

2025년 6월 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	'25.06.26	대면회의	9/10	2	1	12	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현 위원장, 곽규태 위원, 권창범 위원, 김선미 위원, 김용희 위원, 박인서 위원, 이기현 위원, 이정우 위원, 이창열 위원(9명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급)
: 전략지원담당 남우종님, 콘텐츠제작2담당 문효은님(2명)
- 경영진 외
: 심의기획팀장 조희준님(1명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
				21	21		21

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	21			21

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송 프로그램	판매판매방송 <올림픽CC VIP골프 멤버 십 이용권(소개)>에 대하여 1. 상품의 청약 철회 및 권리 양도에 관 한 정보 정확히 안내가 필요함 (곽규태 위원, 김선미 위원, 이기현 위원) 2. 이용 제한 및 불포함 사항 등 구체적 인 정보 제공이 있어야 함(곽규태 위 원, 김선미 위원) 3. 숙박 및 부대시설 설명 시 ‘초호화’, ‘하이엔드’ 등으로 강조하고 있으나, 화면에 보여지는 시설에 비해 다소 과장된 표현이라는 생각이 들었음(권 창범 위원, 김선미 위원, 김정현 위 원, 이창열 위원) 4. 숙박 인원 산정 연령, 주말 기준, 취	판매방송 <올림픽CC VIP골프 멤버십 이 용권(소개)>에 대하여 1. 관련 정보의 안내를 Q&A 방식 등 알 기 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 우수 하여 경쟁력이 있는 점을 강조한 소 구 내용이었으며, 소비자 이해를 돕기 위한 설명 과정에서 다소 과장되게 느껴질 수 있는 표현이나 톤은 개선 하겠음(한세진 부장) 4. 숙박 이용 케이스가 매우 다양하여	’25년 4월

	사 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 불가능한 경우 문제 소지가 있어 보임(이정우 위원) 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)	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) 6. 방송 시간의 제한으로 상품의 장점으로 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)	
총 건수		17건	

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 개선 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	서울지방변호사회	변호사단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	이정우	법무법인 화우 변호사	대한변호사협회	변호사단체	23.09.24 ~25.09.23	위촉
위원	조운미	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 <라오메뜨 전설의 패치>에 대하여 1. ‘약국 판매 동일 상품’ 문구는 오인성이 있으므로 ‘공산품 코너’ 등을 추가 기재하여 보완할 필요가 있음(곽규태 위원, 박인서 위원) 2. ‘테니스엘보우’와 같은 질환명을 언급하여 주의가 필요함(박인서 위원) 3. ‘불편함, 시원함’ 등의 단어를 사용하여 오인성을 최대한 낮추어 법적 위험성 정도가 낮은 적정한 방송으로 평가됨(이정우 위원, 김정현 위원, 이창열 위원) 4. 자막을 통해 ‘판매제품은 의료기기가 아닌 공산품입니다’ 등 지속적으로 고지하여 오인 가능성은 낮으나 진행자의 멘트로 안내되면 좋을 것 같음(김정현 위원, 김용희 위원, 김선미 위원) 5. ‘사용 중 붉은 반점, 통증, 부어오름, 가려움’ 등 부작용 현상은 자막만을 통해 고지되고 진행자는 ‘화장품 성분으로 걱정이 없다’로만 안내하고 있음. 피부 접촉성과 반복사용의 특성을 고려할 때 관련 고지가 보완될 필요가 있음(이정우 위원) 6. 제품의 적정 사용 시간, 사용 연령 제한, 사용 가능 횟수 등 구체적인 정보가 제공되지 않으므로 사용 방법과 주의사항의 안내를 보완할 필요가 있음(곽규태 위원)	판매방송 <라오메뜨 전설의 패치>에 대하여 1~3. 약국 동일 판매 부분은 보완하고, 질환명을 언급하지 않도록 주의를 전달하여 위험성이 낮은 방송을 하도록 하겠음(문효은 담당) 4. 주기적으로 ‘의료기기가 아니다’라는 내용의 멘트를 하도록 전달하겠음(문효은 담당) 5~6. 해당 방송을 검토하여 부작용 관련 고지를 강화하겠음(문효은 담당)	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	7. ‘물이나 땀에도 강한 접착력을 유지한다’고 강조했으나, 이와 관련한 시연은 없으며 자막에는 ‘방수가 되지 않음’으로 안내되어 상충된 정보가 제공되어 시청자 혼란을 유발할 수 있어 보임(곽규태 위원) 8. 제품 성분 및 효능 정보는 ‘너무 좋은데 말 할 수 없다’, ‘설명보다 한번 붙여보는게 낫다’ 등 간접적으로만 언급하여 정보가 부족하여 신뢰도를 저하시키므로, 방송에 적합한 수준의 정보를 제공할 필요가 있음(김정현 위원, 김용희 위원, 김선미 위원, 권창범 위원) 9. 후기를 종이에 출력해서 보여주는 방식보다는 화면이나 구두로 내용을 전달하는 방식이 효과적일 것으로 생각됨(곽규태 위원, 김용희 위원) 10. 제품 특성상 방송 표현의 한계를 극복하고자 고객 후기 건수를 통해 제품 우수성 및 효능에 대한 이미지를 주려고 하였으나, 후기 내용이나 평점 등의 분석 없이 단순히 ‘건수가 많다’는 것만으로 소구하는 것은 아쉬움이 있음(이기현 위원, 권창범 위원) 11. 사이즈가 다양한 상품임에도 단순 환산하여 ‘장당 최저가’를 언급하는 것은 단위가격 비교가 불가능할 것으로 생각되어 기준을 명확하게 검토할 필요가 있음(이기현 위원)	7. 상충되거나 잘못된 정보의 안내는 혼란을 야기하는 잘못된 방송이므로 의견 전달하여 시정하겠음(남우종 담당) 8. 의약외품·의료기기가 아니므로 소구하고자 하는 효능·효과 관련 언급에 한계가 있으므로 간접적인 언급에만 그쳤으나, 이를 소비자는 정보 안내 부족으로 생각할 수 있으므로 방법을 논의하겠음(조희준 팀장) 9~10. 대중적인 브랜드가 아니기 때문에 판매수량, 후기 수를 통해 간접적으로 소구하고자 하였으나, 다른 방식도 고민하겠음(문효은 담당) 11. 방송마다 사이즈별 구성이 다양하여 단순비교는 어려우나, 구성과 가격이 좋은 조건의 방송이어서 ‘사이즈 무관 단순환산’임을 고지하였음. 이후에는 주의하겠음(문효은 담당)			