

2025년 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)				
	25.9.26	강서N타워	10/10	1	6	17	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 심재웅, 정사강, 김미경, 신영수, 서현선
서인주, 최정혜, 마경태, 한명삼, 이현규

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급) :
허남준(사업지원부문장)
- 경영진 외 : 이준호(심의팀장), 오주연(부장), 남효주(매니저)
채호석(방송사업지원팀장), 오세영(부장), 배소희(매니저)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	10	10	-	10

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	10	-	-	10

* 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 이슈 사항 : 여행 가방 시연 장면 검토</p> <p>서인주 이번 안건은 이전 방송에서 쇼핑호스트가 여행 가방 캐리어 방송에서 자그마한 아이가 들어간다는 설명함. 그 이유를 나중에 다시 물어보니까 고객 리뷰 보고 방송 멘트를 구성했다고 했음. 일단, 그 일 이후 방송이고 한번 보시고 다시 설명해 드리겠음. 쇼핑호스트가 참고했던 고객 리뷰는 이랬음. '아, 이렇게 설명하면 사이즈를 설명하기 좋겠다.'라는 생각을 하고 멘트를 한 것 같음. 심의 지적 이후로는 이런 멘트는 안 하고 쇼핑호스트 본인이 대신 들어가는 걸로 하긴 했음.</p> <p>한명삼 아이가 들어가는 것은 문제가 분명히 있어 보임. 사실, 캐리어를 구매할 때 가장 난감한 게 저 사이즈가 어느 정도 인지 잘 모름. 계속 몇 인치라고는 나오지만 사실 잘 안 보여서 그나마 방송은 저렇게 '무릎 위로 이렇게 올라오는구나.' 이런 걸로 가늠은 한데 사실 그런 설명을 하기 위해서 자그마한 아이가 들어간다고 한 것 같음.</p> <p>이현규 동일한 의견임. 사건, 사고 이런 것과 관련되어 있기 때문에 아이가 들어가는 것은 우려스러움.</p> <p>심재웅 의견 비슷함. 아이가 들어가는 것은 문제가 좀 있어 보임. 그리고 쇼핑 호스트가 마치 연출을 안 한 것처럼 하는 행동들이 웃겼음.</p>	<p>여행 가방(캐리어) 판매 방송에서 쇼핑호스트가 크기를 설명하는 과정 중 "고객님, 여기 자그마한 아이 들어 갑니다" 라고 멘트를 사용했고, 이에 시청자 민원 1건 발생함. (범죄 연상 우려) 해당 쇼핑 호스트는 기존 고객 리뷰를 인용하여 방송 멘트를 구성했다고 설명했고, 이후 동일 상품을 방송할 때는 성인 남성 쇼핑 호스트가 직접 캐리어에 들어가 크기를 설명하는 장면을 방송하였음. 이 방송 내용에 대해 이 정도 수준의 표현은 적절한지, 또한 심의규정 위반에 해당할지 논의해 본 결과, - 해당 방송 시연 자체만으로는 규정 위반이나 가이드 위반 사항으로는 보이지 않지만, 범죄 연상 우려가 있고, 가방 판매의 목적에 맞는 시연으로는 보이지 않는다 - 위원회 의견을 수렴하여 제작부서에 전달하였고, 차후 해당 방송시연은 금지하는 것으로 협의 완료 하였음. 계속 모니터링하고 개선하여 시청자 불편함 없도록 주의하겠음</p> <p>[25. 9 조치완료]</p>	8월

오세영

민원이 발생한 건이기 때문에 심의 가이드를 더 보완하는 차원에서 해당 방송도 좀 위험해 보이지 않을까라는 거에 대한 논의를 해보고 외부 가이드에 반영을 해서 공지를 하려고 함.

서인주

저도 저 멘트가 있나 싶었는데 안건 파일에는 없었음.

오주연

해당 방송이 몇 개월 전이라 영상이 남아있지 않았음.

서인주

앞뒤 맥락을 보고 괜찮을 수도 있을 것 같음. 이것만 딱 보면 처음에는 범죄를 연상을 못했다가 안건을 보고 이렇게 써있으니까 아이가 들어간다는 그런 말을 조심해야 된다는 생각이 그때 비로소 들긴 했음. 막상 보시는 분들은 불편하실 수 있다는 생각이 들고, 지금 보여주신 화면은 별로 문제가 없는 것 같음. 자연스럽게 흘러갔음.

서현선

아이가 들어간다는 멘트는 확실히 범죄가 떠오르기 시작하면 확 드실 것 같음. 그런데 사실 이분도 크게 문제없을 것 같다고 생각했던 게 릴스나 이런 걸 많이 보면 강아지나 고양이가 들어가고, 애기들도 자기가 들어가고 이런 게 되게 많이 나옴. 별 문제는 없었다고 생각을 했었을 것 같음.

최정혜

영상 보면서 문제가 될 것 같지는 않지만 별로 달갑지 않은 장면이었음. 평소 웬만하면 다 그럴 수도 있지 하는데 굳이 저렇게 연출을 할 게 있냐는 생각임. 왜냐하면, 말씀하신 것처럼 동물이나 애기들이 자기 짐 들고 와서 같이 데려가라고 하는 귀여운 장면이 연상이 됨. 근데 딱 이 성인 쇼핑 호스트가 들어가셨을 때 대체 사이즈가 가늠이 됐을지. 일단은 판매 측면에서 엄청 매력적으로 소구되지도 않는데 굳이 저렇게 표현을 하셔야 되나... 이거는 소비자로서 약간 한 걸음 더 가셨다는 느낌이 들었음. 그래서 왜 저런 민원이 나왔는지 나중에 자료를 보고 또 약간 납득이 됐음. 저렇게 볼 수도 있겠다. 그래서 그 의견이 있고.

두 번째로는 요즘에 사람들이 '도파민 중독' 이런 거 좋아함. 근데 도파민 중독 좋아하시는 분들이 범죄형을 되게 좋아하심. 그분들이 충분히 연상 가능할 수도 있지 않을까? 생각이 듬. 왜냐하면, 이렇게 자꾸 뉴스에서 트렁크가 발견이 됐다 이런 게 있는데, 굳이 성인 남성이 들어가야 했나... 그러니까 도파민을 좋아하시는 분들에게 아주 쉽게 연상이 되는 장면을 연출하실 필요가 있나. 하는 걸 조금 극단적인 의견이 들었음. 저만 해도 '아니 전혀 재미있지 않고 전혀 귀엽지 않으신데, 왜 직접 가셨을까?' 라는 생각이 듬. 차라리 사람들이 귀여운 거에 대한 본능적으로 끌리지 않음? 근데 이렇게 귀여운 거를 차라리 넣어서 연출하셨으면 훨씬 귀여웠을 것 같은데, 지금보다 훨씬 재미있고 귀여웠을 것 같음.

한명삼

저는 이 남성분이 키가 얼마나 되는지, 몸무게가 얼마나 되는지 모르는 상태에서 의문을 가짐. 솔직히 약간 저는 가우뚱하게 됐음. 제일 중요한 포인트는 진짜 판매에 도움이 되지 않나 굳이 저런 설명으로 그랬을지 놀랐음.

김미경

보통 이렇게 애기나 동물이 들어가면 사람들이 본능적으로 끌리는 포인트인데 이렇게 키를 알 수 없는 성인 남성분은 과연 이 장면을 본다고 해서 사이즈를 고객들이 추측할 수 있을 거란 느낌은 안 들었음. 적어도 사이즈를 알 수가 없는 건 맞지 않나. 예전에 통아저씨 느낌과 비슷하지 않나.

심재용

리뷰는 괜찮은데 굳이 방송에서까지 연출하실 필요가 있었나. 차라리 애기가 들어가면 사이즈를 가늠할 수 있는데, 성인 남자가 들어가니까 사이즈를 또 가늠할 수 없음. 앉았을 때 안이 넓다는 걸 설명을 하시려고 하는 건지... 그런데 오히려 보면서 놀랐던 점 하나는 그분이 앉았을 때, 힘을 주고 계시긴 했지만 이렇게 기대신 게 보여서 오히려 튼튼하다는 느낌을 받았음. 크다 보다는 튼튼하네? 오히려 그 느낌은 받았음. 사이즈가 크다는 것을 소비자들한테 전달이 잘 안됐을 것 같음.

정사강

이 방송은 해당 민원 방송 이후에 나온 것이니 나름 그런 요소를 빼고 본인이 들어간 의도는 맥락에서는 너무 중요할 것 같음. 그러니까 누군가 아이가 자기도 데려가 달라고 자발적으로 들어간 이미지를 올린 것인지 아니면 이런 상자 같은 걸 좋아하는 고양이들이 놀고 싶어서 들어가 있는 걸 보여주는 건지 아니면 사람이 들어갈 수 있다는 걸 강조를 해서 아까 교수님 말씀하신 것처럼 트렁크에 사람이 들어가는 걸 우리가 발견할 일은 범죄 말고는 없을 것 같긴 함.

이현규

그리고 저는 그 영상 보면서 생각을 했던 건 저렇게 사람이 들어가서 사이즈를 보여주는데 그 외에 다른 방법으로 크다는 걸 보여줄 수 있는 방법을 여기서 마련할 수 있으면 좋을 것 같음. 왜냐하면, 사람들이 맨날 크다 그러면 사람이 들어갈 수 있는 사이즈 이런 식으로 얘기할 때도 있음. 그 맥락은 이해가 되긴 했음. 다른 교수님들이 의견 주신 것처럼 이 쇼핑 호스트 분이 엄청 강조하시는 것 같음.

마경태

지금 이 맥락이 아니라는 걸 얘기하고 싶은 것임. 이게 사전 연출이 된 게 아니고 너무 커서 좋은데 이런 거를 화면에 잘 안 잡히기 때문에 구현을 하려고 했던 것 같음.

다른 의견들도 다 동의함. 범죄 부분도 그렇고 아이들이 따라할 수 있겠다는 의견도. 그것보다 더 깊은 생각도 듬. 이제 방송 보니까 저 제품의 장점은 그것보다 높은 게 이걸 것 같음. 큰 거보다 아까 남성 쇼핑호스트가 들어갔을 때 뭐 1.5L 병을 넣고 이 높이도 다 커버한다든지 그러면 되게 친숙한 물건이 들어가는 거, 생소한 물건보다 그런 게 커버되는 양을 보여주는 게 좋겠다는 생각이 듬. 그러니까 귀여운 아이가 들어가면 사실 저는 그게 더 조금 걱정될 것 같음. 엄마 입장에서 막 고양이나, 강아지 동생이랑 넣고 닫는다든지 이런 걱정도 없지 않아 있어서 사람이 들어가는 게 엄청 좋은 방법이라고는 생각되지 않음. 근데 저는 아까 그 영상에서는 유쾌한 분위기로 연출하셔서 사실 범죄가 연상되지는 않았던 것 같음.

서현선

네, 그렇지만 효과를 위해서는 다른 으
로 보여줄 수 있는 것이 더 효과적이시
지 않을까? 그런 생각은 듬. 실제로 보
시는 만큼 대부분은 강아지나 아기들이
들어간 리뷰나 이런 거는 당연히 귀여
우니까 용인을 했는데 공중 방송에서는
저는 옳지 않다고 생각을 함. 맥락상은
특별히 저는 그게 범죄라기보다는 이래
도 되나? 이런 생각이 들었음. 잘 모르
겠다는 느낌임.

최정혜

크기를 좀 정확하게 하는 게 좋을 것
같음. 물론 사전에 준비를 해서 뭔가 크
기를 비교할 수 있는 물건을 주면 정말
베스트였겠지만, 그렇지 못한 상황에서
쇼핑호스트들도 나름 애를 쓰고 있다는
생각도 들고 또 저렇게 해서 지금은 조
금 문제가 될 소지가 생겼지만 저렇게
해서 잘 된 경우도 있을 거란 말임. 그
래서 좀 쇼핑 호스트분들한테 자유를
좀 어느 정도 좀 보장해 줘야 되지 않
을까? 그러니까 위반까지는 안 할 것
같고, 그냥 약간 이런 사람들이 나올 수
있다. 그 불편함을 주는 사람들도 소수
존재할 수 있다는 것임. 그러니까 크게
위반이나 이렇게까지는 아닌 걸로 보여
지나, 굳이? 약간? 이런 느낌임. 그리고
요 장면이 차지하는 시간이 꽤 되는데
시간을 다르게 활용 하면 매력적인 포
인트가 어필이 될 수 있게 쓸 수 있을
것 같음. 그냥 방송 시간이 소기의 목적
을 달성하는 데 그렇게 도움이 되지 않
는 장면이 노출되었다는 게 아쉬운 부
분인 것 같음.

정사강

리뷰를 빼달라고 요청이 가능한가 봐
요. 고객님마다 좋게 재밌고 유쾌하게
보시는 고객님도 계시지만 지금 이런
건처럼 너무 무섭다 어떻게 쇼핑호스트
가 저렇게 할 수 있냐. 이렇게 반응하시
는 분들도 있구나.

한명삼

실제 보내주신 자료 영상에서 쇼핑 호
스트 설명에 "고객님, 여기 자그마한 아
이 들어갑니다"라는 멘트는 없는 것 같
음. 아마 다른 장면에서 그렇게 설명한
것 같음.

그 장면 앞뒤로 어떤 상황에서 연결됐
는지는 잘 모르겠지만,
"고객님, 여기 자그마한 아이 들어합니
다"라는 멘트만 봤을 때는 가방 크기가

크다는 것을 어필하기 위한 표현으로 볼 수 있기 때문에 강한 거부감이 들거나 범죄 연상이 직접적으로 들지 않았던 것 같음.

이 정도 수준의 표현은 심의규정 위반에 해당되지 않을 것 같음.

다만, 가방 크기가 여유롭고 크다는 표현으로 이런 표현(자그마한 아이 들어갑니다)을 사용할 수 밖에 없었을까 하는 아쉬움은 있어보임.

어떤 사람에게는 이 멘트가 의식하지 못하고 있었던 과거 영화에서의 한 장면(아이를 유괴하거나 탈출하는 등)이 떠오르거나 범죄와 연관된 이미지를 생산해낼 수도 있다는 것을 완전히 배재하지 못할 것 같음.

가방의 용도는 짐을 넣고 이동하는 것이지 사람이 들어가 있는 곳이 아니기 때문에 비유가 아주 좋았던 것은 아닌 것 같음.

오주연

그래서 아이가 들어간 사진을 올려주신 고개님께 따로 연락을 드려서 해당 사진만 좀 내려주실 수 있는지 부탁 드렸음. 쇼핑 호스트 분들이 리뷰 내용을 읽고 참고를 해서 멘트를 하는 경우도 있음. 어떤 고객님은 이런 게 좋으셨대요, 이렇게도 사용해보셨대요. 라고 얘기하시면서 설명에 더 살을 더 붙이는 방식임.

서인주

이제 아무래도 불편하신 고객님들도 계시니까 그런 부분은 최대한 주의하는 것이 좋겠음. 저 쇼핑호스트 분은 본인에게 민원 제기된 거를 인지하신 상황에서 촬영한 건지?

오주연

아님. 다른 분임.

서현선

아무래도 60분 동안 똑같은 캐리어를 판매 하는데 앞부분과 뒷부분을 계속 바뀌가면서 해야 되니까. 그런 장면이 연출 된 것은 아닌지.

김미경

여기 앞 화면에 옆에 문구가 쓰여있는데. '오프라인에서 최고가 라인 밑에 현시점 기준 최고' 이렇게 써있음. 이렇게 되나?

<p>오주연 맞음. '현시점 기준 최고'에서 현시점이 단서임. 해당 라인이 현재 시점 기준 제일 최고 좋은 라인이라는 표현임.</p> <p>신영수 아까 그 고객 리뷰에 있는 사진을 내려달라고 했었지 않나. 고객이 올린 사진 때문에 약간 문제가 됐던 게 있나?</p> <p>오주연 이번이 조금 특이한 케이스. 웬만하면 사진을 내려달라거나 따로 요청하지는 않는데 아무래도 조금 범죄 연상이 된다는 주제였기 때문에 요청 드렸던 것임.</p> <p>이현규 아이가 들어갈 수 있다는 표현은 적절하지는 않아 보임. 제품의 사용 용도에 맞게 설명하는 것이 적절해 보이고, (범죄 연상까지는 아니더라도) 아이가 가방 안에 들어가는 상황을 상상하게 만드는 것에서 시청자가 불쾌감이나 혐오감을 느낄 가능성이 있어 보임.</p> <p>신영수 여기 나오는 거랑 또 좀 다른 문제이긴 한데 표시광고적으로도 사실 거기 나온 자체도 광고성을 보기도 함.</p> <p>심재용 개인적으로 더 끔찍한 상상을 했음. 아까 전에 지퍼를 더 열고 이런 장면에서 아, 그냥 넘으면 안 들어가는구나 라고 생각함. 요새 범죄드라마를 보고 있어가지고</p> <p>최정혜 우리가 저 용도로 쓰는 게 아닌데. 도파민 중독이 얼마나 무서운지.</p> <p>신영수 말씀하시니까 사실 그렇게 가방에 들어가는 장면들이 영상으로 볼 때는 반감이 없었는데 사진으로 보니까 어? 저도 이랬음. 영상은 얘기가 이렇게 와서 들어가고 웃는 표정도 잡힘. 그런데 들어가 있는 사진만 보니까는 진짜 저는 범죄 드라마를 안 보고 있어도 어제 들었던 뉴스가 떠올랐음. 이게 사실 별 게 아닐 수도 있는데, 요즘 드라마에도 이런 장면들이 너무 많이 나와서 자극적임</p>	
<p>총 건수</p>	<p>11건</p>

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2025.1 ~ 2025.12)

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 : '23. 09~ '25.09.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	서인주	•現 상명대 경제금융학부 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자학회	소비자보호단체	
부위원장	김미경	•現 한국부인회총본부 사무총장 •現 대한화장품협회 광고심의위원	한국부인회총본부	소비자보호단체	
위원	심재웅	•現 숙명여대 미디어학부 교수 •前 한국방송학회 총무이사	한국방송학회	언론관련 시민학술	
위원	정사강	•現 건국대 신문방송학과 교수 •前 한국언론학회 총무이사	한국언론학회	언론관련 시민학술	
위원	이현규	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	마경태	•現 법무법인 김&장 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	최정혜	•現 연세대 경영학부 교수 •現 한국유통학회 이사	한국유통학회	유통단체	
위원	신영수	•現 경북대 법과대학 교수 •現 한국유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
위원	한명삼	•現 기아대책 행복한나눔 본부장 •現 사단법인 로템복지회 감사	기아대책 행복한나눔	사회소외계층	
위원	서현선	•現 한양대 사회혁신융합전공 겸임교수 •現 사교육걱정없는세상 이사	사교육걱정없는세상	학부모단체	
변 동 사 항					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
의견제시 기타 (10건)	<p>1. 방심위 이슈 사항 : 경품의 제세공과금 부과 이슈</p> <p>서인주 일단 소비자입장에서 경품은 아주 고가 (애매하지만 자동차, 냉장고... 등)가 아닌 이상 자부담(제세공과금이라 할지라도)이 있다는 생각은 안하고 공짜라고만 생각하는게 일반적인것 같음. 하지만 사전에 제공조건, 제공기간, 제공내용을 구체적으로 명시하였고, 실제 정상가 기준으로 과세가 이루어졌으므로 기만행위로 보이지는 않음. 다만 35,900원에 판매되었다는 점이 사실이라면 (협력사 실수라지만) 소비자 입장에서는 억울할 수 있음. 이런 점에서 방송시 경품가액은 정상가 기준이며, 제세공과금은 정상가를 기준으로 산출된다는 점을 소비자가 인지할 수 있도록 현재 자막보다 좀더 구체적으로 명시할 필요가 있어 보임. 자막이나 멘트로 '실제 판매가와 무관하게 정상가 기준으로 제세공과금이 부과됨'을 안내하여 추후 비슷한 민원의 발생을 사전에 예방하는 것이 좋을 듯 함.</p> <p>한명삼 자료를 보면 충분히 고객 입장에서 봤을때 컴플레인을 걸 수 있는 상황인 것 같음. 정황상 건강기능식품을 추첨으로 받게 되었는데 제세공과금을 고객이 부담해야한다는 것을 사전에 인지하지 못한 상태였던 것 같고, 게다가 본인 부담해야하는 제세공과금보다 동일 상품이 협력사에서 더 저렴하게 판매되는 상황을 인지하였을 경우 기만으로 느낄 수 있는 상황이었다고 보여짐. 다만 협력사 담당자의 가격 입력 실수로 원복된 상태라는 것이기 때문에 해명은 가능할 것 같기는 함. 근본적으로 이벤트 추첨 상품을 받을 경우 제세공과금 22%를 본인이 납부</p>	<p>피부 관리기 판매 방송에서 경품으로 건강기능식품(정가 198,000원)을 추첨하여 제공하였으며, 당첨 고객은 제세공과금 22%(43,560원)를 납부해야 수령이 가능함.</p> <p>그러나 협력사에서 동일 상품이 35,900원에 판매되는 상황이 확인되어, 고객으로부터 "세금이 상품가보다 더 비싸다"는 민원이 접수되었음. (※ 실제 민원 사례는 다음 장 참고)</p> <p>확인 결과, 35,900원으로 노출된 상품은 협력사 담당자의 가격 입력 실수로 인한 것이며, 현재 협력사물의 판매가는 정상가로 원복된 상태임.</p> <p>영상 및 내용 참고하시고, 소비자가 '세금이 상품가보다 비싸다'는 점을 기만으로 느낄 수 있으므로 제세공과금에 대한 추가 설명 필요 여부 및 소비자 보호 방안에 대해 논의하고 자 함.</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>해야한다는 것을 인지하지 못하는 고객이 많은 것 같음. 해당 방송의 경우 제세공과금은 고객이 부담해야한다는 안내가 있었지만 작은 글씨였고 그나마 금방 사라졌기 때문에 인지하기가 쉽지 않을 수 있음.</p> <p>그렇기 때문에 개선사항으로는 제세공과금 고객 부담이라는 내용을 좀더 알아보기 쉽게 노출시키면 좋을 것 같고, 추첨 상품의 판매가격과 이중에서 고객이 부담해야할 금액을 표기하는 것도 좋을 것 같음.</p> <p>추첨으로 상품을 받게 되었을 때 제세공과금 본인 부담이라는 것을 인지하지 않고 있다가 알게되었을 때 만족감이 감소할 수 있는 것 처럼, 아예 처음부터 명확히 표기하여 본인부담금이 얼마인지를 사전에 인지하도록 더 좋을 것 같음.</p> <p>이현규 동일한 의견임. 본건의 경우 35,900원으로 노출된 가격은 협력사의 실수로, GS리테일의 책임 영역 밖의 상황으로 이해됨. 이를 GS의 기만으로 보기는 어렵고, 소비자에게 잘 설명드릴 필요가 있어 보임.</p> <p>심재웅 경품캡처화면에서 제세공과금이 있다는 문구가 작긴하지만 가운데 배치되어 있어 소비자에 대한 기만으로 보는 것은 무리가 있음. 다만, 소비자 입장에서는 대부분 시청 과정에서 대부분 상품에 집중하지 작은 텍스트 정보에는 집중하지 않기 때문에 향후 제세공과금을 내게 된다면 기만이라고 느낄 소지도 있음. 한편 제세공과금이라는 표현을 봤다고 하더라도 그게 무슨 말인지 모르는 소비자도 많을 것이라고 생각됨. 따라서 제세공과금이 얼마가 발생하는지 금액을 함께 제시해주면 금액 관련 정보인 만큼 주목도와 인지도가 높아질 것이라고 생각함. 해당 사례에서 경품은 198,000원 건강기능식품으로 봐야하는지, 아니면 실제 경품으로 나가는 상품인지가 분명</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>하지 않음. 경품 자체는 5만원이 넘지 않는 상황으로 보여짐. "경품을 받게 되었을 때, 그 경품이 5만 원을 넘으면 지방소득세를 포함하여 (경품가액의) 22%를 내고 경품을 받게 된다"</p> <p>서현선 이번에 방송된 피부관리기 경품 건은 고객으로서 기만으로 느낄 여지가 높다고 생각했음. 경품 당첨이 강조되고 있는 거에 비해 제세공과금이 있다는 것이 화면에 작게 고지된 것 뿐이었고 호스트의 설명이 없었으며 제세공과금의 액수도 구체적으로 표기된 것이 없었으며(오히려 경품 전체 규모가 1,000만원 이상이라는 점이 지나치게 강조됨) 실수라 할지라도 협력사물에 상품가가 제세공과금보다 낮게 기입되어 있었다면 고객이 당연히 기만으로 느끼는 것이 당연하다고 생각함. 이를 위해 필요한 조치라고 생각되는 것을 정리해 보면 일단 제세공과금 자체를 협력사를 부담하여 고객의 부담금을 없애는 것이 우선적으로 고려되어야 하고 1의 조치가 어렵다면, 모든 고객들에게 이번 조치에 대한 사과의 메세지와 간단한 사은품을 제공하는 것이 필요하다고 생각하며 방송에서 제세공과금 고지가 미흡하였음을 알리는 공지가 필요해 보임. 경품 행사를 통해, 고객이 기만을 당했다는 느낌을 갖게 되는 것은 신뢰를 매우 하락시키는 일이라고 생각함. 이에 대해 신속하고 적극적인 조치가 필요해 보임.</p> <p>최정혜 이번 사례는 협력사의 단순 실수로 인해 발생한 다소 억울한 민원이라고 판단됨. 먼저 고객에게 사실 관계를 충분히 설명드리고 양해를 구하는 것이 필요함. 그리고 가능하다면 소정의 보상을 제공하여 고객의 불편한 감정을 완화하는 것이 바람직하다고 생각함. 향후 유사 사례를 예방하기 위해서는 방송 준비 과정에서 사은품의 시장가</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>격을 사전에 검색하여 소비자가 검색 시 가격차로 혼란을 겪지 않도록 하는 절차가 필요함.</p> <p>또한 제세공과금 22%는 소비자 입장에서 상당히 큰 금액으로 느껴질 수 있으므로, 안내를 화면 자막에만 의존하기보다는 쇼핑호스트가 방송 중 짧게라도 직접 언급하거나, 자막을 보다 명확하게 제시하는 방식으로 고지하는 것이 바람직하다고 봄.</p> <p>김미경 우선 민원건에 대해서는 협력사 담당자의 가격 입력 실수여서 정상가로 수정이 되었다고 하니 다행. 하지만, 방송을 보니, 경품을 오늘 방송 중에 드린다는 얘기만 하시고 호스트의 멘트나 화면 어디에도 제세공과금을 소비자가 부담해야한다는 고지는 없었던 것 같음. GS 측에 접수된 민원 또한, 정상가보다 제세공과금이 비싸다는 의견도 있지만 그것보다는 소비자가 제세공과금을 부담하고 경품을 수령해야 한다는 사실을 알지 못하고 그 사실을 GS 측에서 안내를 하지 않은 부분에 대한 민원인 것 같음. 따라서, 향후에는 경품 수령만 강조하지 말고 경품 수령을 위해 소비자가 부담해야 할 비용도 포함하여 구체적으로 알려줘야 할 것 같음. "해당 경품은 소득세법에 따라 제세공과금 22%를 당첨자 본인이 부담해야 수령이 가능합니다" 라는 멘트 또는 문구를 방송 중에 명확하게 고지하고 노출시켜야 소비자 오인이 없을 것 같음.</p> <p>정사강 현 상황은 협력사 실수에서 비롯된 단순 오기로 인해 빚어진 상황으로 보여서 문제적이라고 보기는 어려울 것 같음. 다만 추후 소비자들 중에 제세공과금에 대해 잘 인지하고 있지 못할 수 있다는 점, 아울러 어떤 상품의 경우에는 실제 (인터넷에 가품이 판매될 수 있을 가능성까지 고려한다면) 온라인 몰 등에서의 판매가가 저렴할 수 있을 상황의 발생 가능성을 염두에 두고 대응을 하면 어떨까 생각됨. 방송 중 소비자에게 경품에 대해서는 제세 공과금이 발생한다는 점을 자막</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>등을 통해 충분히 설명하고 경품수령 여부를 선택할 수 있도록 하면 문제 발생의 소지는 거의 없지 않을까 싶음.</p> <p>마경태 공급 가격과 유통 가격의 큰 차이로 인하여 제세공과금이 유통 가격보다 높을 경우 이용자가 충분히 기만으로 느낄 수 있어 보임. 가격이 높은 경품은 실제 유통 가격이 어떠한 지 확인하는 절차를 두어서, 공급 가격과 유통 가격이 차이가 많이 나는 상품은 경품으로 지정하지 않는 방안을 고려할 필요가 있어 보임. 그리고 이러한 사실이 고객 민원 등으로 사후적으로 확인된 경우에도 마찬가지로 경품을 교체하는 조치가 필요해 보임.</p> <p>신영수 GS홈쇼핑의 입장에서는 협력사의 실수 때문에 오해를 받게 된 점이 억울할 수 있을 듯. 다만 협력사의 실수와는 별개로 경품이 당첨되더라도 제세공과금을 납부하도록 되어 있는 부분에 관해 일부 소비자 사이에 불만이 나올 수 있어 보임. 경품에 대해서 소비자들은 일체의 금전적 부담없는 횡재를 기대하는 경향이 있을 텐데, 아무리 제세공과금이라고 해도 경품에 당첨된 소비자에게 추가적인 금액의 납부 의무를 부과한다는 점이 소비자로서는 우선 탐탁지 않을 수 있고, 제세공과금 명목으로 부과하는 금액의 비율도 이를테면 4~5% 정도의 적은 수준이 아니라 22%나 되어서 불만이 생길 수 있을 것 같음. 이런 방식의 경품 행사가 선의로 기획된 것이고 일정한 홍보, 마케팅 효과가 기대될 수는 있지만 오히려 회사에 부정적인 이미지가 자칫 형성될 가능성도 있어 보임. 최근 들어 전자상거래와 관련하여 다크패턴(눈속임상술)에 대한 소비자들의 경각심이 높아지고 정부의 정책기조도 강경해지고 있는 점을 감안할 필요도 있다고 생각함. 제세공과금 등 일부 금전적 부담을 소비자가 지는 방식의 경품 행사의 실익을 냉정하게 따져 보아야 할 것으로 느껴졌음.</p>				