

2023년 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)				
	23.9.22	GS강서N타워	10/10	1	5	16	○		

o 회의 참석자 명단

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

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) :
배재성(전략부문장)
- 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 조치사항	<p>1. 방심위 조치 사항 : 정보프로그램 제작 관련</p> <p>(서인주) 정보를 주거나 광고성이 아닌 경우 식품명 정보 제공 정도는 괜찮다고 생각함. 제품명을 말하는 게 아니기 때문에 제품과 관련성이 있어 보이는 부분만 피하면 괜찮을 것 같음</p> <p>(최난설현) 예시가 차라고 되어 있는데, 상품일 수도 있다고 생각이 드는데, 대추, 생강, 양파 등 재료 성격에 집중해서 하면 가능하지 않을까 생각함 원재료에 포커스 맞추면 농산물 취지와도 맞을 수 있을 것 같음. 계절에 맞게 여름철 영양 등 겨울철, 봄철 등 각 계절별 제철, 어떤 시기에 뭐가 많이 나오는지 보관법 등의 정보 제공 방향으로 가면 좋을 것 같음</p> <p>(김미경) 농산물 제철 과일 관련해서 그 계절에 어떤 과일 먹으면 건강에 좋다는 정보 제공하는 정도는 소비자 입장에서는 생활백서처럼 생활에 도움이 될 만한 내용이라고 생각함 건강기능 식품 오인해서 건강식품과 제품과 관련되지 않게 농산물 관련된 정보는 괜찮다고 생각함</p> <p>(박진용) 프로그램 자체 목적이 분명해야 함. 예컨대 생각이 나오는 시기, 배추가 나오는 시기 등 자막으로 띄워서 목적을 써주는 것 제품 단위로 사업 취지, 순수한 취지 등</p>	<p>시청자 정보 프로그램의 제작 관련해서 상품 판매 방송에선 절대 금지하고 있는 일반 식품의 의약학적 효능효과를 인용하여 정보프로그램에서 언급한다면 시청자의 오인이 발생할 여지가 있을지에 대해 시청자위원들의 의견을 수렴한 결과, 정보프로그램이기에 시청자의 오인 소지는 없을 것으로 판단되나, 판매 제품과의 연관성, 인접한 상품판매 방송과의 연계 편성 여부 등 고려하여 편성 및 제작하라는 의견에 적극 공감하고 수용하여 시청자의 오인 없도록 정보 전달만을 목적으로 하는 정보프로그램 제작하도록 유관부서에 안내 완료 하였음.</p> <p>계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠음.</p> <p>[23.9 조치완료]</p>	8월

정보만 제공하는 게 아닌 이 프로그램의 시리즈가 왜 나오는지 설명해 주는 게 좋음

(마경태)

효과가 지나치게 방송에 대한 심의 규정은 적용되지는 않지만 방송 잣대가 적용돼서 효능 효과가 단정적으로 부각되지 않아야 한다는 점
방송과 광고의 경계가 불분명하다는 점
효과 효능과 관련된 부분은 애매함
대추차 등은 특정 상품과 특정되기가 쉽지 않은데, 성분이 점점 좁혀질수록 특정 상품이 몸에 좋다고 하게 된다면 이 부분이 애매하고 주의해야 할 부분

(최순옥)

소비자 입장에서 정보 제공 자체는 좋은 것 같아서 해줘도 좋을 것 같음

(정사강)

생활정보 프로그램은 지상파에서 하고 있는 프로그램과 유사한 것 같은데, 거기서도 의학 정보도 다루고, 요리하는 분도 나와서 보여주는데, 이 정도 선에는 괜찮을 것 같음
일반 식품 범위가 넓은데, 범위가 축소하거나 버섯 중에서 잘 못 보던 특정 버섯을 보여주는 정보 등은 문제될 것 같음

(심재웅)

대추는 무조건 감기에 좋다거나 생강은 강한데 위에 염증 있는 사람한테는 안 좋을 수 있듯이, 대추는 누구나 좋다고 생각하지만 마지막에 어떤 주의가 필요하다는 코멘트 달면 좋을 것 같음

(고경신)

의약학적 효능효과에 대해서는, 예시로 보여주신 '건강차 5가지' 수준이라면 시청자 입장에서 큰 거부감은 없으리라 판단됨.

다만, 너무 식상하거나 수준이 낮은 정보가 되지 않도록 유의하면 좋겠음.

건강 이슈 관련 TV 방송들이 넘쳐나고 있으니 새롭고 깊이 있는 소재와 정보 이길 희망해 봄.

또한, 한국 농산물 유통공사의 자료를 인용하시는 것처럼 관련 출처 혹은 전문가 의견을 분명히 해준다면 시청자 신뢰는 높아질 것으로 생각함.

	<p>(이현규) 상품판매를 위한 방송 내용이 아니라, 공익 목적의 방송프로그램으로 한국 농산물유통공사의 자료를 인용하여 설명하는 내용이라면 시청자의 오인 가능성은 낮아 보임. 다만, 해당 프로그램 편성 전후에 유사한 제품군(가령, 생강차에 대한 효능을 설명하고 2~3시간 내 인접한 방송에서 생강차와 유사한 제품을 판매하는 경우 등)을 편성한다면 방송사와 연계편성 이슈와 같이 의도에 대한 오해를 받을 우려도 있어 보이므로, 편성 전후의 상품에의 영향 가능성도 고려하여 방송할 필요가 있어 보임.</p>		
총 건수	1건		

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청 내용	조치 내용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2023.1 ~ 2023.12)

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	담당여부
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	최난설현	•現 연세대 법학전문대학원 교수 •現 유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
부위원장	심재웅	•現 숙명여대 미디어학부 교수 •前 한국방송학회 총무이사	한국방송학회	언론관련 시민학술	
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					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방 심 위 조치사항	<p>1. 방심위 조치 사항 : 일반식품의 표 시광고 오인 여부</p> <p>(박진웅) 마케팅적 함의를 보면, 스카치 위스키 의 경우도 블랜딩할 때 가장 낮은 연 식의 원액을 기준으로 함. 스카치 위스키 업체들도 이러한 강한 룰에 불만을 갖지만 이를 준수하는 것 이 장기적으로 자신들에게 이익이 된 다고 받아들이고 있음. 다른 대안으로 NAS 방법으로 이를 극복해 나가는데 대표적인 사례가 Macallan임. NAS 방법을 사용하여 연식을 표시하 는 것과는 다른 방법으로 그레이딩을 브랜드화 하는 것임. 인근 예로 조니워커가 레드, 블랙, 그 린, 골드, 블루의 방법을 쓰는 것임. 결론적으로 연식을 설명하는 소구보 다 다양한 소구 방법을 개발하여 오인 의 문제에 민감한 수치의 문제를 해결 하는게 나아보임.</p> <p>(최순옥) 발사믹식초는 포도원액으로 만들어져 야 하는 것이고 첨가물이 없어야 한다 고 함. 그래서 가격이 매우 높기 때문 에 식초를 첨가한다고 되어 있음 하지만, 발사믹식초에 대해 잘 알고 있는 시청자라면 포도원액으로 생각할 수 있을 것 같다는 생각이 듦. 판매방송 시 눈에 띄도록 자막을 넣 고, 충분한 설명이 필요할 것으로 생각 이 됨. 식약처에서 사용가능하다고 하였으니, 표기는 하여도 될 것 이라 판단됨..</p> <p>(심재웅) 모데나 발사믹 식초 12년산은 12년 숙성시킨 포도원액 65%에 와인 식초 가 35% 첨가된 상품임. 엄밀하게 볼 때 '12년'은 포도 원액 65%에만 해당 하는 내용임. 제조국인 이탈리아에서는 이렇게 와인 식초가 함유된 경우는 12 년이라는 숙성기간을 표시하지 못하게</p>	<p>이탈리아 수입 발사믹 식초 제품을 판 매하면서 '모데나 12년산 발사믹 식초' 라고 표시 광고함</p> <p>해당 상품은 이탈리아 규정에선 숙성 기간 표시 불가하다라 되어 있으나, 국 내 식약처에선 사용 가능하다라는 답변 을 받은 상황임</p> <p>모데나 12년산 이란 표현이,제품 전체 가 12년 숙성된 포도 원액으로 시청자 의 오인이 발생할 여지가 있을지에 대 해 시청자위원들의 의견을 구하고 차후 방송에 적용하고자 함</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>하고 있음. 이것은 이 상품에 대한 시청자의 오인을 막음으로써 소비자를 보호하기 위한 차원으로 해석할 수 있음.</p> <p>국내에서는 어떤 이유로 12년산이라는 표현을 사용할 수 있다고 답변했는지는 모르겠지만, 오인으로 인한 소비자 피해가 급증하는 상황에서 잘못된 판단이라고 생각함. 이와 유사한 사례가 100% 오렌지 주스라는 표기 문제라고 할 수 있음. 100%라고 표시되어 있지만 오렌지 농축액에 물을 섞고 각종 첨가제를 넣고 있음. 많은 소비자들이 실제로 100% 오렌지 주스는 100% 생오렌지를 갈아 만든 것으로 잘못 생각하고 있음. 여기에 대해서도 식약처는 오렌지를 짜낸 과즙이 있으면 '오렌지100%'로 표기할 수 있도록 하고 있음.</p> <p>소비자의 알권리를 충족시키고 올바른 소비를 유도하며 상품 판매에서의 최소한의 윤리 차원에서 모데나 12년산이라는 표현은 사용하지 않는 것이 옳다고 생각함.</p> <p>(고경신) 모데나 12년산' 이란 표현이, 제품 전체가 12년 숙성된 포도 원액으로 오인할 여지가 대다수의 시청자에게 있어 보임. . 이 표현이, '모데나 (지역의 포도로만 오크통 숙성의 전통 방식으로 만든) 12년 (숙성한 전통 발사믹 식초)로 이해되기 때문임. 따라서, 제품 판매 방송을 할 때, '모데나 12년산'이란 표현과 함께 발사믹에 대한 추가 정보 전달이 필요해 보임.</p> <p>(서인주) 이탈리아 규정에는 어긋나지만 국내에서 사용가능하다 라는 인정을 받았다면 국내시장에서 판매하는 경우 이러한 표시에는 무리가 없어보임. 다만, 소비자에게 정확한 정보를 제공하는 차원에서 '모데나 12년산 발사믹 식초(IGP방식)' 정도로 표시해도 좋을 듯함. IGP표시는 이탈리제도라는 것을 확인 해주면서 본 발사믹식초에 와인식초가 혼합되어 있다는 것을 나타내는 중요한 정보이기때문에 표시하는 것이 정</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>보의 신뢰성과 소비자의 믿음을 높이는 데도 도움이 될 것으로 판단됨.</p> <p>또한 방송시 소비자가 포도원액 65% 함유, 와인식초 35% 함유 내용을 인식할 수 있도록 쇼호스트의 설명과 자막이 같이 나간다면 괜찮을 거 같음,</p> <p>IGP 방식 중에는 숙성기간도 12년으로 길고(2달부터 최대 12년), 포도 원액 함유 비율도 높은 편이어서 이러한 내용을 제시하면 판매에도 도움이 될 듯함</p> <p>(이현규) 국내 식약처 규정을 준수하더라도, 시청자의 오인 가능성이 존재할 것으로 보임. 이탈리아 규정이 국내 적용되지 않는다고 하여도, 제품을 실제 구매하는 소비층은 관련 규정을 잘 알고 있을 가능성이 있어 보임. 이 경우 해당 기재에 대한 오인으로 인한 불만 발생 가능성도 있어 보임. "발사믹 식초 12년산"의 오인 가능성 있는 기재보다는 정확한 기재(가령 "12년산 포도 원액으로 제조한 발사믹 식초" 등) 방안에 대해 고민 필요</p> <p>(마경태) 모데나 "12년산" 표현은 제품 전체 원료가 12년 숙성된 제품으로 오인할 가능성이 있어 보임. 숙성 연수가 표시되는 가장 대표적인 상품이 위스키인데, 여러 원액이 섞인 위스키의 경우 원액 중에 가장 어린 연수를 기준으로 기재함. 이는 고객으로 하여금 제품에 대하여 실제 품질보다 더 높은 품질의 제품으로 오인하지 않도록 방지하기 위한 취지가 반영되어 있음. 비록 업체가 식약처로부터 12년산 표현을 사용할 수 있다고 의견을 받았더라도, 그 기준이 '상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정'에도 동일하게 적용된다고 보기는 어려움. 따라서 방송에서 상품명 자체는 그대로 표시하되, 포도 원액 외에 12년 숙성이 이루어지지 않은 와인 식초 35%가 첨가되었다는 점을 명시해야 할 것으로 보임.</p> <p>(정사강) '모데나 12년산'이라는 표현이 사용되었을 때, 시청자들이 12년 숙성된 포도 원액으로 오인할 수 있을 가능성은 충분히 있어 보임. 국내 식약처에서는</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>사용 가능하다고 답변을 하였더라도 DOP라벨과 IGP라벨에 대한 차이점에 대한 별도의 설명 등이 제시되고 해당 제품이 어떤 분류군에 속하는지 등에 대한 설명이 이루어져야 시청자들이 구매하는 데 있어서 정확한 정보를 전달받았다고 볼 수 있지 않을까 생각됨.</p> <p>(김미경) 원산지인 이탈리아 규정에 따라 'IGP' 라벨을 부착한 제품의 경우에는 '숙성 기간'을 표기할 수 없고, 'DOP' 라벨을 부착한 경우에만 숙성 기간을 표기할 수 있도록 되어있음. 이탈리아 규정에선 숙성기간 표시가 불가하더라도 국내 식품의약품안전처에서는 사용 가능하다는 답변을 받았다 하더라도 방송할 때 어떤 부분을 중점적으로 강조했는지가 중요할 것 같음. 관련된 내용을 찾아보니 '모데나 발사믹 12년산'은 제조과정에서 포도원액에 와인식초 등을 첨가해 숙성기간을 단축시킨 IGP 방식으로 만든 대중적 모데나 발사믹 식초 제품이라고 함 이런 제조 과정보다는 해당상품이 12년 숙성된 것처럼 표현하는 것은 시청자, 소비자를 오인케 하는 요인이 있는 것으로 생각됨. 법률적인 부분에서는 해당 방송이 위법이 아닐 수도 있지만 소비자 입장에서 허위, 과장 방송이라고 생각됨.</p> <p>(최난설헌) 식약처에서 사전에 12년산 표현이 가능한 것으로 통보받았기 때문에 '12년산'이라는 내용을 방송에서 내보내도 큰 문제가 없을 것으로 보임. 다만, 발사믹 식초가 아직 대중적인 상품은 아니기 때문에, 상품설명을 조금 더 상세하게 '모데나 12년산 발사믹 식초'는 "12년 숙성시킨 포도 원액 65%에 와인 식초 35%를 첨가"한 제품이며, 따라서 포도원액의 비중이 크고, 포도원액의 퀄리티와 깊이가 중요하다는 표현을 하면 오인의 가능성을 최대한 줄일 수 있을 것 같음.</p>				