

2022년 2월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : (주)지에스리테일

1. 회의개최

연번	일시	장소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원 /총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
	22.02.28	화상회의	9/10	1	5	15		○	

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현, 최난설현, 박진용, 고경신,
최순옥, 서인주, 김미경, 마경태, 이현규

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) :
배재성(CX부문장)
- 경영진 외 : 신석한(심의팀장), 오주연(차장), 허남준(방송사업지원팀장)
오세영(차장), 신지수(차장)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	1	1	-	1

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	1	-	-	1

* 시청자위원 제시의견 수용비율 기준으로 평가(활용비율 0%는 0점)

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방심위 조치사항	<p>1. 방심위 조치 사항 관련 : 반건조 오징어의 상품 광고의 시청자 오인성 및 허위광고 여부</p> <p>(이현규) 허위 광고는 아님. 원양산이라는 점을 명확히 기재함. 허위적인 사실을 제시하지는 않아서 크게 문제될 이슈는 없음. 시청자 입장에서 의견은 오인 가능성은 있다고 볼 여지가 있음. 맑고 깨끗한 동해, 오징어 잡는 동영상이 나오면 동해에서 잡고 있다고 생각하고, 원산지가 동해라는 오인 가능성 있다고 생각하나, 주관적인 입장이고, 객관적인 판단은 어려움. 세심한 모니터링 필요함</p> <p>(박진용) 원산지가 원양산이라는걸 떠나서, 소비자들속속했다는 느낌을 받을 수 있음. 동해에서 잡은 게 아니고, 멀리서 잡은 원양산이 마케팅적으로 해석하면 소비자 입장에서는 기분이 좋지는 않을 것 같음. 분쟁적 소지는 없으나 소비자 신뢰도는 떨어지므로 노력을 기울여야 함. 영광 법성포 굴비의 경우 영광 법성포 앞에서 잡히는 게 아닌데, 사람들이 문제 제기를 하지 않음. 법성포에서 해풍을 가지고 말렸으니 받아들일 수 있음. 벌교 꼬막의 경우에도 벌교에서 안 잡히고, 순천에서 잡히는 경우가 많음. 이슈는 없으나 마케팅적 표현을 잘 사용해야 한다고 생각됨.</p> <p>(김정현) 실내에서 건조하는데, 건조 시설이 구룡포에서 있든 서울에 있든 차이가 있는지, 구룡포에 시설이 있다는 게 어떤 의미가 있는지 의문. 명백하게 시청자 오인성이 다분하다고 봄 해안에서 잡힌다는 문구는 허위 광고에 걸릴 가능성이</p>	<p>원양에서 잡은 오징어를 동해에서 반건조 작업하여 제조한 상품을 광고할 때, 원산지와 구룡포 HACCP 인증 시설에서 냉풍 건조한다는 점을 명확하게 표시 및 광고하였으나, 멘트 및 자료화면을 동해바다 등으로만 소구하고 있어 소비자 오인성이 있어 보여 의견을 구한 결과, 시청자에게 혼란을 줄 우려가 있다는 위원님들의 의견에 적극 공감하고 수용함.</p> <p>유관부서와 개선 방안에 대해 논의한 결과,</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 원산지와 제조 소재지를 명확히 분리하여 소구할 것 2. 원양산 원물의 장점이 더 클 수 있다는 점도 반영될 수 있도록 개선할 것 <p>앞으로도 타사의 방심위 조치사항에 대해 당사 방송도 모니터링하여 사전 오인 소지 없도록 개선하겠습니다.</p> <p>[22.2. 조치완료]</p>	1월

많다고 봄. 동해안에서 말린다고 보기도 힘들다고 생각함.쇼핑호스트가 멘트 주의해야 하고, 오인 가능성이 높음

(서인주)

김정현 교수님 의견과 비슷함. 원산지는 소비자에게 중요하고, 예민한 정보라서 정확하게 할 필요가 있음. 소비자는 맛의 차이를 떠나서 원산지에 따라 가격, 품질의 차이가 있다고 믿고 있기에 아주 중요함. 원산지 표시는 팩트이나 혼동의 우려가 있는 멘트나 광고, 위반의 소지가 있으므로 쇼핑호스트가 설명할 때 수위 조절이 필요함. 특히 이 사례에서 원산지를 표기하여 문제되지 않아도, 물건을 직접 보지 않고, 쇼핑호스트 설명에 의해서 판단하게 되는 경우가 많기에 어떻게 설명하는지가 중요하고, 오인 소지나 혼동 우려 등 나중에라도 문제가 될 소지가 있다고 봄

(최윤정)

남대서양에서 주로 원양업 하는데, 아르헨티나 인근에서 가져오는데, 맛은 있으나 품종이나 모양이 국산 동해에서 잡히는 것과는 다름. 몇 년 전 롯데마트는 원양어선과 협력하여 원양산 수산물이라고 따로 판매하였는데, 수입산보다 퀄리티 높고, 관리가 잘된, 품질이나 맛이 좋았음. 원양산은 직접 잡아와서 싼 가격으로 홍보 및 판매하여 성공함. 원산지의 경우 정확히 표기를 해줘야 할 것 같다는 생각이 함. 맑고 깨끗한 동해로 표시하면 동해에서 잡힌 걸로 인지하기에, 확실히 구분해서 소비자에게 말해주는 게 좋을 것 같다고 생각함.

(최순옥)

원양산 오징어는 최윤정 교수님 말씀대로 대서양에서 많이 잡히고, 고급 어종이라고 나옴. 맑고 깨끗한 동해에서는 국산이라고 생각하고 맛이 좋을 거라고 판단. 물건 와서 보면 원양산으로 표시되어 동해에서 잡힌 줄 알고 속았다고 생각함. 원양산 오징어가 국산 오징어보다 맛있다고 하는 경우도 많으므로 쇼핑호스트가 멘트할 때 강조하면 좋을 것 같음

(김미경)

광고 보면 소비자 오인 가능성 있음. HACCP 인증 받은 부분 강조하면 오인 가능성이 적을 거라고 생각함. 2021년 1년 동안 GS홈쇼핑 상담 관련된 건이

전체 85건 중 6건이 수산물과 관련됐는데, 오징어 2건, 전복 2, 굴비 1건, 해산물 1건. 대부분 맛이 없다는 주관적인 부분, 배송 부분, 다른 사례는 크기가 너무 작다고 함. 홈쇼핑에서는 판매를 많이 해야 하고, 소비자 관심을 끌어야 해서 많이 어필하고, 강조해서 판매하는데, 앞으로는 소비자가 오인하거나 잘못된 정보 주지 않도록, 정확한 정보 제공해야 한다고 생각함.

(마경태)

반건조 오징어 온라인 판매를 보면 동해산을 마케팅 포인트로 삼는 것 같고 실제로 이용자가 이 점에 많이 끌리는 걸로 보임. 광고 보면 의도적으로 기만까진 아니어도 오인하도록 만든 것 같음. 이용자들이 오징어에 낚인다는 느낌이 들어서 이용자 입장에서는 불쾌할 것 같음. 방송의 신뢰성과 연결되는데, 단순히 오인 수준이 아닌 오인하게끔 의도가 보여서 이런 방송은 정지 해야 하지 않을까 생각함

(고경신)

맑고 깨끗한 동해가 표현이 뒷부분에 있고, 영상이 바뀌는데도 있는걸 봐서는 의도가 너무 다분하고, 모든 동해 바다를 소구 포인트로 쓰기에 소비자 오인성이 커보임.

(최난설현)

안건과 관련하여 원산지를 "원양산"으로 표시하고 있음에도 '구룡포 어선 어획'(왼편 화면), '맑고 깨끗한 바다 동해' 등으로 표시하여 시청자에게 인식의 혼란을 줄 우려가 있다고 여겨짐.

개인적 의견으로는 해당 방송상품에 대하여 여러 정황상 허위광고에 해당한다고까지는 보기 어려울 것이나, 소비자의 오인가능성은 어느 정도 인정될 수 있다고 여겨짐. 일반적인 소비자는 원양산/수입산/국내산을 구별하는 기준에 대하여 정확한 정보를 가지고 있지 않을 가능성이 높기 때문에 화면에서 원양산으로 기재하고 있음에도 불구하고 '구룡포 어선 어획', '맑고 깨끗한 바다 동해' 등의 표현으로 인하여 '원양산=동해의 먼 바다' 정도로 인식할 수 있다고 생각됨. 향후 여건이 허락된다면 되도록 방송화면에서(하단 등을 활용), 또는 쇼핑호스트가 설명으로서 '원양산'의 의미에 대하여 정확한 내용을 시청자에게 알리는 것이 바람직할 것으로 사료됨

총 건수	1건
------	----

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2022.1 ~ 2022.12)

성 명	생년월일	전·현직	변동사유	비고 (임기)
윤경희	751216	現 중앙일보 이노베이션랩 부장	-	1년
김호중	670707	現 시민 옴부즈맨 대표	-	1년
서아론	840430	現 녹색소비자연대전국협의회 부장	-	1년

3. 시청자위원회 운영 효율성

평가기준	해당여부
시청자불만, 시청자평가원 의견, 방심위 조치 등 활용 여부 ※ 활용 시 ‘의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변’ 실적표에 확인할 수 있도록 명시 필수	○
토의안건 사전공지 및 상시적 의견 개진 창구 운영 (사전 검토를 위한 위원 게시판, 단체 채팅방 운영 등)	○

4. 기타사항

가. 시청자위원회 회의록 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
시청자 의견	<p>1. 시청자 의견 관련 : 그릇 파손 불만 (김미경) 그릇 제품의 배송 중 파손불만은 고질적인 소비자불만임. 해당 상품이 해외에서 포장이 완료된 해외 완수입 제품이라고 하는데, 이런 경우라면 환경을 고려하여 포장이 종이로만 되어있어 완충제가 충분하지 않은 경우가 있는 것 같음. 그릇 같은 경우 완충제의 역할이 중요하기 때문에 스티로폼의 밀도를 보강하여 완충하겠다는 것은 좋은 조치라고 생각됨. 다만 스티로폼 완충제의 경우 환경적인 요인을 고려하여 보강을 해야 하지 않을까 생각됨.</p> <p>(이현규) 완충제를 보강하고 배송기사 편의를 위해 박스를 개선한 조치 내용은 좋은 조치 방안을 마련한 것으로 생각됨. 다만 판매자가 판매자 책임 하에 배송하는 과정 중에서 발생하는 문제인데, 이런 불편을 방지하기 위해 다양한 측면의 방안을 마련하는 것이 중요할 것 같음. 판매자가 배송 업체를 어떻게 선정해야 하는지 배송 과정을 위해 어떤 준비를 해야 하는지에 대해서 방안이 마련되어 있는지 고려해 봐야할 것.</p> <p>(고경신) 해당 내용은 배송만의 이슈가 아니라 품질 이슈로 보여짐. 상품의 구매후기를 살펴보니 1/3이 사용 중 파손에 대한 내용임. 가성비가 좋은 상품이더라도 소비자는 같은 품질을 기대함. 포장재 투자를 하겠다고 하지만 저렴하게 판매 하는 상품에 협력사가 포장재에 투자할 의지가 있는지 의문임. 해당 상품의 품질 불만이 지속되고 있는데, 저 품질의 상품은 완충재를 아무리 보강한다고 해도 배송중 파손이 계속 될 것으로 보임. 같은 이슈가 반복된다면 상품 깨짐 비율 등을 고려하여 판매 중단 검토가 필요해 보임.</p> <p>(최순옥) 가격이 저렴한데 비해 품질이 의심되</p>	<p>그릇 세트에 대한 배송 시 파손 관련한 시청자의견이 증가하여 확인한 결과, 그릇의 내구성이 약해 쉽게 깨진다, 그릇의 이가 빠진 채 배송된다라는 불만이 증가함을 확인함. 이와 관련, 즉시 발송 중단 조치하고 품질관리 부서와 긴밀히 논의하여 현장점검 통한 문제점 파악 및 개선방안 요청중에 있음. 시청자위원분들의 의견에 적극 공감하고 수용하여 유관 부서와 개선방안에 대해 확정 후 차기 회의 시 보고드리겠습니다.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>는 후기가 많아 보임. 후기의 내용을 검토해 보아도 배송의 문제보다 품질의 문제로 보임. 완충재를 보강하는 것보다 기본적인 품질에 문제가 있는 것이 아닌지 확인 필요.</p> <p>(박진용) 소비자불만 중에 그릇이 깨져서 다쳤다는 의견에 주목해야 함. MD가 상품을 기획하는 과정에서 품질과 내구성을 고려하여 기획하였겠지만, 배송과정, 취급과정에서 제품이 사람을 다치게 할 수 있는 부분에 대해서는 좀 더 민감하게 받아 들여야 하는 것 같음. 상품의 손상으로 인해 소비자가 다쳤다면, 그부분에 대한 정성적인 케어가 추가적으로 진행되어야 한다고 생각함. 상품으로 인해 소비자의 안전에 문제가 생겼다면 그 상품을 취급하지 않는 방법도 고려해야 함.</p> <p>(서인주) 배송의 문제 보다 내구성 자체가 약한 것이 문제인 것으로 보임. 상품판매 발송 시 사용상 깨질 위험성에 대해서 안내가 될 필요가 있음. 구매 여부와 상관없이 내구성에 대한 정보를 알고 사는 것과 모르고 사는 것은 차이가 있음. 배송에 대한 보완 방법은 취급주의 등의 문구를 추가 하는 것은 바람직한 조치로 보여짐.</p> <p>(마경태) 배송 시 파손된 상품을 받게 되면 단순히 배송의 문제로 보여 지지 않음. 소비자들도 품질의 이슈로 생각할 것. 조치 내용은 배송과정의 문제에 대해서 잘 조치되었다고 보지만, 배송의 보완만으로 충분히 해결될 문제인지는 다시 검토 필요.</p> <p>(최난설현) 상품 후기에서 확인되는 뜨거운 음식을 담거나 설거지를 할 때 깨지는 문제는 배송 상의 문제가 아니라 상품의 내구성의 문제로 보여짐. 배송보완보다는 상품 자체의 본질적인 문제를 파악하는 것이 더 중요. 또한 그릇은 내구성이 구매 시 중요하게 고려되는 부분이기 때문에 정확한 정보제공이 필요함. 그릇(도자기)는 성분에 따라서 내구성에 차이가 있음. 상품의 성분에</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>대한 정보를 상품 설명에 추가한다면 구매에 도움이 될 것이라고 생각됨.</p> <p>(김정현) 그릇과 관련해서는 품질과 배송 두 가지 부분을 모두 점검해야 한다고 생각한다.</p> <p>(최윤정) 메이페어 디너세트의 경우 단순 배송의 문제라기 보다 제품의 품질에 대한 문제라고 생각됨. 윤도자기, 파뮌에 도자기 보다 두배나 많은 불만이 접수되었고, 설거지 중 금이 간다는 불만접수, 계란 후라이를 올렸더니 반으로 금이 갔다는 증언으로 보아 배송의 문제보다는 제품 품질에 대한 문제가 있어 보임. 따라서 발송편성을 중단한 것은 적절한 조치라고 사료됨. 그릇의 경우 제품에 따라 내구성의 차이가 꽤 되는 것 같음. 그런데 이러한 강도 문제는 품질관리부에서 쉽게 검증하기 어려운 부분이라고 생각됨. 코렐 홈페이지에 보니까 내열성 및 내구성에 대한 검증을 하는 것 같음. 이외에도 세척의 용이성, 무게, 천연 유리재질의 여부, 가장자리 특수가공처리 등을 통해 제품의 품질을 관리하고 있음. 참고하셔서 내열성과 내구성에 대한 테스트 검증을 품질관리부서에서 업체에게 요구하실 수 있을 것 같음..</p>				
방심위 조치사항	<p>2. 방심위 조치사항 : 상품 개수 및 시연에 대한 소비자 오인 표현 관련</p> <p>(김미경) 쌍으로 사용하는 패치의 경우 단순히 매수만 언급하는 것은 소비자 오인이 있을 것으로 생각됨. 개수의 문제 등으로 소비자 불만이 발생 할 것으로 보임. 상품 판매 시 80개 등 매수를 언급하고 양쪽으로 부착할 경우에는 40회에 해당되는 양이라는 부연설명 필요함. 또한 상품 사용 전후 시연 시 인위적이지 않도록 시연하여야 하며, 정확한 시연으로 정확한 정보 전달이 되어야 할 것 같음.</p> <p>(이현규) 해당 상품이 240매이고, 쌍으로 하면</p>	<p>주름 개선 상품인 리프팅 패치 판매 시, 2매가 1쌍으로 구성되어 있으나 00매라고만 광고하고, 모델의 사용 전 후 화면 비교 시, 의도적으로 시연하여 개선이 된 것처럼 보일 수 있도록 시연한 점에 대해 논의한 결과, 시청자 오인성이 있다라는 위원님들의 의견에 적극 공감 및 수용하고, 유관 부서와 긴밀히 논의하여 발송 개선방안 마련하여 적용할 예정임. 개선방안에 대해 확정 후 차기 회의 시 보고드리겠습니다.</p>			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>2장씩 사용하게 된다는 것을 안내한다면 오인가능성은 없다고 생각됨. 매수 광고의 경우 부연 설명 1쌍이 2매임으로 고지하는 것이 좋겠지만 단순히 매수만을 고지한다고 해서 오인가능성이 있어 보이지 않음.</p> <p>모델 시연의 경우 의도적으로 연출이 되었다면 시정되어야 할 것으로 보임</p> <p>(고경신) 몇 회 사용분이라고 표현하는 것이 더 정확한 표현으로 생각됨. 120매 60회 사용분이라고 정확한 표현으로 시정되어야 하는 부분임. 사용 전후 사진이 과도한 경우 좋은 품질의 상품이어도 신뢰가 떨어져 보임. 일반인 모델 시연 시 주의가 필요함.</p> <p>(최순옥) 상품의 사용시 사용 매수, 총 사용 횟수 등 부연 설명을 추가하여 오인 가능성이 없도록 해야 함. 또한 사용 전후 사진을 보면 소비자가 충분히 오해가 가능한 부분이며, 충동 구매를 불러일으키는 부분임. 시연이 정확하게 이루어져 소비자 오인 가능성이 없도록 해야함.</p> <p>(박진용) 구매한 매수와 달리 사용 횟수는 절반으로 줄어드는 결과가 되었기 때문에, 사용 관점에서 몇 회분으로 표기하는 것이 오인가능성이 없을 것으로 생각됨. 캡처 사진 만으로는 판단이 어렵지만 효과를 잘 보여주기 위한 다른 연출이 필요하고, 시연에서 좀 더 주의를 기울일 필요가 있음.</p> <p>(서인주) 매수로 표현하는 것은 오인의 가능성이 있기 때문에 횟수를 추가하여 정보 제공을 하는 것이 맞다고 생각됨. 사용 전후 시연 영상으로 소비자들이 현혹되지 않을 것으로 생각됨. 대부분의 소비자들이 방송의 시연 영상은 참고용으로 생각하는 경향이 있다고 생각됨. 방송시의 시연과 실사용이 차이가 있는 부분에 대해서는 소비자들이 인지하고 있고, 소비자들이 개인적으로 판단해야 하는 영역으로 보여짐.</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>(마경태) 이미용 상품의 사용전후 광고에 있어서 사용전 모습을 일부 연출하는 부분이 있는 것은 소비자도 인지하고 있음. 그러나 해당 상품은 주름 자체가 제품의 기능과 연결이 되어 있는 부분이기 때문에 투명하고 오인 가능성이 없도록 시연해야 한다고 생각됨. 제품 효능, 효과와 관련된 부분은 정확하게 전달해야함.</p> <p>(최난설현) 매수로 광고하는 부분이 과장광고로 보여지지 않지만 추가적인 설명이 필요하다고 생각됨. 방송시 추가적인 설명이 된다면 문제가 있어 보이지 않음.</p> <p>(김정현) 매수로 광고하는 부분은 과장광고로 보여지지 않음. 방송시 이미지 등으로 충분히 설명하고 있다고 생각됨. 다만 몇 회분에 대한 부연 설명을 추가한다면 충분히 해결될 부분으로 보여짐. 사용전후 시연은 좀 더 객관적으로 시연할 필요가 있음.</p> <p>(최윤정) 팔자 120매, 눈가 80매, 목 40매라고 표기된 내용은 팔자 60세트, 눈가 40세트, 목 40매 라고 표기하는 것이 더 정확 할 것 같음. 포장도 2개가 한 세트가 되도록 되어 있다면 더욱더 그렇게 표기해야 할 것 같음.타사 방송에서 모델의 사용 전, 후 화면 비교를 방송하였는데 이 또한 오해의 소지가 있는 것으로 판단됨. 턱을 당기거나, 카메라 위치를 조금 다르게 하면 얼마든지 턱선을 다르게 보이게 촬영할 수 있고, 또한 사용 중의 턱선의 변화보다는 사용 후의 변화된 모습이 중요한데, 이는 단시간에 효과가 나타나기 어렵고, 스튜디오에서 데모하기 어렵다고 생각됨. 추가적으로 한 가지 의문점은 왜 모두 40 세트가 아니라, 팔자 세트 구성이 더 있는지 궁금함. 특별히 팔자세트가 더 자주사용하게 되는 부위도 아닌 것 같음. 제 생각에는 총 240매라는 총량으로 좀 양을 부풀리기 위해서 가장 작은 패치인 팔자 패치의 양을 늘린 것 같기에, GS홈쇼핑에서 판매 할 때에는 이런 점도 고려해 주시면</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	좋겠음.				