2026년 6월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : CJ온스타일(㈜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	’26.6.25.	온라인회의	10/10	1	3	14		○	

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현 위원장, 김선미 부위원장, 권창범 위원, 김용희 위원, 박인서 위원, 양세정 위원, 이기헌 위원, 이수연 위원, 이정우 위원, 이창열 위원 (10명)

② 방송국 관계자 명단

- 경영진(대표(사장), 제작 및 편성부서 국실장급 또는 이에 준하는 직급)
  : 콘텐츠제작1담당 문효은님(1명)
- 경영진 외
  : 전략지원팀장 조희준님, 콘텐츠심의팀장 이은희님, 뷰티사업팀장 안은영님(3명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송편성	채널 구성·운영	방송프로그램					자체 심의규정	합계
		보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
					27	27		27

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	27			27

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

다. 의견제시(시정요구)에 대한 조치내용

구 분	의견제시(시정요구)내용	조치내용	제시월
기타	1. 출연자의 개인적인 다이어트 성취와 제품의 기능을 연결한 것은 무리한 인과관계 설정으로 보임. (박인서 위원) 2. 살림 잘한다고 알려진 연예인, 주부, 유명 요리 유튜버들이 모두 이 제품을 쓰고 있다는 내용은 과장된 마케팅으로 판단됨. (박인서 위원) 3. 물기 제거 등 신선도 유지를 위한 보관 방법에 대해 안내가 필요해 보임. (이수연 위원) 4. 제올라이트는 에틸렌 가스 흡착 전 수분을 먼저 흡착하므로 물기 제거가 필요하나, 해당 내용에 대한 안내가 미흡하여 아쉬웠음. (이정우 위원)	1-2. 출연자가 사전 협의된 내용을 벗어나 과장된 내용을 언급하는 경우, 해당 발언이 재발하지 않도록 주의 및 정정 조치함. (김영우 팀장) 3-6. 물기 제거 등 제품의 올바른 사용 방법에 대해 시청자가 알기 쉽게 전달하는 방법을 다각도로 논의하여 검토함. (김영우 팀장)	’26년 5월

	5. 방송 전반에 걸쳐 온도 관리나 보관 방법 등 실질적인 사용법을 언급하지 않고, 외관상 신선도 유지 결과만을 강조하여 아쉬웠음. (박인서 위원, 권창범 위원, 이수연 위원) 보관 조건에 대해 자막으로 안내되면 좋을 듯. (이수연 위원) 6. 배너 자막을 통해 '냉장/냉동, 전자레인지, 식기세척기 OK'를 강조하고 있으나, '전자레인지 700W 주파수에 2분간 노출 후 변형 여부 확인 필요', '전자레인지 사용 시간은 2분 이내로 권장'이라는 주의사항은 가독성이 떨어지는 작은 글씨로 표시되거나 빠르게 화면 전환이 이루어짐으로써 전달력이 현저히 떨어짐. 중요한 유의 사항인 만큼, 쇼호스트의 멘트가 이루어지는 것이 적절하다고 판단됨. (김정현 위원) 7. 시연에 오이, 양파, 양상추 등 상대적으로 더 오래 보관하여 섭취하는 식자재를 사용해도 좋을 것으로 생각됨. (양세정 위원) 8. 샌드위치, 바나나 등 일반적으로 장기간 보관하지 않는 식재료들로 시연하여 와닿지 않는 부분이 있었음. 김치, 잡곡 등 실제 오래 보관해서 먹을만한 식재료로 시연하는 것이 제품의 특장점을 잘 보여줄 수 있을 것으로 보임. (이정우 위원) 9. 방송에 안내한 대로 세척 후 8~10회, 일주일에 1번 세척 한다고 가정하면 2~3달 후 버려야 하는 건지 의문이 들어 아쉬웠음. (이정우 위원, 양세정 위원)	7-8. 시청자가 충분히 공감할 수 있는 시연을 위해 일반적으로 오래 보관하고 섭취하는 식재료로 시연 가능 여부에 대해 검토함. (김영우 팀장) 9. 사용 횟수에 대해 자막, 멘트 등을 통해 명확히 안내될 수 있도록 심의 및 방송 관련 담당자에게 주의 전달함. (김현정 팀장, 이은희 팀장)	

	10. 김치 냄새나 색이 물들지 않는다는 내용에 대해 출연자가 단정적으로 표현하고 있어 '색 배임 DOWN' 등의 완화된 표현을 사용하는 것이 적절해 보임. (이수연 위원) 11. 방송 중에는 김치를 잠깐 담았다가 바로 세척하는데, 실제 김치를 오래 보관해도 색 배임이 없다는 시연이 보완되면 좋을 것으로 보임. (김선미 위원, 이창열 위원) 12. 비교 시연 과정에서 공기에 노출된 것으로 보이는 비닐과 비교하였는데, 보다 정확한 비교를 위해서는 일반적인 플라스틱 통과 비교하는 것이 더 적절해 보임. (양세정 위원, 이정우 위원)	10-11. 색 배임에 대해 단정적으로 표현하지 않도록 출연자 및 방송 제작 부서에 주의를 전달하였으며, 김치 장기 보관 시연 가능 여부 검토함. (김현정 팀장) 12. 보다 객관적이고 적정한 비교 시연 방법에 대해 유관 부서와 논의함. (김현정 팀장)	
총 건수		18건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기 : ‘24. 09. 01.~ ’26. 08. 31.)

성 명	생년월일	전.현직	변동사유	비고 (임기)
옥선희	58.07.18	미디어세상 열린사람들, 前 한국영상자료원 이사	-	’24.09.01 ~’26.08.31
윤경원	65.04.30	미디어세상 열린사람들	-	’24.09.01 ~’26.08.31
정영란	68.11.10	現 녹색소비자연대 사무국 상담실장	-	’24.09.01 ~’26.08.31

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	이기헌	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. ‘전 세계 1등 마스크팩’ 표현에 대해, 멘트만으로는 해당 표현이 브랜드 전 제품 중 해당 제품이 매출 1위라는 의미인지, 또는 전 세계 콜라겐 마스크 팩 시장 전체에서 1위라는 의미인지 명확하게 전달되지 않았음. (박인서 위원, 양세정 위원, 이수연 위원) ‘아마존 판매 1위’ 등 1위에 대한 객관적인 지표도 함께 제시된다면 오인 위험성이 낮아질 것으로 생각함. (권창범 위원, 이정우 위원)	1. ‘전 세계 1등’ 표현은 바이오던스 브랜드 내에서 해당 제품이 판매 1등이라는 의미로 활용함. 바이오던스 브랜드 자체도 글로벌 시장에서 여러 1등 데이터를 보유하고 있으나, 자료별 기간 등이 상이하여, 산발적 자료를 제시하는 것이 오히려 신뢰성이 떨어진다고 판단하였음. 이에 바이오던스 브랜드는 세계적으로 권위가 있는 브랜드라는 근거를 바탕으로, 그중 해당 제품이 많이 판매 되었다는 점을 소구하였음. 향후 시청자가 1위에 대한 기준을 명확히 인지할 수 있도록 안내하겠음. (안은영 팀장)	○		
	2. 게스트 소이현이 ‘내돈내산, 정착템’ 등으로 반복적으로 언급하여 본인의 선호를 넘어 제품의 효능을 보증하는 듯한 인상이 있었으며, 과거 해당 게스트가 타 마스크 팩 판매 방송에서도 유사한 경험담을 바탕으로 소개한 사례가 있어 과거 방송 내용과 상충되는 느낌이 들었음. (이수연 위원)	2-7. 과거 타 마스크팩 판매 방송에서 게스트의 유사한 경험담을 바탕으로 방송했던 점에 대해 시청자가 의문을 가질 수 있다는 점에 공감하며, 진정성 측면에서 소비자가 납득할 수 있는 스토리를 잘 설명할 수 있도록 노력하겠음. (안은영 팀장)			
	3. 게스트가 18살부터 1일 1팩을 했다는 내용을 언급했으나, 해당 내용은 판매 상품과 직접적 연관성이 부족하므로, 본 상품 사용 경험에 한정해 언급하는 것이 적절해 보임. (김선미 위원)	2-7. 게스트가 오랫동안 애정을 갖고 사용한 제품을 소개하다 보니, 시청자의 입장에서 제품의 효능보다 개인의 사용기 중심으로 표현이 다소 과장되어 경계를 흐렸던 부분이 있었다고 생각함. 향후 연예인이 출연하는 프로그램에서는 스토리텔링을 유지하되, 인체적용시험 결과 등 객관적 정보를 균형			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	4. 게스트가 상품에 대해 열정을 가지고 판매하는 모습이 긍정적으로 보였음. (김용희 위원)	있게 전달할 수 있도록 방송을 제작하겠음. (문효은 담당)			
	5. 게스트의 사적 노력과 개인적 경험을 기반으로 한 공로를 다소 과하게 치하하여, 시청자와 정서적 유대감을 구매 유도 수단으로 활용한 것으로 보임. (박인서 위원)				
	6. 게스트가 출연한 드라마의 배역 이름을 언급하는 것은 해당 드라마에 대한 간접적 홍보가 될 수 있으므로 주의가 필요함. (권창범 위원)				
	7. 마스크팩의 효과는 진피층이 아닌 겉 피부(표피)에 일시적인 효과가 있는 것이며, 이 부분에 대한 설명이 병행되어야 한다고 생각함. 일시적 효과가 있으므로 꾸준히 사용해야 한다는 논리로 연결한다면 제품의 본질을 잘 설명한, 적절한 판매 방식이 될 것으로 보임. (이정우 위원, 이창열 위원)				
	8. '대한민국 최대 혜택' 등의 표현에 대해, 해당 혜택이 앱 카드 할인, 멤버십 할인, 적립금 지급 등을 모두 충족했을 때 가능한 것인지 기준이 명확하지 않았음. 최종 혜택가 산정 기준과 각 할인 조건의 적용 여부를 보다 직관적으로 안내할 필요가 있어 보임. (이수연 위원)	8. '최강 혜택' 관련하여, 멤버십이나 카드 혜택을 적용하지 않더라도, 바이오던스 제품을 판매하는 모든 채널을 통틀어 가장 높은 할인율이 적용된 것은 사실임. 해당 내용에 대해 바이오던스 본사로부터 공문을 받아 증빙했으며, 이외 CJ온스타일의 멤버십 등 추가 혜택을 적용했을 때, 압도적으로 좋은 혜택임을 강조하였음. (안은영 팀장)			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	9. 콜라겐 흡수 표현과 관련하여 자막을 통해 '일시적/개인차 있음, 공기 중 유효성분 및 수분 유실 있음'을 지속적으로 안내하여 특별히 과장성이 있다고 보이지는 않았음. (김정현 위원, 김선미 위원, 권창범 위원, 이기헌 위원)	9-11. 콜라겐 흡수와 관련하여 과거 심의 제재 사례 등을 바탕으로 심의 규정을 준수하고자 자막, 멘트를 주의하여 운영함. 다만, 이를 설명하는 과정에서 일부 표현이 의도와 달리, 흡수에 대해 오인케 할 수 있다는 점을 인지하게 되었으며, 향후 충분한 설명을 통해 오인이 없도록 안내하겠음. (문효은 담당)			
	10. 과거 유사한 마스크팩 제품들이 제재 받은 사례가 많았기에, 특히나 신경을 많이 쓴 방송이라고 보였음. 결과적으로 과장성이나 오인 가능성을 최소화한 방송으로 긍정적 평가함. (이정우 위원)				
	11. 방송 중 하단 자막에 작은 글씨로 '공기 중 유효성분 및 수분 소실이 있음' 이라는 안내가 제공되었으나, 마스크팩이 투명해지는 현상은 수분 증발이나 겔 시트의 물리적 변화 등 다양한 요인이 복합적으로 작용할 가능성도 있는 만큼, 투명해지는 원인에 대해 소비자가 오해하지 않도록 설명을 조심해야 할 부분이 보였음. (이수연 위원)				
	12. 시험 결과가 콜라겐 성분의 효과인지 콜라겐 팩의 효과인지 명확히 구분하여 설명할 필요가 있어 보임. (김용희 위원)	12-15. 인체적용시험은 콜라겐 성분이 아닌 제품으로 진행한 결과임. 시험 결과 비교 시 원칙적으로 타사 제품과의 비교는 금지되어 있어, 바이오던스 자사 콜라겐 팩과 비교하여 개선된 효과를 표현하였음. 향후 시험 결과에 대해 명확히 전달할 수 있도록 방법을 고민하겠음. (안은영 팀장)			
	13. '8시간 수면 안정성 테스트 완료'라는 표현 실제 시험 결과가 피부 안전성 검증을 의미하는 것인지, 장시간 사용의 편의성(불편감)을 의미하는 것인지 보다 명확히 설명될 필요가 있다고 판단됨. (이수연 위원)				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	14. 상온에 있을 때 붙여도 -7.5℃ 감소 효과를 설명할 때, 인체적용시험 결과가 자막으로 함께 제시되면 객관적인 자료로 신뢰성을 확보할 수 있을 것으로 판단됨. (김용희 위원)				
	15. 단 1회 사용으로 사용 전 대비 피부 흡수가 6.367배 개선된다고 얘기했는데, 비교군에 대한 설명이 미흡함. (김용희 위원)				
	16. in vitro 테스트(체외실험) 결과를 설명할 때, in vitro 테스트가 무엇인지 보완 설명이 이루어진다면 좋을 듯. (김용희 위원)	16. 모든 시청자가 쉽게 이해할 수 있도록 in vitro 테스트에 대한 설명을 보완하겠음. (안은영 팀장)			
	17. 용해성을 설명하며 언급한 '팩을 욕조에 풀어서 사용하는 고객도 있었다' 등의 내용은 제품의 수용성과 효능이나 흡수의 우수성으로 과장하였다는 생각이 들었음. (박인서 위원)	17. 일반적인 콜라겐 팩은 원단 위에 콜라겐 성분을 바른 후 만들지만, 해당 제품은 에센스 자체를 굳혀 만든 제품이다 보니 녹였을 때 지지대나 원단 등이 남지 않고 오롯이 에센스화 되어 녹음. 따라서 타 마스크팩 대비 더 많은 양의 에센스로 만든 제품이고, 피부에 충분히 전달될 수 있는 여지가 더 많다는 점이 강점이라고 판단하였음. 다만 지적해 주신 바와 같이 피부 흡수로의 연결까지는 무리가 있다는 의견에 동의하며, 과장 소지가 있던 부분에 대해서는 향후 표현에 주의하겠음. (안은영 팀장)			
	18. '앞으로 더워질 날밖에 안 남았고, 더워진다는 거는 늙는 것이다' 등의 발언은 계절적 변화와 노화를 극단적으로 결부시킨 부적절한 멘트이며, 시청자에게	18-19. 노화에 대한 고정관념이나 노인 폄하, 성 고정관념 등을 조장하는 표현은 꾸준히 지적 되었던 사항으로, 심의 과정에서도 각별히 주의하고 있음. 앞으로도 인권			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	외모에 대한 불안감을 조성할 수 있으므로 주의가 필요함. (박인서 위원)	감수성이 높아진 시대적 배경을 반영하여 심의할 수 있도록 주의하겠음. (이은희 팀장)			
	19. 쇼호스트가 '우리는 이제 늙을 시간만 남았다' 등의 언급을 한 것은 노화에 대해 비하하는 듯한 의미로 보여, 고연령층 시청자로 하여금 불편함을 유발할 수 있음. (이창열 위원)	1-19. 마스크 팩 판매 방송은 세부적인 광고 표현이 심의적으로 문제가 되는 경우가 많아 각별히 유의했음에도 불구하고, 미처 생각하지 못한 부분에 대해 알게 되었음. 향후 방송 심의에 반영하여 더 좋은 방송을 반들 수 있도록 노력하겠음. (조희준 팀장)			