

2025년 5월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : CJ온스타일(주)씨제이이엔엠

1. 회의개최

연번	일 시	장 소	참석인원				회의형태		
			시청자 위원 (참석인원 /총인원)	방송국		총 인원 (명)	대면	온라인	서면
				경영진 (명)	경영진 외(명)				
1	'25.05.22	온라인 회의	7/10	4	2	13		○	

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현 위원장, 박규태 위원, 권창범 위원, 김선미 위원, 이기현 위원, 이정우 위원, 이창열 위원(7명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급)
: 서비스혁신담당 김희진님, 콘텐츠제작1담당 손화정님(2명)

- 경영진 외

: 전략지원팀 팀장 이성남님, 심의기획팀 팀장 조희준님,
여행레저사업팀 팀장 이정필님, 리빙/서비스콘텐츠팀 한세진님(4명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
				17	17		17

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	17			17

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송 프로그램	판매방송 <더마우스 리프팅 크림>에 대하여 1. 상품명, 시연, 영상 등을 통해 '90초 효과'를 강조하여, 보통의 주의력을 가진 시청자들이 과장된 방송으로 인식할 가능성이 있음(이기현 위원, 권창범 위원, 김선미 위원) 2. 빠르게 나타나는 효과와 '2주 지속 사용 시험 결과를 같이 설명하여 다소 모순된다고 느껴지며, 일반의 주의력을 가진 사람의 경우 90초 효과가 지속된다고 오인하거나 인체적용 시험의 조건을 오인할 수 우려가 있음(이기현 위원, 권창범 위원) 3. 1회 사용량 안내는 실제 시연과 동반되어 오인은 적으나, 객관적 수치 안내에 대한 고민이 필요함(이기현 위원, 김정현 위원)	판매방송 <더마우스 리프팅 크림>에 대하여 1. 즉각적 효과에 대한 인체적용시험 결과를 바탕으로 '90초'라는 수치와 개인차있음을 함께 안내하고 있으며 '주름 제거', '효과 지속' 등의 표현은 사용하지 않으나, '일시적으로 퍼져 보인다.'는 정확한 안내를 통해 오인성을 줄이도록 하겠음 2. 즉각적 효과뿐 아니라 '2주 장기 사용'에 관한 인체적용시험도 있기 때문에 병행하여 셀링포인트로 활용하고 있으며 명확히 구분하겠음 3. 사용량은 인체적용시험 조건과 동일한 '0.2g'으로 안내하였으나 수치의 전달력이 낮다고 판단하여 일부 주관적 표현이 있었으며, 추후 이해가 쉬운 안내 방법을 고민하겠음	'25년 4월

4. 인체적용시험 대상의 인원, 연령, 성별을 다양하게 하는 등 정교화가 필요함(곽규태 위원, 김정현 위원, 이창열 위원, 권창범 위원) 5. 인체적용시험 대상이 다양하지 않은 경우에는 현장 시연 모델의 연령대를 다양하게 해주면 좋을 것 같음(권창범 위원, 곽규태 위원) 6. 어려운 논문이나 용어, 외국인 모델의 시연보다는 쉬운 설명과 타겟층에 맞는 시니어 모델 시연이 이해에 도움이 되어, 긍정적인 방송으로 판단됨(이창열 위원, 김정현 위원) 7. 타 주름크림에 대한 비방 표현으로 보이는 일부 멘트는 개선할 필요가 있음(곽규태 위원) 8. 소량 사용을 강조하여 많은 양을 사용하는 경우 부작용이 있는 것인지 궁금하였으나 이에 대한 설명이 부족하였음(김정현 위원, 박인서 위원, 이창열 위원, 이기현 위원)	4 ~ 5. 화장품법 등 관련법을 준수하여 인체적용시험을 진행한 것으로 확인됨 높은 고객연령층 시청 시간대에 맞춰 구매에 도움을 주고자 높은 연령대 중심으로 모델을 섭외했으나, 향후에는 의견을 반영하여 다양한 연령대의 모델을 섭외하여 인체적용시험 대상을 보완하는 역할을 할 수 있도록 하겠음 6. 기능성 설명 시 전문 논문 및 용어를 사용하는 경우가 많은데, 소비자 관점에서 이해하기 쉬운 정보전달 방식로의 변화에 대한 고민이 필요한 시점으로 생각됨 이후 방송 제작에 참고하도록 전달하겠음 7. 즉시 수정될 수 있도록 주의 사항을 전달하겠음 8. 많이 사용할수록 효과가 더 크거나 부작용이 있는 것은 아니나, 오인성을 줄이기 위해 인체적용시험 조건과 동일한 사용량으로 안내하였으며, 소량 사용 시 사용감이 우수하다는 점을 함께 안내하여 보완하겠음
총 건수	20건

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고

마. 시청자평가원 선임 현황

성 명	생년월일	전·현직	변동사유	비고
옥선희	58.07.18	미디어세상 열린사람들, 前 한국영상자료원 이사	-	
윤경원	65.04.30	미디어세상 열린사람들	-	
정영란	68.11.10	現 녹색소비자연대 사무국 상담실장	-	

3. 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)	○

4. 기타사항

가. 시청자위원회 회의록 공개 사항

- 홈페이지 공개

나. 시청자위원 명단

구분	성명	전·현직	추천단체	추천부문	임기	비고
위원장	김정현	고려대학교 미디어학부 교수	정보통신정책학회	경제단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
부위원장	곽규태	순천향대학교 경영대학 글로벌문화산업학과 교수	한국미디어경영학회	언론관련 시민·학술단체	22.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	김선미	고려대학교 정보문화연구소 연구교수	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	권창범	법무법인 인 대표변호사	서울지방법변호사회	변호사단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	이정우	법무법인 화우 변호사	대한변호사협회	변호사단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	조윤미	미래소비자행동 상임대표	미래소비자행동	소비자보호단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	이기현	소비자권익포럼 공동대표	소비자권익포럼	소비자보호단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	이창열	방배노인종합복지관장	방배노인종합복지관	소외계층단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	박인서	TV홈쇼핑협회 사무처장	TV홈쇼핑협회	물류·유통단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	김용희	선문대학교 경영학과 조교수	한국OTT포럼	문화단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	판매방송 <올림픽CC VIP골프 멤버십 이용권(소개)>에 대하여 1. 상품의 청약 철회 및 권리 양도에 관한 정보 정확히 안내가 필요함 (곽규태 위원, 김선미 위원, 이기현 위원) 2. 이용 제한 및 불포함 사항 등 구체적인 정보 제공이 있어야 함(곽규태 위원, 김선미 위원) 3. 숙박 및 부대시설 설명 시 ‘초호화’, ‘하이엔드’ 등으로 강조하고 있으나, 화면에 보여지는 시설에 비해 다소 과장된 표현이라는 생각이 들었음 (권창범 위원, 김선미 위원, 김정현 위원, 이창열 위원) 4. 숙박 인원 산정 연령, 주말 기준, 취사 여부 등 숙박 관련 제한사항이 방송 내용만으로는 인지하기 어려우며, 상세하게 안내할 필요가 있음 (김정현 위원, 곽규태 위원, 이창열 위원) 5. 공급이 한정적인 골프장의 특성 상, 회원 수 제한 등의 별도 조치 없이 극성수기 이용을 보장하는 표현은 이후 예약이 불가한 경우 문제 소지가 있어 보임(이정우 위원)	판매방송 <올림픽CC VIP골프 멤버십 이용권(소개)>에 대하여 1. 관련 정보의 안내를 Q&A 방식 등 알기 쉬운 방식으로 개선하여 소비자가 인지할 수 있도록 하겠음 (한세진 부장) 2. 기타 제반 사항도 상세히 설명하도록 하겠음(한세진 부장) 3. 실제 숙소의 컨디션 및 시설이 우수하여 경쟁력이 있는 점을 강조한 소구 내용이었으며, 소비자 이해를 돕기 위한 설명 과정에서 다소 과장되게 느껴질 수 있는 표현이나 톤은 개선 하겠음(한세진 부장) 4. 숙박 이용 케이스가 매우 다양하여 방송에 각 케이스 별 안내를 정확히 하지 못한 부분이 있으나 향후 개선할 예정임(이정필 팀장) 5. 회원제 골프장이 아닌 퍼블릭 골프장으로 회원권 고객이 먼저 예약으로 선점이 가능하고 그 외 자리를 오픈하는 구조이며 방송 횟수 및 판매 수량이 많지 않기 때문에, 성수기 예약에 경쟁력이 있음(이정필 팀장)	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	6. 골프장 선택 시 ‘9홀/18홀’도 중요한 정보임에도 명확한 설명이 없으며, 우천 등의 기상 상황 등에 따른 취소의 경우 처리 방법, 부대시설 추가 요금 등에 대한 궁금증이 방송을 통해 해소되지 않음 (이기현 위원, 이창열 위원) 7. 구매 후 방송과 실재가 다를 경우에 고객은 신뢰를 잃게 됨. 따라서 방송에서 제한사항을 감추기보다 명확히 고지하고 이에 따른 사용 방법을 정확히 안내하는 것이 신뢰를 높이는 긍정적 요소이므로 개선할 필요가 있음(이기현 위원, 이창열 위원)	6. 방송 시간의 제한으로 상품의 장점 위주로 소개하다 보니, 궁금증 해소에 충분하지 못한 측면이 있던 것으로 생각됨. 이후 방송에서는 Q&A 방식 등 안내 방식을 개선하겠음 (한세진 부장) 7. 서비스, 여행, 레저 등 무형 상품의 경우는 상세한 정보 고지와 제한사항을 강조하도록 하겠음 (손화정 담당) 구매 결정에 중요 요소인 가격과 제한사항에 대한 정보를 충분히 제공하는 방송을 제작하려고 노력하고 있으나, 미흡한 부분들은 개선하도록 하겠음(김희진 담당)			