

2022년 10월 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)				
	22.10.28	GS강서N타워	9/10	1	5	15	○		

o 회의 참석자 명단

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

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		
-	-	-	-	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 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 생각해보니 기간이 얼마되지 않았고, 소비자 입장에서 봤을 때 하나의 구매경로와 같음 직구라는 말을 썼던 게 과거로 돌아가 보면 원래는 수입제품들에 대한 공식수입업체, 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 위</p>	<p>프랑스의 비누 원료를 수입하여 만든 세제 세트를 판매하면서 세탁 세제는 국내제조, 미용비누는 프랑스 수입 구성임에도 '프랑스 직구'라고 표현한 방송에 대해 논의한 결과, 직구 표현이 적절치 않다 라는 의견에 공감하고 당사에서 방송 시 해당 표현은 금지하고, 원료의 소구 및 국내 제조를 명확히 하여 시청자 오인 없도록 적극 개선하여 방송될 수 있도록 가이드정립 완료하였음.</p> <p>계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠습니다.</p> <p>[22.10. 조치완료]</p>	9월

스키가 해외에는 없는 브랜드인데, 한국 사람들을 위해 만든 스카치 위스키 브랜드가 있는데, 이 제품도 결국에는 원래의 제품을 그대로 가져온 수입 제품은 아니고, 원료를 가지고 와서 국내에서 생산해서 정품으로 포지션을 한 제품이지 않았을까 하는 차원에서 본다면 오인의 여지도 확실하게 없애고, 소구점도 상품기획 취지에 맞게 찾아나가면 좋을 것 같음.

(김정현)

완제품을 가져와야 하는데, 원료를 가져와서 제조 공정이 되어있는 것을 직구라고 표현하면 리스크 있다고 생각함

(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 전달될 것 같지는 않음.

(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

(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 안들어가서 직구라는 표현이나 직수입 세제라는 표현을 사용하면 안 되는 상황인 것 같음

(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

<p>표현을 사용하면 문제가 있지만, 직구와 같은 형태라고 표현하면 가능함. 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) 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) 직구라는 표현 대신 셀링 포인트로 원료 수입해서 국내 기술력을 더해서 만들었다고 하면 될 거라고 생각함</p>	
<p>총 건수</p>	<p>1건</p>

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	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	정사강	•現 이화여대 커뮤니케이션미디어연구소 연구위원 •前 한국언론학회 총무이사	한국언론학회	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					
해촉	최윤정	•現 이화여자대학교 미디어학부 교수 •前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서	한국방송학회	언론관련 시민학술	
신규	정사강	•現 이화여대 커뮤니케이션미디어연구소 연구위원 •前 한국언론학회 총무이사	한국언론학회	언론관련 시민학술	

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
시청자 이슈사항	<p>1. 시청자 이슈사항 : 사회적 이슈로 인한 불매운동 관련</p> <p>(박진용) 이런 일이 일어나게 되면 제조사의 제품에 대한 불매 운동이 이루어지고, 한일 관계 안 좋아졌을 때 불매운동하고, 마케팅에서는 Consumer Boycott 등 언급이 되는데, 불매운동의 대상이 되는 제조사의 손해에 대해서는 관심이 많은데, 그 제품을 취급하는 소매업체나 그 제품을 납품하는 공급업체에 대한 이야기들은 간과되고 진행됨 만약에 너무 확산이 되어 취급하기 어려울 경우 여론에 밀려서 취급을 하지 않는다는 개념이 아니라 GS리테일이 갖고 있는 미션에 부합하지 않는다는 것이 내부적으로 내재되어야 하지 않는지 생각함</p> <p>(김정현) 리테일의 특성상 공급업체나 협력업체 등 이해관계자들의 이슈들 제조사 등의 업체들이 ESG와 S에 문제가 생겼을 때 어떻게 대응할지에 대해 갖춰놓고 접근해야 된다고 생각함. 여론에 떠밀려서 하는 방식이 아닌, 먼저 선제적으로 우리가 ESG 차원에서 S에 해당하는 부분은 부합하지 않기 때문에 해당 제품은 취급할 수 없겠다는 의사결정이 내재되어야 한다고 생각함</p> <p>(고경신) 1등 기업은 무조건 똑같은 일을 해도 먼저 지적받거나 소비자들의 반응이 큰데, 크게 받아들여지는 자체가 1등 기업이고, 지켜가야 하는 브랜드가 있기 때문인데, 이번 안건에 대해서 담당자 센스 부족이라고 생각함. 사고 3~4일 지났을 때 사고 충격에 불매운동 및 가맹점과 노동자들이 제과인에 등을 지러는 시기에 방송을 했다는 센스가 부족했다고 생각함.</p> <p>(서인주) 커뮤니케이션의 기본은 리스크 관리가 제일 우선인데, 예상할 수 있었을 것</p>	<p>불미스런 사회적 이슈로 인한 특정회사 제품의 불매운동 등과 관련, 당사의 판매상품 또한 방송 취소에 대한 민원이 증가하고 있는 상황임. 이와 같은 여론에 동참해야 하는지에 대한 시청자 입장에서의 의견을 묻고 반영하고자 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>같은데, 너무 바쁘게 편성해서 생각을 못 한 것 같기도 하고, SPC가 이미지가 좋은 기업도 아니고, 포켓몬 빵 인기가 많지만 조금 더 신중하게 일주일이라도 늦췄으면 어땠을지 생각함</p> <p>(최순옥) 대기업에서 이런 의식 없이 빵을 파는 건 문제 있고, GS리테일만의 철학이나 방향이나 기업 시민으로서 어떻게 할지 정립이 되어야 한다고 생각함</p> <p>(마경태) 사회적 이슈가 앞으로도 발생하는 것이고, 회사 내부에서 이런 이슈가 발생했을 때 기준을 가지고 접근해야 하고, 회사에서 어떤 가치를 갖고 이런 사건이 발생했을 때 어떤 입장을 취할 것인지에 대한 논의가 있어야 한다고 생각함. 이해관계자들에게 가는 피해가 있을 텐데 이런 부분은 어떤 식으로든 보상해줄 수 있는 방법은 마련해 줄 수 있지 않을까 생각함. 계약서 형태에 명시되면 좋겠지만 그렇지 않다면 어떤 식으로든 보상해줄 방안에 대한 논의가 필요함</p> <p>(김미경) SPC는 계열사가 워낙 많아서 일반 슈퍼에서 파는 빵은 점유율이 72%가 되고, 브랜드 제과 빵은 85% 되어있는데, 매년 가격을 올렸는데, 그런 부분을 지적하고, 별도의 재무제표에 대한 영업 이익으로 해야 하는데, 계열사가 많다 보니 연결 재무 하나는 이익성이 좋은데 상황에 따라 유리하게 사용하여 가격이 올랐다는 수법이 많음. 이런 부분에 대해서 기업 이미지도 안 좋아지기 때문에 GS리테일에서 이미지 제고나 고민을 할 필요가 있음</p> <p>(최난설현) 여러 가지 우려가 있지만 이미 계약이 존재하는 상황이라면 계약이 허용하는 범위에서 최대한 일자를 뒤로 조정하여 방송하되, 가능하다면 계약 자체는 존중해야 하지 않을까 생각함.</p> <p>(이현규) 시청자/소비자의 반응이 민감한 분야이므로 향후 계약서에 '방송에 지장을 주는 일정 사유의 발생시 치유할 수</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>없는 사유라면 계약 해지, 계약기간의 조정만으로도 해결할 수 있다면 계약기간의 조정 등이 이루어질 수 있다는 조항을 마련하는 것이 좋을 것 같음 (다만, 일방적인 계약해지 및 원상회복 의무의 과도한 부과는 타당하지 않음)</p> <p>(정사강) 위원들 의견에 동의함</p>				
시청자 이슈사항	<p>1. 시청자 이슈사항 : 방송 시연의 과장 오인성 여부</p> <p>(고경신) 계속 방송을 보고 있으면, 제품과 상관없이 시연을 시작하는데, 왜 하는지 의문이 생기는데, 채널을 돌리다가 시연 장면을 보면 채널을 멈추게 되는데, 순간적으로 실험을 했을 때 방문자 채널 돌아가는 수나 판매수가 올라가는지 아니라면 시연할 필요가 없다고 생각함</p> <p>(최순옥) 시연이 노화와 어떤 상관이 있는지 의문이 들었고, 옆에 시연은 해당 상품을 사용하면 많이 없어질 것 같다고 생각이 들 수 있을 것 같음 둘 다 오인 가능성이 있어 보임</p> <p>(박진용) 시연 문제에 대해서는 거부감 없이 봤고, 개인적으로는 구입에 대한 영향은 줄 것 같지는 않았으나 시청자들한테 오인되는 요소와 이 제품의 성능을 더 과장하는 듯한 느낌이 될 것 같으면 내부적으로 심의하는 과정에서 걸러질 수 있는데, 이런 시연 모습들은 소비자들이 알아서 잘 판단할 것 같음</p> <p>(김정현) 시연을 잘 해주시는 게 한국 홈쇼핑의 경쟁력이고, 그런 차원에서 시연이 풍부해지는 게 좋은데, 만약에 내부적으로 심의를 하는 과정에서 소비자들이 이런 시연에 대해서 어떻게 생각하느냐에 대한 평가는 해봐야 할 것 같음. 이거를 본 사람들의 반응에서 출발하는 게 어떤지</p> <p>(최난설현)</p>	<p>화장품 등 이미용 제품 판매 시 제품의 성분, 효능 효과 등의 간접 체험 위해 시연을 통해 시청자에게 전달하고 있는데, 이와 같은 시연 중 항산화 성분(글루타치온, 비타민C 등)을 보여주기 위해 요오드 용액을 사용하여 제품의 항산화성분을 보여주는 시연하고 있음. 단지, 직접적인 효과와는 연관이 없어 보이고, 기능적인 면에서 과장된 기능으로 보여지는지 여부에 대해 시청자 입장에서의 의견을 묻고 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>화면 내의 설명에서 요오드 실험의 목적을 제시하고 있으므로 문제는 되지 않을 것으로 보이나, 굳이 제품의 성능, 품질과 크게 관련이 없다면 유의미하지 않은 내용을 설명하는데 방송 시간을 할애할 필요가 없을 것으로 생각됨</p> <p>(서인주, 김미경, 마경태, 정사강, 이현규) 위원들 의견에 동의함</p>				