



# 광고

Korea Press Ethics Commission



▲ 2011-2-1 독자불만처리  
매일경제 발행인 장 대 환

〈주문〉

매일경제 2010년 12월 13일자 A22면 「우리집 현관문 15초면 다 열린다!」 제하의 광고에 대하여 '주의' 조치한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 2010년 12월 13일자 A22면 「우리집 현관문 15초면 다 열린다!」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해 왔다.

국민에게 모범을 보여야 할 언론임에도 불구하고 국내 대표 일간지가 이러한 광고를 게재하는 것에 대해 독자로서 그냥 지나칠 수 없다고 판단되어 불만을 제기합니다.

위 광고 내용 중에 상세한 그림(사진)까지 곁들여가며 일반 아파트나 빌라의 현관문을 여는 방법을 설명한 부분은 자칫 이를 모방한 범죄를 유발할 수 있다는 점에서 문제가 크다고 생각합니다.

이러한 광고를 자제하여 선량한 국민들이 피해를 보지 않도록 적극적으로 노력해 주시길 바랍니다.

2-① 이에 앞서 피제기인 매일경제는 다음과 같은 광고를 게재하였다.



www.safezones.co.kr



# 우리집 현관문 15초면 다 열린다!

현재 당신의 현관은 안전하십니까?  
최고급 도어락을 하셨습니까?  
아무리 비싸고 단단한 도어락도 필요 없습니다.



**우리 가정의 안전 차질이  
도어세이퍼  
사업설명회 개최 안내**

대한민국 1000만 세대의 안전을 위해  
사업에 동참하실 사업주님을 초대합니다.

**사업설명회 개최 안내**

일 시 : 2010년 12월 16일 목요일 오후 2시~4시  
장 소 : 대전 컨벤션 센터 3층 컨퍼런스 홀  
사전등록 : 043-213-0111  
장소 변경에 따른 등록 마감 일일 변경 가능 수 있습니다.

**사업설명회 문의 043)213-0111**

**전국 대리점 모집**

대리점 누구나 쉽게 할 수 있는 창업!  
공직자, 회사 퇴직자, 재직자(연차), 소자본 창업자 등은 수익 예상!  
세.공.구.장려금(세무회보통/세무회) 견제(가) 없는 안전한 사업!  
300만에서 1천만원으로 초.소.용.출.1,000만원  
대한민국 1000만 세대의 안전을 위해 사업에 동참하실 사업주님을 초대합니다.

**설치문의/대리점문의 1688-4532**

문의: 043-213-0111 FAX: 043-213-0111

## 우리집 현관문 도어세이퍼가 안전하게 지켜드립니다.



**보안성을 인정받은 특허 제품  
단 한번의 설치로  
위험과 두려움은 이제 그만!**

빈집털이가 기승을 부리고,  
당신의 아이가 혼자서 집에 있다면!  
온가족이 잠들어 있는 시간에도  
범죄자들은 함부로 움직이고 있습니다.  
제품 설치 후 심리적 안정을 찾고  
마음 편한 외출과 평온한 주거 생활이 가능합니다.

**특히로 인정받은 획기적인 아이템**  
방범턱(차물) 확보된 기술로서 독점적이고 획기적인 사업으로  
장우 무제한 발원 가능성이 있는 국내 5,000억 시중에  
도전하실 사업주님을 초대합니다.

- 성공할 수 밖에 없는 이유
  - 보안성을 인정받은 특허 제품
  - 뛰어난 기술이 없어도 누구나 손쉽게 할 수 있는 사업
  - 개인주제를 제외한 아파트, 빌딩, 다세대주택 등 1,000만 세대가 가정고객

2-② 매일경제는 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해 왔다.

본지 2010년 12월 13일자 A22면에 게재된 「우리집 현관문 15초면 다 열린다!」 광고와 관련, 현관문을 여는 방법을 설명한 부분에 있어 독자와 같은 의견도 있을 수 있다고 사료됩니다.

앞으로는 광고 게재에 앞서 사전에 광고 내용을 정확히 검토하여 게재하도록 노력하겠습니다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 ‘도어세이퍼’라는 자사 제품의 장점을 소개하기 위해 “우리집 현관문 15초면 다 열린다!”, “아무리 비싸고 단단한 도어락도 필요없습니다” 등의 표현으로 기존 아파트나 빌라의 현관문이 지니고 있는 보안의 취약점을 부각시키고 있다.

그러나 여러 장의 사진까지 첨부해가며 현관문을 여는 방법과 도구에 대해 지나치게 상세하게 알려준 부분은 이를 모방한 범죄를 유발하고 선량한 국민들에게 뜻밖의 피해를 입힐 우려가 있다고 판단된다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리실천요강 강령 2의 (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### ▲ 2011-2-2 독자불만처리

朝鮮日報 발행인 변 용 식

#### 〈주문〉

朝鮮日報 2011년 3월 9일자 A32면 「“스무살 아침처럼 벌떡 일어나!”」 제하의 광고에 대해 ‘주의’ 조치한다.



2-② 朝鮮日報은 제기인의 불만에 대해 아무런 의견을 표명하지 않았다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 '완도 참전복 진액'에 관한 것으로 <“스무살 아침처럼 벌떡 일어나!”>라는 제목을 비롯하여 '진시황제도 찾던 高 영양식품', '남자가 불이라면 전복은 휘발유', '밤이 두려운 남자에게 바친다' 등의 표현으로 전복이 남성의 정력에 좋다는 점을 특히 강조하고 있다.

그러나 위 광고 사진 중 전복 사진을 비키니 수영복 차림의 여성 하의 위에 겹쳐서 편집한 부분은 독자들이 여성의 성기를 연상하고 외설적인 상상을 할 수 있을 정도로 선정적이라고 판단된다.

따라서 위 광고는 신문의 품위를 훼손하고 청소년들에게 부적절한 성적 호기심을 자극할 우려가 있으므로 신문광고윤리강령 2 및 동 실천요강 강령 2의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2011-2-3 독자불만처리  
부산일보 발행인 김 종 렬

〈주문〉

부산일보 2011년 1월 13일자 40면 「통가족 신사화 2컬레 39,800원」 제하의 광고에 대하여 '주의' 조치한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 부산일보 2011년 1월 13일자 40면 「통가족 신사화 2컬레 39,800원」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

본인은 위 광고에 게재된 신사화를 구입하기 위해 온라인으로 물건 대금을

송금했으나 아직까지도 물건이 배달되지 않고 있습니다. 판매자한테 전화해 보았지만 연락 두절입니다.

이에 대해서 부산일보 광고국에 문의하였더니 직접 경찰에 신고해서 해결 하라고만 할 뿐 아무런 조치를 취해주지 않고 있습니다.

부산일보가 게재한 광고로 인해 발생한 소비자 피해이므로 부산일보가 적극적으로 나서서 해결해 주셨으면 좋겠습니다.

이는 부산일보가 게재한 광고를 믿고 거래한 소비자로서의 당연한 주장이라고 생각합니다.

2-① 이에 앞서 폐제기인 부산일보는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

〈부산일보 2011년 1월 13일자 40면〉

2-② 부산일보는 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해왔다.

본 건은 일반 유통업체인 도울유통이 신사화 유통업체인 휴월드(대표이사 백건우)의 광고 게재 의뢰를 받아 본지에 게재한 광고입니다.

광고가 게재된 이후 휴월드 측의 얘기치 않은 어려움으로 인해 소비자들의 주문을 받아놓고도 배달하지 못하는 불미스러운 일이 일어났습니다.

이 사실이 소비자들의 이의제기를 통해 폐사에 알려졌고 폐사는 유통업체를 통해 최선을 다해 수습할 것을 권고했습니다. 하지만 휴월드 측은 경영정상화에 경황이 없어 그 동안 소비자의 요구에 즉각적으로 부응하지 못한 것으로 파악되었습니다.

이후 폐사는 귀 위원회의 통보를 받고 휴월드 측과 재통화하였고 휴월드 측은 소비자들에게 정중히 사과를 드리며 배송이 안 된 부분에 대해 최선을 다해 해결하겠다고 밝혀 왔습니다.

차후 이런 일이 재발하지 않도록 광고 수주에 신중을 기하도록 하겠습니다.

### 3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

본 사안은 독자가 부산일보 2011년 1월 13일자 40면 「통가족 신사화 2컬레 39,800원」 제하의 광고에 게재된 물품을 구입하기 위해 판매자 계좌로 대금을 입금했으나 아직까지 물건이 배달되지 않았고 판매자와의 연락도 두절되었다며 불만을 제기한 건이다.

본 위원회가 한국소비자원과 부산시 소비생활센터에 문의한 결과, 위 광고주 명의로 집계된 소비자 피해구제신청이 총 56건에 달하는 것으로 파악되었다.

이러한 사실로 미루어보아 본 사안은 입금 후 3개월이 지나도록 물품을 배송하지 않은 광고주에게 일차적으로 책임이 있다고 판단된다.

그러나 위 광고는 광고주의 사업장 소재지, 회사 명칭 또는 그러한 정보들을 일괄적으로 확인할 수 있는 홈페이지 주소 등이 누락되어 위와 같이 광고주와의 연락이 두절된 상황에서는 소비자가 대처할 수 있는 안전장치가 없다는 점에서 광고의 신뢰성에 문제가 있다.



따라서 부산일보가 독자로부터 항의 전화를 받은 후 광고주에게 연락하여 조속한 조치를 요구하는 등 매체사 입장에서 소비자 피해 수습을 위해 노력한 점을 감안하더라도 위 광고는 신문광고윤리강령 1 및 동 실천요강강령4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

▲ 2011-2-4 독자불만처리

1. 일간스포츠 발행인 정 경 문
2. 한국일보 발행인 박 진 열
3. 스포츠경향 발행인 송 영 승
4. 東亞日報 발행인 김 재 호

〈주문〉

일간스포츠 2011년 8월 31일자 11면 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고, 한국일보 9월 1일자 20면 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고, 스포츠경향 9월 3일자 4면 「YAMA SAKI 스쿠터」 제하의 광고, 東亞日報 9월 7일자 A26면 「YAMA SAKI 스쿠터」·「넘치는 파워! 거침없이 달린다!」 제하의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 일간스포츠 2011년 8월 31일자 11면 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고, 한국일보 9월 1일자 20면 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고, 스포츠경향 9월 3일자 4면 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고, 東亞日報 9월 7일자 A26면 「YAMASAKI 스쿠터」·「넘치는 파워! 거침없이 달린다!」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

‘야마사키 스쿠터’ 광고를 보고 제품을 구입한 독자입니다.

광고 내용에 비해 제품의 사이즈가 너무 작고 출력이 약해 시속 30km 이상

의 속력을 내지 못합니다. 그 이상의 속력을 내려면 굉음과 진동이 너무 심해 도저히 탈 수가 없습니다. 뿐만 아니라 관청에서는 이 제품이 장난감 같아서 원동기 등록이 안 된다고 합니다.

위 광고는 광고주의 명칭, 주소 등 책임소재가 명확하지 않아 교환이나 반품, 환불 처리를 받는데 어려움이 많습니다. 이러한 이유로 신문윤리위원회로부터 수차례 지적도 받은 것으로 알고 있습니다.

하지만 지금도 위와 동일한 내용의 광고가 일부 중앙지와 스포츠신문에 동시 다발적·지속적으로 게재되고 있습니다.

위와 같은 허위, 과대 광고로 인하여 저 같은 선의의 소비자 피해가 다시 발생하지 않도록 조치하여 주시기 바랍니다.

2-① 이에 앞서 피제기인 일간스포츠, 한국일보, 스포츠경향, 東亞日報는 다음과 같은 광고를 게재하였다.

〈한국일보 9월 1일자 20면〉

〈스포츠경향 9월 3일자 4면〉

레저스포츠, 출퇴근, 각종배달 대인기모빌  
**YAMASAKI 스쿠터**  
 고유가 시대 최상의 선택! 고성능 고품질 첨단디자인  
 야마사키 ¥73,000원  
**추석 호도선물**  
 125cc 4륜ATV 110cc  
 30% 할인판매 월56,000원  
 2011년최신모델 선진유로3기종인증  
 전국신속배송  
 전화 070-7734-5668, 아간공휴일 010-3132-5778  
 전국 대리점 영업점 모집 / 사원모집 남.내 상담직 관리직

〈스포츠경향 9월 3일자 4면〉

레저스포츠용, 출퇴근용, 각종배달 사업용으로 대인기  
**YAMASAKI 스쿠터**  
 고유가 시대 최상의 선택! 고성능 고품질 첨단디자인  
**남자는 파워가짐없이 달린다**  
 2011년최신모델 선진유로3기종인증  
 35% 할인판매  
 전속신속배송  
 125cc 야마사키  
 4륜ATV 110cc  
 49,900원  
 전화 070-7734-5668, 아간공휴일 010-3132-5778  
 전국 070-7734-4577 야간공휴일 010-4070-6788  
 전속신속배송 전국 영업점 모집 남.내 상담직 관리직

〈東亞日報 9월 7일자 A26면〉

2-② 스포츠경향은 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명해왔다. 일간스포츠, 한국일보, 東亞日報는 제기인의 불만에 대해 아무런 의견 표명도 하지 않았다.

‘야마사키 스쿠터’ 광고에 대하여 독자에게 불편함을 유발하게 된 점에 대해서 매우 유감스럽게 생각합니다. 제기해온 내용에 대해 겸허히 수용하며 지적하신 해당 광고뿐 아니라 다른 광고에 대해서도 명칭, 사업장의 주소 등 광고주를 알 수 있는 정보를 기재하여 피해자가 발생치 않도록 노력하겠음을 밝힙니다.

3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 사안은 일간스포츠 「YAMASAKI 스쿠터」 제하의 광고를 보고 제품을 구입한 독자가 불만을 제기한 것이다.

위 광고는 해당 제품이 광고 내용에 비해 크기가 작고 출력이 약할 뿐만 아니라 광고주의 명칭, 주소 등 책임소재가 명확하지 않아 교환이나 반품, 환불 처리를 받는데 어려움이 많다는 것이다. 독자는 또한 위와 동일한 내용의 광

고가 일부 중앙지와 스포츠신문에 동시 다발적·지속적으로 게재되고 있는 점에 대해서도 적절한 조치를 해줄 것을 요청해 왔다.

본 위원이 각종 스포츠신문과 중앙지에 게재된 지난 몇 개월간의 ‘야마사키 스쿠터’ 광고들을 살펴본 결과, 판매자 연락처가 위 광고의 판매자 전화번호와 모두 일치하였고 이러한 점을 고려하면 ‘같은 광고가 일부 중앙지와 스포츠신문에 동시 다발적·지속적으로 게재되고 있다’는 제보자의 불만을 수용하는 것이 타당하다고 여겨진다.

특히 일간스포츠, 한국일보, 스포츠경향, 東亞日報는 광고주의 사업장 소재지, 회사 명칭 또는 그러한 정보들을 일괄적으로 확인할 수 있는 홈페이지 주소조차 밝히지 않고 있었다.

본 사안은 광고 내용에 못 미치는 제품을 판매한 광고주에게 일차적으로 책임이 있고 매체사가 광고 제품의 성능을 사전에 모두 검증하기에는 현실적인 한계가 있다고 하더라도, 소비자 피해가 발생한 상황에서 판매자와 연락이 두절될 경우 소비자가 직접 대처할 수 있는 안전장치가 없다는 점에서 광고의 신뢰성에 문제를 제기할 수 있다고 판단된다.

이에 따라 위 광고들은 신문광고윤리강령 1 및 동 실천요강 강령 4의 (2)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.

#### ▲ 2011-2-5 독자불만처리

1. 일간스포츠 발행인 정 경 문
2. 스포츠조선 발행인 방 준 식
3. 스포츠서울 발행인 정 상 태

#### 〈주문〉

일간스포츠 11월 15일자 4면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고, 스포츠조선 11월 14일자 2면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고, 스포츠서울 11월 12일자 4면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고에 대하여 각각 ‘주의’ 조치한다.

〈이유〉

1. 불만제기인은 일간스포츠 11월 15일자 4면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고, 스포츠조선 11월 14일자 2면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고, 스포츠서울 11월 12일자 4면 「힘차고, 활력있게!」 제하의 광고에 대하여 다음과 같은 불만을 제기해왔다.

위 광고의 제품에 관심이 있는 독자입니다. 그러나 제품에 불만이 있을 시 교환이나 반품, 환불 처리를 받는데 어려움이 있을 것 같아 구입을 망설이고 있습니다.

위 광고에는 판매자의 전화번호만 나와 있을 뿐 광고주의 명칭, 주소 등 책임소재가 명확하지 않습니다. 회사 및 제품 이름이 무엇인지 궁금합니다.

미국 FDA 승인 및 식약청 심사기준 통과를 증명할 수 있는 내용도 광고에 게재해 주셨으면 합니다.

2-① 이에 앞서 피제기인 일간스포츠, 스포츠조선, 스포츠서울은 다음과 같은 광고를 게재하였다.

장안의 화제!  
남성들이  
먹는제품

**힘차고, 활력있게!**

- 식물에서 남성에게 좋은 성분만을 추출한 먹는 제품!
- 30-80대까지 힘차고 활력 있게!
- 미국FDA승인/무독성 검사필!
- 식약청 심사기준 통과 미국직수입품!
- 넘치는 힘과 당당한 자신감!

남성용

1577-0139, 010-7533-3346

2-② 스포츠조선, 스포츠서울은 제기인의 불만에 대해 다음과 같은 의견을 표명하였다. 일간스포츠는 제기인의 불만에 대해 아무런 의견 표명도 하지 않았다.

### ■스포츠조선

차후 광고 게재에 있어 가급적 제조원 및 판매자, 광고주의 명칭과 주소도 명기될 수 있도록 최대한 광고주와 협의, 유도할 예정입니다.

상기 제품은 미국 FDA 및 식약청 심사를 통과한 제품이 맞으며 이에 관한 사실 증명은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

### ■스포츠서울 (광고주가 표명한 의견을 스포츠서울이 본 위원회에 송부)

당사에서 판매하고 있는 제품은 고객이 불만을 제기할 시 그 불만에 대해 신속히 해결해 드리고 있습니다.

유통과정 중 당사의 실수로 제품의 파손이나 변질이 있을 경우 100% 환불 또는 새 제품으로 교환해 드리고 있으며, 제품을 미개봉 시에도 환불해 드리고 있습니다. 제품에 대한 환불처리는 고객에 대한 불만 접수 후 2일 내로 환불해 드리고 있습니다.

당사의 주소와 회사 명칭이 불확실하다고 문제 제기하셨는데, 해당 건강기능식품 광고는 당사에서 광고하고 있는 “뉴 맨” 제품과 하나로 묶인 광고로써 윗면에는 “뉴 맨”, 아랫면에는 건강기능식품을 광고하고 있습니다. “뉴 맨” 광고에 회사명과 회사주소가 기재되어 있습니다.

### 3. 위와 같은 사실을 기초로 윤리위원회는 다음과 같이 판단한다.

위 광고는 남성용 건강기능식품을 홍보하면서 해당 제품의 제품명조차 밝히지 않고 있을 뿐만 아니라 판매자 전화번호 외에 광고주 명칭, 사업장 소재지 등의 구체적인 책임소재는 전혀 표시하지 않고 있다.

스포츠서울 측은 위 광고가 상단의 「20대의 막강파워! ‘뉴 맨!’」 광고와 동일한 광고주의 것으로써 책임소재 관련 정보들은 상단 광고(‘뉴 맨’)에서 소개하고 있다고 주장했으나 일반 독자 입장에서는 상단 광고와는 독립된 광고로 인식할 가능성이 있다.

또한 위 광고는 ‘미국 FDA 인증’, ‘식약청 심사기준 통과’ 등의 문구로 해당 제품의 효능과 안전성을 홍보하고 있으나 이를 신뢰할 수 있는 공인된 인증서나 특허번호 등 근거 자료는 지면에 전혀 게재하지 않음으로써 제품에 대한 정보가 부족한 독자들에게 선의의 피해를 줄 우려가 있다. 이와 관련된 자료는 광고주의 인터넷 홈페이지([www.newm.kr](http://www.newm.kr))에서도 발견할 수 없었다.

따라서 위 광고는 신문광고윤리강령 4 및 동 실천요강 강령4의 (2), (4)를 위반했다고 인정하여 주문과 같이 결정한다.