

제품 환경성 표시·광고 길라잡이





I | 길라잡이 개요

1. 길라잡이의 목적	4
2. 용어의 정의	5
3. 참고사항	6

II | 요약 길라잡이

1. 부당한 환경성 표시·광고	7
2. 부당한 환경성 표시·광고의 세부유형	7
3. 환경성 표시·광고의 8대 원칙	9
4. 분야별 부당성 판단기준	10
5. 부당한 환경성 표시·광고 신고포상금	12

III | 부당한 환경성 표시·광고

1. 부당한 환경성 표시·광고의 의의	13
2. 부당한 환경성 표시·광고의 세부 유형	14

IV | 환경성 표시·광고의 8대 원칙

1. 진실성	20
2. 표현의 명확성	21
3. 대상의 구체성	22
4. 환경성 개선의 상당성	23
5. 환경성 개선의 자발성	24
6. 정보의 완전성	25
7. 제품과의 관련성	26
8. 실증가능성	27

V 분야별 부당성 판단기준

1. 포괄적 환경성 표현	28
2. 환경성 관련 마크	30
3. 비교표현	32
4. 인용 및 증언에 관한 표현	34
5. 무함유 표시·광고	36
6. 원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고	38
7. 물질 감축에 관한 표시·광고	39
8. 탄소배출에 관한 표시·광고	41
9. 재활용 등의 표시·광고	43
10. 오존층에 관한 표시·광고	45
11. 분해성에 관한 표시·광고	46
12. 에너지에 관한 표시·광고	48

VI 부당한 환경성 표시·광고 신고포상금

.....	50
-------	----

VII 부록

1. 부당한 환경성 표시·광고 대국민 체크리스트	51
2. 환경성 표시·광고 주요 위반유형 예시 (카드뉴스)	55
3. 환경 관련 국내외 주요 제3자 인증	57
4. 환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시	63
5. 부당한 환경성 표시·광고 행위 신고포상금 지급 기준	76



길라잡이 개요

01 길라잡이의 목적

이 길라잡이는 기업이 제품의 환경성을 올바르게 표시·광고하도록 안내하고, 소비자가 이를 제대로 이해하여 거짓이나 과장된 표시·광고로 인한 피해를 입지 않도록 하기 위하여 제작되었습니다.

제품의 환경성(환경적 속성) 및 환경성 주장이란?

제품의 환경성(환경적 속성)이란 제품을 생산하고 소비하며 폐기하는 전과정에서 제품이 환경에 미치는 영향력을 말하고, **환경성 주장**이란 제품이 환경에 긍정적인 영향력을 미친다는 것을 제품에 표시하거나 광고를 통하여 알리는 행위를 의미합니다.

※ 참고 (제품의 단계별 환경성 주장 예시)

단계	예시
제품의 생산(원재료 취득)	신재생에너지 사용, 유기농 비료 사용
제품의 소비	에너지 효율 1등급, 리필 가능
제품의 폐기	재활용 가능, 자연 생분해

부당한 환경성 표시·광고란?

최근 기후와 환경에 대한 관심이 높아지면서 환경보호와 지속가능성의 관점에서 제품을 선택하는 소비가 늘어나고 있으며, 기업은 제품의 환경친화적 이미지를 소비자에게 전달하여 제품을 홍보하는 그린 마케팅(Green Marketing)을 강화하고 있습니다. 그러나 실제로 친환경적이지 않은 제품을 친환경적인 것으로 표시·광고하거나 거짓·과장의 표시·광고를 하는 사례가 발생하고 있으며, 이를 부당한 환경성 표시·광고 또는 그린 워싱(Green washing)이라고 「환경기술 및 환경산업 지원법」(이하 “환경기술 산업법” 또는 “법”)에서 규제하고 있습니다.

02 용어의 정의

이 길라잡이에서 사용하는 용어의 의미는 다음과 같습니다.

표시

제품의 용기나 포장에 게재된 문자 · 숫자 또는 도형

광고

제품에 대한 정보를 일정한 매체*를 통하여 나타내거나 알리는 행위

* 라디오 · 텔레비전 · 신문 · 잡지 · 음성 · 음향 · 영상 · 인터넷 · 인쇄물 · 간판 등

전과정

원료 획득과 제품의 생산, 유통, 소비 및 폐기에 이르는 모든 단계

※ 제품의 환경성은 특정 단계가 아니라, 제품의 생애주기 전과정을 평가하여 판단함. 예를 들어, 생산과정에서 오염물질이 감소하였으나 폐기과정에서 오히려 증가한 경우에는 전과정을 고려할 때 환경 개선의 효과는 없다고 평가됨

실증

표시·광고에서 주장하는 내용이 사실임을 객관적인 근거 및 자료 등을 통하여 증명하는 것

※ 환경성 주장이 사실인지 실증하지 못하는 경우, 해당 표시·광고는 부당한 것으로 평가될 수 있음

제3자 인증

전문 기관이 독립적인 지위에서 제품의 환경성이 일정한 평가 기준을 충족하였다고 인증하는 절차

환경표지인증

같은 용도의 다른 제품(기기, 자재 및 환경에 영향을 미치는 서비스 포함)에 비해 환경성을 개선한 제품에 환경부장관이 부여하는 인증 표시

환경부하(負荷)

환경에 부담을 줄 수 있는 모든 것

예) 인공 배출열, 지구 온난화 물질, 오존층 파괴 물질, 대기 오염 물질, 수질 오염 물질, 토양 오염 물질, 고형 폐기물 등의 발생 또는 배출

03 참고사항

이 길라잡이에서 사용하는 약어의 의미는 다음과 같습니다.

법	환경기술 및 환경산업 지원법[법률 제20822호, 2025. 3. 18.]
시행령	환경기술 및 환경산업 지원법 시행령 [대통령령 제35482호, 2025. 4. 29.]
고시	환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시[환경부고시 제2019-24호, 2019. 1. 22.]
포상금규정	부당한 환경성 표시·광고 행위 신고포상금 지급 기준[환경부고시 제2025-31호, 2025. 2. 17.]

- ※ 요약 길라잡이에 기술된 내용에 대한 자세한 설명은 본 길라잡이에서 확인하실 수 있습니다.
- ※ 이 길라잡이의 내용과 사례는 기업과 소비자가 환경성 표시·광고를 이해하는 데 도움을 주기 위해 제작된 것으로 특정한 표시·광고가 부당한지 여부는 관련 법령의 해석에 따라 달라질 수 있습니다.



요약 길라잡이

01

부당한 환경성 표시·광고

실제로 친환경적이지 않은 제품을 친환경적인 것으로 표시·광고하거나 거짓·과장의 표시·광고를 하는 사례가 발생하고 있는데, 이를 부당한 환경성 표시·광고 또는 그린 워싱(Green washing)이라고 합니다.

환경기술산업법에서는 제품의 환경성 정보가 소비자에게 정확하게 전달될 수 있도록 부당한 환경성 표시·광고 행위를 금지하고 있습니다. (☞ p.13. 참조)

02

부당한 환경성 표시·광고의 세부유형

환경기술산업법은 부당한 환경성 표시·광고를 ① 거짓·과장의 표시·광고, ② 기만적인 표시·광고, ③ 부당하게 비교하는 표시·광고, ④ 비방적인 표시·광고로 구분하고, 이러한 표시·광고로 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우를 금지하고 있습니다.(법 제16조의10 제1항. (☞ p.14. 참조)

따라서 기업이 위와 같은 유형에 해당하는 표시·광고를 하고, 그러한 표시·광고가 소비자를 속이거나 소비자가 오인할 수 있는 우려가 있을 경우에는 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다.

기업은 자신이 주장하는 환경적 속성이나 효능을 소비자가 이해하고, 부당한 환경성 표시·광고로 소비자가 피해를 입지 않도록 실증 가능한 근거를 제시해야 하며, 제품이나 포장지의 공간적 제약으로 이러한 근거를 충분히 제시하기 곤란한 경우 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳(제품 관련 홈페이지, 제품설명서 등)에 구체적이고 정확한 정보를 제공하여야 합니다. (☞ p.15. 이하 참조)

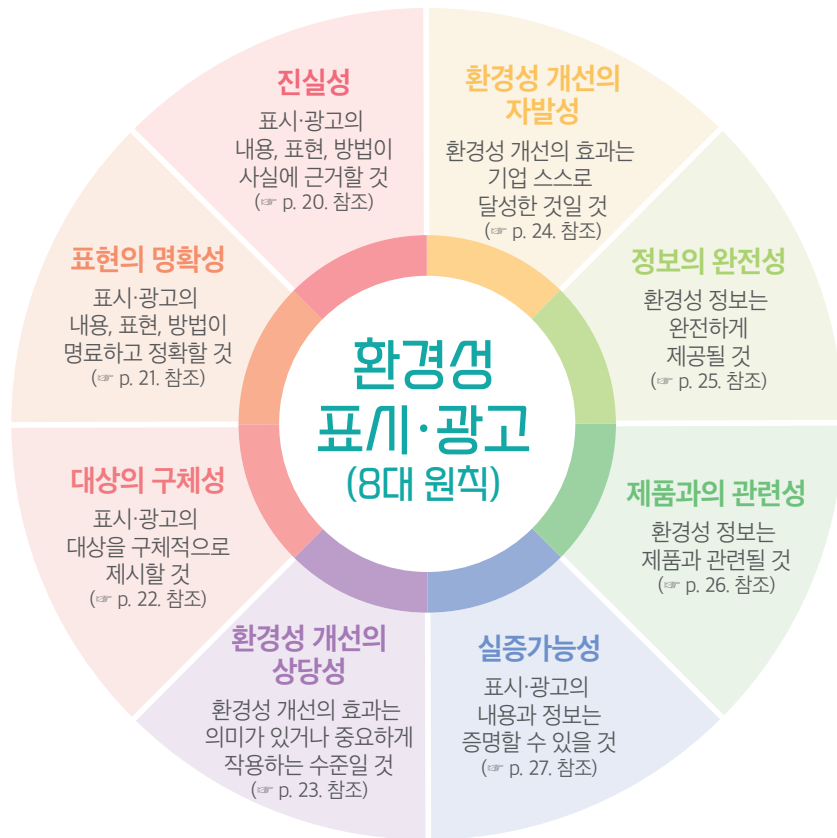
한편, 소비자는 기업이 주장하는 표시·광고의 내용을 무조건 신뢰하지 말고, 다른 방법(정보 검색, 제품 관련 홈페이지, 제품설명서 등)으로 표시·광고의 내용을 확인한 후 제품을 구매하거나 적절한 방법으로 제품을 사용하도록 하여야 합니다. (☞ p.15. 이하 참조)

구분	내용	예시
거짓·과장의 표시·광고	- (거짓) 사실과 다른 내용으로 표시·광고	친환경 인증을 받지 않고 친환경 제품이라고 표시·광고
	- (과장) 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고	실제 환경 개선의 효과가 미미한데 큰 것처럼 표시·광고
기만적인 표시·광고	- 사실을 숨기거나 축소하는 표시·광고	일부 천연염색 원단을 사용했음에도 전부 천연염색 원단을 사용한 것처럼 표시·광고
부당하게 비교하는 표시·광고	- 비교 대상과 기준을 명시하지 않거나 객관적인 근거 없이 다른 제품과 비교하는 표시·광고	객관적 근거 없이 경쟁제품보다 친환경적인 것으로 표시·광고
	- 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하는 표시·광고	최대, 최고, 최초, 유일 등 표현을 사용한 표시·광고
비방적인 표시·광고	- 객관적인 근거가 없거나 불리한 사실만으로 다른 제품을 비방하는 표시·광고	객관적 근거 없이 경쟁제품에서 유독물질이 검출되었다고 표시·광고

03

환경성 표시·광고의 8대 원칙

환경성 표시·광고는 ① 진실성, ② 표현의 명확성, ③ 대상의 구체성, ④ 환경성 개선의 상당성, ⑤ 환경성 개선의 자발성, ⑥ 정보의 완전성, ⑦ 제품과의 관련성, ⑧ 실증가능성 등 8가지 원칙을 준수해야 합니다.



04 분야별 부당성 판단기준

환경기술산업법에 따른 「환경성 표시·관리제도에 관한 고시」에서 환경성 표시·광고가 ‘부당한 것’인지 여부를 확인하기 위해 분야별 부당성 판단기준을 제시하고 있습니다.

구분	금지되는 행위의 내용	자주 사용되는 표현
포괄적 환경성 표현 (☞ p.28. 참조)	제품이 환경에 미치는 영향을 구체적이지 않고, 단순히 ‘친환경’과 같이 모호하게 표현하는 행위	“친환경~”
환경성 관련 마크 (☞ p.30. 참조)	환경성 관련 마크(법정인증마크, 업계자율마크, 기업자가마크)를 받지 않고도 이를 표시하거나 인증범위 외에 표시 또는 인증기간이 지났음에도 이를 표시하는 행위	“○○마크를 획득한~” “○○ 인증을 받은~”
비교 표현 (☞ p.32. 참조)	구체적이고 객관적인 근거를 제시하지 않고 환경적 속성 또는 효능을 같은 종류의 다른 제품과 비교하여 환경적으로 우량하다거나 유리하다고 표현하는 행위	“○○제품 보다 우수한~”
인용 및 증언에 관한 표현 (☞ p.34. 참조)	허가, 인증 등을 받은 사실과 다르게 표시·광고하여 소비자가 환경성 개선 효과를 오인하여 제품을 소비 또는 구매하도록 유도하는 행위	“○○상 수상” “국가가 인증한~”
무함유 등의 표시·광고 (☞ p.36. 참조)	인체 또는 환경에 유해한 특정 물질이 제품 등에 함유되지 않거나 검출되지 않았다고 표시·광고하면서 해당 물질명을 구체적으로 표기하지 않거나 해당 물질 대신 사용한 물질 역시 유사한 유해성을 지니는 경우	“무(無)~”, “~Zero”, “-Free”
원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고 (☞ p.38. 참조)	일부 원료에 대한 속성이나 효능을 전체 제품의 속성이나 효능인 것처럼 표시하거나 환경성 개선 효과의 구체적 근거와 개선범위 등을 제시하지 않은 행위	“~환경을 보호하는” “친환경 원료”, “바이오 매스”
물질 등의 감축에 관한 표시·광고 (☞ p.39. 참조)	구체적인 비교기준 없이 특정 유해물질을 줄였음을 표시하거나 감축의 정도가 매우 적어 효과가 거의 없음에도 환경성 개선의 효과가 있는 것으로 표시하는 행위	“~감축”, “~절감”, “~감소”

구분	금지되는 행위의 내용	자주 사용되는 표현
탄소배출에 관한 표시·광고 (☞ p.41. 참조)	제품의 전과정(원료부터 제조, 운반, 유통, 사용 및 폐기)에서 발생한 탄소배출량 정보(탄소발자국) 인증을 제시하면서 환경성 개선이 있는 것으로 표시하는 행위	“저탄소” “탄소배출 저감” “탄소상쇄”
재활용 등의 표시·광고 (☞ p.43. 참조)	제품이나 포장재에 재활용 원료가 어느 정도 사용되었는지 명확하게 제시하지 않거나 통계적으로 의미있는 수준의 개선이 없음에도 재활용 원료를 사용했다는 이유로 환경을 개선했다거나 유익하다고 표시하는 행위	“재활용물질 함유” “재사용 가능” “재활용 성분 사용”
오존층에 관한 표시·광고 (☞ p.45. 참조)	법적으로 금지된 오존층파괴물질(예: 프레온가스 등)을 사용하지 않는 것을 마치 친환경 제품인 것처럼 표시하는 행위	“오존 친화적” “오존층을 파괴하지 않는~”
분해성에 관한 표시·광고 (☞ p.46. 참조)	특수한 환경이나 조건에서만 분해되는 합성수지(플라스틱 등) 함유 제품을 생분해성 제품으로 표시하거나 분해성에 대한 환경적 이점이 있는 것으로 표시하는 행위	“생분해성” “생분해 플라스틱”
에너지에 관한 표시·광고 (☞ p.48. 참조)	제품 및 서비스의 생산과정에서 사용하는 에너지가 화석연료를 사용하였음에도 신재생에너지를 사용한 것으로 표현하거나 소비자 친환경적으로 오인하도록 표시하는 행위	“재생에너지 사용”, “고효율”, “에너지 절감 또는 절약” “연비 효율적”

05 부당한 환경성 표시·광고 신고포상금

소비자 피해 예방, 부당한 환경성 표시·광고 행위를 방지하고자 환경기술산업법에 따라 부당한 환경성 표시·광고 신고포상금제도를 운영하고 있습니다(법 제16조의15).
(☞ p.50. 참조)

신고대상은 온·오프라인에서 부당한 환경성 표시·광고가 의심되는 제품으로 신고방법은 에코스퀘어(ecosq.or.kr)에 접속하여 [친환경 녹색진흥 → 환경성 표시·광고 → 부당한 환경성 표시·광고 신고]를 클릭하면 됩니다. 신고 시 반드시 부당한 환경성 표시·광고임을 나타내는 증거자료를 함께 제출해야 합니다.

신고포상금 지급절차는 아래와 같습니다.



신고포상금은 우수신고(1건당 100만원)와 일반신고(1건당 3만원)로 나뉘며, 일반신고 포상금은 1인당 연간 최대 30만원을 넘을 수 없습니다.



부당한 환경성 표시·광고

01

부당한 환경성 표시·광고의 의의

부당한 환경성 표시·광고란?

환경에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 기업은 자사의 제품이나 경영이 ‘친환경적’이라고 주장하거나 광고하여 소비자의 구매를 유도하는 방식을 마케팅의 주요 전략으로 활용하고 있습니다. 더불어 기업이 친환경적이지 않은 제품을 친환경적인 것으로 표시·광고하거나, 제품의 환경적 속성을 과장하여 표시·광고하는 행위가 늘어나고 있는데, 이를 부당한 환경성 표시·광고라고 합니다.

왜 부당한 환경성 표시·광고를 금지해야 하는가?

부당한 환경성 표시·광고는 친환경 제품을 생산하는 기업의 매출에 악영향을 줄 뿐만 아니라 친환경 제품을 생산하려는 기업의 의욕을 떨어뜨려 친환경 제품 시장의 환경 개선 효과를 감소시키는 등의 문제를 발생시킬 수 있습니다. 또한 부당한 환경성 표시·광고는 잘못된 정보를 제공하여 소비자가 가짜 친환경 제품을 구입하도록 유도하거나, 소비자를 유해물질에 노출시켜 소비자의 생명, 신체 또는 재산에 손해를 발생시킬 수도 있습니다. 이러한 이유로 환경기술산업법에서는 제품의 환경성 정보가 소비자에게 정확하게 전달될 수 있도록 부당한 환경성 표시·광고 행위를 금지하고, 다음과 같은 제도를 운영하고 있습니다.

환경성 표시·광고 관리제도

구분	내용
환경성 표시·광고 실증제도	제품의 환경성과 관련된 표시·광고에 대한 기업의 입증책임
신고포상금제도	부당한 환경성 표시·광고를 신고한 경우 포상금 지급
사전 검토제도	제품의 환경성을 표시·광고하기 전에 사업자의 요청에 따라 그 표시·광고의 내용이 적절한지 검토하는 제도

02 부당한 환경성 표시·광고의 세부 유형

환경기술산업법에서는 부당한 환경성 표시·광고를 ① 거짓·과장의 표시·광고, ② 기만적인 표시·광고, ③ 부당하게 비교하는 표시·광고, ④ 비방적인 표시·광고로 구분하고, 이러한 표시·광고로 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 경우를 금지하고 있습니다(법 제16조의10 제1항).

따라서 사업자가 위와 같은 유형에 해당하는 표시·광고를 하고, 그러한 표시·광고가 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있을 경우에는 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다.

부당한 환경성 표시·광고의 세부 유형(시행령 별표 2의2)

구분	내용	예시
거짓·과장의 표시·광고	- (거짓) 사실과 다른 내용으로 표시·광고	친환경 인증을 받지 않고 친환경 제품이라고 표시·광고
	- (과장) 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고	실제 환경 개선의 효과가 미미한데 큰 것처럼 표시·광고
기만적인 표시·광고	- 사실을 숨기거나 축소하는 표시·광고	일부 천연염색 원단을 사용했음에도 전부 천연염색 원단을 사용한 것처럼 표시·광고
부당하게 비교하는 표시·광고	- 비교 대상과 기준을 명시하지 않거나 객관적인 근거 없이 다른 제품과 비교하는 표시·광고	객관적 근거 없이 경쟁제품 보다 친환경적인 것으로 표시·광고
	- 객관적인 근거 없이 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하는 표시·광고	최대, 최고, 최초, 유일 등 표현을 사용한 표시·광고
비방적인 표시·광고	- 객관적인 근거가 없거나 불리한 사실만으로 다른 제품을 비방하는 표시·광고	객관적 근거 없이 경쟁제품에서 유독물질이 검출되었다고 표시·광고

부당한 환경성 표시·광고에 대한 행정상 또는 형사상 조치

부당한 환경성 표시·광고를 한 기업에는 위반행위의 내용, 기간 및 횟수 등에 따라 관련 매출액의 최대 2%(매출액 산정이 곤란한 경우, 최대 5억 원 부과)에 달하는 과징금이 부과될 수 있으며(법 제16조의 13), 이 중 거짓·과장 또는 기만적인 표시·광고를 한 기업은 2년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있습니다(법 제35조 제3호).

부당한 환경성 표시·광고의 세부 유형별 확인 사항

기업은 자신이 주장하는 환경적 속성이나 효능을 소비자가 이해하고, 부당한 환경성 표시·광고로 피해를 입지 않도록 실증 가능한 근거를 제시해야 합니다. 또한, 제품이나 포장지의 공간적 제약으로 근거를 충분히 제시하기 곤란한 경우 소비자가 쉽게 접근할 수 있는 곳(제품 관련 홈페이지, 제품설명서 등)에 구체적이고 정확한 정보를 제공하여야 합니다.

한편, 소비자는 기업이 주장하는 표시·광고의 내용을 무조건적으로 신뢰하지 말고, 다른 방법(정보 검색, 제품 관련 홈페이지, 제품설명서 등)으로 표시·광고의 내용을 확인한 후 제품을 구매하거나 적절한 방법으로 제품을 사용하여야 합니다.

① 거짓·과장의 표시·광고(고시 제7조 제1항)

구분	주요 위반 유형	기업의 확인 사항
환경 개선효과	- 환경 개선 효과가 없음에도 환경 개선 효과가 있는 것처럼 표시·광고하는 행위	- 환경 개선의 효과가 있는가? - 환경 개선의 효과를 객관적, 과학적 자료로 입증할 수 있는가? - 환경 개선의 효과가 상당한가?
수상·인증 선정·특허	- 수상 등의 사실이 없음에도 받은 것처럼 표시·광고하는 행위 - 수상 등을 받은 내용과 다르게 표시·광고하는 행위	- 실제로 수상·인증·선정·특허 등을 받았는가? - 수상 등의 의미, 내용, 범위를 정확하게 표현하는가?
인증마크	- 인증을 받은 사실이 없음에도 해당 인증마크를 사용하는 행위 - 인증을 받았으나 인증마크의 의미와 다른 내용으로 표시·광고하는 행위	- 인증을 받아 인증마크를 사용할 권한이 있는가? - 인증마크의 의미, 내용, 범위를 정확하게 표현하는가? - 인증마크의 유효기간 내인가?
제품과의 관련성	- 제품과 관련성이 없는 인증(기업 인증·경영인증)을 제품과 관련된 인증으로 표시·광고하는 행위	- 제품의 특성과 관련된 인증인가? - 기업의 특성 또는 경영활동과 관련된 인증인가? - 인증의 유효기간 내인가?



소비자의 확인사항

- 표시·광고의 주장 내용이 구체적인가?
- 표시·광고에 제시된 자료로 표시·광고에서 주장 내용의 진실성을 확인할 수 있는가?
- 간단한 인터넷 검색으로 표시·광고의 내용을 확인할 수 있는가?

광고



국내외에서
친환경 플라스틱
인증 획득
HS마크(2025.6.1.)
FDA승인(2024.6.1.)

확인사항

인터넷 검색으로 HS마크는 제품의 품질을 인증하는 마크 이고, FDA는 식품, 의약품 관리기구라는 사실을 알 수 있음. 따라서 해당 제품이 친환경 플라스틱으로 인증 또는 승인을 받은 것이 아니므로 거짓 광고에 해당함을 알 수 있음

② 기만적인 표시·광고(고시 제7조 제2항)

구분	주요 위반 유형	기업의 확인 사항
환경성 개선의 대상	- 환경성 주장의 대상이 제품인지 포장재인지 표기하지 않는 행위	- 환경성 주장의 대상을 명확히 제시하는가?
정보의 누락·은폐·축소	- 중요한 정보를 누락, 은폐, 축소하는 행위	- 환경성 주장과 관련한 중요한 정보인가? - 해당 정보가 누락, 은폐, 축소되어 소비자가 오인할 가능성이 있는가?
제품과 무관한 환경성 주장	- 해당 제품과 관련 없는 성분·특성이 존재하지 않음을 근거로 환경 개선을 주장하는 행위	- 그러한 성분·특성은 환경성 개선과 관련 있는가? - 동종 유사 제품에 그러한 성분·특성이 존재하는가?
환경 개선의 자발성	- 법령에서 정하는 기준을 준수하면서 환경을 개선한 것처럼 표시·광고하는 행위	- 법령에서 정하는 기준을 초과하여 환경을 개선하는가?
자가마크 사용	- 기업이 스스로 제작한 마크를 법정인증마크 또는 업계자율마크로 오해할 수 있게 표시·광고하는 행위	- 기업의 자가마크라는 사실과 자가마크를 부여하는 기준을 명시하는가?
부분적 환경 개선의 효과	- 일부 자재·원료의 환경성 개선을 근거로 제품 전체의 환경성이 개선된 것으로 표시·광고하는 행위	- 환경 개선의 효과가 일부 자재·원료, 제품 전체 중 어디에 있는지 명시하는가? - 자재·원료의 환경적 속성이 제품 전체의 환경적 이점으로 작용하는가?



소비자의 확인사항

- 환경 개선의 효과가 무엇인지 구체적으로 제시되었는가?
- 환경 개선의 효과를 알 수 있는 정보가 충분히 제공되었는가?
- 동종 유사 제품도 그러한 기준을 준수하고 있는가?
- 어느 기관에서 부여한 인증마크인가?

광고



하루 전기료
단돈 404원
(1일 6시간 기준)
친환경
세라믹 히터

확인사항

전기는 사용량이 늘어날수록 요금 단가가 비싸지는 누진제로 운영되므로, 최저 구간의 전기료 기준이라는 사실을 알리지 않은 채 전기료가 적게 나온다는 사실을 근거로 친환경을 주장하는 것은 기만적 광고에 해당함을 알 수 있음

③ 부당한 비교의 표시·광고(고시 제7조 제3항)

구분	주요 위반 유형	기업의 확인 사항
비교 대상	- 비교대상을 구체적으로 설명하지 않는 행위 - 동일한 조건에서 비교하지 않는 행위	- 비교 대상을 명시하고 있는가? - 비교 조건이 동일한가?
비교 내용 비교 기준	- 소비자 선택에 중대한 영향을 미치는 기준에 대하여 비교 내용 또는 기준을 명시하지 않고 표시·광고하는 행위	- 소비자 선택에 중대한 영향을 미치는 기준에 대한 비교인가? - 비교 내용 또는 기준을 명시하고 있는가? - 소비자가 잘못 알 우려가 있는가?
절대적 표현	- 객관적 근거 또는 구체적인 범위를 명시하지 않고 절대적 표현을 사용하는 행위 예) 최초, 유일 등	- 절대적 표현을 입증할 객관적 자료가 있는가?
기타	- 사실과 다른 내용 등을 통해 소비자의 오해를 유발하는 행위	- 경쟁사, 경쟁제품과의 비교 내용이 진실한가?

📍 소비자의 확인사항

- 비교하는 내용이 구체적인가?
- 비교 대상 제품은 무엇인가?
- 비교 내용 또는 기준은 합리적인가?
- 구체적인 근거를 제시하고 있는가?

광고



친환경 식기세척기
국내 최저 물 소비량
경쟁제품 대비
전기로 대폭 절감!

확인사항

식기세척기가 물과 전기를 적게 사용하는지 여부는 비교 대상과 비교 기준에 따라 다르게 나타날 수 있음. 따라서 비교 대상과 비교 기준을 명시하지 않고 구체적 근거 없이 '최저'와 같은 절대적 표현을 사용하는 것은 부당한 비교 광고에 해당함을 알 수 있음

④ 비방적인 표시·광고(고시 제7조 제4항)

구분	주요 위반 유형	기업의 확인 사항
근거없는 비방	- 구체적인 비교 기준을 제시하지 않은 채 타사 제품을 비방하는 행위	- 타사 제품과 비교하면서 비교 기준과 근거를 제시하고 있는가? - 타사 제품에 대한 비방이 중심 내용인가?
단점의 부각	- 타사 제품에 관해 단점을 부각시켜 실제보다 현저히 열등하거나 불리한 것처럼 소비자가 오인하도록 하는 행위	- 타사 제품의 단점만을 부각시키는가? - 소비자가 타사 제품을 실제보다 열등한 것으로 오인하도록 하는가?
정보의 누락·은폐·축소	- 타사 제품의 환경성 정보를 은폐, 누락, 축소시켜 비방하는 행위	- 타사 제품의 환경성과 관련한 중요한 정보를 누락, 은폐, 축소하는가? - 이를 통해 타사 제품을 비방하는가?



소비자의 확인사항

- 자사 또는 자사 제품의 우수성이 아니라 경쟁사나 경쟁 제품의 단점만을 부각시키고 있는가?
- 경쟁사나 경쟁 제품에 대한 비방이 주된 내용인가?

광고



경쟁사 XX 기저귀
발진 유발 성분 검출!

확인사항

경쟁사 제품에서 유해 성분이 검출되었다는 사실은 경쟁사 제품의 안전성에 문제가 있다는 인상을 줄 수 있음. 따라서 객관적 근거 없이 경쟁사 제품에서 발진 유발 성분이 검출되었다는 사실만 부각시키는 것은 경쟁사 제품에 대한 비방에 중점을 둔 것으로 비방광고에 해당함을 알 수 있음

IV

환경성 표시·광고의 8대 원칙

기업이 환경성 표시·광고를 할 때 지켜야 할 기본원칙은 다음과 같습니다.

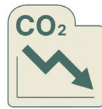
01

진실성

(고시 제5조 제1호)

개념	환경성 표시·광고는 사실에 근거해야 합니다.	
요건	▶ 표시·광고의 내용, 표현, 방법은 사실에 근거할 것 ▶ 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없을 것	
구분	올바른 예	틀린 예
내용	환경표지 인증을 받은 경우	대기전력 저감 우수제품으로만 등록된 경우
	 환경표지 인증 획득 객관적 사실에 근거한 내용 제시	 환경표지 인증 획득 친환경 제품 마크의 의미(에너지 절약)를 넘는 내용 제시
표현	원단에서 포름알데히드가 검출되지 않은 경우	
	 인체 유해물질 포름알데히드 미검출 포름알데히드 미검출 사실을 정확히 전달	 인체 무해 '인체 무해'로 표현하여 다른 유해 성분도 검출되지 않는다고 잘못 이해할 수 있음
방법	원단에서 포름알데히드가 검출되지 않은 경우	
	 인체 유해물질 포름알데히드 미검출 원단 포름알데히드 미검출 사실을 정확히 전달	 인체 유해물질 미검출 포름알데히드 일부 내용을 알아보기 어렵게 하여 다른 인체 유해물질도 없다고 잘못 이해할 수 있음

02 표현의 명확성 (고시 제5조 제2호)

개념	환경성 표시·광고는 명료하고 정확해야 합니다.																												
요건	▶ 표시·광고의 내용, 표현, 방법이 명료하고 정확할 것 ※ 표시·광고의 문구·도안·색상의 위치와 크기 등으로 판단 ▶ 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없을 것																												
구분	올바른 예	틀린 예																											
내용	탄소 감축량을 제시하는 경우																												
	 기존 자사 제품 대비 탄소배출 20% 감축 비교 대상과 감축량 명확히 제시	 탄소 감축 비교 대상과 감축량을 명확히 제시하지 않아 환경 개선의 효과 확인 곤란																											
표현	구체적 표현을 사용하는 경우																												
	 재활용 원료 50% 포함 재활용 원료 함유량을 명확히 제시하여 환경 개선의 효과 확인 가능	 하나뿐인 지구를 생각하는 제품 모호한 표현으로 환경 개선의 효과 확인 곤란																											
방법	시험성적서를 제시하는 경우																												
	시험성적서 • 성적서 번호 : 25-00-000 • 발급일 : 2025.08.01. <table><thead><tr><th>시험항목</th><th>단위</th><th>결과</th><th>시험방법</th></tr></thead><tbody><tr><td>TVOC</td><td>mg/(m³/h)</td><td>0.020</td><td rowspan="3">실내공기질 공정시험기 준</td></tr><tr><td>폼루터</td><td>mg/(m³/h)</td><td>0.000</td></tr><tr><td>폼알데하이드</td><td>mg/(m³/h)</td><td>0.002</td></tr></tbody></table> 시험성적서 내용이 선명하여 확인 가능	시험항목	단위	결과	시험방법	TVOC	mg/(m³/h)	0.020	실내공기질 공정시험기 준	폼루터	mg/(m³/h)	0.000	폼알데하이드	mg/(m³/h)	0.002	시험성적서 • 성적서 번호 : 25-00-000 • 발급일 : 2025.08.01. <table><thead><tr><th>시험항목</th><th>단위</th><th>결과</th><th>시험방법</th></tr></thead><tbody><tr><td>.....</td><td>.....</td><td>.....</td><td rowspan="3">.....</td></tr><tr><td>.....</td><td>.....</td><td>.....</td></tr><tr><td>.....</td><td>.....</td><td>.....</td></tr></tbody></table> 시험성적서 내용이 흐릿하여 확인 곤란	시험항목	단위	결과	시험방법									
시험항목	단위	결과	시험방법																										
TVOC	mg/(m³/h)	0.020	실내공기질 공정시험기 준																										
폼루터	mg/(m³/h)	0.000																											
폼알데하이드	mg/(m³/h)	0.002																											
시험항목	단위	결과	시험방법																										
.....																													
.....																													
.....																													

03

대상의 구체성

(고시 제5조 제3호)

개념	환경성 표시·광고의 대상을 구체적으로 제시해야 합니다.	
요건	▶ 표시·광고의 대상이 제품인지 제품의 포장인지 명확히 인식할 수 있게 할 것 ▶ 표시·광고의 범위가 대상의 전부인지 일부인지 명확히 인식할 수 있게 할 것	
구분	올바른 예	틀린 예
대상	재활용 가능함을 제시하는 경우	
	 재활용 대상이 종이 팩이라는 사실을 구체적으로 제시	 '재활용 가능' 표현만으로는 재활용이 가능한 대상 확인 곤란
범위	천연소재의 사용 범위를 제시하는 경우	
	 천연소재가 사용된 범위를 구체적으로 제시	 '천연소재' 표현만으로는 천연소재가 사용된 범위 확인 곤란

04 환경성 개선의 상당성 (고시 제5조 제4호)

개념	환경성 개선의 효과는 의미가 있거나 중요하게 작용하는 수준이어야 합니다.	
요건	▶ 환경성 개선의 효과는 환경에 도움이 될 정도의 유의미한 수준이고 구체적인 근거를 제시할 수 있을 것 ▶ 환경성 개선의 효과를 실제보다 과장하여 소비자를 기만하거나 오인시킬 우려가 없을 것	
구분	올바른 예	틀린 예
개선 효과	환경 개선의 효과를 구체적으로 제시한 경우	환경 개선의 효과를 제시하지 않은 경우
	 지속가능항공유(SAF) 10% 사용 (기존 대비 탄소배출 8% 감소) 환경 개선에 의미 있는 수준의 탄소배출량 상쇄(보상) 제시	 Fly Greener Become CO₂ Free 환경 개선 효과가 어느 정도인지 확인 곤란
소비자 기만	재활용 원료를 25%에서 50%로 늘린 경우	재활용 원료를 2%에서 3%로 늘린 경우
	재활용 원료 50% 포함 또는 재활용 원료 2배 강화 상당한 정도의 재활용 원료를 사용하고 이를 명확히 제시	재활용 원료 50% 증가 재활용 원료 사용 비율이 높은 것처럼 잘못 이해할 수 있음

05 환경성 개선의 자발성 (고시 제5조 제5호)

개념	환경성 개선의 효과는 기업이 스스로 달성한 것이어야 합니다.
요건	▶ 법령에서 정하는 기준만을 준수하면서 환경을 개선한 것처럼 표시·광고하지 말 것 ※ 법령에서 의무로 규정한 기준은 기업이 최소한으로 준수하여야 할 기준임

구분	올바른 예	틀린 예
법적 기준 충족	법적 최소기준인 E1 등급 목재를 사용한 가구의 경우	
	 E1 등급 목재 사용 KC 인증 획득 제품의 환경성을 언급하지 않고 사실에 부합하는 내용 제시	 무독성 E1 등급 목재 사용 친환경 목재 사용 KC인증의 최소 기준(E1등급)만을 충족한 사실과 다르게 무독성, 친환경 목재로 표현

※ 참고

포름알데히드 방출량 1.5 mg/L 이하(E1 등급)인 목재를 사용한 가구의 경우	포름알데히드 방출량 0.5 mg/L 이하(E0 등급)인 목재를 사용한 가구의 경우
법적 최소기준 충족	법적 최소 기준을 초과하여 환경 개선의 효과 인정
KC 인증 취득 가능	환경표지 인증 취득 가능

06 정보의 완전성 (고시 제5조 제6호)

개념	환경성 정보는 완전하게 제공되어야 합니다.	
요건	▶ 소비자의 선택에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사실·내용을 누락, 은폐, 축소하지 말 것	
	구분	예시
	누락	사실이나 내용을 알리지 않는 것
	은폐 축소	지나치게 작은 글씨, 흐릿한 색상 등으로 사실이나 내용을 알아보기 어렵게 하는 것 지나치게 생략된 설명 등으로 사실이나 내용을 알아보기 어렵게 하는 것
▶ 환경성 정보에 대해 소비자를 오인시킬 우려가 없을 것		
구분	올바른 예	틀린 예
누락	공인시험기관의 분석을 거친 경우	자체 검사만을 거친 경우
	 000 센터 시험결과 3대 중금속(납, 수은, 카드뮴) 불검출 중요한 정보(공인시험기관 분석결과)를 올바르게 제시	 분석결과 3대 중금속(납, 수은, 카드뮴) 불검출 중요한 정보(자체 분석 결과라는 사실)를 누락하여 공인시험기관의 분석결과인 것처럼 잘못 이해할 수 있음
은폐	3대 중금속이 불검출된 경우	
	 3대 중금속 납, 수은, 카드뮴 불검출 중요한 정보(검출되지 않은 중금속)를 올바르게 표현	 유해 중금속 불검출 납, 수은, 카드뮴 중요한 정보(검출되지 않은 중금속)를 알아보기 어렵게 만들어 중금속이 전혀 없는 것으로 오해할 수 있게 표현
축소	3대 중금속이 불검출된 경우	
	 3대 중금속 납, 수은, 카드뮴 불검출 중요한 정보(검출되지 않은 중금속)를 올바르게 표현	 수은 등 중금속 불검출 '수은 등'으로만 표현하여 납, 카드뮴 이외에 다른 중금속도 없는 것으로 오해할 수 있게 표현

07

제품과의 관련성

(고시 제5조 제7호)

개념	환경성 정보는 제품과 관련되어야 합니다.	
요건	▶ 표시·광고의 내용이 제품의 재질, 속성, 용도와 직접적으로 관련될 것 ▶ 발생할 가능성이 없는 환경부하*를 개선하는 내용으로 소비자를 오인시킬 우려가 없을 것 * 환경에 악영향이나 부담을 주는 것	
구분	올바른 예	틀린 예
재질	플라스틱 제조에 사용되는 화학물질인 비스페놀A의 불검출을 주장하는 경우	
	 비스페놀 A 불검출 플라스틱 용기 플라스틱 제품과 관련한 화학물질이 포함되지 않았다는 사실을 올바르게 제시	 비스페놀 A 불검출 유리 용기 유리제품에서 나올 수 없는 화학물질이 포함되지 않았다는 사실을 주장하며 제품에 환경적 장점이 있는 것처럼 표현
속성	경영활동과 관련된 환경 인증을 받은 경우	
	 2025년 ISO 14001(환경) 환경경영인증 획득 제품이 아닌 경영활동과 관련한 인증임을 올바르게 제시	 2025년 ISO 14001(환경) 가장 안전한 제품 경영활동과 관련한 인증임을 알리지 않고 제품 안전성과 관련된 인증으로 오해할 수 있게 표현
용도	환경성 개선 냉각제 사용을 주장하는 경우	
	 HFO(하이드로플루오로올레핀)계 냉각제 지구 온난화 지수(GWP)가 낮은 HFO계 냉각제를 사용한 사실을 올바르게 제시	 프레온 가스 미사용 친환경 냉각제 법적으로 냉각제 사용이 금지된 프레온가스의 미사용을 주장하며 친환경 제품으로 오해할 수 있게 표현

08

실증가능성

(고시 제5조 제8호)

개념	표시·광고의 내용과 정보는 증명할 수 있어야 합니다.	
요건	▶ 표시·광고의 내용은 정확하고 재현 가능한 최신의 객관적·과학적인 근거로 실증할 수 있어야 함	
구분	올바른 예	틀린 예
객관적 근거	생분해를 주장하는 경우  생분해 플라스틱 EL724(생분해성수지제품) 환경표지인증 획득 제품 생분해를 입증할 객관적 근거 (환경표지 인증 획득)를 올바르게 제시	산화분해를 주장하는 경우  친환경 (산화) 생분해 플라스틱 친환경적 공법으로 인정되지 않는 산화분해를 근거로 친환경 생분해 제품으로 오해할 수 있게 표현
과학적 근거	제품의 전과정을 고려하여 탄소배출이 직접 감소한 경우  000 시험검사기관 시험결과 기존 자사제품 대비 탄소배출량 50% 감축 실제 배출이 감소한 탄소량에 대한 공인 시험기관의 시험결과를 올바르게 제시	탄소배출권을 구매하여 탄소배출을 상쇄한 경우  탄소배출 50% 직접 감축 탄소배출 상쇄가 탄소배출 직접 감축으로 인정될 수 없음에도 이를 오해할 수 있게 표현



분야별 부당성 판단기준

환경성 표시·광고가 문제 될 수 있는 분야별 부당성 판단기준은 다음과 같습니다.

01

포괄적 환경성 표현 (고시 제6조)

포괄적 환경성 표현이란?

제품이 환경에 미치는 긍정적 영향을 구체적으로 제시하지 않고, 단순히 ‘친환경 제품’과 같이 일반적이고 포괄적으로 표현하는 것을 말함

구분	예시
구체적 표현	에너지 절감, 오염물질 저감, 포름알데히드 미검출
포괄적 표현	친환경, 친환경 제품, 무독성, 무공해

왜 문제일까?

- ▶ “친환경”, “무독성”과 같은 포괄적이고 절대적인 표현을 사용하면 소비자는 그 제품이 모든 경우에 환경오염과 무관하거나 독성물질을 전혀 포함하지 않는다고 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 이러한 표현을 사용하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 것

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 전과정을 고려하여, 같은 용도의 다른 제품보다 환경 개선의 효과가 있다는 객관적·과학적인 근거가 있을 것

올바른 예	틀린 예
제품의 전과정의 탄소배출을 감소시킨 경우	운송 단계에서만 탄소배출을 감소시킨 경우
 기존 자사 제품 대비 탄소배출 80% 감축 제품의 모든 단계를 고려한 환경 개선의 효과 제시	 기존 자사 제품 대비 탄소배출 80% 감축 운송단계 한정 ‘운송단계 한정’ 문구를 흐리고 작게 표현하여 제품의 모든 단계에서 환경 개선의 효과가 있는 것으로 오해할 수 있게 표현

※ 객관적·과학적인 근거 없이 표시·광고한 경우에는 부당한 환경성 표시·광고로 규제될 수 있음

▶ 환경이 개선되는 범주*를 구체적으로 한정하여 제시할 것

* 환경 개선의 범주는 자원순환성 향상, 에너지 절약, 지구 환경오염 감소(예, 온실가스 감소), 지역 환경오염 감소(예, 폐기물 감소), 유해물질 감소, 생활환경오염 감소(실내 오염물질 감소), 소음·진동감소 등 7가지로 구분됨(고시 제6조 제2항)

올바른 예	틀린 예
구체적 표현을 사용한 경우	포괄적 표현을 사용한 경우
‘재생에너지 사용’ 또는 ‘수은 미검출’ 환경이 개선되는 범주를 한정하여 제시	‘친환경’ 또는 ‘무독성’ 환경이 개선되는 범주를 한정하지 않고 포괄적 환경성 표현을 사용

▶ 제품 자체, 제품의 용기나 포장에 환경 개선의 과학적·객관적 근거와 환경이 개선되는 구체적 범주를 제시할 공간이 부족한 경우에는 관련 홈페이지나 설명서 등에 제시할 것

올바른 예	틀린 예
다른 수단으로 환경 개선의 범주를 제시한 경우	환경 개선의 범주를 제시하지 않은 경우
 홈페이지 or 제품설명서 제품명: OO 주방세제 특 성 · 환경표지 인증 획득 · [지역별]오염원소 저감순환성 평가 · 코코넛 오일 유래 성분 100% · 플라스틱 사용량 50% 감소 QR 코드를 확인하세요. 제품 자체에 공간이 부족하여 홈페이지나 제품설명서에 구체적 범주를 제시	 환경이 개선되는 범주를 한정하지 않고 포괄적 표현을 사용

02

환경성 관련 마크 (고시 제8조)

환경성 관련 마크란?

제품의 환경성 정보를 전달하거나 제품의 환경성과 관련한 인증이나 평가 결과를 나타내기 위해 사용하는 도안(그림·문자)을 말함

구분		예시	도안 예시
제3자 인증마크	법정 인증마크	법적 근거에 따라 환경성을 인증하는 마크 (예, 환경표지, 환경성적표지 등)	
	업계 자율마크	업계에서 자체적으로 환경성을 인증하는 마크 (예, 한국표준협회의 로하스마크 등)	
기업자가마크		기업이 자기 제품의 우수성을 나타내기 위해 자체적으로 만들어 사용하는 마크	

왜 문제일까?

- ▶ 법정인증마크와 업계자율마크는 제3자 인증마크로서 독립적인 인증기관(국가 또는 기관·단체)에서 평가 및 인증절차를 거쳐 일정한 평가기준을 충족시켰을 때 부여하는 인증마크임. 그러나 이와 같이 독립적인 인증기관에서 인증을 받지 않았음에도 인증을 받은 것처럼 표시·광고한다면 소비자는 그 제품의 환경적 우수성이 인정되었다고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 이러한 표현을 사용하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 법정인증마크와 업계자율마크를 획득한 경우, 실제로 공인된 인증기관에서 인증을 받고 인증의 유효기간(인증마크의 사용기간) 내에 생산된 제품에 한하여 인증기관, 인증받은 범위나 사유를 명확히 표현하여 인증마크를 사용해야 함

올바른 예	틀린 예
의류 자체에 대하여 환경표지 인증을 받고 친환경 제품으로 광고하는 경우  친환경 의류 인증의 범위와 사유를 명확히 제시	원단에 대해서만 환경표지 인증을 받고 제품(의류) 전체를 친환경 제품으로 광고하는 경우  친환경 의류 인증의 범위와 사유를 벗어나 제품 자체가 인증을 받은 것으로 오해할 수 있게 표현

※ 환경 관련 주요 인증마크의 인증 내용

구분	인증 내용
ISO 14001	 국제표준화기구(ISO)의 친환경 경영에 대한 인증
LOHAS(로하스)	 한국표준협회의 환경지향적 제품·서비스·공간에 대한 인증
RoHS	 특정 유해물질을 사용하지 않은 전기·전자제품에 대한 인증
HB마크	 공기청정협회의 건축자재 실내공기오염물질 방출 등급에 대한 인증

- ▶ 기업자가마크의 경우, 기업이 자체적으로 마련하여 사용하는 마크임을 알려 소비자가 자가마크를 국가나 독립적인 인증기관에서 받은 인증마크로 오인하지 않도록 해야 함

올바른 예	틀린 예
환경과 관련된 기업자가마크를 사용하는 경우  Eco(에코) 품질보증 엄격한 품질관리를 거친 당사 제품에 부여하는 자가마크입니다. 기업의 자가마크라는 사실과 부여 기준을 명확히 제시	환경과 관련된 기업자가마크를 사용하는 경우  Eco(에코) 품질보증 기업의 자가마크라는 사실을 명시하지 않아 제3자 기관이 부여한 인증으로 오해할 수 있도록 표현

※ 자가마크를 사용하는 기업은 자체적인 부여 기준, 검증의 투명성, 라벨 표시방법 등 요건을 마련하고, 제품의 포장, 매뉴얼 또는 홈페이지 등 소비자가 일반적으로 쉽게 접근할 수 있는 곳에 명확하게 그 내용을 표시할 필요가 있음

※ Eco(에코) 표현의 사용에 대해서는 포괄적 환경성 표현 부분 참조 (☞ p. 28)

03

비교표현

(고시 제9조)

비교표현이란?

비교표현이란 동종의 다른 제품과 비교하여 자신의 제품이 환경적으로 유리하다고 표현하는 것을 말함

왜 문제일까?

- ▶ 비교 대상과 기준을 분명하게 밝히지 않거나 객관적인 근거 없이 자기의 제품을 다른 제품과 비교하여 환경적으로 우수하다고 표시·광고한다면, 소비자는 그 제품이 다른 제품보다 환경적으로 우수하다고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 이러한 표현을 사용하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 비교 대상과 기준을 분명하게 밝히고 객관적인 근거를 제시할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 사실에 근거하여 비교하고, 비교하는 내용, 근거, 시기, 방법 등을 제품의 포장, 설명서, 홈페이지 등 소비자가 쉽게 확인할 수 있는 곳에 명확히 밝힐 것

올바른 예	틀린 예
기존 제품과 전기 사용량을 비교하는 경우	
객관적 근거(실험결과 및 자료)를 소비자가 쉽게 확인할 수 있는 곳에 제시	객관적 근거(실험결과 및 자료)를 제시하지 않아 소비자가 사실 여부를 확인하기 곤란

▶ 비교의 대상은 동일하거나 유사한 기능을 수행하는 제품이어야 함

올바른 예	틀린 예
기존 제품과 전기 사용량을 비교하는 경우	
 비교 대상이 40인치 LED TV로 동일한 정당한 비교	 LED TV와 전기 사용량이 상대적으로 많은 LCD TV를 비교하는 것은 비교 대상이 서로 다른 부당한 비교에 해당

※ 비교 대상 사이에 기능의 차이가 있는 경우 이를 밝혀야 함

04

인용 및 증언에 관한 표현

(고시 제10조)

인용 및 증언에 관한 표현이란?

환경적 속성·효능과 관련된 내용이나 자료를 인용하여 표현하는 것을 말함

※ 인용의 대상에는 다음과 같은 내용이 포함될 수 있음

- 국가, 공공기관, 인증기관 등으로부터 받은 허가, 인증, 특허 및 수상 경력
- 여론이나 통계 조사기관의 조사 결과, 공인된 시험기관의 시험 결과
- 언론의 보도 내용, 자기 또는 제3자가 보증하거나 보험 등에 가입한 내용

왜 문제일까?

- ▶ 환경적 속성·효능과 관련된 사실을 인용하는 경우, 소비자는 그 제품의 환경적 우수성이 인정되었다고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 이러한 표현을 사용하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 내용이나 자료를 사실 그대로 인용하여야 하며, 인용하는 내용이나 자료의 의미가 다른 의미로 잘못 이해될 수 있게 표시·광고해서는 안됨

올바른 예	틀린 예
전기사용 저감 기술에 대한 특허를 받은 경우  전기사용 저감기술 특허 취득 특허의 범위가 기술이라는 사실을 제시하고 이를 확인할 수 있는 특허 등록번호를 제시	기술에 대한 특허를 근거로 제품의 친환경 주장  특허받은 친환경 제품 특허의 범위를 넘어 제품의 친환경성에 대하여 인증받은 것으로 오해할 수 있도록 표현

※ 사실과 다른 의미로 잘못 이해될 수 있도록 표시·광고하는 경우

- 공인시험기관의 시험성적서를 “인증서”인 것처럼 제시하고 “인증획득”으로 주장
- 원료에 대한 시험 결과를 제품에 대한 시험 결과로 주장
- 법적 최소 기준을 충족시켰다는 시험 결과를 근거로 “친환경” 등 환경성 주장
- 특정 성분이 기준치 이내라는 시험 결과를 근거로 “free”, “zero” 등 특정성분의 무함유 주장

▶ 제품을 이용한 적이 없거나, 제품의 환경적 속성이나 효능을 판단할 지위나 능력이 없는 제3자의 증언, 설명, 인증을 포함하여 표시·광고해서는 안됨

올바른 예	틀린 예
시험기관의 시험 결과를 주장하는 경우  OO화학시험연구소 실험결과 라돈 불검출! 유해물질 시험 능력과 설비를 갖춘 시험기관의 시험 결과 제시	외국 기관의 인증을 주장하는 경우  미국 FDA 친환경 플라스틱 인증 1회용 접시 친환경 제품 인증에 관한 권한이 없는 미국 FDA 인증은 친환경 제품 인증으로 오해할 수 있도록 표현

05

무함유 표시·광고

(고시 제11조)

무함유 표시·광고란?

인체 또는 환경에 유해한 특정 물질이 포함되지 않거나 검출되지 않았다는 내용의 표시·광고를 말함

예) ~ 없는, 무(無)~, ~ Zero, ~ Free, ~ 무함유, ~ 미검출, ~ 차단

왜 문제일까?

- ▶ 특정 유해물질이 포함되지 않았다고 주장하는 경우, 소비자는 인체나 환경에 유해한 물질에 민감할 수밖에 없으므로 그 제품이 환경적으로 우수하다고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 이러한 표현을 사용하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 제품에 포함되지 않거나 검출되지 않은 특정 물질을 구체적으로 명시하여야 함

올바른 예	틀린 예
유해물질을 특정한 경우	유해물질을 특정하지 않은 경우
 남성분 불검출 소중한 아이를 위한 아동복 제품에서 검출되지 않은 유해물질을 구체적으로 제시	 유해물질 불검출 소중한 아이를 위한 아동복 모든 유해물질이 검출되지 않은 것으로 오해할 수 있게 표현

- ▶ 무함유로 주장하는 물질이 실제로 포함되지 않거나 전혀 검출되지 않으며, 이에 대한 시험결과 등 객관적·과학적인 근거가 있을 것

-
- ▶ 특정 유해물질이 법적으로 허용되는 기준을 초과하지 않는다는 사실을 근거로 그 물질의 무함유 등으로 주장하지 말 것
 - ▶ 특정 유해물질은 없지만 그 물질과 비슷하거나 높은 수준으로 유해성을 초래하는 다른 물질을 함유하거나 사용하는 경우 무함유 등으로 주장하지 말 것
 - ▶ 해당 제품과 유사한 제품에 사용될 가능성이 없는 유해물질이 함유되지 않았음을 근거로 그 물질을 무함유 등으로 주장하지 말 것

06

원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고

(고시 제12조)

원료의 환경적 속성·효능에 관한 표시·광고란? ?

제품에 사용되는 성분, 원료, 자재 등이 가지는 환경적 속성이나 효능에 관한 표시·광고를 말함

예) 옥수수로 만든 플라스틱, 감자로 만든 에탄올

왜 문제일까?

- ▶ 환경에 도움이 되는 원료라도 가공 과정을 거치면서 화학적 특성이 바뀔 수 있으므로 원료가 가졌던 본래의 환경적 속성·효능이 그 원료로 만든 제품에 그대로 남아 있지 않을 수 있음
- ▶ 따라서 원료의 환경적 속성·효능을 표시·광고하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 일부 원료가 가지는 환경적 속성·효능을 제품 전체의 환경적 속성·효능으로 표시·광고하지 말 것

올바른 예	틀린 예
원료의 환경적 속성만을 제시하는 경우 	원료의 환경적 속성을 제품의 환경적 속성으로 제시하는 경우 

- ▶ 원료와 제품의 환경적 속성·효능을 객관적으로 실증할 수 있는 자료를 제시할 것
- ▶ 제품의 전과정을 고려할 때 환경성 개선의 효과가 있을 것
 - ※ 환경성을 개선하는 원료를 사용했다라도 환경에 유해한 다른 요소(생산과정에서 오염물질 배출 증가, 폐기과정에서 폐기물 증가 등)가 존재하는 경우, 환경 개선의 효과가 있다고 보기 어려움

07

물질 감축에 관한 표시·광고 (고시 제13조)

물질 감축에 관한 표시·광고란?

환경에 악영향 내지 부담을 줄 수 있는 물질 또는 요소를 줄여서 해당 제품의 환경성이 개선되었음을 표시·광고하는 것을 말함

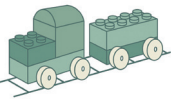
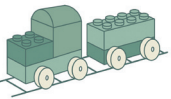
예) 무게 감량, 부피 축소, 유해물질 사용·배출 감소, 자원·에너지·물 사용 감축, 소음·진동 감소 등

왜 문제일까?

- ▶ 구체적인 정보를 제공하지 않고 환경에 부담을 줄 수 있는 물질을 감소시켰다는 표시·광고를 하는 경우, 소비자는 그 제품이 환경적으로 우수하다고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 물질 감축에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 사실과 다르게 표시·광고하지 말 것
- ▶ 감축한 물질의 종류, 감축 수준, 비교기준과 대상 등을 구체적으로 제시할 것

올바른 예	틀린 예
감축한 물질의 정보를 구체적으로 제시하는 경우  프탈레이트 성분 50% 감축 (기존 자사 제품 대비, 법정 허용치의 50% 수준) 감축한 물질, 감축수준, 비교대상 등을 구체적으로 제시	감축한 물질의 정보를 제시하지 않는 경우  유해물질 50% 감축 모든 유해물질이 50% 감축된 것으로 오해할 수 있게 표현

- ▶ 감축 수준은 통계적으로 의미 있는 수준으로 환경성 개선에 영향을 줄 정도여야 함

- ▶ 일부 단계에서만 물질을 감축한 경우, 다른 단계 또는 전과정에서도 감축한 것으로 표현하지 말 것

올바른 예	틀린 예
원료 취득 단계에서만 전기 사용을 감축한 경우	
 원료 취득 단계의 전기 사용 20% 절약 자연을 생각하는 제품 물질을 감축한 단계를 명확히 제시	 전기 사용 20% 절약 자연을 생각하는 제품 물질을 감축한 단계를 제시하지 않아 생산 전과정의 전기사용 감축으로 오해하도록 표현

- ▶ 법적 의무에 따라 물질을 감축한 경우, “~감축”, “~절감”, “~감소”와 같은 표현을 사용하여 환경성을 주장하지 말 것

08

탄소배출에 관한 표시·광고 (고시 제14조)

탄소배출에 관한 표시·광고란?

원료의 취득과 제품의 생산, 운송, 유통, 사용 및 폐기에 이르는 전 과정에 걸쳐 발생하는 이산화탄소배출량*을 표시·광고하는 것을 말함

* 지구 온난화의 원인인 온실가스의 대부분은 이산화탄소이기 때문에 다른 온실가스 배출량도 이산화탄소배출량으로 환산하여 표기

※ [참고] 환경성적표지

환경성 제고를 위해 제품 및 서비스의 원료채취, 생산, 수송·유통, 사용, 폐기 등 전과정에 대한 환경성 정보를 계량적으로 표시하는 제도

단계	인증 대상	인증마크	인증 내용
1	제품 및 서비스		제품 및 서비스의 원료채취, 생산, 수송·유통, 사용, 폐기 등 전과정에 대한 환경영향을 계량적으로 표시
2			저탄소제품은 환경성적표지 인증을 받은 제품 중 '저탄소제품 기준' 고시(환경성 정보 중 탄소발자국 값이 최대허용탄소배출량 이하인 경우)에 적합한 제품 ※ 최대허용탄소배출량이 없는 경우 최소탄소감축률을 적용

왜 문제일까?

- ▶ 1단계 탄소배출량 표시의 경우, 단순히 전과정에서 발생하는 탄소배출량을 인증한 것이지만 소비자는 그 제품이 이산화탄소 저감을 통해 환경을 개선한 제품이라고 잘못 이해할 수 있음
- ▶ 또한 2단계 저탄소 제품 표시의 경우, 탄소배출 저감량 등 구체적인 정보를 제공하지 않으면 그 제품의 환경적 우수성을 정확히 알기 어려움
- ▶ 따라서 탄소배출에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 표시·광고의 대상이 탄소배출량인지 탄소감축량인지 정확하게 밝힐 것
- ▶ 1단계 탄소배출량 인증에 불과한 경우, “저탄소”, “탄소배출 저감”, “탄소상쇄” 등 표현을 사용하여 환경성 개선이 있는 것처럼 표현하지 말 것

올바른 예	틀린 예
탄소배출량만 인증받은 경우	
탄소배출량 인증 완료 표시·광고의 대상을 명확히 제시	친환경, 저탄소 인증 완료 단순한 배출량 인증 제품을 친환경, 저탄소로 오해할 수 있게 표현

- ▶ 제품의 사용만으로 탄소배출이 감소하는 것처럼 소비자가 오인할 수 있는 표현을 사용하지 말 것
- ▶ 탄소배출량은 제품의 전과정을 고려하여 과학적·계량적인 방법으로 계산하여야 하며, 일부 단계에서 발생한 탄소배출 감축량을 다른 단계에서도 감축된 것으로 중복계산하지 말 것

올바른 예	틀린 예
전과정을 고려할 때 탄소배출이 20% 감소한 경우	제조 과정에서만 탄소배출이 20% 감소한 경우
OO시험검사기관 시험결과 기존 자사 제품 대비 탄소배출 20% 감축 원료 획득과 생산, 유통, 소비 및 폐기에 이르는 모든 단계를 고려한 환경 개선의 효과 제시	OO시험검사기관 시험결과 기존 자사 제품 대비 탄소배출 20% 감축 일부 과정의 환경 개선 효과임을 알리지 않고 전과정에서의 환경 개선으로 오해할 수 있게 표현

09

재활용 등의 표시·광고 (고시 제15조)

재활용 등의 표시·광고란?

자원 재활용이나 자원 절약과 관련한 환경적 이점을 표시·광고하는 것을 말함
예) 재활용물질 함유, 재생자원 사용, 재활용 대상, 재충전 가능, 해체가 용이한 제품 등

왜 문제일까?

- ▶ 재활용과 관련된 표현을 막연하게 사용하는 경우, 소비자는 재활용할 수 있거나 재활용물질로 이루어진 부분이 그 제품의 전체 또는 모든 부분이라고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 재활용에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 재활용 성분이 포함되지 않았거나 성질상 재활용이 곤란한 경우, 사실과 다르게 재활용 등으로 표시·광고하지 말 것
- ▶ 재활용 성분이 포함되었거나 재활용 가능한 대상이 제품인지 포장재인지 명확하게 밝힐 것

올바른 예	틀린 예
포장용 박스만 재활용 원료로 만든 경우	
 포장용 박스가 재활용 대상이라는 사실을 명확히 제시	 복사용지(제품)가 재활용 대상이라고 오해할 수 있게 표현

▶ 재활용 성분의 양이나 비율을 명확히 밝힐 것

올바른 예	틀린 예
리사이클 원단을 사용한 제품인 경우	
 재활용 성분과 함량을 명확히 제시	 재활용 성분과 함량을 제시하지 않음

▶ 소비자가 제품의 재사용, 재충전, 해체 등에 필요한 방법이나 도구를 쉽게 구할 수 없음에도 재사용 등에 필요한 프로그램, 방법 또는 도구를 제공하지 않으면서 재활용 등이 가능한 것으로 표시·광고하지 말 것

예) 리필(re-fill)을 통해 용기를 재활용할 수 있다고 광고하는 경우, 소비자가 리필용 제품을 쉽게 구할 수 있도록 판매할 것

10

오존층에 관한 표시·광고

(고시 제16조)

오존층에 관한 표시·광고란?

제품이 오존층을 파괴하지 않아 안전하다고 표시·광고하는 것을 말함

※ 오존층은 지구 대기권 상층부(성층권)에 있는 오존(O₃) 기체가 모여 있는 얇은 층으로, 유해한 자외선을 차단해 지구의 인간과 동식물을 보호하는 역할을 수행

왜 문제일까?

- ▶ 제품이 오존층을 파괴하는 물질을 함유하고 있음에도 오존층을 파괴하지 않는다고 표현하거나, 프레온가스(CFCs)와 같은 법적 사용 금지 물질을 마치 자발적으로 사용하지 않는 것처럼 표현하는 경우, 소비자는 그 제품을 친환경적인 것이라고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 오존층에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 오존층 파괴 물질을 포함하거나 오존에 친화적이지 아니함에도 “오존층을 파괴하지 않는~”, “오존 친화적”과 같은 표현을 사용하여 사실과 다르게 표시·광고하지 말 것
- ▶ 법적 의무를 준수하기 위해 오존층 파괴 물질을 사용하지 않은 것을 근거로 오존층 비파괴, 오존층 친화 등과 같이 표시·광고하지 말 것

올바른 예	틀린 예
스프레이 추진제로 부탄가스를 사용한 경우	스프레이 추진제로 금지 물질(프레온가스)을 사용하지 않은 경우
 부탄가스(R600) 추진제 스프레이 환경성 개선 물질 사용을 명확히 제시	 프레온가스를 사용하지 않는 친환경 스프레이 법적 의무 준수를 자발적인 환경 개선인 것처럼 표현

※ 부탄가스는 지구온난화에 미치는 영향이 적은 스프레이 추진제로 인정되고 있음

11

분해성에 관한 표시·광고

(고시 제17조)

분해성에 관한 표시·광고란?

제품이나 포장재가 자연적으로 분해되어 폐기물 처리가 쉽고 환경 개선에 도움이 된다고 표시·광고하는 것을 말함

왜 문제일까?

- ▶ 자연적으로 분해되기 어렵거나, 자연적으로 분해될 수 있더라도 분해 조건, 시간 등 그 제품의 생분해 능력을 객관적·과학적으로 증명할 수 없음에도 불구하고 생분해 된다는 표현을 하는 경우, 소비자는 그 제품을 친환경적인 것이라고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 분해성에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 법령이나 규정에서 분해성과 관련한 기준을 정하고 있는 경우, 해당 기준에 따른 객관적·과학적 근거를 구비하여 분해성으로 표시·광고할 것

분해성 인정기준	내용
EL724	생분해성수지제품에 대한 환경표지 인증기준
ISO 14855-1	퇴비화 조건에서의 플라스틱 재료의 생분해도를 측정하는 기준
ISO 17556	토양에서 플라스틱 재료의 생분해도를 측정하는 기준

- ▶ 환경에 유해한 농도의 오염물질을 배출하는 경우, 제품, 포장재 또는 그 성분에 분해성을 근거로 환경적 이점이 있는 것처럼 표시·광고하지 말 것
- ▶ 제품이 통상적으로 처리되는 환경에서 분해되는 능력 및 분해비율 등 필요한 범위까지 명확하게 증명할 수 없는 경우, 분해성으로 표시·광고하지 말 것
- ▶ 고온·고압 등의 특수한 환경 및 조건에서만 분해되는 경우, 분해성으로 표시·광고하지 말 것

올바른 예	틀린 예
실험실 기준 환경에서 생분해되는 경우	고온·고압 등 특수한 환경에서만 분해되는 경우, 분해 조건을 명시하지 않은 경우
 생분해 플라스틱 사용 (000기관 시험결과 58°C에서, 6개월 이내, 90% 이상 생분해) 생분해 조건을 명시한 후 생분해 표현 사용	 생분해 플라스틱 사용 생분해 조건에서도 분해된다고 오해할 수 있게 표현

- ▶ 제품 자체 또는 원료의 산화분해, 광분해 기타 분해성을 근거로 사실과 다르게 생분해*로 표시·광고하지 말 것

* 생분해성이란 사용 후 퇴비화 조건 등에서 자연계에 존재하는 미생물에 의해 분해되는 것을 말함

올바른 예	틀린 예
제품 자체의 분해성을 주장하는 경우	원료의 분해성을 근거로 제품의 분해성을 주장하는 경우
 ISO 인증 획득 생분해 되는 다회용 플라스틱 식기 제품 자체의 생분해성을 인증받아 생분해 표현 사용	 옥수수 소재로 만들어 생분해 되는 다회용 식기 원료(옥수수)의 막연한 분해 가능성을 근거로 제품도 분해성이 있는 것처럼 표현

12

에너지에 관한 표시·광고

(고시 제17조의2)

에너지에 관한 표시·광고란?

제품 및 서비스의 생산 과정에서 사용하는 에너지에 관하여 표시·광고하는 것을 말함

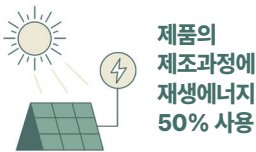
구분	내용	친환경성
신에너지	기존의 화석연료를 변환하여 이용하거나 수소·산소 등의 화학반응을 통하여 전기 또는 열을 이용하는 에너지(신재생에너지법 제2조 제1호)	O
재생에너지	햇빛·물·지열(地熱)·강수(降水)·생물유기체 등을 포함하는 재생 가능한 에너지를 변환하여 이용하는 에너지(신재생에너지법 제2조 제2호)	O
화석연료	기체연료(LPG, LNG 등), 액체연료(석유계 등), 고체연료(석탄 등) 등 유기체의 잔존물에서 생성된 에너지(에너지관리기준 제3조 제2호 참조)	X

왜 문제일까?

- ▶ 화석연료는 대기오염, 온실가스 배출과 지구온난화, 생태계 파괴 등 다양한 문제를 유발하고 있는데 화석연료를 사용하면서도 신재생에너지를 사용한 것처럼 표현하거나 “친환경”, “환경오염이 없는” 등의 표현을 사용하는 경우, 소비자는 그 제품을 친환경적인 것이라고 잘못 생각할 수 있음
- ▶ 따라서 에너지에 관한 표시·광고를 하는 경우에는 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려(소비자 오인가능성)가 없도록 주의할 필요가 있음

어떻게 표현해야 할까?

- ▶ 화석연료 또는 화석연료로 만든 전기를 사용하였음에도 신재생에너지만을 사용한 것처럼 표시·광고하지 말 것

올바른 예	틀린 예
재생에너지를 50% 사용한 경우  제품의 제조과정에 재생에너지 50% 사용 재생에너지 사용비율을 제시하여 환경에 기여하는 정도를 명확히 제시	재생에너지 사용비율을 명시하지 않은 경우  재생에너지 사용해 제조한 제품 재생에너지 사용비율을 명시하지 않아 환경에 기여하는 정도를 확인하기 곤란

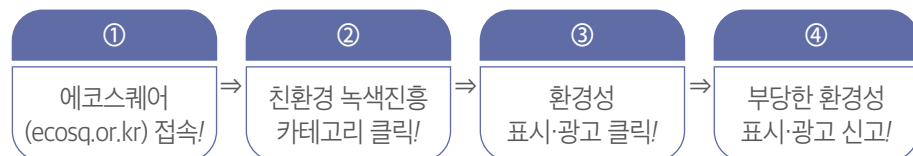
- ▶ 신재생에너지 사용 사실을 표시·광고 할 경우, 모든 오염물질이 배출되지 않는 것처럼 오인될 수 있는 “환경오염이 없는” 등의 포괄적 환경성 표현은 사용하지 말 것

부당한 환경성 표시·광고 신고포상금

부당한 환경성 표시·광고를 확인한 경우 어떻게 할까?

환경부에서는 그린워싱으로 인한 소비자의 피해를 방지하고자 부당한 환경성 표시·광고 신고포상금제도를 운영하고 있습니다(법 제16조의15).

신고방법



포상금 지급 절차



포상금 지급금액

- 일반 신고 : 행위자의 부당한 환경성 표시·광고 행위를 명백하게 입증할 수 있는 증거자료(물증)를 함께 신고 또는 제보하는 경우
- 우수 신고 : ① 구체적인 증거 등을 함께 신고하여 위반행위자 적발 및 조사, 혐의 입증에 크게 기여한 경우, ② 새로운 형태 또는 방식의 부당한 환경성 표시·광고 행위 적발에 도움을 준 경우, ③ 기타 부당한 환경성 표시·광고 행위에 따른 피해 예방에 크게 기여한 경우

우수 신고	일반 신고
최대 100만원/건	최대 3만원/건

* 동일 신고자에 대한 포상금 지급은 연간 30만원을 초과할 수 없음(우수신고 제외)



부록

01 부당한 환경성 표시·광고 대국민 체크리스트

기업의 환경성 표시·광고가 부당한지 여부를 스스로 진단해 볼 수 있는 ‘대국민 체크리스트’입니다. 체크결과 아니요에 해당하는 경우에는 아래 확인사항을 참고하시기 바랍니다.

① 진실성

환경성 표시·광고는 그 내용이나 사실에 근거한 진실한 것이어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	환경성 표시·광고에서 주장하는 내용은 진실한가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고에서 주장하는 내용의 진실성을 객관적 자료를 통해 확인할 수 없다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, 제품의 환경성 인증, 유해 성분 미함유 등의 사실을 주장하는 경우, 표시·광고에 포함된 인증서, 인증마크 또는 시험성적서 등을 확인하시기 바랍니다.		
2	환경성 표시·광고에 나타난 제품의 환경적 특성이 진실한가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고에서 주장하는 제품의 환경적 특성을 명확히 확인할 수 없어 소비자가 잘못 알 우려가 있다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, ‘유해물질 미검출’, ‘인체무해’ 등의 사실을 주장하는 경우, 모든 유해물질이 미검출된 것인지 아니면 특정 유해물질만 미검출된 것인지 확인하시기 바랍니다.		
3	환경성 표시·광고에서 주장하는 내용이 일반적인 환경과 조건에서도 진실한가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	특정한 환경이나 조건에서만 환경 개선의 효과가 있음에도 모든 경우에 나타나는 것으로 주장한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, ‘생분해 소재’ 등의 사실을 주장하는 경우, 생분해 조건 (58℃, 180일 이내, 90% 이상 분해)을 충족하는지 아니면 고온·고압의 특수한 환경에서만 분해되는지 확인하시기 바랍니다.		

② 표현의 명확성

환경성 표시·광고의 표현이나 표현방법(문구, 도안, 색상의 위치와 크기 등)이 명확해야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	환경성 표시·광고의 내용, 표현, 용어 등이 명확하게 이해되나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고의 내용, 표현, 방법이 명료하고 정확하지 않다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '환경을 생각하는', '환경에 도움을 주는' 등의 막연한 표현을 사용하는 경우, 같은 조건의 다른 제품에 비하여 어떠한 환경적 특성이 있는지 확인하시기 바랍니다.		
2	환경성 표시·광고에 사용된 기호, 사진, 라벨 등이 명확하게 이해되나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고에서 사용된 기호, 사진, 라벨 등의 의미를 명확히 확인할 수 없어 소비자가 잘못 알 우려가 있다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '환경 관련 인증 마크'를 사용한 경우, 해당 마크의 의미, 인증기관, 인증 유효기간 등을 확인하시기 바랍니다.		
3	비교 표시·광고에서 타사 제품보다 환경적으로 우수한 면이 명확하게 이해되나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	비교 대상 및 기준을 분명하게 밝히지 않거나 객관적인 근거 없이 자기 제품이 다른 제품보다 환경에 긍정적인 영향을 줄 수 있다고 주장한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '환경성 개선', '환경적으로 더 우수' 등의 사실을 주장하는 경우, 무엇과 비교하여 환경성이 개선되거나 환경적으로 더 우수한 것인지 확인하시기 바랍니다.		

③ 대상의 구체성

환경성 표시·광고의 대상이 제품인지 또는 포장재인지, 제품이나 포장재의 일부에 대한 것인지 쉽게 알 수 있어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	환경성 표시·광고의 대상을 구체적으로 인식할 수 있나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고의 대상이 제품, 제품의 일부, 또는 제품의 포장인지 구체적으로 인식할 수 없다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '재활용 가능', '천연소재 사용' 등을 주장하는 경우, 재활용 또는 천연소재가 사용된 대상이 무엇인지 확인하시기 바랍니다.		
2	제품이 가지는 환경 개선의 효과를 구체적으로 인식할 수 있나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	제품이 가지는 환경 개선의 효과가 나타나는 범주(물이나 에너지 절약, 재활용성 향상, 인체 유해물질 감소 등)를 구체적으로 제시하지 않는다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '친환경' 등 포괄적 표현을 사용한 경우, 구체적으로 어떤 범주에서 환경 개선의 효과가 나타나는지 확인하시기 바랍니다.		

④ 환경성 개선의 상당성

환경성 표시·광고에서 제시된 환경성 개선 효과는 의미 있는 정도이거나 중요한 수준인지 구체적 근거를 통해 확인할 수 있어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	표시·광고에서 주장하는 환경 개선의 효과는 의미있는 수준인가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고에서 주장하는 환경성 개선의 효과가 환경에 도움이 될 정도의 유의미한 수준이 아니라면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '탄소배출 감소' 등을 주장하는 경우, 구체적인 수치가 제시되었는지 해당 수치가 과장된 것은 아닌지 확인하시기 바랍니다.		

⑤ 환경성 개선의 자발성

법령에 따라 제품이나 기업이 의무적으로 따르도록 한 최소한으로 기준만을 준수하는 것에 불과함에도 환경 개선 조치 내지 활동을 하는 것으로 표시·광고해서는 안 됩니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	표시·광고에서 주장하는 환경 개선이 기업의 자발적 노력의 결과인가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로 기업이 환경을 개선한 것처럼 표시·광고한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '~감축', '~절감', '~감소' 등을 주장하는 경우, 같은 용도의 다른 제품도 유사한 환경 개선의 효과가 있는지 또는 그와 관련한 법률적 규제가 있는지 확인하시기 바랍니다.		
2	표시·광고에서 주장하는 내용이 법적 의무를 넘어 환경을 추가적으로 개선하나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	관련 법률에 따라 의무적으로 준수해야 하는 사항을 근거로 기업이 환경을 개선한 것처럼 표시·광고한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '~감축', '~절감', '~감소' 등을 주장하는 경우, 그와 관련한 법정기준 보다 더 엄격한 기준을 적용하고 있는지 확인하시기 바랍니다.		

⑥ 정보의 완전성

소비자의 구매 결정에 필요한 중요한 환경성 정보는 완전하게 공개되어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	표시·광고에서 환경성과 관련된 구체적이고 정확한 정보가 완전히 제공되나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	소비자의 구매 결정에 필요한 중요한 정보를 표시·광고에서 완전히 제공하지 않고 누락·은폐 또는 축소한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '유해물질 불검출'이라고 주장하는 경우, 그러한 표현은 유해물질이 전혀 없다는 의미로 잘못 이해될 수 있기 때문에 어떤 유해물질이 불검출되었는지, 불검출 사실이 독립적 시험기관의 시험을 거친 결과인지 확인하시기 바랍니다.		
2	표시·광고에서 환경성과 관련된 구체적이고 정확한 정보를 쉽게 찾을 수 있나요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	소비자의 구매 결정에 필요한 중요한 정보를 소비자가 쉽게 찾을 수 있는 곳에서 제공하지 않는다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '유해물질 불검출'이라고 주장하는 경우, 이를 확인할 수 있는 정보들도 해당 표시·광고에서 함께 제공하고 있는지 확인하시기 바랍니다.		

⑦ 제품과의 관련성

환경성 표시·광고는 제품의 재질, 속성, 용도 등 제품과 직접 관련된 것이어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	표시·광고에서 환경 개선의 효과가 해당 제품과 관련된 것인가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	해당 제품에 포함될 수 없는 성분이나 해당 제품에는 나타나지 않는 특성을 제시하면서 환경 개선의 효과가 있는 것처럼 주장한다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '비스페놀(BPA) 불검출'이라고 주장하는 경우, 해당 제품이 비스페놀(BPA)이 함유될 가능성이 전혀 없는 유리제품인지 확인하시기 바랍니다.		

⑧ 실증가능성

환경성 표시·광고의 내용은 과학적·객관적 근거로 증명할 수 있어야 합니다.

구분	체크리스트	체크결과	
1	표시·광고에서 주장하는 환경 개선의 효과는 증명가능한 사실인가요?	예 ☐	아니요 ☐
확인 사항	표시·광고에서 주장하는 환경 개선의 효과를 실제로 증명할 수 없다면 부당한 환경성 표시·광고에 해당할 수 있습니다. 예를 들어, '재활용 물질 포함'이라고 주장하는 경우, 표시·광고에 재활용 물질이 어느 정도 포함되었는지 확인할 수 있는 과학적·객관적 자료가 제시되어 있는지, 해당 자료가 적절한 기관에서 수행된 최신 자료인지 확인하시기 바랍니다.		

02 환경성 표시·광고 주요 위반유형 예시 (카드뉴스)

① KC마크 또는 특허를 통해서 친환경, 인체무해, 무독성이 인정되나요?

KC마크는 법률에 따라 제품의 안전성 등을
인증받은 경우에 부여하는 마크입니다.



따라서 KC마크만을 근거로 인체 무해, 무독성, 또는
친환경 제품이라고 판단해서는 안됩니다.

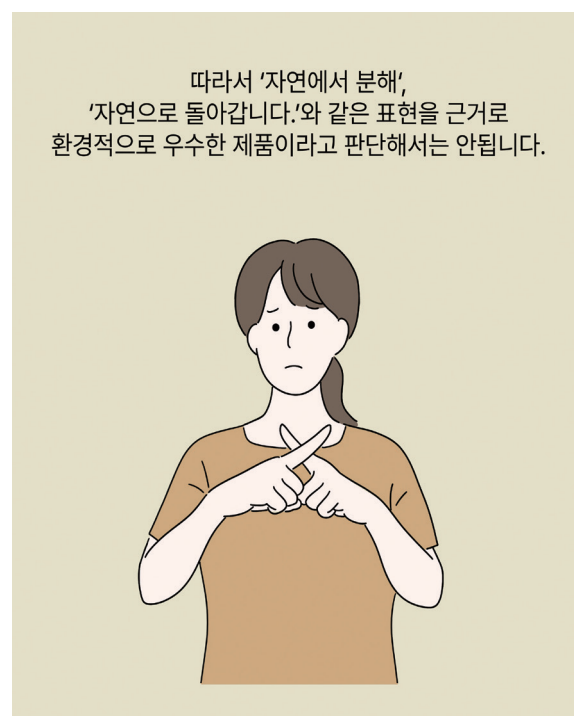
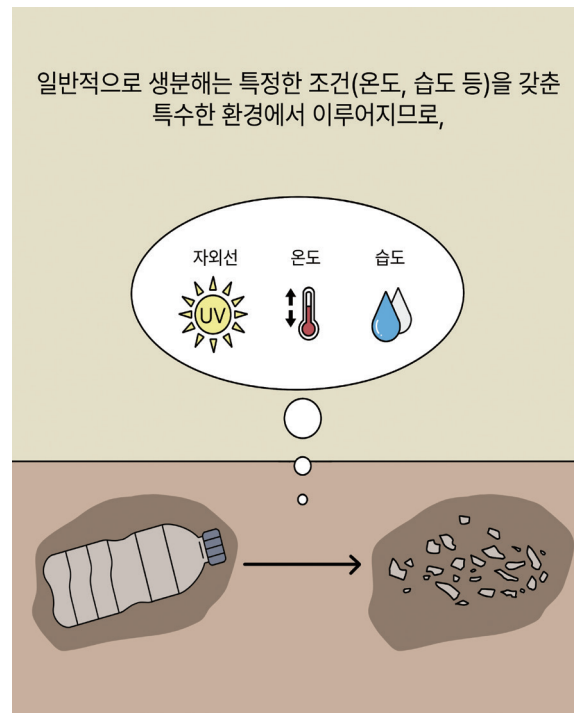
특허는 발명된 기술이나 물건에 대한 권리를
보호하는 제도입니다.



따라서 특허출원한 사실 또는 특허등록된 사실만을 근거로
환경적으로 우수한 제품이라고 판단해서는 안됩니다.



② 생분해 또는 자연분해 표시·광고 제품 믿어도 되나요?



(☞ p.46. 참조)

03 환경 관련 국내외 주요 제3자 인증

① 국내 법정 인증

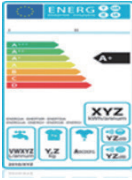
구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
1	환경표지		한국환경산업기술원	같은 용도의 다른 제품에 비해 제품의 환경성을 개선한 제품에 인증 부여 * 지역 환경오염감소, 에너지 절약, 소음·진동 감소, 유해 물질 감소, 생활환경오염 감소, 지구 환경오염 감소, 자원 순환성 향상
2	환경성적표지		한국환경산업기술원	제품 및 서비스의 환경성 제고를 위해 제품 및 서비스의 원료 채취, 생산, 수송·유통, 사용, 폐기 등 전과정에 대한 환경 영향을 계량적으로 산정하여 표시한 제품에 인증 부여
3	저탄소제품		한국환경산업기술원	환경성적표지 받은 제품 중 '저탄소 제품 기준' 고시에 적합한 제품에 인증 부여
4	우수재활용 제품		국가기술표준원	국내에서 발생한 재활용 가능 자원을 활용한 제품 중 품질 및 환경 친화성이 우수하고, 에너지·자원절약 등 재활용 파급효과가 큰 제품에 인증 부여
5	신기술인증		한국환경산업기술원	환경 보전·관리에 필요한 기술을 대상으로 신규성, 기술 성능의 우수성 및 현장 적용의 우수성을 판단하여 인증 부여
6	기술검증		한국환경산업기술원	환경 보전·관리에 필요한 기술을 대상으로 신규성, 경제성, 기술 성능의 우수성 및 현장 적용의 우수성을 판단하여 인증 부여
7	신제품인증		국가기술표준원	국내에서 최초로 개발된 신기술 또는 이에 준하는 혁신 대체기술이 적용된 신제품에 대해 인증 부여
8	에너지소비효율 등급표시		한국에너지공단	제품의 에너지소비효율 또는 에너지사용량에 따라 에너지 효율성을 등급(1~5등급)으로 표시

구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
9	대기전력 경고표시		한국에너지공단	전자제품 대상, 에너지 절약 측면에서 대기전력 저감기준 불만족하는 경우 표시
10	대기전력저감 우수제품마크		한국에너지공단	전자제품 대상, 에너지 절약 측면에서 대기전력 저감기준 만족하는 경우 표시
11	고효율에너지 기자재인증		한국에너지공단	에너지절약효과가 큰 설비/기기를 고효율인증 대상품목으로 지정하고 일정기술기준의 에너지효율 만족 시 인증 부여
12	재제조제품 품질인증		국가기술표준원	환경설비 및 재제조 제품에 대한 품질/성능평가와 공장심사를 거쳐 제품 품질 인증 부여
13	친환경농산물 인증		국립농산물 품질관리원	유기합성 농약과 화학비료 및 사료첨가제 등 화학자재를 전혀 사용하지 않거나, 최소량 만을 사용하여 생산한 농·축산물에 인증 부여
14	농산물 우수관리인증		국립농산물 품질관리원	농산물의 생산, 수확 후 관리 및 유통 각 단계에서 위해요소를 적절하게 관리한 농산물에 대해 인증 부여
15	녹색인증		한국산업기술 진흥원 등	기술 우수성(기술 수준, 기술의 혁신성, 차별성 등) 및 녹색성(에너지자원 활용의 효율성, 절약성, 녹색성장 기여도 등)을 고려하여 유망한 녹색분야 기술 및 사업에 인증 부여
16	녹색건축인증		한국건설기술 연구원 등	설계와 시공 유지, 관리 등 전과정에 걸쳐 에너지 절약 및 환경오염 저감에 기여한 친환경 건축물에 인증 부여

② 국외 인증

환경성 관련 마크를 표시·광고하는 경우, 인증 받은 범위 이외의 사실에 대해 구체적인 근거 없이 소비자가 환경적인 이점이 있다고 오인할 가능성을 유발하는 표시 광고는 사용하지 않아야 합니다.

※ FSC 인증 획득을 근거로 제품의 친환경을 주장하는 것은 위반임

구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
1	FSC (Forest Stewardship Council, 산림관리협의회)		FSC협회	산림경영인증과 유통관리인증으로 구분되어 있음, 산림경영인증은 UNCED의 지속가능한 산림관리 기준에 근거하여 설정된 10개의 원칙과 56개의 기준에 부합됨을 심사하여 산림 경영의 품질을 보장하고, 유통관리인증은 인증 산림으로부터 라벨링된 최종 제품까지의 모든 가공·유통 과정을 검증함
2	Rainforest Alliance		국제환경보호단체인 열대우림 연합	야생동물을 보존하도록 설계가 되고 토양과 수로 등 숲과 산림을 보호하여 환경 개선에 기여한 제품에 인증 부여
3	CE Marking		제3자기관 (EU)	안전, 건강, 환경 및 소비자보호 등 EU 지역 내 제품을 유통시키기 위한 최소기준에 적합한 제품에 인증 부여
4	EU Energy Label		European Commission (EU)	에너지 효율등급, 연간 전력소비량 등을 근거로 동종의 제품에 비해 에너지 소비량을 저감시키는 제품에 인증 부여
5	Energy Star		EPA (미국)	에너지스타 제품 요구사항에서 제시된 에너지효율 기준을 만족한 제품에 인증 부여
6	Energy Saving Labeling Program		The Energy Conservation Center (일본)	연간 전력 소비 및 에너지 절전기준에 충족하여 에너지 소비량을 절감시킨 제품에 인증 부여
7	100% energia verde		RE-Energy foundation (이탈리아)	전력 생산시 풍력, 태양열, 지열, 수력 등 재생가능한 에너지원으로부터 생산된 제품에 인증 부여

구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
8	Carbon Reduction Label		Carbon Trust (영국)	제품의 전과정에서 발생하는 탄소배출량, 탄소배출량 저감 기준으로 인증 부여
9	National Carbon Offset Standard		Department of the Environment (호주)	제품의 전과정에서 발생한 탄소배출량을 탄소배출권 구매 또는 기타 감축활동을 통해 환경에 미치는 영향에 0으로 상쇄시킨 제품에 인증 부여
10	Carbon Free Certified		Carbonfund.org (미국)	제품의 전과정에서 발생한 탄소배출량을 탄소배출권 구매 또는 기타 감축활동을 통해 환경에 미치는 영향에 0으로 상쇄시킨 제품에 인증 부여
11	EU Ecolabel		European Commission (EU)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
12	Blue Angel		연방환경청 (독일)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
13	Nordic Ecolabel		Nordic Ecolabeling Board(북유럽 5개국 : 노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 아이슬란드)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
14	Green Seal		Green Seal Inc. (미국)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
15	China Environmental Labelling		China Environmental United Certification Center Co.,Ltd (중국)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여

구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
16	EcoMark		Japan Environment Association (일본)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
17	Green Label		The Thailand Environment Institute (태국)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
18	Green Mark Program		Environmental Protection Administration (대만)	동종의 제품에 비해 재료와 제품을 제조·소비·폐기하는 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 적게 배출하거나 자원과 에너지를 적게 소비하는 제품에 인증 부여
19	Environmental Choice New Zealand		New Zealand Environmental Trust (뉴질랜드)	제품의 전과정에서 오염물질이나 온실가스 등을 배출하는 정도 및 자원과 에너지를 소비하는 정도 등 환경 개선에 영향을 미치는 제품에 인증 부여
20	Ecocert		Ecocert S.A.S (프랑스)	생산단계에서 천연 성분 및 유기농 섬유 함유량, 화학물질 함유 여부, 환경친화적 공정 여부 등을 고려한 제품에 인증 부여
21	Global Organic Textile Standard		The Global Organic Textile Standard and International Working Group	섬유제품을 대상으로 유기섬유 함유의 정보를 공개
22	GREENGUARD		UL Environment (미국)	제품에서 사용시 발생하는 악취, 오존, 총휘발성 유기화합물, 포름알데하이드, 호흡성 분진 등의 방출량을 측정하여 실내공기 오염물질을 저방출하는 제품에 인증 부여
23	Green Label Plus		The Carpet And Rug Institute (미국)	카펫, 쿠션 및 접착제를 대상으로 매우 낮은 수준의 VOCs를 배출하여 실내 환경에 영향을 덜 미치는 제품에 인증 부여

구분	제도명	마크도안	운영기관	주요 내용
24	J-MOSS		경제산업성, 환경성, 후생노동성 (일본)	전기·전자제품 내 6대 유해물질(납, 카드뮴, 수은, 6가크롬, PBB, PBDE) 함유 정보 라벨에 공개
25	BEST Standard 1001		Occupational Knowledge International (미국)	생산단계 및 폐기단계에서 납의 배출량을 최소화한 제품에 인증 부여
26	AB(Agriculture Biologique)		L'Agence Bio (프랑스)	제품의 95% 이상이 유기농 성분으로 함유된 제품에 한하여 인증 부여
27	SA Cert.		Soil Association (영국)	유기농 원료 함유 측면에서 동종의 제품보다 특정 기준치 이상 또는 이하를 만족시킨 제품에 인증 부여
28	Fairtrade		Fairtrade Labeling Organizations(FLO)	제조단계에서의 원료의 공정거래 및 유전자 변형 여부 기준에 적합한 제품에 인증 부여

04 환경성 표시·광고 관리제도에 관한 고시

[시행 2019. 1. 22.] [환경부고시 제2019-24호, 2019. 1. 22., 일부개정]

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. 이때 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 판단세척

제7조(부당한 표시·광고 세부유형의 적용)

- ① 영 별표 2의2에 따른 세부유형과 관련하여 다음 각 호의 행위는 거짓·과장의 표시·광고에 해당하여 법 제16조의 10제1항, 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 개선되었다라도 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 사실이라도 실제로는 해당 물질에 비해 동등 이상의 유해성을 초래하는 물리·화

- 학적으로 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) 제조업자들은 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 제조업자들은 제품 및 구성물질 등에 관하여 제품의 무게, 부피, 유해물질, 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) 제조업자들은 제품의 탄소배출에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 제1단계에서의 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 제조업자들은 제품의 재활용 성분 등에 관하여 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.
 1. 재활용 성분이 제조 과정이나 사용 후 제품에 포함되어 있지 않음에도 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 제조업자들이 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) 제조업자들은 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) 제조업자들은 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 분해비용 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) 제조업자들은 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 매체를 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 과징금부와 고지당일 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 가중조정 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·채무관련 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, 세계금 융위기 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 한국환경산업 기술원장은 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 위 ③항에 따라 조정된 사전 검토 수수료를 부과받은 제조업자등 중 다음 각 호에 해당하는 경우 1건을 초과하는 사전검토 신청 건에 대하여 50/100 이내의 범위에서 사전 검토 수수료를 감면받을 수 있다.

1. 수개의 유사한 표시·광고에 대하여 동시에 사전 검토를 신청하는 경우
2. 일정기간 동안 지속적으로 여러 건의 사전 검토를 신청하기로 한국환경산업기술원장과 사전 협의가 된 경우

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 제22조의1제2항 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 제조업자들에게 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 제조업자들이 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 제16조의 12 및 법 제16조의13의 적용 대상이 아닌 것으로 본다. 다만, 다음 각 호의 경우에는 그러하지 아니하다.

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

제38조(결과 통보의 철회) 한국환경산업기술원장은 제37조에도 불구하고 제조업자들이 그 시장에서 차지하는 지위나 시장 상황에 변화가 생기는 등 사전 검토의 전제사실에 현저한 변화가 생기거나, 그 통보내용을 유지하는 것이 적절하지 않다고 인정하는 경우 제조업자들에 대한 서면통지로 제37조의 사전 검토 결과의 전부 또는 일부를 철회할 수 있다.

제39조(사전 검토의 공개)

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

제40조(다른 의무와의 관계) 사전 검토 신청으로 인해 제조업자들에 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. 제조업자들이 제출한 실증자료의 검토 및 보완 요청 필요 여부
 3. 조사 및 실증과 관련된 시험·분석 결과의 검토
 4. 시정명령 부과 결정 및 제조업자들의 자진시정 접수내용의 적격여부 판단
 5. 사전 검토 대상 제품 선정 및 제조업자들이 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 <제2019-24호, 2019. 1. 22.>

이 고시는 고시한 날부터 시행한다.

05 부당한 환경성 표시·광고 행위 신고포상금 지급 기준

[시행 2025. 2. 17.] [환경부고시 제2025-31호, 2025. 2. 17., 일부개정]

제1장 총칙

제1조(목적) 이 고시는 「환경기술 및 환경산업 지원법」(이하 "법"이라 한다.) 제16조의15제1항, 제2항 및 같은 법 시행령 제22조의17제5항에 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 별지 제1호서식에 증거자료를 첨부하여 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 제2호서식의 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 경우
이거나 관계 행정기관에서 신고 당시에 이미 조사 또는 수사 중인 경우(조사 및 수사, 행정처분이 완료된 경우
를 포함함)
3. 부당한 환경성 표시·광고 행위 단속업무를 담당하는 공무원 또는 수사기관 종사자, 한국환경산업기술원의 임
직원 등이 직무 상 인지하여 신고한 경우
4. 신고 내용이 명백히 허위이거나 조사 또는 심사 단서로서의 가치가 없다고 판단되는 경우
5. 위반행위를 입증할 증거자료를 제출하지 아니하거나, 제출한 증거자료가 위반행위의 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 상당
한 이유가 있다고 인정하는 경우

제6조(포상금의 지급기준)

- ① 환경부장관은 제3조에 따른 신고대상에 해당되는 위반행위를 신고하여 그 행위가 확인된 경우에는 신고인에게
지급이 결정된 당해 연도 예산의 범위에서 신고포상금을 지급할 수 있다.
- ② 제1항에 따른 신고포상금의 지급기준은 별표에 따른다.
- ③ 동일한 신고인에게 지급 결정일을 기준으로 연간(1월1일부터 12월31일까지를 말한다) 30만원을 초과 지급할 수
없다. 다만, 별표에 따른 우수신고는 제외한다.
- ④ 신고포상금 지급기준에 명시되지 아니한 사항으로서 지급대상이 되는 때에는 유사한 사항의 지급기준에 따라 신
고포상금을 지급할 수 있다.

제7조(신고포상금의 의뢰 및 결정)

- ① 환경부장관은 특별한 사유가 없는 경우에는 제5조제1항에 따라 관련법 위반행위가 확인된 신고를 대상으로, 신고
포상금 심의위원회의 포상금 지급에 대한 심의를 거쳐 포상금 지급 여부를 결정한 후, 별지 제3호서식의 포상금
지급결정서를 작성하여야 한다.
- ② 환경부장관은 제1항에 따라 포상금 지급 여부가 결정된 경우 신고자에게 서면, 전화, 인터넷 등을 이용하여 신고
자가 포상금 지급대상에 해당됨을 통보하여야 하며, 포상금을 수령받고자 하는 포상금 지급 대상자는 별지 제5호
서식의 포상금 지급 신청서를 작성하여 지급 대상임을 통보받은 날로부터 1개월 이내에 제출해야 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 필
요한 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 지급
할 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 제3호서식의 포상금 지급 결정서 및 별지 제4호서식의 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 2025년 7월 1일 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 6월 30일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

부칙 <제2025-31호, 2025. 2. 17.>

(시행일) 이 고시는 발령한 날부터 시행한다.

[별표]

포상금 지급기준

(제6조제2항 관련)

(단위 : 만원)

구분	우수 신고	일반 신고
매 건당	100	3

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

[별지 제1호서식]

부당한 환경성 표시 · 광고 신고서

※ (*) 표시항목은 필수사항으로 반드시 기재하시기 바랍니다.

신고인	성명(*)			생년월일(*)	
	주소(*)				
	연락처	전화번호(*)		이메일	

피신고인	업체명(*)		연락처	
	주소			

신고사항	신고제품명(*)		
	표시·광고의 매체(*)	☐ 인터넷 ☐ 제품·포장의 표시	
	표시·광고의 위치(*)	☐ 오프라인(____) ☐ 온라인(____)	
	표시·광고의 발견일시(*)		
	표시·광고의 위반내용(*)		
	부당한 표시·광고라고 판단한 사유(*)		
	표시·광고의 부당성(*)	☐ 거짓·과장 ☐ 기만 ☐ 부당·비교 ☐ 비방	

증거자료(*)	1. 2. 3.
---------	----------------

「환경기술 및 환경산업지원법」 제16조의 15 및 「부당한 환경성 표시·광고 신고포상금 지급 기준 고시」 제4조 1항에 의하여 위와 같이 신고합니다.

년 월 일

신고인 : (서명)

환경부 장관 귀하