

2026년 3월 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	'26.3.26	온라인회의	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 남우중님, 콘텐츠제작1담당 문효은님 (2명)
- 경영진 외
: 심의기획팀장 조희준님, 뷰티콘텐츠팀장 윤정원님,
뷰티사업2팀 박소영님 (3명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송편성	채널 구성·운영	방송프로그램					자체 심의규정	합계
		보도	교양	연예·오락 (스포츠)	기타	소계		
					25	25		25

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	25			

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
기타	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)	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)	’26년 2월

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 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 기울이고 있다는 인상을 받았으나, 방송이 진행됨에 따라 점차 의약품에 가까운 내용을 설명한다거나, 실제	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) 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 척도인 RCAT, TNSS가 비염의 수준을 측정하는 지표이므로 해당 지표가 개선되었음이 확인되어 사용하게 됨. 그러나 해당 제품은 의약품이 아니므로 비염 증상
--	--

	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, 일반명사라고 할 정도로 대중적인 단어로 볼 수 있다고 해석할 수 있으므로, 해당 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)	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) 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. (남우중 담당)
총 건수	20건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기 : 위원별 상이)

성 명	생년월일	전.현직	변동사유	비고 (임기)
옥선희	58.07.18	미디어세상 열린사람들, 前 한국영상자료원 이사		위원별 상이
윤경원	65.04.30	미디어세상 열린사람들		위원별 상이
정영란	68.11.10	現 녹색소비자연대 사무국 상담실장		위원별 상이

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

(<https://company.cjonstyle.com/contact/viewer/committee1.asp>)

나. 시청자위원 명단

(임기 : 위원별 상이)

구분	성명	전 . 현직	추천단체	추천부문	비고 (총선임기간)
위원장	김정현	고려대학교 미디어학부 교수	정보통신정책학회	경제단체	(‘23.09.24 ~26.09.23)
부위원장	김선미	고려대학교 정보문화연구소 연구교수	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	(‘23.09.24 ~26.09.23)
위원	권창범	법무법인 인 대표변호사	서울지방변호사회	변호사단체	(‘23.09.24 ~26.09.23)
위원	김용희	선문대학교 경영학과 교수	한국OTT포럼	문화단체	(‘23.09.24 ~26.09.23)
위원	박인서	TV홈쇼핑협회 사무처장	TV홈쇼핑협회	물류·유통단체	(‘23.07.24 ~26.09.23)
위원	양세정	미래소비자행동 이사장	미래소비자행동	소비자 보호단체	(‘25.09.24 ~26.09.23)
위원	이기현	소비자권익포럼 공동대표	소비자권익포럼	소비자 보호단체	(‘23.07.24 ~26.09.23)
위원	이수연	디지털산업정책연구소 책임연구원	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	25.09.24 ~27.09.23
위원	이정우	법무법인 화우 변호사	대한변호사협회	변호사단체	(‘23.07.24 ~26.09.23)
위원	이창열	방배노인종합복지관장	방배노인종합복지관	소외계층단체	(‘23.07.24 ~26.09.23)
변 동 사 항					
위원		(전) (현)			신임
위원					해촉

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
기타	1. 방송 중 판매 제품의 모델인 연예인 홍진경이 제품 개발에 참여하였다는 언급이 다수 등장하였으나, 구체적으로 어떠한 영역에서 기여가 있었는지에 대한 설명은 보완이 필요하다고 생각함. 방송에서 다른 내용에 의하면 제품 개발 과정에서 홍진경의 기여는 거의 없었던 것으로 보이며, 따라서 홍진경을 반복 언급하는 것은, 유명인의 인지도를 제품에 투영하여 제품의 수요를 증대하고자 하는 의도로 판단됨. (이기현 위원, 이수연 위원, 이창열 위원, 박인서 위원) 2. 방송 중 판매 제품을 사용하면 모발의 탄력과 볼륨이 살아난다는 표현과 향에 대한 특징점을 강조하면서 마치 ‘탈취 기능성’도 있는 것처럼 표현하는 장면이 있었는데, 이는 사용자 및 사용 환경에 따라 달라질 수 있는 주관적 영역에 해당할 뿐만 아니라 제품의 실제 기능성 범위를 초과하는 표현으로 오인될 소지가 있으므로, 방송에서와 같은 표현은 지양할 필요가 있음. (이기현 위원, 이창열 위원, 박인서 위원) 3. 판매 제품에 풍선을 붙이는 시연을 하면서 제형의 밀도가 높다는 점을 강조하였으나, 이러한 제형의 특성이 실제 제품 사용 시, 제품의 모발 밀착력 및 유효성분 침투력 증대, 두피 오염 제거 용이성과의 상관관계가 있는지, 시청자 관점에서는 직관적으로 이해할 수 없는 설명이었음. (이기현 위원) 4. 방송 중 판매 제품과 관련한 특허를 언급하면서, 해당 특허 내용이 '외부 열로부터 모발을 보호하고, 두피	1-2. 홍진경은 제품 관련 전문지식이 없으므로, 전문적인 지식이 필요한 영역에 대해서는 의견을 주지 않았으나, 기존 상품에서 디자인, 향을 변경하는 데 있어 기여가 있었음. 또한 해당 제품은 탈모 관련 기능성을 보유한 기능성 화장품이기는 하나, 홍진경과 탈모는 연관성이 낮다고 판단하여, 기능성보다는 향을 강조하게 되었음. 제품 관련하여 주관적 판단 영역에 해당하는 부분은 단정적 표현 사용을 지양하도록 유관부서와 관련 내용 검토하겠음. (박소영 님) 3. 방송에서의 시연은 단순히 제형의 특성을 강조한 것으로, 제품의 기능성과 우수성으로 연결되지 않도록 해당 의견은 유관 부서에 내용 공유하여 개선 방안 검토하도록 하겠음. (박소영 님) 4. 원료 업체에서 성분으로 특허 등록을 완료하였으며, 특허와 같이 판매 제품과 관련한 중요 정보는 상세하	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	노폐물을 제거한다'라고 소개하였는데, 해당 특허 관련 기능을 발휘하는 요소가 특정 성분 한정인지, 판매 제품 전체인지에 대해서는 부가적인 설명이 보충될 필요가 있다고 생각함. (권창범 위원) 5. 판매 상품의 기능을 입증하기 위하여 실시한 인체적용시험의 피시험자 규모가 작아 해당 시험 결과를 기반으로 해당 상품의 기능성과 관련한 객관성 확보 및 일반화를 할 수 있을지 의문이 있음. (권창범 위원, 김선미 위원, 김정현 위원, 이정우 위원) 6. 인체적용시험의 피시험자 규모 확대가 어려운 경우, 최대한 다양한 조건의 피시험자를 대상으로 시험을 진행하면, 피시험자 규모가 작다는 점에서 일반화가 어렵다는 문제는 여전하겠으나, 해당 제품이 보유한 기능이 다양한 조건에서 발현될 수 있다는 점에 대해서는 보다 명확한 증명이 가능할 것으로 생각함. (김정현 위원, 김선미 위원) 7. 방송 중 판매 제품 관련 설명이나, 소비자 검토 인용 등에서 판매 제품의 향과 연예인이 지나치게 강조된 듯한 인상이 있었음. 이는 해당 제품과 관련한 규제를 위반하지 않기 위한 노력으로 해석될 수도 있겠으나, 소비자 관점에서 제품의 기능이 상대적으로 부족하므로 다른 요소를 강조하고 있다고 인식될 여지도 있으므로, 제품의 판매 포인트를 명확하게 할 필요가 있음. 즉, 판매 제품이 기능성 화장품인 점을 고려하였을 때, 향과 같은 주관적 내용보다는 제품의 본질인 기능을 더 강조하여야 할 필요가 있다고 판단됨. (권창범 위원, 김정현 위원, 이수연 위원, 이창열 위원, 이정우 위원, 박인서 위원)	게 전달할 수 있도록 관련 부서와 내용 검토하겠음. (박소영 님) 5, 6. 인체적용시험은 식약처 지침에 따라 진행하고 있으며, 피시험자 규모는 시험 소요 기간·비용 등의 문제로 식약처 지침에서 제시한 하한선인 20명을 기준으로 시험을 진행하고 있음. (조희준 팀장) 7, 8. 일반적으로 기능성 샴푸는 일반 샴푸에 비하여 향이나 사용성 측면에서 다소 아쉬운 부분이 있었는데, 해당 제품은 일반적인 기능성 샴푸의 기능성은 유지하면서도 향이나 사용성은 일반 샴푸와 유사한 수준으로 개선된 제품임. 방송에서는 해당 부분을 차별화 포인트로 삼아 집중적으로 강조한 측면이 있으나, 이로 인한 시청자 오인 발생이 우려된다면, 해당 내용은 적정한 수준으로 수위를 조절하여 소비자 오인을 유발하지 않는 수준에서 광고될 수 있도록 유관 부서와 내용 검토하겠음. (박소영 님)			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	8. 방송에서 판매 제품의 향과 사용성에 있어 장점이 있다는 점을 강조하고 있으나, 소비자 관점에서 방송에서의 내용만으로는 해당 정보가 구체성이 떨어진다는 인상이 있음. 따라서 방송에서 강조하고자 하는 사항에 대해서는 부당광고에 해당하지 않는 범위 내에서 앞서 말씀해주신 정보를 포함하여, 상세한 설명이 보강될 필요가 있다고 생각함. (김선미 위원) 9. '탈모 샴푸'라는 조어(造語)는 제품의 특성을 나타내는 데 있어 적절하지 않다고 판단되며, 해당 단어 대신 '탈모 케어 샴푸', '탈모 관련 기능성 샴푸'와 같이 제품을 정확하게 표현할 수 있는 단어로 대체할 필요가 있다고 생각함. (김선미 위원, 김정현 위원) 10. 제품 사용 전과 후를 비교하는 화면이 한 화면에서 제시되면 소비자 관점에서 사용 전·후 차이를 직관적으로 비교할 수 있을 것으로 판단됨. (이수연 위원)	9. 해당 표현은 유관 부서 검토 후 개선하도록 하겠음. (윤정원 팀장) 10. 방송에서는 인체적용시험 결과 보고서 내의 사진을 그대로 인용할 수밖에 없는 한계가 있음. 따라서 소비자 관점에서는 사용 전과 후의 크게 차이가 없어 보이는 자료가 제시될 수 있음. (조희준 팀장) 11. 홍진경의 개인 경험이나 개발 과정을 소개하는 과정에서 다소 과도한 측면이 있었던 것으로 보임. 추후 해당 판매 상품을 포함하여, 유사한 상품을 판매하는 경우, 상품의 정보 전달에 있어 본말이 전도되는 상황이 발생하지 않도록 방송 표현을 정리하도록 하겠음. (문효은 담당) 12. 생활 밀접형 상품 특성상, 다수의 고객이 구매할 수 있는 상품인 만큼, 방송에서의 허위·과대광고가 없게 하겠음. (남우중 담당)			