

'21년 9월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스리테일

1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
21. 9.30	화상회의	10/10	6	-

- 시청자위원 불참자 : -
- 방송사 주요참석자 :
주운석(사업지원부문장), 신석한(심의팀장), 윤소영(차장),
허남준(방송사업지원팀장), 오세영(차장), 신지수(차장)

※ 코로나19 관련 정부 지침에 의거 대면 접촉 최소화 위해 영상회의로 대체 진행하였습니다.

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

방송편성	방송프로그램	자체심의규정	합 계
0	2	0	0

나. 사업자 반영(건수)

구 분	수 용	의견참고	반 론	합 계
건 수	2	0	0	0

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

구 분	의견제시 또는 시정요구 내용	조치내용	제시 월
계	2건	2건	
방송 프로그램	<p>방송 제품의 성분 함량 표현 관련</p> <ul style="list-style-type: none"> -원재료 표기는 표시 광고 위반이 아니기에 품질의 성능, 효능: 성능이 발휘할 수 있는 판단 기준을 명시하고, 성능 발휘한 근거 자료가 제시되어야 함 -식품의 경우 과학적 증빙 어려움. <p>음식, 성분 함량에 대한 표시 광고의 규칙은 안전, 소비자 선택의 방해 여부, 객관적 근거 표시로 소비자 선택에 도움이 되는지 등의 기준처럼 구체화해야 한다고 생각.</p> <ul style="list-style-type: none"> -화장품 사례처럼 빙하수 포함된 것이라고 강조한 경우, 소비자가 인식할 수 있는 화면이나 로고 등을 강하게 쓰는 경우는 기만광고이라 극소량을 반영한 거라고 생각함. <p>기능성 화장품의 효능, 효과 나타내는 부분은 생략 불가. 대신, 제조 과정 중 인체에 최종 제품에 남아있지 않는 경우 생략 가능 (화장품법 시행 규칙 참고_</p> <p>식품: 초콜릿, 코코아 가공, 당류 등 분류 다양함. 가공식품, 식품 사례는 디테일한 가이드 찾기 어려우나, 화장품은 시행 규칙 참고 가능</p> <p>표시는 정확히 하되, 호스트가 어떻게 강조하는지가 중요함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 논문이 있는 경우, 소비자로부터 신고가 들어와도 증빙 자료가 필요함 - 함량 표시 강조 보다는 “배합을 잘했다”, “빙하수를 넣지 않고 대체 소재 넣었다” 등의 솔직하게 표현하는 게 좋다고 생각함 - 객관적으로 증명할 수 있는 (화장품 기능성) 자료가 있으면 표현 가능 <p>하나, 맛이나 의류는 주관적인 표현은 조심해야 한다고 생각함.</p>	<p>제품의 소개함에 있어 제조사의 제품 차별화를 위한 성분 함량에 대해 소구하다보면 극소량이 첨가 되어 있음에도 불구하고 과장되게 설명되는 경우가 있음. 팩트와 과장의 경계선에 있기에 당사 또한 소비자 오인성의 우려가 있음을 인지하고 있음으로 위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서와 협의한 결과 아래와 같이 개선방안 마련하였음.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 메인성분, 컨셉성분 등 소량의 변화에도 효능효과가 변화되는 상품의 경우 증빙자료 확인 후 표현 가능 2. 맛 혹은 효과에 변화가 없는 상품의 경우 함량의 변화 강조 금지 <p>위원회의 의견을 받아들여 당사의 제작진, 심의부서 협의하였고 소비자 권익 보호를 위해 노력하고 있음. 계속해서 모니터링하고 추가적인 이슈 있는지 파악하도록 하겠음.</p> <p><21년 9월 조치완료></p>	8월

함량을 강조하는 경우 소비자 인식에 대한 기준은 비슷하다고 생각		
-------------------------------------	--	--

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비 고
-	-	-	-

3. 기타사항

가. 시청자위원회 관련 정보 공개 사항

요청자(단체)	공개내용	공개방법
GS리테일 홈페이지	시청자위원회 월간운영실적	인터넷

나. 시청자위원 명단

(입기 : '21. 09~ '23.09.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	김정현	•現 고려대학교 미디어학부 교수 •現 한국방송학회 총무이사	한국방송학회	언론관련 시민학술	
부위원장	최난설현	•現 연세대 법학전문대학원 교수 •現 유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
위원	박진용	•現 건국대 경영학과 교수 •前 한국유통학회 학회장	한국유통학회	유통단체	
위원	최윤정	•現 이화여자대학교 미디어학부 교수 •前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	고경신	•前 아름다운가게 그린사업국 국장 •前 CISCO 마케팅 총괄 상무	아름다운가게	사회소외계층	
위원	최순옥	•現 에델마을 사무국장	에델마을	사회소외계층	
위원	서인주	•現 상명대 경제금융학부 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자학회	소비자보호단체	
위원	김미경	•現 한국부인회총본부 사무총장 •現 대한화장품협회 광고심의위원	한국부인회총본부	소비자보호단체	
위원	이현규	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	
위원	마경태	•現 법무법인 태평양 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	
변 동 사 항					
해촉	옥경영	•現 숙명여자대학교 소비자경제학 교수 •現 한국소비자학회 상임이사	한국소비자학회	소비자보호단체	
해촉	정윤경	•現 소비자공익네트워크 사무총장 •現 국가기술표준원 제품안전전문위원	소비자공익네트워크	소비자보호단체	
해촉	정진환	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	
해촉	윤주호	•現 법무법인 태평양 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	
신임	서인주	•現 상명대 경제금융학부 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자학회	소비자보호단체	
신임	김미경	•現 한국부인회총본부 사무총장 •現 대한화장품협회 광고심의위원	한국부인회총본부	소비자보호단체	
신임	이현규	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	
신임	마경태	•現 법무법인 태평양 변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<p>위원장 및 부위원장 선임</p> <ul style="list-style-type: none"> - 운영기준에 따라 다른 위원장 및 부위원장 호선 결과, 김정현 위원장, 최난설현 부위원장 선임 완료 <p>출연자의 복장 관련 규정 필요 여부</p> <ul style="list-style-type: none"> - 출연자의 복장에 대한 규정을 만드는 건 불가능해 보임. 출연자는 확실한 차별화를 위해 입은 것 같아 보임 - 쇼핑호스트는 상품을 돋보이게 해야 하는 역할인데, 어떻게 보면 협력사에게 컴플레인인 있을 법한 복장. 지상파의 문신 등 제재 가이드가 있는 것처럼 상품을 이해하는데, 프로그램을 시청하는데 방해가 된다면 복장 가이드가 필요한 것으로 보임 - 중소기업 상품이라면 상품에 대한 집중력 방해 요소로 협력사의 컴플레인이 발생할 가능성이 높았을 것 - 해당 복장은 제작진 등의 적극적인 의견 반영이 필요했을 것으로 보임 <p>고정 출연 쇼핑호스트는 복장에 대해 신경을 쓰겠지만, 게스트가 문제가 될 것으로 보임</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈쇼핑만의 문제는 아니고 라이브커머스에서는 관련된 문제가 더 발생하는 상황. 중국에서는 스튜디오 운영 인력의 복장이나 이미지에 대한 규정이 되어 있음 <p>가이드를 내부 방침으로 만든다면 참고할 만한 내용으로 보임</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기획된 방송인데 사전에 프로그램 제작자들이 컨트롤이 되지 않은 점은 문제 가이드라인은 분명히 필요해 보임, 소비자들이 수용할 수 있는 범위가 어느 수준인지 검토하여 점검 프로세스에 반영하는 것이 어떨지 - 가이드라인을 만들기보다 점검 프로세스에 복장에 대한 부분도 넣는 부분 고려 필요 - 홈쇼핑의 상품 소개, 정보 제공을 받고 싶은데, 시선이 자꾸 게스트에게 가는 것에 대해서 소비자가 불편을 느낀 것 같음 	<p>상품소개 및 판매방송 심의규정에는 복장에 대한 가이드는 없음</p> <p>제10조 품위에 대한 규정, 제62조 속옷에 대한 규정만 있고, 쇼핑호스트에 대해 복장 가이드는 없지만 방송 시 소비자 민원이 발생하여 당사도 주의 깊게 살피는 중임.</p> <p>위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서와 협의하고 개선 프로세스 마련 후 차기 회의 시 보고 드리겠음.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>게스트들이 상품과 관련 없는 멘트를 하는 것에 대해서 가이드가 있는지 궁금</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품 정보에 집중하지 못하게 된 상황에 대해서 불편을 느낀 것으로 생각 - 방송을 제작한다는 것은 여러 가지로 고려해야 할 점이 많아 어렵겠구나 생각됨. 규제가 강하면 제작의 자율성이 저해될 가능성 높음. <p>소비자가 판단해야 하는 부분, 너무 엄격한 규제보다는 자율성을 보장할 필요는 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> - 복장에 대한 규정을 만드는 것은 상당히 어렵고, 출연자의 개성을 해치고 자유로운 복장 권리를 해칠 가능성이 높음 <p>절차, 프로세스를 만드는 것에 대해 동의함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 심의 규정에서는 제6조, 제 10조 위반에 대해 검토가 필요할 것으로 보임 <p>해당 복장이 소비자의 올바른 선택을 하도록 홈쇼핑 방송의 기능을 저해할 정도인지 상품판매의 목적을 저해할 정도로 이르렀는지를 확인할 필요가 있고, 절차 등을 통해 점검 필요</p>				