

2024년 3월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : 공영홈쇼핑

1. 회의개최

연번	일시	장소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원/ 총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
1	'24.03.21	공영홈쇼핑	9/11	7	2	18명	○		

- 회의 참석자 명단

외부위원: 박창희위원장, 김윤자위원, 조선행위원, 윤금선위원, 서인환위원, 김선미위원, 이순행위원, 이진한위원, 임원택위원

내부위원: 사업본부 본부장, 상품개발1실 홍동표실장, 상품개발2실 장희석실장, 마케팅실 조중환실장, 방송제작실 박인철 실장, 미디어실 김동환실장, CCM실 이용혁실장

* 방송기획팀 성혜영팀장, 이명희대리

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	12	12	-	12

나. 사업자 반영

구분	수용	참고	반론	합계
건수	11	1	-	12

* 시청자위원 제시의견 수용비율 기준으로 평가(활용비율 0%는 0점)

3. 시청자위원회 선임 현황

구분	성명	생년월일	전.현직	추천단체	추천부문
1	박창희	59.07.08	(現) 송실대학교 언론홍보학과 교수 (前) 삼성영상사업단 전략기획팀/한국방송공사교육 자문위원/미래방송특위위원	(사)한국방송학회	언론관련 시민 학술단체
2	김윤자	59.02.20	(現) 한국여성단체연합 공동대표/여성가족부 성폭력방지위원회 위원 (前) 경남여성단체연합 상임대표	한국여성단체연합	여성단체
3	서인환	60.07.03	(現) 장애인인권센터 대표이사 (前) 한국장애인단체총연합회사무총장/MBN, 홈앤쇼핑 시청자위원	한국장애인단체총연합회	사회소외계층 권익단체
4	윤금선	63.02.16	(現) 사)아름드리다문화원이사장/성남봉사포럼이사 (前) 성남예총 이사 및 감사역임/다문화 가정과 함께하는 국아여행 콘서트 연출	사회복지법인 무지개동산	사회소외계층 권익단체
5	조선행	64.06.01	(現) 평택녹색소비자연대 대표/녹색소비자연대전국협의회 운영위원/평택시 소비자정책위원회 위원 (前) 평택시 소비자정책위원회 위원	녹색소비자연대전국협의회	소비자보호단체
6	이성우	80.08.26	(現) 데일리경제 객원기자/한국경제협업협회 자문위원/경북대학교 지역사회공헌센터 운영위원 (前) 한국사회복지협의회 대외협력실 과장	전국학교 운영위원연합회	학부모단체
7	김선미	68.10.06.	(現) 뮤직 앙상블 ST87단원 (前) 공익채널 일자리방송 시청자위원회	한국벤처협회	경제단체
8	이순행	74.03.15.	(現) 계원예술대학교 디지털미디어디자인과 조교수 (現) 과천시 아동 여성안전 지역연대 운영위원회 위원	한국MD협회	물류·유통관련단체
9	임원택	79.11.29.	(現) 법무법인 문장 대표변호사 (現) 서울지방변호사회 중대재해처벌법 대응 TF 자문위원	대한변호사협회	변호사단체
10	송준호	82.11.06	(現) 서울시 공익변호사 (現) 전국레미콘운송총연합회 고문	현대정비가맹점 협동조합연합회	경제단체
11	이진한	71.06.23	(現) 동아일보 의학전문기자 겸 부장 (現) 서울대 의대 겸임교수	한국의학바이오 기자협회	언론관련 시민 학술단체

*임기(1~6): 2023.10.30 ~ 2025.10.29. 임기(7~11): 2023.02.16. ~ 2025.02.15.

4. 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)	○

5. 기타사항

- 3월 시청자위원회 회의 속기록 홈페이지 공개

6. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용(2월)

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
방송 프로그램	<p><2024.02.07 21:45, 헤르젠살냉장고>- 이성우위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 냉장고라는 제품 특성을 고려해 보면 중량이 분명히 있을 것이고 방송 중에서는 허리 이상 높이에서 두고 있었습니다. 그런데 SNS에서 상품 리뷰들을 봤을 때 “위에도 두면 나중에 쌀을 토출하거나 주입할 때 되게 고생을 한다.” 그런 평가들이 있었습니다. 그래서 쌀 토출과 주입을 고려했을 때 어느 정도의 높이에 설치하면 좋을지 이런 부분을 좀 알려줬으면 이 무게가 어느 정도이고 하는 걸 하면 고객에 대한 배려가 있지 않았을까. 이런 게 부각이 되면 좋겠다는 아쉬움이 있었습니다. - 전기료, 에너지효율등급에 대한 설명이 없었습니다. - 소음 컨디션에 대한 설명이 없었습니다. 	<p><생활문화팀></p> <ul style="list-style-type: none"> - 가정마다 환경이 다르기 때문에 별도로 어떤 위치가 좋다고 안내드리진 않았습니다. 전기료 관련해서는 에너지 효율등급 표기대상 품목이 아니기 때문에 등급을 표시할 수는 없었습니다. 전기료 ‘적게 나옵니다’라는 표현도 심의적으로 할 수가 없지만 추후에는 와트 수를 표현하면서 ‘상대적으로’ 표현에 대해서 검토해보겠습니다. - 소음 관련, 데시벨로 표현을 하고 있습니다. <p><방송제작1팀 이성연PD/생활문화팀 홍길호MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 방송에서 원활한 설명을 위해 매대를 활용하여 허리 이상 높이에서 설명을 진행합니다. 가정마다 환경의 차이, 개인의 차이가 있기 때문에 정확히 어떤 높이, 위치에 두고 사용하시라는 안내를 하고 있지는 않습니다. 무게에 대한 안내는 kg으로 꼼꼼하단과 확대경에 안내가 되고 있지만 방송 중에 표현하는 것에 대해 검토해보겠습니다. 		0	
방송 프로그램	<p><2024.1.31 07:15, 지웰아쿠아청소기>- 조선행위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 쇼호스트 설명이 기능 중심으로 설명을 지속적으로 하였습니다. 소비자 입장에서는 어떻게 사용하면 좋은지 사용하는 법에 대한 설명이 다소 부족했습니다. - 거치대에 대한 설명이 없었습니다. 자동세척, 자동건조가 되는 상품인데 자세한 설명이 부족했습니다. 	<p><생활문화팀></p> <ul style="list-style-type: none"> - 특징점을 자세히 설명하도록 하겠습니다. - 어디에다 세워놔도 쉽게 세워놓을 수 있는 부분이라 별도 설명하지 않았는데 다음 방송에서 설명하도록 하겠습니다. - 오수통 역시 몇 회 사용을 할 수 있는데, 홈페이지에서는 사실 위생을 위해 바로바로 세척하라고 표현하라고 해놨습니다. 이런 		0	

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<ul style="list-style-type: none"> - 오수통에 대한 부분 역시 설명이 부족하였고 - 흡입력이 얼마나 강한지, 시연하는 과정에서 소비자가 실제 사용하는 속도보다 느리게 표현하여 차이가 있다고 생각했습니다. 	<p>부분도 역시 방송에서 자세히 설명하도록 하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 방송 시연 속도가 좀 느린 부분에 대해서는 저희가 통상적으로 청소기 방송을 하다 보면 잘 닦이는 부분을 보여드리려고 정상시에 사용하시는 것보다 조금 느린 속도로 하는데 그런 부분을 보여드리고 그다음에 일상적으로 쓰는 속도를 같이 볼 수 있는 방법을 그렇게 같이 논의하겠습니다. <p><방송제작1팀 고찬희PD/생활문화팀 홍길호MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 소비자 입장에서 설명할 수 있도록 보충하겠습니다. - 거치대 설명을 마지막 부분에 노출하고 있는 부분을 조금 더 시간을 할애하여 설명하겠습니다. - 오수통 설명을 매설명시 진행도록 요청하겠습니다. - 흡입력 시연을 일상적인 속도로 할 수 있도록 요청하겠습니다. 			
방송 프로그램	<p><2024.2.5 12:40, 토니오한우등심 양념구이>- 윤금선위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한우등심의 양념을 하는 시연의 모습을 좀 보여줬으면 어땠을까 하는 생각이 들었고 거기에 들어간다는 파인애플이나 크랜베리는 그냥 잠시 스쳐가는 방송으로만 나온 것이 아쉽다는 생각을 했습니다. - 쇼호스트들이 시연하면서 먹을 때 화장이 짙은 모습이라든가 아니면 액세서리가 조금 크거나 하면 오히려 먹는 것보다는 액세서리로 신경이 가는 것이 있는 것 	<p><마케팅실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 과도한 화장이나 장신구 착용 관련해서는 저희가 의상실이나 이런 쪽에 계속 의견을 줘서 이 건 방송 콘셉트하고 최대한 맞출 수 있도록 계속 개선토록 하겠습니다. <p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 강조하는 부분이 다른 쪽에 더 치우쳐서 양념을 강조를 안했다는 그런 저 개인적인 생각이 들기는 하는데 아까 얘기하신대로 좋은 게 있으면 더 좋은 	0		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>같습니다. 주의해야 할 것 같습니다.</p>	<p>양념 같은 것도 저희가 소구할 수 있도록 이견 전략회의 때 더 노출하도록 하겠습니다.</p> <p>- 쇼호스트의 과도한 이런 화장들은 저희도 방송 쪽과 전략미팅을 하는데 그때 저희도 충분히 협의하도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작2팀 오성훈PD/축산팀 홍길호MD></p> <p>- 한우등심이라는 원육을 강조하다보니 양념에 대한 설명이 부족했던 것 같습니다. 차후 방송시 양념에 대한 설명도 부족하지 않게 진행하겠습니다.</p>			
<p>방송 프로그램</p>	<p><2024.2.6 21:45, 김규흔하루한끼 영양바>- 김윤자위원</p> <p>- 9가지 견과는 땅콩을 제외한 나머지들은 다 수입산인데 이 땅콩이 국내산이다 보니까 오른쪽의 L바에다가 아주 작게 국내산이다 이렇게 표기가 되어 있어서 이거를 자세한 거를 읽지 않으면 땅콩도 국내산이 아닌 것으로 수입산으로 오해를 받을 수 있을 것 같습니다. 보통 중국산 많이 쓰는데 국내산이라는게 별로 드러나지 않은 것 같아서 아쉬웠습니다.</p> <p>- 책임제에 대해서 '불만족 시 반품·환불 가능하다'라고 했는데 만약에 제가 반품을 하게 될 경우에는 이 5개의 가격을 어떻게 하나? 치러야 되나? 그냥 먹어도 되나? 이런 설명이 빠져서 맛책임제에 대한 정확한 이해가 좀 어려웠습니다.</p> <p>- 재량 구매했을 때 어떻게 보관하면 맛을 그대로 유지할 수 있는지, 더 맛있게 섭취하는 방법이 있는지 설명이 부족했습니다. (홈페이지 안내에는 있었음)</p>	<p><농산팀></p> <p>- 원산지 같은 경우는 저희도 굉장히 조심하고 주의해야 될 부분이라서 견과류의 대부분이 아까 말씀 주신 대로 수입산이었기 때문에 땅콩만 국내산으로 강조하기가 혹시라도 오히려 오인하실 수도 있는 상황일 수 있어서 말씀을 따로 안 드렸던 것 같은데 자막에는 표시하지 않았습니다. 금방 지나가기 때문에 잘못 보실 수 있어서 표시하지 않았고 멘트로 저희가 볶음땅콩 국내산인 것을 정확하게 말씀드리도록 하겠습니다.</p> <p>- '무료체험'이라는 표현을 사용하지 않고 '맛책임제'라고 표현했는데 아까 말씀 주신 대로 환불하는 데는 비용이 추가로 발생하지 않는데 그 부분에 대해서 설명이 없었기 때문에 오인하실 수 있을 것 같습니다. 추가 비용이 없다는 건 따로 저희가 표기하고 멘트 하도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작2팀 이지원PD/농산팀 남지혜MD></p>	<p>○</p>		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
		<ul style="list-style-type: none"> - 다음 방송 시 국내산 땅콩을 사용했다는 점을 명확하게 전달하겠습니다. 또한 맛책임제, 장기보관 방법, 활용 방법과 같은 정보도 정확히 전달될 수 있도록 유의하여 시정하겠습니다. - 말씀하신 내용 모두 조금 더 자세한 고지가 있으면 좋을 것 같다는 생각이 듭니다. 땅콩 외 모든 원재료에 대한 원산지 고지, 맛책임제에 대한 설명, 보관 방법 등 자막과 멘트로 고객들에게 설명 드리도록 하겠습니다. 			
방송 프로그램	<p><2024.1.26 10:25, 삼원가든한우LA 갈비>- 김선미위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 쇼호스트 멘트 '복분자부터 과일 퓨레로 단맛을 끌어올려'복분자와 과일 퓨레로만 단맛을 내었다고 오해할 수 있을 것 같습니다. 	<p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - HMR류라는 건 100% 과일류만으로는 사실 단맛을 끌어올리기에는 쉽지가 않습니다. 보관 방법도 그렇고 유통 과정에서도 문제가 있기 때문에 보통은 다 어떤 축산 쪽 가공 상품이든 물엿이라든지 캐러멜색소, 설탕 이런 건 기본적으로 들어가기는 하는데 어쨌든 오해가 없이 이런 것들도 자막으로 다 충분히 저희가 표현은 하고 있는데 그게 빨리 지나가서 아마 못 보실 수도 있을 것 같습니다. <p><방송제작2팀 오재열PD/축산팀 조진건MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 단맛에 대한 멘트를 너무 장황하게하기엔 시간상 다소 부족한 점이 있어 단맛을 내는 포인트가 되는 부분인 '복분자' '과일퓨레' 위주로만 중점적으로 말씀을 드린 듯합니다. 하지만 추후 오인 소지가 없도록 쇼호스트 및 협력업체와 담당 MD와 협의하여 진행하겠습니다. 	○		
방송 프로그램	<p><2024.1.27 21:40, 두바이튀르키예(트래뷰)>- 김선미위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품 설명 중에 '싱글룸 기획 	<p><문화상품팀></p> <ul style="list-style-type: none"> - 상품이 좀 저렴하게 나와서 강조를 하다 보니 오인이 될 수 	○		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>가 25만 원, 7박 10일이니까 나누면 2만 원 꼴이라는 말이 있었는데요. 실제로는 7박을 하는 것이므로 10으로 나누어서 2만 원 꼴이라고 하는 것은 맞지 않는 계산 같고요. 7일이기 때문에 7로 나누면 3만 5,700원 정도가 됩니다. 2만 원과 3만 5,700원은 상당한 차이인데 소비자에게 대충 짐작이 아닌 정확한 정보를 전달해야 한다고 생각합니다.</p>	<p>있는 멘트를 한 것 같습니다. 이 건 전략회의 때 충분히 고지해서 불필요한 멘트 하지 않도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작1팀 고찬희PD/문화상품팀 엄은미MD></p> <p>- 멘트 시 정확한 내용을 전달할 수 있도록 체크하여 진행하겠습니다.</p>			
<p>방송 프로그램</p>	<p><2024.01.29 17:40, 프레쉬오김치>- 이순행위원</p> <p>- 한 분이 김치를 시식하고 멘트를 하셨는데 입속에 음식물이 남아 있어서 그때는 어떤 말을 했는지 내용이 잘 안 들렸습니다. 시연 중 걸절이 치고는 고춧가루가 굉장히 많이 묻어 있는 상태였는데 이게 너무 먹음직스럽기보다는 맵지 않을까 이렇게 생각이 들 정도로 빨강게 보였는데..결국 몇 분 뒤 쇼호스트분이 칼칼해서 목이 메었는지 멘트를 하다가 중단이 됐습니다.</p>	<p><마케팅실></p> <p>- 지속적으로 계속 관리를 하고 모니터링 하도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작2팀 정현빈PD/농산팀 이수진></p> <p>- 쇼호스트 시식하고 멘트 하는 부분 불편함이 없도록 방송 진행하겠습니다. 요리 시연 또한 재료의 양을 잘 체크해서 진행할 수 있도록 하겠습니다.</p> <p>- 저희가 미리 준비할 때 밥이나 이런 걸 적절히 섞을 수 있도록 미리 연습을 좀 더 하도록 하겠습니다. 또 방송 사전 미팅 시 해당 내용 공유하며 보시는 고객분 들께서 좀 더 편안히 시청하실 수 있도록 하겠습니다.</p>	<p>○</p>		
<p>편성</p>	<p><편성표 관련>- 이순행위원</p> <p>- 편성표를 봤을 때 이미지나 내용이 준비되지 않은 프로그램이 7개 이상이었습니다. 2주까지는 아니더라도 1주일 이내 방송 예정인 프로그램은 상세 이미지 같은 것이 올라오면 좋을 것 같습니다.</p>	<p><방송제작실></p> <p>- 고객님들에게 편성상품의 정보를 빠르고 정확하게 전달하기 위해 상품개발실에 요청하여 개선하도록 하겠습니다.</p> <p><마케팅실></p> <p>- 가격 변동이 있거나 타사하고 가격비교가 미리 노출이 되지 않은 건들에 대해서 확정하지 못하는 경우가 종종 있습니다.</p>	<p>○</p>		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
기타	<p><SB>- 송준호위원</p> <p>- 제주도 홍보 영상들이 반복적으로 새해 인사와 함께 계속 나왔는데 호기심이 생길 정도로 좋았습니다. 여기에서 마지막에 나오는 밤과 동백기름은 심지어 파는지 궁금했습니다.</p>	<p><방송기획팀></p> <p>- 당사에서 지역축제, 지역명소와 볼거리 등을 홍보할 수 있도록 지역홍보영상을 제작하여 송출하고 있습니다. 올해는 호미곶 일출을 시작으로 제주 1100고지 설경, 서귀포 남원 신흥2리 동백마을, 제주항공우주박물관 등을 제작하여 노출하였습니다. 해당 식사의 경우 단체 관람, 혹은 체험시 이용가능하며 동백기름은 참기름처럼 식용으로 쓰는 것과 화장품의 용도로 쓰는 것 등을 모두 구매하실 수 있습니다. 앞으로도 지역홍보영상에 많은 관심 부탁드립니다.</p>	0		
방송 프로그램	<p><2024.01.31 15:40, 도깨비방망이무선>- 송준호위원</p> <p>- 물 시연은 실제 강력한 힘에 대한 설명이 좀 부족하지 않았나 싶습니다.</p> <p>- 무선으로 사용할 경우에는 사용 시간이 굉장히 중요해집니다. 그런데 방송 중에 "54분 사용할 수 있다"라고 이야기하다가 또 "1시간 사용할 수 있다"라고 하기도 했는데 물론 큰 시간차가 나는 건 아니지만 정확한 시간 사용 시간에 대한 표현이 좀 더 정확하게 이루어졌었다면 더 좋았을 거라고 생각이 듭니다.</p>	<p><생활문화팀></p> <p>- 다음에는 같이 보여드릴 수 있는 방식으로 협의를 하겠습니다.</p> <p>- 무선 사용시간에 대해서는 이게 1단, 2단, 3단 그런 단수에 따라서도 사용 시간이 좀 차이가 있는데 설명하시는 쇼호스트들이 서로 혼동을 해서 말씀을 드린 것 같고, 그것도 통일해서 말씀드릴 수 있도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작1팀 강승필PD/생활문화팀 홍길호MD></p> <p>- 방송 시연 및 멘트 진행시 고객들에게 혼동이 생기지 않도록 정확한 정보제공 및 시연을 할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다. 또한 방송 중에 출연하는 게스트에게는 과장된 표현을 하지 않도록 방송 전 전달하도록 하겠습니다.</p>	0		
방송 프로그램	<p><2024.02.10. 21:10, 수목제지(재방송)>- 이진한위원</p> <p>- 기존 제품과 흡수력 내구성 형</p>	<p><생활문화팀></p> <p>- 스펙은 동일하나 비교시연 할 시, 자사 모델로만 비교할 수 있</p>	0		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>광물질 비교하는 것에 있어서 기존 자사제품을 비교한 실험을 보여줬는데 이때 비교 제품이 2007년 제품은 문제가 있어 보였습니다.</p> <p>- 두겹, 세겹 같은 비교대상군이 맞는지 의문입니다.</p> <p>- 동 시간대에 NS 홈쇼핑은 실크테라피 에센스 용품, CJON에서는 클렌저 화장품을, 롯데홈쇼핑은 레이스 컬렉션, GS홈쇼핑에서는 솔바로 코골이 방지 제품, SK에서는 침대 등 고급스럽거나 잠과 관련된 제품들을 선보였는데 공영홈쇼핑만 그 시간대에 트루마리 휴지를 판매하는 편성은 다른 홈쇼핑과 비교해서 격이 떨어지는 느낌이 들었습니다.</p>	<p>기 때문입니다. 그래서 저희가 교체를 하든지 다시 논의하도록 하겠습니다.</p> <p><생활문화팀 김미옥MD></p> <p>- 오인의 소지가 있을것 같아 해당영상은 방송에 노출 중지하였습니다.</p>			
<p>방송 프로그램</p>	<p><2024.02.07 13:30, 선우랑한우랑암소구이세트>- 임원택위원</p> <p>- '설 전 배송 가능 마지막 방송'이라고 멘트가 나오는데 저는 그래서 처음 방송을 보고 '이 방송이 마지막 배송할 수 있는 마지막 주문할 수 있는 기회인가 보다'라고 했는데 그 뒤에 방송을 보는데 계속 저 멘트를 해서 '설 전 배송 가능한 마지막 방송'이라는 게 무슨 의미가 있는 것인지. 그냥 '오늘 주문하셔도 설전에 배송을 받으실 수 있다'라는 정도의 의미인 것 같은데 그렇다면 '마지막 방송'이라는 뜻은 그렇게 적합하지 않지 않나, 그런 생각을 했습니다.</p> <p>- '신선축산 매출 1위'라는 멘트가 자막으로 계속 나왔는데 정확한 기준이 어떤 걸 기준으로 매출 1위가 되는 건지. 브랜드 기준이라고 하면 선우랑한우랑 이 회사에서 만든 제품을 팔았을 때 이게 매출 1위라고 잡힌 것인지 아니면 축산 전체가 다 매출 1위</p>	<p><상품개발2실></p> <p>- 이 상품이 7일 날 방송을 하면서 '이 상품이 마지막 방송이다'라고 표현을 했는데 오해가 없도록 진행하겠습니다.</p> <p>- 작년 기준으로 61억을 해서 '신선매출 1위(총취급액/브랜드 기준)'이라는 표현을 썼다고 합니다. 그렇게 3개 이상 상품이 있을 때 가장 많은 매출 상품을 저희가 그렇게 표현하고 있습니다.</p> <p><방송제작2팀 이지원PD/축산팀 조진건MD></p> <p>- 당시 설을 앞두고 방송 중 구매 고객에 한해서만 당일 출고가 가능했기에 방송 시간 내에 구매하라는 의미로 '설 전 배송 가능 마지막 방송'이라 표현했던 것인데, 좀 더 명확한 정보 전달을 위해 시정하겠습니다.</p> <p>- 공영쇼핑 신선축산 부문 방송</p>	<p>○</p>		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>인 것인지 그런 부분도 조금 설명을 해 주시면 좋을 것 같습니다.</p> <p>- '비법소스숙성': 과일 같은 걸로 아마 절여서 제품이 생산된 것 같은데 그러면 이게 양념고기를 말하는 것인지 아니면 그냥 일반 우리가 흔히 생각하는 양념되지 않은 고기를 말하는 것인지 그런 부분에 대한 설명을 해 주셨으면 좋지 않았을까 합니다.</p>	<p>상품 중 매출 1위라는 점 정확하게 전달될 수 있도록 안내하겠습니다.</p> <p>* 공영홈쇼핑에서 방송한 신선축산 전체 상품 중에 '선우랑한우랑암소구이세트' 라는 상품이 매출 1위라는 의미입니다.</p> <p>- 해당 상품은 원육 98% 소스 2% 배합 상품이라는 점 수시로 설명하여 오인 없도록 개선하겠습니다.</p> <p>* 연육을 위해 비법소스로 양념이 되어서 나가지만 양념비율이 2%로 그 함량에 매우 적기 때문에 방송 중에 일부러 강조하지 않습니다. 2% 양념을 가지고 양념을 강조할 경우 양념구이로 고객이 오해할 소지가 높기 때문입니다.</p>			
<p>방송 프로그램</p>	<p><2024.02.03 08:25, 레드플러스>- 박창희위원</p> <p>- '제품과는 무관한 건강정보', 즉 우리가 보기에는 진시황이나 동의보감에 청양구기자에 대해서 설명이 없었던 것처럼 보였습니다. 그 다음 다음 날 똑같은 청양구기자인데 이번에는 1바의 맨 위에 조금 더 크게 '제품과 무관한 건강정보' 해놓고 똑같이 진시황, 동의보감에 기록되었다는 이런 얘기들을 해 주었습니다. 전문가나 이런 사람들이 나와서 얘기를 해 주는 게 더 좋지 않았을까 라는 아쉬움이 있었습니다.</p>	<p><방송제작3팀 박준흥PD/농산팀 김정하MD></p> <p>- 레드플러스 청양구기자는 구기자 원료를 사용하고 있지만 현미가루와 같은 일반식품입니다. 저의도 아쉽지만 일반 식품을 경우 홈쇼핑 심의 상 전문가(박사, 교수 등)가 나와서 제품에 대한 홍보를 할 수가 없습니다.</p> <p>- 제품이 기능식품이 아니기 때문에 오인소지가 없도록 상품에 대한 일반정보에 대한 부분을 위주로 안내하다보니 오히려 신뢰성이 떨어지지 않았나 싶습니다. 바로 전문가 출연은 가능하지 않지만 반영가능한 부분이 있는지 검토하도록 하겠습니다.</p>		○	
<p>방송 프로그램</p>	<p><24.02.04 10:20, 손질오징어(명진)>- 박창희위원</p> <p>- 130g이라고 되어있는데 QR코드 찍으니까 대사이즈는 120g으로 되어있습니다.</p>	<p><상품개발2실></p> <p>- 130g이 저희 기준으로 대사이즈 기준이 맞습니다.</p> <p><방송제작3팀 이상철PD/농산팀</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
		<p>김지선MD></p> <p>- 3월부터 사이즈정보가 업데이트 되어 새롭게 제작해 운영하고 있습니다. 다시 꼼꼼하게 확인해보겠습니다.</p>			
기타	<p><쇼호스트>- 박창희위원</p> <p>- 쇼호스트들이 시식 과정에서 음식이 맛있다는 것을 표현해 주는 건 좋은데 좀 삼키고 하는 것이 좋지 않을까. 약간의 조금 그것을 부정적으로 보는 소비자도 분명히 있을 것 같다는 생각이 듭니다.</p>	<p><마케팅실></p> <p>- 지속적인 교육을 통해서 개선해나가도록 하겠습니다. 감사합니다.</p>	○		

7. 의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변(3월)

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
방송 프로그램	<p><2024.3.1319:40, 구룡포 마른 오징어>- 조선행위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 60g에 대한 설명은 없었고, 50g에 대한 설명만 주로 이어졌습니다. 50g과 60g의 차이가 뭔지 잘 알 수도 없었고, 알 수 없었다는 게 조금 답답했습니다. - 40,900원이 그렇게 나온 게 금액 할인이 들어갔는데, 2번 할인 해서 30,320원이었거든요. 그래서 그 화면이 갑자기 뜬 거 말씀을 드리고요. 	<p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 가격표기 부분 지금 저희 화면에 표기되는 부분이 30,320원~40,900원으로 되는 부분, 정가와 할인가를 저희가 반반씩 표기를 하게 되었습니다. 그래서 정가 40,900원에 이 상품은 이때 이 시기 방송에서 자동주문 할인이랑 해수부와 함께 하고 있는 정책쿠폰인 해수부수산대전할인쿠폰이 같이 적용된 가격이 30,320원입니다. 이게 하단에 할인조건에 대한 단서조항이 안내되고 있는데 이 가격 표현 시에 저희가 기본가격 안내나 할인 적용 여부도 멘트나 안내를 충실히 할 수 있도록 하겠습니다. <p><방송제작3팀 김진형PD/수산팀 추종엽MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 화면 좌하단 부분을 보시면 아시겠지만 60g 구성이 매진되었습니다. 그래서 60g에 대한 설명을 따로 진행하지 않았으며 방송초반 50g, 60g 모두 판매 가능한 시간에는 두 가지 구성 모두 설명 진행했습니다. 자료화면(스틸)에 60g 구성에는 매진 스티커를 따로 붙여 정보 전달하였습니다. 		○	
방송 프로그램	<p><2024.3.13 20:40, 백세삼계탕></p> <ul style="list-style-type: none"> - 조선행위원 - 방송에서 봤을 때 닭의 크기와 방송 자막에서의 5호 사이즈는 작은 닭인데, 같은 닭이 맞는지... 방송으로 봤을 땐 큰 닭으로 보였습니다. - 쇼호스트께서 발언을 하실 때 소비자보호원이라고 했는데, 소비자보호원이 아니라 소비자원. 	<p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 영상에 노출된 닭도 500g으로 촬영됐음을 확인했으나 카메라 각도 상 약간 차이가 있고 그래서 그런 부분은 오인의 소지가 없도록 하단에 자막 병기하고 있지만 방송에서 조금 더 자세히 안내할 수겠습니다. <p><방송제작2팀 홍관석PD/축산팀 김성욱MD></p>		○	

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	어떻게 말씀하시다가 그렇게 실수를 하신 것 같습니다.	<ul style="list-style-type: none"> - 방송 시작하기 전 원물의 상태 및 중량 등을 수시로 체크하고 있습니다. 식품 방송에서는 식감 자극을 위해 클로즈업 화면을 자주 사용하고 있는데, 카메라의 앵글에 따라 사이즈가 달리 보일 수 있는 점 인지하고 있습니다. 이럴 경우 자세한 안내를 통해 사이즈에 대한 오해를 줄일 수 있도록 노력하겠습니다. - 기관 및 단체에 대한 정확한 명칭을 사용할 수 있도록 주의하겠습니다. 			
방송 프로그램	<p><2024.3.14 11:35, 국내산 반건조 특대 우력>- 윤금선위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 쇼호스트가 사이즈 비교를 본인의 얼굴 옆에 대고 이 정도로 크다, 작다 표현을 하는 것이 조금 의아했습니다. 특대 사이즈와 대 사이즈의 비교도 없었고, 그냥 "1번 특대 사이즈로 주문을 하라."는 말만 반복을 했습니다. - 요새 혼밥하는 사람들도 많고, 2인 가구가 많은데 특대 사이즈와 대 사이즈 2마리 더 주는 거지만 그것에 대한 확실한 비교가 있어서 그런 구분이 명확했으면 좋겠습니다. 	<p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 저희가 사이즈와 마리 수 안내는 방송 중에 개봉시연 충실히 해서 자세하게 정보 전달할 수 있도록 하겠습니다. <p><방송제작3팀 윤일PD/수산팀 전승아MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 특대사이즈 주문비중이 85% 가까이 되는 상품으로, 방송운영 효율을 높이기 위해 1번 코드를 집중적으로 소구하고 있으나, 고객의 이해를 돕기 위해 보다 정확한 구성 안내 및 사이즈 소구를 하도록 하겠습니다. 	○		
방송 프로그램	<p><2024.3.17 18:40, 다낭여행(노랑풍선)>- 서인환위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 앱 다운 3,000포인트는 신규로 가입만 가능 한 것이지요? 새롭게 업그레이드를 하라고 유도하기 위한 것인지 새롭게 신규 회원을 확보하기 위한 것인지 분명하게 해서, 앱 다운을 받으면 무조건 주는 게 아니라 '신규 회원으로 앱 다운을 받으면' 이렇게 명확하게 표현을 넣었어야 하지 않을까요? - "노랑풍선에서 자료를 제공한 	<p><마케팅전략실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 저희가 앱 포맷이 적립금 주는 정책은 TV고객을 모바일고객으로 시프트하기 위해서 하고 있는 프로모션입니다. 이것은 저희가 앱 다운해서 모바일회원이 됐을 때 한 번만 다운받으면 주는 겁니다. <p><상품개발1실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 쇼호스트 멘트는 공영과 노랑풍선이 공동기획했다는 건 다소 과장된 표현으로 단순 협의까지 	○		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>것을 우리는 그대로 방송만 했다. 책임은 노랑풍선에 있다.” 이렇게 이야기를 하는데 쇼호스트는 공영과 노랑풍선이 공동 작업을 한 거라는 걸 굉장히 강조해서 제품에 대해 관여도가 상당히 있는 것처럼 하고 있어서 무관하다는 것과 배치되는 상품입니다.</p> <p>- 앱에서는 일정, 숙식, 선택, 경비에 대한 거, 쇼핑에 관한 거, 대체 관광, 그다음에 피해보상 이런 것들에 대한 정보가 굉장히 상세하게 제공이 되어 있어서 앱만 보면 굉장히 잘 구성해서 방송에서 다 못하더라도 이렇게 제공해 주시면 좋은 정보라고 생각합니다.</p> <p>다만, 주문할 때만 앱을 이용하고 그냥 방송만 보는 분도 있을 수 있으니까 앱에 상세정보가 있다는 그런 멘트가 있으면 어떨까라는 생각이 들었습니다.</p> <p>- 299,000원만 강조하다보니 성수기 시즌, 항공사에 따른 상이 등 정보가 와닿지 않았습니다.</p>	<p>만 된 부분입니다. 차후에는 오인이 없도록 진행하겠습니다.</p> <p>- 쇼호스트와 자막을 통해서 구체적으로 일정 별, 가격 기획 등이 다양하기 때문에 쇼호스트하고 전면자막을 통해서 안내가 될 수 있도록 권고하도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작1팀 고찬희PD/문화상품팀 양혜지MD></p> <p>- 일부는 양사 간의 협의로 상품들이 진행되고, 이에 발맞추어 SH가 공동기획표현을 진행한 것 같습니다. 앞으로는 관련 내용 영업과 체크 후 멘트에 녹이도록 하겠습니다.</p>			
방송 프로그램	<p><2024.3.14 20:40, 까사메르소프트 쉐어링이불3종>- 김윤자위원</p> <p>- 까사메르는 그날 사이즈가 3종류가 나왔습니다. 대형, 특대형, 점보특대형 이렇게 나왔는데, 대형이라고 설명한 부분이 다른 데서 말하는 슈퍼싱글 SS사이즈였습니다. 점보특대형 정도가 Q사이즈에 해당하는 사이즈였는데, 까사메르에서는 대형, 특대형, 점보특대형 이렇게 하면서 싱글의 크기를 대형으로 표기를 한 게. “이불 크기가 좋아야 된다.”는 안내멘트를 계속 했습니다. 이불 크기가 굉장히 크다는 느낌을 줬는데, 실질적으로는 대형이 아니라 싱글이다. 그래서 좀 과장</p>	<p><상품개발1실></p> <p>- 사이즈에 대한 설명은 협력업체 별로 다들 사이즈가 가로, 세로 사이즈가 다르고, 명칭도 다 다르고. 홈쇼핑사마다도 다 다릅니다. 지금 상황이. 이것 관련해서 내부 논의가 필요할 것 같은데, 이게 통일화하는 작업 자체를 일단 한번 고려를 해 보도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작1팀 이지용PD/패션뷰티팀 백석현MD></p> <p>- 침구 방송 고객 문의 사항 중에 사이즈, 세탁 방법이 가장 많은 것으로 파악되고 있습니다. 타 홈쇼핑, 침구브랜드, 자사 상</p>	○		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>된 느낌이 아니었나 라는 말씀을 드립니다.</p> <p>- 쇼호스트가 계속 "이불이 크면 좋다."는 거를 몇 번 강조를 했습니다. 그러다 보니까 방송 말미에 가장 사이즈가 큰 점보 특대가 매진이 되었습니다. 그러다 보니까 남은 대형, 특대형사이즈가 작은 사이즈죠. 이 작은 사이즈에 대한 멘트가 애매해지는 상황이 발생을 하더라고요. 그래서 그냥 호스트가 얼버무리다시피 해서 거의 방송 말미라서 "대형, 특대형 구매하십시오."고 접는 상황을 봤습니다.</p> <p>- 소비자의 입장에서는 똑같은 사이즈 묶음이 아니고, 사이즈가 다양하게 구비되는 상품이었던 좋겠습니다.</p>	<p>품들과의 사이즈 통합은 어렵지만 상품개발실과 협의해서 사이즈의 올바른 노출 방안을 모색하도록 하겠습니다.</p> <p>- 의견주신 것처럼 침구사이즈 표기는 브랜드마다 약간의 사이즈 편차를 가지고 있으며 까사메르 브랜드의 경우 상품에 따라 슈퍼싱글/퀸/킹 혹은 대형/특대형/점보특대형으로 두 가지의 구분표기법을 함께 사용하여 판매하고 있습니다. 의견 주신 부분은 과장된 느낌으로 전달되지 않도록 방송 중 쇼호스트 멘트와 자막을 통해 상세한 사이즈 안내를 드릴 수 있도록 개선하겠습니다.</p> <p>① '슈퍼싱글(160x200) / 퀸(180x200) / 킹(200x200)' : 세로길이 동일 + 가로 폭이 넓어지는 경우 사용 ② '대형(160x200) / 특대형(180x210) / 점보특대형(200x220)' : 가로, 세로길이 폭이 함께 넓어지는 경우 사용</p> <p>- 직전 방송 데이터를 기준으로 큰 사이즈에 대한 주문건수 및 고객 반응도가 좋았던 상품으로 점보특대형과 특대형 중심으로 방송 운영하였으며, 방송 종료 전 해당 사이즈 매진으로 다른 사이즈 안내해야 하는 상황이 발생하였습니다. 추후 방송 시 상품 재고 관리 철저히 하여 방송 중 희망 사이즈 구매에 어려움이 없도록 하겠습니다.</p>			
방송 프로그램	<p><2024.2.22 11:35, 엔드로제 서링벡 트렌치 자켓>- 김선미위원</p> <p>- 상품 설명 중에 "무겁고 자칫해서 꼬깃꼬깃해지면 그게 내 나이처럼 보일 수 있다."는 표현을 썼습니다. 옷감에 대해서 설명하려고 하는 것 같은데, 이는 연장자에 대한 비하로 느껴질 수 있고, 불쾌한 느낌을 줄 수도 있을 것 같습니다.</p>	<p><방송제작1팀 홍성훈PD/패션뷰티팀 권동인MD></p> <p>- 상품의 특징을 설명하다보니 고객님들이 불편해 할 만한 표현을 하게 되었던 것 같습니다. 앞으로 방송 시 쇼호스트와 방송멘트에 대해 충분히 논의하고 진행하도록 하겠습니다.</p>	○		
방송	<2024.3.1 11:35, 해동찬가 정일	<상품개발2실>	○		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
프로그램	<p>품 못난이 백명란>- 이순행위원</p> <p>- 방송 중에 명란젓을 선택할 때 저염인지, 무색소인지, 인공감미료를 많이 쓰는가를 고민하는 편이인데 페이지를 찾아보니까 명태알 성분이 62.84%였고, 카르민색소, 홍국색소, 치자황색소, 아질산나트륨(박색제)을 썼더라고요. 이런 게 좀 아쉽다. 반면에 3월 8일 금요일 8시 40분에 방송된 <바다성찬 못난이 명란> 제품은 용량 및 가격이 동일했는데, 명태알이 84.5% 성분을 놓고 색소도 첨가되지 않는 제품을 조금 더 안심하고 구매할 수 있는 제품이었습니다. 그래서 꼼꼼히 보지 않으면 동일한 명란젓으로 생각할 수 있을 것 같은데요. 같은 가격대라면 조금 더 건강한 제품으로 프로그램을 구성하면 좋지 않을까 생각합니다.</p>	<p>- 크게 요즘 시중에 수산 제품도 가격 이슈가 많다 보니까 못난이표현을 써서 상품을 판매하고 있습니다. 사실 비교해 주신 <바다성찬 못난이 명란>과 <해동찬가 정일품 못난이 백명란>은 가격구성이 동일합니다. 그래서 이것은 각 제조사의 배합비에 따라서 조금씩 차이가 있습니다. 저희가 <해동찬가 못난이 백명란> 부분도 소비자들 이 선호하시는 그런 색소 관련 부분을 같이 의논해서 첨가물 조정 가능 여부를 확인해서 말씀드리도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작3팀 김진형PD/수산팀 추종업MD></p> <p>- 해당 내용 관련하여 협력사 및 제조사 논의 중에 있습니다. 좀 더 나은 방향으로 진행될 수 있도록 권고하겠습니다.</p>			
방송 프로그램	<p><2024.3.12 23:50, 다미소반 쌀국수>- 이진한위원</p> <p>- 쌀국수가 총 3가지인데 그중에 나트륨이 가장 높았던 게 멸치맛 쌀국수였거든요. 그게 1,904mg으로 95% 이게 보면 하루 영양섭취성분 기준치의 95%를 일반라면인 1,780mg보다 훨씬 높았습니다.</p> <p>- 쌀국수라고 했지만, 자세히 보면 쌀국수는 쌀은 51% 포함이었고, 나머지 밀가루, 옥수수전분이 다 포함돼 있었습니다. 쌀국수는 대개 담백한 맛이 중요한데, 짭짤한 맛이다 보니까 그런 성분이 포함돼 있는 건지 아니면 제품의 어떤 가격에 대한 고민 때문에 섞은 건지 잘 모르겠지만 그런 느낌이었고.</p> <p>- 아이들 음식 시연하는 모습은</p>	<p><상품개발2실></p> <p>- 나트륨은 일반라면이랑 동일하다고 생각하시면 되고, 스프의 배합비마다 나트륨의 함량은 차이가 있다고 생각해 주시면 됩니다. 개발 동기 자체가 이전에 있었던 쌀국수들이 쉽게 퍼지고, 죽처럼 이렇게 시간이 흐르면 흐트러지는 그런 부분을 방지하고자 배합비를 이렇게 짜서 쌀국수지만 장점은 가지면서 좀 탄력감이 있는 면 맛을 살리도록 기획된 상품입니다. 그 점 일단 전달 드리고 싶습니다.</p> <p>- 지금 나온 어린이가 저희 쇼호스트의 자녀라서 조금 먹는 데 힘들었던 것 같습니다. 이 부분은 잘 보완할 수 있도록 하겠습니다.</p>	○		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
	<p>억지로 어른이 먹여서 그런지 굉장히 찡그리면서 먹는 게 좀 부자연스러웠다. 오히려 아이를 괜히 넣어서 이런 부자연스러운 장면을 연출한 건 아쉽다는 생각합니다.</p>	<p><방송제작2팀 이진혁PD/농산팀 남지혜MD></p> <ul style="list-style-type: none"> - 아이들 시연 영상은 활용도를 위해 촬영한 영상이지만 향후 방송에서는 사용하지 않도록 하겠습니다. 			
<p>방송 프로그램</p>	<p><2024.2.20 12:40, 국내산영동간호두>- 임원택위원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 제품 자체가 보시면 50g 7팩으로 되어 있는데, 먹기 편리하게 파우치포장 50g으로 되어 있는데, 찾아보니까 호두 같은 경우는 하루 권장량이 25g 정도라고 하더라고요, 성인이. 그래서 그런 부분에 대해서는 조금 호스트가 안내를 해 주면 더 좋지 않을까 했어요. 실제로 쇼호스트가 방송을 1시간가량 하면서 본인도 섭취를 하는데, 제가 봐도 한 50g~100g 정도는 계속 맛있다면서 드시는데, 그런 부분은 오인할 소지가 있으니까 2번에 나눠서 먹으면 좋은 양이라고 안내해 주시면 좋을 것 같습니다. - 호두 자체가 개봉을 하게 되면 산패의 위험이 있기 때문에 냉동실이나 이런 데 보관을 해야 하는데, 산패 위험이 있다고 말씀을 해 주시는데 이걸 어떻게 보관을 하면 좋은지 그런 부분에 대해서는 따로 설명이 없어서 그런 부분이 아쉬웠습니다. - 보시면 '정원대보름'이라고. 한번이 아니라 계속 방송되더라고요. 언제까지 저렇게 방송되나 싶어서 계속 봤는데, 저는 정원대보름 말고 정원대보름이라는 게 따로 있는 줄 알고 사전 검색을 해 봤는데, 오타인 것으로 밝혀졌습니다. 	<p><상품개발2실></p> <ul style="list-style-type: none"> - 사실 제품 판매 정보로서 유용한 가치가 있기 때문에 이런 부분은 향후 진행상 반드시 전달토록 하겠습니다. <p><방송기획팀 이재홍PD/상생협력팀 박일룡MD/방송심의팀></p> <ul style="list-style-type: none"> - 호두 하루 권장량, 보관 방법에 대해 차후 방송 시 추가 설명하도록 하겠습니다. - 방송 모니터링 시 자막 오타 유의하여 체크 예정하겠습니다. - 파우치 포장에 중점을 두고 일일 권장량에 대해서 초점을 두지 못 한 부분 보완하여 향후 방송에 반영토록 하겠습니다. 	<p>○</p>		
<p>방송</p>	<p><2024.2.24 10:25, 진도 구기자 발</p>	<p><상품개발2실></p>	<p>○</p>		

구분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
프로그램	<p>호 분말>- 박창희위원</p> <p>- 많은 베타인이라는 그런 것들을 구글 검색에서 많이 했다고 하는데, 진짜 많이 했더라고요. 2,000만 건 이상 인기 있구나하고 그 아래 봤더니 2020년 6월 일 검색된 자료, 4년 된 거를 올렸더라고요. 이거 어렵지 않을 텐데, 최근 걸로 해서 신뢰성을 높여주면 좋지 않을까 생각합니다.</p>	<p>- 검색어 건은 확인해 보니까 24년 3월 21일 기준으로는 총 2,500만 건으로 일단은 오늘 확인을 하고 왔습니다. 업데이트할 수 있도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작2팀 홍관석PD/농산팀 김희수MD></p> <p>- 자료에 신뢰성을 높일 수 있게 최신 동향을 파악하여 방송에서 전달할 수 있도록 노력하겠습니다. 이번 베타인 검색건도 최근 일자를 기반으로 업데이트 할 수 있도록 하겠습니다.</p>			
방송 프로그램	<p><2024.2.29 19:40, 오롯담구이세트2.6kg>- 박창희위원</p> <p>- 비법소스가 비법이기는 비법인데, 알려줄 만한 것은 알려주는 게 좋지 않을까 생각해서 자세하게 설명이 필요하다는 생각입니다.</p>	<p><상품개발2실></p> <p>- 저희가 비법 소스에 대한 언급도 육향을 살리고, 고기의 이런 육질을 좋게 하기 위한 부분에서 이렇게 소스를 사용한다는 전달도 오히려 정보 표현상 좋은 것 같습니다. 그래서 그런 부분 반영할 수 있도록 하겠습니다.</p> <p><방송제작2팀 신수지PD/축산팀 조진건MD></p> <p>- 소스 함량이 2%로 많지 않기 때문에 자세한 설명은 생략했습니다. 앞으로 소스에 대한 설명도 추가해서 진행하겠습니다.</p>	○		
방송 프로그램	<p><2024.3.4 16:40, 한우먹는날한우구이세트>- 박창희위원</p> <p>- 어떤 소고기는 8mm 두께를 자랑하고, 어떤 소고기는 10mm 두께가 소비자들이 먹기 좋다고 얘기를 하는데, 물론 고기마다, 부위마다 다르겠지만 소비자의 취향에 적절하게 잘 선택할 수 있는 크기에 따른 설명도 첨가해 주셨으면 좋겠다는 생각입니다.</p>	<p><상품개발2실></p> <p>- 판매하는 고기의 이런 구매 목적이나 등급 그다음에 양념 여하에 따라서 조금씩 다른 두께로 설명할 수 있도록 그렇게 세팅해서 판매하고 있습니다.</p> <p><방송제작2팀 오재열PD/축산팀 김진훈MD></p> <p>- 추후 방송시 MD, 쇼호스트, 협</p>	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	수용	참고	반론
		<p>력사 등과 많은 의견을 나누어 소고기 두께 및 크기에 관련된 내용 설명이 소비자들에게 좀 더 쉽게 와 닿을 수 있도록 방송에서 적극 반영하도록 하겠습니다.</p>			

※ '24년 3월 안건

- 시청자불만, 시청자평가원 의견, 방심위 조치 활용 공지 내용

시청자의견 및 심의 관련 주요 이슈사항 ('24년 3월)

□ 시청자 불만 관련

1. 대상PGM: 안동제비원 전통고추장 담그기_담금통세트/[감동] 산지직송 부산 대저 토마토 2.5kg / 2.5kgx2박스(총5kg)/[다향]싸먹는오리 밥엔덕85g*22팩_3/[K] 아라벨르 라일리 소프트플란넬 이불3종 세트/미드센 프렌치에디션 5단 서랍장 1세트(탑커버1개+발4개)/벤투스 아쿠아 드라이 무선청소기/도림 대저토마토 2.5kg*2박스/꼬마시벌교통꼬막장/신화당제과 우리쌀전병 9박스+인절미스낵 5봉/천혜향 3.5kg/인터쿱 루체 IH 인덕션 프라이팬세트/노카라 언발란스자켓/클레어 K2 공기청정기

2. 주요내용: 변질/원재료불만/기타상품불만/맛,식감불만/불량불만/사이즈(중량,용량)불만/포장불만/기타상품불만/원재료불만/봉제외관(구멍/이염/오염)불만/원단(재질,소재,부자재)불만/불량/기능불만

□ 방송심의위원회 관련

○ [공영홈쇼핑]: 특이사항 없음

○ [현대]아쇼라: 방송에서만 3만원 할인이 가능한 것처럼 안내하였으나 방송 이후 온라인몰을 통해 동일한 조건으로 판매한 것에 대해 사실과 다른 한정 표현으로 '권고' 의결
[신세계]EGF썬초록이링클컨트롤크림: 인체적용시험 결과 중 일부는 2주/4주 사용 후 임에도 불구하고 1회 사용으로 즉각적효과가 있는 것처럼 안내하여 '권고' 의결
[롯데]2024딤채김치냉장고: 특정 모델의 판매가 마지막임에도 해당 용량의 제품을 더 이상 판매하지 않는 것처럼 표현하였으나 9일 후 동일 용량의 다른 모델을 판매 '권고' 의결
[GS]스케처스고워크슈레이스워킹화: 방송에서 가격 할인 혜택이 마지막 인 것처럼 방송했으나 온라인몰에서 동일한 가격에 구매할 수 있어 '방송에서만'의 오인 표현으로 '권고' 의결

□ 시청자평가원 의견 (옴부즈맨 , 198회 분)

[고객의 소리]

- 오롯담 구이 세트 등심: <오롯담 비법 소스 숙성>이라고 안내했지만 자막 노출 시간도 짧고 소스에 대한 언급 부족 및 비법 소스 때문에 생고기의 색상이 검게 보인 부분에 대한 의견 → 소스와 관련된 사항은 아니며 상온에서 20~30분 정도 후 원래의 색으로 돌아오나 해당 의견들에 대한 내용이 개선될 수 있도록 방송제작팀에서 진행 예정
- 김영근 명인의 100% 국산 도토리 칼국수: 도토리면의 영양 성분에 대한 안내가 부족(칼로리/나트륨/당/지방 등 영양정보) → 상품 펼쳐보기 자막을 통해 안내했지만 좀 더 정보를 전달할 수 있도록 추후 방송에 반영 예정

[시청자위원회 안건 소개]

- 안동 간고등어: 170g과 110g 옵션이나 두 상품의 크기 차이에 대한 안내가 부족 → 170g을 메인 상품으로 진행하고 있어 110g이 상대적으로 노출이 부족해 추후 방송에서 두 사이즈 모두 정확하게 정보 전달할 수 있도록 진행 예정

시청자위원회 주요 모니터링 안건

상품정보 상세 안내 하여 명확한 정보 전달을 위한 노력