

- 1 인증등록 조직은 본 인증절차안내서 “고객의무사항”을 충실히 이행해야 합니다.
  - 2 인증의 유지조건
    - 2.1 인증규격에 부합되도록 시스템을 유지한다.
    - 2.2 KMR의 기준에 따라 정기 사후관리심사를 수검한다.
    - 2.3 인증제도와 관련된 법규를 항상 준수한다.
    - 2.4 인증마크 사용 및 홍보요령을 준수한다.
    - 2.5 심사비용을 정해진 기한 내에 납부한다.
    - 2.6 단기예고심사(특별사후관리심사)의 사유가 발생한 경우 KMR은 단기예고심사(특별사후관리심사)를 실시할 수 있으며 인증등록기업은 이에 응한다.
    - 2.7 단기예고심사(특별사후관리심사)는 다음 사유 발생시 실시한다.
      - (1) 불만사항을 조사
        - 가. 사회적 물의, 법규위반, 중대한 사고, 그로 인한 행정처분, 고객으로부터의 클레임 등을 포함하여 불만 및 정보를 분석한 결과 인증요구사항을 만족시키지 못하여 현장확인이 필요한 경우
      - (2) 변경사항에 대응
        - 가. 법적, 상업적, 조직적 지위 또는 소유권
        - 나. 조직 및 경영진(예. 핵심 경영진, 의사결정자 또는 기술직 직원)
        - 다. 연락주소 및 사업장
        - 라. 인증받은 경영시스템의 운영범위
        - 마. 경영시스템 및 프로세스에 대한 중대한 변경
      - (3) 인증 정지된 고객에 대한 후속조치
      - (4) 인증제도 및 인증요구사항의 변경으로 인하여 현장확인이 필요한 경우
      - (5) 기타 인증등록기업의 현장을 확인해야 할 사항이 발생한 경우
    - 2.8 KMR에서 실시하는 모든 심사가 원활하게 실시될 수 있도록 협력한다.
    - 2.9 경영검토 및 내부감사는 년 1회 이상 실시되어야 한다.
    - 2.10 발행된 시정조치요구서에 대해 요청한 기한 내에 시정조치 하여 KMR로 제출한다.
    - 2.11 인증신청 및 인증유지과정에서의 KMR과 인증등록기업 사이의 모든 인증관련 서류를 보관 유지한다.
    - 2.12 인증을 획득한 시스템과 관련하여 이해관계자, 고객 및 소속직원으로 접수된 불만사항 및 시정조치사항을 기록하고 KMR 요청 시 해당 기록을 제출한다.
    - 2.13 인증제도 운영과 관련하여 인정기관에서 직접 실시하는 입회심사 및 특별사후관리심사 시 이에 협조하여야 한다
    - 2.14 다음과 같은 사항이 발생할 경우 발생 후 1개월 이내에 KMR로 통보한다.
      - 변경(연락처, 상호, 대표자, 소유권 등), 사업장 이전, 부도, 양도, 양수 또는 합병, 사업장 축소/추가, 품목 축소/추가, 규격범위 확장/축소, 생산의 중단 및 폐업, 생산공정/설비/공법변경, 조직변동, 매뉴얼 개정 및 관련 표준류 변경, 환경사고, 법규위반, 기타 인증시스템상 영향을 미치는 중요 변동사항, 고객/이해관계자의 심각한 불만
- 3 정지기준: 다음의 경우 인증의 효력이 정지됩니다.
  - 3.1 정해진 기한 내에 사후관리심사를 수검하지 않은 경우
  - 3.2 인증고객의 경영시스템이 지속적으로 혹은 심각하게 인증요구사항 및 경영시스템의 효과성에 대한 요구사항을 충족시키지 못하는 경우(자원 및 조직이 없거나 인증시스템이 대부분 가동되지 않는 경우)
  - 3.3 이해관계자로부터 클레임이나 사회적 물의에 의하여 인증시스템에 대한 신뢰성이 없는 경우
  - 3.4 인증제도 및 인증요구사항 변경에 대한 인증등록기업의 대응조치가 취해지지 않은 경우
  - 3.5 심사 결과 중부적합이 발행된 경우
  - 3.6 심사 결과 부적합 사항이 3개월이 넘도록 조치되지 않는 경우
  - 3.7 인증마크 오용으로 시정명령을 받은 이후 1개월 이내에 관련내용이 시정되지 않을 경우
  - 3.8 인증심사비용을 납부하지 않은 경우
  - 3.9 인증계약에 따른 조직의 의무사항을 준수하지 않았을 경우
  - 3.10 인증서의 적용범위를 초과하여 사용한 경우
  - 3.11 인증신청 및 심사 중 제공된 정보나 문서가 허위로 판명된 경우
  - 3.12 조직 개편이나 시스템의 중대한 변경사항이 공개되지 않은 경우
  - 3.13 KMR과 계약 또는 합의 사항을 위반한 경우
  - 3.14 인증고객이 자발적으로 인증의 정지를 요청한 경우
  - 3.15 (식품) 제품안전 또는 법규 측면의 법적 조치 및 제품 회수 조치가 결정된 경우

- 4 취소기준; 다음의 경우 인증의 효력이 취소됩니다.
  - 4.1 인증효력이 정지된 후 3개월이 지나도록 시정조치(인증 정지 사유 해소) 되지 않음이 명확한 경우
  - 4.2 조직이 공식문서로 인증서의 포기를 원하는 경우
  - 4.3 인증범위에 포함된 제품(공정)의 생산, 활동이나 서비스를 중단한 경우
  - 4.4 인증서 유효기간 내에 인증효력이 3회 이상 정지된 경우
  - 4.5 인증등록기업의 해체, 연락두절 등으로 인증대상조직의 실체가 없어지거나 확인되지 않은 경우
  - 4.6 인증서 회수 요청 시 1개월 이내에 접수되지 않은 경우
  - 4.7 이전 최초심사 또는 갱신심사일로부터 3년 이내에 갱신심사가 진행되지 않은 경우
  - 4.8 인증기관 또는 인증심사원과 부정한 행위로 처분된 경우
  - 4.9 조직의 변경사항에 대해 즉시 KMR에 통보하지 않은 경우
- 5 인증의 거부
  - 5.1 심사팀의 인증 추천 거부 또는 인증심의 결정이 거부될 경우, 인증이 거부될 수 있습니다.
- 6 인증축소; 다음의 경우 인증이 축소됩니다.

기업의 자발적인 인증축소 또는 심사 중 인증축소 사유가 확인될 경우, 인증범위변경신청서를 작성하여 기 인증받은 인증범위를 축소할 수 있다.

  - 6.1 기 인증받은 사업장의 축소를 포함한 생산의 중단 또는 폐업
  - 6.2 생산공정, 설비, 공법 변경으로 하여 기 인증받은 인증범위가 유지되지 않을 경우,
  - 6.3 조직의 축소, 제품, 서비스 기능 품목 축소
  - 6.4 인증범위에 대해 지속적으로 혹은 심각하게 인증 요구사항을 충족시키지 못하는 경우  
예) 인증범위 중 일부가 주기적으로 불량 발생하고 부적합이 발생하는 경우  
(1) 상기의 사유로 인증범위를 축소할 경우, 기업의 인증범위변경신청서를 접수하여 처리하거나 필요한 경우 인증범위변경신청의 접수없이 인증기관이 인증심의를 거쳐 인증범위를 축소할 수 있다.
- 7 인증 복원
  - 7.1 갱신심사는 인증 만료일 이전에 종결되어야 하나, 이후에 진행되는 경우, 인증 만료일자로부터 6개월 이내에 2단계 심사 완료 시 인증이 유지될 수 있다.
- 8 인증범위 변경
  - 8.1 인증된 조직이 인증범위를 변경하고자 하는 경우 KMR의 "인증범위 변경신청서"를 작성하여 신청합니다.
  - 8.2 KMR에서는 해당 변경사항의 확인방법을 결정하고, 심사일수와 심사팀을 구성하고 심사개시 7일전에 심사계획서로 서면 통보합니다.
  - 8.3 변경심사는 현장심사절차와 동일하게 시행하며, 인증유효기간은 기존 유효기간에 따릅니다.
- 9 기타 인증관련 절차 및 프로세스는 한국경영인증원 홈페이지([www.ikmr.co.kr](http://www.ikmr.co.kr))를 통해 확인하실 수 있습니다.

## 1 인증표시의 사용과 홍보방법

- 1.1 인증마크 및 인증사실은 인증 받은 조직이 인증서를 발급받은 날로부터 유효기한 내에만 홍보할 수 있다.
- 1.2 인증등록조직이 인증서 및 인증사실을 홍보할 경우 ‘표시·광고의 공정화에 관한 법률’ 및 동법 시행령 제3조의 규정에 의한 ‘수상·인증등의 표시·광고에 관한 심사지침(공정거래위원회)’을 준수하도록 하여야 한다.
- 1.3 조직은 인증마크 사용과 관련된 의문사항이 있을 경우 KMR에 서면질의 후 승인을 득하고 사용해야 한다.
- 1.4 인증표시(마크) 사용 및 홍보기준
  - 1.4.1 인증마크는 제품 및 단위포장에는 사용될 수 없으며, 기타 제품에 대한 적합성 표시로 해석될 수 있는 방식으로 사용해서는 안 된다.  
FSMS 인증마크 사용 시, 제품포장이란 제품을 담고 있는 일차포장 또는 모든 외장용기나 이차포장 모두를 포함한다.
  - 1.4.2 유형의 제품 또는 용기 등에 들어 있는 단위포장 제품, 거래 샘플 또는 기타 제품 적합성에 관한 진술서, 시험/분석활동의 경우, 시험/분석 보고서 (예: 시험성적서, 교정성적서 또는 검사성적서)가 해당된다. 깃발, 건물 또는 차량에도 직접 사용할 수 없다.
  - 1.4.3 산업분류상 인증조직의 제품으로 분류되지 않는 명판, 명함, 브로셔, 문서, 송장, 광고 등에 인증표시, 인증기관명, 인증표준, 인증번호 등을 사용하여 인증을 받은 조직임을 홍보할 수 있다.
  - 1.4.4 제품포장은 제품을 해체하거나 파손하지 않고 제거할 수 있는 것을 의미한다. 유형 라벨이나 식별 판은 제품의 일부로 간주된다. 문구는 제품, 프로세스나 서비스가 그러한 방식으로 인증 받았음을 어떤 방법으로도 암시되어서는 안 된다. 문구는 다음을 포함하여야 한다.
    - 인증된 조직의 식별정보(예: 브랜드나 회사명)
    - 경영시스템 유형(예: 품질, 환경) 및 해당하는 표준
    - 인증서를 발행한 한국경영인증원(또는 KMR) 명칭
- 1.5 인증마크 오용시 조치
  - 1.5.1 인증마크 사용기준에 부적절한 경우 시정조치 내용 및 기한이 명기된 KMR의 시정조치요구서가 송부된다.
  - 1.5.2 인증등록업체는 시정조치요구서 접수 후 1개월 이내에 요구된 시정조치내용에 따라 시정조치 결과를 KMR에 제출해야 한다.
  - 1.5.3 시정조치에 응하지 않아 기한 내 시정조치를 완료하지 않으면 인증정지 또는 취소가 될 수 있다.
  - 1.5.4 인증정지 또는 취소 이후에도 인증표시를 계속 사용하는 경우 또는 인증을 받지 않은 조직이 인증을 받았다고 허위로 인증표시를 사용하는 경우 표시·광고의 공정화에 관한 법률 및 동법 시행령의 [별표]과징금 부과기준에 의거하여 처분된다.

## 1.6 인증마크 사용요령

- 1.6.1 인정마크 및 인증제도 마크는 다음과 그림과 같다.

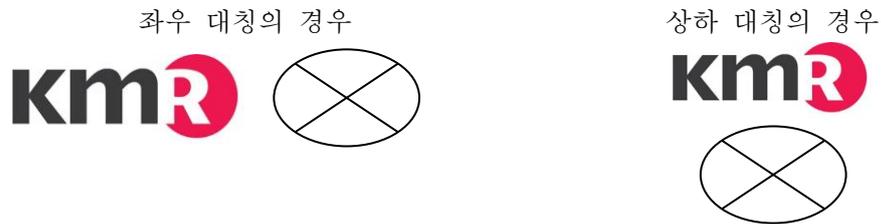


(인증승인번호)

그림 1. KAB 인정마크

- 1.6.2 원본을 확대 또는 축소하여 사용할 수 있으나 인정 마크의 크기는 최소한 15mm 이상이 되어야 한다. (가로: 15mm, 세로: 10mm)

- 1.6.3 인정 마크 및 인증제도 마크는 단독으로 사용할 수 없으며, 인정된 범위 및 유효기간 내에서만 사용하고, 인정범위가 취소 또는 축소되는 경우 그 취소 또는 축소된 인정범위에 대해서는 인정 마크 및 인증제도 마크의 사용을 중지하여야 한다.
- 1.6.4 인증서에 인정 마크를 반드시 포함하여야 하며, 인정 마크의 의미가 혼동되지 않도록 다음의 문구를 인증서 하단에 표기하여야 한다.
  - 한국경영인증원은 한국인정지원센터(KAB)로부터 [해당표준 인증활동, 예: 품질경영체제] 인증기관으로 인정(인정번호: KAB-XX-00) 받았습니다.
- 1.6.5 인정마크는 반드시 한국경영인증원 로고와 함께 사용되어야 하며, 인정 마크와 인증 마크의 혼동을 피하기 위해 우측 또는 하단에 위치하도록 배열함을 원칙으로 한다.



- 1.6.6 표준 별 인증 로고는 기본 로고를 변형하여 사용하며 품질을 기본으로 하는 표준의 경우 빨강색, 환경을 기본으로 하는 표준은 초록색, 안전을 기본으로 하는 표준은 파란색을 기본으로 하고 로고 하단에 표준 명 표기를 통해 구분한다. 컬러의 표현은 별색 인쇄를 원칙으로 하나 적용매체의 특성에 따라 4원색 인쇄표현을 사용한다. 4원색 표현 시 인쇄매체 이외의 색상적용에는 지정 Pantone Color와 가장 근접한 색상(표 1. 참조)을 선정하여 적용해야 한다.

**표. 1**

Primary Colors

A) KMR RED	or	PANTONE 199 C	or	M100+Y62	or	R237+G23+B79
B) KMR BLACK	or	PANTONE Process Black C	or	K90	or	R65+G64+B66
C) KMR BLUE	or	PANTONE 3005 C	or	C100+M34+K2	or	G129+B198
D) KMR GREEN	or	PANTONE 360 C	or	C58+Y80	or	R115+G193+B103

- 1.6.7 2개 규격이상의 통합인증기업이 통합마크를 사용하고자 하는 경우 기본 마크를 사용하여, KMR 하단부에 해당 표준명을 표기하여 사용한다.
- 1.6.8 인증마크는 KMR 홈페이지(www.ikmr.co.kr)에서 제공된다.

- 1.7 IAF MLA 마크는 KAB에 등록된 ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001, ISO/IEC 27001, ISO 13485, ISO14064-1로 인증기관이 사용하며, 인증기업에서는 사용할 수 없다.



그림. IAF MLA 마크

## 수상·인증 등의 표시·광고에 관한 심사지침

(공정거래위원회 시행, 2016.12.23,

표시·광고의 공정화에 관한 법률(2025.01.21) 및 시행령(2025.10.1) 제 3 조 관련)

### I. 목적

이 심사지침은 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제3조(부당한 표시·광고행위의 금지) 및 같은 법 시행령 제3조(부당한 표시·광고의 내용)의 규정에 의한 부당한 표시·광고를 심사함에 있어서 수상·인증 등과 관련된 부당한 표시·광고에 관한 구체적 심사기준을 제시하는데 목적이 있다.

### II. 적용범위

이 심사지침은 사업자(사업자단체를 포함한다. 이하 같다)가 법 제2조제1호 각 목의 어느 하나에 해당하는 사항과 관련하여 수상·인증·선정·특허 등(외국의 것도 포함한다)에 관련된 내용을 포함하여 행하는 표시·광고에 대하여 적용한다.

### III. 용어의 정의

이 심사지침에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “수상”이란 사업자가 사업자 외의 자로부터 자신의 상품(용역을 포함한다. 이하 같다)의 우수성 또는 공로 등을 인정받아 상을 받는 행위를 말한다.

<예 시>

- 한국표준협회의 품질경영상
- 대한출판문화협회의 출판문화상
- 중소기업청의 중소기업기술혁신상

2. “인증”이란 사업자가 관련법규 또는 일정기준에 따라 어떠한 규격 또는 시스템 등에 적합한 상품을 공급한다는 사실을 사업자 외의 자가 인정 또는 보증하는 행위를 말하며, 허가·승인 등도 인증에 준하여 이 지침을 적용한다.

<예 시>

- 국제표준화기구(ISO)가 제정한 ISO9000, ISO14000규격에 의한 인증 등
- 우리나라의 ‘KS’, ‘검’, ‘전’, ‘열’, ‘NT’, ‘KT’, ‘GD’, ‘GP’, ‘SD’, ‘AS’, ‘환경’, ‘EM’, ‘Q’, ‘C’, ‘태극’ 마크 등
- 미국의 ‘UL’, ‘FCC’, 일본의 ‘S’, ‘SG’, 영국의 ‘BSI’, 프랑스의 ‘NF’, 캐나다의 ‘CSA’, 독일의 ‘VDE’ 등

3. “선정”이란 사업자 외의 자(국제기구, 정부, 단체, 사업자 등이 될 수 있다. 이하 같다)가 정해진 기준에 의하여 상품 또는 사업자에 대해서 어떠한 평가를 하거나 또는 지위를 부여하는 행위를 말한다.

<예 시>

- 각종 신문사에서 분기, 반기, 연도별로 발표하는 히트상품 선정
- 한국능률협회컨설팅의 고객만족도 우수상품 선정
- 정부기관이 특정사업자 제품을 조달물품으로 선정

4. “특허”란 특허관청이 특허출원에 대하여 특허법상 요구하고 있는 요건에 합당하다고 확인하고 배타적 권리를 설정하는 행위를 말하며, 실용신안, 의장, 상표 등도 특허에 준하여 이 지침을 적용한다.

### IV. 일반원칙

1. 수상·인증·선정·특허 등(이하 “수상 등”이라 한다)의 내용을 표시·광고하면서 수상 등의 사실, 내용 및 범위, 가치 등을 사실과 다르게 표현하거나 사실을 지나치게 부풀리는 경우 부당한 표시·광고에 해당될 수 있다.

2. 이 심사지침은 상품에 관한 표시·광고에 있어서 수상·인증·선정·특허 등과 관련하여 부당한 표시·광고행위가 될 수 있는 대표적인 사항을 중심으로 작성한 것이므로 이 심사지침에서 명시적으로 열거되지 않은 사항이라고 해서 모두 부당한 표시·광고행위에 해당되지 않는 것은 아니다. 또한 특정 행위가 이 심사지침에서 제시된 법 위반에 해당될 수 있는 행위(예시)에 해당되더라도 소비자를 오인시킬 우려가 없거나 공정한 거래질서를 저해할 우려가 없는 경우에는 부당한 표시·광고행위에 해당되지 않을 수 있다.

## V. 세부심사지침

1. 수상·인증·선정·특허 등의 사실이 없음에도 불구하고 이러한 사실이 있는 것처럼 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.
  - 동일그룹의 다른 계열사가 수상한 것을 자사가 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 자사 제품이 식품공전의 기준 및 규격에 적합하다는 사실만으로 마치 국립보건원의 검정을 받은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 인증기관이 아닌 기관(인증기관으로 지정된 사실이 없거나 인증을 하지 않는 기관)으로부터 인증을 받은 제품이라고 표시·광고하는 행위
  - 특허(실용신안, 의장, 상표)를 출원한 사실만으로 “특허권(실용신안권, 의장권, 상표권) 획득”이라고 표시·광고하는 행위
  - 인증받은 사실이 없음에도 신제품(NEP) 인증, 성능(EPC) 인증, 조달우수제품 지정마크, 세계일류상품 로고, 서울시우수기업브랜드(하이서울브랜드) 로고사용을 승인받은 것처럼 표시·광고하는 행위
2. 수상·인증·선정·특허 등의 획득 의미를 사실과 다르게 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.
  - ISO9000 또는 14000규격에 의한 인증은 생산공정 등 경영시스템에 대한 인증임에도 불구하고 “ISO9000인증을 획득함으로써 품질을 인정받았다”고 광고하는 등 동 인증사실을 가지고 제품의 우수성을 인정받아 인증받은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 효능과 관계없는 생산방법에 대해 특허를 획득하였음에도 불구하고 “○○효능을 인정받았다”고 표시·광고하는 행위
  - 참가상 또는 순번상 수상을 품질이 우수해서 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
3. 특정부문에 한정되어 우수 또는 요건에 합당함을 인정받아 수상·인증·선정·특허 등을 받았음에도 다른 부문 또는 전체에 대해 우수 또는 요건에 합당함을 인정받아 수상·인증·선정·특허 등을 받은 것으로 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고행위에 해당할 수 있다.
  - 설계 또는 감리부문에서 우수상을 수상한 사실을 근거로 시공부문에서 우수상을 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 동일상품을 생산하는 여러 사업장 중 특정사업장이 상을 받은 사실을 근거로 전사업장이 받은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 제품을 구성하는 일부 부품 또는 기술에 대해서 받은 수상 또는 인증을 제품자체가 받은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 특정협회로부터 기업의 재무구조에 대한 분석·비교결과 자사가 우량기업에 선정된 사실을 가지고 자사에서 생산하는 제품이 우수하기 때문에 우량기업으로 선정된 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 체중감량과는 직접 관련이 없는 물질에 대하여 특허권을 획득하였음에도 불구하고 체중감량 물질특허를 획득했다고 표시·광고하는 행위
  - 분야별로 여러 수상자가 있는 상품품질경연대회에서 자사 상품이 특정분야에서만 수상했음에도 불구하고, 자신이 상을 받은 분야를 명시하지 않고 “○○대회에서 금상을 받아 자사제품이 세계 제일”이라고 표시·광고하는 행위
4. 수상·인증·선정 등의 사실을 객관적으로 인정된 것보다 높은 가치로 또는 격을 높여서 표시·광고하는 행위

는 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.

- 우수상 수상을 상의 훈격을 높여서 최우수상 수상으로 표시·광고하는 행위
  - 개인에게 수여한 표창을 근거로 사업자가 상을 받았다고 표시·광고하는 행위
  - 상품품질경연대회에서 동일등급에서 자사 상품 외 다수 상품이 수상하였는데 동 등급에서 자사 상품만이 수상한 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 수상기관을 밝히지 않는 방법으로 또는 수상기관의 권위를 실제보다 높게 과장하여 자사의 수상가치를 객관적으로 인정된 것보다 높은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 민간단체의 인증사실을 공공기관으로부터 인증받은 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 외국정부기관이 자사 제품을 조달물품으로 선정하였다는 사실만으로 자사 제품이 세계 정상급 제품이라고 표시·광고하는 행위
  - 외국신문의 국가별 히트상품 소개에 자사 상품이 포함된 사실을 가지고 세계의 히트상품으로 새로 선정된 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 외국 대사관이 개설하고 있는 교육과정을 단순히 이수한 사실만을 가지고 마치 외국 대사관으로부터 공식 인증을 받은 우수한 유학원인 것처럼 표시·광고하는 행위
5. 일정기간의 수상·선정의 사실을 가지고 그 이상의 기간동안 수상·선정된 것처럼 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.
- '60년대의 수상사실에 대해 수상시기를 명시하지 않고 마치 현재도 수상의 가치가 존속하는 것처럼 표시·광고하는 행위
  - 4/4분기의 히트상품으로 선정된 사실을 그 해의 히트상품인 것처럼 표시·광고하는 행위
  - '94년도에 정부시공능력 최상위업체로 선정된 사실을 '95년도에도 선정된 것으로 표시·광고하는 행위
6. 인증마크 사용기간이 만료되었음에도 불구하고 사용기간이 만료된 마크를 계속 표시·광고하는 행위 또는 특허기간의 만료로 특허권이 소멸되었음에도 불구하고 특허사실을 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고행위에 해당할 수 있다.
- '폼'마크제도 폐지를 위한 유예기간이 만료('97.6.27)된 후에도 '폼'마크를 계속 표시·광고하는 행위
  - 20년의 특허기간이 만료되어 특허권이 소멸된 물질에 대하여 최근 새로운 특허를 받은 것처럼 표시·광고하는 행위
7. 객관적으로 인정된 근거없이 수상·인증·선정·특허 등의 사실을 배타성을 띤 절대적 표현을 사용하여 표시·광고하는 행위는 부당한 표시·광고에 해당할 수 있다.
- 객관적인 근거없이 세계 최초로 ○○부문에서 국제품질규격 ISO9001 인증을 획득했다고 표시·광고하는 행위

## VI. 재검토기한

공정거래위원회는 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 이 예규에 대하여 2017년 1월 1일을 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.