# '20년 4월 시청자위원회 운영실적

방송사업자명 : (주)지에스홈쇼핑

## 1. 회의개최

| 일 시 | 장 소 | 참석인원 수 | | 비 고 |
|---|---|---|---|---|
| | | 위 원 | 방송사업자 | |
| 20.04.27 | 서면회의 | 10/10 | 5 | - |

○ 시청자위원 불참자 : -

○ 방송사 주요참석자 : 대외/미디어 부문장, 대외협력팀장, 심의팀장 등 5人

※ 코로나19 관련 정부 지침에 의거 대면 접촉 최소화 위해 서면회의로 대체 진행하였습니다.

## 2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구(건수)

| 방송편성 | 방송프로그램 | 자체심의규정 | 합 계 |
|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 0 | 0 |

나. 사업자 반영(건수)

| 구 분 | 수 용 | 의견참고 | 반 론 | 합 계 |
|---|---|---|---|---|
| 건 수 | 1 | 0 | 0 | 0 |

다. 의견제시 또는 시정요구에 대한 조치내용

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구 내용 | 조치내용 | 제시 월 |
|---|---|---|---|
| 계 | 1건 | 1건 | |
| 방송<br>프로그램 | 라이브 방송을 제외하고 데이터 방송에서 식품 원물 판매 시 품종과 브랜드가 동일한 상품(원물)인지 여부. 방송마다 강조하는 사실이 다르기에 소비자의 배송상품과의 동일성 여부가 우려됨 | 데이터홈쇼핑 방송은 TV홈쇼핑과 다르게 녹화방송으로 진행되고 있음. 망고, 사과 등 식품 원물 또한 동일하게 방송하고 있고 엄격한 품질관리부서의 품종, 크기, 무게 등 판매상품이 녹화상품과 동일한 상품임을 확인하고 진행하고 있음.<br>위원회에서 우려하는 부분에 대해 적극 공감하고 제작진, 심의부서, 품질관리 부서와 협의한 결과. 수입상품의 경우 녹화된 상품과 원물은 같으나 브랜드가 다를 수 있다는 점을 확인하고 원물, 브랜드, 상품포장과 방송상품이 동일하게 되는 프로세스를 추가/개선 완료하였음<br><br><20년 4월 조치완료> | 3월 |

라. 시청자 권익보호와 침해구제

| 요청내용 | 조치내용 | 조치일자 | 비 고 |
|---|---|---|---|
| - | - | - | - |

## 3. 기타사항

가. 시청자위원회 관련 정보 공개 사항

| 요청자(단체) | 공개내용 | 공개방법 |
|---|---|---|
| GS홈쇼핑 홈페이지 | 시청자위원회 월간운영실적 | 인터넷 |

## 나. 시청자위원 명단

(임기 : '19. 09~ '21.08.)

| 구분 | 성명 | 전·현직 | 추천단체 | 추천부문 | 비고 |
|---|---|---|---|---|---|
| 위원장 | 옥경영 | •現 한국소비자학회 상임이사<br>•現 숙명여자대학교 소비자경제학 교수 | 한국소비자학회 | 소비자보호단체 | |
| 부위원장 | 김정현 | •現 고려대학교 미디어학부 교수<br>•現 한국방송학회 총무이사 | 한국방송학회 | 언론관련<br>시민학술 | |
| 위원 | 박진용 | •現 한국유통학회 차기 협회장<br>•現 건국대 경영학과 교수 | 한국유통학회 | 유통단체 | |
| 위원 | 최난설헌 | •現 유통법학회 이사<br>•現 연세대 법학전문대학원 교수 | 한국유통법학회 | 유통단체 | |
| 위원 | 고경신 | •前 CISCO 마케팅 총괄 상무<br>•現 아름다운가게 그린사업국 국장 | 아름다운가게 | 사회소외계층 | |
| 위원 | 최순옥 | •장신대 사회복지학과 석사<br>•現 에델마을 사무국장 | 에델마을 | 사회소외계층 | |
| 위원 | 최윤정 | •前 SBS 프로덕션 제작국 프로듀서<br>•現 이화여자대학교 미디어학부 교수 | 한국방송학회 | 언론관련<br>시민학술 | |
| 위원 | 정윤경 | •現 국가기술표준원 제품안전자문위원<br>•現 소비자공익네트워크 사무총장 | 소비자공익네트워크 | 소비자보호단체 | |
| 위원 | 정진환 | •고려대 법학과 학사<br>•現 법무법인 김&장 변호사 | 서울지방변호사회 | 변호사단체 | |
| 위원 | 윤주호 | •서울대 정치학과 학사<br>•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 |
| 방송 프로그램 | 그릇세트, 커트러리 세트 등 식기류의 수량 표기 방법이 혼란스러움.<br>유통업계 전반적으로 동일하게 표현하는 방식이긴 하나 추가적으로 표시방법을 제시하여 소비자가 오인구매 하지 않도록 해야할 것임<br><br>- 젓가락 한 개를 각 pc로 카운트하는 것은 넌센스임<br>- 피스를 표시하는 것은 세트 구성에 대한 자세한 정보를 제공하고 소비자가 구성을 확인하는 데 있어 중요한 도움을 주는 이점이 있을 수 있으나, 전체 세트에서는 '세는 단위'를 사용하는 것이 적절할 것으로 보임<br>- 시청자를 오인케 할 수 있는 불확실한 표현은 삼가야함. 개수나 표현상으로 틀린 내용은 아니지만 이에 대한 반복적인 언급 및 표현은 혼란을 줄 수 있는 상황이기에 젓가락 4pcs 가 아닌 4세트 구성 등으로 표시할 필요 있어 보임<br>- 상세 설명 등으로 구분을 잘 해준다면 그대로 써도 무방해 보임<br>- 소비자도 대부분 인지하고 있는 표기 방법이기에 세트와 PCs를 구분표시하는 것이 정확한 정보로 보임<br>- 소비자 입장에서의 실제 활용 가능한 수량을 기준으로 표시하는 것이 오인 소지를 줄일수 있을거 같음<br>- 그릇, 밀폐용기 또는 젓가락 등을 구입하는 소비자 입장에서 보면, 해당 물건이 "몇 인용"인지 등 실제로 활용 가능한 수량을 기준으로 물건을 구입한다고 생각할 것인데, 이로 인해 "p"앞에 있는 숫자의 수량을 표시된 가격으로 구입할 수 있다고 오인하여 홈쇼핑에서 상당히 저렴하게 물건을 판매한다는 생각으로 구입하는 경우도 있을 것으로 생각됨.<br>이러한 점을 고려하면 "소비자 | 수저세트, 그릇세트 등의 표기방법은 유통업계 전반적으로 활용하는 PCS 혹은 몇인조, 세트 등 여러 가지 방법이 혼용되어 있는 것이 사실임.<br>위원회에서 우려하는 부분에 대해 적극 공감하고 사업자 입장에서도 표기방법을 통일할 수 있는 계기가 될 수 있을 것 같음. 당사의 제작진, 심의부서, 품질관리 부서와 협의하여 명확한 프로세스 및 개선방법에 대해 고민 후 차기 회의 시 보고 드리겠음. | ○ | | |

| 구 분 | 의견제시 또는 시정요구내용 | 답변내용 | 비 고 | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 수용 | 참고 | 반론 |
| | 기준"에서 실제 활용할 수 있는 "제품의 수"라고 할 수 있는 "4인 세트" 또는 "19종"까지만 표시하는 것이 구매 여부 결정과 관련하여 소비자에게 보다 정확한 정보를 주는 것이 아닌가 생각됨.<br>- 개별 광고 품목마다 다를 수 있겠지만, 수저 세트의 경우에는 그냥 4인 세트로 표기를 하더라도 충분히 인지를 할 수 있을 것으로 생각되고, 밀폐용기의 경우에는 19종 세트 + 받침대 포함 등으로 밀폐용기가 몇 개인지를 표기하면서, 같이 제공되는 다른 품목이 몇 개인지를 표시하는 방법이 낫지 않을까 사료됨<br>- 소비자들을 헛갈리게 하는 표기 방식이라고 생각됨.<br>PCS를 표기해야 하는 경우에 괄호하고(뚜껑 등 포함 개별 수량시) 등으로 표기하는 것이 좋을 것 같음. | | | | |