

2026년 1월 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)				
	26.1.30	강서N타워	8/10	1	6	15	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 심재웅, 정사강, 서현선, 한명삼,
김현호, 최정혜, 박상오, 신영수

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), 박인진(매니저)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	11	11	-	11

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	11	-	-	11

* 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 - 사은품 명칭의 적절성 및 오인 가능성</p> <p>최정혜 화면상 사은품의 무게가 표시되기는 하였으나, 방송에서 이를 구체적으로 설명한 것은 아니었던 것으로 보입니다. 사은품을 클로즈업하여 보여주는 연출로 인해 시청자가 이를 실제 골드바로 오인할 가능성이 있었다고 판단됩니다. 본 상품과 마찬가지로 사은품 역시 핵심 정보가 명확히 안내될 필요가 있다고 생각합니다</p> <p>박상오 해당 영상에서 제공된 상품의 경우에 첨부 사진과 같이 도금은 아니고 순금 제품이므로 골드바/골드코인 등은 표현은 객관적 사실에 부합하고, 시청자 오인 가능성 역시 상대적으로 낮은 편이라고는 생각됩니다. 다만, △ 한국금거래소(https://www.koreagoldx.co.kr/product/list?categoryNo=9)에서 거래되는 전체 유형의 골드바 최소 단위가 0.2g인 반면 해당 영상에서 제공된 상품의 경우에는 0.02g으로 일반적으로 인식되는 골드바/골드코인과는 어느 정도 차이가 있다고 보이는 점, △ 골드바/골드코인의 경우에는 시중에서 거래되는 제품명처럼 인식되는 부분이 있으므로 시중에서 일반적으로 거래되는 제품과 품질/함량 등에서 차이가 큰 경우에는 오인 가능성이 있는 점 등을 고려 하였을 때, 향후에는 '순금 0.02g' 등과 같은 객관적 표현 등을 사용하는 방향 등이 바람직할 것으로 사료됩니다.</p> <p>정사강</p>	<p>최근 금 시세가 전년 대비 큰 폭으로 상승하며 금 상품 전반에 대한 소비자 관심이 증가하고 있는 가운데, 이러한 트렌드를 반영하여 일부 악세서리 판매방송에서 상품 구매 고객 전원에게 사은품으로 24K 순금(0.02g)의 금 제품을 제공한 사례가 있었음.</p> <p>- 해당 사은품은 재질 및 함량 자체는 사실에 부합하였으나, 방송 내 사은품 명칭을 '골드바'로 표현하면서 일부 시청자들 사이에서 실제 투자용 금괴 또는 투자 가치가 있는 금 상품으로 오인할 수 있다는 문의 및 민원이 제기되었고, 관련 언론 보도를 통해 이슈가 확산됨.</p> <p>- 시청자위원회 논의 결과, 해당 사은품 제공 및 표현 방식이 명백한 법규 위반에 해당할 가능성은 낮아 보이나, '골드바'라는 명칭이 일반적으로 투자 목적의 금 상품을 연상시키는 표현이라는 점에서 시청자에게 오해를 유발할 소지가 있다는 의견이 제시됨.</p> <p>1. 이에 따라 향후 방송 시에는 '골드바', '골드코인' 등 투자 상품으로 인식될 수 있는 용어 사용을 자제하고 2. 사은품의 중량(예: 0.02g)을 명확하고 직관적으로 표기하여</p> <p>시청자가 사은품의 성격과 가치를 명확히 인지할 수 있도록 표현할 필요가 있다는 의견을 수렴함</p> <p>이와 같은 시청자위원회 논의 결과를 관련 제작부서에 공유 완료하였으며, 향후 유사 방송 시 해당 의견이 반영될 수 있도록 안내하였음.</p> <p>아울러 동일 사례 재발 방지를 위해 지속적으로 모니터링하여 시청자 오인</p>	12월

금에 대한 사회적 관심 여부를 차치하
고라도 해당 광고에서 '골드바'라는 용
어를 사용하는 것은
시청자들로 하여금 오인할 수 있는 가
능성을 제공하는 부분이 있다고 여겨집
니다.

특히 이미지 상으로도 재질 및 함량이
사실에 부합하는 것과 별도로 네모난
금의 이미지가 강조되고 있고
이후에는 마치 이로 탐을 쌓은 듯한 장
면도 포함되었는데 이렇게 이미지가 제
시되는 경우 크기에 대해서도 오인할
수 있어서 모양만으로는 사람들이 흔히
생각하는 '골드바'의 형태인 금괴처럼
보일 수 있을 것 같습니다.

따라서 향후 표현을 하는 데 있어서는
다른 용어를 사용하고 더 상세한 설명
(해당 사은품이 상품가치가 있는 금이
아니라는 점) 등이 포함되어야 할 것으
로 생각합니다.

신영수

방송 내용을 수 차례 다시 보았는데,
소비자라면 투자용 골드바를 사은품으
로 주는 것으로 오해할 소지가 다분해
보였습니다.

'골드바'라는 표현이 '황금색 막대기'라
는 중립적인 의미로 사용되고 있는지는
모르겠으나, 최근 광고 등에 영향을 받
은 소비자들의 인식에는 소위 투자용
'골드바'로 여겼을 가능성이 크다고 생
각합니다.

회의 자료에는 "해당 사은품이 24K 순
금(0.1g)이어서 재질 및 함량 자체는 사
실에 부합"한다고 하고 있으나 소비자
들의 인식을 기준으로 보면 이런 표현
이 사실에 부합하는지에도 의문이 있습
니다. 순금이 0.1g 포함되어 있다고 해
서 골드바라는 표현을 사용하는 것은
과하다고 느껴지기 때문입니다.

아시다시피 광고가 거짓, 과장인지 여
부의 판단은 광고를 접한 평균적인 소
비자들이 광고로부터 받는 전체적, 종합
적인 인상을 기준으로 하게 됩니다. 이
번 광고는 일부 눈 밝은 소비자들이 '설
마 그 비싼 투자용 골드바를 모두에게
주겠나' 하는 의심을 할 수 있겠지만,
대다수의 소비자들은 투자용 골드바로
오인할 소지가 적지 않다고 봅니다.

요컨대, 광고 심의 위반과 더불어 자칫
표시광고법 위반으로 비화되지 않도록,
소비자에 대한 민원 해결이나 사후 재
발방지를 위한 명확한 조치를 취하는
것이 좋겠다는 생각이 들었습니다.

및 소비자 불편이 발생하지 않도록
주의하겠습니다.

[26. 1 조치완료]

김다래

표시광고법상 부당한 표시광고가 성립되기 위해서는 ①허위·과장광고, 기만광고, 부당비교 또는 비방광고 일 것 ② 소비자가 광고를 보고 오인하거나 오인할 우려가 있을 것(소비자오인성), ③ 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있을 것(공정거래저해성) 등 3가지 요건을 충족해야 합니다.

관련 판례에 의하면, 허위·과장광고란, 사실과 다르게 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 광고하여 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 광고행위로서 공정한 거래질서를 저해할 우려가 있는 광고를 말합니다.

소비자 오인성 여부는, 일반 소비자는 광고에서 직접적으로 표현된 문장, 단어, 디자인, 도안, 소리 또는 이들의 결합에 의하여 제시되는 표현뿐만 아니라 거기에서 간접적으로 암시하고 있는 사항, 관례적이고 통상적인 상황 등도 종합하여 전체적·궁극적 인상을 형성하므로, 보통의 주의력을 가진 일반 소비자가 그 광고를 받아들이는 전체적·궁극적 인상을 기준으로 하여 객관적으로 판단하여야 합니다.

방송에서 쇼호스트가 사은품으로 골드바를 준다고 방송멘트를 할 때, 화면에서 반지와 함께 골드바를 비추는데, 골드바의 크기가 반지의 크기와 비슷한 것을 화면을 통해 확인할 수 있습니다.

비록 방송멘트에서 골드바라는 단어를 사용했다라도, 전체적 궁극적 인상을 기준으로 보면 실제 제공되는 사은품의 실물(크기와 모양 등)을 화면을 통해 소비자가 확인할 수 있다는 점에서 허위·과장광고라고 볼 수 없습니다. 자막을 통해 중량과 사이즈(크기)가 안내나갔다는 점에서도 이와 같습니다.

결국 소비자 오인 가능성을 판단해보아야 하는데, 쇼호스트가 골드바라고 언급한 단어의 쓰임이 일반적으로 투자용 골드바로 인식된다는 점에서 오인의 여지는 있으나, 방송멘트와 함께 사은품인 골드바의 실제 모양과 크기 등이 자막을 통해 제공되었다는 점에서 소비자 오인 가능성은 없다고 보입니다.

비록 방송멘트에서 골드바라는 단어를 사용했지만, 전체적 궁극적 인상을 기준으로 볼 때, 반지를 비칠 때 골드바의 실물 크기와 모양을 화면을 통해 제공,

자막을 통해 중량과 사이즈를 표시했기 때문에 소비자 오인가능성이 없다고 보여집니다. 따라서 방송에서 사은품을 표시한 방식이 표시광고법등 관련 법령상의 위반의 소지가 있다고 보기는 어렵습니다. 다만, 표현의 적절성 여부에서 소비자가 일반적으로 생각하는 단어와 차이가 있다는 점에서 '기념용 금', '장식용 금' 등으로 표현을 바꾸는 것이 적절하다고 사료됩니다.

향후 방송에서 사은품을 제공할 경우, 아래와 같은 가이드라인의 방향성 제시를 통해 소비자오인가능성을 줄여가는 것이 맞을 것으로 사료됩니다.

화면의 자막으로 제공시 유의점:

- 굵은 글씨로 기재하며, 글씨 색조가 바탕색과 대비되어 잘 보이는 색깔로 기재할 수 있도록 하며, 글씨 크기도 소비자가 일반적인 거리에서 확인할 수 있는 크기로 기재할 수 있도록 함.

화면에서의 노출 시간:

- 짧은 시간 단발적 노출이 아닌, 소비자들이 충분히 확인할 수 있는 시간동안 지속적 노출할 수 있도록 함.

방송멘트 제공 여부:

- 사은품의 경우, 일반적인 특징(무게, 규격, 재질 등)을 방송멘트를 통해 제공할 수 있도록 함.

김현호

저도 경험을 통해서 0.1그램 순금제품의 경우 골드바 형태로 제조되기에는 부피가 작아서 "금박"이라는 표현이 적합한 것으로 알고 있습니다. 이 프로그램에서 0.1그램 제품을 "골드바"로 소개한 것은 형태 또는 양 측면에서 일반인의 오해를 유발할 수 있는 잘못된 표현으로 보이므로 시정이 필요하다는 의견입니다.

심재웅

현재 방송내용은 큰 문제가 있어보이지는 않습니다.

사은품으로 제공되는 골드바의 형태와 금 함량을 비교적 자세하게 보여주고 있음 2) 사은품으로 나가는 제품인데 여기에 과도한 기대는 다소 과도하 부분이 있음. 이런 측면에서 투자용 골드바로 잘못 이해했다는 민원은 지나친 측면이 있다고 생각합니다.

다만 골드바나 골드코인이라는 명칭 자체가 시청자로 하여금 투자용을 떠올리는 가능성이 전혀 없는 것은 아니며, 사은품이 투자용 골드바와는 형태가 완

전혀 다른 만크, 방송에서 굳이 골드바나 골드코인을 언급할 필요는 없다고 봅니다. 따라서 현재처럼 해당 유형의 사은품에 골드바나 골드코인이라는 표현을 삭제한 GS의 대처는 적절하다고 생각합니다. 더 이상의 추가적인 조치는 필요하지 않다고 봅니다.

서현선

사은품으로 '금' 의 적정성 관련 시청자 입장에서 골드바 모양으로 된 사은품은 '환금성(돈으로 환산)'을 중심으로 가치를 판단할 수 밖에 없습니다.

금으로된 사은품의 가치는 다른 활용이 가능한 물건이나 전시용 상품이 아니기 때문에 돈으로 바꿀 때의 가치가 가장 중요하게 와 닿을 것입니다.

그렇다면 시장에 형성된 일반적인 기준(24K, 18K, 14k)으로 사은품의 가치를 정확하게 설명하고 환금성이 가능한지를 설명해야 합니다.

골드바라는 표현의 오해 관련, 골드바는 시중에서 거래가가 형성된 상품으로 보아야 하고, 사은품을 골드바라고 명칭할 때는 모두가 시중에서 유통되는 골드바를 상정할 것입니다. 따라서 순금이 아닌, 플라스틱에 금을 덧입힌 형태는 소비자가 기만이라고 당연히 받아들일 수 있습니다.

향후, 금이 들어간 사은품이라면, 환금성을 정확하게 설명하고 또한 골드바라는 시중에 유통되는 기준을 맞추었을 경우에만 사용해야 하리라고 판단합니다.

* 기타 : 첨부된 영상에서의 쇼호스트 멘트는 사은품은 시중에서 유통할 수 있는 골드바라고 인식하게 만드는 면이 있으니 시정되는 것이 필요하다고 보임

한명삼

방송 화면에는 반지와 "물고기 쌍반지" 24K 순금이라는 홍보문구가 가장 선명하게 잘 보이고, 쇼호스트 또한 구두 설명으로 상품에 대해 강조되고 있음.

그 중에 이벤트로 1시간이내 골드바 2개씩 드리겠다고 홍보하고 있음.

여전히 메인 상품인 제메이스 24K순금이라는 홍보문구가 유지되고 있는 상황이 이어짐

골드바에 대해서는 2개를 드리겠다고 하고, 골드바 이미지와 2개가 화면에 나

오면서 구두로 강조하고 있음
골드바 이미지에 24K라고 적혀 있고,
자세히 봐야 작은 글씨로 0.02g라고 쓰
여 있음

결론적으로 메인 상품이 24K 순금이라
고 홍보가 되고 있는 상황에서 골드바
이미지가 부각되면서 사은품으로써가
아니라 일반적으로 생각하는 투자 가치
가 있는 골드바라고 인식할 가능성이
높아 보임

실제 골드바 이미지에 999.9 24K 순금
이라는 표현이 더욱 이렇게 오인하도록
할 수 있고, 0.02g이라는 작은 글씨는
자세히 보지않으면 스킵할 수 있어 이
러한 오해가 생길 가능성이 높아 보임.

고객들이 사은품에 대해 인지할 수 있
도록 좀더 명확한 이미지와 구두 설명
이 추가되어야 할 것으로 판단됨.

실제로 0.02g을 순금 또는 24K라고 표
현하는게 맞는지와 0.02g이 얼마나 가
치가 있는지는 잘 모르겠습니다. 만약
맞지 않다면 이런 표현을 병행하지 않
는게 좋을 것 같고, 맞는 표현이라면
0.02g라는 것을 좀더 이미지에 추가하
고 쇼호스트분이 설명해주시는게 좋을
것 같습니다.

김민정

결론적으로는 소비자 보호 측면에서의
문제 소지가 충분하다고 생각됩니다.

물론 화면에 `0.02g`을 적어 두었고 골
드바(라고 표현하는 사진)에 기재된 수
치도 확인이 가능하여 형식 요건 측면
에서는 문제가 없다고도 볼 수 있겠으
나 소비자가 멘트와 화면만으로는 금박
을 입힌 형태라는 것은 알 수 없으며,
골드바, 무려2개 등의 멘트, 사은품을
산처럼 쌓아 둔 화면의 클로즈업된 노
출 등은 "평균적인 시청자가 '골드바/순
금 코인'이라고 들었을 때 떠올리는 모
습/가치"에 왜곡이 발생할 수밖에 없으
며 소비자의 기대치를 높이기에 충분하
다고 생각됩니다.

특히 홈쇼핑 매체의 특성 및 미디어에
서 제공되는 정보가 소비자의 인식으로
전달되는 과정에서 쇼호스트의 멘트>실
물 영상>눈에 띄는 크고 강조 형태의
텍스트 순이라는 점과 집중해서 봐야
하는 작은 (구석의, 바탕색과 구별되지
않는) 텍스트는 동일 영상을 몇 차례 반
복하여 보아야 그나마 인식되는 정도라
는 점은 분명한 것 같습니다.

따라서 이러한 형태의 정보들은 결국
소비자들의 구매 결정에 영향을 주게

되고, 사은품을 '골드바'로 인식하여 구매 동기가 커지는 구매 결정 왜곡의 문제가 되며 "사은품"수령 후 기만당했다고 생각될 수밖에 없을 것입니다. 정확한 정보를 소비자의 입장에서 오인하지 않을 수 있도록, 소비자에 의해 직관적으로 쉽게 인식될 수 있도록 할 필요가 있다고 생각합니다. "실제로 제공되는 사은품"에 대한 형태와 중량을 소비자가 직관적으로 인지할 수 있는 형태로 전달되었는가?"가 핵심이라고 생각합니다.		
총 건수	10건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요청내용	조치내용	조치일자	비고
-	-	-	-

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2026.1 ~ 2026.12)

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 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 : '25. 09~ '27.09.)

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	비고
위원장	최정혜	•現 연세대 경영학부 교수 •現 한국유통학회 이사	한국유통학회	유통단체	
부위원장	한명삼	•現 기아대책 행복한나눔 본부장 •現 사단법인 로템복지회 감사	기아대책 행복한나눔	사회소외계층	
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	신영수	•現 경북대 법과대학 교수 •現 한국유통법학회 이사	한국유통법학회	유통단체	
위원	서현선	•現 한양대 사회혁신융합전공 겸임교수 •現 사교육걱정없는세상 이사	사교육걱정없는세상	학부모단체	
위원	김민정	•現 충북대 소비자학과 교수 •前 한국소비자업무협회 회장	한국소비자업무협회	소비자보호단체	
위원	김다래	•現 한국소비자단체협의회 물가감시 팀장 •前 한국소비자단체협의회 조정위 간사	한국소비자단체협의회	소비자보호단체	
위원	김현호	•現 법무법인 이제 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
위원	박상오	•現 법무법인 바른 변호사	서울지방변호사회	변호사단체	
변 동 사 항					

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
의견제시 기타 (11건)	<p>1. 방심위 이슈 사항 : 상품 비교·연출 표현의 적절성</p> <p>오세영 불을 사용하는 장면은 어린이나 청소년이 따라 하는 상황을 최대한 자제해야 하는데, 상품의 특징이 마케팅 포인트이다 보니 기존 제품의 불편한 점이나 안 좋은 점을 조금 더 부각하고, 현재 판매되고 있는 상품의 장점과 안정성을 보여드리기 위해 기존 제품들을 어쩔 수 없이 보여드리는 내용이 있습니다. 저 정도의 영상이 부적절한 것인지, 저희가 과도하게 확대해서 보여드리는 것인지 판단이 어려워 안건으로 올렸습니다.</p> <p>박상오 제가 궁금한 게, 일반 토치는 저렇게 불이 평 터지나요? 토치를 사실 써본 적이 없는데, 이쪽 토치는 이렇게 평 터지네요.</p> <p>오주연 요즘에는 음식용으로 화력이 적게 나오는 것 같은데, 기존에는 캠핑용으로 나오다 보니 보통 화력이 세고, 가스로 사전에 충전을 해 놓은 뒤 충전량을 기준으로 음식을 준비하다 보니 불꽃이 확 나오지 않고 비교적 안전하게 나옵니다.</p> <p>최정혜 영상을 소비자 입장에서 봤을 때 깜짝 놀라긴 했어요. 토치를 일반 가정에서 쓸 때의 무서운 포인트를 공략하려고 한 것 같은데, 남성 쇼호스트가 토치를 들고 시연하는 장면이 지나치게 위험해 보였습니다. 예고 없이 확 켜버리는 장면이 일부러 연출된 것 같은데, 출시된 제품의 안정성을 좋게 보여주기보다는 왜 저렇게까지 보여주는지 의문이 들었습니다.</p>	<p>상품소개 및 판매방송에서는 소비자의 이해를 돕기 위해 기존 제품과의 비교, 체험형 시연, 안전성 강조 연출이 빈번히 활용되고 있음</p> <p>특히 난방기기, 화기 관련 상품의 경우 안전성에 대한 시청자 관심이 높아, 비교 대상의 위험 요소를 강조하는 방식의 설명이 설득력 있는 마케팅 수단으로 활용되고 있음</p> <p>- 다만 이러한 연출이 경우에 따라서는 비교 대상 제품의 일반적 사용 환경이나 안전 기준을 충분히 반영하지 못한 채, 위험성을 과장하거나 단정적으로 표현함으로써 시청자에게 불필요한 공포감이나 오해를 유발할 소지가 있다는 지적도 제기되고 있음</p> <p>- 당사의 신규 토치 판매방송 중, 기존 가스통에 바로 연결해 사용하는 기존 토치형 제품을 비교 대상으로 활용하였고, 해당 제품을 실제로 점화·시연하며 “위험하다”, “불안하다”는 취지의 멘트를 반복적으로 언급함</p> <p>상품의 안전성을 강조하기 위한 비교·연출 과정에서 비교 대상 제품에 대한 위험 표현이 과도했는지 여부를 검토하고자 함</p> <p>영상 자료를 참고하여, 본 방송의 비교·시연 방식이 시청자 관점에서 과도한 위험 강조 또는 부적절한 비교 표현으로 보이는지 여부 및 향후 유사한 안전성 비교 방송에서 유의해야 할 표현 기준이나 개선 방향에 대해 함께 논의해보고자 함</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>요즘 가정에서는 인덕션을 많이 사용하다 보니 가스불을 본 지 오래된 분들도 많을 텐데, 그런 점에서 생소하고 낯설게 다가올 수 있을 것 같습니다.</p> <p>심재웅 불을 켤 때 두려움이 있는데, 불필요한 장면을 2~3회 반복하면 안 되고, 방향을 아래로 보여줘야 한다고 생각합니다.</p> <p>김현호 과장됐다고 생각하지는 않습니다. 음식용 토치를 설명하는 데 있어 효과적인 연출이라고 봅니다. 상대적으로 가격이 비싼 제품인데, 실제로 사용해 보면 최대 용량에서 불꽃 모양이 다르고, 그 차이와 효과를 보여주는 데 있어 제품의 특징을 설명하는 데 적절한 것 같습니다. 다만 공포감 조성은 불량 조절로 완화할 수 있을 것 같고, 설정 자체는 제품 광고 측면에서는 효과적이라고 생각합니다.</p> <p>서현선 두 쇼호스트의 캐릭터 설정이 효과적이지 않다고 생각합니다. 필요할 때 안전하게 사용할 수 있는 제품이라는 점을 홍보하는 것이 훨씬 효과적일 것 같습니다. '여보, 해봐' 하며 받자마자 불이 켜지는 극적인 장면은 현실적으로 일어나기 어려운 설정이기도 하고, 여성성·남성성에 대한 전제를 깔고 가는 연출처럼 보여 거슬릴 수 있습니다.</p> <p>정사강 부탄가스만 봐도 가스통이라는 걸 인지하고 위험하다고 생각할 수 있는데, 이를 경솔하고 장난스럽게 보여주는 장면은 아이들이나 청소년이 보기에는 좋지 않은 것 같습니다. 위험한 장면을 지나치게 가볍게 표현한 것 같습니다.</p> <p>한명삼 실내에서 사용하는 것과 야외에서</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>사용하는 것을 비교하는 건 적절하지 않은 것 같습니다. 이 방송은 안전교육 프로그램도 아니고, 두 상황을 비교하는 연출은 과한 측면이 있어 적절하지 않습니다.</p> <p>박상오 안 씨본 입장에서 처음 든 생각은 실제 수치가 저 정도일까 하는 의문이었습니다. 소비자 성향에 따라 다를 수는 있지만, 전체적인 이미지를 좌우할 수 있다고 생각합니다. 굉장히 좋은 제품인데 마케팅 포인트를 잘 잡았으면 더 좋았을 텐데, 비판적인 소비자 입장에서 다소 부자연스럽게 느껴지면 방송 전체의 이미지나 신뢰성 측면에서 오히려 마이너스 효과가 있을 수 있다고 생각했습니다. 특히 사용 경험이 없는 입장에서는 '저 정도까지는 아닐 것 같은데'라는 생각이 들었습니다.</p> <p>신영수 처음에는 비교·비방 광고처럼 느껴졌습니다. 법적으로 문제가 되는 것은 비슷한 제품을 근거 없이 비교하며 자사 제품이 우월하거나 상대 제품이 열등한 것처럼 표현하는 경우일 텐데, 해당 영상은 용도나 가격 면에서 다른 제품을 비교한 것으로 보였습니다. 결론적으로는 큰 문제는 없어 보입니다. 제품의 결함이나 위험성보다는 사용 방식에 대한 설명이 중심이었고, 예전에는 음식을 이렇게 불일 때 토치를 사용했지만, 그 방식은 여러 문제가 있으니 이 제품을 사용해 보라는 메시지가 핵심인 것 같습니다. 다만 무게가 가볍고 디자인이 좋으며 유해 가스 발생이 적다는 등의 장점이 오히려 잘 드러나지 않은 점은 아쉬웠습니다. 그렇다고 앞선 연출이 오인을 유발한다고 보지는 않습니다.</p> <p>한명삼 불은 언제 어떻게 사용하더라도 불안 요소가 있는데, 해당 제품은 완전 내장형이라 훨씬 안전해 보입니다.</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>결합 과정에서의 불안함이나 가스 누출에 대한 장면은 없고, 점화 장면만 보여졌습니다.</p> <p>내장형·외장형 가스를 갈아 끼우는 문제라기보다는 앞에서 불이 나오는 연출 자체의 문제라고 생각합니다. 통합형의 장점이 충분히 드러난 것은 아닌 것 같습니다.</p> <p>박상오 정작 내장형 제품의 장점이 잘 강조되지 않은 것 같습니다.</p> <p>서현선 쇼호스트의 태도가 불안전해 보였고, 이는 제품의 안전성과는 별개의 문제라고 생각합니다.</p> <p>최정혜 제품 자체는 구매할 만하지만, 남성 쇼호스트의 장난스러운 태도가 시청자 입장에서는 불편하게 느껴질 수 있습니다. 제품의 강점을 중심으로 연출하는 것이 판매 측면에서도 더 효과적일 것 같습니다.</p> <p>박상오 연출의 포인트를 그 방향으로 잡은 것 같기는 하나, 그 정도에 있어서 조절이 필요하다고 생각합니다.</p> <p>신영수 장작용 토치랑 음식용 토치 차이가 있나요</p> <p>김현호 가격이 비싸고, 외부용은 불이 더 강하고, 쉘프용은 얇고 화력이 세요.</p> <p>한명삼 내장용 토치라 안전해 보이긴 합니다.</p> <p>서현선 안전·불안전이 핵심이기보다는 음식 요리하는 장면이 핵심이 되어야 하는 것 같아요.</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>최정혜 시청자 연령층을 고려해서 연출한 것 같으나, 요즘 고객들은 시청 중 불편함을 겪으면 이탈 확률이 50%가 넘기 때문에 이런 장면은 조심해야 된다고 생각합니다.</p> <p>김다래 시청자 관점에서 볼 때, 과한 리액션이나 멘트가 있다는 정도는 인지했습니다. 그러나 상품 판매를 권장하기 위한 리액션을 사용한 것이고, 또 실제로 토치의 화력이 세계 나오는 경우도 왕왕 있습니다. 다만 멘트 중 머리카락 다 탈 뻔 했어요. 이런 표현은 공포를 조성할 수 있기에 가급적 자제하는 것이 어떨까 싶습니다. 상품의 긍정적인 면을 계속 부각하되, 기존 제품보다 훨씬 우월하다는 단정적 표현은 조금은 삼가는 것이, 시청자가 객관적인 선택을 하는데 일조 될 수 있다고 생각합니다.</p> <p>상품에 있어서 안전성 검사는 소비자들이 매우 중요하게 생각하는 부분입니다. 특히 화기류에 있어서는 더 예민하게 다뤄집니다. 타사 제품과 비교하여 훨씬 우월하다. 훨씬 안전하다 등의 단정적 표현을 삼가고, 어떤 검사를 했는데 어떤 결과를 낳았다. 등의 사실 적시, 이런 점에서 안전하다고 여겨진다. 등의 완곡한 표현 등으로 가이드라인을 정하면 좋을 것 같습니다. 마지막으로 화기류에 대해서는 소비자가 상상할 수 있는 위험한 상황을 일부러 연출하지 않는 것이 좋다고 생각합니다. 공포를 일으키는 멘트나, 상황은 연출하지 않아야 한다고 생각합니다.</p> <p>김민정 기존 부탄가스를 직접 연결해서 사용하던 토치가 위험했고 소비자들도 사용시 불안했던 것은 사실이기 때문에 영상자료 상의 비교, 시연 방식이 과도하다고 생각하지는 않습니다. 다만, 기존 토치의 경우도 화력조절이 가능하기 때문에 안전하게 사용</p>				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	<p>할 수 있는 방법이 있으므로 무조건 위험, 불안하다는 내용만을 제시하지 말고 안전하게 사용하는 방법도 있다는 내용을 언급해줄 필요는 있다고 보입니다.</p> <p>기존 토치제품도 화력조절과 지침에 따라 안전하게 사용하실 수는 있지만 아무래도 소비자들이 불안해하고 불편해 하는 경우가 많은 것이 사실입니다. 그러나 이 새로운 토치는 가스연결이 없어 불안하지 않기에 안전해 보여요.</p> <p>오세영 그러면 의견을 정리해서 내부적으로 가이드라인을 만들고 다음 회의 때 보고드리도록 하겠습니다.</p>				