소비하는 정도 등 환경에 미치는 영향력의 정도를 말한다. 6. "표시"란 제품의 용기·포장에 기재하는 문자·숫자 또는 도형을 말한다. 7. "광고"란 라디오·텔레비전·신문·잡지·음성·음향·영상·인터넷·인쇄물·간판, 그 밖의 방법에 의하여 제품에 대한 정보를 나타내거나 알리는 행위를 말한다.		
제16조의10(부당한 표시·광고 행위의 금지 등) ① 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자(이하 "제조업자등"이라 한다)는 제품의 환경성과 관련하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다. 1. 거짓·과장의 표시·광고 2. 기만적인 표시·광고 3. 부당하게 비교하는 표시·광고 4. 비방적인 표시·광고 ② 환경부장관은 제조업자등이 한 표시·광고가 제1항을 위반하는지 여부를 확인하기 위하여 유통·판매되고 있는 제품에 대하여 조사를 할 수 있다. ③ 제1항 각 호의 행위의 구체적인 내용은 대통령령으로 정한다.	제22조의10(부당한 표시·광고 행위의 세부유형) 법 제16조의10제1항 각 호에 따른 부당한 표시·광고 행위의 세부유형은 별표 2의2와 같다.	[별표 2의2] 부당한 표시·광고 행위의 세부유형 (제22조의10 관련) 1. 거짓·과장의 표시·광고 가. 사실과 다르게 표시·광고하는 행위 나. 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 행위 2. 기만적인 표시·광고 가. 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 행위 나. 어느 한 부분에 해당하는 내용을 다른 부분에도 해당하는 것처럼 표시·광고하는 행위 다. 제품의 환경성이 일정한 수준에 해당하지 아니함에도 불구하고 그 수준에 해당하는 것처럼

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
	표시·광고하는 것 3. 부당하게 비교하는 표시·광고 가. 비교대상 및 기준을 분명하게 밝히지 아니하거나 객관적인 근거 없이 자기의 제품과 다른 제조업자들의 제품과 비교하여 우량 또는 유리하다고 표시·광고하는 행위 나. 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현(최대, 최고, 최초, 유일 등)을 사용하여 표시·광고하는 행위 4. 비방적인 표시·광고 가. 다른 제조업자들의 제품에 관하여 객관적인 근거가 없는 내용을 표시·광고하는 행위 나. 다른 제조업자들의 제품에 관하여 불리한 사실만을 표시·광고하여 비방하는 행위	
제16조의11(표시·광고 내용의 실증 등) ① 제조업자들은 자기가 한 표시·광고 중 제품의 환경성과 관련한 사항에 대하여는 이를 실증(實證)할 수 있어야 한다. ② 환경부장관은 제조업자들이 한 표시·광고 중 제품의 환경성과 관련한 사항이 제16조의10제1항을 위반할 우려가 있어 제1항에 따른 실증이 필요하다고 인정하는 경우 그 내용을 구체적으로 명시하여 해당 제조업자들에게 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다. ③ 제2항에 따라 자료의 제출을 요청받은 제조업자들은 요청받은 날부터 15일 이내에 그 자료를 환경부장관에게 제출하여야 한다. 다만, 환경부장관은 정당한 사유가 있다고 인정하는 경우에는 그 제출기간을 연장할 수 있다. ④ 환경부장관은 제조업자들이 제2항에 따라 자료의 제출을 요청받고도 제3항에 따른 제출기간 내에 이를 제출하지 아니한 채 계속하여 표시·광고를 하는 때에는 자료를 제출할 때까지 그 표시·광고 행위의 중지를 명하여야 한다. ⑤ 환경부장관은 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」 등 다른 법률에 따라 다른 기관이 제3항에 따라 제출된 자료를 요청하는 경우에는	제22조의11(표시·광고 실증의 대상 등) ① 법 제16조의11제1항에 따른 표시·광고 실증(實證)의 대상은 법 제16조의10제1항을 위반할 우려가 있어 환경부장관이 실증이 필요하다고 인정하는 표시·광고로 한다. ② 법 제16조의11제3항에 따라 제조업자, 제조판매업자 또는 판매자(이하 "제조업자등"이라 한다)가 환경부장관에게 제출하여야 하는 자료의 범위 및 요건은 다음 각 호와 같다. 1. 시험 결과: 관련 법령에서 정하고 있는 시험방법 또는 이와 같은 수준 이상의 시험방법을 따를 것 2. 조사 결과: 표본설정, 질문사항 및 질문방법이 그 조사의 목적이나 통계상의 방법과 일치할 것 3. 실증 방법: 실증에 사용되는 시험 또는 조사의 방법은 학술적으로 널리 알려져 있거나 관련 산업분야에서 일반적으로 인정된 방법 등으로서 과학적이고 객관적인 방법일 것 ③ 제조업자들은 법 제16조의11제3항에 따라 요청받은 자료를 환경부장관에게 제출하는 경우 다음 각 호의 사항을 포함하여야 한다. 1. 시험·조사가 기관의 명칭·주소·전화번호 및 대표자의 성명(시험·조사를 하는 경우만 해당한다) 2. 제출 자료 중 영업상 비밀에 해당되어 공개를 원하지 아니하는 경우에는 그 내용 및 사유	

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
특별한 사유가 없으면 이에 따라야 한다. ⑥ 제1항부터 제3항까지에 따른 실증의 대상, 자료의 범위 및 요건, 제출방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.		
제16조의12(시정조치) ① 환경부장관은 제조업자들이 제16조의10제1항을 위반하여 부당한 표시·광고 행위를 하는 경우에는 그 제조업자등에 대하여 다음 각 호의 조치를 명할 수 있다. 1. 해당 위반행위의 중지 2. 시정명령을 받은 사실의 공표 3. 정정광고 4. 그 밖에 위반행위의 시정을 위하여 필요한 조치 ② 제1항제2호 및 제3호에 따른 시정명령을 받은 사실의 공표 및 정정광고에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	제22조의12(시정명령을 받은 사실의 공표 또는 정정광고 명령) ① 환경부장관은 법 제16조의12제1항제2호 및 제3호에 따라 해당 제조업자등에 대하여 시정명령을 받은 사실의 공표 또는 정정광고를 명할 때에는 다음 각 호의 사항을 고려하여 공표 또는 정정광고의 내용, 매체의 종류·크기 및 횟수 등을 정하여 명하여야 한다. ② 환경부장관은 제1항에 따라 공표 또는 정정광고를 명할 때에는 해당 제조업자들에게 미리 공표 또는 정정광고의 문안(文案) 등에 관하여 환경부장관과 협의하도록 할 수 있다.	
제16조의13(과징금) ① 환경부장관은 제16조의10제1항을 위반하여 표시·광고 행위를 한 제조업자등에 대하여는 대통령령으로 정하는 매출액(대통령령으로 정하는 제조업자들의 경우에는 영업수익을 말한다. 이하 같다)에 100분의 2를 곱한 금액을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. 다만, 그 위반행위를 한 자가 매출액이 없거나 매출액을 산정하기 곤란한 경우로서 대통령령으로 정하는 제조업자등인 경우에는 5억원을 초과하지 아니하는 범위에서 과징금을 부과할 수 있다. ② 환경부장관은 제1항에 따라 과징금을 부과하는 경우에는 다음 각 호의 사항을 고려하여야 한다. 1. 위반행위의 내용 및 정도 2. 위반행위의 기간 및 횟수 3. 위반행위로 인하여 취득한 이익의 규모	제22조의13(매출액 등) ① 법 제16조의13제1항 본문에서 "대통령령으로 정하는 매출액"이란 해당 제조업자들이 위반기간(위반행위의 개시일부터 종료일까지의 기간을 말한다. 이하 같다) 동안 판매하거나 매입한 제품 및 서비스의 매출액이나 매입액 또는 이에 준하는 금액(이하 "관련매출액"이라 한다)을 말한다. ② 법 제16조의13제1항 본문에서 "대통령령으로 정하는 제조업자등"이란 제품 및 서비스의 대가를 합한 금액을 재무제표 등에서 영업수익으로 적는 사업자를 말한다. ③ 법 제16조의13제1항 단서에서 "대통령령으로 정하는 제조업자등인 경우"란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 제조업자등인 경우를 말한다. 1. 영업을 시작하지 아니하거나 영업 중단 등으로 인하여 영업실적이 없는 경우	

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
③ 제16조의10제1항을 위반한 제조업자등인 법인이 합병을 하는 경우 그 법인이 한 위반행위는 합병 후 존속하는 법인이나 합병으로 설립된 법인이 한 행위로 보아 과징금을 부과·징수한다. ④ 이 법에 따른 과징금의 납부기한 연장 및 분할납부, 과징금의 연대납부의무, 과징금 징수 및 체납처분과 과징금 환급가산금에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제103조부터 제106조까지의 규정을 준용한다. 이 경우 “공정거래위원회”는 “환경부장관”으로, “사업자”는 “제조업자등”으로 본다. ⑤ 제1항에 따른 과징금의 부과기준은 대통령령으로 정한다.	2. 해당 제조업자등의 재산상황이나 그 밖에 관련매출액 산정에 필요한 자료 등을 종합적으로 고려하더라도 관련매출액을 합리적으로 추정할 수 없는 경우 등 객관적인 관련매출액 산정이 어렵다고 인정되는 경우 ④ 제1항부터 제3항까지에서 규정한 사항 외에 관련매출액 산정 등에 필요한 세부사항은 환경부장관이 정하여 고시한다.	
	제22조의14(과징금 부과기준) 법 제16조의13제1항에 따른 과징금의 부과기준은 별표 2의3과 같다. [별표 2의3] 과징금의 부과기준(제22조의14 관련) 1. 과징금 부과 여부의 결정 과징금은 법 제16조의13제2항 각 호의 사항과 이에 영향을 미치는 사항을 고려하여 부과한다. 2. 과징금의 산정 과징금은 위반행위의 유형에 따른 기본 산정기준에 위반기간 및 위반횟수에 따른 가중 조정과 과징금 부담능력 또는 사업여건의 변동 등에 따른 감액 조정을 거쳐 산정한다. 가. 위반행위의 유형에 따른 기본 산정기준 1) 위반행위의 내용 및 정도에 따라 위반행위를 "매우 중대한 위반행위", "중대한 위반행위" 및 "중대성이 약한 위반행위"로 구분하되, 위반행위의 유형에 관한 세부기준은 환경부장관이 정하여 고시한다. 2) 과징금은 관련매출액에 아래 표에서 정한 위반행위의 유형별 부과기준율을 곱한 금액으로 하되, 제22조의13제3항 각 호의 어느 하나에	

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙																												
	해당하는 경우에는 아래 표에서 정한 위반행위의 유형별 부과기준율으로 한다. 이 경우 위반행위의 유형별 부과기준율 및 부과기준율에 관한 세부기준은 환경부장관이 정하여 고시한다. <table><tr><th>위반행위의 유형</th><th>부과 기준율</th><th>부과 기준금액</th></tr><tr><td>매우 중대한 위반행위</td><td>1.6% 초과 2.0% 이하</td><td>4억원 초과 5억원 이하</td></tr><tr><td>중대한 위반행위</td><td>0.8% 초과 1.6% 이하</td><td>2억원 초과 4억원 미만</td></tr><tr><td>중대성이 약한 위반행위</td><td>0.1% 이상 0.8% 이하</td><td>5백만원 이상 2억원 미만</td></tr></table> 나. 위반기간 및 위반횟수에 따른 가중 조정 1) 위반기간에 따른 가중 조정 <table><tr><th>위반기간</th><th>가중범위</th></tr><tr><td>1년~</td><td>20% 초과 30% 이하</td></tr><tr><td>6월~ 1년</td><td>10% 초과 20% 미만</td></tr><tr><td>3월~6월</td><td>10% 이하</td></tr></table> 2) 위반횟수에 따른 가중 조정 <table><tr><th>최근 3년간 위반횟수</th><th>가중범위</th></tr><tr><td>4회 이상</td><td>40% 초과 50% 이하</td></tr><tr><td>3회</td><td>20% 초과 40% 이하</td></tr><tr><td>2회</td><td>20% 이하</td></tr></table> ※ 비고: 위반행위의 횟수에 따른 가중 조정은 최근 3년간 같은 위반행위를 한 경우에 적용하며, 위반행위에 대하여 과징금 부과처분을 한 날과 그 처분 후에 다시 같은 위반행위를 하여 적발한 날을 기준으로 위반횟수를 계산한다. 다. 과징금 부담능력 또는 사업여건의 변동 등에 따른 감액 조정 해당 제조업자등의 과징금 부담능력 또는 사업여건의 변동 등을 고려하여 과징금이 과중하다고 인정되는 경우에는 가목 및 나목에 따라 산정된 과징금의 100분의 50 이하의 범위에서 감액 조정할 수 있다.	위반행위의 유형	부과 기준율	부과 기준금액	매우 중대한 위반행위	1.6% 초과 2.0% 이하	4억원 초과 5억원 이하	중대한 위반행위	0.8% 초과 1.6% 이하	2억원 초과 4억원 미만	중대성이 약한 위반행위	0.1% 이상 0.8% 이하	5백만원 이상 2억원 미만	위반기간	가중범위	1년~	20% 초과 30% 이하	6월~ 1년	10% 초과 20% 미만	3월~6월	10% 이하	최근 3년간 위반횟수	가중범위	4회 이상	40% 초과 50% 이하	3회	20% 초과 40% 이하	2회	20% 이하	
위반행위의 유형	부과 기준율	부과 기준금액																												
매우 중대한 위반행위	1.6% 초과 2.0% 이하	4억원 초과 5억원 이하																												
중대한 위반행위	0.8% 초과 1.6% 이하	2억원 초과 4억원 미만																												
중대성이 약한 위반행위	0.1% 이상 0.8% 이하	5백만원 이상 2억원 미만																												
위반기간	가중범위																													
1년~	20% 초과 30% 이하																													
6월~ 1년	10% 초과 20% 미만																													
3월~6월	10% 이하																													
최근 3년간 위반횟수	가중범위																													
4회 이상	40% 초과 50% 이하																													
3회	20% 초과 40% 이하																													
2회	20% 이하																													

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
	제22조의15(과징금의 부과 및 납부) ① 환경부장관은 법 제16조의13에 따라 과징금을 부과할 때에는 위반행위의 종류와 해당 과징금의 금액을 명시하여 이를 납부할 것을 서면으로 통지하여야 한다. ② 제1항에 따라 통지를 받은 자는 통지를 받은 날부터 60일 이내에 과징금을 환경부장관이 정하는 수납기관에 내야 한다. 다만, 천재지변이나 그 밖의 부득이한 사유로 그 기간 내에 과징금을 낼 수 없을 때에는 그 사유가 없어진 날부터 30일 이내에 내야 한다.	
제16조의14(표시·광고의 사전 검토) ① 제조업자들은 제품의 환경성과 관련한 사항을 표시·광고하기 전에 그 표시·광고의 내용을 환경부장관에게 제출하여 제16조의10제1항을 위반하는지 여부를 검토하여 줄 것을 요청할 수 있다. ② 환경부장관은 제1항에 따라 제출받은 표시·광고의 내용을 환경부령으로 정하는 바에 따라 검토하고 그 결과를 검토를 요청한 제조업자들에게 통보하여야 한다. ③ 환경부장관은 환경부령으로 정하는 바에 따라 제1항에 따라 검토를 요청하는 제조업자들에게 검토에 필요한 비용을 부담하게 할 수 있다.		제33조의16(표시·광고의 사전 검토) ① 법 제16조의14제1항에 따라 표시·광고의 사전검토를 요청하려는 자는 별지 제22호의9서식의 제품 환경성 표시·광고 사전 검토 신청서에 다음 각 호의 서류를 첨부하여 환경부장관에게 제출(정보통신망에 의한 제출을 포함한다)하여야 한다. 1. 제품의 환경성과 관련한 표시·광고의 내용 2. 제품의 환경성 표시·광고의 내용을 입증하는 자료 ② 환경부장관은 제1항에 따라 사전 검토를 요청받은 경우에는 사전 검토를 요청받은 날로부터 60일 이내에 그 검토 결과를 신청인에게 통보하여야 한다. 다만, 부득이한 사유로 그 기간 내에 사전 검토 결과를 통보할 수 없는 경우에는 신청인에게 지연사유와 처리예정기간을 알려야 한다. ③ 법 제16조의14제3항에 따른 검토비용은 검토에 소요되는 기간, 인건비 및 사전 검토를 요청한 표시·광고의 수 등에 따른 실제 소요비용을 기준으로 산정하고, 비용부과에 관한 세부적인 사항은 환경부장관이 정하여 고시한다.

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙
제16조의15(위반사실의 신고 등) ① 환경부장관은 제16조의10제1항 각 호의 행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 제출한 자에게 예산의 범위에서 포상금을 지급할 수 있다. ② 제1항에 따른 포상금 지급대상과 지급액의 범위, 포상금의 지급 기준, 방법, 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	제22조의16(포상금의 지급) ① 법 제16조의15제1항에 따른 포상금(이하 이 조에서 “포상금”이라 한다)은 법 제16조의10제1항 각 호의 행위를 신고 또는 제보하고 이를 입증할 수 있는 증거자료를 최초로 제출한 자에게 지급한다. ② 제1항에 따라 자료를 제출받은 환경부장관은 그 신고내용이 법 제16조의10제1항 각 호의 행위에 해당한다고 인정하는 경우에는 300만원의 범위에서 포상금을 지급할 수 있다.	
제30조(청문 등) ① 환경부장관 또는 시·도지사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 처분을 하려면 미리 청문을 하여야 한다. 1. ~ 6. <생략> 6의2. 제16조의12에 따른 시정명령 6의3. 제16조의13에 따른 과징금 부과 <이하 생략>		
제31조(권한의 위임·위탁) ① <생략> ② 환경부장관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 다음 각 호의 구분에 따른 업무를 각 해당 기관 등에 위탁할 수 있다. 1. ~ 4의1. <생략> 4의2. 제16조의10제2항에 따른 조사에 관한 업무: 제5조의3에 따른 한국환경산업기술원 4의3. 제16조의11제2항에 따른 실증자료의 제출 요청에 관한 업무: 제5조의3에 따른 한국환경산업기술원 4의4. 제16조의14에 따른 표시·광고의 사전 검토에 관한 업무: 「한국환경산업기술원법」에 따른 한국환경산업기술원 <이하 생략>		
제32조(벌칙 적용 시의 공무원 의제) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 기관 또는 단체의 임직원은 위탁 받은 권한에 관하여 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정에 따른 벌칙을 적용할 때에는 공무원으로 본다. 1. ~ 2. <생략> 3. 제31조제2항에 따라 환경부장관의 권한을 위탁받은 기관 또는 단체 4. ~ 5. <생략>		

「환경기술 및 환경산업 지원법」	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행령	「환경기술 및 환경산업 지원법」 시행규칙													
제34조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 2년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처한다. 1. ~ 2.〈생략〉 3. 제16조의10제1항제1호 및 제2호를 위반하여 부당한 표시·광고 행위를 한 자 4. 제16조의11제4항에 따른 중지명령을 따르지 아니하고 제품의 환경성에 관한 표시·광고 행위를 한 자 4의2. 제16조의12제1항에 따른 명령(제16조의10제1항제3호 및 제4호를 위반한 경우로 한정한다)에 따르지 아니한 자 5. ~ 6.〈생략〉	제35조(과태료의 부과기준) 법 제37조에 따른 과태료의 부과기준은 별표 3과 같다. [별표 3] 과태료의 부과기준(제35조 관련) 1. 일반기준 가. 위반행위의 횟수에 따른 과태료의 부과기준은 최근 1년간 같은 위반행위로 과태료 부과처분을 받은 경우에 적용한다. 이 경우 위반행위에 대하여 과태료를 부과처분한 날과 그 처분 후에 다시 같은 위반행위를 하여 적발된 날을 각각 기준으로 하여 위반횟수를 계산한다. 나. 부과권자는 다음의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제2호에 따른 과태료 금액의 2분의 1의 범위에서 그 금액을 감경할 수 있다. 다만, 과태료를 체납하고 있는 위반행위자의 경우에는 그러하지 아니하다. 1) 위반행위자가 「질서위반행위규제법 시행령」 제2조의2제1항 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 2) 위반행위자의 사소한 부주의나 오류 등 과실로 인한 것으로 인정되는 경우 3) 위반행위자가 위반행위를 바로 정정하거나 시정하여 해소한 경우 4) 그 밖에 위반행위의 정도, 동기와 그 결과 등을 고려하여 감경할 필요가 있다고 인정되는 경우 2. 개별기준 (단위: 만원) <table><tr><th rowspan="2">위반행위</th><th rowspan="2">근거 법조문</th><th colspan="3">과태료 금액</th></tr><tr><th>1차 위반</th><th>2차 위반</th><th>3차 이상 위반</th></tr><tr><td>다. 법 제16조의11제3항에 따른 제출기간 내에 제품의 환경성에 관한 실증자료를 제출하지 않은 경우</td><td>법 제37조제1항제3호</td><td>200</td><td>250</td><td>300</td></tr></table>	위반행위	근거 법조문	과태료 금액			1차 위반	2차 위반	3차 이상 위반	다. 법 제16조의11제3항에 따른 제출기간 내에 제품의 환경성에 관한 실증자료를 제출하지 않은 경우	법 제37조제1항제3호	200	250	300	
위반행위	근거 법조문			과태료 금액											
		1차 위반	2차 위반	3차 이상 위반											
다. 법 제16조의11제3항에 따른 제출기간 내에 제품의 환경성에 관한 실증자료를 제출하지 않은 경우	법 제37조제1항제3호	200	250	300											

제품 환경성 표시·광고 사전 검토

「환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시」 시행에 따라 제조업자 등이 준비중인 환경성 관련 표시·광고의 적법성에 대한 사전 검토 지원으로 안심하고 사업을 추진할 수 있도록 돕고, 소비자와 성실한 기업의 피해를 예방하고자 「제품 환경성 표시·광고 사전 검토」 제도를 실시하고 있사오니 많은 참여바랍니다.

● 신청 방법	신청서 및 관련 입증자료 구비 후 우편 및 이메일을 통한 접수
● 신청 대상	제조업자, 제조판매업자, 판매업자가 준비 중인 환경성 표시·광고
● 결과 통보	신청 접수일 기준 60일 이내 서면으로 사전 검토 결과 통보
● 수 수 료	기본 1건(표시·광고 문구 5개 이하) 신청시 60만원을 기준으로, 1건 기준에서 초과되는 문구 1개당 12만원 가산 ※ 1건을 초과하는 경우 초과 건에 대한 수수료는 50/100 적용하여 산정 ※ 기업규모 별 수수료 감면 적용(중소기업 확인서 제출) (소상공인 및 소기업(75%), 중기업(50%), 중견기업(25%))

진행 절차	업무절차	내용
사전검토 신청 접수	사전검토 신청 (제조업자 등)	- 사전검토 신청서 접수(우편 또는 이메일) ※ 제조업자 등이 신청서 및 구비서류 제출
사전검토 대상 확인	사전검토 대상여부 검토	- 사전검토 대상행위 여부 확인) - 대상행위 범위에 해당되지 않을 경우 반려(서면통지) - 사전검토 수수료 산정 및 청구
자료 검토	신청내용 및 구비서류 검토	- 신청제품의 환경성 표시·광고 검토 - 해당 행위의 입증자료 실효성 등 확인 - 신청자료 추가 보완 여부 검토 및 보완 요청 - 현장평가 및 전문가 자문 여부 검토
현장 평가 (필요시)	현장 평가	- 신청내용 관련 현장 확인을 위한 현장방문 평가
사전검토 자문회의 (필요시)	자문위원회 구성·운영	- 신청내용의 적절성(적법성) 여부 자문 및 검토의견 제시
결과 통보	사전검토 결과 서면통보	- 신청인에게 사전검토 결과 알림(신청 접수 후 60일 이내) ※ 현장평가, 자료 보완에 따른 기간은 미 산입

문의처 (우)03367 서울특별시 은평구 진흥로 215 한국환경산업기술원 제품사후관리실 (02-2284-1947)

환경성 표시·광고 의심되면, 신고하세요!

부당한 환경성 표시 · 광고 행위 신고 포상제도란 무엇인가요?

제품의 환경성과 관련하여 소비자들 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는(거짓·과장, 기만, 부당비교, 비방)로 의심되는 정보를 제공하는 것을 말합니다.

- **포상 대상** 부당한 환경성 표시·광고 행위 신고·제안으로 올바른 친환경 표시·광고 문화 확산에 기여한 시민

- | 구분 | 우수 신고 | 일반 신고 |
|------|-------|-------|
| 매 건당 | 50 | 30 |
- *각 분기 신고자별 포상금 지급 합계액은 100만원 이내로 함

- ◎포상 시기 포상금 지급 결정 후, 신청일로부터 1개월 이내

- **신고 방법** 신고사이트(녹색제품정보시스템)를 통해 양식 다운로드 후 객관적 증거자료와 함께 신고 계정 메일(greenwashing112@keiti.re.kr)을 통해 접수

- 진행 절차



MeMo

[illegible]

[illegible]