2026년 8월 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	’26.8.27.	대면회의	8/10	1	4	13	○		

o 회의 참석자 명단

① 시청자위원 명단 : 김정현 위원장, 김선미 부위원장, 권창범 위원,
박인서 위원, 이기헌 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(1명)
- 경영진 외
: 전략지원팀장 조희준님, 콘텐츠심의팀장 이은희님,
홈리빙콘텐츠팀장 박상미님, e리빙사업팀장 임대현님(4명)

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송편성	채널 구성·운영	방송프로그램					자체 심의규정	합계
		보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
					22	22		22

나. 사업자 반영

구 분	수 용	의견 참고	반 론	합계
건 수	22			22

* 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. '산화 스트레스로부터 건강상 유익', '방패막', '흡수율을 고려한 액상' 등의 표현은 일반식품임에도 건강기능식품의 기능성을 연상시킬 우려가 있으므로 표현에 보다 신중을 기할 필요가 있으며, 니즈 소구 시에도 효능으로 이어지지 않도록 주의가 필요함. 2. '단 일주일만 수확한다'는 표현은 희소성을 강조하는 취지에서 활용한 것으로 보이나, 실제 생산량 확보가 가능한지에 대한 의문이 들었으며, 일반적으로 알려진 수확 기간과 차이가 있는 만큼, 보다 구체적인 근거 제시가 필요하며, 수확 기간에 대한 단정적 표현은 주의가 필요함. 3. 단정적으로 '1주일'로 표현하기 보다 '2-3주' 정도로 여유 기간을 두	1. 방송 전반적으로 건강기능식품으로의 오인을 유발하는 표현에 대해 재점검하였음. 또한 실시간 심의 담당자에게도 효능·효과 오인 멘트 발생 시 주의 조치하도록 공유함. 2, 3. 이후 유사 상품 방송에서 수확 기간 표현 시, 단정적 표현을 제외하고 여유 기간을 두어 표현함.	'26년 7월

	어 표현하는 것이 보다 적절해 보임. 4. 건강 관련 정보에 비해 제품의 적정 섭취량, 과다 섭취 시 주의사항 등 소비자에게 필요한 정보 제공이 부족함. 5. 블루베리와의 비교 시 생과·건조 기준, 비교 조건, 시험 방법 등이 충분히 설명되지 않아 정보의 객관성이 떨어짐.	4. 제품의 섭취 방법 등 소비자에게 보다 실질적으로 도움이 되는 정보가 충분히 안내될 수 있도록 유관 부서에 의견 전달함. 5. 출처, 비교 기준 등 단서 표기의 가독성을 개선하여 시청자에게 정보 전달이 명확히 이루어질 수 있도록 유관 부서에 전달함.	
총 건수		5건	

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	'23.09.24 ~'26.09.23
위원	양세정	미래소비자행동 이사장	미래소비자행동	소비자 보호단체	'25.09.24 ~'26.09.23
위원	이기헌	소비자권익포럼 공동대표	소비자권익포럼	소비자 보호단체	'23.09.24 ~'26.09.23
위원	이수연	디지털산업정책연구소 책임연구원	한국방송학회	언론관련 시민·학술단체	'25.09.24 ~'27.09.23
위원	이정우	법무법인 화우 변호사	대한변호사협회	변호사단체	'23.09.24 ~'26.09.23
위원	이창열	방배노인종합복지관장	방배노인종합복지관	소외계층단체	'23.09.24 ~'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. 제품에 함유된 센텔라정량추출물에 대한 구체적인 설명이 이루어지면 좋을 듯. 센텔라정량추출물은 고가의 원료이며, 제품에 충분히 유효한 함량이 함유되어 있으므로 이러한 장점을 강조하여 설명했다면 보다 설득력 있는 판매가 가능할 것으로 생각됨. (이창열 위원)	1. 센텔라정량추출물 성분의 효과가 있는 것은 사실이나, 미량 함유된 유효성분을 지나치게 강조하는 것이 오히려 효능·효과에 대한 오인을 유발할 것이라 판단하여 조심스럽게 표현하였음. 의견 주신대로 시청자의 구매에 유의미한 영향을 줄 수 있는 정보라면, 적절한 전달 방식에 대해 고민해 보겠음. (박상미 팀장)			
	2. 인체적용시험 관련 내용에서 대조군에 대한 구체적 안내가 필요해 보임. (이기헌 위원)	2. 대조군은 덴탈타입실리카, 플루오르화나트륨이 함유된 치약이며, 시험군은 센텔라정량추출물이 추가적으로 함유된 치약임. 두 군간 비교를 통해 센텔라정량추출물 함유 여부에 따른 차이를 비교한 데이터를 활용하였음. (박상미 팀장)	○		
	3. 인체적용시험이 2008~2009년도에 실시된 자료인 만큼, 현재 판매 중인 제품과 시험 당시 제품의 성분 및 함량이 동일한지, 해당 시험이 유효성분을 대상으로 한 것인지 또는 완제품을 대상으로 진행된 것인지 등에 대한 보완 설명이 필요해 보임. 특히 유효성분만을 대상으로 실시한 시험 결과보다는 현재 판매 중인 제품과 동일한 완제품을 대상으로 실시한 시험 결과를 제시하는 것이 시청자에게 보다 높은 설득력을 줄 수 있을 것으로 보임. (이수연 위원)	3. 해당 제품으로 진행한 최신 인체적용시험 결과가 있는지 확인하여, 가능한 경우 이를 우선적으로 활용하도록 하겠음. (박상미 팀장) 3. 식품·화장품 등 대부분의 상품군에서 인체적용시험은 완제품 자체보다는 특정 성분의 유효성을 확인하기 위한 목적으로 이루어지는 경우가 많음. 이에 따라 방송에서도 제품에 함유된 유효성분의 인체적용시험 결과를 주요 근거로 활용하여 해당 성분의 유효성을 설명하고 있음. (조희준 팀장)			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	4. 효능·효과 범위를 벗어난 의약품 오인 표현은 크게 없었던 것으로 보임. (이기헌 위원, 권창범 위원, 이수연 위원) 5. 스케일링 등 근본적이고 효과적인 방법이 있음에도 본 치약을 우선적으로 사용하도록 표현한 점은 정보에 어두운 소비자의 판단에 오인을 유발할 수 있음. (이기헌 위원) 6. 잇몸병 관련 환자 수 증가, 방치 시 임플란트도 어렵다는 식의 소비자 불안을 가중시키는 판매 방식은 자제할 필요가 있음. (이기헌 위원, 박인서 위원) 7. '치과 판매 동일 상품'이라는 표현은 실제 판매처 정보를 확인할 경우 홈쇼핑 및 온라인몰 등에서도 판매되고 있음을 확인할 수 있어, 표현 자체의 오인 가능성은 높지 않은 것으로 보임. 다만 이러한 판매 정보를 사전에 인지하지 못한 소비자의 경우 '치과 판매'라는 표현을 치과의사 또는 의료진이 추천하거나 판매하는 제품으로 받아들일 가능성이 있어, 해당 표현을 설명하는 쇼호스트의 멘트에서는 의료진의 추천·보증으로 오인되지 않도록 주의가 필요해 보임. (이기헌 위원) 8. 방송 전반에 걸쳐 치과 판매 동일 치약이라는 점이 과도하게 강조되고 있는 인상이며, 효과적인 마케팅 포인트인지 의문이 들었음. (김정현 위원, 김선미 위원)	4-14. 지적해 주신 사항에 대해서는 충분히 공감하고 있음. 향후 방송 제작 시 시청자가 특정 표현이나 자료만으로 제품의 효능·효과 등을 과도하게 확대하여 인식하지 않도록 방송 전반의 맥락과 표현을 면밀히 검토하겠음. (박상미 팀장)			

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	9. 치과 판매 사실 소개는 가능하나, 이를 타 제품과의 차별성·우수성의 근거로 반복 활용할 경우 시청자의 입장에서 치과 혹은 치과의사가 해당 제품을 추천하는 것으로 느껴질 수 있음. (이수연 위원) 10. 의료기관 추천 및 의약품 오인 표현은 각각 따지면 방어가 가능할 수 있으나, 두 정보가 혼재되면서 선을 넘나드는 방송으로 보였음. 의료기관 및 의료인의 직접적인 추천 표현이 없더라도, 질병 정보와 함께 제약회사 제조, 치과 판매 등을 강조하는 구조가 반복되어 방송의 전체적인 맥락에서 오인성이 존재한다고 느껴졌음. 오인 가능성을 줄이기 위해 조금 더 담백하게 정보를 제공하는 방식이 필요하다고 생각함. (김선미 위원, 이정우 위원) 11. 화면 하단 자막으로 특정 의료기관 명칭을 노출하여 제품의 효능·안전성을 과신하게 만드는 것으로 생각되며, 엔지니어와 치과 의사가 함께 개발했다는 내용을 강조하는 방식은 소비자로 하여금 치료용 제품으로 인식하게 할 우려가 있어 보임. (박인서 위원) 12. 미국 수입 제품으로의 오인성 관련하여 미국 브랜드 소개 분량이 많지 않았고, '미국 브랜드와 관련 없음' 자막이 표시되어 수입 제품으로의 오인성은 크지 않다고 판단됨. (김정현 위				

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
	원, 이기헌 위원, 이정우 위원) 13. '제품과 무관한 브랜드 정보' 고지 자막이 있으나, 판매 제품명이 '리치 검케어 치약'이고 브랜드의 역사·전문성을 적극 활용하고 있어 미국에서 개발·제조된 제품 또는 미국 기술이 직접 적용된 수입 제품으로 오인될 가능성이 존재함. 국내 회사 개발·제조라는 점을 명확히 구분해 전달할 필요가 있음. (이수연 위원) 14. 캐나다에서부터 사용해 왔다는 게스트의 경험담으로 인해 수입 제품으로 오인 가능성이 있어 보였음. (김선미 위원, 이수연 위원)				