

# 보 도 자 료

## 가습기살균제 제품의 표시·광고에 관한 공정거래위원회의 사건처리 위헌확인 사건

[2016헌마773 심의절차종료결정 위헌확인]

### [ 선 고 ]

헌법재판소는 2022년 9월 29일 재판관 전원일치 의견으로, 구 SK 케미칼이 제조하고 애경산업이 판매하였던 가습기살균제 제품인 ‘홈클리닉 가습기메이트’의 표시·광고와 관련하여 공정거래위원회가 2016년에 행한 사건처리 중, (1) 위 제품 관련 인터넷 신문기사 3건을 심사대상에서 제외한 행위는 청구인의 평등권과 재판절차진술권을 침해한 것이므로 위헌임을 확인하는 한편, (2) ① 위 제품의 라벨 표시, 애경산업의 홈페이지 광고, SK 그룹의 사보 기사에 대한 심의절차종료 결정 및 ② ‘유공 가습기메이트’ 제품의 지면 신문광고를 심사대상에서 제외한 행위를 다투는 심판청구는 모두 부적법하므로 각하한다는 결정을 선고하였다. [인용(위헌확인), 각하]



2022. 9. 29.

헌법재판소 공보관실

## □ 사건개요

- ‘홈클리닉 가습기메이트’(이하 ‘이 사건 제품’이라 한다)는, 구 에스케이케미칼 주식회사(이하 ‘구 SK케미칼’이라 한다)가 제조하고 애경산업 주식회사(이하 ‘애경산업’이라 하고, 구 SK케미칼과 합하여 ‘피심인들’이라 한다)가 판매하였던 가습기살균제 제품으로, CMIT/MIT 성분을 함유하고 있었다.
- 청구인은 환경부장관으로부터 가습기살균제 건강피해를 인정받은 사람으로, 2016. 4. 20. 공정거래위원회(이하 ‘피청구인’이라 한다)에 피심인들이 부당한 표시·광고를 하였다고 신고한 뒤 다음과 같은 [별지 1] 기재 표시·광고들을 제출하였다(이하 ‘[별지 1] 기재’ 표기는 생략한다).
  - 표시·광고1: 이 사건 제품의 라벨 표시
  - 표시·광고2: 이 사건 제품 관련 애경산업의 홈페이지 광고
  - 표시·광고3: 구 SK케미칼의 전신인 주식회사 유공의 가습기살균제 제품(‘유공 가습기메이트’) 관련 지면 신문광고
  - 표시·광고4: 이 사건 제품 관련 SK 그룹의 사보 기사
  - 표시·광고5 내지 7: 이 사건 제품 관련 인터넷 신문기사 총 3건(인체에 안전하다는 내용 포함)
- 피청구인 소속 담당심사관은 표시·광고1, 2, 4가 기만적인 표시·광고에 해당한다는 내용의 심사보고서를 작성한 후, 2016. 7. 27. 피청구인 제3소회의에 제출하였고, 제3소회의는 2016. 10. 5. 다음과 같은 사유로 표시·광고1, 2, 4에 대하여 심의절차종료결정을 하였다.
  - 표시·광고1, 2의 경우, 보건복지부와 환경부의 조사결과가 상치되고 있고 환경부의 추가적 연구조사가 진행되고 있는 점 등을 고려할 때, 이 사건 제품의 인체 위해성 여부가 최종 확인된 이후 위법 여부를 판단할 필요가 있다.
  - 표시·광고4의 경우, 해당 사보는 2005년 1월경 배포가 종료된 점, 이후에는 SK 그룹의 홈페이지 내에서 PDF 형태의 DB로서만 접근이 가능했던 점 등을 고려할 때 ‘표시·광고의 공정화에 관한 법률’(이하 ‘표시·광고법’이라 한다) 적용이 곤란하다.
- 한편, 담당심사관은 다음과 같은 사유로 표시·광고3 및 5 내지 7을 심사대상에서 제외하였다. 그 결과 2016. 7. 27. 제3소회의에 제출된 심사보고서에는, 표시·광고3 및 5 내지 7에 관한 내용이 포함되어 있지 않다.

- 표시·광고3의 경우, 표시광고법 제정 전에 판매된 제품에 관한 것으로서 표시·광고법의 적용대상이 아니다.
  - 표시·광고5 내지 7의 경우, ① 기자 이름이 명시된 신문기사의 형식으로 표시·광고법상 광고라고 보기 어렵거나, ② 피심인들이 ‘인체무해’라는 문구를 직접 사용하도록 한 것인지 불분명하며, ③ ‘인체무해’를 언급한 인터넷 신문기사는 2005. 10.경에 집중되어 있고 이후에는 지속되지 않아 2005년경부터 5년의 처분시효가 도과하였다.
- 청구인은 2016. 9. 8. 위와 같은 피청구인의 사건처리에 대하여 이 사건 헌법 소원심판을 청구하였다. 이후 피청구인은 표시·광고1, 2에 대한 재조사를 한 뒤, 2018년 ‘애경산업’, 구 SK케미칼에서 상호가 변경된 ‘에스케이디스커버리 주식회사’, 위 회사로부터 분할된 ‘에스케이케미칼 주식회사’ 등에 대하여 표시·광고법위반 혐의로 고발하고, 시정명령·과징금 등의 행정처분을 하였다.

## □ 심판대상

- 이 사건 심판대상은, 피청구인이 (1) 2016. 10. 5. 의결 제2016-285호로 표시·광고1, 2, 4에 대하여 한 심의절차종료결정(이하 ‘이 사건 종료결정’이라 한다) 및 (2) 2016. 7.경 표시·광고3 및 5 내지 7을 심사대상에서 제외한 행위(이하 ‘이 사건 제외행위’라 한다)가 청구인의 기본권을 침해하는지 여부이다.

### [관련조항]

표시·광고의 공정화에 관한 법률(2011. 9. 15. 법률 제11050호로 개정된 것)

제3조(부당한 표시·광고 행위의 금지) ① 사업자등은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 표시·광고 행위로서 공정한 거래질서를 해칠 우려가 있는 다음 각 호의 행위를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 하여서는 아니 된다.

1. 거짓·과장의 표시·광고

2. 기만적인 표시·광고

제5조(표시·광고 내용의 실증 등) ① 사업자등은 자기가 한 표시·광고 중 사실과 관련한 사항에 대하여는 실증(實證)할 수 있어야 한다.

제17조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 2년 이하의 징역 또는 1억 5천만 원 이하의 벌금에 처한다.

1. 제3조 제1항을 위반하여 부당한 표시·광고 행위를 하거나 다른 사업자등으로 하여금 하게 한 사업자등

표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령(2012. 9. 5. 대통령령 제24081호로 개정된 것) 제3조(부당한 표시·광고의 내용) ① 법 제3조 제1항 제1호에 따른 거짓·과장의 표시·광고는 사실과 다르게 표시·광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시·광고하는 것으로 한다.

② 법 제3조 제1항 제2호에 따른 기만적인 표시·광고는 사실을 은폐하거나 축소하는 등의 방법으로 표시·광고하는 것으로 한다.

구 표시·광고의 공정화에 관한 법률(2013. 8. 13. 법률 제12096호로 개정되고, 2020. 12. 29. 법률 제17799호로 개정되기 전의 것)

제16조(「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」의 준용) ③ 이 법에 따른 과징금의 납부기한 연장 및 분할납부, 과징금의 연대납부의무, 과징금 징수 및 체납처분과 과징금 환급가산금에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제55조의4부터 제55조의7까지의 규정을 준용하며, 이 법 제17조에 따른 죄의 고발에 관하여는 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제71조를 준용한다.

구 독점규제 및 공정거래에 관한 법률(1996. 12. 30. 법률 제5235호로 개정되고, 2020. 12. 29. 법률 제17799호로 전부개정되기 전의 것)

제71조(고발) ① 제66조(벌칙) 및 제67조(벌칙)의 죄는 공정거래위원회의 고발이 있어야 공소를 제기할 수 있다.

## □ 결정주문

1. 피청구인이 2016. 7.경 [별지 1] 기재 표시·광고5 내지 7을 심사대상에서 제외 한 행위는 청구인의 평등권과 재판절차진술권을 침해한 것이므로 위헌임을 확인한다.
2. 청구인의 나머지 심판청구를 모두 각하한다.

## □ 이유의 요지

### 1. 이 사건 종료결정에 대한 심판청구

#### 가. 표시·광고1, 2에 관한 부분(각하)

- 피청구인은 표시·광고1, 2에 관하여 심의절차종료결정을 하였다가, 제조사를 한

뒤 2018년 고발 및 행정처분을 한 바 있다. 이 사건 종료결정 중 표시·광고1, 2에 관한 부분은 위 고발 및 행정처분으로써 그 효력을 상실하였으므로, 이 부분 심판청구는 이미 효력을 잃은 공권력 행사를 다투는 것으로서 부적법하다.

#### 나. 표시·광고4에 관한 부분(각하)

- 청구인이 신고한 행위에 대한 공소시효와 처분시효가 모두 만료된 경우에는, 심판청구가 인용되더라도 피청구인의 고발 및 행정처분을 기대할 수 없으므로, 그 행위에 대한 피청구인의 사건처리를 다툴 권리보호이익이 없다.
- 해당 사보의 기사가 인터넷상으로도 더 이상 노출되지 않은 2009년경부터 기산하였을 때, 이 사건 심판청구 전에 공소시효와 처분시효가 모두 만료되었다고 할 것이므로, 이 부분 심판청구는 권리보호이익이 없어 부적법하다.

## 2. 이 사건 제외행위에 대한 심판청구

### 가. 표시·광고3에 관한 부분(각하)

- 주식회사 유공이 상호를 변경하고 해당 제품을 더 이상 판매하지 않은 1999년경부터 기산하였을 때, 공소시효와 처분시효가 모두 만료되었다고 할 것이므로, 이 부분 심판청구는 권리보호이익이 없어 부적법하다.

### 나. 표시·광고5 내지 7에 관한 부분[인용(위헌확인)]

- 피청구인이 표시·광고5 내지 7을 심사대상에서 제외한 사유들은, 다음과 같은 이유에서 모두 수긍하기 어렵다.
  - ① 피청구인은 기자 이름이 명시된 신문기사의 형식이어서 표시광고법상 광고라고 보기 어렵다고 하였으나, 표시광고법상 광고란 ‘사업자가 상품에 관한 일정한 사항을 정기간행물 등의 매체를 통하여 소비자에게 널리 알리거나 제시하는 일체의 행위’를 의미하고, 법원은 사업자가 언론사에 보도자료를 배포하여 신문기사의 형식을 취한 경우에도 이에 해당한다고 판단한 바 있다.
  - ② 피청구인은 피심인들이 ‘인체무해’라는 문구를 직접 사용하도록 한 것인지 불분명하다고 하였으나, 이 사건 제품의 라벨 중에는 인체에 안전하다는 내용의 문구가 명시된 것도 존재하였을 뿐만 아니라, 애경산업은 이 사건 제품에 관하여 ‘인체안전’을 강조하는 보도자료를 배포한 바도 있었다. 무엇보다 표시·광고5 내지 7에는 모두 ‘애경산업 홈크리닉 마케팅 매니저’의 설명이 동일한 내용으로 직접 인용된 부분이 존재하는바, 이는 애경산업이 광고의 목적으로

신문사에 해당 자료를 보내 게재를 요청하였음을 뒷받침한다고 할 수 있다.

- ③ 피청구인은 ‘인체무해’를 언급한 인터넷 신문기사가 2005. 10.경에 집중되어 있고 이후에는 지속되지 않아 2005년경부터 5년의 처분시효가 도과하였다고 하였으나, 이 사건 제품은 2017. 10.경에도 판매 목적으로 진열되어 있었던 점, 표시·광고5 내지 7은 최근까지도 인터넷에서 검색하면 열람이 가능한 상태로 존재하고 있는 점, 법원은 인터넷에 게시된 광고물의 경우 삭제될 때까지 위법상태가 계속된다는 취지의 설시를 한 바도 있는 점 등을 고려할 때, 공소시효와 처분시효가 아직 만료되지 않았다고 판단될 여지가 남아 있다.
- 나아가, 표시·광고5 내지 7 중에는 이 사건 제품이 인체에 안전하다는 내용이 기재된 것도 있는바 ‘거짓·과장의 광고’에 해당하는지 여부가 문제되므로, 이에 대한 심사절차를 진행하는 것은 다음과 같이 특히 중요한 의미가 있었다.
- 표시광고법 제5조 제1항에 의하면 거짓·과장의 광고와 관련하여 그 내용이 진실임을 입증할 책임은 사업자측에 있으므로, 이 사건 제품이 인체에 안전하다는 사실에 대한 입증책임은 피심인들에게 있는 것이었다. 피청구인은 이 사건 종료결정 당시까지 이 사건 제품의 인체 위해성 여부가 확인되지 않았다고 판단한바, 만약 표시·광고5 내지 7에 대하여도 심사절차를 진행하여 심의절차까지 나아갔더라면 이 사건 제품의 인체 안전성이 입증되지 못하였다는 이유로 거짓·과장의 광고에 해당한다고 보아 시정명령·과징금 등의 행정처분을 부과할 가능성이 있었다.
  - 마찬가지로 이유에서 피청구인이 표시·광고5 내지 7에 대한 심사절차를 진행하여 심의절차까지 나아갔더라면, 거짓·과장의 광고행위로 인한 표시광고법위반죄의 미필적 고의가 인정되어 피청구인의 고발 및 이에 따른 형사처벌이 이루어질 가능성도 있었다. 위 죄는 피청구인에게 전속고발권이 있어 피청구인의 고발이 없으면 공소제기가 불가능한바, 피청구인이 표시·광고5 내지 7을 심사대상에서 제외함으로써 공소제기의 기회를 차단한 것은 청구인의 재판절차진술권 행사를 원천적으로 봉쇄하는 결과를 낳는 것이었다.
- 위와 같은 사정들을 모두 종합하여 보면, 피청구인이 표시·광고5 내지 7을 심사대상에서 제외한 행위는, 현저히 정의와 형평에 반하는 조사 또는 잘못된 법률의 적용 또는 증거판단에 따른 자의적인 것으로서, 그로 인하여 청구인의 평등권과 재판절차진술권이 침해되었다.

## □ 결정의 의의

- 피청구인의 사건처리는, 심사관의 ‘심사’ 및 심사보고서를 제출받은 전원회의 또는 소회의의 ‘심의의결’ 과정으로 행해진다. 담당심사관은 ‘심사’ 단계에서 표시·광고3 및 5 내지 7을 심사대상에서 제외함으로써 이후의 단계로 진행시키지 않았고, 표시·광고1, 2, 4의 경우 ‘심사’ 단계를 거쳐 제3소회의의 ‘심의의결’ 단계까지 진행되었으나 심의절차종료결정이 내려졌다. 이 사건 결정은, 위와 같은 피청구인의 사건처리 중 표시·광고5 내지 7을 심사대상에서 제외한 행위가 청구인의 기본권을 침해하였다고 판단한 것이다.
- 위 심의절차종료결정 이후 피청구인은 표시·광고1, 2에 대하여 재조사를 한 뒤 고발 및 행정처분을 행한 바 있다. 그러나 표시·광고1, 2의 경우 ‘기만적인 표시·광고’ 여부만이 문제되었다면, 표시·광고5 내지 7에는 ‘인체에 안전’하다는 내용이 존재하여 ‘거짓·과장의 광고’ 여부도 문제된다. 거짓·과장의 광고와 관련하여 그 내용이 진실임을 입증할 책임은 사업자측에 있으므로, 이 사건 제품의 인체 위해성 여부를 확인할 수 없는 경우라면 거짓·과장의 광고에 해당한다는 판단이 행해질 수 있다.  
참고로, 다른 회사가 PHMG/PGH 성분을 사용한 가습기살균제 제품 라벨에 ‘인체에 안전한 성분’이라고 표기한 행위에 대하여는, 이미 ‘거짓의 표시행위’라는 이유로 형사처벌 및 행정처분이 행해진 바 있다.
- 이 사건 결정에 따라, 표시·광고5 내지 7에 관하여도 피청구인의 재조사가 이루어질 것으로 예상된다.

[별지 1] 표시·광고1 내지 7

1. 표시·광고1



2. 표시·광고2

가. 표시·광고2-1

**AEKYUNG**

**고객과 함께하는 1등 브랜드!**  
가장 우수한 제품으로 고객님께 기쁨과 만족을 드리겠습니다.



---

▶ Product



**가습기 전용 살균제 **흠크리닉** 가습기메이트 × 2**

- **제품특징**
  - 가습기내에 있는 곰팡이, 물때, 세균 제거 등 강력한 3중 효과를 발휘합니다.
  - 천연 솔잎향의 피톤치드 성분에 의한 상쾌한 기분과 산성옥 효과를 느낄 수 있습니다.
  - 은은한 라벤더향의 아로마테라피 효과로 심리적인정과 정신적 피로 회복 효과를 느낄 수 있습니다.
  - 가습기 물을 갈아줄 때 한번만 넣어주시면 은은한 향이 지속적으로 유지되어 쾌적한 실내환경을 느낄 수 있습니다.
- **제품규격**
  - 라벤더향 (용량: 1000ml)
- **사용법 & 기타**
  - 용도 : 가습기 전용 살균제
  - 주성분 : 살균성분, 솔잎추출물 등
  - 액성 : 약산성

**아로마테라피란?**

- Aroma(향)와 therapy(치료) 의 합성어로 식물에서 추출한 방향성 오일인 Essencial Oil(정유)를 이용하여 질병을 예방하고 개선시키며, 건강의 유지 증진을 도모하는 자연의학의 한 형태입니다.
- 공격적인 치료에 대한 부작용과 화학성분에 대한 중독 등으로 자연에 의한 치료를 선호하는 경향이 늘어나면서 유럽이나 일본에서는 아로마테라피가 이미 자리잡고 있습니다.



나. 표시·광고2-2

세탁세제  
주방세제  
방향/탈취제  
가정위생  
발아제로  
흡착산

신고 빠른 제품 검색

제품검색

가정위생 | 가슴기메이트 Home > Home Care > 가정위생 > 가슴기메이트



**곰팡이, 물때, 세균제거의 강력 3중 효과**

1. 강력한 3중 효과  
곰팡이, 물때, 세균 제거의 강력 3중 효과를 발휘합니다.

2. 간편하게, 쾌적하게  
가슴기 메이트를 한번만 넣어주시면 은은한 향이 지속적으로 유지되어 쾌적한 실내환경을 느끼실 수 있습니다.

관련상품 보기

FAQ

- 가정위생 [살균킬러 헤어 메니큐어] 자주 사용해도 되...
- 가정위생 [닥터루인스] 어떤 순서로 사용해야 하나요?
- 가정위생 [윙크린 세탁조크리너]어떻게 사용하면 되나요...
- 가정위생 [윙크린 세탁조크리너]세탁기 부식이 일어나지...
- 가정위생 [윙크린 세탁조크리너]8분으로 세정이 가능한...

제품 뉴스

**제품 규격**  
- 1L(라벤더향, 솔잎향)

**제품 설명**  
- 라벤더향 : 아로마 테라피 효과  
- 솔잎향 : 산뜻속 효과

신고 빠른 제품 검색

제품검색

SEARCH 가슴기메이트 검색 1/1 상담신청

| 번호 | 구분     | 제목                                  |
|----|--------|-------------------------------------|
| 7  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트에 피톤치드 성분이 있다고 써있는데, 어떤 효과... |
| 6  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트은 물량이 너무 많지 않나요?              |
| 5  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트은 모든 가슴기에 사용해야 하나요?           |
| 4  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트 정수기 물을 사용하면 가슴기메이트를 안 써...   |
| 3  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트 사용기간이 개봉 후 6개월인데, 6개월이 ...   |
| 2  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트 정말 살균 효과가 있나요?               |
| 1  | 방향/탈취제 | 가슴기메이트를 사용하면 가슴기 청소를 안해도 되나요?       |

**Q. | 가슴기메이트에 피톤치드 성분이 있다고 써있는데, 어떤 효과가 있는 건가요?** | 139

**A.**  
"가슴기메이트 성분인 솔잎추출물에는 피톤치드 성분이 함유되어 있습니다. 소나무가 있는 숲속에서는 연한 솔내음을 맡을 수 있는데 이것이 피톤치드(phytoncide)입니다.

피톤치드는 식물이 각종 유해한 세균으로부터 자기 자신을 보호하기 위해 발산하는 천연 항균물질로서 유해균에 대해 살균력을 지니며 사람이 흡입하면 스트레스 해소와 심리적 안정, 진정 효과 등의 아로마테라피 기능이 있습니다."

### 3. 표시·광고3

**가습기 메이트는 물론 흠때까지 깨끗이- 가습기 친구, 가습기 메이트**

세균도 알균형, 곰팡이도 알균형  
가습기 메이트가 우리가족 건강을 지켜줍니다.

주위를 가습기 물, 깨끗한가요? 잘에서 사용하는 초음파 가습기의 경우 미생물 증식 양도 세균이 세균보다 10배 이상 증가합니다.

물 속에 번식한 세균과 곰팡이 등은 가습기에 적는 물에의 원인이 되기도 합니다.

가습기 물 속에 한번만 주사하면 알균이 없애주는 가습기 친구, 가습기 메이트. 번거롭던 가습기 청소 문제도 해결해 드립니다.

따라서! 우리 가족 건강을 위해, 이제 가습기 주변 가습기 메이트를 꼭 넣어주세요.

**가습기를 고집시오! 가습기메이트가 없으시다면.**

**대리점모집**

- 모집대상 : 생활용품 유통업체나 전담하는 분 (일회용품 가능함)
- 모집지역 : 서울 및 전국 시/군/구
- 문의처 : (주) 홈크리닉 세정부 TEL: 02) 786-5382~3

**신제품**  
인체무해  
가습기 메이트

**지배품**  
필리핀로 닥터제로 바이오 울터슈

**가습기메이트 사용 요령 간단히**

1. 가습기 물통에 물을 채운 후, 가습기 메이트를 10ml 정도 넣어주세요.  
2. 가습기 메이트를 넣어주면, 가습기 물통에 미생물이 번식하지 않습니다.  
3. 가습기 메이트를 넣어주면, 가습기 물통에 곰팡이가 생기지 않습니다.

• 약품의 수리/교환/환불/반품에서 구급할 수 없습니다.

**주: 오근**  
바이오테크놀로지  
한국과학기술원  
과학기술원  
080-300-8008

### 4. 표시·광고4

#### 겨울철 쾌적한 실내를 위한 필수품, 가습기메이트

홈크리닉 가습기메이트는 가습기 내에 번식할 수 있는 세균·곰팡이균을 살균해주고, 물 때 발생을 효과적으로 예방해주는 제품이다. 또한 솔잎 추출물에 함유된 피톤치드 성분이 심리적 안정과 정신적 피로 해소에 도움이 되며, 영국 Huntington Life Science에서 저독성을 인정 받은 항균제를 사용하여 인체에 무해한 안전한 제품이다.

홈크리닉 가습기메이트는 한번 구입으로 겨울철 내내 사용할 수 있는 경제적 용량이며, 사용방법은 뚜껑에 용액을 약 2/3 정도 채운 후(수돗물 2~3ℓ당 약 10ml) 가습기 물을 갈아줄 때 한번만 넣어주면 된다. 은은한 천연 솔잎향이 지속적으로 유지되어 쾌적한 실내환경 조성에도 효과가 있다. 액성은 약산성이며 사용기간은 개봉일로부터 6개월이다.

가습기는 실내습도를 일정수준 이상으로 유지해 감기 및 호흡기, 기관지 계통의 질병 예방을 목적으로 유아나 환자, 노약자들이 있는 곳에서 많이 사용된다. 하지만 가습기에 고여있는 물에서는 각종 미생물이 쉽게 번식할 수 있기에 오히려 비위생적인 환경을 만들 수도 있다. 가습기 속 세균번식이 걱정될 때 홈크리닉 가습기메이트를 깨끗한 물과 섞어 사용해보자. 세균 번식의 억제는 물론 겨울철의 쾌적한 실내환경 조성이라는 일석 이조의 효과를 얻을 수 있을 것이다.



## 5. 표시·광고5

### 애경, 가습기용 방향제 출시

머니투데이 최종호 기자 | 입력 : 2005.10.25 10:23

이기사주소 : <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2005102510221760789&stype=1> [복사](#)



가습기와 함께 사용하는 방향제가 출시됐다.

애경은 25일 환절기 쾌적한 실내환경을 위한 '가습기메이트 라벤더향'을 새로 선보였다. 이 제품은 아로마테라피 효과에 의한 심리적인 안정감과 정신적인 피로회복 효과까지 느낄 수 있는 것이 특징이다.

또 미생물 성장 억제 성분이 들어있어 곰팡이와 물때를 한번에 제거하면서도 인체에는 안전하다.

사용법은 가습기 물을 교체할 때마다 가습기메이트 용액을 넣어주면 된다. 이병희 애경 마케팅 매니저는 "소비자들을 대상으로 테스트한 결과, 가습기메이트 사용 후 기존에 발생하던 누런 물때가 눈에 띄게 없어졌음을 확인 할 수 있었다"고 설명했다.

[저작권자 © '돈이 보이는 리얼타임 뉴스' 머니투데이, 무단전제 및 재배포 금지]

## 6. 표시·광고6

### [새상품] 심리적 안정·피로 회복 효과도

[일간스포츠] 입력 2005.10.26 10:51 수정 2006.06.14 00:33

애경(www.aekyung.co.kr.대표이사 안용찬)의 가정용품 브랜드 홈크리닉에서 환절기 쾌적한 실내 환경 조성을 위해 '가습기메이트 라벤더향'을 새로 출시했다.

아로마테라피 효과에 의한 심리적 안정감과 함께 정신적 피로 회복 효과까지 느낄 수 있는 제품이다. 또한 미생물 성장 억제 성분을 함유, 세균·곰팡이, 물때를 한 번에 제거하는 강력한 3중 세정력을 발휘하며 **인체에 안전한 성분**으로 온 가족의 건강을 돕는다.

사용 방법은 제품 뚜껑에 가습기메이트 용액을 약 2/3 정도씩 가습기 물을 교체할 때마다 넣어 주면 된다. 수돗물 2~3리당 약 10ml를 사용하면 된다. 사용 기간은 개봉일로부터 6개월이다.

홈크리닉 마케팅 매니저 이병희 과장은 "제품 개발 과정에서 소비자들을 대상으로 테스트한 결과 가습기메이트 사용 후 기존에 발생하던 누런 물때가 눈에 띄게 없어졌음을 확인할 수 있었다"라고 강조했다.

## 7. 표시·광고7



애경 가정용품 브랜드 '홈크리닉'이 28일 가슴기메이터 라벤더향을 새로 출시했다.

애경측은 "미생물 성장억제 성분을 함유해 세균, 곰팡이, 물때를 한번에 제거하는 강력한 3중 세정력을 발휘할 것"이라며 "아로마테라피 효과와 비슷한 심리적인 안정감을 제공, 피로회복에 도움을 준다"고 소개했다.

가습기의 물을 교체할 때마다 제품 뚜껑에 가슴기메이트 용액 3분의 2가량을 부어 넣어주면 된다. 수돗물 2~3ℓ당 약 10㎖를 사용하면 된다. 사용기간은 개봉일로부터 6개월.

홈크리닉 마케팅 매니저 이병희 과장은 "제품 개발과정에서 소비자들을 대상으로 테스트한 결과 가슴기메이트 사용 후 기존에 발생하던 누런 물때가 눈에 띄게 없어진 것으로 나타났다"고 설명했다.

※ 저작권자 © 파이낸셜뉴스. 무단 전재-재배포 금지