

2026년 2월 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	'26.2.26	대면회의	8/10	2	3	13	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단: 김정현 위원장, 김선미 부위원장, 권창범 위원, 박인서 위원. 이기현 위원, 이수연 위원, 이정우 위원, 이창열 위원 (8명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급)
: 전략지원담당 남우종님, 콘텐츠제작3담당 손화정님 (2명)
- 경영진 외
: 심의기획팀장 조희준님, 리빙/헬스푸드사업2팀장 이원준님, 헬스콘텐츠팀장 김배경님 (3명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
				20	20	20	

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	20			20

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
방송 프로그램	1. 여행지에 대한 자료 화면과 설명이 부족하였다고 판단됨. (김선미 위원, 권창범 위원, 양제정 위원, 김용희 위원) 2. 출발일, 여행 기간별 가격 안내가 제대로 이루어지지 않음. 저렴한 가격을 강조하려다 보니, 상품 가격이 가장 낮은 출발일, 여행 기간을 기준으로 잡고, 해당 사실을 강조한 것으로 보이는데, 이는 시청자 관점에서 오인의 소지가 크다고 판단됨. 상품의 핵심 정보인 가격에서 오인의 소지를 발생시킨 부분은 방송 전체의 신뢰감을 저해시킬 수 있다는 점에서 우려됨. (김선미 위원, 권창범 위원, 김정현 위원, 박인서 위원, 이정우 위원, 이창열 위원, 김용희 위원) 3. 3개국에 걸쳐 다양한 도시를 방문하는 해당 여행 상품의 일정 특성상 이동에 많은 시간이 할애될 수밖에 없음. 따라서 각 여행지를 이동하는 데 있어 이용하게 되는 교통편, 동선, 소요 시간도 구매를 결정하는 데 중요한 요소가 될 수 있으므로, 관련 정보에 대해서는 보완이 필요하다고 생각함. (김선미 위	1-5. 3개국 11개 도시를 10일/12일 일정으로 여행하는 상품의 정보를 상세하게 설명하기에는 시간적·물리적으로 한계가 있으므로, 경쟁사 상품 대비 경쟁력이 있는 내용을 중심으로 압축적으로 제시할 수밖에 없다는 제한이 있었으나, 자막이나 설명 등의 보완을 통해서 상품에 대한 시청자의 이해도를 제고하고 오인 발생은 최소화될 수 있는 방안을 마련하도록 하겠음. (김영우 팀장, 정재민님)	'26년 1월

	원) 4. 숙박 시설에 대한 정보가 불충분함. 4성급이라는 안내가 있었다고는 하나, 현지의 자체적인 기준으로 결정되는 성급만으로는 호텔의 수준을 명확하게 파악하기에는 한계가 있으므로, 숙박 정보에 대해서는 구체적인 예시를 제시하여 설명할 필요가 있었다고 생각함. 또한 동일 성급이라 하더라도 호텔 위치에 따라서도 여행 상품의 전반적인 수준이 좌우될 수 있으므로 주요 여행지 별 이용하게 되는 호텔의 위치에 대한 정보 또한 중요 정보라고 판단되므로, 해당 부분은 방송 중에 별도 언급이 필요한 부분이라고 생각함. (김선미 위원, 김정현 위원, 이정우 위원) 5. 방송을 주의 깊게 보지 않으면 해당 여행 상품에서 이용하게 되는 항공사 및 항공편에 대한 파악이 어려움. (권창범 위원) 6. 여행 일정에 포함된 두바이 여행 일정은 해당 여행 상품에서 이용하게 되는 중동 항공사 비행 일정으로 인하여, 경유지인 두바이를 방문할 수밖에 없기 때문에 포함된 것으로 판단되는데, 경유지에 잠시 체류하며 간단하게 관광을 진행하는 것으로 보이는 일정을, 방송에서는 ‘풀 데이(Full Day)로 두바이의 매력을 제대로 느끼다’고 표현한 것은 시청자 관점에서 두바이도 주요 여행지 중 하나로, 충분한 시간을 가지고 여행할 수 있을 것으로 오인할 가능성이 있다고 판단됨. (권창범 위원, 박인서 위원) 7. 해당 여행 상품이 다른 여행 상품과 차별화되는 점은 무료로 제공되는 '몬세라트 케이블카'와 같은 특전인데, 해당 내용에 대해서 상세한 내용이 제공된다면 시청자의 상품 구매에 도움을 줄 것으로 생각함. (권창범 위원, 이기현 위원) 8. 시청자 관점에서 필요로 할 만한 현지	6-16. 여행 상품 판매방송과 같이 복합적인 정보를 제공받는 시청자 관점에서 더욱 세심하게 선별된 정보들을 제공받고자 하는 필요에 대해서는 충분히 이해하였음. 지적해 주신 내용을 정리하면 '영상·자막·발언'에서의 정보 제공이 미흡했던 것으로 보는데, 지적해 주신 내용을 분석하고 유형화 하여 최종적으로 정보를 전달받는 시청자를 고려한 최적의 결과물을 도출할 수 있도록 유관 부서와 내용을 공유하도록 하겠음. (김영우 팀장)	
--	--	--	--

	가이드 관련 정보, 개인 시간 제공 여부, 귀국편 비행 일정 등 방송에서는 안내하지 않은 여행 상품 관련 추가 정보에 대해서도 추가 제공을 검토할 필요가 있다고 생각함. (박인서 위원, 양세정 위원) 9. 출발일이 10월까지 설정되어 있어, 방송 시점을 기준으로 10월을 출발일로 선택한 구매자들은 상품 구매 시점과 실제 출발일 사이에 상당한 시간적 간극이 존재하기 때문에, 출발 전 여행 일정을 취소하거나 변경하게 될 상황이 발생할 수도 있으므로, 방송 중 구매 이후 취소·변경에 따른 수수료 발생 기준에 관한 정보도 구체적으로 언급할 필요가 있었다고 판단됨. (이수연 위원) 10. 추가 비용에 대한 세부 안내는 상담 전화로 안내받을 수 있으므로, 방송 중에 반복 강조할 필요는 없겠다고 판단할 수 있겠으나, 시청자가 방송을 통해서 발생한 기대치와 상담 전화에서 전달받은 정보 간의 차이로 인한 괴리감을 줄이기 위해서는, 방송 중 상품가에 포함되지 않는 추가 비용 발생 부분을 별도 고지할 필요가 있었다고 판단함. (박인서 위원, 이기현 위원, 이수연 위원, 이창열 위원) 11. 여행 상품에 대한 시청자의 이해도 제고 목적으로, 전체 여행 일정을 조망할 수 있는 정보가 보완될 필요가 있음. (이수연 위원, 김용희 위원) 12. 방송 마지막 시점에 주요 정보들이 지나치게 빠른 속도로 전달됨에 따라 상품 정보를 파악하는 데 어려움이 있었으며, 이는 불완전한 상품 정보 제공으로 해석될 수도 있는 부분이기 때문에, 추후 심의상 문제가 발생할 가능성이 높다고 생각함. (이창열 위원, 이기현 위원, 김용희 위원) 13. 방송에서 주요 정보의 고의적인 누락	
--	---	--

	이나 허위·과장 광고는 없다고 판단됨. 다만 상품과 관련한 더욱 투명한 정보 제공이 필요하다고 판단됨. 해당 여행 상품의 가격은 최고가를 기준으로 하더라도 여행지 및 여행 일정을 고려하면 상당히 저렴하게 책정된 것으로 보임. 그러므로 여행 중 일정 부분 제한이 발생하는 것은 소비자 관점에서도 충분히 감수할 수 있는 부분이라고 생각함. 따라서 해당 상품을 판매하는 데 있어 가격 경쟁력만 강조할 것이 아니라, 상품 판매에 부담이 발생하지 않는 선에서는 상품의 현실적인 부분들을 사실적으로 개방한다면, 오히려 상품에 대한 신뢰성 제고로 이어져 소비자 구매 가능성이 상승할 수 있다고 생각함. (이정우 위원) 14. 상품 구매 과정이나 여행 중에 현지에서 발생한 피해 등 소비자 피해 보상이 필요한 경우, 귀책은 여행사에 있는지 방송을 진행한 CJ에 있는지 명확하게 파악할 수 없는 부분은 확인이 필요함. (양세정 위원) 15. 유료 옵션을 전부 이용하는 경우 상품 가격을 고려하면 가격 상승이 큰 폭으로 이루어지는 것으로 보이는데, 방송 중 유료 옵션 이용 시 지출하게 되는 비용에 대해서는 상세한 안내가 필요하다고 판단됨. 또한 상담 전화로 세부 정보의 전달 및 최종 구매 결정으로 연결되는 과정으로 진행되는 여행 방송의 특성 때문인지, 방송 중에는 상담 전화로 유도하려는 언급만 반복적으로 이루어진다는 인상이 있으며 상품과 관련한 정보에 대해서는, 15분 단위로 피상적인 내용만 반복되고 있음. 동일 정보를 반복 언급하는 빈도를 줄이고 방송만으로도 상품에 대한 정보가 충분하게 전달될 수 있도록 방송 중 제공되는 정보의 밀도를 개선할 필요가 있다고 판단됨. (이기현 위원) 16. 여행 상품 판매방송의 특성상, 다른	14. 소비자 피해에 따른 보상이 필요한 경우, 여행사와 CJ가 협의하여 소비자 피해에 대한 구제를 진행함. (이정필 팀장) 16. 지적해 주신 대로 여행 상품을 판매
--	---	---

	카테고리의 상품 대비 전달하여야 하는 정보의 절대량도 많을뿐더러, 시청자 별로도 중요시하는 정보에 차이가 있으므로, 정보를 제공하는 당사자인 제작진 관점에서는 시청자에게 제공하여야 하는 정보를 취사·선택하는 데 어려움이 있었을 것으로 보이나, 추후 유사한 방송을 진행할 경우, 다양한 소비자 필요가 있음을 고려하여 주요 정보를 더욱 세심하게 선택·배치·제공할 필요는 있다고 생각함. (김정현 위원)	하는 방송은 다양한 정보를 정해진 시간 내에 전달하여야 한다는 물리적인 제한이 있으며, 시청자 별로도 중요하게 여기는 정보에도 차이가 있음. 그럼에도 정보를 제공받는 시청자 관점에서 중요 정보가 제외되거나 방송 중 허위·과장 광고가 발생하는 일은 없어야 하므로, 시청자 관점에서 최적화된 정보 제공 및 전달 방식을 고민하여 방송에 적용하도록 노력하겠음. (조희준 팀장)
	17. 여행 상품이 당사에서도 중요한 역할을 차지하는 상품 카테고리인데, 이번 회의에서 제안해 주신 의견 참고하여 방송뿐만 아니라, 실제로 상품을 구매한 시청자가 최고의 여행을 경험할 수 있도록 보다 높은 수준의 여행 상품 및 판매방송을 제공하도록 노력하겠음. (남우종 담당)	
총 건수	36건	

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	25.09.24 ~26.09.23	위촉
부위원장	김선미	고려대학교 정보문화연구소 연구교수	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	권창범	법무법인 인 대표변호사	서울지방변호사회	변호사단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	김용희	선문대학교 경영학과 교수	한국OTT포럼	문화단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	박인서	TV홈쇼핑협회 사무처장	TV홈쇼핑협회	물류·유통단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	양세정	미래소비자행동 이사장	미래소비자행동	소비자 보호단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	이기현	소비자권익포럼 공동대표	소비자권익포럼	소비자 보호단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	이수연	디지털산업정책연구소 책임연구원	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	25.09.24 ~27.09.23	위촉
위원	이정우	법무법인 화우 변호사	대한변호사협회	변호사단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉
위원	이창열	방배노인종합복지관장	방배노인종합복지관	소외계층단체	25.09.24 ~26.09.23	위촉

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	1. 인체적용시험의 시험군, 대조군, 중도 탈락자와 관련하여, 제품의 효능·효과를 파악하기 위하여 대조군은 어떠한 식품을 섭취하는지, 중도 탈락자는 어떻게 발생하는지에 대한 확인이 필요함. (이기현 위원) 2. 판매 제품과 관련하여 구체적인 정보의 보강이 필요함. (이기현 위원, 권창범 위원, 김정현 위원, 박인서 위원) 3. 삼백초의 하얀 부분에 대한 안내가 방송 출연자의 발언과 자막에서 차이가 발생하는데, 정확하게 어떤 부위가 하얀지에 대한 정확한 정보 전달이 필요함. (이기현 위원) 4. 비염 증상에 대해서 과도하게 표현하거나 비염 질환을 앓고 있는 시청자에게 불쾌감을 줄 수 있는 표현은 주의가 필요함. (김선미 위원) 5. 방송 출연자의 발언과 자막에서 섭취 가능 연령층에 관한 내용이 서로 다르게 안내되었으며, 이와 별개로 소비자의 오남용 예방을 위하여 섭취 가능 연령은 정확하게 몇 세부터인지	1. 객관적인 비교를 위해서 인체적용시험에서 시험 대상자는 본인이 시험군, 대조군인지를 인지하지 못한 상태에서 시험을 진행하며, 대조군은 제품과 관련한 효과가 없는 위약을 섭취함. 탈락자는 시험 진행 과정에서 제한 사항을 위반한 시험자, 개인 의사에 따른 자발적 탈락 등의 다양한 사유로 시험 과정에서 제외된 시험자로, 통상적으로 결과 보고서에서는 탈락자를 기재하지 않음. (조희준 팀장) 2. 9, 12. 제품과 관련한 정보는 시청자 오인이 발생하지 않는 한도 내에서 최대한 구체적이고 정확한 정보 전달이 이루어질 수 있도록 관련 부서와 보완 방안을 검토하겠음. (손화정 담당) 3. 삼백초의 하얀 부분은 ‘잎, 꽃, 뿌리’이며, 방송 출연자의 발언과 자막이 서로 다른 내용으로 안내된 부분은 향후 방송에서 개선하도록 하겠음. (김배경 팀장) 4. 실제 비염 증상이 있는 방송 출연자가 해당 제품을 사용하면서 증상이 개선된, 개인적인 경험을 토대로 한 발언이었으나, 설명 과정에서 다소 과도한 측면이 있었다는 점은 인정하며, 추후 방송에서는 개인 경험의 과도한 언급은 지양하도록 관련 내용 공유하겠음. (김배경 팀장) 5. 해당 제품은 만 14세 이상 섭취가 가능한 제품으로, 관련 내용은 정확하게 안내하도록 개선하겠음. (이원준 팀장)	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	정확한 안내가 필요함. (이기현 위원) 6. 방송 중에 제품을 과도하게 섭취한다는 인상이 있었는데, 건강기능식품이 전문 의약품은 아니지만, 오남용 시 경미하게라도 부작용이 발생할 우려가 있으므로, 과도한 섭취 시연은 지양할 필요가 있다고 생각함. (이기현 위원, 이수연 위원, 김정현 위원) 7. 방송 출연자가 해당 제품이 건강기능식품임을 방송 전반에서 반복 강조함으로써, 시청자 관점에서 해당 제품을 의약품으로 오인할 소지는 크지 않았다고 판단됨. (김선미 위원, 이창열 위원) 8. ‘처방’과 같은 용어를 사용하는 것은 해당 제품을 의약품으로 오인할 가능성이 높은 표현이므로, 해당 부분은 개선이 필요함. (김선미 위원) 9. 방송 초반부에는 방송 출연자가 건강기능식품의 특성을 정확하게 파악하고 해당 제품을 의약품으로 오인하지 않도록 방송 진행에 상당한 노력을 들이고 있다는 인상을 받았으나, 방송이 진행됨에 따라 점차 의약품에 가까운 내용을 설명한다거나, 실제 질병명인 ‘비염’을 반복 언급한 것은, 설명 과정에서 ‘상품과 무관한 정보 제공’이라는 단서를 병기하였으므로 형식상 문제가 없다고도 할 수 있겠으나, 방송 전체의 인상을 기준으로 해당 방송을 보면 소비자 관점에서 오인 소지가 큰 방송이었다고 평가할 수 있음. (이정우 위원, 이수연 위원) 10. ‘비염’은 질병명이지만, 일반명이라고 할 정도로 대중적인 단어로 볼 수 있다고 해석할 수 있으므로, 해	6. 평균 시청 시간이 5분 내외인 판매 방송 특성상, 4번에서 5번 주기로 동일 내용이 반복됨에 따라 제품 섭취도 시연도 반복적으로 이루어진 것으로 보이는데, 건강기능식품 특성상 부작용에 대한 위험성은 높지 않으나, 해당 시연 방식과 관련하여 지적해주신 바와 같이 과다 복용을 유도하는 것으로 해석되지 않도록 개선 방안을 검토하도록 하겠음. (손화정 담당, 이원준 팀장) 8-11. 판매 제품은 ‘면역 과민반응에 의한 코 상태 개선’ 내용으로 식약처에서 기능성을 인정받은 제품으로, 면역의 과도한 반응에 따라 인체에 무리가 발생하는 증상을 완화하는 제품임. 질환의 명칭인 ‘비염’을 사용하게 된 배경은 제품과 관련한 인체적용시험 항목에 사용된 적도인 RCAT, TNSS가 비염의 수준을 측정하는 지표이므로 해당 지표가 개선되었음이 확인되어 사용하게 됨. 그러나 해당 제품은 의약품이 아니므로 비염 증상 개선 및 상품 정보와 관련하여 과도하거나 단정적인 표현을 사용하지 않도록 조치하겠음. (김배경 팀장) 8-11. 제품과 무관한 건강정보와 제품과 직접적으로 연관된 정보는 방송 중 명확한 구분이 되도록 개선하겠음. (이원준 팀장)			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	당 용어의 사용 자체만으로는 문제의 소지는 크지 않다고 판단하였음. 오히려 ‘질환’이라는 단어가 해석의 여지 없이 질병을 직접적으로 암시한다는 점에서 문제의 소지가 있다고 판단됨. (권창범 위원) 11. ‘100% 국내산 원료’라는 표현은 상품 전체 원료 대비 0.0001%에 해당하는 ‘식물혼합추출농축분말’에 한정된 것임에도, 이를 과도하게 강조하는 것은 제품에 사용된 원료 전체를 국내산으로 오인할 가능성이 있으므로, 실제 배합 비율 대비 극미량만 사용된 원료의 원산지를 강조하는 것의 적정성에 대한 검토가 필요함. (이수연 위원) 12. 비염으로 인한 고통을 강조하면서 장기섭취의 필요성을 부각하며 다량 구성 조건 선택을 유도하는 것은, 비염을 앓고 있는 시청자에게 심리적 부담을 가중하여 구매를 압박하려는 것으로 해석될 수 있어, 바람직하지 않은 판매 방식이라고 판단됨. (이수연 위원, 박인서 위원)	12. 장기 복용을 유도한다기보다 ‘선택 1번’이 구성량은 많지만, 가격 측면에서는 다른 선택지에 비해서 이점이 크다는 점을 강조하려는 의도였음. 다만, 지적해 주신 내용과 같이 해석될 여지도 있으므로 해당 표현은 관련 부서와 개선을 검토하겠음. (손화정 담당) 13. 실제 질병을 겪는 사람들은 방송 내용을 전적으로 신뢰하여 구매로 연결될 여지가 높다는 점에서, 방송 출연자의 발언이나 방송에서의 표현 수위를 적절하게 조절하도록 하겠음. (남우종 담당)			