

2024년 7월 시청자위원회 정기회의

- 행사명: 2024년 7월 시청자위원회 정기회의
- 일 시: 2024. 7. 18(목) 16:30-17:30
- 장 소: 공영쇼핑 본사 17층 대회의실
- 속기록작성 : 한채영속기사무소 

(주) 공 영 쇼 핑

속 기록 개요

회의일시	2024년 7월 18일(목) 16:30
회의장소	공영홈쇼핑 본사 17층 교육장
회의주제	2024년 7월 시청자위원회
참석자	박인철 (방송기획팀 실장) 성혜영 (방송기획팀 팀장) 송승희 (방송기획팀 차장) 이명희 (방송기획팀 대리) 김동환 (미디어실 실장) 정봉식 (CCM실 실장) 홍동표 (상품개발 1실 실장) 장희석 (상품개발 2실 실장) 심인창 (마케팅실 실장) 김병규 (농산팀 팀장) 전상운 (수산팀 팀장) 박창희(시청자위원장) 김윤자(시청자부위원장) 서인환(시청자위원) 윤금선(시청자위원) 조선행(시청자위원) 이성우(시청자위원) 김선미(시청자위원) 이순행(시청자위원) 이진한(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)**

지금부터 24년 7월 시청자위원회를 시작하겠습니다.

오늘 장마철에 굉장히 많은 비도 왔는데, 오시기 불편하셨을 텐데 참석해 주셔서 감사드립니다.

여러분들이 많은 조언을 주셨으면 좋겠습니다.

○ **방송기획팀장 (성혜영)**

시청자위원회 6월 운영실적 보고드리겠습니다.

2024년 6월 20일 위원님 10명, 경영진 6명, 경영진 외 3명. 총 19명.

방송 프로그램에 대한 의견주셨고요. 15건 모두 수용하였습니다.

제시의견 및 조치 경과는 공유해 드린 바와 같습니다.

비포, 에프터로 보여드리겠습니다.

송준호 위원님께서 제시해 주신 의견입니다.

<삼탄바이미TV>에 관한 기획가에 대한 의견이었습니다.

바로 반영해서 에프터 화면 보시면 삭제해서 방송에 노출되었습니다.

다음, <자연향사과> 박창희 위원장님께서 주신 의견입니다.

보조개사과에 대한 이야기 및 실제 제품 받았을 때 문제가 없도록 잘 설명해 주셨으면 좋겠다고 하신 내용 저희가 공영위키에 보조개사과에 대해서 어떤 건지 예시까지 표현해서 노출 중에 있습니다.

좋은 의견 주셔서 감사드립니다.

다음은 이진한 위원님께서 지속적으로 주셨던 Bar 디자인 개선 요청.

이번에 저희가 Bar 디자인을 7월 1일부터 리뉴얼 개편해 왔습니다.

자세한 사항은 미디어실 김동환 실장님께서 설명해 주시겠습니다.

○ **미디어실 실장 (김동환)**

안녕하십니까?

저는 미디어실을 맡고 있는 김동환입니다.

저희가 금번 7월부터 Bar 리뉴얼을 진행을 했습니다.

이진한 위원님께서 그때 제안해 주신 부분에 대해서 저희가 적극적으로 검토를 했고, 최대한 반영을 하려고 진행을 했습니다.

내부적으로 지금 위원님께서 말씀해 주신 것처럼 Bar를 왼쪽 한쪽으로 완전히 붙이는 부분과 안으로 붙이는 부분을 내부적으로 검토를 했습니다.

그런데 실제로 모니터 상황에 따라서 그 부분이 잘리는 부분들 내용이 정보가 잘리는 모니터들이 일부 존재하는 부분들을 저희가 확인했고. 또 고객님들마다 가지고 있는 모니터 상태, 상황에 따라서 잘릴 수 있는 부분이 있어서 그것에 대한 최소한의 마진만을 가지고 진행을 했다는 점을 먼저 말씀을 드리겠습니다.

이번 Bar 리뉴얼은 저희가 3가지의 콘셉트를 가지고 진행했습니다.

가급적이면 기존에 비해서 미니멀하게 하겠다.

그다음에 화면에 대한 부분을 한쪽으로 밀고, Bar 사이즈를 줄였습니다.

그런 부분을 통해서 개방감을 화면에 대한 개방감을 줘서 확대하겠다.

그리고 상품의 카테고리별로 다양성을 가지고 운영하겠다는 콘셉트를 가지고 만들었습니다.

지금 화면에서 보시면 저희 빨간색으로 표시되어 있는 선이 있는데, 그게 저희 현재 리뉴얼되어 있는 Bar의 위치라고 보시면 될 것 같습니다.

그래서 기존에 비해서도 많이 줄였고. 또 다른 경쟁사에 비해서도 저희가 Bar의 가로 폭은 가장 좁다. 그리고 그렇게 한 이유 중에 하나는 실제로 Bar에 대한 정보를 조금 더 콤팩트하게 운영하기 위함도 있고요. 그래서 고객이 한 Bar에서, Bar 하나에서 원 메시지를 전달 받음으로써 고객이 편안하게 인지했으면 개선했으면 좋겠다는 것이 개선되었다고 보면 될 것 같습니다.

다음 작품. 보시면 빨간색으로 표현되어 있는 부분이 기존에 Bar에 운영하던 Bar의 화면에서의, 모니터에서 위치였고요. 아래 하얗게 보이는 부분이 실제로 새로 리뉴얼된 부분입니다.

그래서 기존에 비해서 저희가 세이프티존에서 보시면 거의 절반 가까이 왼쪽으로 이동을 했다. 그리고 아래로도 많이 이동을 했다. 이렇게 보시면 될 것 같습니다.

우상단에 위치도 오른쪽으로 이동함으로써 전체적으로 화면에 저희가 상품 정보를 드릴 수 있는. 그러니까 카메라로 드릴 수 있는 부분에 대해서 확대했다. 이렇게 봐주시면 되겠습니다.

이렇게 보시면 저 정도로 실제 Bar의 위치가 바뀌었다.

이게 두 번째 거입니다. 아래로 왼쪽으로.

○ 위원장 (박창희)

그런데 전체적인 Bar의 크기는 그렇게 많이 변한 건 없죠?

○ 미디어실 실장 (김동환)

아까 말씀드린 가로 폭은 줄고. 그래서 글자 한 2개 정도가 들어갈 수 있는 부분이라고 보시면 될 것 같습니다.

다음 장 주시겠어요?

그리고 다양성이라고 처음에 말씀을 드렸는데, 저희가 기존에 계속 패션이든 모든 카테고리에 대해서 사실 이런 형식의 바를 사용했습니다.

I Bar인데, 풀로 차 있는 거를 사용하는 Bar를 사용했다면 디자인을 하면서 반 Bar 정도. 기존의 Bar 사이즈에서 반 정도로 운영하겠다는 거고.

가장 큰 특징은 패션에서 저희 대표님이 가지고 계시는 생각이요. 또 저희가 추구하는 방향 중에 하나인데. 패션은 사실은 저희 화면을 보고 고객들이 선택을 해야지, 여기서 많은 언어를 가지고 고객에게 정보를 전달하는 것 자체가 큰 의미가 없다.

또한 한 Bar에 원메시지를 줘야지 의미있게 고객들이 다가갈 수 있다는 그런 생각을 저희가 공유를 했고. 그런 부분을 반영해서 가급적이면 한 Bar에서는 원메시지로써 고객님께 소구하려고 바꿨습니다.

다음 장 부탁드립니다.

그리고 같은 패션Bar인데, 경우에 따라서는 좌상단이 비어있기 때문에 사실은 저희가 화면 구성상 애매한 사이즈가 나올 수 있는 부분들이 있습니다.

그래서 그 부분에 대해서는 위에 빨간색과 청색으로 이미지들을 넣었는데, 저기에는 신발이라든지 저희가 패션 액세서리 같은 경우는 풀 이미지가 사실은 방송 이미지에 서 카메라로 잡다 보면 많이 보여지지 않고, 일부 클로즈업된 부분들만 고객들이 보기 때문에 굉장히 사실은 패션디자인 같은 경우는 전체적인 디자인이 가장 큰 부분인데, 어떤 국소적인 부분들만 많이 노출된다는 의견이 있어서 저 부분에는 그런 부분들은 동영상이나 이런 거를 통해서 저희가 풀 이미지 위주의 그런 이미지들을 넣어서 향후에 운영할 예정에 있습니다.

이상입니다.

○ 이순행 위원

설명 잘 들었는데 관련해서 사실 시청자위원회에다가 의견을 넣어야 되나 말아야 되나 고민했던 게 하나가 있어서 화면 나온 김에요.

공영홈쇼핑 지금 화면에서 우측 상단에 라이브랑 중소기업을 위한 대표홈쇼핑 있잖아요. 저는 공영홈쇼핑이 다른 홈쇼핑보다 강렬해서 눈에 더 들어와서 좋더라고요, 디자인 부분에서는. 레이아웃이나 이런 것들이요.

그런데 저 라이브 할 때랑 재방송 할 때 이게 타 방송 같은 경우에 라이브 뒤에 배경 이미지가 뒤에 있으면 이게 라이브라는 게 눈에 확 들어오는데, 뒤의 배경이 없다 보니 흰 바탕이라 지금 레드계열이라 가시성이 있는데, 조금 얼룩덜룩한 이런 배경일 때는 라이브인지 재방송인지 모를 때가 있었어요.

그다음에 되게 중요한 중소기업을 위한 대표홈쇼핑 이게 또 뒤에 배경이 없다 보니까 가독성이 없더라고요. 그래서 방송 볼 때 그런 부분들을 강조해서 배경 넣어주시면 어떤가 생각이 들었습니다.

○ 미디어실 실장 (김동환)

저희도 그런 부분을 내부에서 많이 고민을 하는 부분인데, 저게 많이 앞 부분이 노출이 되다 보면 화면을 가리는 부분들이 있고 그런 부분들 때문에 저렇게 하얀색으로 디자인된 부분이 있습니다.

그것들은 다시 향후에도 이번에 한 번으로 끝나는 게 아니라 지속적으로 리뉴얼을 진행할 예정이 있기 때문에 위원님이 주신 의견 적극적으로 반영할 수 있도록 하겠습니다.

감사합니다.

○ 위원장 (박창희)

지금 이순행 위원님께서 굉장히 좋은 말씀해 주셨습니다. 지금 당장은 아니겠지만 좋은 말씀입니다.

저게 굉장히 조금 옛날 거보다는 조금 신선하고 눈에 잘 들어오는 것 같습니다.

그런 점에서 굉장히.

그런데 어렵지 않으세요? 편집할 때 기술적으로 뭐 달라야 되잖아요.

○ 미디어실 실장 (김동환)

거기에 맞춰서 하나둘씩 맞추고 있습니다. 어차피 시간을 가지고 바뀌야 되는 부분이어서. 그리고 또 저희가 거기에 맞춰서 카메라워킹이라든지 이런 것도 있었는데.

그런데 그런 부분들이 위원님이 말씀하신 것처럼 큰 변화는 아니고 적은 부분이기 때문에 현재로서는 어느 정도 맞추고 가고 있는데, 그것보다도 젊은 트렌드에 맞는 카메라워킹이나 화면 구성을 해야 된다고 생각을 하고 거기에 포커싱을 맞춰서 그런 개선작업을 진행하고 있습니다.

실제 저희 고객들이 타사에 비해서 높다고 얘기가 예전에는 많이 됐는데, 사실은 그게 10년 전 얘기거든요.

그러니까 현재 고객들이 TV 프로그램을 보시면 아시겠지만, 사실은 연령대가 높은 분들을 대상으로 하는 프로그램 편성들이 많이 늘었습니다. 쇼 프로그램은 많이 줄고. 그래서 예전에 나이 많으신 분들은 느리고, 이런 카메라 화면 구성을 선호하셨다면 그때 젊은 사람들이 50, 60대가 되신 분들이기 때문에 이제는 그런 부분에 트렌드에 민감한 분들이 그 연령대가 되어서 현재는 화면 구성을 하려고 그 부분도 하고 있습니다.

○ 위원장 (박창희)

수고 많이 하셨습니다.

그러면 제일 먼저 우리 이성우 위원님께서 7월 모니터링 의견을 주시겠습니다.

○ 이성우 위원

안녕하십니까?

저는 7월 10일 21시 45분 <궁중도가니탕>에 대해서 말씀드리겠습니다.

먼저 방송상품이 시연되면서 이해를 돕기 위해 연출된 화면에서 상품 내용 분량이랑 그 요리연구가가 실제 상품을 개봉해서 냉면 그릇에 부어서 보여준 상품 내용물의 괴리감이 별로 크지 않아서 신뢰가 들었습니다.

원래 이해를 돕기 위해 보여주는 장면이랑 괴리감이 많이 나는 경우가 있는데, 이번 경우처럼 이런 연출화면과 시연장면 사이 괴리감이 최소화되면 좋겠다. 이런 부분은 신경 써주셨으면 좋겠다고 당부드리고 싶습니다.

그리고 화면에서 가공 전 기준으로 스지가 30%, 사태가 5%라는 문구가 보였고, 방송

에 출연하셨던 요리연구가께서 원육이 무려 35%라는 몇 번 언급을 하시더라고요. 상품에 대한 함량과 기준에 대해서 주의와 환기가 됐습니다.

궁금한 게 비율로 따졌을 때 한 팩이 800g 상품이라고 했기 때문에 35%라는 기준으로 사태와 스지의 총 중량이 280g으로 이해되는데, 이게 맞는 표현인지 궁금해서 의견드립니다.

쇼핑호스트께서 시식장면을 맛있게 먹는 모습을 보여주시기는 하는데, 강조하려고 하시다 보니까 음식물 튀어나오더라고요. 이런 부분은 조금 주의가 필요하지 않나 하는 싶습니다.

그리고 기타 사항으로 제안을 드리자면 보건복지부와 한국사회복지협의회가 매년 시행하는 공공기관이나 기업들 대상으로 사회공헌하는 인정제를 6월 말에 공고를 해가지고 7월 중에 신청접수를 받는 걸로 알고 있습니다.

그래서 공영홈쇼핑이 평소에 ESG경영에 앞장서고 있고 또 지역상행하는 사회공헌활동도 하고 있기 때문에 이번 기회에 지역사회인정제를 신청하면 어떨까하는 생각에 의견남깁니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

좋은 의견입니다.

저 말씀이 800g 곱하기 0.35해서 280나왔다는 말이죠?

○ 이성우 위원

네. 원육 중량이 280g 곱하기니까.

원육비중이 35%라고 언급을 하셨는데, 그러면 한 팩이 800g의 중량이니까 0.35하면 280이 되니까. 원육 중량이 280g이니까. 스지와 사태. 그걸 의견을 물어본 겁니다.

○ 위원장 (박창희)

나중에 설명을 들었는데. 쇼호스트들은 많이 교육을 하시는데, 저런 장면은 많이 보는데, 특히 음식 장면에서 먹으면서 하시는데, 음식이 튀어나왔다. 저건 조금 시정의 의미가 있네요. 다음 조선행 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 조선행 위원

안녕하세요, 조선행입니다.

저는 7월 10일 19시 50분경 <완도전복(수협)> 방송을 보았습니다.

사실 제가 오늘 말씀드린 내용은 제 기억으로도 우리 위원회에서 여러 번 나왔던 그런 내용이라고 생각했습니다.

그래서 이번에는 방송에서 크기 비교. 그러니까 특대 사이즈, 대 사이즈 크기 비교를 해 주셨어요. 그래서 저거 비교하느라 정신 차리고 보려고 그러니까 한 1초 만에 확

지나가더라고요. 1, 2초 만에 확 지나가더라고요. 제가 좀 감각이 느려서 그런지 모르겠지만, 정말 이렇게 비교를 해 주셨으면 좋겠다는 생각이 듭니다.

소비자가 판단할 수 있는 그런 시간적인 여유도 주시면서 해 주시면 좋겠다는 생각입니다.

쭉 방송을 보다 보면 주문1, 주문2가 있다 보면 거의 주문1에 맞춰져서 권유를 하시더라고요. 멘트도 그렇고, 자막도 그렇고.

그러면 주문1과 주문2의 차이점이 뭘까라고 비교를 하고 싶은 생각이 드는데, 그런 부분들이 비교정보가 잘 드러나지 않고, 그냥 주문1로 주문하라는 얘기인가보다라는 생각이 저절로 드는 그런 경우가 왕왕 있었습니다.

그래서 저거 찍어야지 했는데, 속 지나가는 바람에 사진을 찍지 못했고요.

이게 비교정보를 소비자한테 제공하는 게 굉장히 조심스러운 면이 없지 않아 있다고 생각합니다. 이런 부분을 조금 더 방송에서 고려를 해 주셨으면 하는 바람에서 이번 달 의견을 내게 되었습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

그런데 원래 생선 같은 거는 표준 크기 표기가 있지 않아요? 우리 저번에 위원님들 많이 지적하셨는데, 특대.

그런데 이거는 거기서 제외되나요? 표준전복은? 있겠죠?

○ 김윤자 위원

저도 확인을 했는데, 크기를 보니까 공영홈쇼핑 자사 기준이 있더라고요. 여기 그날 상품이 왕특대하고 사이즈 차이가 구분되지 않도록 방송에.

○ 위원장 (박창희)

저희들이 이 주제는 몇 번 다뤘던 것 같아요. 생선 크기가 표준화되지 않아서.

다음은 윤금선 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 윤금선 위원

조금 전에 조선행 위원님께서 말씀하신 전복을 저는 사실 주문했습니다.

뭐 사이즈도 좋았는데, 제가 전복을 손질하면서 너무 너무 어렵다는 생각을 했습니다. 입 제거하는 부분이라든가 과연 살아 있을 때 칼이 정말 잘 안 들어가는 정도더라고요. 그래서 다음은 혹시 그 방송을 한다면 전복 손질에 대해서도 한번 설명을 해 주시면 참고가 되지 않을까 이런 생각입니다.

저는 2024년 7월 8일 20시 40분 <김규훈 영양바 시즌2> 방송을 보게 되었습니다.

아무튼 명장님께서 나오셔서 직접 설명을 하시고, 많이 들어가는 부분은 국내산 원료

3가지.

그런데 나머지 거의 많은 함량들은 다 미국이나 인도, 베트남, 인도네시아인데, 아무래도 국내산 표기는 크게 나오고, 외국산 표기는 작게 나와서 혹시나 이게 다 국산이라고 오인할 수 있는 여지가 있다고 생각합니다.

이게 한 끼 대용이라고 말씀을 했는데, Kcal 표시가 없어서 실제로 들어가서 확인해보니 500Kcal였어요. 어찌 보면 사실은 다이어트를 해야 되는 사람도 많은데, 이걸 간식으로 먹고 또 밥도 먹게 되면 어떡하나 굉장히 걱정 아닌 걱정을 하면서 그러면 차라리 다이어트하시는 분들한테도 500Kcal 정도이니 저녁은 이걸로 대용을 하신다든가 해서 조금 그 부분이 포함이 된다면 오히려 그 매출에 더 좋지 않을까, 오히려. 그런 생각을 했습니다. Kcal

그리고 상품이 25개 40개, 80개 옵션이 있는데, 너무 80개만 강조를 하니까 사실 우리가 다른 방송에서도 글루타치온이나 이런 거를 보면 6개월 1년치를 파는데, 쿠팡에 들어가면 한 박스도 팔거든요. 그러니까 그런 부분에서 사실 80개까지 보통 식구가 많지 않으면 쉽지 않은 거라 좀 방법을 생각해 봐야 되지 않을까 합니다.

○ 위원장 (박창희)

좋은 의견 감사합니다.

80개 강조가 80개를 사면 가격이 저렴해진다는 말이 포함되어 있어서 80개를 가격상 그런 거 아닌가.

○ 윤금선 위원

아무래도 더 많이 사면 더 싸지겠죠. 제가 그것까지 판단을 못 해 봤는데, 일단 방송을 보면서 내내 80개만 봤고. 나중에 따로 들어가서 보니까 40개, 25개까지 다 있었거든요.

○ 위원장 (박창희)

좋은 의견 감사드립니다.

다음은 서인환 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 서인환 위원

지난달에 못 와서 지난달에 사과가 있었다는 걸 몰랐습니다. 알았으면 다른 걸 했을 텐데요.

이진한 위원님께서 사과에 대한 얘기를 했네요. 보조개사과 이야기했는데, 옛날에는 못난이사과 이러다가 요새는 알뜰사과. 사과에만 그런 게 아니고, 감자나 수박이나 다 쓰더라고요. 요새는 이름을 달면서 사람들이 다른 건지, 같은 건지 헷갈릴 수 있습니다.

<이래뜰세척사과>인데, 이래뜰이 문경에 있더라고요. 그래서 거기에서 나온 것 같기

는 한데, 이래뜰사과는 사람들이 생소하니까 그냥 브랜드 이름이 그런거구나 할 수 있지만, 어느 영농조합에서 만들어서 어느 지역에서 만든 거더라고 설명이 있으면 좋겠다는 생각입니다.

그다음에 지형은 구체적으로 얘기하지 않고 해가 짧아서 일교차가 있고, 강우량이 풍부해서 맛있는 사과라고 이야기하는데, 대한민국에 제주도나 서울도 아니고. 그냥 경상북도에 사과 많이 나는 지역이나 충청도 사과 많이 하는데, 일교차가 얼마나 차이 날까. 요즘 대부분 스프링클러가 돼 있어서 사실 강수량은 관계없을 텐데 이런 생각이 들었습니다.

어느 지역에 산이 있는 남향으로 보는 지역에 언덕에 나무가 있어서 가을에는 해가 빨리 지니까 그래서 일교차가 심해져서 영양분이 다른 데로 안 가고 과일로 남아서 이런 설명을 해야 이해를 하지 않았을까 이런 생각입니다.

품종은 부사인데, 부사를 구체적으로 하면 미시마, 미안마 이런 품종이라고 합니다.

그러면 부사라고만 해도 될 건데, 구체적으로 이야기하니까 또 궁금해집니다.

부사 종류가 도대체 몇 가지고. 그러면 미안마의 품종만 있는 것도 아니고, 미시마도 있고. 얼마나 섞였는지 차이는 뭔지 이런 것들도 궁금하지만 전혀 해결할 방법이 없었습니다.

품종이 어떤 몇 퍼센트 이런 것이 있었으면 어땠을까 싶습니다.

선별 과정은 엄격하게 9단계가 있다. 그래서 육안으로도 선별하고, 세척하고 하는데. 이게 선별 과정 안에 세척하는 과정이 5개가 있고. 그다음에 선별 과정은 선별하는 건 육안으로 해요.

그런데 육안이 3단계가 있습니다.

보통은 크기하고, 흠집이 있는지 보는 것 정도일 텐데. 그래가지고 9단계를 만들어서 5단계나, 6단계를 해도 될 거를 육안을 여러 개 넣어서 많이 만든 게 아닐까. 세척해 놓고 눈으로 보는 건 아닐 텐데. 육안으로 선별하는 단계가 여러 군데 이렇게 나오는 게 맞나. 단계가 9단계가 진짜로 맞나. 안 하고 형식적으로 여러 군데 넣은 거 아닌가 의심이 듭니다.

사과가 한 박스에 3kg인데요. 9개~16개가 들어 있다고 했습니다.

그런데 9개하고 16개하고 차이가 거의 2배 가까이 되니까 어떤 사람은 사과를 등산할 때 갖고 다니기 편하게 작은 사과를 원하는 사람이 있을 거고, 어떤 사람은 좀 큰 사과를 원하는 사람도 있을 겁니다. 크기 선별도 했다는데, 소비자가 큰 사과를 좋아하면 큰 사과를 사고 싶다. 아니면 작은 사과를 해서 좀 적게 먹고, 그 대신 개수가 많으면 좋겠다. 이런 선택권이 있으면 좋을 텐데, 그 선택권은 9개를 주든 kg만 맞춰서 줄 테니까. 여기는 큰 거랑 작은 거랑 거의 배 차이 나는 게 여러 개가 섞여 있을 가능성에 있지 않느냐. 9개와 16개 차이는. 9개에서 11개라고 그러면 비슷한데, 차이가 있다고 하겠지만 차이가 너무 심한 건 아닌가 이런 생각입니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

수고하셨습니다.

아까 얘기 안 했는데, 제시의견 조치 결과에서 보조개사과 얘기를 했고, 미안마도 사실은 똑같은 생각에서 얘기를 했는데, 하여간 마치 조치경과 방송을 봤습니다.

속으로 '진짜 반영해서 잘하네.' 이렇게까지 생각을 했는데, 오늘 서인환 위원님께서 미안마 품종 얘기가 나왔네요.

수고 많이 하셨습니다.

사과 말씀하신 거는 16개 中이나, 16개가 다. 또는 19개가 다 타냐 이거 말씀하신 거죠?

○ 서인환 위원

아니에요.

3kg 무게가 같은데, 크기가 다 달라서. 봤는데, 무게만 맞추다 보니까. 재수가 좋아서 큰 거 받을 때는 9개고, 작은 거 받을 때는 16개다. 주는 대로 받는 거거든요.

○ 위원장 (박창희)

나중에 팀장님께서 설명해 주십시오.

다음은 우리 김윤자 위원님께서 말씀해 주시겠습니다.

○ 김윤자 위원

저도 7월 10일 <완도전복(수협)> 보면서 저도 그날 전복이 엄청 싱싱하게 보이고, 좋아 보여서 저도 구매를 해 볼까 생각을 하다가 구매는 하지 않았습니다.

그날 그 방송을 보면서 대체적으로 방송이 크게 흠잡을 데 없이 잘 진행이 됐고, 전복을 보면서 엄청 싱싱하게 보였거든요. 그래서 좋다고 했는데, 중간에 아이스박스를 바로 갖다 놓고 거기서 아이스팩을 치우고, 박스에 들어 있는 걸 포장을 뜯어서 바로 그 자리에서 호스트가 슬라이스를 해서 초장에 바로 찍어 먹더라고요.

그런데 아까 지적을 해 주셨지만, 전복을 세척을 해야 되는 부분이거든요.

그래서 바로 먹을 수 있는 건 아닌데, 바로 그 장면이 나와서 그 앞의 과정이 생략되었겠죠. 생략이 되기는 했는데, 제가 느끼기에는 바로 그 자리에서 잘라서 먹는 것처럼 보여서 그게 조금 아쉬웠습니다.

그래서 저도 전복을 세척하는 법이 어렵다 하는데, 전복에도 이빨이 있다고 하거든요. 그런 거를 잘라낸다는지, 다른 홈쇼핑 같은 경우에는 전복을 판매할 때 세척하는 솔을 같이 넣어서 보내주는 그런 홈쇼핑도 있더라고요. 그렇게 친절한 데가 있더라고요. 솔이 들어가면 이게 세척을 이렇게 하는구나. 이런 생각이 들어서 저도 세척법을 호스트가 알려줬으면 어땠을까 이런 생각입니다.

아까 제가 전복을 보면서 전복이 탐이 나면 그걸 꼭 한 세트만 주문하라는 법이 없잖아요.

예를 들면 내가 조금 많이 주문을 했거나 아니면 식구가 적어서 이걸 먹고 남은 건 어떻게 보관하면 좋을지 설명이 되면 구매하는데, 우리 식구에 비해 전체 양이 너무 많다고 하면 조절할 수 있을 것 같아서. 한꺼번에 이런 요리 저런 요리를 하는데, 그래도 식구 수가 요즘은 거의 많지가 않으니깐 우리 홈쇼핑 위주로 묶어서 꾸러미가 크잖아요. 그래서 남은 수량은 어떻게 세척을 해서 어떻게 보관을 하시라. 그래서 며칠 이내 드시라는 안내가 있었으면 어땠을까 생각합니다.

그리고 그날 크기는 아까 우리 조순행 위원님이 말씀을 하시기는 했는데, 그날 저녁 크기를 봤을 때 수산물은 우리 홈쇼핑의 자사 기준이라고 해서 QR코드로 들어가 보니까 전복은 특대고, 왕특대고 이런 걸 상세히 해 놔서 들어가서 보면 확실히 잘 알겠구나. 그래서 왕특대가 어느 정도 크기고, 대는 어느 정도 크기라고 차이가 나겠구나.

바로 다음 날 11일에 <메리엔느냉감패드 2종> 방송하는 걸 모니터링하게 되었습니다. 이 패드는 전에 말씀드린 적이 있습니다.

침구류 주문에서 사이즈 선택이 소비자의 입장에서는 이 정도 몇 cm인지 감은 잘 안 오거든요. 내가 침대를 쿤을 사용하고 있거나 킹을 사용하고 있으면 그 침대 기준이 있으니까 그 침대 기준보다는 넉넉하게 5센티나, 10센티 정도하면 넉넉하게 덮어주면 좋겠다는 그런 게 있어서 이런 패드 같은 경우에는 매트리스 침대 크기를 알려주고 거기에 맞춰서 패드를 선택하게 해 보면 훨씬 소비자의 입장에서 선택하기 수월하지 않을까 이런 생각이 들어서.

이것도 우리 수산물처럼 QR코드나 이런 거를 해서 선택하기 전에 매트리스 크기가... 매트리스가 국산 사이즈와 외국 사이즈가 좀 다르더라고요. 침대 매트리스 크기가. 그래서 국산은 예를 들면 킹은 몇 센티이고, 수입 제품 같은 경우에는 킹이 몇 센티다. 이런 것들을 알려주는 사이즈가 있으면 그걸 들여다보고 상세히 매트리스 크기를 선택하면 좋겠다. 그런 생각을 해 봤습니다. 이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

김윤자 위원님 수고 많으셨습니다.

저도 개인 의견을 말씀을 드리려고 그러는데, 결국에는 제작하는 사람이나 파는 사람들은 좋은 거만 넘어가려고 그러는데, 소비자들은 그걸 일일이 하나씩 팔로잉하기를 원하거든요. 세척 과정 요리과정 그런데 이거를 중간중간 스킵하는 경향이 있는 소비자들이 지금 우리 위원님께서 말씀하신 것처럼 설명이 부족하다는 생각을 하시는 것 같습니다. 좋은 말씀 감사합니다.

김선미 위원님.

○ 김선미 위원

6월 22일 06시에 방송된 <마담엘레강스인견블라우스>입니다.

상품 설명 중 인건 100%라고 했는데 제 생각에는 그런 것 같지 않아서 걸감 레이온 100%지만 배색 부분은 소재가 설명과는 달랐습니다.

상품에 대해서 정확하게 숙지하고도 방송 중에 올바른 정보를 전달해서 혼선이 생기지 않도록 해야 되겠습니다.

다음은 6월 24일 13시 40분에 방송된 <노터치 이지슬라이드 청소밀대>입니다.

상품설명 중 특허를 받았다고 했는데, 사실 제가 집에서 현재 사용하고 있는 것과 비슷하게 생겼는데, 어떤 게 특허일까 생각했습니다.

그런데 잠시 후에 특허를 받지 않았다고 정정을 했습니다.

상품의 특허에 관한 사항은 구매를 결정하는데, 가장 중요한 요소 중에 하나이므로 소비자가 믿고 구매할 수 있도록 사전 협의를 철저히 해야 할 것으로 생각합니다.

감사합니다.

○ 위원장 (박창희)

굉장히 중요한 지적을 하셨는데, 결국에는 상품하고 설명하고 다르다는 말씀이시죠? 2개가 다. 하나는 특허 받았다고 그랬고 하나는 실제로 아니고, 하나는 인건 100%인데 아니다.

이건 나중에 설명을 들어야 될 것 같습니다.

수고하셨습니다.

다음은 이순행 위원님.

○ 이순행 위원

저는 7월 4일 07:15분 <자이글고주파의료기기>를 봤습니다.

수술하고 나서 통증이 있어서 이 제품 관심이 있어서 지켜봤습니다.

설명을 고주파 에너지로 심부열이 발현돼서 통증이 완화된다고 했는데요.

제품의 원리나 이런 것들은 굉장히 상세히 설명해 주셔서 좋았는데, 중간에 호스트가 “1등급, 2등급도 아닌 3등급입니다. 정말 좋은 의료기기입니다.” 라고 해서 ‘3등급이면 에너지효율도 3등급보다는 1등급이 나운데, 정말 이게 좋은 의료기기인가?’ 오히려 ‘이게 뭐지?’라고 궁금증이 생기더라고요. 그래서 찾아보니까 인체에 미치는 잠재적 위험 정도에 따라 4개 등급으로 나눈대요. 오히려 1등급 의료기기가 안전성 면에는 우수하다고 나와 있어서.

그러면 반대로 얘기한 게 아닌가. 오해의 소지가 있는 멘트인 것 같다는 생각입니다.

그다음에 의료기기가 보통 안마의자나 이런 거는 고가로 인식되고 있는데, 이거는 한 40, 50만 원 정도 하지 않을까 생각을 했는데, 자세히 보니까 350만 원이었던 거예요. 그리고 60개월 렌트로 5만 9,000원씩 하는 건데, 가격대가 높다 보니까 자막에는 나와 있는데, 호스트가 가격에 대한 것은 언급하지 않았던 것 같습니다.

그래도 3일 간 정도 무료체험 기간이 있기는 하지만 어르신들도 주문할 수 있는 거니까 렌탈비용은 한 번 정도는 상세히 얘기해 줘야 되지 않나. 자막이나. 그런 부분들

을 생각합니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

좋은 의견 감사합니다.

1, 2, 3등급 이것은 확실히 구분을 해 봐야 될 것 같네요.

원래 소비자들은 비싸다 이런 것들은 말 잘 안 해요. 마지막에 살짝 보여주고 넘어가지. 금액이 비싼 거에 대한 부담 때문에 쇼호스트가 말을 잘 안 한 것 같습니다.

좋은 의견 감사합니다.

이진한 위원님.

○ 이진한 위원

잠시 의료기기 등급이 높을수록 사실은 병원에서 쓰이는 거고.

1등급은 효과 면에서 좀 떨어질 수 있다는 생각입니다.

1등급은 가정에서 쓸 수 있지만, 등급이 높을수록 효과가 확실하기 때문에 병원에서 많이 쓰는 거예요. 그러니까 등급이 높을수록 사실은, 안전성 측면에서가 아니라 효과 측면에서는.

○ 이순행 위원

3등급이 좋은 거예요? 1등급은 안전하니까 집에서 가능하고 3등급은 효과는 있는데, 관리가 어려우니까.

○ 이진한 위원

등급이 높을수록, 등급 높게 받기가 힘든 걸로 알고 있거든요.

왜냐하면 위해성이 있으니까 비용이 많이 드니까 1등급 정도만 받거든요. 저는 그렇게 알고 있는데, 이거는.

○ 위원장 (박창희)

말씀을 들어보면 좋은 상품 같은데, 그걸 자세히 설명을 해 줬으면 소비자들이 그걸 알고 좋은 거구나.

○ 이순행 위원

저 같은 사람은 안전성은 1등급이 높구나라고 전기효율처럼. 그렇게 생각할 수 있을 것 같아요.

○ 이진한 위원

그럴 수 있을 것 같아요.

저는 항상 느끼는 거지만, 이게 선정하는 게 거의 다 날짜가 임박해서. 그래서 이명희 대리님께서 11일까지 제출하라고. 급박하게 하다 보니까 새벽 1시에.

항상 이게 문제기는 합니다.

그래서 제가 좀 궁금한 게 항상 이런 거 할 때 사과는 매번 반복되는 그런 것들이 있는 것 같은데, 공영홈쇼핑에서 새로 도입했거나 새로 나오는 제품 그런 정보를 미리 주신다면 미리 그런 걸 한번.

왜냐하면 새로운 거는 뭔가 우리가 심의 볼 것도 많이 생길 수 있고 해서. 기존에 사과는 많이 나오고 있으니까 좀 굵직굵직하다 보니 많이 고칠 게 줄지만. 그래서 그런 것들 정보를 많이 주시면 좋을 것 같습니다.

새벽 1시에 보니까 인기가 많이 없는 제품을 하는 건지 모르겠지만, 전문용어가 너무 많았고. 제가 중학교 때 가정과목을 배운 이후로 배운 적이 없어서.

줄누빔, 자카드, 직조, 피그먼트, 워싱 이런 게 저한테는 너무 어려웠습니다.

물론 그 화면 중에 살짝이 줄 누빔이 많아요. ‘아, 저게 줄 누빔이구나. 바느질 많이 한 게.’ 그런 느낌이 와닿았지만 네이버에 검색해 봐도 자세히 안 나와서 그랬습니다. 이런 용어들에 대해서 뭔가 공영홈쇼핑 기준은 뭔가 있을 것 같은데, 전문용어를 풀어서 쓰는 게 원칙인지. 아니면 용어를 살리되 어떻게 하는 게 있는지 궁금해했습니다. 원칙은 어떤 게 있는지 알려주시면 고맙겠다는 생각입니다.

마찬가지로 1시에 하다 보니까 잠이 안 와가지고 계속 그랬던 것 같습니다.

<나주곰탕>과 관련된 얘기였는데 이분이 대한민국 식품명인으로 되어 있어서 식품명인이라는 말은 제가 사실은 처음 듣거든요. 아주 구체적인 무슨 명인은 들어봤는데, 식품명인에 대한 정의가 뭔지에 대해서 알려주면 좋겠다는 생각입니다.

그런데 설명이 안 되어 있더라고요. 결국은 신뢰도를 높이기 위해서 이런 용어를 쓴 것 같은데 추가해 주면 좋을 것 같습니다.

중요한 건 아니기는 한데, 아쉬운 점을 찾다 보니까. 맑은 국물이라고. 곰탕은 맑은 국물이 대개. 머릿속에 있는 곰탕을 이미지를 생각했는데, 막상 화면에서 이 색깔이 나오니까 어울리지 않았습시다. 뿌연 국물의 느낌이 들어서 표현이 부족하지 않나 싶습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

어려운 용어들을 쉽게 풀었으면 좋겠다고 말씀을 주셨습니다.

마지막으로 제 거가 있습니다.

제가 사진을 4개 사진을 드렸는데 안 올리셨네요.

7월 1일 13시 40분 <포레자외선차단냉감마스크> 방송입니다.

지금 테스트를 냉감테스트와 속건테스트 완료라는 자막이 있었지만, 구체적으로 어떤 원단으로 사용했는지에 대해서 사실 설명이 많이 부족했습니다.

그런데 우연이도 같은 날 그다음 시간에 채널을 돌렸는데, 모 채널에서 똑같은 상품

을 광고를 하는데, 굉장히 자세하게 냉감과 속건테스트 그다음에 구체적으로 효성 무슨 원단을 사용해서 똑같은 제품인 것 같은데, 굉장히 자세하게 설명을 해서 오히려 더 많이 비교가 됐습니다.

그래서 혹시 이것에 대해서 조금 더 자세하게 소비자들한테 설명을 해 줬으면 하는 그러한 생각에서 제가 하나 했습니다.

그다음에 7월 7일 아침 7시 <헤르젠AI쌀냉장고>.

그런데 여기서 보니까 다른 거는 AI로 돼 있다, 그건 좋습니다.

보관 시 시작할 때 전원 연결만 하고 바로 쌀만 넣으면 그 보관이 프레쉬하게 잘된다는 자막 표기가 크게 나와 있는데, 작은 글씨로는 '연결 후 1시간 내부 냉기 확인 후 쌀 보관이 필요하다.'는 앞의 말과 뒷말. 전원 연결해서 그냥 넣으면 된다. 전원 넣은 후 1시간 후에 넣어야 된다는 말이 달라서 약간의 혼돈이 올 수 있다는 의견입니다. 마지막으로 쌀을 보관하는 AI쌀냉장고인데, 시연장면에는 거기에 토마토, 바나나 이렇게 다 같이 들어가 있습니다.

그러면 설명하면 좋은데, 쌀냉장고에 그것을 넣었을 때 같은 효율성으로 우리가 과일이나 채소를 잘 보관할 수 있다고 얘기하면 괜찮은데, 아무 멘트 없이 그냥 시연만 해 주더라고요. 그래서 이것에 대해서 소비자들이 또 혼돈할 여지가 있다는 생각에서 설명을 드렸습니다.

이상으로 우리 위원님들 모니터링 의견을 마쳤습니다.

전반적으로 우리가 보면 매번 나오는 말도 있고 새로운 의견도 있어서 팀장님들 한번 의견을 주셨으면 좋겠습니다.

○ 상품개발1실장 (홍동표)

상품개발1실 홍동표입니다.

24년 6월 22일 방송했던 <마담엘레강스 인견블라우스>에 대해서 설명을 드리자면 이게 블라우스 3종 구성 중에서 핑크색상의 레이스장식이 배색이라고 하는 건데요. 배색은 면 65%, 나이론 35%입니다.

하지만 모판 전체 부분은 인견 100%로 구성되어 있고요. 그래서 배색에 대해서는 추가 설명이 좀 필요했던 부분이 있었는데, 그걸 놓친 것 같습니다.

향후 오해의 소지 없도록 자막 및 쇼호스트 추가 설명할 수 있도록 권유하도록 하겠습니다.

그리고 6월 24일 방송했던 <노터치 이지슬라이드 청소밀대>는 방송 중에 게스트가 특허가 있지 않은데, 특허가 있다고 실수한 멘트를 잘 잡아주신 것 같습니다.

실수가 맞고요. 이 실수를 게스트가 했기 때문에 옆에서 쇼호스트가 정정멘트로 밀대로 특허를 받은 게 아니라고 정정을 또다시 한 겁니다.

PD가 방송 중간에 아니기 때문에 정정하라고 쇼호스트에게 지시한 것 같습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

저런 거는 바로 쇼호스트가 정정을 했지만, 또 시간이 있다면 프로그램이 끝날 때 한번 멘트한 걸 다시. 우리가 말하는 정정보도 하잖아요. 그런 것도 한번 요약해서 다시 한번 말씀해 주시면 소비자들이 만족할 것 같습니다.

○ 상품개발2실장 (장희석)

저는 2024년 7월 10일 21:45 <궁중도가니탕> 이성우 위원님 의견 말씀드리겠습니다. 가공 전 기준으로 스키 30, 사태 5, 원육이 무려 35% 언급 중량이 280g이냐고 여쭙보신 건데, 이건 최종 제품에 있는 기준이 아니라 가공 전 기준이기 때문입니다.

저희가 모든 제품의 품목 제조보고 뒤에 보시면 배합비율이라든지 원재료명 나와 있는 것들이 품목 제조보고를 하나의 예인데, 품목 제조보고를 작성할 때 원재료명, 배합비율 이런 거를 넣게 되어 있습니다. 배합비율은 제조·가공하는 원료가 투입되는 시점을 기준으로 실제 사용하는 모든 원재료를 기재하게 되어 있는 겁니다.

그러니까 이 제품을 만약에 처음에 넣을 때 가마솥에 정제수와 물하고 스키, 사태 이런 거를 넣었을 때 그 당시의 비율이 스키 30, 사태 5%라는 얘기고요. 그다음에 가마솥에 끓여서 최종 가공 후에는 보통 고기의 수율이 많이 줄어들기는 하는데, 그 안의 지방이라든지 단백질이 빠져서 정제수와 함께 섞이게 됩니다.

실제 중량은 정확한 고기가 얼마큼 수율이 빠지느냐는 업체마다 어떻게 제조하느냐 방법이 다른데, 반 이상 빠지는 경우도 있고요. 30, 40% 정도 원래 투입된 양에서 줄어드는 경우가 있습니다.

그리고 명인 관련 말씀 주셨습니다.

식품명인이 어떤 거냐고 여쭙보셨는데. 식품명인은 농림축산식품부에서 지정하는 20년 이상 한 분야에서 종사해 온 사람한테 전통방식을 원형 그대로 보존하고, 이를 실현할 수 있는 사람한테 부여되는 칭호입니다. 1년에 한 번씩 농림축산식품부에서 심사를 하기 때문에 굉장히 까다롭고. 저희 방송하시는 제조사 사장님들도 예를 들어서 도미솔김치 사장님이 계속 3, 4년째 떨어지고 계세요. 이거를 받으시려고 굉장히 노력을 하시는데, 쉽지 않습니다.

그래서 20년 이상되신 분들한테 심사를 해서 주어지는 칭호입니다.

그런데 나주곰탕에 강순의 명인이 나왔는데, 강순의 명인은 백김치명인입니다. 맨 밑에 자막에 보면 보이실 텐데, 김치 중에서도 백김치 특정 분야에 명인으로 지정되신 분입니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

곰탕과 관련된 명인은 아니죠?

○ **상품개발1실장 (홍동표)**

아닙니다.

출연하신 거고, 지정된 건 백김치로 지정되신 분입니다.

○ **윤금선 위원**

저번에도 보니까 흑염소 팔러 게스트로 나오시더라고요.

○ **농산팀장 (김병규)**

농산팀 김병규입니다.

강순의 명인이 <알토란>이나 <동치미> 이런 프로그램도 많이 나오시는데, 종가 출신이고, 식품으로는 백김치 명인을 받으셨으니까 종가 음식을 기반으로 해서 여러 음식에 게스트로 출연을 하고 계셔서 그렇게 표현이 된 겁니다.

제가 윤금선 위원님이 질의해 주셨던 김규흔영양바 김규흔 사장님도 명인입니다.

이분도 한과 명인이고. 그다음에 고용노동부에서 지정한 명장제도가 있는데, 마찬가지로 한과로 명장을 받으신 분이기도 하고요. 지금 재료에 대해서는 시즌2라고 이렇게 나와 있는데, 시즌1에 이어서 시즌2 리뉴얼을 하면서 이분이 한과명인이니까 우리나라의 한과 기술을 가지고 일반 명절이 아닌 평시에 이렇게 뭔가 사람들이 맛있고 이롭게 드실 수 있는 이런 과자류가 있을까를 고민을 하다가 시즌1 영양바를 만들게 된 거고. 시즌2 영양바를 만들면서 견과배합비 이런 것들을 고민을 많이 하셨는데요. 지금 일단 저희가 방송 표현도 그러하고 그다음에 제품에도 그렇고, 이런 수입산 원산지 표기를 식품위생법. 그다음에 이런 식품 등의 표기사항에 의거해서 표기를 정확하게 하게 되어 있습니다.

그렇게 표기를 하고 있는데, 화면상으로는 지금 국내산이나 이런 것들이 조금 강조가 되고, 아무래도 글씨나 이런 게 도드라지다 보니까 상대적으로 오인 요소가 있었던 것 같습니다.

그런 거는 저희가 잘 협의해서 오인 없도록 표현하도록 하겠습니다.

단백질 베이스의 견과라기보다는 단백질 베이스의 과류 같은 경우에는 저 Kcal용도 나오는데, 이 바는 Kcal가 견과를 베이스로 하고. 또 조청 역시도 쌀을 달인 거다 보니까 사실은 Kcal가 상당히 높습니다. 그래서 Kcal가 500Kcal 정도로 나와 있고요.

Kcal 표기는 상품이 과자이기 때문에 제품이나 온라인 이런 데 표기를 정확하게 하게 되어 있습니다. 저희가 권장드리는 것도 운동 후나 아니면 아침에 이런 든든함이라든가 저처럼 공복을 자주 느끼는 사람에게 좋은 그런 간식으로 저희가 추천을 드리고 있습니다.

그리고 25개, 40개, 80개 옵션이 있는데, 저희가 방송에서 주로 판매하는 판매 단위가 80개이고. 아까 위원님도 말씀하셨지만 개당 가격이 가장 좋습니다.

40개 단위와 비교하자면 897원인데, 개당 748원이라 가장 저렴하기 때문에. 그리고 또 저희도 판매 전략상 80개를 좀 강조를 했는데, 저희 실제 온라인상에는 원하는 이

런 중량 사이즈, 특히나 수량에 맞춰서 그렇게 여러 제품을 판매하고 있습니다. 그래서 그런 부분도 방송에서 안내할 수 있도록 하겠습니다.

서인환 위원님이 질문 주셨던 사과입니다.

이래뜰 브랜드는 사실 사과 농사랑 사과 유통을 여성분이 하기 쉽지 않은데, 여자대 표께서 오랜 업역을 가지고 사과를 취급을 해 오셨습니다.

이래뜰을 제가 뜻을 들었는데, 지금 기억이 안 나서 설명을 못 드리고 서면으로 대체 하도록 하겠습니다.

그런데 원래 본사 기반은 안동에 있고, 1차 작업장도 안동에 있고요. 두 번째 작업장이 상품 출고되는 곳이 문경에 있다 보니까 문경 산양면에 위치하고 있습니다.

그리고 안 그래도 언급을 해 주셔서. 요즘 과수 같은 경우는 거의 다 이런 급수 시설이 되어 있어서 사과도 그렇고 지금 한창 판매되는 복숭아도 그렇고 사실은 일교차나 습도, 바람. 그다음에 특히나 햇볕의 양 이런 것들이 시점이 중요한데, 그런 지형적 특성을 저희가 조금 더 반영해서 정확하게 설명을 드릴 수 있도록 하겠습니다.

그리고 사과가 사실 알려진 품종도 많지만, 알려지지 않은 품종도 많고, 식품으로도 계속 개발되고 있는데, 지난번에도 안 그래도 품종에 대한 질의를 주셔서 향후에 이런 품종들의 특성에 관해서도 설명을 드리도록 하겠습니다.

간단히 설명드리자면 미시마, 미얀마, 후지 계열 그런 사과의 부사 계열에서 세부적인 품종명이 미시마 미얀마라고 생각하시면 되겠습니다.

그리고 선별 과정에 대해서는 지금 사실은 선택과 당도, 중량 모두 사과 선별 과정에서 기계가 육안으로 사실은 할 수 없는 부분이고. 당도 설명을 하고 그다음에 색상 그다음에 중량 이런 것들은 이미 컨베이어벨트를 타고 가면서 모두 선별을 거치게 되고요. 기계가 합니다.

그러면 육안선별 3단계가 있는데, 1단계는 선별기 전에 1차 선별로 진행하고, 2단계는 세척 전에 한 번 더 선별하고, 9단계는 육안선별을 하는데, 사실은 선별보다는 품질검사나 이물질 그다음에 큰 흠집 등 이런 것들 각 단계 별로 기계가 잡아내지 못한 중량 이외의 나머지 부분들을 각 단계마다 나눠서 정제과정을 거치게 됩니다.

그래서 각 단계가 전부 의미가 있고. 그 각 단계 배치에 대해서는 차후 서면 설명 때 설명드리도록 하겠습니다.

그리고 마지막으로 저희가 190~360의 사과를 보내드리고 있는데, 한 박스에는 균질한 사이즈의 사과를 넣었습니다. 서인환 위원님 설명하시는 것처럼 9개가 들어 있는 박스는 상대적으로 사과의 크기가 크고, 16개가 들어 있는 사과의 3kg 박스에는 상대적으로 사과의 크기가 작습니다.

이게 사과가 지금 저장이 떨어지고 끝물로 가면서 사과 물량이 특히 안 좋았고. 올해 작황이 힘들었기 때문에 저희가 선별 레인지를 넓게 가져가는 측면이 있습니다. 향후에는 선별 레인지를 줄이거나 레인지가 있는 경우에는 분리해서 선택할 수 있는 것도 고려해 보도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

말씀 감사합니다.

○ 수산팀장 (전상운)

수산팀 전상운입니다.

우선 먼저 저희 <완도전복> 많은 관심 가져주셔서 감사합니다.

직접 구매도 해 주셔서 감사합니다.

일단은 전복 같은 경우는 저도 손질하기 많이 힘든 상품 중에 하나입니다.

그래서 저희가 최근에는 김윤자 위원님께서 아이디어 주신 것처럼 전복솔이 달려 있는 전복을 손질할 수 있는 도구를 추가 구성으로 엮어서 판매를 하기 시작했습니다.

그것 외에도 소분하는 보관방법이나 세척법이나 사이즈 기준에 대한 부분은 공영위키라는 걸 통해서 조금 더 자세한 내용을 알릴 수 있도록 저희가 전략미팅 때 제작 쪽과 협의를 하도록 하겠습니다.

그리고 아까 위원님 의견주신 대로 수산물의 사이즈는 공영쇼핑 기준으로 운영하고 있습니다마는 타사 홈쇼핑 별로도 자체 자사 기준이 있는데, 홈쇼핑사 간의 사이즈 기준은 거의 유사하다고 보시면 됩니다.

그 부분도 매번 새롭게 저희 쪽에 구매를 하시고, 시청하시는 고객님들을 위해서 자세하게 반복해서 안내 드리도록 하겠습니다.

가독성 부분에서도 빨리 스쳐지나가지 않도록 이 부분도 전략미팅할 때 공유하도록 하겠습니다.

이상입니다.

○ 위원장 (박창희)

폐회를 선언하겠습니다.

다음 시청자위원회는 8월 15일 공휴일이기 때문에 22일에 시청자위원회를 하겠습니다.

한 달 동안 장마철에 조심하시고요. 수고 많이 하셨습니다.

-끝-