

# 2022년 9월 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)				
	22.09.23	GS강서N타워	8/10	1	5	14	○		

### o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현, 고경신, 김미경, 박진용  
최순옥, 최윤정, 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(부장), 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
방심위 조치 사항	<p>1. 방심위 조치사항 : 여성속옷세트 신상품 기준에 대한 시청자 오인 여부</p> <p>(박진용) 마케팅 관점에서 바라보면 생방송 표현 자체가 홈쇼핑 또는 GS에서 사용하고 싶다면 어떤 효과가 있는 거고, 어떤 점이 문제인지 면밀하게 생각하고 사용해야 함. 개인적인 직관적으로 생각하는 거지만 생방송 최초 공개라고 말하면 제품이 원래 잘 알려져 있는건데, 홈쇼핑이나 생방송을 통해 이 제품이 나왔다고 느끼는 부분이 있을 것 같고, 또 하나는 최초 공개지만 새롭다는 두가지 측면이 맞물려서 소비자들한테 전달되는게 아닌가 생각함 따라서 GS가 대안으로 제시한 색상이 최초임을 표시한다든지 해당 브랜드의 상품 차수를 따로 기입한다든지 하는게 갈라지지 않을까 생각이 됨</p> <p>(고경신) 소비자 입장에서는 편의성, 기능과 품질, 색상 등 더 중요함. 다른 곳에 이미 다 팔리고 있는 건데 홈쇼핑에서 최초로 도입한다고 생각한다면 그 차원에서 제공하는 분명한 편익은 있어야 함 새로운 거라고 생각하기에는 생방송 최초 공개라는 용어를 바꿔야 하고, 용어를 사용하는 것에 대해서 새로운 접근이 필요함 예를 들어 변경된 상품은 색상이 변경된 제품을 하나 더 준다든지 변경된 상품만 따로 구매할 수 있게 패키지를 넣어준다든지 등 뭔가 다른 편익이 편익이 추가적으로 제공되는 거 없이 진행하는 건 문제가 있지 않을까 싶음.</p>	<p>속옷 세트를 판매하면서 이전과 동일한 디자인의 속옷 세트 중 색상만 2가지 변경되었음에도 불구하고, '최초공개', '신상품' 등의 표현을 사용하는 것은 시청자 오인 가능성이 높다는 시청자위원의 의견에 대해 적극 공감하고, 심의팀과 협의하여 내부 방송 가이드라인에 적용 및 개선 완료 하였음.</p> <p>계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠습니다.</p> <p>[22.9. 조치완료]</p>	8월

	<p>(최순옥) 시청자 오인 부분들은 선택은 소비자가 하기 때문에 제대로 알려줄 부분은 알려줘야 함.</p> <p>(마경태) 생방송 최초 공개 표현 자체를 두가지로 나눠 본다면 기존에 없던 색상인지, 유사한 색상인지. 기존에 없던 색상을 기대하기에 생방송 최초 공개 용어를 바꿔야 하지 않을까 생각함</p> <p>(김미경) 생방송 최초 공개라는 말에 현혹돼서 사지는 않기 때문에 최초 공개 표현을 부각하기보다는 여름에 여성들이 즐겨 찾는 색상인데 새로운 색상에 대해 부각하면 어떤지 생각함.</p> <p>(김정현) 소비자 입장에서 세트 구성의 경우 몇개의 색상이 맘에 들지 않아 구입을 꺼리는 경우도 있기 때문에 구성이 바뀌었다는 것이 큰 정보가 될 수 있음. 마찬가지로 디자인이 같더라도 소재가 바뀌거나, 디자인, 마무리 등 조금씩 수정이 발생할 때 마다 수정된 내용을 중심으로 광고하면 소비자들에게 좋은 정보가 될 수 있을 것 같음.</p> <p>(이현규) 최초라고 표현하되, 변경된 부분을 표시해 주면 인식할 수 있고, 새 상품이라는 의미는 기존 구매했던 고객이 재구매할 때 의미가 있는데 저런 부분을 포인트로 해주는 부분도 좋다고 생각함.</p> <p>(최난설현) 일부 색상 추가라는 사실을 화면 설명이나 쇼핑호스트 설명에 추가하는 등 내부 가이드 변경이 필요할 것으로 보임. 시청자들도 완벽한 새 구성임을 기대하는 것이 아니라 어떠한 점에서 새롭다는 것인지를 궁금해 하는 경우가 더 많을 것으로 보임으로, 새로이 추가되거나 변경된 부분에 대해서도 간단하게나마 안내를 하는 것이 적절할 것으로 보임</p> <p>(최윤정) 구성일부분이 바뀌는 것을 생방송 최초공개 라고 방송하는 것은 오인의 소재가 있어 보이고 과도한 표현인 것</p>	
--	--	--

	<p>같음. 그런 표현보다는 새로운 구성 최초공개 등으로 표현하면 무리가 없어 보임.</p>		
<p>시청자 불만사항</p>	<p>2. 시청자 의견 관련 : 다구성 상품 방송의 개선 요청</p> <p>(박진용) 기본 구성에 대해서 알려주시면 될 것 같음. 왜 굳이 계속 사람들이 알려달라고 하는가에는 GS가 베스트나 대용량을 밀고 싶은데 사람들이 베스트나 대용량이 탐탁치 않은 것, 예를들어 베스트라 했는데 너무 비싸다든지 대용량이 조금 더 소규모 사이즈였으면 좋겠는데 더 많은 걸 사라고 하니까 얘기하는 거 아닐까 하는 측면도 고려해 보아야 함</p> <p>(서인주) 기본 구성에 대한 정보가 없어서 이 구성에 대해 물어보는게 아니라, 이 구성 자체가 상품기획에 문제가 있는건 아닌가 하는 고민도 함께 해보아야 함.</p> <p>(고경신) 대용량, 마지막 구성 이걸 해야 잘 팔린다는 생각을 가지고 있는 것 같음. 대용량 구성도 많이 준다고 사지는 않을 것 같음, 품질과 색상, 디자인 이런 점에 강점을 두고 소구 포인트를 만드는 게 어떨까 싶음. 소비자는 많이, 싸게 주면 산다는 깊은 고정관념에서 다음 단계로 않을까 생각함</p> <p>(최순옥) 시청자 오인 부분들은 선택은 소비자가 하기 때문에 제대로 알려줄 부분은 알려줘야 함. 대용량 부분은 많이 준다고 사지는 않음, 너무 많으면 오히려 넣을 곳이 없음. 기본 구성을 물어보는 것은 많기 때문에 물어보는 경우도 있으므로 제대로 알려줘야 함</p> <p>(마경태) 마스크팩, 약품, 포장된 식품의 경우 수알만 정확하게 전달되면 그 양을 시청자들이 가늠할 수 있는데, 주방용품의 경우 눈으로 그 구성 양을 확인하는 과정이 필요하다고 생각됨.</p> <p>(김미경) 두 번째 안건은 트렌드를 잘 반영을 못한 것 같음.</p>	<p>다구성 상품의 경우 메인구성/주력 구성 상품에 대한 안내가 주로 이루어지기에 시청자의 다른 구성 안내에 대한 문의가 상당히 많이 들어오는 편임. 시청자위원의 개선 의견에 적극 공감 및 수용하여 차후 방송시부턴 최소 3회 이상 기본구성 등에 대한 안내를 추가하는 것으로 프로세스 변경 완료 하였음.</p> <p>[22.9. 조치완료]</p>	<p>8월</p>

	<p>1인가구, 2인가구가 많아지는 상황인데 대용량은 거의 선택하지 않음. 니즈가 반영이 안됐기 때문에 기본 구성 문의가 많은 것 같음. 이런 부분을 반영해서 구성하여야 함.</p> <p>(김정현) 대용량 할인에 대해 해당하는 부분은 똑같이 보여주면서 기본 구성 가격은 더 높여서 대용량이 싸다고 상대적으로 인지하게 되고, 대용량의 소비가 늘어날 수도 있음. 무조건 기본 구성 상품 감추는 게 아니라 노출시키면서 대용량이 더 싸다는 것을 강조하는 포인트도 생각해 봐야함.</p> <p>(이현규) 기본 구성 판매하는데 방송에 노출 안된다는 건 문제가 있다고 봄. 사후적으로 기본 구성이 궁금하다는 연락이 오면 문의한 고객에게 확인 가능한 링크 보내는 방법은 어떤지 생각해 봄.</p> <p>(최난설현) 시청자의 혼선이 있다면 기본 구성에 대한 설명을 먼저 하고 다구성 설명이 이루어질 필요가 있을 것으로 판단됨. 개인적으로 여태까지 접한 상품방송은 원래도 기본 구성에 대한 내용을 안내해주었던 것으로 기억하는데, 시청자 의견이 만약 반복 설명이 필요하다 취지라면, 일정 간격으로 기본 구성에 대한 내용이 자막 또는 쇼핑호스트 설명으로 부가되면 바람직 할 것으로 보임.</p> <p>(최윤정) 다구성 상품, 특히 주방용품의 경우 베스트/대용량 위주로 디스플레이를 하고 방송을 하는 경우가 많고 그보다 양이 적은 기본 구성의 경우 시청자들에게 공개하지 않는 경우가 종종 있음. 총 구성품을 다 펼쳐놓았을 때 어느정도 부피인지 소비자들에게 미리 영상으로 알려주는 것은 중요함. 따라서 베스트 대용량의 경우와 기본 구성인 경우 두 번 섹션을 나누어 구성해서 알려주는 것이 좋을 것으로 생각됨.</p>		
총 건수		2건	

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
방심위 조치 사항	<p>1. 방심위 조치사항 : 원료 수입 국내 제조상품에 대한 소비자 오인 여부</p> <p>(박진용) 직구 표현은 적절하지 않다고 생각함 직구라는 표현이 마케팅 효과가 있는지 판단해야 함 공급업체와 협의하는 과정에서 직구라는 단어 사용에 대해 결론을 조절해서 사용하는 게 아니고 방송상에서 즉흥적으로 표현된 거라면 자제해야 할 필요가 있을 것 같고, 상품기획 취지에 맞는 적절한 표현들이 있었을텐데 직구라는 표현을 사용한 게 아쉽다고 생각함 직구라는 단어 사용 시점을 생각해 보니 기간이 얼마되지 않았고, 소비자 입장에서 봤을 때 하나의 구매경로와 같음 직구라는 말을 썼던 게 과거로 돌아가 보면 원래는 수입제품들에 대한 공식 수입업체, 병행수입 이런 말을 많이 쓰다가 병행수입 하는 사람들도 사올 수 있는 거라면 플랫폼 제공이 되면 내가 직접 사지라는 생각을 하면서 직구를 할 수 있는 환경들이 되다 보니까 사람들이 직접 구매하게 되고 이걸 직구라고 한 것 같음. 직구라는 표현 자체가 하나의 구매 현상이고, 채널의 형태로 가고 있지만, 좋은 소구점이라고 생각하지는 않음. 세탁세제의 경우 수입할 때 물류 비용이 많이들텐데, 국내제조 제품이 훨씬 더 제품을 생산하고 운영하는데 효율적일수 있는데, 국내 제조를 필하면서 정품이라는 표시를 하면 좋을 것 같음</p> <p>(서인주) 지금 안하지만 과거 버드와이저 같은 경우도 OB맥주 국내 공장에서 생산해서 버드와이저 맥주를 판매했었고, 원료 문제를 집중해서 말하면 스카치 위스키가 해외에는 없는 브랜드인데, 한국사람들을 위해 만든 스카치 위스키 브랜드가 있는데, 이 제품도 결국에는 원래의 제품을 그대로 가져온 수입 제품은 아니고, 원료를 가지고 와서 국</p>	<p>상품의 영양성분 함량에 대해 안내하면서, 표시 기준은 명확하게 안내하거나 서로 다른 기준으로 특정 영양성분의 함량을 높게 또는 낮게 보일 우려가 있는 방송을 한 부분에 대해 시청자 오인 광고 여부에 대한 의견을 묻고 당사 방송 모니터링 진행하여 개선하고자 함 시청자위원들의 의견에 적극 공감하고 수용하여 유관 부서와 개선방안에 대해 확정 후 차기 회의 시 보고 드리겠음.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>내에서 생산해서 정품으로 포지션을 한 제품이지 않았을까 하는 차원에서 본다면 오인의 여지도 확실하게 없애고, 소구점도 상품기획 취지에 맞게 찾아나가면 좋을 것 같음.</p> <p>(김정현) 완제품을 가져와야 하는데, 원료를 가져와서 제조 공정이 되어있는 것을 직구라고 표현하면 리스크 있다고 생각함</p> <p>(마경태) 비누 표현에 집중해서 보면, 쇼핑호스트는 직구라는 단어가 시청자들에게 친숙하게 다가가기 위한 수단인 것 같음 직수입을 직구라고 해도 되는지, 정확한 표현은 아니지만 뜻이 잘 못 전달 될 것 같지는 않음.</p> <p>(김미경) 직구라는 말은 공식적인 용어는 아니고, 구매자 입장에서 쓰는 말이다. 프랑스 현지 생산이라는 표현을 써주는 게 정확한 표현이라고 생각함. 수입 업체들이 루트가 명확하지 않아서 숨기고 싶어함 용어적인 면에서도 정리가 필요함, 직구, 현지 생산, 정품이라는 표현에 대한 표현 시점 등을 내부적으로 정리할 필요는 있다고 생각함</p> <p>(최윤정) 방송에서 의견 진술로 받았는데, 수입 원료 함량이 4%만 들어가 있음. 프랑스에서는 세탁 세제는 없고 비누만 생산하는데, 비누 세제를 가져와서 한국에서만 세탁세제를 만든 것 같고, 다른 것들을 섞고, 원료는 4%밖에 안 들어가서 직구라는 표현이나 직수입 세제라는 표현을 사용하면 안 되는 상황인 것 같음</p> <p>(이현규) 직구를 하는 가장 큰 이유는 수입업자가 끼면 우리나라에 수입하면서 관세를 내야하고, 여러가지 추가 비용이 발생해서 가격이 비싸지는데, 직구는 훨씬 저렴한 가격으로 구매 가능한데, 직구라는 표현을 사용하면 문제가 있</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>지만, 직구와 같은 형태라고 표현하면 가능함.</p> <p>직구와 같은 형태라고 표현할 정도이면 원료에는 쓸 수 없는 거고, 비누에 대해서는 직구와 같은 형태라고 하면 가능할 것 같은데, 정말 직구 했을 때 가격 수준이 유사한 레벨이라면 직구와 같은 형태 표현은 사용 가능 하다고 생각함.</p> <p>(최난설헌)</p> <p>구성품 중 비누는 프랑스에서 원료와 제조를 한 완성품이고, 세제는 프랑스에서 원료를 수입해서 국내 제조한 상품이라는 설명을 넣어서 방송을 하면 아무 문제가 없을 것 같음. 독보적 기술력이라는 표현은 원료와 관련있는 것이 아니라, 그 뒤의 제조과정의 기술력을 칭하는 것으로 이해되는 만큼, 국내 제조사의 기술력이 뛰어나고 독보적이라면 사용해도 무방할 것으로 보임. 다만, 직구의 의미를 이해함에 있어 현재 비누의 경우에도 국내 수입/판매사를 통하여 이루어지고 있는 상황인만큼 적합한 용어는 아닌 것으로 보임</p> <p>(고경신)</p> <p>직구라는 표현 대신 셀링 포인트로 원료 수입해서 국내 기술력을 더해서 만들었다고 하면 될 거라고 생각함</p>				