

보도시점 2026. 6. 23.(화) 10:00 / 배포 2026. 6. 23.(화) 08:30

「표시·광고 실증에 관한 운영」 개정안 행정예고

- AI 등 신기술 제품 실증 의무, 실증자료 제출 연장사유 구체화 및 기간 단축 -
- 사업자 스스로 검증할 수 있는 체크리스트 마련·제시 -

공정거래위원회(위원장 주병기, 이하 ‘공정위’)는 인공지능(이하 ‘AI’) 등 신기술 제품의 성능 광고 시 실증 의무를 명시하고, 실증자료 제출기간 연장사유를 구체화하는 한편, 연장 제출기간을 단축하고 사업자 체크리스트를 신설하는 내용의 「표시·광고 실증에 관한 운영」(이하 ‘실증고시’) 개정안을 2026. 6. 23.부터 2026. 7.13.까지 행정예고한다고 밝혔다.

표시·광고 실증제도는 사업자가 표시·광고에서 주장하는 ‘사실’에 대해 입증책임을 지도록 하여 법 위반 여부를 신속하게 판단하기 위한 제도로, 실증고시는 실증자료의 요청, 심사 및 처리 등 운영에 관한 세부 기준을 정하기 위한 목적으로 제정된 규정이다.

공정위는 실증고시 운영의 실효성을 제고하기 위하여 ① 실증자료 제출 대상 명확화, ② 실증자료 요청 및 제출 프로세스 구체화, ③ 사업자 예측 가능성 제고 측면에서 고시 개정을 추진하고자 한다.

우선 최근 AI 성능을 강조하는 제품·서비스가 지속 출시됨에 따라 AI 기능 등 신기술 광고 시에도 사전 실증이 요구됨을 명확히 하였다. 그리고 그간 심결례*를 통해 인체, 안전문제, 성능과 관련하여 중요하게 실증이 요구되는 제품과 관련한 ‘집중력과 기억력을 향상시키는’, ‘인체에 무해한 원료’, ‘깃털 ○○%’, ‘성적 향상 1위’ 등의 표현을 예시로 추가하였다.

* 인체(집중력 높이는 안마의자), 안전·환경(에코레더), 성능(전기차 충전, 페인트 라돈 차단, 오리털 함량), 기타(학원광고)

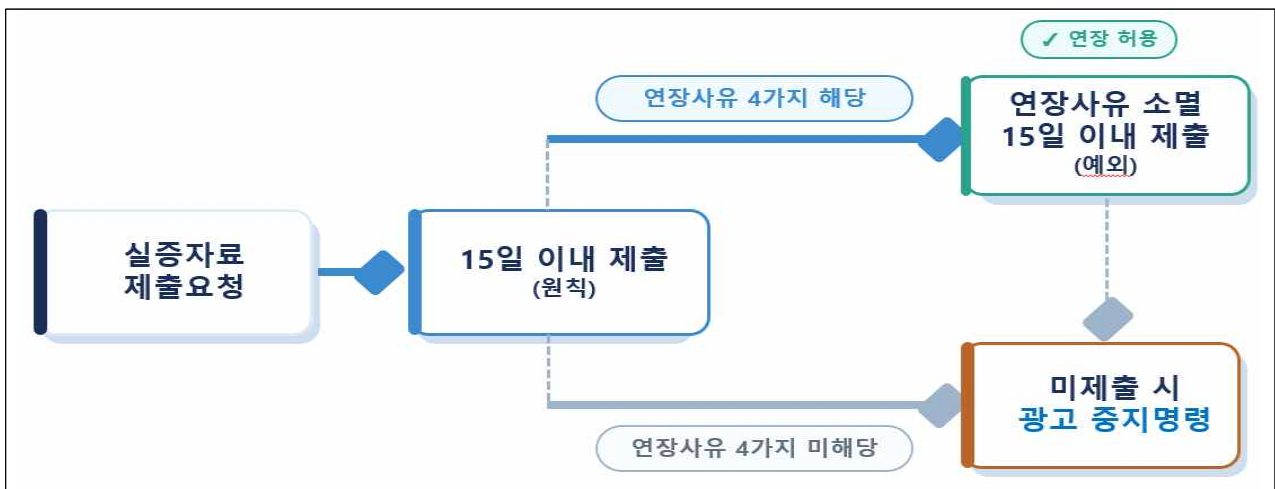
한편, 그간 공정위가 실증자료를 요청하는 경우 제출기간은 원칙적으로 실증자료를 요청받은 날부터 15일 이내였고, 다만 천재지변 등 불가항력적인 사유로 인해 제출기간 내에 제출할 수 없다고 공정위가 인정하는 경우, 그 사유가 소멸한 날부터 30일까지 제출기간을 연장할 수 있었다.

이때 ‘천재지변 등 불가항력적인 사유’를 명확히 규정하고자 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률 시행령」 제76조(조사 등의 연기신청) 사유를 준용하여 ① 천재지변, ② 합병·인수, 회생절차개시, 파산 또는 이에 준하는 절차의 진행, ③ 권한 있는 기관에 의한 장부·증거서류의 압수 또는 일시 보관, ④ 화재 또는 재난 등으로 인한 사업자 및 사업자단체 사업수행의 중대한 장애 발생 등으로 구체화하였다.

또한, 재화 등을 광고하기 위해서는 「先 실증 後 광고」 원칙이 지켜질 수 있도록 연장기간도 그간 연장사유가 소멸한 날부터 30일로 규정하던 것을 15일 이내로 단축함으로써 실증자료 제출 절차를 명확히 하였다.

나아가 사업자가 연장기간을 포함한 제출기간 내에 실증자료를 미제출할 경우 원칙적으로 해당 광고에 대하여 중지명령할 수 있도록 규정함으로써 자사의 제품 등을 적극적으로 홍보하기 위해서는 사전에 실증가능한 자료를 반드시 구비해야 함을 명확히 하였다. 이를 통해 사업자 스스로 부당한 표시·광고를 미연에 방지하도록 하는 한편, 부당한 표시·광고에 대해서는 신속한 중단 조치를 통해 소비자 피해 확산을 방지하고자 하였다.

<실증자료 제출 요청, 제출기간 연장 및 미제출 시 절차>



한편, 사업자 등이 “광고하는 사실을 입증해야 한다”는 사실을 명확하게 인지하고 실증방법 및 판단기준을 스스로 점검할 수 있도록 표시·광고 실증방법 및 확보, 자료제출에 대한 사업자 체크리스트를 마련·보급하였다.

이번 고시 개정을 통해 실증자료 제출 대상을 명확히 하는 동시에, 실증자료 판단기준을 정비하고 그간 심결례 내용 등을 반영하여 제도의 실효성이 한층 높아질 것으로 전망된다. 아울러 법 위반 예방을 위한 구체적 기준을 제시함으로써 위반행위를 사전에 방지하고, 소비자 피해를 효과적으로 예방하는 데에도 기여할 것으로 기대된다.

앞으로 공정위는 행정예고 기간 동안 이해관계자, 관계 부처 등의 의견을 충분히 수렴한 후, 전원회의 의결 등 관련 절차를 거쳐 개정안을 확정하고 이를 시행할 예정이다.

※ 행정예고안에 대한 의견 제출 방법

▶ 이 개정안에 의견이 있는 개인이나 단체는 2026년 7월 13일까지 ①예고사항에 대한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), ②성명(단체의 경우 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호 등을 기재한 의견서를 우편, 전자우편 또는 팩스로 제출해 주시기 바랍니다.

* 우편: 세종특별자치시 다솜3로 95, 공정거래위원회 소비자정책총괄과(우: 30108)

* 팩스/전자우편: 044-200-5228 /lucia228@korea.kr

<붙임> 「표시·광고 실증에 관한 운영」 개정안 신·구조문 대비표

담당 부서	소비자정책국	책임자	과 장	권순국 (044-200-4405)
	소비자정책총괄과	담당자	사무관	손은정 (044-200-4414)



현 행	개 정 안
<p>Ⅲ. 실증자료의 요청</p> <p>1. 실증자료요청의 주요대상</p> <p><u>법 제3조(부당한 표시·광고행위의 금지)제1항에 위반될 혐의가 있는 표시·광고로서 TV, 라디오, 신문 및 잡지를 통해 전국적으로 표시·광고 되고, 표시·광고 중 사실과 관련한 사항이 당해 표시·광고의 주요 내용으로서 다음 각호에 해당하는 경우에는 실증자료요청의 주요대상으로 한다.</u></p> <p>가. 인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우 <예시> ① <u>건강기능식품의 경우, “담즙분비 촉진효과” 등의 표현</u></p> <p>② <u>“소화흡수율이 95%이상” 등의 표현</u></p> <p>③ <u>“운동하는 경우와 같은 원리로 지방을 분해하여 복부비만을 없애줍니다” 등의 표현</u></p> <p>④ (생략)</p> <p><신설></p>	<p>Ⅲ. 실증자료 <u>요청의 주요대상</u></p> <p>1. (삭제)</p> <p><u>법 제5조에 따른 표시·광고 실증요청의 주요대상은 법 제3조제1항의 위반 -----, 법 제2조에 따른 ----- 다음 각호에 해당하는 경우로 한다.</u></p> <p>1. 인체에 직접적으로 영향을 미친다는 내용인 경우 <예시> ① <u>“담즙분비 촉진효과”, “소화흡수율이 95% 이상” 등 신체에 대한 효과와 관련된 표현</u></p> <p>② (①과 통합)</p> <p>②----- -----, <u>“집중력과 기억력을 향상시키는” 등의 표현</u></p> <p>③ (현행 ④와 같음)</p> <p>④ <u>“인체에 무해한 원료”, “인체에 안전한 성분” 등의 표현</u></p>

나. 안전 또는 환경과 관련된 내용인 경우

<예시>

① “미국 FDA 화장품 안정성·무독성 검사에 합격하였습니다” 등의 표현

② “한국소비자원의 시험결과에서도 ○○제품 ‘○○○’의 안전성이 입증되었습니다.” 등의 표현

③ “○○란? 석탄을 액화시켜 만든 청정연료로 환경오염을 획기적으로 줄였을 뿐 아니라, 연비의 향상은 물론 주행성을 향상시킨 고성능의 자동차용 대체연료입니다.” 등의 표현

<신 설>

다. 성능, 효능, 품질에 관한 내용인 경우

<예시>

① 내연기관용 윤활유의 경우, “연료 절감 10%” 등의 표현

② ~ ④ (생략)

<신 설>

<신 설>

<신 설>

2. 안전 또는 환경, 신기술 관련된 내용인 경우

<예시>

① “○○기관의 안전성 검사”, “○○시험에서 안전성이 입증되었다”는 등의 표현

② 안전, 환경, 신기술에 관한 “○○마크” 표시, “○○인증을 받았다”는 등의 표현

③ 친환경, 재활용, 탄소배출 감소 등 환경과 관련한 표현

④ “인공지능(AI) 기술로 더 안전한” 등 신기술을 활용하였다는 표현

3. 성능, 효능, 품질에 관한 내용인 경우

<예시>

① “一원의 연료비 절약 가능, 연비 향상” 등의 표현

② ~ ④ (현행과 같음)

⑤ “○○ 유해 성분의 차단 효과” 등의 표현

⑥ “번거롭게 따로 청소할 필요 없이 자동으로 세척해 언제나 깨끗하게 유지” 등의 표현

⑦ 우모제품 충전재 동물명(거위, 오리 등), 솜털 ○○%, 깃털 ○○% 등 표시

라. 기타 소비자의 구매선택 및 거래
질서에 중대한 영향을 미치는 내용
인 경우 <예시>

① (생략)

<신설>

Ⅲ. 실증자료의 요청

1. 실증자료요청의 주요대상

2. 실증자료 요청방법

실증자료를 요청할 경우에는 실증이
필요한 표시·광고내용, 제출기간, 그
리고 다음 각 호의 제출내용을 명시
한 서면에 의하여야 한다.

가. 실증자료의 종류

나. 시험·조사기관의 명칭, 기관성격
(정부기관/공공기관/민간기관이지만
정부로부터 지정받은 기관/순수민
간기관 여부 등), 대표자의 성명·주
소·전화번호(실증자료가 시험·조사
결과물인 경우에 한함)

다. 실증내용 또는 결과

라. 실증에 관한 증빙자료

마. 실증자료 중 영업상 비밀에 해당
하여 공개를 원하지 아니하는 경우
에는 그 내용 및 사유

4. 기타 소비자의 구매선택 및 거래질
서에 중대한 영향을 미치는 내용인
경우 <예시>

① (현행과 같음)

② “만족도 1위”, “성적 향상 1위”,
“속도 1위” 등 순위를 나타내는 표현

Ⅳ. 실증자료 제출

(Ⅲ. 실증자료 요청의 주요대상 이동)

1. 실증자료의 제출방법

법 제5조제3항에 따라 실증자료의 제
출을 요청받은 자는 실증자료를 제출
할 때 시행령 제5조 각 호에 따른 사
항을 적은 서면에 그 내용을 증명하
는 자료를 첨부하여야 한다.

<삭제>

3. 실증자료 제출기간

가. 실증자료의 제출기간은 원칙적으로 실증자료를 요청받은 날부터 15일 이내로 한다.

나. 천재지변 등 불가항력적인 사유로 인해 제출기간 내에 실증자료를 제출할 수 없다고 공정거래위원회가 인정하는 경우에 한하여 그 사유가 소멸한 날부터 30일까지 제출기간을 연장할 수 있다.

다. (생략)

라. (생략)

IV. 실증자료의 심사

1. 기본 원칙

사업자가 제출한 실증자료가 표시·광고에서 주장하는 내용을 실증하는 합리적 근거로 인정받기 위해서는 다음의 조건을 모두 충족하여야 한다.

2. 실증자료 제출기간 등

가. (현행과 같음)

나. 실증자료 제출을 요청받은 사업자 등은 천재지변이나 그 밖의 정당한 사유로 연장신청을 할 수 있다. 그 밖의 정당한 사유는 합병·인수, 회생 절차개시, 파산 또는 이에 준하는 절차의 진행, 권한 있는 기관에 의한 장부·증거서류의 압수 또는 일시 보관, 화재 또는 재난 등으로 인한 사업자 및 사업자단체 사업수행의 중대한 장애 발생 등에 해당한다고 공정거래위원회가 인정하는 경우로서, 그 사유가 소멸한 날부터 15일 이내까지 제출기간을 연장할 수 있다. 다만, 연장기간을 포함한 제출기간 내에 실증자료를 제출하지 아니한 채 표시·광고를 하고 있는 경우 공정거래위원회는 실증자료를 제출할 때까지 그 표시·광고 행위의 중지를 명할 수 있다.

다. (현행과 같음)

라. (현행과 같음)

V. 실증자료의 심사

1. 일반적 요건

표시·광고법 제5조에 따라 합리적 근거로 인정될 수 있는 실증자료는 -----
-----.

가. 합리적인 근거로 인정될 수 있는 실증방법은 다음 중 하나에 해당하여야 한다.

- (1) 시험결과
- (2) 조사결과
- (3) 전문가(단체/기관)의 견해
- (4) 학술문헌
- (5) 기타 과학적이고 객관적이라고 인정할 수 있는 자료

나. 실증자료는 객관적이고 과학적인 절차와 방법에 따라 작성되어야 한다. (이 조건 충족 여부는 아래 2. 실증방법별 판단기준에 따라 판단한다)

다. 실증자료의 내용은 광고에서 주장하는 내용과 직접적인 관계가 있어야 한다(이 조건 충족 여부는 아래 3.실증자료의 내용과 표시광고 내용과의 관계에 대한 판단기준에 따라 판단한다).

2. 실증방법별 판단기준

가. 시험결과

- (1) (생략)
- (2) (생략)

(가) 개별법에 근거하여 설립된 시험기관

<예시>

기술표준원(품질경영 및 공산품안전관리법), 한국소비자원 시험검사소(소비자기본법), 한국전자파연구원(전기용품

가. 실증방법이 시험결과, 조사결과, 전문가의 견해, 학술문헌, 기타 과학적이고 객관적이라 인정할 수 있는 자료 중 하나에 해당한다.

(1) ~ (5) < 삭제 >

나. -----

----. --경우 판단기준은 -----
-----자료별 ----- 따른다.

다. -----

----- . 따라서 아래와 같은 경우는 실증자료가 객관적이고 과학적인 자료라 하더라도 표시·광고 내용에 대한 합리적인 근거로 인정되지 않는다.

2. 실증자료별 판단기준

가. 시험결과

- (1) (현행과 같음)
- (2) (현행과 같음)

(가) 개별법에 근거하여 설립된 시험기관

<예시>

① 산업·시험인증 분야 : 한국산업기술시험원(산업기술혁신촉진법), 한국소비자원(소비자기본법), 한국제품안전관

안전관리법), 한국가스안전공사(한국가스안전공사), 한국식품개발원(농수산물가공산업육성법), 환경마크협회(환경기술개발 및 자원에 관한 법률), 한국산업기술시험원(기술혁신촉진법) 등

(나) 국가표준기본법에 의해 업종별·분야별로 “공인시험기관”으로 인정된 시험기관

※ 해당 여부는 한국기술표준원의 KOLAS(Korea Laboratory accreditation scheme) 인정시험기관 검색서비스로 확인(역학분야 등 11개 분야 396개소, 07년 기준)

(다) (생략)

(3) (생략)

(가) (생략)

<예시>

석유사업법에 의한 자동차용휘발유의 품질검사기준, 에너지이용합리화법에 의한 에너지소비효율시험, 전기용품안전관리법에 의한 전기용품안전성 시험

리원(제품안전기본법)

② 의료·식품·보건 분야 : 한국의약품안전관리원(약사법), 한국의료기기안전정보원(의료기기법), 한국식품안전관리인증원(식품 및 축산물 안전관리인증기준) 등

③ 환경·에너지 분야 : 한국환경공단(한국환경공단법), 한국환경산업기술원(한국환경산업기술원법), 한국원자력안전기술원(원자력안전법), 한국원자력환경공단(방사성폐기물 관리법) 등

(나) 국가표준기본법에 의해 업종별·분야별로 “공인시험기관”으로 인정된 시험기관

※ 해당 여부는 국가기술표준원 내 한국인정기구(KOLAS)의 공인시험기관 검색서비스로 확인 가능

※ e-나라표준인증에서 국가표준, 인증제도, 기술기준, 해외인증 등 검색 가능

(다) (현행과 같음)

(3) (현행과 같음)

(가) (현행과 같음)

<예시>

석유 및 대체연료 사업법에 따른 석유제품의 품질기준, 에너지이용합리화법에 따른 에너지소비효율등급시험, 식품위생법에 따른 식품의 기준 및 규격, 대기환경보전법에 따른 대기오염물질측정, 실내공기질관리법에 따른 건축자재

(나) (생략)

<예시>

미국 자동차기술자협회(SAE)에서 정
한 자동차관련 시험방법

(다) ~ (라) (생략)

나. 조사결과

(1) ~ (2) (생략)

<예시>

① ~ ② (생략)

③ <신설>

다. 전문가(단체/기관)의 견해

(생략)

라. 학술문헌 (생략)

(1) 국내 학술문헌은 한국학술진흥재
단에 등록된 등재학술지 및 이와 동등
한 수준의 학술지에 게재된 문헌이어
야 한다.

(2) 외국 학술문헌은 SCI(Science
Citation Index) 및 SSCI(Social
Science Citation Index)에 등록된 학
술지 및 이와 동등한 수준의 학술지에

의 실내공기오염물질방출시험, 어린이
제품안전특별법, 전기용품 및 생활용
품 안전관리법에 따른 안전인증 등

(나) (생략)

국제기구·학회·업계에서 정하는 시험
방법: 국제표준화기준(ISO), 국제식품
규격위원회(CAC), 국제분석화학회
(AOAC), 국제전기기술위원회(IEC),
미국 자동차기술자협회(SAE) 등

(다) ~ (라) (현행과 같음)

나. 조사결과

(1) ~ (2) (현행과 같음)

<예시>

① ~ ② (생략)

③ 성적 향상과 관련된 설문조사의
결과가 응답자의 객관적 성적 향
상도에 관한 것이 아니라 주관적
판단 또는 기대감을 확인한 것에
불과하다면 질문사항의 적합성이
인정되기 어려움

다. 전문가의 견해

(현행과 같음)

라. 학술문헌 (현행과 같음)

(1)(국내 학술문헌) 한국연구재단
(www.nrf.re.kr) 등재학술지 및 이와
동등한 수준의 학술지에 게재된 문헌

(2)(외국 학술문헌) SCI(Science Citation
Index) 및 SSCI(Social Science Citation
Index)에 등록된 학술지 및 이와 동등
한 수준의 학술지에 게재된 학술문헌

게재된 학술문헌이어야 한다.

※ SCI 및 SSCI등재 여부는 톰슨사의 홈페이지(<http://scientificson.com/products/sci/>)를 참고 분야별, 전공별로 국제적으로 인정할 수 있는 학술지는 해당학회 등을 통하여 확인

마. (생략)

상가분양광고 중 “지하철역 바로 앞”, 또는 “대학병원 준공 예정” 등의 광고 내용에 대하여 해당 지역의 지도, 대학병원관계자의 공식 공문은 합리적인 실증자료로 볼 수 있음

<신설>

3. 실증자료와 표시·광고 내용과의 관계에 대한 판단기준

실증자료 내용은 실증이 요구된 표시·광고내용과 직접적으로 관계가 있어야 한다. 따라서 아래와 같은 경우는 실증자료가 객관적이고 과학적인 자료라 하더라도 표시·광고 내용에 대한 합리적인 근거로 인정되지 않는다.

(1) 실증자료에서 입증한 내용이 실제로는 표시·광고에서 주장하는 내용과 관련이 없는 경우

※ SCI 및 SSCI등재 여부는 Clarivate의 Web of Science 홈페이지를 참고 하여 분야별, 전공별로 국제적으로 인정할 수 있는 학술지는 해당학회 등을 통하여 확인

마. (현행과 같음)

① 상가분양광고 중 “지하철역 바로 앞”, 또는 “대학병원 준공 예정” 등의 광고내용에 대하여 해당 지역의 지도, 대학병원관계자의 공식 공문은 합리적인 실증자료로 볼 수 있음

② 학원 광고 중 ‘성적 향상 1위’, ‘**년도 ○○지역 수강생 최다 보유’ 등에 대해 실적 산정에 포함된 수강생 수, 수강기간, 실적 산정에 포함된 수강생의 중복합격 여부, 수강생의 성적 향상 정도, ‘1위’, ‘최다’ 등 배타성을 띤 표현을 입증할 수 있는 자료 등은 합리적인 실증자료로 볼 수 있음

3. (IV. 실증자료의 심사 1. 다. (1)로 이동)

<삭제>

(1) 직접적인 관계가 없는 경우

<예시>

① ~ ③ (생략)

④ 시험검사기관이 단순히 해당 제품의 품질검사용으로 시험성적서를 발급하고, 그 시험성적서에 ‘광고 목적으로는 사용할 수 없다’는 의미의 내용이 기재된 경우

⑤ <신설>

(2) 실증자료에서 입증한 내용이 표시·광고에서 주장하는 내용과 부분적으로만 상관이 있는 경우

(생략)

<신설>

VIII. 재검토기한

공정거래위원회는 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 고시에 대하여 2016년 1월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

<예시>

① ~ ③ (생략)

④ 사업자가 제출한 시험성적서의 효능·성능이 유통되는 완제품에서 구현되지 않을 경우

⑤ 방균 방충제의 “인체에 무해한 원료”라는 표현을 입증하기 위해 제품 사용시 노출량을 바탕으로 위해성을 판단한 시험결과는 원료 자체의 인체 무해성을 증명하는 합리적인 실증자료로 인정하기 어려움

(2) 부분적으로만 관계가 있는 경우

(생략)

라. 실증자료에 해외자료가 포함되어 있는 경우 원문과 함께 한글요약문(주요사항 발췌)을 제출한다.

VIII. 재검토기한

-----2027년-----

부칙<제2026-00호,2026.00.00.>

제1조(시행일) 이 고시는 2026년 00월 00일부터 시행한다.

<사업자 체크리스트>

[1단계] 표시.광고 전 표시.광고의 내용에서 사업자가 확인해야 할 사항		
1.1 실증대상	1.1.1 상품 또는 용역에 대한 표시.광고를 하려고 하는가?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.1.2 표시.광고의 내용에 "사실과 관련한 주장"이 있는가?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.1.3 사실과 관련한 주장에 다음의 내용이 포함되어 있는가? - 인체에 직접적으로 영향을 주는 내용 - 안전 또는 환경, 신기술 관련 내용 - 성능, 효능, 품질 관련 내용 - 기타 소비자의 구매선택 및 거래질서에 중대한 영향을 미치는 내용 <주의> 위 예시에 해당하지 않더라도 사실과 관련한 주장은 모두 실증의 대상이 될 수 있음	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.2 실증자료 제출	1.2.1 사실과 관련한 주장이 진실임을 입증할 수 있는 다음 중 하나를 객관적 실증자료로 구비하였는가? - <실증자료> 시험결과, 조사결과, 전문가 견해, 학술문헌, 기타 과학적이고 객관적이라 할 수 있는 자료	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.2.2 실증자료 제출 요청을 받는다면 표시.광고에서 주장한 내용을 입증할 자료를 요청받은 날부터 15일 이내에 제출할 수 있는가? <주의> 미제출시 과태료 부과, 제출시까지 표시.광고 중지명령 대상	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.3 실증자료 일반요건	1.3.1 실증자료가 객관적이고 과학적인 절차와 방법에 따라 작성되었는가?(1.4 자료별 판단기준에 따름)	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.3.2 실증자료가 광고에서 주장한 내용과 직접적인 관계가 있는가? - 직접적인 관계가 없거나, 부분적으로만 관계가 있는 경우 합리적 근거로 인정되지 않음	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.4 자료별 판단기준	1.4.1 시험결과	
	1.4.1.1 시험기관이 다음의 요건을 충족하는 사업자등과 독립적으로 경영되는 곳인가? - 사업자등 또는 사업자의 계열회사가 운영하는 시험기관이 아닐 것 - 사업자등이 속한 기업집단의 범위에 속하였으나 기업집단으로부터 제외된 회사가 운영하는 시험기관<표시광고법 시행령 제4조제2항 참고>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.4.1.2 시험기관이 해당 분야를 시험할 전문적인 물적.인적 능력을 갖추고 있는, 다음의 기관 중 하나에 해당하는가? ① 개별법에 근거하여 설립된 시험기관 ② 국가표준기본법에 따른 공인시험기관 ③ 기타 전문적 시험능력을 보유하고 있다고 공정거래위원장이 인정하는 시험기관	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오

	<p>1.4.1.3 시험절차와 방법이 다음 중 하나에 해당하는 학계 또는 산업계에서 일반적으로 인정되는 객관적이고 타당한 것인가?</p> <p>① 정부에서 정하고 있는 시험검사방법과 절차 ② 관련 학계나 업계에서 보편적으로 인정하는 시험검사방법과 절차 ③ 정부 또는 관련 학계에서 일반적으로 인정하는 시료채취방법 ④ 신소재 등 관련 분야에서 광범위하게 합의된 절차 등이 없는 경우 공정거래위원회가 인정하는 방법</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.4.2 조사결과		
	<p>1.4.2.1 조사기관이 다음의 요건을 충족하는 사업자등과 독립적으로 경영되는 곳인가?</p> <p>- 사업자등 또는 사업자의 계열회사가 운영하는 조사기관이 아닐 것 - 사업자등이 속한 기업집단의 범위에 속하였으나 기업집단으로부터 제외된 회사가 운영하는 조사기관 <표시광고법 시행령 제4조제2항 참고></p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	1.4.2.2 조사기관이 해당 분야를 조사할 전문적인 능력을 갖추었는가?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	<p>1.4.2.3 조사절차와 방법 등이 다음 요건을 모두 충족하는가?</p> <p>① 조사 목적 및 표본선정의 적절성 ② 기초 자료 결과의 정확한 회수.보고 ③ 질문사항의 적합성 ④ 조사기관의 객관성 ⑤ 조사목적의 비인지성</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.4.3 전문가의 견해		
	<p>1.4.3.1 사회통념상 해당 분야에서 보편적으로 인정하는 기준에 따른 전문가 개인, 전문가 단체(기관), 전문기관의 견해인가?</p> <p>- 해당 분야 박사학위 소지자, 국가 전문자격증 소지자 등</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	<p>1.4.3.2 전문가 개인 견해의 경우 다음의 요건을 모두 충족하는가?</p> <p>① 당해 분야 전문 지식에 기초하였는가? ② 당해 분야 전문가라면 누구나 일반적으로 인정할 수 있는 내용인가? ③ 공식적으로 밝힌 견해인가?</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	<p>1.4.3.3 전문가 단체(기관)의 경우 다음의 요건을 모두 충족하는가?</p> <p>① 당해 분야 전문가라면 누구나 일반적으로 인정할 수 있는 내용인가? ② 그 단체(기관)의 공식적인 의견제시 절차에 따른 것인가?</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.4.4 학술문헌		
	<p>1.4.4.1 다음에 해당하는 학술지에 게재된 학술문헌인가?</p> <p>- (국내) 한국연구재단의 등재학술지 또는 이와 동등한 수준의 학술지 - (외국) SCI, SSCI 학술지 또는 이와 동등한 수준의 학술지</p>	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
1.4.5 기타 과학적이고 객관적이라 인정할 수 있는 자료		

[2단계] 표시.광고 후 실증자료 제출 요청을 받은 경우 사업자가 확인해야 할 사항		
2.1 실증자료 제출기간	2.1.1 실증자료 제출 요청을 받은 날부터 15일 이내에 자료를 제출할 수 있는가?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	2.1.2 제출기간 연장 신청요건*에 해당되는가? * ① 천재지변, ② 합병·인수, 회생절차 개시, 파산 또는 이에 준하는 절차의 진행, ③ 권한 있는 기관에 의한 장부·증거서류의 압수 또는 일시 보관, ④ 화재 또는 재난 등으로 인한 사업자 및 사업자단체 사업수행의 중대한 장애 발생 등	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
2.2 제출방법	2.2.1 실증자료 제출시 다음의 내용을 작성한 서면을 준비하였는가? ① 실증방법 ② (시험.조사의 경우) 시험.조사기관의 명칭, 대표자 성명, 주소, 전화번호 ③ 실증 내용 또는 결과 ④ 실증자료 중 영업상 비밀에 해당하여 공개를 원하지 아니하는 경우 그 내용 및 사유	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
	2.2.2 위 내용을 작성한 서면의 내용을 증명할 서류를 첨부하였는가?	<input type="checkbox"/> 예 <input type="checkbox"/> 아니오
2.3 미제출시 제재	2.3.1 실증자료 미제출시 다음과 같은 제재를 받을 수 있음	
	① 자료를 제출하지 않은 채 계속해서 표시.광고를 하는 경우, 실증 자료를 제출할 때까지 해당 표시.광고 행위의 중지명령을 받을 수 있음(표시광고법 제5조제5항)	<input type="checkbox"/> 확인
	② 1억원 이하의 과태료 부과(표시광고법 제20조제2항제2~3호) - 실증자료를 제출하지 않은 경우 - 표시.광고행위의 중지명령을 받고도 해당 명령에 따르지 않은 경우	<input type="checkbox"/> 확인
2.4 심사결과 에 따른 처리	2.4.1 제출한 실증자료의 심사 결과 실증으로 인정할 수 없을 경우 표시광고법 제3조에 따라 부당한 표시.광고 해당 여부를 심사함	<input type="checkbox"/> 확인
	2.4.2 실증자료 요청의 대상이 된 표시.광고의 내용이 표시광고법 제3조제1항(부당한 표시.광고의 금지)에 위배되어 공정거래위원회가 시정조치, 과징금부과, 고발조치를 하기로 한 표시.광고의 실증자료는 열람.공개 대상이 될 수 있음 - (열람 내용) 원칙적으로 사업자가 제출한 모든 실증자료, 영업상 비밀에 해당하는 내용은 제외 - (열람 방식) 공정거래위원회에 비치된 자료를 서면 신청을 통해 열람 가능 - (공개 내용 및 방식) 공정거래위원회는 필요한 경우 심의결과 등을 보도자료 배포, 공정거래위원회 홈페이지 게재, 소비자단체에 대한 배포 등을 통해 실증자료를 공개할 수 있음	<input type="checkbox"/> 확인