

# 광고 정보

## ◆ 한국광고자율심의기구 심의현황

- 전기매트, 옥, 침숫, 원적외선 등 제품명과 동일한 시험성적서 제출요구

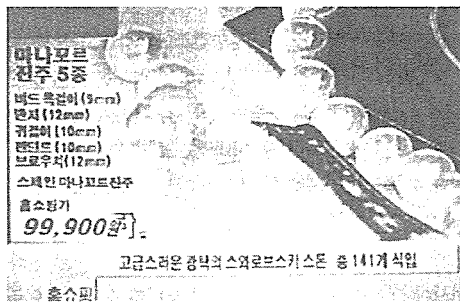
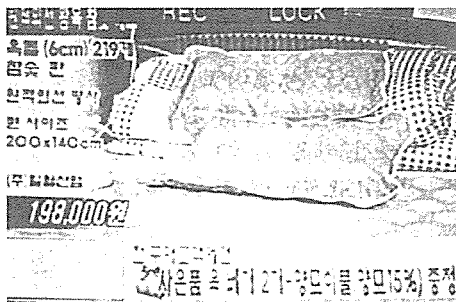
한국광고자율심의기구에 의하면 지난달에 이어 이번에도 옥매트 제품이 많이 접수 신청되었는데 여전히 원적외선, 옥, 침숫 등을 내세운 제품들이 주류를 이뤘다. 「원적외선 왕옥 침숫매트」는 “건강, 옥, 옥심내십시오, 건강효도 선물, 화재 예방도 되고, 쓰고나면 머리가 맑아지고 온몸이 시원해지고 개운해집니다. 기존의 옥하고 비교 자체를 거부합니다.” 등의 표현이 소비자 오인으로 지적됐다. 「한솔 천연옥 침숫 건강매트」는 “편안한 숙면효과를 누릴 수 있습니다. 이제 건강과 활력을, 피로한분들, 수험생, 노약자들에게 효과가 좋습니다. 집에서 찜질방 효과를 얻을 수 있는 인체에 건강을 주는 요소들이 옥의 기온관련” 등이 소비자 오인 표현으로 지적됐다. 「천연옥돌매트」 또한 각종 건강관련 멘트(노폐물 제거, 혈액순환, 신경통 효능, 원적외선: 신진대사 증진, 숫: 전자파 공기정화 살균, 벌레 제거, 피로 관련, 온열 작용, 중화작용: 노폐물 분해, 옥의 효능, 건강선물)가 지적됐고, 「북한산 옥돌 침숫매트」는 “건강에 좋다는 것은 두루 갖추어져 있으면서, 300세트 한정판매, 시중에서 쉽게 만나볼 수 없는 제품” 등이 「위터 옥매트」는 “천연동파이프, 옛 전통의 온돌을 재현, 전자파 차단, 몸에 좋은, 전혀 전자파 차단없고” 등이 각각 소비자 오인 표현으로 지적됐다.

## ◆ 허위·과장광고 과태료 1억

공정거래위원회는 과장내용의 진위여부에 대한 광고주의 입증 책임을 전국적인 매체에 실리는 광고로 제한키로 했다. 이는 지금까지 광고 실증자료 제출대상에 지역매체나 전단지 등을 포함시켰으나 실효성이 없다는 판단에 따른 것이다.

공정위는 광고 실증에 관한 운영지침을 이같이 개정키로 했다. 허위·과장 광고에 대한 단속도 강화된다. 공정위는 인체에 직접 영향을 미치고, 안전 또는 환경, 성능·효능·품질과 관련될 때는 광고주에게 실제 효능을 증명할 수 있는 자료제출을 의무화 했다.

광고주가 실증자료를 한달 안에 제출하지 않으면 1억원 이하 과태료가 부과된다.



▲전기매트제품들은 대부분 전기매트로 시험성적을 받고도 매트명 앞에 옥, 원적외선, 침숫등을 붙여 건강에 큰 효과가 있는 것으로 광고하고 있어 소비자 오인 우려가 큰 상품으로, 관련성분을 정확히 입증할 수 있는 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다. 또한 수입제품 광고등에서 두드러진 '파격가' '초특가' 등의 표현은 소비자 오인표현인만큼 '홈쇼핑가' '판매가' 등으로 적시하도록 계도하고 있다. 사진은 전기매트 제품광고와 수입관련 액세서리 제품 광고장면.