

2024년 4월 시청자위원회 정기회의

- 행사명: 2024년 4월 시청자위원회 정기회의
- 일 시: 2024. 4. 18(목) 16:30-17:30
- 장 소: 공영쇼핑 본사 17층 대회의실
- 속기록작성 : 한채영속기사무소 

(주) 공 영 쇼 핑

속 기록 개요

회의일시	2024년 4월 18일(목) 16:30
회의장소	공영홈쇼핑 본사 17층 교육장
회의주제	2024년 3월 시청자위원회
참석자	대표이사(조성호) 성혜영(방송기획팀 팀장) 이명희(방송기획팀 대리) 박인철 (방송제작실 실장) 김동환 (미디어실 실장) 이용혁(CCM실 실장) 홍동표(상품개발 1실 실장) 장희석(상품개발 2실 실장) 원성구(마케팅팀) 김병규(농산물팀장) 김진현(생활문화팀장) 전상운(패션뷰티팀장) 박창희(시청자위원장) 김윤자(시청자부위원장) 서인환(시청자위원) 윤금선(시청자위원) 조선행(시청자위원) 이성우(시청자위원) 김선미(시청자위원) 이순행(시청자위원)
<ul style="list-style-type: none">▶ 본 속기록은 속기사의 허락 없이 정정할 수 없음.▶ ‘ ... ’ 은 청취 불능임.▶ (..)기호는 속기사의 상황설명임▶ (..) 의뢰인의 요청에 따른 부연설명임	
<p>본 속기록은 의뢰한 원본(녹음)과 상위 없음을 증명함.</p> <p>한채영속기사무소 </p> <p>연락처: 010-3175-9649 <등록번호 : 504-31-47928></p>	

○ **방송기획팀장 (성혜영)**

안녕하십니까?

4월 시청자위원회에 오시느라 수고 많으셨습니다.

지금 사전에 말씀하신 세 분 위원님 말고 이순행 위원님이 도착 못하셨는데요. 시간이 되었으므로 시작하도록 하겠습니다.

위원장님, 개회선언 해 주십시오.

○ **위원장 (박창희)**

안녕하십니까?

날씨가 너무 좋습니다.

하여간 저도 진달래꽃 축제를 다녀왔는데 날씨가 피부에 느낄 만큼 좋았다가 금방 더워졌습니다.

그래도 이렇게 날씨도 화창하고 바쁘신데 참석해 주셔서 감사드립니다.

2024년 4월 시청자위원회를 시작을 하겠습니다.

○ **방송기획팀장 (성혜영)**

개회선언에 이어서 3월 시청자위원회 운영실적 보고드리겠습니다.

2024년 3월 21일 공영홈쇼핑 17층에서 위원님 9명, 경영진 7명, 경영진 외 2명 총 18명 참석하셨습니다.

방송 프로그램에 대한 의견 12건 주셨고, 수용 11건, 참고 1건으로 집계되었습니다.

방송상품 관련 사항으로 구성, 사이즈, 상품 관련 의견 주셨고요.

오징어, 삼계탕, 우럭, 백명란, 쌀국수, 침구에 관한 내용이었습니다.

또한 쇼호스트 멘트 관련 의견도 많이 주셨습니다.

상품 관련 설명이 부족해서 이해가 안 됐다는 점, 표현의 적정성 등을 지적하셨습니다.

해당 내용은 담당부서에 전달되어 개선하겠다는 답변 받았습니다.

자세한 사항은 미리 공유해 드린 자료로 참조해 주시기 바랍니다.

다음으로 4월 방송 모니터링 의견 나누겠습니다.

감사합니다.

○ **위원장 (박창희)**

잘 들었습니다.

지금부터 한 달 동안 우리 위원님들께서 모니터링 한 의견을 보도록 하겠습니다.

먼저 이성우 위원님부터 말씀해 주십시오.

○ **이성우 위원**

안녕하세요. 지난달에 결석하고 오니까 어색합니다.

저는 4월 10일 오후 11시 50분에 방송나갔던 <못난이명란 1.5kg> 500g짜리 3통 상품에 대해서 의견 드리겠습니다.

이 못난이 명란이 신선한 러시아산 선동명란이라는 키워드가 방송 중에 눈에 들어왔는데요. 배에서 바로 얼렸다는 표현인데, 그만큼 신선함을 강조했습니다.

제가 이 상품을 보면서 일반 정란과 비교했을 때 왜 못난이명란인지 사실 이해는 못했는데, 방송 중에 쇼핑호스트들이 왜 시연과 시식을 하시면서 왜 못난이명란인지 틸 틸이 설명을 해 주시더라고요. 그거 듣고 상품을 보니까 이해가 됐습니다.

그래서 '아, 이래서 그렇구나.' 이해가 되더라고요. 그런 점에서 보면 쇼핑호스트분들이 설명을 틸틸이 자주해 줬다는 부분에 대해서 소비자 이해를 돕는데 좋았다고 생각합니다. 이런 부분을 호평을 하고 싶습니다.

그리고 상품 시연을 하면서 제가 왜 못난이상품인지 이해 못할 때가 있잖아요. 그런 만큼 제가 알아보기 어려웠는데, 사실 정란과 거의 대동소이했습니다. 실질적으로는 조금 터져서 못난이 명란이라고 했는데요.

저같이 알아보기 어렵기 때문에 정란과 비교했을 때 거의 대동소이하다면 못난이상품이 아닌데, 값은 더 싸네 생각하고 구매 결정을 하는 소비자들이 많을 거라는 생각이 들었습니다.

그런데 막상 구매를 했는데, 방송에서 봤던 상품과 차이가 있다면 실제 받아본 상품과 시연 상품에 괴리가 있다면 방송 보면서 구매하는 소비자 입장에서는 불만이 발생할 수 있을 거라는 생각이 들었습니다.

그래서 질문을 드리는데, 이 방송에서 보여준 상품과 실제 구매한 상품의 차이가 있다면 그것에 대한 민원제기가 관리가 어떻게 되는지. 그리고 불만민원 발생 시 교환이나 환불 조치가 일반적일 거라는 생각이 드는데, 그렇다면 소비자한테는 교환, 환불을 또 상품을 납품한 입점기업한테 혹시 민원 재발 방지나 사후 관리 차원에서 대책안 모색을 요구한다든가 그러는지 한번 궁금해서 이 부분 질문을 드립니다.

상품 시연하면서 HACCP 인증시설 생산 표기가 자주 노출이 됐습니다.

HACCP 인증 이런 부분을 많이들 알고 있기 때문에 이런 표기가 자주 나온다면 식품 안전 측면에서 신뢰도 제고에 기여를 할 거라는 생각이 들거든요. HACCP 인증시설 표기뿐만 아니라 공식적인 검증표기는 시청하는 소비자 입장에서 안심구매에 도움을 주기 때문에 자주 노출이 필요할 거라는 생각이 듭니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

이성우 위원님 수고하셨습니다.

아마 이게 명란젓이 제 기억으로는 지금 말씀하신 실제 상품과 구매한 상품의 차이라고 말씀을 하시는데, 저도 한번 2월 달인가 한번 얘기했던 것 같습니다. 통에서 직접 명란젓을 빼서 요리를 장면이 더 소비자들에게 리얼하게 다가오는데, 통에서 빼놓은 좋은 것을 요리하는 것을 그때 해서 지적을 했던 경우가 있습니다. 지금 말씀하신 것

과 약간 차이가 있고, 같은 것 같습니다. 실제 상품과 시연한 상품이 다르면 어떨까 라는 것. 좋은 말씀을 하셨는데, 우리 이성우 위원님이 한 달 안 나오셔서 그런지 칭찬을 하셨습니다. 위원님들 칭찬 잘 안 하는데, 칭찬을 해 주셔서 감사합니다.

잘 들었습니다.

조선행 위원님께서 의견 주시겠습니다.

○ 조선행 위원

안녕하세요, 조선행입니다.

저는 3월 25일 오전 10시 25분 <청송 들사랑청결고춧가루>를 모니터링을 했습니다.

가격이나 구성이나 이런 면에 원산지나 품질 면에서는 되게 마음에 들었습니다.

그런데 주부 입장에서 고춧가루를 살 때 딱 드는 생각은 저거 매운 건가, 안 매운 건가 이런 생각이 드는데, 그런 거에 대한 언급이 없더라고요. 쇼호스트님께서. 홈쇼핑 홈페이지 들어가서 보니까 보통맛 이렇게 표시는 되어 있기는 했어요. 그래서 아마 보통맛이라서 잘 설명 안 해 주셨나 이렇게 생각은 했습니다.

고춧가루에 대한 설명이 다 만족스러웠는데, 그 부분이 조금 궁금했다는 점을 말씀드리고요.

두 번째는 4월 3일 아침 6시입니다. <발레리레이스팬티패키지>해 가지고 나왔습니다.

이게 보정속옷입니다.

보정속옷이라 관심 있게 쪽 보는데, 보정속옷이면 위, 아래 있는 게 아니라 이거는 팬티 쪽만 보정이 되어 있잖아요.

그런데 화면을 보여주는데, 전후의 화면을. 제가 그 사진은 찍지 못했습니다. 그냥 순간 지나가서. 전, 후의 사진을 보여주는데, 당연히 후의 보정이 훨씬 더 매끄럽겠죠. 울퉁불퉁하지 않고. 후의 보정 사진이 아래옷만 보정이 아니라 위, 아래옷이 보정된 상태로 그렇게 해서 물론 아래옷만 보정하는 것도 약간 억지스러운 면이 없지 않다는 생각이 드는데, 조금 소비자를 호도할 수 있는 그런 부분이 생각이 들어서. 보정의 효과가 이렇게 나타난다라고 하는 것은 어필할 수 있겠지만 또 그걸 보고서 아닐 수 있는 경우도 또한 많이 있을 수 있기 때문에 그런 식의 비교가 보기에는 조금 불편했습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

제가 이해하기로는 팬티는 아래 보정속옷만 파는 건데, 뒷모습을 보니까 위에 옷까지 보정된 것처럼 예뻐다.

○ 조선행 위원

울퉁불퉁했던 몸매가 위, 아래로 매끈하게 보여서. 물론 보정의 효과를 나타내기 위해서 그렇게 나타내지만, 저건 엄격한 잣대로 얘기하면 과대일 수 있고, 소비자를 호도

할 수 있겠다. 사진을 찍고 싶었어요. 획 지나가서 사진을 못 찍었습니다.

○ 위원장 (박창희)

제가 못 봐서 그러는데, 보정 전과 보정 후의 사진이 없어요?

○ 조선행 위원

방송에는 그렇게 나와요.

제가 있었으면 올렸죠, 여기다가.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

그리고 원래는 일반 고춧가루는 맛에 대해서 쇼호스트들이 코멘트를 일반적으로 하는 걸로 알고 있는데.

○ 조선행 위원

제가 꽤 오랜 시간 그 방송을 보고 있었는데. 제가 앞부분 놓칠 수도 있겠고.

○ 위원장 (박창희)

나중에 여기 팀장님들께서 말씀을 한번 해 주시겠죠.

잘 들었습니다.

다음은 윤금선 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 윤금선 위원

안녕하십니까? 윤금선입니다.

제가 이 시청자위원이 되고 나서 공영쇼핑을 보면서 모니터링도 하지만, 구매도 많이 하는 편입니다.

그런데 정말 이번에 사실 3월 20 며칠쯤 <이효진 LA갈비>를 구매한 것 같습니다.

모니터링의 입장이라기보다도 내가 구매하고 싶어서 정말 구매를 했습니다.

그런데 너무 실망스러웠습니다.

제가 여태까지 봐왔던 LA갈비. 물론 구웠을 때는 조금 더 작아질 수 있겠지만, 냉동에서 해동시켜도 정말 이것은 어른들이 먹는 게 아니라 아기들 사이즈인가 싶을 정도로 너무 너무 작았습니다.

이 정도면 다른 사람들이 그다음에 <이효진 LA갈비>뿐만 아니라 이효진 이름으로 곰국이나 갈비탕 이런 게 많이 나오는 것 같은데, 과연 구매를 할까? 이런 생각을 좀 했습니다.

<참굴비> 이것도 사실은 어디 제품이라는 것은 잘 모르겠고, 일단 냉동실에서 꺼내서 구워봤는데, 이것도 역시 너무 너무 정말 조금 큰 노가리 정도가 접시가 이제 한 20

cm 정도되는 접시에 이 5개가 다 올라갑니다, 심지어.

그래서 정말 물론 한 70개 정도. 한 팩에 5개 정도 들어서 좀 많이 배달은 됐지만, 과연 사람들이 수량이 작은 게 많이 오는 게. 물론 제가 그것을 주의 깊게 하지 않고 구매한 저것도 있겠지만 일단 너무 작다 보니까 굵는 것도 다 바스라지는 상황이에요.

그래서 제가 한 번은 이 조그마한 굴비를 해동한 다음에 소금을 약간 뿌리고 바람이 부는 곳에 말려봤어요. 그랬더니 부서지지는 않는데, 그런 수고를 하기에는 이 굴비를 갖고 인건비가 안 나온다는 거. 그래서 정말 구매한 입장에서 이 두 제품은 너무 많이 시연했을 때와 좀 다른 게 너무 확실하게 느껴져서 얘기하게 되었습니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

저희가 이번에 새로 오신 위원님들이 7번째, 1년에. 7개월이 됐는데, 지금 윤금선 위원님께서 말씀하시는 그런 종류의 모니터링 의견이 약 20~30%가 계속해서 나오는 것 같아요.

가장 큰 문제가 패키지에 싼 실제 상품과 시연할 때 보여주는 상품이 약간의 차이가 있는 의문들을 많이 보여주는 것들이 있어서 아마 이번에 윤금선 위원님께서도 그런 것 같아요.

제가 알기로는 저번에도 얘기했지만, LA갈비 같은 거는 두께가 8mm다, 10mm다 이렇게 해서 가이드를 많이 주는 것 같은데, 이번에는 이런 게 없었나 보죠?

○ 윤금선 위원

제가 구매를 할 때는 보통 사실 명절 때 9mm, 10mm 이렇게 파는데 그런 거를 확실히 인지하지 못했어요.

그랬는데 진짜 가격이 69,900원이었던 걸로 기억하는데, 가격 대비 너무 작았습니다. 그러니까 다른 홈쇼핑하고 좀 비교했을 때 그래도 아무리 공영쇼핑이고 또 중소기업을 많이 돕는다고 하지만 어차피 서민들도 먹는 거 다 똑같이 조금 싸더라도 너무 작은 것을 먹고 싶어한다고 생각하지 않거든요. 그러니까 개수나 양이 좀 적어도 질이 좋은 거였으면 좋겠다는 생각이 너무 많이 들었습니다.

○ 위원장 (박창희)

위원님께서 그렇게 느끼셨으면 아마 모든 소비자들이 비슷하게 느꼈을 거라고 생각합니다. 좋은 지적 감사합니다.

이번에는 서인환 위원님께서 의견 주시기 바랍니다.

○ 서인환 위원

<손리엑스바이크 플리티넘> 운동기구입니다.

방송에서 하루에 15분 정도 이걸로 운동해 보라는 멘트가 나주 나옵니다.

앱 설명에는 30분을 운동하라고 돼 있습니다.

15분 하든 5분을 하든 효과는 있기는 있을 텐데, 15분의 근거가 좀 명확하지가 않아서 의문이 들었습니다.

이게 강도가 여러 가지로 조절할 수 있는 여러 단계로. 그다음에 키의 높이도 조절할 수 있고 또 자세도 여러 가지가 있어서. 온몸을 운동하느냐, 다리만 하느냐에 따라서 다르겠지만 자전거를 어느 정도의 표준에서 빨랐을 때 몇 분 정도하면 몇 칼로리 정도가 소모가 된다. 이런 제시가 있으면 나는 몇 분 정도 운동하고 싶다는 이런 걸 할 수 있을 텐데, 그런 안내가 없었던 게 좀 아쉬웠습니다.

그리고 이 상품을 이야기하면서 타는 사람은 남자도 있고, 여자도 이렇게 보여줬는데, 남자에 대해서는 날씨가 따뜻해지니까 짧은 팔 입을 때 몸 뚱뚱해서 비계 나오면 안 되잖아요. 이런 얘기를 안 해요. 여성들한테만 대상으로 해서 “이제 해수욕장도 가야 되고 하는데, 뚱뚱하면 안 되잖아요.” 이런 이야기 비슷한 거를 계속 이야기하고 있어서 여성들 입장에서는 굉장히 기분이 나쁠 수 있겠다. 살 빼야지 꼭 눌러가는 것처럼 이렇게 표현하는 것이 거슬리는 부분이 있었습니다.

이 제품은 평생 보증이 된다. 이랬는데, 평생 보정이라고 하면 영구히 된다는 거잖아요. 그러면 사용연한도 아니고, 이 회사가 중간에 망해버리면 계속하게 되는가. 이런 생각이 들어서 평생 보장된다는 근거가 뭔지. 평생 회사가 망해서 보상이 되는 50억 짜리 가입을 했다가 이런 건지. 근거가 제시됐으면 어땠을까 생각이 들고요.

안전 높이를 조절할 때 페달이 어느 정도, 어떤 자세를 취했을 때 어떻게 높이를 높이는 것이 자기 키에 맞는 거라는 이런 높이 조절하는 안내가 있었으면 좋았겠다는 생각이 들고요. 그다음에 손잡이가 앞에 잡고, 그 밑에 잡고, 옆에 잡고 또 의자 옆에도 잡는 데가 있어요.

어떤 데에 어떻게 잡는 것이 좋은 건지. 그냥 아무렇게나 잡으면 되는 건지. 그냥 편한 대로 자기 마음대로 잡으면 되는 건지. 아니면 어떤 때 잡으면 어떤 효과가 더 있는지 이런 설명이 있었으면 어땠을까 이런 생각이 듭니다.

LCD 화면이 있는데, 배터리 수명이 어느 정도 가는지 이야기가 됐으면 좋겠다는 생각입니다.

그다음에 남자 진행 출연자가 이 제품은 14년 전부터 제품이 나와서 꾸준히 인기를 받고 있는 제품이라는 안내멘트를 했는데, 제가 찾아보니까 동일 제품 출시연도가 2020년이었습니다. 그럼 기껏해야 4년밖에 안 됐는데, 이게 비슷한 하위버전이 있었다는 것인지, 버전이 업그레이드돼서 2020년이 된 건지 의문이 있었습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

위원님 너무 수고 많이 했습니다.

많은 걸 지적하셨는데, 변명 아닌 제 경험으로 봐서는 강도 15분의 몇 칼로리인 거는

아마 제가 알기로는 본인에 따라서 강도를 어떻게 하는가에 따라서 칼로리가 다 다르게 소개되기 때문에 코멘트를 딱 어떻게 해 주지 못하지 않았을까 생각이 들거든요. 사람마다 다르기 때문에. 그런 생각이 드는데, 혹시 팀장님께서 나중에 말씀을 해 주시고요.

그다음에 요새 이런 표현을 안 하는데, 성차별적인 표현을 했네요. 만약 그렇다면 이것은 좀 문제가 있는 것 같고.

마지막에 말씀하셨던 것도 이것은 코멘트에 문제가 있는 것 같습니다.

이러한 부분은 위원님께서 잘 지적을 해 주신 것 같습니다.

수고하셨습니다.

다음은 김윤자 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 김윤자 위원

반갑습니다. 김윤자입니다.

저는 4월 11일 저녁 7시 <벨라로사IH스텐곰솔세트>를 모니터링을 했습니다.

이 구성이 곰솔하고 다른 제품들을 이렇게 세트로 묶어서 광고를 하는 제품이었는데, 구성은 좋았습니다.

그런데 가격이 아주 저렴했습니다. 그래서 저렴함을 계속 강조를 하고 있었는데요.

제가 타사의 곰솔을 한번 서칭을 해 봤더니 이 가격보다도 더 저렴한 곰솔은 찾기가 힘들 정도로 가격은 굉장히 저렴하고 좋았습니다.

그런데 실상 곰솔을 사용하는 주부나 소비자들은 이 스테인리스 품질이 천차만별이잖아요. 그런데 그 스테인리스가 얼마나 차이가 있는지 알고 있다는 말입니다.

가격을 저렴한 제품을 써본 사람들은 얼마나 가볍고, 두께나 이런 문제들 때문에 한번 사용을 해 보고는 왜 높은 가격인지를 인지하는 경우가 많이 있고요. 제 경험에 비쳤을 때.

이게 저렴한 것은 저렴한 이유가 있을 거라는 생각이 좀 들어서. 보통 소비자들이 가격에 현혹돼서 제품을 구매를 하고 난 다음에는 품질이 따라주지 않으면 곧 후회를 하고, 후속 구매가 이어지지 않을 가능성이 너무 높기 때문에 가격이 저렴하다고 하더라도 공영홈쇼핑에서는 저렴한 거에 대해서 가격에 대한 거뿐만 아니고, 품질에 대한 어느 정도 검증이 있었으면 좋겠다는 생각이 들었습니다.

스테인리스 곰솔 같은 경우는 두꺼운 것도 사용해 보고, 얇은 것도 사용을 해 봤는데 솔이 좀 얇을 경우에 곰국을 끓인다고 하면 수분이 빨리 날아갑니다. 곰국의 수분이 화력의 정도에 따라서 다르기는 하겠지만.

그래서 한번 사용을 해 보면 이것가지고 안 되겠구나. 곰솔은 은근히 불에 오랫동안 우려나고 해야 하는데, 어느 정도 두께가 필요하구나라고 생각을 하고. 얇은 그 곰솔을 재사용하는 경우들이 저 같은 경우에는 없었거든요. 앞에 우리 윤금선 위원이나 위원장님도 지적을 해 줬는데, 적어도 공영홈쇼핑이 신뢰도를 얻으려면 가격으로만 승부할 게 아니고, 품질이 어느 정도 따라줘야 되지 않을까 이런 생각을 하고.

그날 곰솔세트 이후에도 계속 다른 방송들을 좀 봤는데, 이불이라든지 이런 것들을 계속 이어봤는데, 저 정도면 소비자들이 반쯤할 필요는 없겠다 만족할 수 있겠다. 이런 생각을 하고 봤는데, 그 뒤에 한 9시 40분에도 방송을 이어서 봤습니다.

이때 휴지를 광고를 하고 있었습니다.

공영홈쇼핑에서 휴지를 광고하고 있었는데, 이 휴지가 2018년도부터 계속 판매를 하고 있고, 공영홈쇼핑에서는 200억 정도 매출을 달성했다고 하는데. 이 휴지 같은 경우에 호스트 멘트가 가격도 좋고, 상품이 좋아서 화장지는 공영홈쇼핑에서 사야겠다는 멘트들을 소비자들이 한다는 거예요. 그래서 제가 그것이다. 공영홈쇼핑에는 가격만 하는 게 아니고, 가격과 품질은 어느 정도 보장을 해 주는 그런 상품들이 우리가 공영홈쇼핑에서 다뤄주면 어떨까라는 생각을 했습니다.

방금 윤금선 위원의 LA갈비나 굴비 같은 경우에도 가격을 보고 샀다가는 실망을 할 거다. 이것이 단 하나의 상품만의 문제가 아니고, 공영홈쇼핑 전체의 신뢰도에 영향을 미칠 수 있기 때문에 앞으로는 이런 둘 다 잡을 수 있도록 해야 되지 않을까라는 생각이 들어서 의견을 드려봅니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

감사합니다.

그런데 나중에 팀장님께서 대답을 하시겠지만, 곰솔을 팔려면 얇지만 곰솔용으로 무슨 인증 같은 게 있지 않나요? 왜냐하면 라면 그릇에 곰탕을 끓이면 안 되잖아요. 곰솔 기준의 최소한의 얇은 규격이, 기준이 있을 것 같기도 하네요. 오랜 시간 끓여야 하니까.

○ 김윤자 위원

그래서 이게 어느 정도 두께나 보장이 돼야. 그런 것들이 예를 들면 품질검사팀에서 조사가 됐는지 그런 것들이 조금 궁금하기도 하고 그렇습니다.

○ 위원장 (박창희)

위원님 말씀 들으면서 제가 학생들한테 가르치는 커뮤니케이션이라는 과목이 있는데, 신뢰는 오랫동안 믿음이 쌓여야지 신뢰가 되는데, 불신은 신뢰를 99 쌓았다고 그래도 한 번 거짓말이나 한 번 불신이 들면 다 무너지는 거거든요. 지금 말씀하신 것처럼 가격만 믿고 사서 상품의 질이 나쁘면 이미지가 안 좋은 결과를 초래하는 거라는 우리 위원님 말씀에 동의를 합니다.

말씀 감사하고요.

김선미 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 김선미 위원

첫 번째로 3월 23일 9시 25분, <셀게이트 글루텐 분해효소> 200포 상품입니다. 상품설명 중에 체험찬스 드셔보시고, 돌려주는 분들보다 재구매하는 분들이 더 많은 언급이 있었습니다.

입증할 수 없는 애매한 말은 소비자들의 신뢰를 얻지 못하고, 오히려 불신을 조장할 수 있다고 생각을 하기 때문에 가능하면 그 수치를 제시하는 게 좋을 것 같다는 생각입니다.

두 번째는 3월 24일 오후 5시 30분에 방송된 <벤하임진공물걸레청소기>입니다. 게스트 상품설명 중에 “이 가격 기획가는 공영밖에 없어요.”라고 해서 가격을 검색해보니까 짠 가격이 많았습니다.

가격처럼 즉시 검증 가능하고, 민감한 사항에 대해서는 사전 검토를 철저히 했으면 좋겠습니다. 이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

지금 말씀하신 것처럼 뭔가를 제시하려면 우리가 믿을 수 있는 거는 숫자적인 통계인데 그것에 대해서 너무 주관적으로 뭉뚱그려서 얘기하는 그런 지적을 하신 것 같습니다.

그다음에 가격 면에서도 조심스럽게 얘기를 해야 되지 않나 말씀을 해 주셨습니다. 감사합니다.

이순행 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 이순행 위원

저는 4월 7일 프로그램 방송 편성에 대해서 말씀드리겠습니다.

4월 7일 프로그램 편성이 날이 따뜻해지면서 여행시즌도 돌아와서 그런지 여행상품이 눈에 많이 띄었습니다.

보통 프로그램 2주 간의 편성을 보면 1개나 2개 정도의 여행 상품이 편성되는데, 이 날은 16개의 전체 프로그램 중 3개의 프로그램이 여행 상품 프로그램이었습니다.

다른 날에 배치한다든가, 조금 더 다양한 상품 구성이 되면 좋지 않을까 생각이 들었고요.

또 하나는 누락된 것 같은데, 제가 추가로 말씀을 드리면 4월 9일 14시 40분과 4월 9일 15시 40분, 19시 40분에 방송된 프로그램이 먼저 <신화당제과 쌀전병>이 있었고요. 5시쯤에 방송된 거는 <양기자 장인의 수리치 영양떡 5종 세트>였습니다.

7시쯤에 방송된 게 <김규훈 명장의 시그니처 한끼영양바 시즌2>였는데요.

이 프로그램도 이 시간대가 배가 약간 고플 시간이라 간식거리나 이런 것들이 적당한 시간이지는 하지만, 3번의 프로그램이 연속이었습니다.

그렇게 된다면 소비자도 하나의 간식거리를 사고 또 구매하지 않기 때문에 방송 배치

를 다른 날로 배치하든가 아니면 시간 분배를 하면 훨씬 더 낫지 않을까 이렇게 생각합니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

감사합니다.

편성에 대해서 아주 구체적으로 말씀을 해 주셨습니다.

나중에 대답을 듣기로 하겠습니다.

그다음에 제가 모니터링 한 겁니다.

아까 어느 위원님께서 말씀하신 것처럼 방송 프로그램에 나오는 장면과 약간의 기록과 다른 것 같습니다.

제가 언제부터 사진을 찍게 됐습니다.

사진을 보여주는 게 위원님들이나 모든 분들이 이해하기 좋을 것 같아서요. 우리 이명희 선생님이 수고해서 올려주셔서 감사합니다.

먼저 보면 4월 7일 <오롯담나주곰탕>인데, 최다구성해서 12팩에 플러스 1팩을 더 준다는 그러한 서비스 차원에서 그런 얘기를 하는데, 아래 단서조항을 확인해 보니까 첫 방송의 최다가 이번이 최다가 아니라 이미 23년 11월 9일부터 최다로 판매가 되었던 걸로 알고 있는데, 소비자가 보기에는 그 시간대 보고 이번 시간대만 1팩을 더 주는구나라고 오해할 수 있는 약간의 소지가 있어서 제가 글을 썼습니다.

그다음에 그 아래 보시면 곰탕팩을 뜯어서 그릇에 넣는 장면이 있는데, 거기에 달걀지단과 대파, 고명까지 다 넣어서 한 번에 금방 먹을 수 있다고 했는데, 저기 아래 보시면 딱 뜯어서 보니까 달걀지단과 대파가 별로 없습니다. 그 조그마한 그릇에 하나씩하나씩을 따로. 팩에서 나온 게 아니라 미리 준비해 두고 쏟으니까 대파하고 달걀이 없기 때문에 아무 말 없이 접시에 따로 나와 있는 달걀과 대파를 넣어서 맛있게 보이더라고요. 이걸 약간의 눈속임이 아닌가라는 생각에서 쇼호스트가 대파나 달걀지단이 모자르시는 분한테는 소비자의 기호에 따라서 추가해 먹으면 좋다는 보충설명명이 있었으면 확실하게 상품 정보가 전달이 되지 않았을까하는 그러한 의견을 드립니다.

4월 6일 <스칸디노티아밀폐용기>입니다.

하나의 문제점이 있는 게 전자레인지가 굉장히 위험하잖아요.

그런데 용기를 넣었을 때 주부님들은 다 아시는지 모르겠지만, 쇼호스트가 코멘트를 해서 1분 이상 돌리면 안 된다고 얘기를 하면서 하면 괜찮은데, 그런 말은 안 하고 전자레인지에 돌릴 수 있다. 단, 조그마한 글씨로 저기 아래 보면 1분 미만이라고 얘기를 해서 고객 입장에서 볼 때는 그것이 전달이 안 되고. 제가 전자레인지를 써본 결과 3분도 돌리고, 5분도 돌리는데 그렇게 돌리면 저 용기는 폭발하거나 잘못되는 소지가 없지 않나라는 생각에서 쇼호스트들이 반드시 이 용기는 1분 미만에서 돌려야 한다는 자막 말고, 코멘트와 더불어서 했으면 조금 더 소비자한테 정확한 정보가 전

달되지 않을까라는 생각을 해서 이 의견을 내놨습니다.

저도 이렇게 해서 끝마치는 걸로 하고요.

오늘 제가 보니까 매일 나오는 위원님들의 목소리지만 제가 느끼기에는 실제 상품과 방송에서 시연상품이 조금 다른 부분이 있습니다.

저도 지금 얘기했지만, 시연상품이 조금 더 실제 상품보다는 조금 더 눈에 맞게끔. 그것을 말을 통해서 해 주면 솔직해서 좋은데, 그런 점의 차이점이 좀 있어서 그런 말들은 쇼호스트들이 조금 더 보충설명을 해 줬으면 좋겠다는 생각이 듭니다.

위원님들께서 말씀하시는 것은 가격과 품질, 신뢰에 있어서 정확한 정보가 명시되어야 되겠다. 그래서 정확한 가격, 정확한 사이즈, 정확한 품질 이런 것들이 조금 더 보충 설명해 주는 게 좋지 않나라는 우리 위원님들 말씀을 제가 요약해서 지금 정리했습니다.

지금까지 위원님들 오늘 세 분이 빠지셔서 제가 조금 말을 많이 했습니다.

이에 대해서 우리 팀장님들께서 말씀해 주시죠.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

안녕하세요. 생활문화팀 김진헌 팀장입니다.

먼저 서인환 위원님께서 말씀하셨던 <손리엑스바이크 플래티넘>에 대해서 말씀드리겠습니다.

첫 번째 방송에서 하루 15분을 시작해 보라고 저희가 멘트를 하는데요. 그것은 기본적으로 운동이라는 것 자체가 습관이 굉장히 중요하기 때문에 바쁜 일상 속에서 15분이라도 먼저 시작해 보시라는 의미로 멘트를 한 겁니다. 설명서에 30분 운동으로 안내된 부분은 30분 이상 해야 운동 효과를 볼 수 있다는 그 내용이 적혀 있었던 것 같습니다.

저희 멘트를 하는 거는 저희가 다만, 몇 분이더라도 운동을 꾸준히 하시라는 거로 말씀을 드렸다고 이해를 해 주시면 좋겠고요.

그리고 강도 등에서 몇 칼로리 소비가 되는지 안내를 해 달라고 하셨는데, 칼로리는 저희가 방송 심의상 표현이 불가능합니다. 그리고 이게 개인의 체중이나 운동 강도, 속도에 따라서 굉장히 상이하기 때문에 저희가 그거를 칼로리 표현은 조금 하기가 힘들 것 같습니다.

그리고 표현 시 여성 몸매 말하거나 하는 것은 차후 방송부터는 주의해서 그런 멘트 안 나갈 수 있도록 그렇게 조치를 하겠습니다.

그리고 평생보증, 찾아가는 서비스에 대해서는 저희가 무상AS 1년이라 평생 동안 유상AS를 설명한 건데, 그게 오인의 소지가 있었던 것 같습니다. 멘트를 수정할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 7단계 안장 높이 조절에 대해서는 저희가 키에 따라 그걸 다 설명을 하기가 좀 애매한 부분이고.

그게 만약에 구매하신 분께서 그걸 알아보시면 자기 키에 맞춰서 간단한 부분이라 설

명이 누락됐던 것 같습니다.

그리고 손잡이 위치에 따라 효과에 대해서는 저희가 방송 중간중간에 간략하게 설명은 드리고 있는데요. 그것은 조금 더 자세히 안내 드릴 수 있도록 하겠습니다.

그리고 LCD화면 설명하는 거에 대해서 배터리 부분은 이것도 사용 환경에 따라서 좀 다른 부분이라 이것도 어떤 기준을 잡고 말씀드리기가 애매한 것 같습니다.

그리고 동일 제품 출시 14년간 이 모델 사용하고 있다는 것은 예전부터 처음 상품이 나오고 손리라는 모델 자체가 처음부터 해 왔기 때문에 그런 의미에서 말씀을 드린 것 같은데요. 상품은 계속 업그레이드돼서 신상품이 나왔습니다.

유사상품 이전부터 탕던 거를 멘트를 오인할 수 있게끔 한 것 같습니다.

이 부분은 주의해서 말씀드릴 수 있도록 하겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

이게 오해의 소지가 있을 것 같아요. 동일 제품이라는 것은. 제가 10년 전에 손리 저걸 사서 아직도 쓰고 있는데. 동일 상품이 아니라 유사 상품이라 그래야 되나.

똑같은 상품이 아니잖아요.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

브랜드 상품을 사용하는 게 맞는 것 같습니다.

○ 대표이사 (조성호)

첫 번째는 현장에 문제가 좀 있는 것 같고요.

예를 들어서 30분 이상해서 운동 효과를 있다는 정보를 정확히 전달하고, 운동 안 하시는 분은 15분 하십시오. 표현하는 거는 OK.

전부 다 지금 문제가 있는 거예요. 아까 비만여성 문제 이거는. CCM 쪽에서는 저 발언한 쇼핑호스트 바로 찾아서 조치하세요. 맞잖아요. 전체가 내가 보니까 심각한 문제인데, 하나하나 설명을 해명을 하나요.

마지막 같은 거는 허위방송입니다. 엄격하게. 자꾸 이러면 안 됩니다.

그리고 평생 보장 그게 착오가 있는 게 아니라니까요. 저것도 허위방송입니다.

오늘 특히 바이크 쪽은 간단히 넘길 문제가 아니고, CCM에서는 확인, 정확하게 방송해서 발언자 체크해 보세요.

바로 전체 시정하도록 하겠습니다.

해명할 거 아닌데, 자꾸 해명하면 안 됩니다.

○ 위원장 (박창희)

대표님이 정리해 주셨습니다.

또 어느 운영팀.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

이어서 말씀드리겠습니다.

김윤자 위원님 말씀하셨던 <벨라로사IH스텐곰솔세트>에 대해서 말씀드리겠습니다.

이 스텐레스가 일반 통 3중이나 5중에 비해서는 두께가 얇은 건 사실입니다.

그리고 저희가 곰솔로 사용하는데 문제 없는 두께를 사용하고 있고. 저희가 가격을 낮추고자 기획했던 거는 불이 가열되는 건 밑바닥으로 불이 가열이 되고, 옆의 부분을 저희가 두께를 조절을 해서 가격을 조금 낮추고, 밑의 부분은 그래서 3중 바닥으로 저희가 만들었습니다.

그래서 그 부분을 계속 가열을 해도 일반 곰솔이랑 크게 차이가 나지 않는 품질로 그렇게 만들어서 방송을 했습니다.

○ 위원장 (박창희)

그러니까 지금 말씀하시는 게 가격, 비용 절감으로 해서 옆에는 좀 얇지만,

○ 생활문화팀장 (김진헌)

네. 보디 부분은 조금 얇게 했고요. 밑에 불이 직접적으로 가열되는 밑바닥 부분은 3중 바닥으로 제작을 했습니다.

○ 대표이사 (조성호)

그것에 대해서 테스트해 봤습니까?

CCM 실장.

○ CCM 실장 (이용혁)

네.

○ 상품개발1실장 (홍동표)

통 3중하고 통 5중하고 바닥 3중의 차이는 열이 100도씨 올라가는 시간 자체는 똑같고요. 통 3중과 5중과 바닥 3중의 차이는 열 보존율의 차이가 나는 겁니다, 정확히 얘기하면. 그래서 100도냐 150도 올라가는 시간 자체는 차이가 없고요. 열이 100도에서 떨어지는데, 그 떨어진 시간 자체가 통 5중일수록 느리게 떨어지는 그 차이가 있기 때문에 말씀하시는 거는 우려가 없는데, 열 보존율이 차이가 있는 겁니다.

○ 위원장 (박창희)

○ 상품개발1실장 (홍동표)

불을 끄고 나서 그 열 보존이 얼마나 떨어지느냐. 가스를 끄고 나서.

○ 위원장 (박창희)

또.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

김선미 위원님 말씀하셨던 <벤하임진공물걸레청소기> 관련해서 말씀드리겠습니다.

방송 후반부에 저희가 정정멘트를 했고요. 고객님들이 오해하시지 않도록 그렇게 멘트를 했습니다.

추후부터는 멘트 자체를 조심해서 말씀드릴 수 있도록 하겠습니다.

그리고 박창희 위원장님께서 말씀하셨던 <스칸디노티아밀폐용기>에 대해서 말씀드리겠습니다.

이 전자레인지 1분 이내 사용에 대해서 이 부분은 저희가 방송 중간중간 멘트로도 안내는 드리고 있습니다.

안내는 드리고 있는데, 그걸 잘 못 들으셨다면 저희가 추가적으로 잘 전달될 수 있도록 그렇게 멘트를 할 수 있도록 하겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

아니면 저 안에 사용 가능 안에다 큰 글씨로 까맣게 더 쓰시면.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

정확하게 안내드리겠습니다.

○ 대표이사 (조성호)

모든 밀폐용기가 1분입니까?

○ 생활문화팀장 (김진헌)

아니요. 이건 PCT소재고요.

본부장

PCT는 원래는 돌리면 안 되잖아요.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

컵 시험성적서가 있고요. 돌려도 상관없고, 저희가 2분 동안 사용해도 된다는 성적서는 받았습니다.

성적서는 2분까지로 받았습니다.

○ 대표이사 (조성호)

크게 써요.

○ 생활문화팀장 (김진헌)

네, 알겠습니다.

○ 마케팅팀 (원성구)

다음은 이순행 위원님께서 편성에 대해서 지적하신 부분에 대해서 답변드리겠습니다. 떡과 전병과 강정 상품이 서로 간식으로 먹는 상품이기에 올렸을 때 좀 식상함이 있었다는 지적에 대해서 그것은 저희가 차후에 편성할 때 그런 부분까지 조금 더 세심하게 검토해서 편성하도록 하겠습니다.

그리고 여행상품은 가족들이 모여 있는 시간에 저희가 보여드려야 되는 상품이다 보니까 주말에 집중해서 편성을 하고 있는데, 그럼에도 자체적인 기준으로는 하루에 2번을 넘지 않게 편성을 하고 있었습니다.

그런데 이 부분은 장가계나 태항산 상품이 봄에 상품 판매가 집중이 되는 거다 보니까 근래 상품이 좀 늘어났고. 그래서 최대한 저희가 시간을 식상하지 않게 보이려고 밤늦게 2개를 했는데, 한시적이었던 부분 말씀을 드리고. 향후에도 내부 기준에 따라서 2회를 넘지 않는 기준에 따라서 저희가 너무 식상하지 않게 그렇게 잘 관리하도록 하겠습니다.

○ 패션뷰티팀 (전상운)

이어서 답변드리겠습니다.

저는 패션뷰티팀 전상운입니다.

아까 조선행 위원님께서 의견주셨던 <발레리레이스보정팬티> 관련해서 보정력을 강조함에 있어서 일반 자사제품과 보정속옷을 비교시연함에 있어서 과장성이 있는 것 같다는 의견을 주셨습니다.

이 부분은 이미지 다시 한 번 확인을 해서 모니터링하도록 하고요.

말씀해 주신 것처럼 저희 상품은 팬티 상품인데, 위아래 모두 보정되는 것처럼 오인이나 과장돼서 표현된 부분은 저희가 확인하고 빠르게 수정보완해서 차후 방송 시에는 과장성 없이 방송할 수 있도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

○ **상품개발 2실 실장 (장희석)**

수산과 축산팀 먼저 말씀드리겠습니다.

이성호 위원님께서 말씀하신 <못난이명란>과 <이호진의 LA갈비> 이것은 같이 묶어서. 다 같은 맥락이라서 같이 말씀을 드리겠습니다.

저희가 일단 기본적으로 고객한테 배송되는 제품과 방송 중에 시연되는 제품이 전혀 다르면 안 되고요. 달랐다고 하면 당연히 그건 소비자 기만이라고 저희도 당사에서도 확실히 인식하고 있습니다.

저희 대표님께서도 누차 말씀하시는 게 시연상품과 고객 배송상품이 다르면 안 된다는 거를 누차 강조하고 계십니다.

만약 혹시나 그런 것들이 다르다고 하더라도 방송 중에 다를 수 있다는 걸 쇼핑호스트들이 멘트를 함으로써 저희가 고객들에게 신뢰를 잃지 않으려고 노력은 하고 있습니다.

그럼에도 불구하고 만약에 다르다고 할 때 이런 절차들도 문의를 하셨는데, 고객들이 콜센터를 통해서 교환이나 환불 요청을 합니다. 하면 그런 콜센터 소속 고객만족팀에서 그런 사유들을 각각 매일, 매일 관리를 하고 있습니다.

사유 별로 정리를 해서 기준치 이상이 만약에 이런 것들이 떴다하면 저희 쪽에 알람이 옵니다.

저희 영업팀이나 QA팀에 공유가 됩니다.

영업팀과 QA팀에서는 관련해서 대책회의를 하면서 대책을 강구하게 되는데요. 일례로 경미한 사안이라면 업체한테 개선대책 요구를 합니다.

어떻게 개선을 할 수 있을지를 해서 요구서를 받고요.

만약에 어느 정도 기준치가 과하다고 생각하면 저희가 직접 QA팀과 영업에서 현장에 출장도 나갑니다. 나가서 어떻게 개선할 수 있는지 같이 고민을 하고, 개선할 수 있는 방향으로 저희가 업체와 협의를 하고 있습니다.

○ **위원장 (박창희)**

방송 후에 말씀하시는 거죠?

○ **상품개발 2실 실장 (장희석)**

네.

○ **위원장 (박창희)**

환불 요청이나 교환 요청을 했을 때 프로세스를 말씀해 주시는 거죠?

○ **상품개발 2실 실장 (장희석)**

네. 그렇게 해서 매일 매일 저희도 관리는 하고 있고요. 이런 일이 발생하지 않는 게 가장 중요한데, 사후라도 최대한 대책을 강구해서 관리할 수 있도록 노력은 하고 있

습니다.

○ **대표이사 (조성호)**

실제 저희들이 시연상품과 방송 상품은 엄격하게 합니다.

만약에 업체가 기만했을 경우에는 퇴출되는 경우가 생기거든요.

그런데 실제 시연제품을 우리가 아무리 관리해도 다르게 하는 경우가 있을지 모르지만. 단지, 방송 화면의 앵글의 기술에 따라서 동일한 상품임에도 불구하고 훨씬 먹음직스럽게, 크게 보이는 경우가 있을 겁니다.

제가 볼 때 그런 경우가 상당히 많아서 실제 시연제품이 다른 것보다는 방송상의 과다한 부분. 그것은 근본적으로 방송실장 나와 있잖아요. 사실 방송도 과다하게 하면 안 됩니다.

그래서 그런 부분을 잡아서 소비자에게 정확하게 정보가 전달될 수 있게 하는 게 중요할 것 같습니다.

그래서 말씀하신 대로 시연상의 오류 부분은 지금보다 더 엄격하게 현장 관리, 방송 전 관리하고.

방송 부분에서 변화를 통해서 정확한 상품의 정보가 전달될 수 있도록 개선하도록 하겠습니다.

○ **위원장 (박창희)**

좋은 말씀입니다.

제 거 다시 한 번. 마지막 나주곰탕 봐주세요.

우리 대표님 말씀대로 당연히 저는 찬성하고, 그렇게 해야 하는데.

제가 말씀드린 것처럼 달걀 지단과 대파가 없는데, 그것을 추가로 썰어서 넣은 상태에서 소비자가 딱 저거를 봤다. 넣은 상태에서. 그러면 이 팩을 열면 달걀 지단과 대파가 굉장히 많이 있구나라고 잘못 볼 수가 있다는 그런 점이거든요.

본부장

○ **대표이사 (조성호)**

곰탕에 지단하고 파가 원래 들어가 있어요?

○ **위원장 (박창희)**

네. 여기는 포함돼 있어요.

○ **대표이사 (조성호)**

보통 지단이나 곰탕에 들어있는 경우가 별로 없는데.

○ 위원장 (박창희)

그래서 저걸 보시면요. 뒤에 그릇 2개가 있잖아요. 모자라서 대파하고 달걀지단을 따로 모아놓은 거거든요. 안 넣은 상태에서 2개를 보시면 거의 안 보여요. 파 몇 개 하고 지단이 몇 개밖에 안 보여요.

그런데 만약에 채널을 돌리면서 저 그릇을 추가해서 넣었을 때 달걀 지단과 대파가 많은 그 순간 봤을 경우에는 그 팩에서 폼을 때 그게 나왔다고 오인을 할 수가 있다. 저는 그 말씀을 드리는 거거든요.

그러니까 오히려 넣으면서 또는 넣고 나서 쇼호스트들이 추가로 사람에게 따라서 지단과 대파를 더 넣어서 드시는 게 맛이 좋다, 예를 들면.

그렇게 신뢰성 있는 멘트를 하는 게 좋지 않나.

○ 대표이사 (조성호)

쇼핑호스트 지도해 할 일이 아니고, 상품 품질을 높여야죠. 쇼핑호스트한테 지도해서는 안 되고, 지금 위원님들의 지적하시는 근본은 품질의 문제거든요. 원하는 크기만큼 원품질 이 부분은 곰탕 쪽 PCM하고 협의해서 내용물을 보충하는 작업을 해야지. 아까 LA갈비 두께도 근본적으로는 가성비 좋아야지 가격만 싸고 나쁘면 안 되는 거고. 그것은 저희가 계속적으로 교육을 하는데, 어렵습니다.

상품들 일제히 점검해서 기준치 이하 제품의 상품은 개선하든지 별도로 조치하겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

팀장님들 말씀하시죠.

○ 농산팀장 (김병규)

안녕하십니까? 농산팀 김병규입니다.

김선미 위원님께서 <셀게이트 글루텐 분해효소> 방송 체험찬스 드셔보시고, 돌려주는 분들보다 재구매하는 분들이 더 많다. 이거 입증할 수 없는 근거 없는 표현 아닌지. 입증할 수 없다면 수치를 제시하는 것이 어떠한 의견이 있었는데, 전적으로 동의하고. 가장 정확하게 신뢰 있게 내용을 전달하는 거는 결국 이런 여러 가지 것들은 결국은 정확한 수치에서 나온다고 생각합니다.

그래서 향후로는 그렇게 진행할 수 있도록 하겠고.

이 제품은 200포 구성에서 10포를 저희가 이렇게 체험찬스로 제공하고 있습니다.

해당 내용은 저희가 생방송 심의모니터링을 통해서 전달을 받았고, 쇼호스트분께 관련 내용에 대해서 다시 근거 확인하고, 표현할 수 있도록 그렇게 전달하였습니다.

추후 진행 시는 사전에 데이터 확인해서 정확하게 데이터에 근거해서 방송할 수 있도록, 멘트할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 조선행 위원님께서 고춧가루 구입 시에 저희 멘트가 다소 부족했다고 말씀해

주셨는데, 원산지나 가격은 자막에 지속적으로 노출을 하고. 쇼호스트 멘트로도 아무래도 제일 궁금해하시는 게 고춧가루는 어느 지역의 것인지. 그리고 가격은 얼마인지 이런 부분인데. 또 하나가 중요한 것이 매운맛. 맛이 어떤가, 매운맛의 정도를 아무래도 많이 궁금해하십니다.

그래서 실제로 저희도 멘트로 많이 소거할 수 있도록 쇼호스트분께 사전 미팅 때 요청드리는데, 이런 멘트가 훨씬 더 적게 느껴졌던 것 같습니다.

그래서 저희도 자막 표기나 방송 쪽과 협의해서 이런 걸 조금 더 멘트를 더 할 수 있는 부분도 있지만 확실하게 자막이나 이런 부분을 표현할 수 있도록 그렇게 많이 노출하는 걸로 그렇게 하겠습니다.

저희가 판매하는 대부분의 고춧가루는 사실 대중의 입맛에 맞도록 사실은 보통맛 혹은 일반 매운맛으로 맞추는데, 개인의 편차가 다소 좀 있을 수는 있습니다.

그래서 이것 같은 경우는 일관된 스코빌 지수를 지금 원물 단순 가공이기 때문에 바로 적용할 수 없는 부분이라 멘트나 자막이라도 정확하게 전달할 수 있도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ **위원장 (박창희)**

또 위원님들 하실 말씀 없으시죠?

○ **대표이사 (조성호)**

제가 하나. 매운맛에 대한 기준은 없죠?

○ **농산팀장 (김병규)**

스코빌 지수가 있습니다.

○ **대표이사 (조성호)**

필요하면 그 지수를 나타내야지 보통이라는 표현, 방송 정보 표현은 아닙니다.

○ **농산팀장 (김병규)**

원물에도 표현할 수 있는데, 가공품에는 아직 표현할 기준 자체가 없습니다.

○ **대표이사 (조성호)**

알겠습니다.

제가 말씀드리고 싶은 것은 저희들이 가격 비교한 거.

박 실장, 가격 비교하면 안 되지?

○ 방송제작실 실장 (박인철)

네.

○ 대표이사 (조성호)

그거 아까 그 위의 항목이 뭐였나? 개선하기 바라는 거. 재구매 고객하고 그거 기간 설정해서 할 수 없는 데이터입니다.

개선해서 할 수 있는 게 아니고, 저런 표현은 제가 볼 때는 방심위에 다 걸리는 사항 들입니다.

개선할 게 아니고, 근거 없는 비교는 하면 안 되고.

지금 말씀하신 대로 재구매고객. 그리고 아까 공영 최저가 전부 제가 쓰지 말라고 했는데, 오늘 들어오니까 다 보이는데. 그건 개선이 아니고, 저희들이 당장 중지하도록 하겠습니다.

앞으로 이거 나한테 피드백 다 줘요.

이렇게 합의 봐서 현업한테 알리고 하는 거 하면 안 됩니다. 가격 비교하고.

가격 비교하면 전국에 있는 모든 온라인몰 영수증 붙여놓고 하세요.

죄송합니다. 잘못된 것 같습니다.

○ 위원장 (박창희)

대표님 말씀이 다 옳겠죠. 잘 들어야 될 거고.

저보다 실전에 계시기 때문에 감히 한마디만 한다면 쇼호스트의 언어와 문자로 나타나는 텍스트라고 하잖아요. 그다음에 시연한 비주얼 장면 3개가 다 똑같이 신뢰를 받아야 됩니다.

그러니까 쇼호스트가 말했다고 해서 시연은 다르게 하거나 텍스트 문자를 달리 넣으면 다른 데 심의 가서 할 때도 그런 말을 하는데, 쇼호스트 언어와 텍스트 문자와 방송을 시연하는 3개가 다 일치해야지 소비자가 ‘어, 맞네. 쇼호스트들 얘기하네, 그림도 그려네, 글씨도 그렇게 표현하네.’ 이런 게 소비자들에게 도움이 되지 않을까.

물론 많이 만들어보시고 하셔서 노하우가 있겠지만, 소비자 입장에서 말씀을 드리면 그것을 조금 더 염두에 두시면 방송 심의나 경고 같은 걸 빠져나갈 길이 있지 않을까라는 생각을 해서 말씀을 드립니다.

위원님들 혹시 질문 있으십니까?

오늘 너무 수고하셨습니다.

이 좋은 날씨에 우리가 안에서 이렇게 공영홈쇼핑을 위해서 위원님들이 많이 노력해 주시고, 우리 위원님들, 대표님도 오셔서 공영홈쇼핑 발전을 위해서 많은 노력에 감사하며 박수로서 우리가 4월 시청자위원회를 마치는 걸로 하겠습니다.

감사합니다.

-끝-