

# 2022년 3월 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)				
	22.03.31	화상회의	10/10	1	5	15		○	

### o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현, 최난설현, 박진용, 고경신, 최윤정  
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), 박인진(매니저)

## 2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	2	2	-	2

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	2	-	-	2

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
시청자 의견	<p>1. 시청자 의견 관련 : 그릇 파손 불만</p> <p>(김미경)                      그릇 제품의 배송 중 파손불만은 고질적인 소비자불만임. 해당 상품이 해외에서 포장 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 과정에서 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. 가성비 좋은 상품이라도 소비자는 같은 품질을 기대함. 포장재 투자를 하겠다고 하지만 저렴하게 판매하는 상품에 협력사가 포장재에 투자할 의지가 있는지 의문임. 해당 상품의 품질 불만이 지속되고 있는데, 저품질의 상품은 완충재를 아무리 보강한다고 해</p>	<p>그릇 세트에 대한 배송 시 파손 관련한 시청자의견이 증가하여 확인한 결과, 그릇의 내구성이 약해 쉽게 깨진다, 그릇의 이가 빠진 채 배송된다는 불만이 증가함을 확인함. 이와 관련, 즉시 발송 중단 조치하고 품질관리 부서와 긴밀히 논의하여 현장점검 통한 문제점 파악 및 개선방안 요청하였음. 시청자위원의 의견에 적극 공감하고 수용하여 아래와 같이 개선완료 하였음.</p> <p>1. 포장 완충재 스티로폼의 밀도와 질량을 증가시켜 충격 완충력 보강                      2. 제품 배송 용이하게 하기 위해 박스 측면에 손잡이 구멍 추가해서 개선</p> <p>계속 시청자 의견 모니터링하고 개선하여 불편함 없도록 주의하겠습니다.</p> <p>[22.3. 조치완료]</p>	2월

도 배송중 파손이 계속 될 것으로 보임. 같은 이슈가 반복된다면 상품 깨짐 비율 등을 고려하여 판매 중단 검토가 필요해 보임.

(최순옥)

가격이 저렴한데 비해 품질이 의심되는 후기가 많아 보임. 후기의 내용을 검토해 보아도 배송의 문제보다 품질의 문제로 보임. 완충재를 보강하는 것보다 기본적인 품질에 문제가 있는 것이 아닌지 확인 필요.

(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.

(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.

(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.

(최난설현)

상품 후기에서 확인되는 뜨거운 음식을 담거나 설거지를 할 때 깨지는 문제는 배송 상의 문제가 아니라 상품의 내구성의 문제로 보여짐. 배송보완 보다는 상품 자체의 본질적인 문제를 파악하는

	<p>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 대한 정보를 상품 설명에 추가한다면 구매에 도움이 될 것이라고 생각됨.</p> <p>(김정현) 그릇과 관련해서는 품질과 배송 두 가지 부분을 모두 점검해야 한다고 생각함.</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 방송편성을 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>		
<p>방심위 조치사항</p>	<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 인위적이</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, 당사 방송 또한 아래와 같이 개선 완료 하였음.</p> <p>1. 한쌍으로 구성되어 있는 제품은 00회분으로 안내하여 오인성 없도록 개선</p>	<p>2월</p>

<p>지 않도록 시연하여야 하며, 정확한 시연으로 정확한 정보 전달이 되어야 할 것 같음.</p> <p>(이현규) 해당 상품이 240매이고, 쌍으로 하면 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. 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, 충동구매를 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</p>	<p>앞으로도 지속적으로 당사 방송 모니터링하여 시청자 오인소지 없도록 주의하도록 하겠음.</p> <p>[22.3. 조치완료]</p>
--	--

	<p>있고, 소비자들이 개인적으로 판단해야 하는 영역으로 보여짐.</p> <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 전달해야 함.</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.</p>		
총 건수		2건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2022.1 ~ 2022.12)

성명	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 개선 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 : 단감 말랭이 품질불만</p> <p>(최윤정) 단감에서 변색과 흰가루가 생기는 것은 이미 많은 소비자들이 알고 있기 때문에, 단순하게 백분이 있다고 불만을 제기하는 것은 아니라고 사료됨. 그림을 보니, 겉면이 심하게 마르거나 검게 변해있기도 하고, 시큼한 맛이 난다고 하니 이는 분명 제조과정이나 유통과정에서 문제가 있었던 것 같음. 이러한 불만 비율이 작년에는 낮다가 갑자기 작년 겨울부터 높아진 것에는 분명 제조사 측의 문제가 있는 것 같음. 제조 업체 및 장소의 변경, 단감의 원산지 변경 등이 있었는지, 유통과정 등에서 문제가 없었는지 확인해 보시는 것이 좋을 것 같음.</p> <p>(김정현) 단감의 경우 필히 품질관리가 필요하다고 보임.</p> <p>(최난설현)</p> <p>단감 말랭이는 39,000원 22봉 있는데, 인터넷으로 구매하면 많이 구매하게 되지는 않음. 또한 타사 온라인 사이트에서도 다량을 팔지 않음. 곶감 먹어본 사람은 알겠지만 냉동하지 않으면 안 됨. 고객이 보낸 사진이 도착 즉시 찍은 건지 알 수 없지만, 다른 사이트의 유사 상품 보면 당부 사항이 많이 기재되어 있음. 아이스 팩 동봉되지만 고객이 수령하고 개봉하기 전까지 얼려 있거나 냉동상태라 보장 못 하니 받자마자 냉동하라고 되어 있음. 하루 이틀 먹을 양을 제외하고 냉동하라고 되어있고, 개봉 시까지 어느 정도 관리가 필요한 상품 관리 군에 들어가 있음. 방송 시 잘 전달됐는지 중요함. 방송 시 전달뿐만 아니라 온라인 구매 시 홈페이지나 주의 깊게 작성되어야 한다고 봄.</p>	<p>단감 말랭이 상품의 품질에 대한 시청자 불만 사례가 증가하여 즉시 방송 중단 이후 제조사 방문 및 품질 점검을 실시 중에 있음. 협력사는 일반적인 상황이기에 문제 없음이라 주장하고 있음. 이와 관련, 즉시 방송 중단 조치하고 품질관리 부서와 긴밀히 논의하여 현장점검 통한 문제점 파악 및 개선방안 요청 중에 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>냉동 이어도 바로 소진되지 않으면 오래 보관하는 경우 문제가 생길 수 있으니 이런 부분 또한 생각해야 함.</p> <p>(마경태)  인터넷 검색 시 홈쇼핑은 판매 중단, 온라인 전자상거래는 판매 중으로 보임.  온라인 판매의 경우 24일 건조, 4일 전 건조 등 시각적 정보를 제공해 주면 고객들이 판단하는 데 있어서 도움이 될 것으로 보임.  안건 1의 사례는 불량 상태의 상품으로 문제가 됨.  향후에는 이런 시각적 정보는 활용해서 정보 전달을 하면 좋을 것 같음.</p> <p>(서인주)  단감 말랭이 같은 경우는 보관이 중요할 것 같음.  날씨 영향을 많이 받을 것 같음. 보내주신 자료 보면 작년 1월~10월까지는 불량 VOC 없다가 12월~올해 1.2월은 겨울철인데 접수가 많음.  불량이나 상한 상품이 많은 지 의심이 들어서 생산자 문제가 있지 않을까 생각함.  보관도 중요하고, 고객이 보내준 사진 보면 말도 안 되는 이런 제품 보내지는 않았을 것 같으나 금방 이렇게 되는 걸 보낸 거라면 출시부터 문제가 있지 않았는지 생각됨.  앞에 광고, 홈쇼핑에서 보여준 사진과는 차이가 많이 나기에 품질관리 검사한다고 했는데, 현장 방문해서 어떻게 된 건지, 보관 이슈인지 확인 후 결정해야 함.</p> <p>(박진용)  논란의 여지가 있는 것 같지는 않고, 품질관리를 어떻게 해야 하는지 말씀드리고 싶음.  품질관리는 하얗게 당분 나오는 거 원래 그럼. 제품이 원래 이런 현상이 가지고 있으면 그대로 전달하기보다는 논란거리를 제거하고 품질관리를 해야 하지 않을까 싶음.  하몽의 경우 원래 곰팡이 핏니다 하고 그냥 보내는 게 아니라 곁에 손질하고 보내는 것처럼, 판매하는 입장에서 품질관리를 고객이 부담스럽지 않게 품질 정리를 해야 함</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>(최순옥) 다 말씀해 주신 것 같음/단감, 이 업체의 소개 자체는 2대째 내려오는 업체이나 보관의 문제도 있을 거라고 보임. 이런 부분을 방송 시 충분히 안내하고, 보관 방법 안내지가 들어오게 되어 있는지 궁금함.</p> <p>(고경신) 단감 말랭이가 지원사업이라 하셔서. 고구마 말랭이, 육포 찾아봤는데. 처음에는 좋은 상품의 해남 고구마 말랭이가 작업 방법이 노인분들이 손으로 작업하는데, 위생장갑 끼고 한다고는 되어있으나 실제 가서 보면 할머니가 하는 건 괜찮다고 하거나 창문을 열어 놓음. 지원 사업할 때 끈기와 집념을 가지고 그분들의 작업 방법을 계속 개선 하시도록 해야 함</p> <p>(이현규) 단감 상품 같은 경우 민원 시점이 11월에 급증됨. 그 시점에 이런 조치 취할 수 있는 방법이 있지 않았을까 생각함. 지금 4월인데 5개월 지나서 지금 품질 관리 차원에서 방문한 거는 늦은 것 같음.</p> <p>(김미경) 생산업체의 엄격한 관리가 필요함. 심의팀 의견에 인상 깊음. 검은 부분이 큰 이상 아니면 방송 중 안내하고, 추후에 설명은 더 필요함.</p>				
방심위 조치사항	<p>2. 방심위 조치사항 : 한정표현, 최상급 표현 등에 대한 소비자 오인 표현 관련</p> <p>(최윤정) 사진을 보니 '영원히 마지막'이라는 표현을 사용했는데, 몇 달 후에 리뉴얼된 제품이 출시된다면 많은 배반감을 느끼게 될 것 같음. 심지어 이 상품의 경우 '원료수급비상,' '다음방송이 없습니다'라고 광고했기 때문에 소비자 기만에 해당된다고 생각됨. 자동차의 경우도 새로 리뉴얼 될 경우 미리 예고를 하고, 현재 판매되고 있는 모델의 가격을 낮춤 그러면 또 해당 모델을</p>	<p>이상품 마지막 방송, 영원히 마지막 방송 등 한정 표현을 사용하여 더 이상 구매할 수 없다고 방송하였으나, 이후 신제품을 출시하여 방송한 것에 대해 논의한 결과, 시청자 오인성이 있다 라는 위원님들의 의견에 적극 공감 및 수용하고, 유관 부서와 긴밀히 논의하여 당사 방송에도 적용할 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>좋아하는 사람들은 리뉴얼되기 전의 버전을 구입하기도 함. 마찬가지로, 리뉴얼 출시를 할 계획이 분명히 있는 상품의 경우 해당 버전의 방송이 마지막 방송이고 따라서 혜택이 더 크다고 선전하면 오히려 제품 판매에 도움이 될 수 있다고 생각함.</p> <p>(김정현)          새로 리뉴얼 된 상품이 업데이트됐다고 하면 더 나은 고품질이라 하고, 가격이 중요하다고 보임          마지막 방송의 표현이 구 버전의 경우 함량 및 상품 면에서는 좋지만, 이 가격대의 품질로 볼 수 있는 마지막이라는 의미면 괜찮은데, 방심위 판단은 마지막이라는 표현이 구 버전에 대한 재고 소진에 대한 전략적인 의도를 가지고 시청자 오인 가능성이 있다고 여겨져 타당한 판단이라고 보임. 리뉴얼 될 것이라는 것을 밝히고, 가격 측에서 저렴한 가격으로 구매할 수 있다고 하는 것은 괜찮음.</p> <p>(최난설현)          '영원히 마지막'이라는 문구가 색깔도 부각되어 있고, 이런 표현은 GS홈쇼핑에서 할 때 주의해야 함.          상품 리뉴얼인지, 패키지 리뉴얼인지 알려주면 좋을 것 같음. 패키지이면 이 상품, 이 가격이면 좋다고 생각하나, 성분이나 품질이 좋아진다면 고객도 고민을 하게 되니 정보 전달되는 게 좋다고 봄.</p> <p>(마경태)          마지막 광고라는 건 팩트이나 상품 판매에 관련해서 심의 규정 보면 시청자가 합리적으로 구매할 수 있도록 정확한 정보 제공이 있어야 함. 팩트인지 아닌지, 시청자가 어떻게 이해하고 예측했는지 까지를 고려해야 함.          영원히 마지막이라면 영원히 안 나올 거라고 믿을 사람이 있는지 모르겠지만 원료 수급 부족이라고 하면 품질이 낮게 나오지 않을까 생각하게 될 것 같음. '마지막 광고 방송'이라는 표현의 경우 오인하게 하는 요소로 배제해야 한다고 보임.</p> <p>(서인주)          허위 과장 광고의 경우 모든 홈쇼핑에</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>서 겪는 문제라고 생각함. 허위 과장 광고로 보였으나, 밑에 작은 글씨로 리뉴얼 예정이라고 기재되어 있는데, 잘 안 보이는 게 문제이고, 멘트도 안 나갔을 것 같음. 소비자가 이해했을 때는 '영원히 마지막, 원료 수급 비상'은 허위가 맞는 것 같음 원료는 비상이라고 했는데, 함량이 더 높은 원료가 수급 되면 허위가 맞는 것 같고, 리뉴얼 있다고 한 기업 입장은 잘 보이지도 않고, 소비자가 인지하기 어려운 상황인 것 같기에 심의에 반영은 되겠으나 소비자가 인지하기에 허위 과장광고 쪽에 가깝다고 생각하기에 주의가 필요하지 않을까 생각됨.</p> <p>(박진용) 마케팅 관점에서 보면 영원히 마지막 문구 사용해서 효과를 봤는지 묻고 싶음. 모든 소비자는 이미 해당 문구 보고 꿈쩍도 안 했을 것. 큰 효과를 거두기에는 이런 단어에 대해서 자극을 많이 받았기에 효과가 없을 텐데, 심의 부분, 마케팅 측에서 사용할 이유가 있는지, 표현을 전체적으로 재점검해야 되지 않을까 싶음.</p> <p>(최순옥) 영원히 마지막이라고 해서 소비자가 혹하는 부분도 있을 것 같음 많은 홈쇼핑에서 사봐서 진짜가 아니라고 생각하는 사람도 있겠지만, 영원히 문구에 진짜 구매하는 고객도 있을 것. 또 다른 상품이 나왔을 때 화나는 경우가 있었을 것 같음 방송에서만 이 가격 준다는 마지막 할인. 초특가에 초를 5번 붙였는데 이 정도로 소비자가 사지는 않을 것 같음. 처음 접하는 사람은 모르겠으나 주부들이나 많이 구매한 사람은 구매까지 이루어지지 않을 거라고 봄.</p> <p>(고경신) 명품에서도 마지막이라고 하면 갈등하는 마음이 확 꺾이듯. 수급이 안돼요, 수급 비상이라는 표현 썼을 때 마음이 갈 없음 판매하는 입장에서는 사용할 수밖에 없을 것 같음</p> <p>(이현규) 방송법상의 상품 소개 및 심의 규정 보면 마지막 한정 표현은 엄격히 규제</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>하고 있으나 금지는 아님. GS의 경우 '이 상품'이라고는 안 쓰고, 어떤 버전, 어떤 상품이라고 하면 괜찮은데, '이 상품'이라고 하고 마지막 표현 쓰면 문제된다고 봄. '이 상품' 표현은 포괄적으로 보일 수 있으니 문제가 될 수 있음. GS는 철저히 잘 하고 있어서 문제 되지 않을 거라고 봄. 참고 사례로만 보임.</p> <p>(김미경)          소비자마다 다양한 취향을 가지고 있는 사람이 많아서 '마지막, 최고, 최저' 표현으로 구매하는 사람도 있지만, 거부감 느끼는 사람도 있어서 방심위의 지속적인 관리 감독은 필요함. 향후 합리적인 소비를 하는 소비자의 경우 이런 문구를 계속 쓰는 상품이나 기업에 대해서 소비자가 외면하지 않을까 싶음.</p>				