



2024년 6월 시청자위원회 정기회의

- 행사명: 2024년 6월 시청자위원회 정기회의
- 일 시: 2024. 6. 20(목) 16:30-17:30
- 장 소: 공영쇼핑 본사 17층 대회의실
- 속기록작성 : 한채영속기사무소 

(주) 공 영 쇼 핑

속 기록 개요

회의일시	2024년 6월 20일(목) 16:30
회의장소	공영홈쇼핑 본사 17층 교육장
회의주제	2024년 6월 시청자위원회
참석자	박인철 (방송기획팀 실장) 성혜영 (방송기획팀 팀장) 이명희 (방송기획팀 대리) 김동환 (미디어실 실장) 정봉식 (CCM실 실장) 장희석 (상품개발 2실 실장) 홍동표 (상품개발 1실 실장) 심인창 (마케팅실 실장) 이수진 (농산팀) 전상운 (수산팀 팀장) 박창희(시청자위원장) 김운자(시청자부위원장) 윤금선(시청자위원) 조선행(시청자위원) 이성우(시청자위원) 김선미(시청자위원) 이순행(시청자위원) 송준호(시청자위원) 이진한(시청자위원) 임원택(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>	

○ **위원장 (박창희)**

안녕하십니까?

2024년 6월 시청자위원회 시작하도록 하겠습니다.

시작하기 전에 더운데도 불구하고 이 날씨가 우리나라뿐만 아니라 전 세계적으로 고온현상이라 거의 초여름이 아니라 한여름에 있는 것 같습니다.

여러분들 이렇게 덥고 불편하신데, 여기까지 나와주셔서 감사하고 오늘도 좋은 의견 부탁드립니다.

시작하겠습니다.

○ **방송기획팀장 (성혜영)**

5월 시청자위원회 운영실적 보고드리겠습니다.

5월 16일 공영홈쇼핑에서 위원님 8명, 경영진 7명, 경영진 외 5명 총 20명 모여서 회의했습니다.

방송 프로그램 관련 의견 12건 주셨고, 12건 모두 수용되었습니다.

이성우 위원님 주신 '조개류 등 제조하는 제조시설' 문구의 의미는 광고시행규칙에 따라 표시하게 되어 있는 의무사항이라고 하고요. '뼈 포함 원육함량 60% 배합 나머지 40%'는 소스 20, 정제수 20, 양념육 자체 표시사항을 표시한 거라고 합니다.

조선행 위원님 주신 선상식에 대한 설명 부족한 것은 크루즈 배에서 진행되는 식사는 선상식으로 공통으로 표현하고 있는데, 조금 더 적극적으로 표현하겠습니다.

김윤자 위원님 주신 굴비 크기에 관련된 건 저희가 큰 것도 있고, 작은 것도 있는데 비인기 사이즈도 어업인을 돕고자하는 의미로 동시 노출해서 운영하고 있다고 답변이 왔습니다.

이외의 것은 먼저 공유해 드린 제시의견 조치 경과 참고하시면 되겠습니다.

이어서 6월 방송 모니터링 의견 나누도록 하겠습니다.

○ **위원장 (박창희)**

팀장님, 수고하셨습니다.

그러면 먼저 이성우 위원님께서 모니터링 의견 주시겠습니다.

○ **이성우 위원**

안녕하십니까?

저는 6월 12일 오후 8시 40분에 방송됐던 <박지영의 갈비살 불고기>에 대한 의견입니다.

시청자위원회는 좀 비판을 주로 많이 하지만, 저는 처음부터 칭찬을 하겠습니다.

상품의견에 앞서 기타의견으로 말씀드리고 싶은 게 공영홈쇼핑이 6월 달에 중소벤처기업부 산하 공공기관 브랜드 평판 1위를 했더라고요. 직전까지 2위 하다 1위로 올라서서. 뒤를 보면 소상공인시장진흥공단이나 중소벤처기업진흥공단, 기술보증기금.

이렇게 되게 큰 규모의 조직에 비해서 기관의 브랜드 평판지수가 압도적으로 있고. 홈쇼핑 업계에서는 브랜드평판 2위를 차지하고. 고무적인 것 같다고 말씀드리고 싶습니다.

홈쇼핑 업체들이 사회공헌활동을 한다고 의지를 보이기는 하는데, 활동 실적이 가시적으로 드러나지 않는데, 공영홈쇼핑은 잘하고 있어서 최근에 인재육성 방송산업 관련해서 경북대학교나 아니면 제주대학교의 발전기금이나 장학금 전달하는 부분도 있었고. 그다음에 베스티안재단이라고 화상아동들 후원금 지원하는 큰 사회복지조직이 있습니다. 그쪽에도 최근에 후원금을 전달을 했더라고요. 공영홈쇼핑이 물론 상품을 판매하는 어떤 영리행위를 하지만, 공공기관이고 이 기관의 브랜드 재고를 위해서 적극적으로 활동하고 있다. 이런 부분을 칭찬드리고 싶어서 말씀을 드립니다.

본격적으로 상품의견을 말씀드리겠습니다.

이 상품에 대해서 조리기능장 박지영 님이 직접 출연을 해서 조리를 하셨는데, 맛있게 조리를 잘하시더라고요. 그리고 쇼핑호스트들이 맛있게 식사하시는 모습을 보면서 상품에 대해서 신뢰감을 느꼈고. 구매하고 싶다는 구매욕을 자극하기에 충분하다고 여겨졌습니다. 특정인의 이름을 걸고 이렇게 홍보하는 상품이면 가급적이면 특정인 당사자가 직접 출연해서 설명한다든지, 조리한다든지 시연하는 모습을 자주 연출시켜 주면 좋겠다는 생각에 이 부분을 말씀을 드립니다.

항상 상품에 보면 좌측에 배너에 문구들이 항상 나오지 않습니까?

이 상품에서는 ‘물가 안정 특집 1만 원 세일’이라는 문구가 나왔습니다. 이 문구가 눈길이 갔는데, 쇼핑호스트들이 이 문구와 관련해서 “기분 좋게 아껴드립니다. 할인된 1만 원 갖고는 과일 사드시는데 사용하세요.” 이렇게 재치 있게 표현을 하시더라고요. 속담에도 이런 말 있지 않습니까? 말 한마디에 천 냥 빚을 갚는다고. 방송의 이미지로 나오는 문구는 상호적인 문구이기는 한데, 이걸 쇼핑호스트들이 말로 재치 있게 묶어서 잘 표현하면 시청자 입장에서는 이걸 구매하는 데 자극일 수 있고, 공영쇼핑 입장에서는 긍정적인 판촉 효과를 가져올 수 있지 않을까. 그런 생각에 재치 있게 말로 엮는 표현을 잘해 주시면 좋겠습니다.

그리고 방송 중에 주의사항.

‘전자레인지용 포장기 아니오니 봉지채로 전자레인지에 넣지 마시기 바랍니다.’ ‘이미 냉동된 바 있으니 해동 후 재냉동하지 마십시오.’라는 주의사항 문구가 너무 작고, 금방 지나가서 사실 인지하기 어려웠습니다.

물론 구매자 입장에서는 상품을 직접 받아보면 나중에 주의사항을 꼼꼼하게 읽어보면 알 수도 있고, 그냥 지나칠 수도 있을 것 같다는 생각이 들어서 이런 주의사항이 있는 거는 고객정보 제공 차원에서라도 혹시 쇼핑호스트분들이 언급을 해 주시면 좋겠다는 생각에 의견을 드립니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

감사합니다.

이성우 위원님께서 이번 달 공영홈쇼핑에 좋은 결과를 말씀해 주셔서 아마 시청자위원으로 계시는 분도 일익을 담당하시는 것 같고, 담당자와 팀장님께 수고하셨다는 말씀을 드립니다.

이거 한우갈비살 불고기 아니에요? 저도 본 것 같아서. 먹음직스럽게 하기는 잘했는데.

○ 이성우 위원

잘해서 샀습니다.

○ 위원장 (박창희)

조선행 위원님.

○ 조선행 위원

안녕하세요, 조선행입니다.

저는 5월 29일 저녁 8시 40분경 <한우 먹는 날 한우등심스테이크> 방송에 대해서 의견을 말씀드리고자 합니다.

이 한우등심스테이크가 소비자한테 배달이 될 때는 아마 냉동 상태로 배달이 될 거예요. 시연을 하는 쇼호스트분들이 남자 셰프님이 나오셔서 한우 등심 굽는 게 나오는데 거의 익히지 않은 소위 레어라고 표현하는. 익히지 않은 형태로 요리하는 모습을 보여주셨습니다.

저도 처음에는 아무 생각 없이 보고 있다가 ‘저거 냉동인데, 저렇게 익히지 않은 상태로 먹어도 괜찮을까?’라는 생각이 들었습니다.

그래서 다시 홈페이지를 가서 보니까 홈페이지에는 ‘충분히 가열 후 섭취’라고 표기가 되어 있었고. 물론 소비자의 기호에 따라서 다양하니까 이렇게 먹는 사람, 저렇게 먹는 사람들이 많이 있겠지만, 요즘 같은 시기에 아무리 냉동으로 배달이 됐다고 할지라도 그걸 익히지 않고 먹었을 때 우려가 된다는 생각입니다.

그리고 셰프님께서 그 말씀을 하다 보면 처음하고, 두 번째 하고, 세 번째 이렇게 돌아가면서 멘트가 약간씩 바뀌잖아요. “바짝 익혀서 드시지만 8팩 중에서 1팩은 레어로 드시는 걸 권합니다.”라고 셰프님이 그렇게 말씀하셔서 조금 제가 보기에는 위험하다는 생각이 들었습니다.

물론 클레임이 안 들어오면 괜찮겠지만, 그런 우려가 있습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

홈페이지와 시연, 쇼호스트 멘트가 일관성 있게 정리됐으면 좋겠다는 말씀을 해 주셨습니다.

다음은 윤금선 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 윤금선 위원

안녕하세요, 윤금선입니다.

제가 지난달에 못 왔기 때문에 꼭 이 얘기를 하고 지나가야 될 것 같습니다.

<특산백세삼계탕>인데, 닭을 손질하고 예쁘게 다리를 꼬아서 만드는 모습을 보여줬는데, 닭의 향문이 제거되지 않은 모습을 봤습니다.

실제로 내가 배달을 시켰는데, 정말 날개 부분이 아니더라도 닭의 향문은 제거하고 보내야 되지 않을까. 그리고 이게 굉장히 많이 끓이는 거라 뼈도 많이 우러나고 약간 몽글몽글한 부유물이 많이 떠있더라고요. 그래서 요새 닭의 향문은 기름기도 많고, 세균덩어리도 많아서 절대로 안 먹는 부위인데, 그 부위를 제거하지 않고 포장을 해서 보냈다는 건 좀 이해가 안 됩니다.

그것은 한번 해당 업체에 손질 부분 그런 거는 확실히 해야 될 것 같습니다.

6월 12일 <신라온돌풍기인견흠침대>.

사실 정말 사이즈가 중요합니다.

그런데 남자가 키가 몇 센티미터인지 모르겠지만, 저렇게 누워서 어른 남자도 누울 수 있다는 걸 보여줬습니다. 이왕이면 가로, 세로, 높이까지 해서 저런 가구들은 확실한 센티미터나 그런 설명이 더 필요하지 않을까 그런 생각을 했습니다.

제가 카드를 변경해서 갱신하느라 080-830-7777로 상담을 하려고 전화를 했더니 상담직원이 역시 바로 전화를 받는 게 아니라 구매하시겠습니까부터 나오더라고요. 결국은 상담직원과 연결이 되었는데, 카드번호가 바뀌었다고 했더니 물건을 구매할 때만 가능하다는 거예요. 하나라도 더 팔려면 바꾸겠다고 하는데. 나중에 물건 구매하실 때 바꾸시면 된다고 하는데, 요새는 거의 ARS 주문이기 때문에 상담사 연결이 쉽지 않거든요. 이런 문제는 한번 짚어야 될 것 같습니다.

○ 위원장 (박창희)

윤금선 위원님께서 직접 닭을 주문을 하셨고, 카드 변경하느라고 전화도 거셨고. 실질적인 소비자 측면에서 경험을 하셨습니다. 처음에 닭 향문과 이런 것들이 있다고 쇼호스트가 멘트를 했어요?

○ 윤금선 위원

아니요.

○ 위원장 (박창희)

그래요? 이걸 나중에 팀장님 말씀을 들어야 되겠습니다. 심각한 것 같은데요.

○ 윤금선 위원

그래서 혹시나 했는데, 역시 닭의 향문이 붙어서 왔더라고요.
그런데 그건 정말 제거해야 되는 거 아닌가 싶습니다.

○ 위원장 (박창희)

좋은 의견 감사합니다.
다음은 윤금선 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 부위원장 (김운자)

저는 24년 6월 10일 밤에 늦게 12시 이후에 방송을 모니터링을 해 봤습니다.
1시에 <오색 카테일토마토>를 재방을 한 거를 봤는데요.
재방은 앞에 방송은 언제 했는지 확인은 하지는 못했는데, 이때 방송이 농산물 표준
규격품이라는 걸 계속 강조를 하면서 이 카테일토마토를 멘트를 하고 홍보를 하셨는
데, 이 표준규격품이라는 거를 농부들은 내용을 잘 알고 있을 것 같습니다.
그런데 소비자들은 사실은 이런 표준규격품이면 아주 좋은 제품인가 보다 검증된 제
품인가 보다 이런 정도로만 생각하지 상세한 내용을 잘 알지 못해서 이런 표준규격품
이라는 내용을 설명을 해 주면 어땠을까 이런 생각입니다.
이 표준규격품 내용을 보면 포장지 겉면에 이렇게 ‘세척해서 드세요.’라든지 아니면
품종, 크기 이런 것들을 표시하도록 되어 있더라고요. 그래서 이런 내용들은 그냥 배
너나 아니면 자막으로 아니면 멘트로만 이야기를 해서 이런 표준규격품이라는 게 겉
면에 표시되도록 되어 있기 때문에 이런 내용들도, 이런 장면들도 한번 보여주면 이
것이 그 제품과 다르지 않구나라는 거를 신뢰성을 주지 않을까. 이런 생각을 해 봤습
니다.
농산물 표준규격품을 기준에 따른 등급, 보관 방법에 대해서는 배너에 작은 글씨 자
막이 계속 나오는데, 앞에서도 우리 위원님들이 지적을 해 주셨는데, 이런 것들을 쇼
호스트가 멘트를 해 주신다면 조금 더 좋은 방송이 되로 있지 않을까. 저도 똑같은
의견을 드립니다. 그래서 소비자의 입장에서 조금 친절한 방송이 되었으면 좋겠다. 그
런 생각이 들었고.
그날 같이 카테일토마토와 캔디토마토를 같이 홍보를 했는데, 카테일토마토는 꼭지가
있고 5kg이었고, 가격은 똑같고. 캔디토마토는 4kg였는데, 꼭지가 없더라고요. 그래
서 이것은 어떤 다른 이유가 있는지 궁금합니다. 똑같은 토마토인데, 소비자 입장에서
봤을 때는 꼭지가 있는 게 조금 더 싱싱하게 보이는데, 캔디토마토는 왜 꼭지가 없이
나가는지 궁금해서 여쭙습니다.
이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

혹시 꼭지 떼어서 1kg 줄은 거 아니에요?

○ 부위원장 (김윤자)

그렇죠. 꼭지가 떨어져서. 1kg은 그런 것 같은데, 왜 그렇게 하는지.

○ 위원장 (박창희)

그리고 소비자 입장에서 표준규격품이라는 거에 대해서 쇼호스트가 디테일하게 설명을 해 주셨으면 하는 그런 의견을 주셨습니다.
또 하나 있네요.

○ 부위원장 (김윤자)

이건 그 앞 시간에 봤습니다.

이것은 다른 위원님들께서도 전에도 계속 지적을 해 주셨고 저도 이런 의견 낸 적이 있었습니다.

<수앤진24K블로썸> 귀금속을 홍보, 광고하는 거였습니다.

쇼호스트 멘트 중에서 “여성스럽다.”, “없어 보인다.” 이런 표현들이 많이 거슬렸습니

다.
예를 들면 “여성스럽다.”는 이런 표현들은 성별 고정관념을 강화시키는 표현들이라서 이런 표현들은 앞으로 공영방송에서 지양해 주셨으면 좋겠다는 의견을 드리고.

“없어 보인다.”는 이런 표현도 비하적인 표현이 아닌가 싶어요. 아름답다, 우아하다, 품위 있어 보인다는 좋은 말들이 있는데, 호스트들에 대한 언어 교육을 강화하겠다고 했는데, 그런 표현들도 고려해 주십사하고 말씀을 드립니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

김윤자 위원님이 맨날 하시는 걸 갖고 전공으로 얘기를 해 주셨습니다.

요새 굉장히 민감한 성에 대한 차별 등인데, 좋은 지적 감사합니다.

김선미 위원께서 모니터링 의견을 주시겠습니다.

○ 김선미 위원

5월 18일 오후 3시 5분 <하성별꿀세트>입니다.

쇼호스트 설명 중에서 “냉장고에 보관하세요.”라는 말을 들었습니다. 이것은 제가 평소에 알고 있던 보관방법과 많이 달라 놀랐습니다.

물론 잠시 후에 정정멘트가 있기는 했습니다마는 궁금해서 앱을 찾아봤더니 ‘식사광선을 피해 서늘한 곳에 상온보관하고, 냉장보관 시 결정이 생길 수 있고, 20℃~25℃ 건조한 장소에 보관’이라고 표기돼 있었습니다.

방송 전에 제품에 대해서 충분히 숙지해서 시청자들에게 올바르게 유익한 정보를 제공하기 위해서 최선을 다해 주셨으면 하는 바람입니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

아니, 그런데 이것은 굉장히 큰 지적입니다.

이것은 잘못된 정보를 수정했다고 하더라도 이걸 소비자들이 그 부분만 봤을 때는 굉장히 잘못된 쇼호스트 멘트라고 생각합니다.

좋은 지적 감사합니다.

이순행 위원님께서 의견주시죠.

○ 이순행 위원

이순행 6월 6일 11:35분에 방송된 <바피 인견블라우스 에센셜 티블라우스 3종>을 봤습니다.

이 프로그램은 3종 제품. 그러니까 네이비, 핑크, 블랙 이렇게 3종에 3만 9,900원으로 요즘 물가에 비해서 가격도 굉장히 저렴하고, 품질도 굉장히 괜찮아 보였습니다.

사이즈도 촘촘하게 55부터 66, 77, 88, 99까지 단계별로 돼 있었고요. 공영쇼핑 단독으로 100사이즈도 구매 가능하여 선택할 수 있는 폭이 굉장히 넓어서 좋았습니다.

방송 시에 모델분의 말씀이 키가 168cm인 분이 55사이즈를 입었고, 다른 쇼호스트는 172cm에 55사이를 착용했다고 방송 자막에 나왔습니다.

그런데 제가 보기에 55사이즈가 키가 크신데도 되게 넉넉하게 보였거든요. 공영홈쇼핑 주 고객 대상이 연령대가 있는 여성분들이라고 알고 있는데, 그래도 172cm보다는 작지 않을까 생각돼서 “평소에 입는 사이즈를 그대로 선택하세요.” 아니면 “좀 넉넉하게 나왔으니 타이트하게 선택하십시오.” 이렇게 코멘트가 있으면 선택하기가 훨씬 더 좋지 않을까. 사이즈가 촘촘히 들어 있지만, 평소에는 55 입는데, 66 입어야 되나, 여름티니까. 아니면 넉넉하게 나왔으니까 한 사이즈를 줄여서 선택을 해야 되는지 이런 어드바이스가 있었으면 좋겠다고 생각합니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

제가 들어갈 때 저희 집에 상자가 있는데, 그다음날 아침에 그 상자가 바깥에 나와 있어요. 그래서 물어보면 분명히 옷이더라고요. 옷인데, 사이즈가 안 맞는다고. 여성분들이 옷 살 때 교환하기도 힘들니까 좀 디테일하게 나눠서 그런 거를 해 줬으면 좋겠다는 의견인 것 같습니다.

저도 많이 경험을 했습니다.

송준호 위원님께서 해 주시겠습니다.

○ 송준호 위원

제가 말씀드린 방송은 24년 6월 10일 23시 50분 <삼탄바이미TV>를 판매하는 상품이었습니다. ‘공영홈쇼핑 기획가’라고 바에 노출되어 있는데, 단서조항에 ‘TV홈쇼핑 기준’이라고 되어 있었습니다.

물론 이게 선회해서 해석을 하자면 공영홈쇼핑 내의 TV홈쇼핑 카테고리 내에서 기준이라고 해석할 수도 있는데, 그냥 일반적으로 TV홈쇼핑 기준이라고 한다면 다른 TV홈쇼핑들과의 어떤 협의된 기준이 있는지 이런 것으로도 착각할 수 있기 때문에 이런 부분에 대해서 조금 더 적합한 표현이라든지 해석 등이 있었으면 좋겠다는 생각을 했습니다. 방송 중에 당연히 TV 특성상 유튜브나 넷플릭스, 디즈니 등 쉽게 볼 수 있는 멘트를 계속합니다. 물론 일반적으로는 이러한 OTT가 유료라는 부분을 다 알고 있기는 합니다. 이런 부분을 강조하다 보니까 마치 이 TV를 활용을 하면 유튜브나 넷플릭스, 디즈니 등을 그냥 볼 수 있다는 식의 착각을 할 가능성도 있다는 생각이 들었습니다. 따라서 이런 부분도 연령층을 생각을 했을 때 조금 더 친절하게 설명을 했다면 좋지 않을까 생각합니다.

그리고 반복적으로 지적되는 부분이 좀 있습니다. 설치비 관련해서 항상 무료이지만, 일부 지역은 제외인 지역들이 항상 있습니다.

그래서 이 부분 관련해서는 일부 지역 제외라고 한다면 이 부분은 조금 더 자세히, 조금 더 큰 글자로 표시를 해 주면 더욱 좋겠다고 다시 한 번 말씀드립니다.

그리고 여기서 의문점이 하나 있었는데, 쇼호스트들이 멘트를 할 때 24년 최신상이라고 말을 합니다.

텍스트 확인을 하면 블랙 같은 경우는 2022년 10월이라고 표기가 되어 있습니다.

이게 2022년 10월에 만들어져서 그 이후로는 신상이 없기 때문에 최신상이라고 말하는 것인지. 그게 아니라고 한다면 2022년 10월에 최신상이라고 할 수 있는지 이런 부분에 대해서 의문이 있습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

이건 늘 다른 홈쇼핑에서도 지적사항이 나오는 걸로 알고 있습니다.

진짜 기획상품인지 아니면 이 채널에서 기획해서 만든 제품인지 그것에 대한 시비 논란은 많은 것으로 알고 있는데, 좋은 의견주셨습니다.

그다음에 유튜브, 넷플릭스, 디즈니. 나이 드신 분은 TV만 사면 그냥 공짜로 나오는 줄 아시는 분도 있을 것 같아요.

이런 것도 좋은 지적인 것 같습니다. 마지막으로 이거는 굉장히 좋은 지적인 것 같습니다.

24년 최신상이라고 했는데, 22년 10월이면 소비자들을 기망하는 그러한 내용이 아닌 가라는. 좋은 의견 감사드립니다.

다음은 이진한 위원님께서 해 주시겠습니다.

○ 이진한 위원

면역력이 많이 떨어진 시기라서 비타민A, C가 풍부하고, 피로회복에 좋고, 다이어트

에도 좋고, 고혈압, 콜레스테롤 수치 예방에 좋은 사과를 먹고 싶어서 사과를 검색해서 보니까 사과 시즌이 아니라서 당연히 라방을 볼 수밖에 없었고요. 라방을 봤습니다.

사실은 부각이 안 되다 보니까 냉동사과이기는 해서 막상 시켜서 받아봤을 때 하고 라방에서 나왔을 때 사과 모습이 확실히 차이가 많이 나기는 났습니다.

하여튼 그럼에도 불구하고 맛은 있었습니다.

그런데 이런 사과에 대한 걸로 드러나는 육질의 모습 이런 거에 대한 내용보다는 오히려 아까 말했던 사과에 대한 영양 성분적인 요인이 하나도 없어서 그 부분이 아쉽다는 생각입니다.

그러다 보니 사실 제가 먹는 사과가 자연산이라고는 돼 있지만, 농약을 썼을 것 같은데 그런 거에 대한 언급이 없었습니다.

사실 실제 구매하고 달랐어도 맛은 좋았습니다.

다만, 라방의 경우 결국은 시즌이 틀어지니까 라방을 볼 수밖에 없었는데, 사실은 끝까지 보고 공지사항까지 봤는데, 라방의 경우에 찍은 시점이 언제인지가 잘 확인이 안 되더라고요. 그런 것들이 같이 쉽게 올려져 있었으면 좋겠다. 이런 부분이 사과에서 나왔고요.

6월 12일 23시 50분에 명란이 워낙 몸에 좋은 성분이 있고 해서 <선호본명란>을 봤습니다.

같이 사회보던 분이 물론 시청자들한테는 존댓말을 했지만, 여성분하고 토크할 때 어색하더라고요. 시청자한테는 존댓말 하는데, 쇼호스트한테는 친근할 수 있지만 어떻게 보면 거부감을 느낄 수 있을 만큼 좋지 않았다는 거.

명란이라는 게 신선한 명란이라고 하지만 절인 것 같은데, 신선하다는 것이 어폐가 있다고 생각을 하고요. 염도가 2.3%라고 소개했는데, 사실 시청자 입장에서 2.3%가 뭐지? 굉장히 짜다는 얘기인가? 염분이 어느 정도 짠지에 대한 그런 의미가 잘 와닿지가 않거든요, 수치로 봤을 때. 수치를 설명해 주는 그런 내용이었으면 좋겠다는 생각이 들었습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

이진한 위원님, 사과는 전문가적인 입장에서 말씀을 잘해 주셨습니다.

명란은 지적사항이 있는 것 같은데, 나중에 팀장님께서 말씀해 주시고요.

수고하셨습니다.

임원택 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 임원택 위원

저는 6월 5일 오전 10시 25분에 방송됐던 <손질가자미> 방송을 보고 의견을 달아봤습니다.

24마리가 하나의 구성이고, 가격이 3만 6,900원이었습니다. 가격이 너무 좋고, 신선해 보여서 관심 있게 봤습니다.

24마리가 날개포장되어 있더라고요. 24마리를 내가 사서 냉장고에 넣을 수 있을까. 양이 너무 많은 것 같아서 가격을 조정하더라도 한 12마리 정도로 낮춰서 판매를 해주시면 더 좋지 않을까 싶습니다.

두 번째는 아마 바로 잡아서 손질을 한 다음에 세척을 해서 바로 냉동포장을 하신 것 같은데, 다른 사이트나 이런 데 찾아보니까 염장을 했다, 안 했다. 반건조 상태니까 어떻게 조리를 해라, 보관은 언제까지 할 수 있다. 이런 내용들이 있더라고요.

이 방송에는 그런 내용에 대한 설명이 없어서 보관 방법이나 조리 방법에서 차이가 있을 수 있으니까 설명을 해 주시면 좋지 않을까 싶습니다.

세척이 잘 되어 있다는 걸 강조하면서 호스트가 물에 외관만 살살 씻어서 조리를 하시더라고요. “이렇게 먹어도 깨끗하다.”라고 하시는데, 이런 손질가자미 같은 경우도 일반 생선처럼 속이나 외관을 흐르는 물에 깨끗하게 씻어서 내장이나 분비물을 깨끗하게 세척을 한 다음에 먹는 게 맞을 것 같은데, 너무 간단하게 세척하고 조리하는 것 같아서 시정이 필요한 것 같습니다.

○ 위원장 (박창희)

좋은 말씀 감사합니다.

아마 24마리는 가격 때문에. 12마리로 구성되면 남는 게 없지 않을까 그런 생각입니다.

염장, 반건조 설명은 꼭 필요한 것 같습니다.

좋은 말씀 감사합니다.

처음에 할 때는 한두 개 보면 지적사항이나 꼬집는 게 나오는데, 점점 우리가 지적하는 거 나와서 그런지 볼수록 한 프로, 두 프로 갖고는 안 돼요. 여러 개 봐야지 뭐가 나올 정도로 잘하고 계십니다.

이번에도 6월 8일 <자연향사과>에 대해서 봤습니다.

이진한 위원님도 말씀하셨지만, 요새 사과가 금값이라 굉장히 사과 사기가 힘들더라고요. 보조개사과라고 얘기를 했는데, 보조개사과가 굉장히 다양하더라고요. 꼭지가 잘라지고, 흠이 있고 이런 것들. 이런 것들에 대해서 흠만 보여주고, 나머지 꼭지 갈라지고 이런 경우들을 다양하게 보여줬으면 소비자가 ‘이런 거구나.’ 그럼에도 불구하고 가격대 맞으니까 보조개사과 구매하겠다는 구매 의욕을 해야 하는데, 이런 보조개사과에 대한 설명을 조금 더 자세하게 했으면 좋겠습니다.

제가 지식 부족인지 미안마 단일 품종이라는 게 다른 품종에 비해서 어떤 장점이 있는지 못 찾아봤습니다. 그냥 방송만 보고 한 것이라.

그다음에 11일 3시 정도에 <힘찬직화장어구이>를 봤습니다.

개봉하는 장면을 보여주지만, 실제 시연에서는 개봉한 것이 아닌 시연용 연출.

늘 지적하는 겁니다. 고객 입장에서 오인의 소지가 있다.

이게 뭐냐 하면 가격 때문에 그런지 조그맣더라고요. 1인분도 안 되는 것 같아요, 제가 보기에는. 저는 이걸 한 3팩을 먹어야 될 것 같은데. 가격상 이런 것들을 직접 냉동이니까 시연장면에서 찢어서 굽는 장면까지는 연결이 안 되고, 딱 끊어지더라고요. 다른 연출로. 그것에 대해서 소비자들이 궁금증이 있으실 것 같고.

그다음에 늘 얘기하는 것도 다른 음식도 그렇지만 비법소스에 대한 과정, 재료 특징 설명이 부족해서 자세한 설명을 했으면 좋겠다는 것입니다.

토종 자포니카 품종. 저만 모르고 있는지, 제가 잘못 모니터링한 건지. 이거에 대한 소비자들의 궁금증을 풀어줬으면 좋겠다는 생각에서 이런 의견을 드립니다.

이상으로 우리 참석하신 위원님들의 모니터링 한 결과들을 짚 말씀을 해 주셨고, 수고를 해 주셨습니다.

이에 대해서 직접 일선에서 뛰고 계시는 팀장님들께서 하실 말씀 있을 것 같아서 한번 들어보겠습니다.

○ **상품개발2실장 (장희석)**

상품개발2실장 항희석입니다.

저는 축산 관련해서 말씀드리겠습니다.

갈비살 확인을 했는데, 저희 방송했던 거 다시 한 번 모니터링을 해 봤습니다.

그런데 박지영 나왔습니다.

매번 출연을 합니다.

○ **이성우 위원**

그래서 나오니까 신뢰감이 있어서.

○ **위원장 (박창희)**

좋다는 말씀입니다.

○ **이성우 위원**

이름을 걸고 나오면 당사자가 가급적이면 출연해 주셔서 설명하든지 시연해 주면 좋겠다. 지적이 아니라 칭찬입니다.

○ **상품개발2실장 (장희석)**

저는 안 나왔다는 얘기인 줄 알고요.

○ **이성우 위원**

칭찬입니다.

○ **상품개발2실장 (장희석)**

감사합니다.

<한우먹는날 한우등심스테이크> 조선행 위원님 말씀해 주셨습니다.

아까 얘기하신 대로 일단은 가장 안전한 거는 바짝 익혀서 섭취하는 게 가장 안전하기는 합니다.

가장 위험한 거는 해동 후에 재냉동하는 게 가장 위험한 섭취 방법입니다.

이게 냉동됐다가 해동을 하고 먹는 거는 좀 어느 정도 기호에 따라 먹을 수 있는데, 재냉동하지만 않는다면 크게 문제는 되지 않을까 거라고 판단을 합니다.

그런데 중요한 거는 해동하는 방법이 사실은 더 중요하다고 저희는 생각을 하고.

그 해동할 때도 상온에서 해동하는 게 가장 위험합니다.

먹기 한 1일, 2일 전에 냉장실로 옮겨서 안전하다고 합니다.

전자렌지의 해동 기능을 이용해서 해동한 다음에 섭취하거나, 흐르는 물에 하는 그런 방법들이 좀 안전하고.

재냉동만 되지 않았다고 하면 사실 크게는 문제되지 않을 것 같은데, 좀 안전하게 먹는다면 바짝 익혀서 먹는 거를 저희도 권해 드리는 방법입니다.

○ **위원장 (박창희)**

그럼 지금 팀장님께서 말씀하신 걸 지금 들으니까 굉장히 자세해서 좋은데, 방송에 나간 내용이에요?

○ **상품개발2실장 (장희석)**

쇼호스트가 8팩 중 1팩은 레어로 드시기를 권한다는 멘트 때문에 그걸 설명드리는 겁니다.

○ **위원장 (박창희)**

그러니까 지금 설명하시는 게 방송에는 안 나왔죠?

○ **상품개발2실장 (장희석)**

항상 냉동식품에는 기본적으로 들어가는 겁니다.

재냉동된 상품은 섭취하지 마세요는 기본적인 겁니다.

○ **윤금선 위원**

기본적인 건데 소비자들이 다시 꺼냈다가 다시 집어넣었다가 이런 경우 저도 가끔 있습니다. 저도 가끔 있습니다.

○ **상품개발2실장 (장희석)**

재냉동만 하지 않고, 해동하는 방법만 제대로 하신다면 크게 문제는 없을 것 같습니다.

다.

윤금선 위원님이 말씀하신 <백세삼계탕>입니다.

이것도 저희가 방송하는 삼계탕 상품들이 4개, 5개 돼서 그 업체에 문의는 해 봤습니다.

얘기하신 대로 이건 향문은 아니고요. 정확하게 콩지 부분이고, 향문은 보통 내장을 제거하면서 향문까지 제거를 합니다. 콩지 부분에 기름기 많은 부분입니다.

저희가 하림닭을 사용한다고 했는데, 하림 쪽에서 1차 가공돼서 오는 거는 콩지가 붙어 있는 상태로 온다고 합니다. 그걸 가지고 삼계탕 공장에서 레토르트를 쳐서 만들기는 하는데, 대부분의 공장이 사실은 요즘 인건비 때문에, 일일이 하려면 수작업으로 제거를 하는 수밖에 없는데, 그렇게 하는 공장은 최근에 많지 않다고 합니다.

일반적인 레토르트 상품들은 거의 콩지가 달려 있는 상태로 나오고, 일반 식당이나 이런 데는 얼마 양이 안 되기 때문에 받아서 일일이 수작업으로 다 제거를 하는 것 같습니다.

그래서 일단 제거할 수 없냐고 확인해 봤는데, 제품 가격이 올라가고, 하림에서도 그렇게 오기는 하지만, OEM 식으로 콩지를 제거해 주고 받을 수도 있는데, 그러면 원가가 올라간다고 합니다.

하림에서도 수작업으로 해서 줘야 되기 때문에 쉽지 않은 문제이기도 한데, 저희도 업체들한테 그런 얘기를 해서 최대한 좋은 상품을 방송할 수 있도록 노력해 보겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

쇼호스트가 직접 말씀하신 “닭 향문이 제거되지 않았습니다.”라고 이렇게 멘트를 하시면 나중에 논란의 여지도 없지 않나요?

○ 상품개발2실장 (장희석)

그것도 고려해 보고 저희가 정보확대경 쪽에.

이것은 향문은 아닙니다. 콩지입니다.

<하성별꿀세트>는 아까 말씀하신 대로 저희가 잘못된 멘트 맞고, 정정멘트까지 한 걸로 알고 있습니다. 주의하도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

안녕하세요

○ 농산팀 (이수진)

안녕하세요, 농산팀 이수진입니다.

<오색카테일토마토> 관련 문의 주신 부분 말씀드리겠습니다.

저희가 포장지 검열이나 표시하고 있는데, 쇼호트스 멘트로 조금 더 자세히 친절히 설명할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 등급이나 보관 방법 같은 경우도 저희가 사실 적은 양을 한 번에 파는 건 아니어서 조금 더 친절하게 설명드리면 좋을 것 같다는 생각이 들어서 그런 것도 다음 방송부터 반영할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 아까 각테일토마토랑 캔디토마토 꼭지 차이 말씀을 주셨는데, 두 품종이 다르거든요. 캔디토마토 같은 경우는 과피가 연하기 때문에 꼭지가 있으면 배송되다가 고정되지 않다 보니까 자기들끼리 꼭지 때문에 상처가 나면 가는 도중에 상품이 상하는 경우가 많아서 꼭지를 제거한 채로 배송이 되는 거고. 오색각테일토마토는 상대적으로 과피가 단단하기 때문에 꼭지가 있는 채로 배송되는 차이점이 있습니다.

○ 위원장 (박창희)

5kg, 4kg는 어떤 차이입니까?

○ 농산팀 (이수진)

품종의 kg 당 가격에 따라 조금 달라집니다.

그리고 이진한 위원님 말씀해 주신 <자연향사과> 말씀드리겠습니다.

저희가 사과도 일반적으로는 몸에 많이 좋은 건 알고 있는데, 일반식품이다 보니까 자칫하면 사과인데도 약처럼 기능이 있는 것으로 오인할 수 있는 부분이 있어서 저희가 그런 거는 최소화하고 있고. 아까 말씀 주신 대로 사과의 기본적인 비타민C나 식이섬유 이 정도는 저희가 공신력 있는 자료를 사용할 수 있으니까 그런 거를 조금 더 안내해서 필요하신 분들이 더 구매할 수 있도록 준비하도록 하겠습니다.

그리고 농약 같은 경우는 잔류농약 테스트를 완료한 제품만 판매하고 있습니다.

안전상의 이유는 걱정 없이 보셔도 되기 때문에 저희가 기본적인 사항이라 소거는 하지 않고 있는데, 그런 부분은 한 번 더 정보를 안내하겠습니다.

실제 구매 시 방송과 다른 거는 사과가 이번 달 정도 7월 정도면 끝물이기 때문에 아무래도 저장 시기가 길어지다 보니까 그런 부분이 있었는데요. 저희가 답하게 선별할 때 갈변도를 조금 더 타이트하게 체크해서 최대한 방송이랑 동일한 상품이 갈 수 있도록 하겠습니다.

그리고 아까 사과 미얀마 품종. 보조개 사과 같은 경우는 아시는 것처럼 색이 조금 바라거나 흠집이거나 이런 게 있는 걸 보조개라고 판매하는데, 보조개사과 종류를 깊이해서 한눈에 보실 수 있도록 설명을 하도록 하겠습니다.

사실 우리나라는 미얀마랑 미시마 거의 두 품종으로 많이 판매되고 있는데, 미얀마 품종이 당도가 좀 높고, 과즙이 풍부한 맛이 있습니다.

보통 미얀마 하나만 넣기에는 선별해서 고를 수 있는 양이 적기 때문에 미시마를 섞기는 하거든요.

그런데 미얀마 하나만 넣었다는 것은 선별을 꼼꼼히 했다는 것이기 때문에 맛을 균일

하게 드실 수 있다는 장점으로 소거드리고 있습니다.

○ 위원장 (박창희)

지금 말씀하신 것처럼 방송에는 안 나왔죠?

○ 농산팀 (이수진)

복잡해지면 어려워하셔서 그렇게까지 저희가 말씀드리지 않습니다.

○ 수산팀장 (전상운)

저는 수산팀장 전상운입니다.

박창희 위원장님께서 말씀해 주신 내용은 실제 방송 중에 시연하는 제품과, 개봉한 제품과 고객한테 배송되는 제품의 동일성에 대해서는 중요한 부분이라고 판단하고 있어서 계속 그 부분 관리를 하고 있습니다.

저희가 방송 시연 중에는 전 과정을 노출하는 데 한계가 있다 보니까 빠른 시연을 하기 위해서 방송 동일 제품을 준비를 하고 진행을 합시다라는 혹시 오인 소지가 있을 수 있으니 이 부분은 전략미팅할 때 다시 한 번 논의해서 오해 없도록 진행하도록 하겠습니다.

그리고 말씀하신 토종 자포니카 품종은 민물장어의 품종 중에 하나입니다.

저희가 방송했던 <힘찬직화장어구이> 같은 경우는 바다장어의 상품이었습니다.

저희가 방송 중에는 바다장어 상품에 대해서는 별도 품종을 노출하고 있지 않기 때문에 이 부분을 바다장어라는 부분으로 노출할 수 있도록 안내할 수 있도록 하겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

저기도 품종이 많아요?

○ 수산팀장 (전상운)

민물장어 같은 경우는 자포니카 품종이 가장 우수하기 때문에 저걸 강조해서 설명을 드리고 있습니다.

그리고 임원택 위원님 <손질가자미> 설명을 드리면 해당 방송일에는 저희가 24미 구성만 방송한 게 맞고요. 소분 포장인 12미 구성도 진행 가능합니다.

다음 방송할 때 협력사 진행 가능한 부분 협의해서 동시 노출할 수 있도록 하고, 고객님 선택 폭을 넓히도록 하겠습니다.

이 제품은 말씀해 주신 것처럼 그냥 세척해서 절단하고, 냉동된 상태로 배송된 거고. 염장이나 반건조가 처리된 상품이 아니었습니다.

그래서 이 부분을 따로 설명드리지는 않았습니다.

오히려 무염처리가 돼서 기호에 따라서 양념이나 조림해 드실 수 있다는 쪽으로 안내

를 해 드렸는데, 이 부분을 세밀하게 반복적으로 안내드리도록 하겠습니다.

그리고 시연 중에도 아까 설명과 비슷한 건데, 빠르게 시연진행을 하다 보니 대충 씻는 듯한 느낌을 받은 것 같습니다.

이 부분은 저희가 전략회의 때 다시 한 번 논의해서 잘 반영할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 이진한 위원님께서 제안하신 <선호본명란> 같은 경우는 게스트의 반말 멘트는 사실 잘못된 게 맞습니다.

이 부분은 저희가 게스트에게 직접 전달을 해서 다음 방송에 정정될 수 있도록 전달을 할 예정입니다.

이 해당 상품은 못난이 명란을 판매하는 방송이다보니 모양만 못난이인 거지 제품 자체가 신선하지 않거나 이상이 있는 거 아닐까라는 고객님의 우려가 있을 것 같아서 신선한 러시아산의 명란을 사용했다는 부분을 강조하다 보니 자막처럼 사용이라는 글씨가 작게 표현된 것 같습니다. 그래서 오인이 있으신 것 같아서 이 부분은 신선한 명란을 사용해서 숙성시켜서 제품화한 상품이라는 걸 다시 한 번 방송 중에 여러 번 주지시킬 수 있도록 하겠습니다.

그리고 염분 2.3%라고 한 거는 저염명란이라고 하면 3%대 이하를 보통 저염명란이라고 하거든요.

그런데 고객들께서는 당연히 아실 수 없을 건데, 저희가 일반적으로 저염명란 3% 이하라는 거를 일반화할 수 없고, 저희 상품의 염도만을, 팩트만을 표현해서 방송을 하다 보니 아무래도 저염이라는 표현에 있어서 높은 건지, 낮은 건지 기준이 모호했을 것 같습니다. 그래서 그 부분도 표현할 수 있는 방법을 강구해서 다음 방송에 반영하도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

○ 상품개발1실장 (홍동표)

공산품 담당하고 있는 상품개발1실장 홍동표입니다.

<삼탄바이미TV> 상품 관련된 것만 언급을 하자면 공영홈쇼핑 기획이라고 했는데, 이 의미는 저렴하다는 의미입니다.

저렴하다는 의미인데, TV홈쇼핑 기준이라는 걸 적은 거는 방송 심의상 타사 대비 저렴하다는 뉘앙스만 풍겨도 범위를, 정확한 시장범위를 노출하게 되어 있습니다.

그래서 이 부분은 다른 홈쇼핑사랑 협의할 문제가 아니고, 심의 기준에 맞춰서 시장 범위를 정확하게 TV홈쇼핑 안에서 가장 싸다는 의미입니다.

○ 위원장 (박창희)

그러니까 저게 다른 쇼핑에서도 하고 있는 똑같은 제품이죠?

○ 상품개발1실장 (홍동표)

아닙니다. 다른 홈쇼핑은 안 하고 있는데, 그다음 달에 할 수 있는 거죠. 그 시점에서 안 하고 있는데, 다음 달에는 할 수 있지만, 그것보다는 비쌀 수밖에 없다. 기획가이기 때문에. 그 의미입니다.

○ 위원장 (박창희)

애매하네요. 다음 달에 똑같은 제품을 다른 홈쇼핑에서 99만 원으로 하면 싸잖아요.

○ 상품개발1실장 (홍동표)

할 수는 없습니다.

왜냐하면 TV홈쇼핑의 기획가라는 의미가 저렴하다는 의미가 내포됐고.

두 번째는 저희 회사만 취급한다는 의미도 있습니다. 단독모델이라는 의미도 있습니다. 그렇기 때문에 현실상 하기 어려운 게 사실이고.

○ 위원장 (박창희)

아주 옛날이지만 노트북이나 컴퓨터 많이 팔았잖아요. 그 모델 백화점 가면 없잖아요. 기획가잖아요. 어떤 경우에 이쪽 홈쇼핑에도 나오고 이쪽 홈쇼핑에도 나오거든요.

○ 상품개발1실장 (홍동표)

컴퓨터도 그렇고 가전제품도 그런데 각 사마다 단독모델을 취급하는 모델이 많아요. <삼탄바이미TV> 같은 경우는 중소기업 브랜드라서 GS홈쇼핑이나 CJ홈쇼핑에서 할 일은 없고. 보통 삼성이나 LG랑 이런 데를 하는데. 각 사에서 독점모델을 요구를 하거든요. 독점모델을 요구하다 보니까 스펙을 살짝살짝 차별화를 두면서 독점모델을 만들고, 그 독점모델에 대해서 각 스펙이 좀 달라지기 때문에 가격도 조금씩 다 다릅니다. 그래서 모델명도 다 다르구요.

설치비 무료 부분 일부 지역이 제외인데, 특히 일부 지역이라고 하면 일부 섬지역이거든요. 정확히 얘기하면. 섬을 다 나열하기에는 우리나라에 섬이 너무 많기 때문에. 어느 섬은 무료고, 어느 섬은 유료기 때문에. 이것은 구매 의사가 있으시다면 저희 상담원들한테 전화를 하시면 친절하게 응대할 수 있을 것 같습니다.

쇼호스트가 “2024년 최신상이다.”라고 하는데, 쇼호스트가 빠뜨린 단서조항이 있는 것 같습니다.

왜냐하면 저희가 화이트모델이 24년에 나온 거고 블랙이 22년에 나온 게 맞습니다. 최신상이라고 하면 “화이트모델이 2024년 최신상이다.”라고 멘트를 쳐야 되는데, 단서조항을 빠뜨려서 이걸 주의를 주도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

오늘 위원님들 모니터링하신 내용을 팀장님들이 자세히 설명해 주셨습니다.

종합적으로 보기에 저는 저도 얘기했지만 상품을 뜯은 상품을 그대로 판에 올려놔서 그 과정을 그대로 보여주는 게 사실 소비자들에게 가장 신뢰가 가는데, 말씀하신 부분에 약간의 그 과정에서 불편한 사항이 있다고 하셨습니다. 되도록, 요새 소비자들이 직접 뜯어서 불판에 놓은 연결성을 진짜냐, 아니냐에 대한 궁금증이 많습니다.

그런 점에 대해서 조금 더 신경을 써주시면 좋겠다는 생각입니다.

우리 박 실장님은 말씀을 안 하셨네요.

○ 방송기획팀장 (박인철)

지난번에도 한번 지적을 받기는 했는데, ‘없어보인다, 여성스럽다.’ 이런 부분 지적하신 김윤자 위원님 말씀을 그대로 전달을 했는데, 이 부분이 또 나온 거에 대해서 죄송스럽게 생각합니다. 다시 전달해서 이 부분 주의할 수 있도록 하겠습니다.

그리고 또 저희가 위원님들 말씀하신 내용들 대부분 수용을 해서 현장에 반영할 수 있도록 하고요.

다만, 심의표현이나 단서 이런 것들 때문에 표현이 어떤 부분에서는 괴물스럽다. 이렇게 표현하는 게 정확할 것 같은데 그런 부분에 대해서는 어폐에 대한 양해를 말씀드립니다.

그건 저희 의도가 아니고, 규제 때문에 생긴 괴물스러운 표현이기 때문에.

다만, 입으로 표현하는 거 중에서 성별 표현, 고정관념 표현. 본인들이 일상적으로 쓰던 것들을 방송에서 표현하는 이런 것들은 주의를 상당히 많이 주고 있는 부분인데도 자꾸 나오는 부분에 대해서는 담당자로서 죄송스럽게 생각합니다.

마지막으로 이성우 위원님께서 저희 대외활동, 장학금 전달이나, 브랜드 평판 이런 부분에 대해서 언급해 주신 부분들이 기록물도 남고 하기 때문에 상당히 감사하다는 말씀을 마지막으로 전달하겠습니다.

위원장님께도 감사말씀을 올리겠습니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

많은 좋은 말씀 많이 하셨습니다.

관계자 팀장님들 수고 많이 하셨습니다.

오늘 이상으로 6월 시청자위원회를 마치도록 하겠습니다.

-끝-

