2025년 11월 시청자위원회 운영실적

방송국명 : 신세계라이브쇼핑

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	25.11.12 15:00	신세계쇼핑 회의실	10/10	1	6	17	○		

2. 심의결과 및 조치현황

가. 의견제시 또는 시정요구

방송 편성	방송프로그램					자체 심의규정	합계
	보도	교양	연예.오락 (스포츠)	기타	소계		
-	-	-	-	-	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
방송 프로그램	<보랄 무선 청소기> 제품 설명에 의하면 제품의 무게는 본체 기준 700그램임. 그런데 방송 초반 본체 무게만 700그램이라고 말하면서도 제품 전체를 들어 보이는 장면을 연출함으로써 시청자들로 하여금 마치 모두 조립된 제품 전체의 무게가 700그램인 듯한 오해를 불러일으킬 수 있다고 판단됨.	추후 제작 시 본체 기준 무게임을 쇼호스트의 멘트로도 안내하도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<보랄 무선 청소기> 'BLDC 모터'에 대한 구체적인 설명이 없어 'BLDC 모터'가 무엇인지 궁금해할 것 같음. 방송에서는 '필터를 모두 다 물에 세척해서 재사용이 가능하다'고 안내하고 있으나, 구체적인 사용 기간이나 세척 가능 횟수 등에 대한 설명이 없어 소비자가 제품의 유지·관리 방법을 명확히 이해하기 어려울 것 같음. 방송 화면 왼쪽 하단에 충전시간과 사용시간이 작은 글씨로 표기되어 있으나, 실제로 사용시간이 예상보다 짧은 편이므로 이 부분을 진행자가 직접 언급해 주면 시청자가 제품의 특성을 보다 정확히 이해할 수 있을 것임. 이를 통해 방송의 정보 전달력과 제품에 대한 신뢰도가 한층 높아질 것으로 판단됨.	추후 제작 시 시청자가 궁금해할 수 있는 내용을 고민하고 멘트와 자막을 통해 충분한 정보를 안내할 수 있도록 노력하겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<보랄 무선 청소기> 방송에서 청소기가 '꺾어진다'라는 표현을 하는데, 이는 본체가 구조적으로 굽혀지는 기능이 아니라 청소기를 아래로 내리면서 헤드 각도를 약 90도로 조절해 본체와 연장관이 일직선에 가까워지는 동작을 의미하는 것으로 보임. 실제로 본체가 꺾이는 제품도 시중에 존재하기 때문에 시청자 오인을 방지하기 위해 해당 표현은 수정이 필요하다고 생각함. '180도 꺾인다'는 멘트는 웹페이지상의 설명과도 달라 '헤드 각도 조절로 낮은 공간을 청소할 수 있다' 등 정확한 설명으로 대체가 필요할 것 같음.	추후 제작 시 제품의 성능을 오인하지 않도록 정확한 정보를 전달하도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월

방송 프로그램	<오티크 진공 밀폐용기> SAN이라는 투명한 신소재로 설명했으나, 이 소재가 유리나 플라스틱과 같은 느낌의 재질인지, 특수 소재의 특성에 대한 설명은 다소 부족함. 화면 좌측 자막에 열탕소독과 식기세척기 사용 가능이라고 설명했으나, BPA-Free 여부 등 정보가 없어 소비자가 유해 환경 호르몬과 같은 화학물질 포함 여부를 확인할 수 없음. 각 용기의 용량은 설명했으나, 방송 중 가로, 세로, 높이 정보를 조금 더 자세히 안내하면 좋을 것 같음.	추후 제작 시 소재와 안전성, 크기와 관련된 정보를 조금 더 자세히 전달하도록 하겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<오티크 진공 밀폐용기> 야채 보관 시, 신선하게 보관 가능한 기간을 테스트한 결과를 안내하면서 '주기'라는 용어를 사용했는데 이해하기 어려웠음. 또한 테스트 환경과 관련해서 자막으로 제시한 3℃~23℃ 온도 구간 범위가 넓어 테스트 결과에 대한 의구심을 줄 수도 있음.	추후 제작 시 테스트 조건과 결과에 대해서 조금 더 자세히 설명하도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<메종노아 경추편한 베개> 화면에 표현된 오염정도가 시각적으로 주는 불편함이나 거부감이 있음. 명확한 근거를 들어 설명하거나 완화된 표현 방법이나 자료화면을 사용하는 것이 바람직해 보임.	추후 제작 시 오염된 베개를 연출하는 장면의 표현을 완화하거나 대체하도록 하겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<메종노아 경추편한 베개> 반복 강조하는 발언으로 '경추 편한 베개' 표현이 있는데, '편한'이라는 표현은 써도 되겠지만 반복 강조하다 보니 인증받은 기능성처럼 들리는 사소한 오해가 있어 보이기는 함. 특히 목 척추 관련 이미지와 함께 반복해서 재차 강조하기 때문에 마치 기능 표현으로 들려 한 번 더 체크는 해주면 좋을 것 같음. 자막 중에 '노세일 최종가 66,410원'을 1개 가격으로 환산하면 '16,603원'이라고 표기하면서 '앱 행사카드 5% 즉시할인 시'라는 자막이 들어가 있음. 자막은 잘 표기되었지만 시청자 입장에서는 살짝 혼동의 여지가 있을 수 있음.	추후 제작 시 제품의 효능·효과를 오인하게 하는 표현에 주의하고, 가격과 할인 프로모션 정보를 정확히 안내하도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월

방송 프로그램	<더플레오 워싱 차렵이불> 이불 충전재와 커버 소재에 대해 조금 더 자세히 설명해주면 좋을 것 같음. 방송에서 이불의 외양에 대한 설명이 대부분이고, 세탁관리, 워싱과 공정, 유해물질 테스트와 같은 내용은 자막으로만 안내되어 설명이 조금 부족하다고 느꼈음.	추후 제작 시 말씀하신 것처럼 시청자가 궁금해할 수 있는 정보를 다양하게 안내할 수 있도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<더플레오 워싱 차렵이불> 자막 화면과 쇼호스트의 설명이 맞으면 좋을 것 같음. 쇼호스트는 제품의 구성과 가격에 대해 안내하는데 방송 화면에서는 원단 공정에 대한 자막을 보여주었음.	추후 제작 시 쇼호스트의 멘트와 방송 화면이 일치시켜 완성도를 높이도록 하겠음. 담당 PD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<더플레오 워싱 차렵이불> 방송 중반 원단 알러지성 염료 테스트 결과를 안내하는 영상 자막에서 시험 조건이 잘못 기재되어 수정이 필요함. 다른 자막에서는 오코텍스, 유해물질, 중금속 테스트 결과와 조건이 올바르게 표기되어 있었으나 해당 부분은 수정이 필요함.	하절기 상품으로 해당 방송 운영 종료됨. 추후 유사 제품 제작 시 테스트 결과에 대해 정확한 정보를 안내하도록 하겠음. 담당 PD, MD, 심의 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<크리스타홈 카페트> 거실의 경우, 3인용, 4인용 소파 앞에 깔면 어느 정도 크기인지, 4인용 식탁, 6인용 식탁 아래에 깔면 어느 정도 차지하는지 비교해서 보여주면 소비자의 활용도를 높일 수 있는 상상력을 줄 수 있을 것 같음.	해당 방송 이후 최근 제작한 영상에서는 고객님들의 실제 후기 사진과 소파, 식탁과 연출한 이미지를 활용함. 추후에는 4인용, 6인용 등 가구 사이즈와 함께 비교하는 방식으로도 연출해보겠음. 담당 PD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<크리스타홈 카페트> 방송 후반 "전 공정 국내 생산이기 때문에..."라는 발언과 자막에 '전 공정 국내 생산'으로 명기하고 있음. 그런데 하단 자막은 '완제품 최종공정 기준'이라고 써 있음. '전 공정'과 '최종 공정'은 시청자 오인 요소가 아닐지 체크가 필요함.	시청자에게 쉽고 정확한 정보 안내를 위해 노력하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월

방송 프로그램	<파나소닉 구강세정기> 방송 초반 여성 쇼호스트께서 '대한치과의사협회 추천 제품'이라는 판넬을 들고 방송을 진행함. 판넬을 확대한 화면에서 '본 제품은 의료기기가 아닌 일반 공산품입니다.'라는 내용이 보여 표시 자체는 적절하다고 생각되지만 글자 크기로 인해 시청자가 인식하지 못할 수도 있을 것 같음. 판넬에 표기된 글자 크기를 더 크게 할 필요성이 있어 보임.	추후 녹화 시 시청자가 쉽게 인지할 수 있도록 판넬의 글자 크기를 수정하도록 하겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<파나소닉 구강세정기> 방송 중반 남성 쇼호스트께서 해당 제품이 방수 관련 IPX7 등급을 받았다고 하면서 "IPX7등급을 받기 위해서는 이게 한 시간을 버텨..."라는 잘못된 멘트를 함. 곧바로 "1미터 깊이에서 30분을 버텨야 한다."고 정정하였으나 방송의 완성도를 위해 해당 부분을 수정하는 것이 좋을 것 같음.	추후 녹화 시 잘못된 부분 없이 완성도 높은 방송을 제작하도록 하겠음. 담당 PD, 쇼호스트 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<파나소닉 구강세정기> 세정효과를 보여주기 위해 보여주는 더러워진 구강의 과장은 표현상 문제될 소지가 없는지 궁금함. 이와 관련된 심의 관련 내용을 알려주면 좋겠음.	과거 유사 내용의 방송통신심의위원회 제재사례 공유함. 구강 모형 시연을 할 때도 시청자가 불편함을 느끼지 않는 적절한 수준에서 진행하도록 주의하겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<파나소닉 구강세정기> 제품 구매의향 및 판매율 제고를 위해 소비 대안과의 비교 장면이나 설명을 제공하면 제품의 장점을 구체적으로 인식하는 데 도움이 될 것으로 보임. 본 제품에 대해서는 액상 구강세정제나 치실이 문제 해결을 위한 경쟁 대안이 될 터인데, 이들과 비교한 광고 상품의 상대적 이점을 어필한다면 판매촉진 차원에서 효과가 있을 것으로 예상함.	추후 제작 시 기존 자사 제품과의 비교 등 판매촉진에 도움될 수 있는 시연 방향을 검토해보겠음. 담당 PD, MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월
방송 프로그램	<파나소닉 구강세정기> 1+1을 통한 구매 혜택을 지속적으로 강조하는데, 동일 모델의 오픈마켓 판매가를 조회한 결과, 방송 가격보다 저렴한 것으로 확인되었음. 타 플랫폼에서의 가격 수준도 파악해서 신중을 기할 필요가 있다고 생각됨.	지속적으로 시장 모니터링을 강화하고 적절하게 대응하도록 하겠음. 담당 MD 내용 전달함. <'25년 11월 조치>	25년 10월

방송 프로그램	방송상품의 선정 기준과 절차에 대해 공유 요청	11월 정기회의 시 방송상품 선정 기준 및 절차에 대한 내용 공유함. 객관적이고 공정한 상품 선정을 위해 지속적으로 노력하겠음. <'25년 11월 조치>	25년 10월
총 건수		18건	

라. 시청자 권익보호와 침해구제

요 청 내 용	조 치 내 용	조치일자	비고

마. 시청자평가원 선임 현황

(임기: 2000.0 ~ 2000.0)

성 명	생년월일	전.현직	변동사유	비고 (임기)

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)	○

의견제시 또는 시정요구 내용에 대한 답변

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<모두투어 돗토리 요나고> 2박3일 프로그램과 3박4일 프로그램 구분을 정확하게 설명하지 않아 소비자가 오인할 소지가 있어 보임. 기본적으로 쇼호스트 분들이 다른 사항은 자세히 안내하지만 3일과 4일 일정 구분 내용은 자세한 멘트가 없어 정보를 인지하기 어려움.	3박4일 상품은 2박3일 상품 내용에 일부 관광지가 추가된 형태여서 공통 일정인 2박3일 관광지 위주로 설명하였음. 추후 제작 시 여행 일정별 차이점을 명확히 안내하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<참좋은 여행 상해> '기사·가이드 경비 포함', '단일가 599,000원' 이외에 어떠한 요금도 부과되지 않는 것과 같이 광고하면서도 매너팁 미포함이라는 내용과 유류할증료 액수가 변동될 수 있다는 내용에 대해서는 자막으로만 고지하여 방송을 자세히 보지 않는 소비자의 경우, 이를 인지하지 못할 수 있다고 생각함.	해당 여행 상품은 기사·가이드 경비가 포함되어 있는 상품으로 현지에서 필요에 의해 발생하는 포터팁이나 룸팁 같은 선택적인 매너팁 정도만 발생할 수 있다는 내용을 안내한 부분이며, 유류할증료 또한 방송을 제작한 11월 이후 유류할증료 인상 시 해당 차액을 지불할 수 있음을 안내하였습니다. 이러한 정보를 시청자가 조금 더 쉽게 이해할 수 있도록 쇼호스트 멘트로도 자세히 안내하겠음.	○		
방송 프로그램	<참좋은 여행 상해> $40 상당의 황포강 유람', '$20 상당의 주가각 체험'이 포함된 것이라는 점을 여러 차례 강조하였음. 그런데 이러한 표현이 '원래 추가비용이 드는 것인데, 신세계 쇼핑 고객들에게는 받지 않는다'라는 것인지, '해당 추가비용이 든다'라는 것인지 바로 이해되지는 않았음.	보통의 경우, 황포강 유람선과 주가각 체험은 현지에서 선택 관광으로 진행되지만 해당 상품은 신세계쇼핑 고객님께 제공하는 혜택으로 해당 관광을 기본 관광에 포함해서 진행함. 이러한 정보를 조금 더 쉽게 설명하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<참좋은 여행 상해> '전일정 월드체인 코트야드 바이 메리어트 호텔 숙박'이라는 큰 자막 아래 '또는 여행사 제공 정보로 안내'라는 작은 자막이 안내됨. 해당 정보를 소비자가 잘 알아들을 수 있을지 의문임.	해당 부분 자막 표기에 오류가 있었음. '또는 동급 호텔 배정, 호텔 성급은 여행사 제공 정보로 안내'가 올바른 표현임. 오류 없이 고객이 이해할 수 있도록 정확히 안내하도록 하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<참좋은 여행 상해> 대한항공을 저비용 항공과 비교하는 의미로 '프리미엄 국적기-Korean Air'로 표기함. 하지만 대한항공의 특별 등급 비행기를 탑승하는 것으로 오인하는 것은 아닌가 하는 생각이 들었음. 프리미엄 표현의 지나친 강조는 지양할 필요가 있을 것 같음.	대한항공이나 아시아나항공의 경우, 저비용 항공사와의 구분을 위해 프리미엄이라는 표현을 사용하고 있음. 지나친 강조로 특별 등급으로 오인하지 않도록 주의하겠음.	○		
방송 프로그램	<하나투어 대만> "룸 컨디션 한번 봐주셔요." 방송 언어로 룸, 컨디션 등의 용어는 대체 한국어로 표현하면 좋을 것 같음.	지나친 외래어 사용에 주의하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<엘리하이 초등교육> 1위라는 내용을 강조하지만 초등은 '소비자평가 1위', 중등은 '공시매출 비교 기준 1위'로 다른 기준이어서 무조건 1위로만 강조하는 것보다는 그 기준을 설명해주면 더 좋을 것 같음. 초중등 상품의 1등을 강조하는 과정에서 "초등이건 중등이건 고등이건 우리는 2등 아닌 1등을 선택할 수 있습니다."라는 멘트는 문제가 되진 않아도 고등을 언급하는 것은 불필요한 연결로 느껴짐.	1위라는 상품의 핵심 포인트를 지속적으로 소구하면서도 말씀하신 것처럼 기준에 대한 설명을 하지 못했음. 추후 제작 시 방송 상품과 직접 관련 있는 초등, 중등 관련 정보만 전달하고 관련 기준도 자세히 설명하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<엠베스트 중등교육> 방송 중반 학생들 체험 내용을 소개하는 파트가 있는데 진행자가 "반 1등, 전교 4등"인데 "전교 1등 했대요."라고 발언함. 단순 실수지만 "반에서..."로 수정하면 좋을 것 같음.	멘트 오류 부분 수정하고, 앞으로 조금 더 정확하게 안내할 수 있도록 하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<엠베스트 중등교육> 방송 초반 '제2강 백문이 불여일견'이라는 화면이 나오는데, 이후 방송을 보면 제2강이 아니라 제3강임. 프라임탭 + 스마트펜 무료체험을 강조하고 있는데, 무료체험 기간 중 파손 시 배상에 대해서는 방송 후반 작은 글씨로 설명됨. 소비자 입장에서 파손 시 배상금액은 무료체험 여부를 결정하는 데 있어 중요한 내용이므로 미리 안내할 필요가 있다고 판단됨. 사용자 후기에서 교과서의 주요 내용이 시험이 나왔다는 것을 언급하는데 엠베스트만의 특장점을 보여줄 수 있는 후기인지는 의문이 있음.	말씀 주신 것처럼 제3강이 제2강으로 잘못 표기되었음. 추후 방송 시 보다 꼼꼼하게 검수하도록 하겠음. 무료체험이 가능하다는 사실 전달에 집중하다 보니 세부 사항에 대해서는 자세히 안내하지 못했음. 추후에는 조금 더 가독성 있게, 자세히 안내하도록 하겠음. 학교별 내신에 대해 대비할 수 있는 콘텐츠에 대한 후기인데 공감되지 못한 것 같음. 시청자가 공감할 수 있는 정보를 전달할 수 있도록 더 고민하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자> 콤팩트한 사이즈를 강조하고 있지만, 실제 크기를 직관적으로 파악하기는 어려운 것 같음. 일반적인 안마의자 대비 어느 정도로 작은지 구체적인 수치나 비교 설명이 보완되면 좋겠음. 특히, 사이즈가 작을 경우, 성인 여성에게는 적합하더라도 남성이 이용할 때 불편함이 없는지에 대한 정보도 함께 제시할 필요가 있음. 단순히 말로 설명하기보다는 평형대별 안마의자가 조화롭게 배치된 인테리어 예시 사진을 함께 제시한다면 소비자의 구매 의사에 보다 긍정적인 영향을 줄 것으로 판단됨.	사이즈에 대한 정보를 멘트와 자막으로 안내하고 있지만 시청자가 직관적으로 파악하기 어려울 수 있다고 생각함. 추후에는 시청자가 사이즈 정보를 조금 더 쉽게 파악할 수 있도록 그래픽이나 영상, 실제 고객의 후기 사진을 활용하는 방법을 고민해보겠음.	○		
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자> as 정책이나 보증 기간 등에 대한 안내가 없어, 소비자가 사후 서비스에 대해 불안감을 가질 수 있음. 제품의 품질과 신뢰도를 높이기 위해서는 as 가능 기간, 무상 보증 범위, 주요 부품의 보증 기간 등에 대한 구체적인 정보를 함께 제시할 필요가 있음. 특히 고가의 내구재인 만큼 설치 후 관리방식, 출장비 또는 부품 교체비 유무 등 세부 조건도 명확히 안내된다면 소비자 신뢰 확보에 도움이 될 것 같음.	as 부분 역시 시청자가 더 쉽게 인지할 수 있도록 안내하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자>가격이 19,900원임을 반복적으로 강조하고 있지만, 이는 선납금 및 청구할인 등 여러 조건이 충족되어야 가능한 금액으로, 방송만 보면 소비자가 실제 가격을 오인할 우려가 있음. 화면 좌측에 지속적으로 노출되는 가격 안내 역시 50만원 선납, 60만원 선납, 청구할인 등 조건에 따라 달라지며, 이러한 조건이 없을 경우, 월 요금이 5만원에서 6만원대로 상승함. 방송 중간에 딱 한 번 이런 부분을 설명하는데, 그 부분을 보지 못하면 가격에 대한 오인이 있을 것 같음. 카드 청구할인은 바디프랜드 제휴 롯데카드에 한정되는 것 같은데, 방송에서는 '제휴카드 청구할인', '롯데카드 청구할인' 등 다양한 용어가 혼용되어 시청자에게 혼란을 줄 수 있음. 하루 '655원 꼴'이라고 언급하는데 월 19,900원 기준일 때만 해당되므로, 전제 조건을 명확히 밝힐 필요가 있음.	방송에서 장점의 효과적인 전달을 위해 '제휴카드', '선납' 정도로만 축약하여 멘트하고, 세부 사항은 자막으로 안내하고 있음. 지칭하는 용어를 통일하고 제한적인 조건에 대해 조금 더 자세히 안내할 수 있도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자> 설명을 들어보면 주요 구매층은 50~60대 여성으로 추정되나, 방송에 등장하는 안마의자 모델은 20~30대의 젊은 여성으로 설정되어 있어 타깃 고객층과의 연결성이 떨어짐. 보다 자연스러운 연출을 위해 모델의 연령대를 주요 고객층에 맞게 조정할 필요가 있다고 판단됨. "집안일을 많이 하시는 여성 고객님들도 손과 팔까지 안마가 가능하다"고 설명하며 해당 부위에 팔을 넣어보는 장면이 있었으나, 실제 시연자는 건장한 남성이었음. 남성과 여성은 신체 사이즈 차이가 크기 때문에 실제 여성 고객이 사용했을 때는 방송에서 보여준 장면과 다른 결과가 연출될 수 있음. 따라서 여성 고객을 언급하는 장면에서는 여성이 직접 시연하는 구성이 더 적절할 것으로 판단됨.	안마의자의 움직임을 최대한 잘 보여주기 위해 약간 왜소한 젊은 여성을 모델로 선정했음. 집안일과 관련된 부분은 남자 게스트가 먼저 팔 마사지에 대한 기능을 설명하고, 여자 쇼호스트가 추가 설명을 하는 과정이었음. 모델 및 기능 설명과 관련해서 실제 사용자가 공감할 수 있는 시연을 하도록 노력하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자> 쇼호스트의 대사 중 '절대 유리하다'라는 표현은 문법적으로 부적절한 표현임. '절대'는 부정의 의미를 나타내는 부사이므로, 긍정적 의미의 형용사 '유리하다'와는 어울리지 않음. 따라서 '절대적으로 유리하다'와 같이 수정하거나 다른 표현으로 대체하는 것이 바람직함. 홈쇼핑 프로그램은 단순히 상품 판매에 그치지 않고, 다수의 시청자에게 올바른 언어 사용을 보여주는 공적 역할도 수행해야 한다고 판단됨.	쇼호스트와 내용 공감하고 올바른 표현을 할 수 있도록 노력하겠음.	○		
방송 프로그램	<바디프랜드 안마의자> 이 제품이 남녀 모두 이용할 수 있는 제품이라면 몸이 들어갈 수 있는 남녀 평균 신장이나 사이즈 정도를 알려주면 좋았을 것 같음. 이용 가능성을 예측해 볼 수 있을 때 제품에 대한 안내, 신뢰도가 높아질 수 있을 것이라 생각함.	제품을 사용할 수 있는 신장 등과 같은 사이즈 정보를 조금 더 자세히 안내할 수 있도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<한샘 인테리어, 현대리바트 집테리어> 시공에 따른 단가가 제시되어 있긴 하나, 해당 금액으로 시공할 때 사용되는 인테리어 자재나 브랜드를 구체적으로 언급하거나, 일부 자재를 실제로 보여주는 장면을 추가한다면 시청자들이 구매를 보다 긍정적으로 고려할 것으로 판단됨. 장소별 인테리어 시공 사례를 사진으로 제시하고 있으나, 사진의 크기가 너무 작아 전달력이 떨어지는 것 같음. 각 사례의 사진을 화면에 가득 차게 배치한다면 시청자에게 더 효과적으로 내용을 전달할 수 있을 것 같음.	좋은 의견이라고 생각함. 인테리어 브랜드나 자재를 안내할 수 있는 방법을 협력사와 논의해보도록 하겠음. 또한 실제 시공 사례를 보여주는 장면도 조금 더 적극적으로 활용하도록 하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<한샘 인테리어> 방송의 목적이 시청자와 한샘 인테리어 업체를 연결하는데 있다 보니, 특정 상품을 직접적으로 보여줄 수 없는 한계는 이해함. 그러나 다른 인테리어 소개 방송과 비교했을 때, 본 방송은 핵심 내용 전달이 다소 떨어지고 유사한 내용이 반복되어 전반적으로 지루한 인상을 줌.	추후 제작 시 유사한 내용이 반복되어 지루한 느낌을 받지 않도록 조금 더 완성도 높은 방송을 제작하도록 노력하겠음.	○		
방송 프로그램	<퓨라셀미인 물방울 패키지> 상품 특성상 의료기기로 오인할 수 있는 표현을 주의하면 좋을 것 같음. 공산품임을 명시하고 있지만 효과를 자주 강조하다 보니 부담이 발생하는 것 같음. 진행자의 체험 중심으로 설명하는 것은 좋았지만, “효과 대박이다, 효과 좋다.” 등을 강조하면서 “한 방에 효과 딱 나오는 건... 효과 바로 나온다... 즉각적으로 나온다... 바탕이 도자기가 된다... 한 번에 다 되니까...” 등의 표현이 자주 언급되어 부담이 뒤따르는 것 같음. 레이저를 쏘는 장면을 보여주면서 피부 손상과 재생 과정을 말해주는 파트에서는, 일부 부작용 우려가 들기도 하는데도, “데미지는 없어요.”로 강조하고 있는 것도 마찬가지 느낌임. 특히 “처음엔 1단계로... 3단계는 너무 쎄요, 엄청 뜨거워요.” 등의 표현이 함께 있어 사용상 주의 안내가 함께 있으면 신뢰도도 높여주면서 더 좋은 방송이 되지 않을까 하는 생각이 들었음. 예를 들어 한 부위에 너무 오래·자주 사용하는 것은 지양해야 한다든지 사용 기준에 맞춰 사용하라는 내용을 안내해주면 좋을 것 같음.	효능·효과를 과장하거나 의료기기로 오인할 수 있는 부분은 항상 경계하고 있음. 쇼호스트가 본인의 사용후기를 상세하게 밝히다 보니 감정적인 표현이 나오게 된 것 같음. 부작용이나 주의사항 같은 부분은 자막으로 안내하고 있으나 멘트로써 설명은 부족했음. 추후 제작 시 말씀 주신 내용 보완해서 제작할 수 있도록 하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<퓨라셀미인 물방울 패키지> 인체시험 자막이 자주 나오는데 오해의 여지가 없도록 제한된 정보에 대한 적극적인 안내도 필요해 보임. '개인차 있음', '기능성 화장품 병행 사용 조건' 등의 조건을 추가적으로 잘 설명해주면 소비자 신뢰가 높아질 것으로 생각됨.	인체시험에 대한 자세한 내용은 자막으로만 고지하다 보니 시청자가 쉽게 인지하기 어려웠던 것 같음. 추후에는 더욱 신경 써서 멘트로도 자세히 안내하도록 하겠음.	○		
방송 프로그램	<현대리바트 집테리어> 제품을 구매하는 방송이 아닌 상담예약을 하는 방송일 경우, 좀 더 구체적인 안내가 있어야만 구매 욕구가 발생될 수 있을 것 같음. 본격적인 방송 전에 자막으로 견적 예시 가격표가 제시되었으나 면적이나 평형이 제시되지 않아서 금액대를 가늠하기 어려웠고, 실제 본 판매방송에서는 가격에 대한 설명이 전혀 되지 않아서 계속해서 궁금증만 불러 일으키게 하였음. 금액 예상을 할 수 없어 쉽게 상담 예약을 못할 것 같다는 생각이 들었음. 예를 들어 한샘 방송의 경우, 어떤 부분을 시공하면 700만원대, 주방은 200만원대 라는 설명이 있었음. 시공 사례를 보여주는 공간이 매우 넓고 커 보이는 곳만 안내해준다는 경향이 보이는 데 실질적 거주 공간인 작은 평형대의 사례도 보여주었으면 더 현실적일 것이라는 생각이 들었음.	체크포인트 자막에서 대표 인테리어의 예시 면적이 안내되었지만 빠르게 전환되다 보니 확인하시기 어려웠던 것 같음. 추후 제작 시 시공 상품의 면적 및 특성, 대표 인테리어의 비용에 대해서도 적극적으로 안내하도록 하겠음. 또한 작은 면적의 시공사례 이미지도 준비할 수 있도록 협력사와 논의해보겠음.	○		
방송 프로그램	<현대리바트 집테리어> 시작부의 상담예약 관련 안내는 정보량에 비해 멘트 속도와 화면전환이 너무 빨라서 가독성이 낮음. 이와 관련한 부분적 해결책으로서 시청자가 영상 재생 속도를 조절할 수 있는 기능이 추가되면 좋을 것 같음.	모바일이나 PC에서 VOD 시청 시 영상 재생 속도를 조절할 수 있는 기능을 도입할 수 있도록 관계부서와 협의하도록 하겠음.	○		

구 분	의견제시 또는 시정요구내용	답변내용	비 고		
			수용	참고	반론
방송 프로그램	<현대리바트 집테리어> 자막은 디테일까지 꼼꼼히 확인해서 오류를 최소화하면 좋겠음. 예를 들어 '회원가입시', '제품불량시'라는 자막의 띄어쓰기 일관성이 떨어짐.	방송에 노출되는 자막의 맞춤법과 띄어쓰기에 더 신경 쓰도록 하겠음.	○		
운영 효율성	○ 10월 고객의 소리 처리현황 및 조치결과 공유 ○ 방송상품 선정 절차 및 기준에 관한 내용 공유 ○ 상품소개 및 판매방송 심의에 관한 규정 설명	특이사항 없음			