

'21년 11월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스리테일

1. 회의개최

일 시	장 소	참석인원 수		비 고
		위 원	방송사업자	
21. 11. 30	화상회의	10/10	6	-

- 시청자위원 불참자 : -
- 방송사 주요참석자 :
주운석(사업지원부문장), 신석한(심의팀장), 오주연(차장),
허남준(방송사업지원팀장), 오세영(차장), 박인진(매니저)

※ 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>시청자의견 : 국내 여행상품에 대한 시청자 제시 사항 방심위 제재 관련 : 순대국 구성에 대한 시청자 기만 여부</p> <p>고경신 문제점 파악 후 빠르게 수정하신 부분에 대해 먼저 칭찬하고 싶다. 위드 코로나가 본격화되면 향후 여행상품 수요가 많이 늘어날 것인데 GS홈쇼핑이 식품은 까다롭게 현장조사하고 계신 반면 여행상품은 실제 현장 확인 등을 진행하는지 궁금함. 지금 다인리조트 상품평 찾아보니 GS를 믿고 샀건만 실망했다는 상품평이 있다. 이런 부분들은 내부적으로 제재 조치나 어떻게 관리하고 있는지 궁금함. 상품평을 보니 엘리베이터가 없어서 힘들었다거나 청소 상태가 불만이었던 등 다른 불만 이슈들도 많이 있었음. 따라서 이 상품은 방송에 잘못 고지된 부분 외에 다른 사항들도 계속 모니터링할 것으로 믿음. 또한 즉시 수정 후 소비자에게 안내했다고 하는데 얼마나 빠르게 응대가 되었는지 궁금함.</p> <p>김정현 적절한 조치 취하지 않았나. 정보를 좀 더 꼼꼼히 점검해야겠다는 계기로 삼아야 할 것 같다. 전반적으로 후속조치는 잘 이루어진 것 같음</p> <p>마경태 조치를 적절하게 잘 취했다고 생각함. 궁금한 점은 시청자 의견이 접수되면 즉시 수정해서 반영하기까지 기간을 어떻게 하겠다는 목표가 있는지. 다인리조트 건은 여행상품의 퀄리티에 대한 문제라</p>	<p>MD는 당연히 실사 진행하고 있고, GS는 여행상품에서도 품질 관리에 신경을 많이 쓰고 있음. 이 건은 코로나 상황이라 출장이 좀 어려웠다는 사정이 있었고, 제주 지역은 잘 알고 있는 곳이라는 생각에 조금 안일하게 생각하고 준비하지 않았나 판단됨.</p> <p>시청자 제안사항은 가급적 즉시 수정하여 추가적인 고객 손해 발생 또는 고객 피해가 확대되지 않도록 노력하고 있음. 다만 고객의 불만에는 주관적인 평가가 개입되어 있을 수 있기 때문에 사실관계 확인 등에 일부 시일이 소요되는 측면은 있음</p> <p>내부적으로는 재발방지 등을 위해 등급제 등을 시행하고 있음. 쇼핑호스트 등이 본인의 과실로 과장된 멘트를 하기도 함. 이에 대해서는 심의팀이 24시간 생방송 심의를 진행 중</p> <p>쇼핑호스트 멘트 실수, 허위 또는 기만적인 발언을 할 경우, S, A, B, C로 등급을 마련하여 평가 중. S, A급은 즉시 정정 아니면 사과 방송, 방송 후 고객 고지 진행하고 있음. 심각한 건은 내부적으로 쇼핑호스트에게 등급을 부여하여 제재 중임.</p> <p>위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서와 협의한 결과, 아래와 같이 개선 완료 하였음.</p> <p>1. 중복 표기로 인한 오류가 있었으나 즉시 수정하였고, 이후 다른 상품방송으로 대체 진행 중. 정확한 실사 이후 판매 재개 예정</p> <p>2. 구성 변경 등 논의하였으나 협력사 비용 부담 등 어려움이 있기에 기존 구성으로 유지하되 방송 시 유의하여 진</p>	10월

<p>서 이 부분은 신경을 쓸 필요가 있을 것 같음. 순대국 사례는 팩 수가 다른 것이 명확하여 소비자 입장에서는 인지할 수 있었을 것이라고 생각됨. 이 정도 표시했으면 충분하지 않았나 생각은 든다.</p> <p>이현규 프로세스적으로 이러한 상황이 재발하지 않도록 장치를 마련하는 것이 중요하다고 생각함. 불편하더라도 이러한 방송 사고가 발생한 이유에 대한 책임 소재를 따지는 것이 필요하다고 봄. 어디서 실수가 발생하게 된 것인지 내부적으로 확인하는 프로세스가 있지 않겠나. 내부적 문제였다면 재발 방지를 위한 프로세스를 만들고, 외부 문제였다면 그 책임에 대해 협력사에 어떻게 불이익을 줄 수 있을지 고민이 필요. 다만, 외부에 주는 불이익은 갑질 이슈 때문에 어려움은 있을 것 같다. 제가 찾아본 사례는 미국의 기만적인 광고를 규제하는 내용에 관한 것인데, 일부 법원들이 정량화된 기준을 제시한 바 있음. 신뢰할 수 있는 설문조사를 통해 소비자의 약 20%가 오인하였다면 기만 광고로 보고 있음. 이러한 사례를 참고하여 제재 조치 시에 소비자에 대한 설문을 진행하여 참고하는 방안도 고려하면 좋겠다. 순대국은 3팩에 추가 구성 2팩을 더하면 결국 5팩이니까 맞는 것 아닌지 의문.</p> <p>최난설현 다인리조트 제품 및 예약 문의처는 티오엔. 취소 및 환불 문의는 GS홈쇼핑 고객센터. 이렇게 나눠져 있다보니 상품의 구성 자체에 대한 문제들은 GS가 부담하지 않는 것처럼 보여 고객 보호가 조금 취약해 보임. 다인리조트를 아고다나 다른 사이트에 검색해보니 박당 가격이 5만원 밖에 안되서 크게 매력적인 상품이 아니라고 보임. 인피니티풀을 이용하고 3~4인이 이용해야 그나마 메리트가 있어 보임. 이런 내용은 방송 전에 확인하여 보다 양질의 여행 상품을 판매하는 것이 좋지 않을까 생각함. 순대국 상품은 타사의 상품평을 보니 구성품이 넉넉했다는 평가들이 많이 있었음. 향후에도 정확한 표기만하면 문제되지 않을 것으로 생각됨</p> <p>최순옥 제주 다인리조트 가는 경우 제가 보육원 아이들을 데리고 가면 어땠을지 생각해 봄. 해변에서 가깝다는 점이 매력으로</p>	<p>행 예정 위원회의 의견을 받아들여 당사의 제작진, 심의부서 협의하였고 소비자 권익 보호를 위해 노력하고 있음. 계속해서 모니터링하고 추가적인 이슈 있는지 파악하도록 하겠음.</p> <p><21년 11월 조치완료></p>	
--	---	--

느꼈을 것 같은데 사실과 다르다면 화가 많이 났을 것 같다. 정보 정정은 당연한 것이고, GS홈쇼핑을 믿고 구매한다는 점에서 많이 실망스러운 사례가 아닌가. 고객 입장에서는 한 번 실망하면 다음부터는 구매를 망설이기 때문에 주의가 필요하다. 방송 중간부터 시청하기 시작해 쇼핑호스트 멘트가 아닌 자막을 보고 상품을 구매하는 고객도 많기 때문에 자막으로까지 나간 점은 큰 실수라고 생각. 재발 방지를 위한 체계를 가지고 있다고 하니 다행이라고 생각하지만 주의 필요.

순대국은 소비자 입장에서는 육수만 2인분이니까 다른 구성품도 같은 구성으로 포장을 하는 것이 더 좋지 않았을까 생각함.

서인주

전반적인 TV홈쇼핑 소비자 불만 접수 현황 자체는 감소 추세. 본 건들은 TV홈쇼핑에서는 기본적으로 법 위반 등 소지 없는지 확인해야 할 것. 여행 상품은 판매자가 알리고 싶은 강조하고 싶은 정보, 고객이 원하는 내용 등의 차이가 심한 상품.

최윤정

여행상품은 가격대가 높고 기회비용이 크기 때문에 큰 잘못이라고 생각됨. 영상적으로도 바로 바다가 보여서 고객에게 오인을 줄 수 있어 영상 사용에서도 주의.

순대국은 실제 제품과 시연을 동일한 구성으로 해야 이러한 오해를 방지할 수 있을 듯. PD 등의 실수를 모니터링 해야 함.

박진용

여행 방송에서 제공하는 정보(거리, 편의 시설 이용, 이동, 부대 시설 등)은 소비자가 구매를 결정하는데 있어서 중요한 역할을 함. 따라서 시청자들이 혼돈하지 않도록 명확하게 이해할 수 있는 정보가 전달되어야 하는데, 이번 불만point 두 개 사례의 경우 혼돈의 여지가 높음. 따라서 방송 협력사와 정보 확인에 대해 크로스 체크를 충분히 수행한다면 이와 같은 피해와 불만을 방지할 수 있겠음.

이 사례와 같이, 식품 포장의 경우, 인분 및 내용량에 대한 표시와 언급이 중요하다고 판단됨. 따라서 '1팩에 몇 인분' 인분 표현을 명확히 하거나, 인분 표현을 모두 제거하고 그램으로만 나타내어 정확한 정보만을 표현하는 것이 개선책이

<p>될 수 있을 것 같음.</p> <p>김미경 홈쇼핑에서 노출정보와 다른 점에 대한 시청자 불만 접수 후 수정하신 개선 사항에 대해 적절하였다고 생각함. 다만, 특히 여행 상품의 경우 사례에도 나와 있듯이, 여행 상품에 대한 주변 및 부대시설 접근성과 편리성 등에 대해 앞으로는 좀더 정확하게 소비자들에게 정보를 제공할 수 있는 내용으로 방송이 되었으면 함. 타사의 경우는 호스트인지 게스트인지는 모르겠으나 설명중에 소비자가 오인할 수 있는 '이게 2인분이예요' 라는 멘트가 있었던 것 같다. 하지만 GS에서는 정확한 설명인 '육수와 순대를 소분하여 별도로 구성되어 있다'는 자막 또는 설명의 안내가 있어서 괜찮다고 생각함.</p>		
--	--	--

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

(임기 : '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	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	마경태	•現 법무법인 태평양 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
변 동 사 항					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<p>시청자의견 : 스테이크 간편식 상품의 시청자 불만 접수 증가 방심위 제재 관련 : 백화점 관련 방송표현 재정립</p> <p>최윤정 담당 검사팀이 품질점검 한다고 되어 있으나 점검 방법이 궁금했음, 가공식품은 어디서 팔면 믿음감이 있다는 신뢰도가 있는데, 마켓컬리의 경우 레이팅 시스템이 정확히 있어서 시청자 불만사항이 발생하기 전에 미흡한 부분을 관리하기 때문에, 품질 관리를 잘한다는 인상을 받음. 지에스도 시스템을 잘 구축하면 괜찮다고 생각함. 백화점 표현의 경우, 소비자 입장에서는 백화점이 납품한다는 점이 신뢰를 줌. 지속적인 관리를 잘 할 수 있도록 해야함</p> <p>공문은 매번 받기는 힘들겠지만 납품 실적이나 사진, 현장 실사 등, 하루에 방송되는 제품의 양이 많을 수 있으나 많지 않은 경우에는 현장 실사 등을 해준다면, 백화점 납품 정보는 소비자가 물건 구입 시 도움된다고 생각함</p> <p>최순옥 돈스파이크의 경우 건수가 많지 않아도 하나로 인해서 지에스의 신뢰까지 무너질 수 있음. 방송 간격을 보니 짧다고 생각됨. 짧은 시간에 많은 양을 하게 된다면 상품의 질이 떨어질 거라고 생각함 품질 검증은 당연한 부분이고, 신선도에서 58% 나오는데, 해당 부분이 많은 건지 모르겠음 상품 영수증까지 가지고 나와서 쇼호스트가 설명하는 부분을 봤을 때, 소비자 입장에서는 좋다고 생각함, 백화점 브랜드 가치 및 소비자가 물건 선택에 있어 좋은 정보가 된다고 생각함</p> <p>최난설현</p>	<p>현재 담당 부서에서 품질 검사위해 현장 방문 등 실시하여 확인하였지만, 음식에서 냄새가 나는 부분은 심각한 문제이고, 품질부서에서 재점검 실시하기로 함.</p> <p>홈쇼핑은 판매 구조상 소분가로 판매는 어려움. 판매시간이 제한적인 방송을 이용하고, 이에 대한 수수료가 높은 구조기에 참고형마트처럼 대량 구성 판매 구조가 되어야 수익성이 개선되는 상황임</p> <p>백화점 관련 표현은 당사만의 기준이고 방송표현 안하고 있음, 타사는 동일한 표현 사용 중이고, 협력사에서 불만을 제기하고 있음. 당사 가격과 백화점 가격이 다 다를 수 있기에 동일하다고 표현하기엔 어려워 가격은 제외하고, 동일 브랜드만 사용 예정임.</p> <p>위원회의 의견을 적극 공감 및 수용하여 제작진, 심의부서에 전달하고 차기 회의 시 결과 보고 드리겠습니다.</p>			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>돈스파이크 뿐만 아니라 레이먼킴도 사업 확장하는 등, 11번가, 위메프 등에서도 상품이 보임, 지에스만 독점이 아니기 때문에, 홈쇼핑 댓글, 상품평 외에 타사에서 동일 상품 판매 시 어떻게 변화하고 있는지 모니터링 하면 도움된다고 생각함 방송을 보고 핏물을 빼라고 설명을 해주기는 하나 방송을 보지 않고, 단순 검색으로 가격 비교 후 홈쇼핑이 저렴하여 구매하는 경우도 있기 때문에, 조리 방법 참고를 안 하는 경우가 있어서, 안내 부족이 아닌지 생각함. 해동 방법 등, 설명을 보는 사람과 안보는 사람의 차이일 수도 있음 소비자의 입장에서 보면, 다 좋다는 평보다는, 박한 평의 내용을 유의해서 보게 되는데, 누린내가 난다는 평이 보이면 동일한 생각을 하게 됨. 동일 불만이 증가하는 경우 모니터링 해야 된다고 생각함. 백화점 입점 업체와 백화점 동일 상품은 위엄성이 달라 보임 기간, 기준, 계약서 등을 통해 확인 가능하다고 생각함 백화점 동일 상품은 사시 사철 판매되는 동일 상품일수 있고, 시즌마다 바뀌는 변경 상품처럼 의류 등 동일 상품의 경우 백화점 옷걸이에 없으면, 동일한 상품이라 생각하기에는 어려움. 소비자 입장에서 백화점에 내일 가서 사도 있겠다고 생각했는데, 철수한다면 속았다고 생각할 수 있음 화장지 같은 제품은 문제가 안되겠으나, 시즌 상품은 동일 상품에 대해서 유의해야함 가전 제품도 제조 라인이 동일 하더라도 시리얼 번호나, 기존 다른 사례가 있어서 소비자도 다른 상품이라 생각할 문제가 있음 입점 브랜드 표현 보다 동일 상품 표현에는 주의가 필요하다고 생각함</p> <p>이현규 시청자 입장에서 말씀드리면 밀키트 상품을 많이 사 먹게 되는데, 상품 구성이 10팩, 5팩 등 대량 구성으로 되어있어 사게 되면 부담스러움. 냄새의 경우 품질팀에서 평가를 했겠지</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>만 집에 따라 개인차가 있어서 안 맞을 수 있고, 시청자 입장에서는 개선됐으면 좋겠다는 부분은 음식의 경우 비싸더라도 소분해서 맛보기 구성도 좋다고 생각함. 한번 구입해 보고, 괜찮으면 재구매하게 됨.</p> <p>심의 규정은 사실과 다른 내용을 하면 제재 대상이 되는데, 백화점이라는 효과를 가져와서 상품 판매를 하는 건 가능하나, 협력사가 가져온 상품을 얼마나 확실하게 입증하는지가 이슈.</p> <p>가격 부분이 사실 여부를 판단함.</p> <p>동일 제품 입점 브랜드 같은 경우도 증빙을 확실하게 할 수 있는 시스템을 잘 갖추면 된다고 생각함</p> <p>서인주</p> <p>조리 여부에 따라 차이가 나고, 조리하는 사람에 따라 다를 수 있다고 생각함.</p> <p>협력사에서 품질 검사할 때 어느 정도가 괜찮다고 하는지, 기준이 궁금함</p> <p>업체의 다른 불만 있는지도 궁금함. 신뢰도 판단하는데 중요.</p> <p>사전에 업체 관리는 조금 더 철저한 관리가 필요</p> <p>표현은 자유롭게 하되, 입증이 중요하다고 생각함</p> <p>동일 제품, 백화점 입점은 입증이 가능한 표현이라고 생각함</p> <p>입증 가능하다고 생각해서 찬성</p> <p>가격은 세일 기간처럼 기간 마다 다를 수 있으므로 입증이 어렵다고 생각</p> <p>입증을 철저히 하고, 표현 쓰는 방법 고려 필요.</p> <p>박진용</p> <p>백화점 초기 도입한 제품 등, 여러가지 제품 카테고리 나눠서 접근 필요.</p> <p>돈스파이크 상품은 책임 문제에 대해 어떤 카테고리로 나눌지 고민,</p> <p>식품의 경우 사후적으로 처리할 수밖에 없는 카테고리.</p> <p>용어적인 표현으로는 심의적으로 접근하기 보다는 발상을 바꿔야함</p> <p>백화점에 판매하는 제품이라는 표현이 얼마나 어필되는지 봐야함</p> <p>신뢰를 빠르게 만들기 위해 백화점 표현을 언급하는데, 이 표현이 크게 도움이 되는지 체크 해야함</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>소비자 입장에서는 다른 제품인데 백화점 상품으로 표현한다고 생각함 서랍 모양이 다르듯, 역지로 프로모션하는 발상을 바꿔야함 지에스에서 판매하는 상품의 차별 포인트 설명 해야함. 상품 기획 차원에서 보면 우리 점포에서만 판매되고 있다는 효과를 누리고 싶어 하는데, 그 부분을 전향적으로 검토해야한다고 생각함</p> <p>고경신 Hmr 상품은 돈스파이크라는 신뢰를 가져왔을 텐데, 육류 고기류 전문가로 표현되고 있어서 그 부분에 대한 신뢰에 대해 좋은 평이 되고 있음 돈스파이크라는 이미지, 좋은 것만 먹고, 고가만 먹는다 생각했는데, 주관적인 생각이 반영되다 보니 기대치가 낮아짐</p> <p>김정현 돈스파이크의 경우 시청자 불만 증가가 이례적, 일시적인지 다른 홈쇼핑도 동일 상품 판매하는데, 동일한 문제인지 모니터링 필요. 품질 점검은 당연한 부분이고, 이런 현상이 특수한 현상인지 생각해 봐야함 합리적인 방향이라고 생각함, 동일 제품이 어떤 건지 고민하게 되는데, 제품마다 다르겠으나, 시리얼 넘버만 다를 뿐 모든 사항이 동일한 제품이나 마이너한 기능이 있을 수 있고, 동일 제품이 어떤 건지 정의는 카테고리 별 고민의 정도가 다를 거라고 생각함</p> <p>김미경 즉석 조리 (돈스파이크) 식품처럼 가열해서 하는 식품이 판매 증가하고 있기에 피해 사례 또한 증가하니 협력사도 동일함. 소비자 단체에서 운영하는 해당 사건이 어느정도 되는지 확인 중인데, 키워드를 밀키트, hmr, 가정식 해서 보는데, 건수가 많지는 않으나, 접수 건은 홈쇼핑보다는 편의점 피해 사례가 많음. 책임감을 가지고 판매. 생산. 유통해야 소비자가 안전하게 먹을 수 있다 표를 보면 9월~12월 판매량, 출고양을 합산한 경우, 9월전에 만든 상품을 9월,</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>10월에도 판매하는지, 미리 만드는지, 그때 만드는지 궁금.</p> <p>9월 구매 건 맛을 보고 맛의 만족도가 높아서 재구매를 하는 경우가 있는데, 11월 판매량이 많은 상황에 있어서 재구매에 대한 데이터도 가지고 있는지 궁금. 박진용 교수님 의견 전적으로 동의, 해당 제재, 용어 사용이 괜찮다고 했으나, 백화점에 표현에 대한 거부감이 있음 차별적인 차원을 두고, 지에스홈쇼핑에서 판매하는 건 백화점보다 더 좋고, 신뢰도 높은 제품이라는 걸 보여줬으면 좋다고 생각함.</p> <p>고경신 돈스파이크는 전적으로 공급사 이슈라고 생각함. 고기. 생선 신선도 떨어지면 냄새가 나기 마련 품질이 떨어질 거라고 생각했는데. 전적으로 공급사에 많이 팔릴수록 품질이 떨어지는지가 중요하다고 생각. 지에스 식품 품질관리 최고인데, 움부즈맨 등을 이용하여 홍보를 많이 하는 방안. 백화점은 심의팀은 어쩔 수 없지만, 단어나, 심의가 백화점 키워드에 꽂혀 있음. 쿠키, 삼성처럼 대기업은 언급의 중요성이 필요 없다고 생각함. 중소기업의 경우 백화점 언급이 절실한 파트너만 하거나 상황에 맞춰서 심의하는 방안 고려. 판매 상품이나 제공하는 협력사에 따라 다르게 하면 어떤 지 고민 필요</p> <p>마경태 최근 소규모 요식업자들이 HMR 사업자들과 협업하여 HMR 상품 시장에 진출하는 경우가 많아지고 있는데, 요식업자의 기존 명성을 활용할 수 있는 만큼 마케팅 측면에서는 유리하겠지만 HMR 상품화를 하는 과정에서 품질 관리가 제대로 이루어지지 않는 위험이 높아지는 것 같음. HMR 상품에 대해서는 엄격한 사전 검사 절차를 두어야 할 것으로 보임 과거 제재 사례를 보면, 방송에서 '백화점가'와 '백화점 동일상품'을 표시한 것이 문제가 되었던 것으로 보임. 재정립안에 따르면 '백화점가'는 표시할 수 없</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>지만, '백화점 동일상품'을 표시할 수 있으므로, 과거 '백화점 동일상품'을 표시하여 문제되었던 사례가 재발하지 않도록 주의를 기울여야 할 것으로 보임. 이에 협력사에게 백화점 입점 상품의 '모델명'까지 정확히 특정하여 입증자료에 기재하도록 하고, 귀사는 해당 모델명과 방송 상품의 모델명을 대조하는 절차를 두어야 할 것 같음.</p>				