





## 제 4 장 성명권 침해 사례

### ❖ 사례 29

퇴사한 신청인의 명의를 도용하여 기사를 작성해 피해를 입었다.

사 건 2014서울조정431·432 정정·손배청구

신 청 인 전○○

피신청인 주식회사 데일리코스메틱

중 재 부 서울제6중재부

접 수 일 2014. 03. 12.

#### 사건개요

- 피신청인은 3월 12일부터 4월 4일까지 신청인의 크레딧을 사용해 모두 37건의 화장품 관련 기사를 작성해 보도하였다.
- 이에 대해 신청인은 기사작성 시점 이전에 퇴사하였으므로 기사를 작성한 사실이 없는데도, 신청인의 이름을 무단도용해 기사화해 신청인의 성명권이 침해당했다며 정정보도 및 15,000,000원의 손해 배상을 구하는 조정을 신청하였다.
- 심리 결과, 중재부가 명의도용에 따른 신청인의 피해가 인정된다고 설시하자 피신청인은 유감을 표명한 후, 기사삭제 및 손해배상금 3,000,000원을 지급하는 것으로 당사자 간에 화해가 이루어져 조정이 성립됐다.

#### 조정대상보도1

- 데일리코스메틱 - 『다우니 아로마주얼, 방방곡곡에 ‘향기’ 무차별 살포』 제하의 기사  
(2014년 3월 12일자 트렌드 하우스홀드면)
- 내 용

## 다우니 아로마쥬얼, 방방곡곡에 '향기' 무차별 살포

영상 감상 및 사용 후기 이벤트 진행...뉴욕 여행권 증정

2014년 03월 12일 (수) 12:45:28

전 기자 daily@dailycosmetic.com



▲ 향기지속제 개념을 도입한 다우니 아로마쥬얼이 대국민 홍보에 주력하고 있다.

국내에 처음으로 향기지속제 개념을 도입한 다우니 아로마쥬얼이 대국민 홍보에 비지땀을 쏟고 있다.

특히 피앤지는 주력으로 삼을 신제품이 나올 때는 제품의 판매량과 관계없이 막대한 자본을 투하해 장기적으로 광고를 진행하는 경향을 보이고 있다. 때문에 소비자들에게 확실하게 각인을 시키고 있다. 경쟁 브랜드들도 이를 경계하고 있다.

현재 다우니는 제품이 출시되면서 시장의 반응도 보지 않고 곧바로 다음 등 국내 주요 포털을 통해 광고를 시행하고 있다. 아로마 쥬얼 영상 감상 이벤트와 사용 후기 이벤트 등 두가지를 진행하고 있다.

영상 이벤트는 지난 2월17일부터 오는 31일까지다. 총 3차례에 걸쳐 진행된다. 이 제품의 사용방법을 담은 'Shake, Toss Enjoy' 영상을 끝까지 감상하면 총 60명에게 정품을 주고 있다. 현재 1차 이벤트가 끝났다. 20명의 당첨자를 발표했다.

조정대상보도2

- 데일리코스메틱 - 『코스메틱 어플리케이션 시대.. 진동 파운데이션, 클렌저 등 다양』  
제하의 기사 (2014년 3월 14일자 트렌드 톨스면)
- 내 용

## 코스메틱 어플리케이션 시대...진동 파운데이션, 클렌저 등 다양

아모레퍼시픽, 엘지생활건강, 로레알, 필립스 등 각축

2014년 03월 14일 (금) 15:37:01

전류! 기자 huei@dailycosmetic.com



▲ LG생활건강은 메이크업 아티스트의 손길을 구현한 온열 진동기기로 완벽한 거울 메이크업을 완성해주는 '오취 오토 워밍 파운데이션'을 출시했다.

손으로 화장을 하지 않는 '코스메틱 디바이스' 시대가 서서히 열리고 있다.

그동안 화장품은 직접 손으로 바르고 문지르고 두드렸다. 특정 효과를 주기위해 새로운 성분을 찾아 차별화를 꾀해왔다. 하지만 최근에는 첨단 기술을 가진 디바이스를 접목한 화장품들이 개발돼 뷰티 피플들에게 인터뷰를 신청하고 있다.

디바이스를 접목한 화장품은 진동 파운데이션이다. 몇 년 전에 국내 한 홈쇼핑사에서 처음으로 소개되면서 불티나게 팔렸다. 곧바로 모든 홈쇼핑사에서 비슷한 제품들을 속속 선보였다.

이어 로드샵 등 다른 브랜드들도 앞다퉈 출시했다. 가격도 하락됐다. 국내에 진동 파운데이션 붐을 일으켰다. 하지만 1-2년 정도 지나면서 열기가 식었다. 홈쇼핑이나 로드샵에서 서서히 자리를 감추었다.

## 조정대상보도3

- 데일리코스메틱 - 『애경 2080, 진지발리스균 박멸 치약 국내 첫 개발』 제하의 기사 (2014년 3월 14일자 뉴아이템면)
- 내 용

Daily Cosmetic

[로그인/회원가입](#)
[회원탈퇴](#)
[홈](#) > [뉴스](#) > [NEW ITEM](#) > Household

## 애경 2080, 진지발리스균 박멸 치약 국내 첫 개발

임상실험서 발리스균 99.2% 감소...잇몸질환 개선

2014년 03월 14일 (금) 15:57:48

[전](#) · [기자](#) [huei@dailycosmetic.com](mailto:huei@dailycosmetic.com)


▲ 애경의 토탈 오랄케어 브랜드 2080에서 잇몸질환의 핵심 원인균인 '진지발리스균'을 잡는 기능성 치약을 국내 최초로 출시했다.

애경(대표이사 곽광현)의 토탈 오랄케어 브랜드 2080에서 잇몸질환의 핵심 원인균인 '진지발리스균'을 잡는 기능성 치약을 국내 최초로 출시했다. 치약 이름은 '진지발리스 프로젝트K'이다.

'2080 진지발리스 프로젝트K'는 국내 최초로 잇몸질환 핵심 원인균인 진지발리스균을 억제시켜 잇몸질환을 근본적으로 예방하는 전문 기능성 치약으로 국민치아건강에 앞장서는 2080이 건강하고 아름다운 잇몸을 유지시키기 위한 대국민 잇몸건강 프로젝트의 일환으로 개발했다.

'진지발리스'는 잇몸질환의 핵심 원인균으로 노출된 치아 및 구강점막에 분포하는 충치균과 달리 치아와 잇몸 사이의 치주포켓에 서식하며 잇몸조직을 이루고 있는 콜라겐을 분해하는 효소를 분비하는 무서운 세균이다. 진지발리스균은 공기를 싫어하는 혐기성 균으로 잇몸 사이에 숨어있다가 독소를 내뿜어 잇몸을 붓게하고 출혈을 일으키며 통증이 없어 방치되는 경우가 많다.

그러나 이를 방지하면 치은염이 생겨 치주염으로 발전할 수 있어 잇몸질환 유발균 성장을 억제하는 것이 가장 중요하다.

2080 진지발리스 프로젝트K 치약은 이러한 진지발리스균에 대한 우수한 항균효능을 가진 징코빌로바(Ginkgo biloba) 추출물을 함유하고 있다. 징코빌로바는 애경 중앙연구소에서 독자적으로 개발한 물질로 숨어있는 진지발리스균을 억제하여 잇몸질환을 효과적으로 예방해 준다.

치과대학 임상실험 결과 2080 진지발리스 프로젝트K 치약을 8주 동안 사용하면 in-vitro 실험결과 진지발리스균이 99.2% 감소하고, 잇몸질환지수가 현격히 감소하여 잇몸질환 개선효과가 있는 것을 확인했다.

애경 관계자는 "우리나라 성인 10명 중 9명은 잇몸질환 경험이 있으며, 성인의 70%는 현재 잇몸질환 보유자일 가능성이 높다"며 "생각보다 심각한 국민병이지만 예방과 관리에 소홀히 하기 쉽고, 이를 방지하게 되면 치주염으로 발전해 치료가 쉽지 않아 심하면 치아를 잃을 수 있으므로 평소 꾸준한 관리와 예방이 필요하다"고 말했다.

조정대상보도4

■ 데일리코스메틱 - 『화장품 살 때 광고 성분 확인하세요 ... 전성분표로 체크!』 제하의 기사  
(2014년 3월 17일자 정책면)

■ 내 용



▲ 식품의약품안전처 식품의약품안전평가원은 화장품에 대한 관심과 소비가 커지는 추세에 따라 화장품 안전에 대한 궁금점 등을 해소하기 위해 ‘화장품의 올바른 선택 및 사용법’을 안내한다고 밝혔다.

화장품을 구매할 때는 반드시 광고 등에서 표명하는 성분이 들어있는지를 확인해야 한다.

현재 일부 화장품에서는 ‘000으로 피부의 주름이나 미백 등을 도와준다’ 또는 ‘000성분이 함유되어 있다’는 광고를 쉽게 찾아 볼 수 있다. 경쟁 제품과의 차별화 포인트다. 특히 구매 결정에 적잖은 영향을 주고 있다.

그러나 화장품 브랜드들이 주장하는 것에 대한 사실 확인이 어렵다. 따라서 식품의약품안전처는 국민들의 이 같은 문제를 조금이나마 해결하기 위해 ‘화장품의 올바른 선택 및 안전한 사용법’을 발표했다.

화장품은 인체의 청결 및 미화 또는 용모를 밝게 변화시키거나 피부와 모발의 건강 유지 등을 위해 바르거나 뿌리는 등의 방법으로 사용하는 유품으로 국내의 경우 ‘인체 세정용’, ‘기초화장용’, ‘두발 영색용’, ‘색조 화장용’ 등 총 12가지 유형으로 분류되어 있다고 설명했다.

특히 화장품은 의약품과 달리 뚜렷한 치료효과를 기대하기 어려울 수 있다며 이를 충분히 인식해야 한다고 밝히고 구매하려는 제품에 특정 성분의 포함 여부를 확인하는 것이 바람직하다고 강조했다.

또 현재 화장품법상 화장품의 용기나 포장에 모든 성분명의 기재를 의무화한 ‘전성분 표시제’가 시행

## 조정대상보도5

- 데일리코스메틱 - 『화장품, 아는 만큼 예뻐진다 ... 이제는 보존제를 공부하자!』 제하의 기사 (2014년 3월 18일자 정채면)

## ■ 내 용

Daily Cosmetic  
THE DAILY BEAUTY NEWS

로그인/회원가입 | 회원가입

홈 > 뉴스 > NEWS & BIZ > 정채 | 포토뉴스

**화장품, 아는 만큼 예뻐진다...이제는 보존제를 공부하자!**

2014년 03월 18일 (화) 14:40:51 전 기자 hui@dailycosmetic.com



▲ 식약처는 화장품을 보관할 때는 직사광선을 피해 서늘한 곳에 보관하는 좋다고 밝혔다.

화장품을 어떻게 하면 잘 보관하고 사용할까?

이미 우리나라 뷰티 피플들은 화장품에 대한 정보나 지식은 세계 최정상이다. 인터넷 등을 살펴보면 화장품에 대한 각종 정보가 넘쳐난다. 하지만 보존제에 대한 언급은 드물다. 앞으로 보존제를 꼼꼼하게 따져야 할 것으로 보인다.

최근 식약처는 화장품을 보관할 때는 직사광선을 피해 서늘한 곳에 보관하는 좋다고 밝히고 특히 보존제를 함유하지 않은 화장품은 오염을 최소화하기 위해 냉장 보관하는 것이 좋다고 강조했다.

뿐만 아니라 한 개의 화장품을 여러 사람이 같이 사용하면 감염이나 오염의 위험이 커진다며 판매점에서 테스트용 제품을 사용할 때도 반드시 일회용 도구를 사용해야 하는 것이 바람직하다고 밝혔다.

또 식약처는 화장품을 사용할 때는 손을 깨끗이 씻어야 하고 사용 후에는 먼지, 미생물 또는 습기의 유입을 방지하기 위해 반드시 뚜껑을 닫아야 한다. '아이새도우 톱'과 같이 화정에 사용하는 도구는 정기적으로 미지근한 물에 중성세제를 사용하여 세탁 후 완전히 건조 후 사용하는 것이 좋다고 밝혔다.

이와 함께 용기 등에 기재된 '사용기한' 전에 사용하고, 개봉한 경우 가능한 빨리 사용하는 것이 좋고 색상이나 향취가 변하거나, 내용물의 분리가 일어난 경우 에는 더 이상 사용하지 않는 것이 바람직하다고 설명했다.

조정대상보도6

- 데일리코스메틱 - 『SK II 블루밍 에센스 ... 뷰티 피플들의 뒷 담화』 제하의 기사 (2014년 3월 17일자 트렌드면)
- 내 용

Daily Cosmetic [로그인/회원가입] [회원탈퇴]

---

홈 > 뉴스 > TREND > 스킨케어 | 포토뉴스

---

## SK II 블루밍 에센스...뷰티 피플들의 뒷 담화

2014년 03월 17일 (월) 09:36:28 전 기자 huei@dailycosmetic.com



▲ SK II의 셀루미네이션 오라 에센스(이하 블루밍 에센스)가 인터넷에서 화제다.

SK II의 셀루미네이션 오라 에센스(이하 블루밍 에센스)는 피부 톤이 균일해지는 것이 장점인 반면 높은 가격이 단점으로 꼽혔다.

그동안 SK II가 애지중지해왔던 셀루미네이션 에센스(광채 에센스)를 단종시키면서 올해 2월초에 본격적인 화이트닝 시즌에 맞춰 셀루미네이션 오라 에센스(블루밍 에센스)를 내놓았다. 후발 주자인 셈이다.

현재 수 많은 뷰티 피플들이 블루밍 에센스를 사용해 본 리뷰는 인터넷에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 헤아릴 수 없을 정도로 많다. 이들 대부분은 장점으로는 피부 톤이 밝아지면서 화사해 지는 것을 느낄 수 있었다고 입을 모으고 있다.

10일 정도를 꾸준히 바르면 피부가 하얘지는 드라마틱한 화이트닝 효과 보다는 피부가 화사해 지면서 피부 톤이 균일해 지고 붉은기가 완화되는 것을 경험했다며 사용하기 전과 10일후의 비교 인증 샷(사진)을 올려놓고 있다.

특히 이들은 보통 에센스는 짙은 느낌이 있지만 블루밍 에센스는 이 같은 끈적임이 없으며 가벼운 로션이라는 생각이 들 정도로 밝히고 바르는 순간 흡수가 빠르고 촉촉해 진다고 얘기하고 있다.

또 스프레이 타입이므로 적당한 량을 사용할 수 있는 등 양 조절이 가능하고 얼굴에 바를 때 편리성을 갖고 있다. 위생적이다 라고 평가하고 있다.

한 네티즌은 기름종이에 블루밍 에센스를 떨어뜨리고 한시간 후에 이를 확인한 결과 기름 종이에 유분기를 볼 수 없었다며 밝히고 또한 네티즌은 손등에 블루밍 에센스를 바른 후 종이를 붙였는데 모두 떨어졌다고 끈적임이 없다는 것을 증명해 주었다.

반면 블루밍 에센스의 단점으로는 30ml에 17만 5천이라는 가격이 부담스럽다고 말하고 제품 용기 뒷면에 일본어 너무 많이 기재분해 보인다고 지적하고 있다.

## 조정대상보도7

- 데일리코스메틱 - 『자외선차단제 시장 변화 예고.. 쿨링제품 부상』 제하의 기사  
(2014년 3월 31일자 트렌드 스킨케어면)
- 내 용

## 자외선차단제 시장 변화 예고...쿨링제품 부상

숨 선-어웨이 쿨링 선 CC 일주일에 1만개 판매

2014년 03월 31일 (월) 17:52:22

전 기자 hwei@dailycosmetic.com



▲ 시원한 쿨링력을 갖춘 자외선차단제가 국내 처음으로 등장했다. 메이크업 그리고 자외선차단을 동시에 해 주는 새로운 개념이다. LG생활건강의 숨이 바로 주인공이다.

올 여름에는 시원한 자외선 차단제가 이슈를 모을 것으로 전망된다.

현재 스프레이 등 다양한 자외선차단제가 나오고 있다. 이 가운데 시원한 쿨링력을 갖춘 자외선차단제가 국내 처음으로 등장했다. 메이크업 그리고 자외선차단을 동시에 해 주는 새로운 개념이다. LG 생활건강의 숨이 바로 주인공이다.

특히 숨의 쿨링력을 갖춘 자외선차단제가 출시한지 일주일 만에 1만개 이상을 판매했다고 공식적으로 밝혔다. 아직은 선부른 예측일 수 있지만 소비자들에게 어필하고 있는 것으로 보여진다.

조정대상보도8

- 데일리코스메틱 - 『GS샵, 신개념 만능 크림 런칭』 제하의 기사  
(2014년 4월 4일자 뉴아이템 스킨케어면)
- 내 용

## GS샵, 신개념 만능 크림 런칭

스킨케어부터 메이크업 효과까지 동시 줘...

2014년 04월 04일 (금) 16:50:17

전: 기자 ✉ daily@dailycosmetic.com



▲ GS샵은 오는 4월5일(토) 오후1시부터 신개념 만능 크림'에블리 아가탬프 크림'의 런칭 방송을 실시한다.

GS샵은 오는 4월5일(토) 오후1시부터 신개념 만능 크림'에블리 아가탬프 크림'의 런칭 방송을 실시한다.

'에블리 아가탬프 크림'은 뷰티 각 분야 별 최고 전문가들의 협업으로 탄생했다. 김남주, 김윤진, 성유리, 김옥빈, 한은정 등 최고의 여배우들의 메이크업을 담당하고 있는 '순수' 뷰티샵의 '수경원장'이 믹싱과 테크닉을 담당했다.

다양한 뷰티 프로그램을 진행하고 있는 넘버원 뷰티 디렉터 '도윤범'이 제품 컨셉 및 최적의 제형을 제안했다. '코스맥스'가 용기

개발과 제품 생산을, 뷰티 유통의 넘버원 GS샵이 마케팅과 유통을 담당한다.

최고의 전문가들의 노하우를 응집시켜 준비에만 3년의 시간이 걸렸으며 샘플링과 테스트도 수천 번에 걸쳐 이뤄졌다. 특히, 수경원장은 직접 하루에 샘플 4가지 이상을 본인 얼굴에 테스트 하는 등 수천 번의 테스트를 거치고 제조사가 중간에 생산을 포기하고 싶어할 정도로 끈기있게 엄격하게 에블리를 개발한 것으로 알려졌다.

브랜드명인 '에블리(æbly)'는 에브리원(everyone), 에브리씽(everything), 에이블(able)의 합성어로 모두가 원하고 모든 것을 가능하게 한다는 의미를 담았다.

### 조정대상보도9~37

- 데일리코스메틱 - 3월 14일자 ~3월 31일자 33건
- 내 용 - 『기사 크레딧으로 신청인명 사용』

### 조정신청취지

1. 피신청인은 데일리코스메틱 뉴스(<http://www.dailycosmetic.com>)의 홈페이지 메인 화면의 기사목록 앞부분에 아래의 정정보도문 제목을 [ ] 안에 표시하여 48시간 동안 게재하되, 제목을 클릭하면 아래의 정정보도문이 표시되도록 하며, 조정대상기사의 본문 하단에도 아래의 정정보도문을 이어서 게재하도록 한다. 또한 48시간 게재 후에는 기사 DB에 보관하여 검색되도록 한다.

#### 〈신청인이 요구한 정정보도문〉

- 가. 제목 : 3월 12일~4월 4일까지 전○○ 기자 명의로 보도된 37개 기사는 성명권 침해된 기사임을 밝힘
- 나. 본문 : 본 인터넷신문이 지난 3월 12일 ~ 4월 4일까지 전○○ 기자 명의로 보도한 37개 기사들은 전○○ 기자가 작성한 것이 아니며, 데일리코스메틱 뉴스가 전○○ 기자의 성명권을 침해해 작성 보도한 기사임이 밝혀졌습니다. 이에 데일리코스메틱 뉴스는 피해자인 전○○ 기자에게 공식 사과하는 한편 독자에게도 이를 알리는 바입니다. 이 보도는 언론중재위원회의 조정에 따른 것입니다
2. 피신청인은 신청인에게 금 15,000,000원을 지급한다.

### 사건처리결과

조정성립

**조정성립사항**

1. 피신청인은 신청인에게 3,000,000원을 지급하기로 하되, 그 지급기한은 2014년 5월 9일로 한다.
2. 피신청인이 위 1항의 이행을 지체하는 경우 위 이행기일 다음날부터 완제일까지 연 20%의 비율에 의한 금원을 가산하여 신청인에게 지급한다.
3. 피신청인은 데일리코스메틱([www.dailycosmetic.com/](http://www.dailycosmetic.com/))의 2014년 3월 12일부터 2014년 4월 4일까지 신청인 명의로 작성된 기사가 누구의 명의로든 2014. 4. 28. 이후로 데일리코스메틱([www.dailycosmetic.com/](http://www.dailycosmetic.com/)), 포털사이트 다음([www.daum.net/](http://www.daum.net/)), 네이버([www.naver.com](http://www.naver.com))에서 더 이상 검색되지 않도록 조치한다.
4. 피신청인이 위 제3항의 이행을 지체하는 경우, 피신청인은 이행기일 다음 날부터 이행이 이루어진 날까지 1일에 100만원의 비율에 의한 금액을 신청인에게 지급한다.
5. 신청인은 피신청인 및 피신청인 소속 임직원을 상대로 일체의 민·형사상 책임을 묻지 아니한다.

2014. 04. 22.

**조정성립사항 이행결과**

손해배상금 3,000,000원 지급

## ❖ 사 례 30

인터넷 게시판에 이종격투기 선수에 대한 협박글을 게시한 신청인의 실명이 공개되어 피해를 입었다.

사 건	2014서울조정7206 손배청구
신 청 인	윤○○
피신청인	주식회사 레지오엑스 (몬스터짐)
중 재 부	서울제8중재부
접 수 일	2014. 11. 04.

### 사건개요

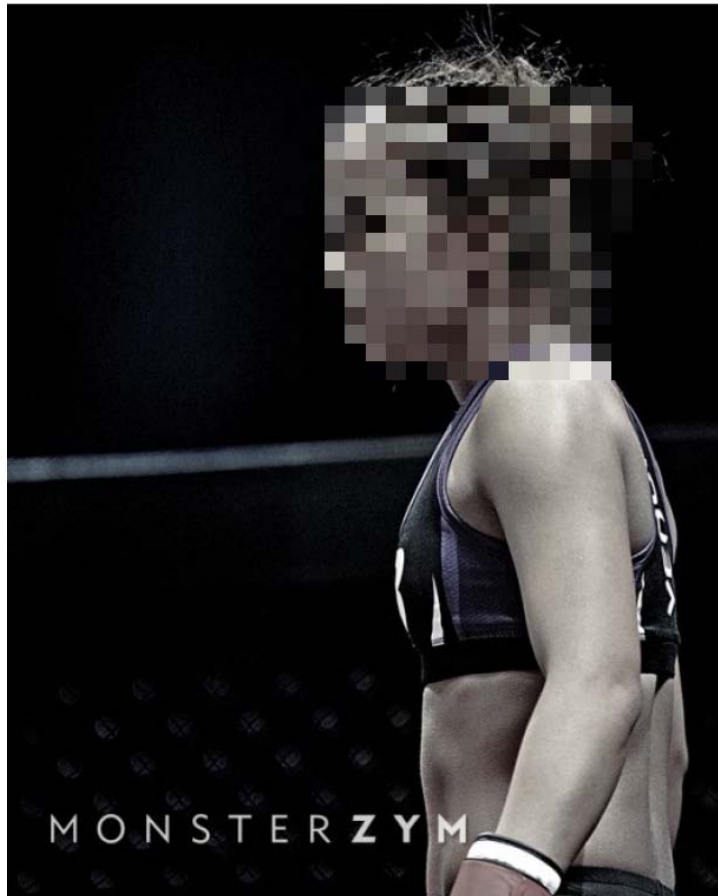
- 피신청인은 조정대상기사에서 악플러가 자신의 SNS에 유명 여성 격투기 선수를 살해하고 싶은 충동을 느낀다는 협박성 글을 올리자, 소속사가 법적 대응할 계획이라는 내용을 보도하면서 신청인이 실명으로 작성한 SNS 캡처화면을 공개하였다.
- 이에 대해 신청인은 살해협박범으로 조사받고 있는 것이 아니라 악성댓글로 인한 사이버 모욕 혐의로 조사받고 있으며, 성명 및 개인정보 유출로 인해 정신적으로 많은 피해를 입고 있다며 10,000,000원의 손해배상을 구하는 조정을 신청했다.
- 심리 결과, 피신청인이 기사 게재후 1시간 만에 관련 기사를 즉각 삭제하였다는 의견을 개진한 후, 추가적으로 유감표명과 함께 손해배상금 400,000원을 지급하는 것으로 당사자 간에 화해가 이루어져 조정이 성립됐다.

### 조정대상보도

- 몬스터짐 - 『송○○ 살해협박범, 사과문 공개 …○○FC 입장은?』 제하의 기사  
(2014년 10월 19일자 연예면)

## ■ 내 용

최근 여성 파이터 송○○(20.팀원)이 살해협박을 받았다.



악플러는 자신의 SNS에 “아, 송○○ 죽이고 싶다. 진심으로 살인충동을 느낀다. 조만간 엔진톱 살거다. 어떤 용도로 쓸지 모르겠는데 웬만하면 니년에게 안 쓰도록 해주길 바란다...”라는 입에 담기도 어려운 내용과 전기톱으로 통나무를 자르는 사진을 올렸다.

○○FC측은 즉각 법적으로 대응할 것임을 드러냈다. ○○FC 고문 변호사는 ‘본문과 댓글은 캡처해서 보관 중입니다. 경악스런 폭력에 대한 법적 책임 역시 감당하셔야 할 것입니다’란 글을 게재했다.



### 조정신청취지

피신청인은 신청인에게 일금 10,000,000원을 지급한다.

### 사건처리결과

조정성립

## 조정성립사항

1. 피신청인은 신청인에게 손해배상금으로 400,000원을 지급하기로 하되, 그 지급기한은 2014년 11월 28일로 한다.
2. 피신청인이 위 1항의 이행을 지체하는 경우 위 이행기일 다음날부터 완제일까지 연 20%의 비율에 의한 금원을 가산하여 신청인에게 지급한다.
3. 피신청인은 2014. 11. 21. 10:00부터 조정대상기사가 몬스터짐 홈페이지(<http://www.monsterzym.com/>)에 더 이상 검색되지 아니하도록 조치한다.
4. 피신청인이 위 1항의 이행을 지체하는 경우 위 이행기일 다음날부터 이행 완료일까지 각 1일 100만원을 신청인들에게 지급한다.
5. 피신청인은 신청인에게 다음과 같이 유감을 표한다.
  - 주식회사 레지오엑스(몬스터짐)는 조정대상기사에서 신청인의 성명을 노출하여 신청인에게 정신적 피해를 입혔던 점에 대해 깊은 유감을 표합니다.
  - 주식회사 레지오엑스(몬스터짐)는 향후 유사한 보도를 할 경우 더욱 주의를 기울임으로써 보도로 인해 피해를 당하시는 분이 없도록 최선을 다하겠습니다.
6. 신청인은 이 사건의 조정대상기사를 게재한 행위에 대해 피신청인 및 피신청인 소속 임직원을 상대로 한 일체의 민·형사상 책임을 묻지 아니한다.

2014. 11. 19.

## 조정성립사항 이행결과

손해배상금 400,000원 지급

