

1월 시청자위원회 회의록

1. 회의 일시 : 2026년 1월 14일(수) 15:00
2. 회의 장소 : 신세계쇼핑 회의실
3. 참석 인원 : 16명
4. 회의 내용 : 붙임.

[회의 내용]

- **방송사** : 고객의 소리 처리현황 공유
- **시청자위원회** : 1월 시청자위원회 정기회의를 시작하겠습니다.
- **시청자위원회** : 뷰티피플 철벽녀 립스틱 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 볼륨감과 지속력, 덜 묻어남 등을 강조하는 립스틱으로 5가지 색상 구성이 매력적이었습니다. 직접 음식을 먹으면서 시연하는 부분이 구매욕을 강화시켰습니다. 영상 초반 PGM 점수를 강조하는데, PGM이 무엇인지 설명이 필요할 것으로 보입니다. 보통의 시청자 입장에서는 PGM이 무슨 뜻인지 쉽게 이해하기 어려울 것 같습니다. 컬러, 광채, 보습, 밀착, 볼륨 등이 110시간 지속된다는 내용이 수시로 나오는데 그 내용을 자세히 보면 지속력에 도움이라고 기재되어 있어서 110시간 지속이라고 표현해도 되는지 의문이 들었습니다. 그리고 볼륨·광채 자막 아래에 '일시적/개인차 있음'이라는 내용이 기재되어 있어서 110시간 지속의 정확한 의미를 파악하기 어려웠습니다. 방송 중반 쇼호스트분이 보르피린 62% 들어간 앰플 립스틱이라고 발언을 하는데, 방송 내용을 보면 보르피린 성분은 약 5%가량 함유된 것이고, 보르피린을 포함한 앰플이 62%가량 포함된 것이므로, 발언의 정확성을 확보할 필요가 있다고 사료됩니다.
- **방송사** : PGM은 프로그램의 줄임말로 시청자가 쉽게 이해하기 어려운 단어라고 생각합니다. 향후에는 프로그램이라는 말로 풀어서 안내하도록 하겠습니다. 화장품 방송에서 테스트 결과를 단정적으로 표현하지 않기 위해 '~에 도움'이라는 내용을 함께 안내하고 있는데요. 시청자가 테스트 조건과 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 자세히 안내하도록 하겠습니다. 보르피린 함량은 말씀하신 게 맞습니다. 보르피린 성분을 함유한 혼합물 앰플이 62%가 맞고요. 함량 정보를 시청자가 오인하지 않도록 정확히 안내하도록 하겠습니다.
- **시청자위원회** : 뷰티피플 철벽녀 립스틱 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 제품 구성, 가격,

특성 등과 관련한 충분한 정보를 화면과 쇼호스트를 통해 생생하게 전달했다고 생각합니다. 다만, 제품의 지속력과 주요 성분에 대한 추가 설명이 필요할 것 같습니다. 시연과 화면 그래픽을 통해 컬러, 보습, 광채 지속과 관련한 제품의 특징을 효과적으로 전달하였으나, 110시간 지속력이 4일 이상 지속된다는 내용인데 이에 대한 설명과 자막은 소비자의 현실적 경험에 맞게 조정할 필요가 있을 것 같습니다. 제품의 특성과 관련한 핵심 원료인 세더마사의 보르피린을 쇼호스트와 화면 박스를 통해 수차례 강조하여 립스틱의 볼륨 효과에 대한 신뢰성을 높였으나, 보르피린 성분의 특성과 효능에 대한 구체적 정보는 다소 부족하다고 느꼈습니다. 자막으로 표시된 화학 성분 외에, 보르피린 성분과 관련한 민감성 피부 반응 등에 대한 안내 자막 제공 여부를 검토할 필요가 있을 것 같습니다. 앞에 말씀과 동일한 내용인데요. 방송 초반에 제품의 인기를 강조하기 위해 사용한 24년 11월 PGM 달성률 116%, 111% 등의 표현과 관련하여 구체적인 근거와 용어 설명이 필요하다고 느꼈습니다.

- **방송사** : 110시간 동안 립스틱을 지우지 않는 경우는 없겠지만 그만큼 지속력이 좋다는 점을 강조하기 위해 사용한 내용입니다. 시청자가 테스트 조건과 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 자세히 안내하도록 하겠습니다. PGM 달성률은 편성 시간에 매출 목표를 달성한 수치입니다. 좋은 실적을 낸 상품이라는 점을 강조하기 위해 사용했는데요. 시청자가 쉽게 이해할 수 있게 안내하도록 하겠습니다. 보르피린은 식물에서 유래한 성분으로 피부 볼륨 효과가 있는 것으로 알려져 있습니다. 화장품에 사용 가능한 원료이며, 완제품에 대한 민감성 피부 반응 테스트, 적합성 테스트를 모두 완료하였습니다. 시청자가 궁금해할 수 있는 정보에 대해서 조금 더 자세히 안내하도록 하겠습니다.
- **시청자위원회** : 저도 동일한 립스틱 방송을 봤습니다. 보르피린 성분 함유를 주요 특징으로 강조하고 있으나, 해당 성분의 기능적 특성이나 기대 효과에 대한 추가적인 설명이 함께 제시된다면 시청자의 이해도를 높이고 정보 전달의 효과성을 더욱 제고할 수 있을 것으로 판단됩니다. ‘110시간 컬러·보습·광채 지속’이라는 표현 하단에 표기된 ‘일시적 효과, 개인차 있음/테스트 결과치로 동일한 지속력을 의미하지 않음’이라는

문구의 의미가 다소 모호하게 인식될 수 있으므로, 소비자가 오인하지 않도록 보다 명확하고 구체적인 설명이 필요할 것으로 보입니다. 그리고 앱 행사 카드 이용 시 5% 추가 할인이 제공되나, 간편결제 이용 시 무이자 할부 적용 기준이 상이함에도 불구하고 해당 안내가 화면 하단에 작은 글씨로 제시되고 있습니다. 이에 따라 소비자가 혜택 조건을 충분히 인지할 수 있도록 보다 명확하고 가시성 있는 안내가 이루어질 필요가 있을 것 같습니다. ‘진짜로 66,410원’이라는 표현은 가격의 저렴함을 강조하려는 의도로 보이나, 자칫 과장된 표현으로 오해를 유발할 소지가 있으므로 보다 완화되고 객관적인 표현으로 조정하는 방안을 검토할 필요가 있습니다. 그리고 타프 헤어 고데기 방송도 봤는데요. 진행자가 시청자의 이해를 돕기 위해 일상적인 표현을 사용한 취지는 이해되나, ‘구루뽕’이라는 용어는 표준적이지 않은 표현임에도 반복적으로 사용되고 있었습니다. 해당 용어는 국내에서 관행적으로 사용되어 온 일본식 외래어 표현으로, 정확한 명칭, 예를 들어 헤어롤을 병기하거나 표준화된 용어로 안내할 필요가 있다고 생각했습니다. ‘숙련도에 따라 다름’, ‘일시적 효과’라는 표현이 사용되고 있으나, 실제로 어느 정도의 시간 동안 효과가 유지되는지에 대한 구체적인 정보가 제시되지 않아 소비자가 효능을 명확히 이해하는 데 한계가 있음. 효과 지속 시간이나 적용 조건에 대한 보다 구체적인 설명이 보완될 필요가 있을 것 같습니다. 해당 제품이 여성만을 주요 대상으로 한 제품인지에 대한 설명이 명확하지 않은데요. 실제로 모발 볼륨 저하나 스타일 유지에 어려움을 겪는 남성 소비자도 존재할 수 있으므로, 사용 대상에 대한 보다 포괄적이고 명확한 안내가 이루어진다면 제품 이해도와 사용 범위 확대에 도움이 될 것으로 판단됩니다.

- **방송사** : 먼저 립스틱 방송에 대해 답변 드리겠습니다. 시청자가 필요로 하는 정보를 충분히 안내할 수 있도록 지속적으로 고민하겠습니다. 간편결제 등의 제한적인 정보에 대해 조금 더 적극적으로 안내하도록 하고, 가격에 대한 정보도 과장되지 않도록 주의하겠습니다. 고데기 관련해서 구루뽕을 평상시에 익숙하게 사용한 표현이라 주의하지 못했던 것 같습니다. 추후 제작 시에는 표준화된 용어로 사용하도록 하겠습니다.

고데기와 같은 헤어 제품의 경우 사용자의 모발 상태나 숙련도에 따라 그 결과 차이가 커서 볼륨 유지 효과와 관련된 객관적인 테스트를 하기가 어려운데요. 사용 방법에 대해 자세히 안내하는 방법을 고민해보도록 하겠습니다. 말씀하신 것처럼 해당 제품은 남녀 상관없이 사용할 수 있는 제품입니다. 다만 주 시청 고객인 50~60대 여성 고객을 타겟으로 방송을 진행하다 보니 남성 사용에 대한 안내를 하지 못했는데요. 추후 리메이크 제작 시에는 남성도 사용할 수 있다는 점을 안내하도록 하겠습니다.

• **시청자위원회** : 마미케어 울무 영양크림 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 여자들에게 가장 중요한 피부 고민인 주름 개선을 주요 소재로 다루고 있어 더욱 유심히 봤는데요. 일부 표현과 연출에서 오인의 우려가 있다고 판단됩니다. 우선, 방송 중 “주름이 자글자글한데, 제품을 바르면 자글자글하지 않다.”는 식의 모습이 나오는데, 이런 식의 연출은 화장품의 일반적 효능 범위를 넘어서서 즉각적인 주름 제거 효과로 오인될 소지가 있을 것 같습니다. 배우 원종례님께서 ‘맨얼굴’이라고 언급하면서 울무 크림을 바르셨는데, 화면상으로 기초 화장이 되어 있는 것처럼 보여 시청자가 실제 사용 효과에 대해 오인할 가능성이 있다고 판단됩니다. 사용 전·후 효과를 설명하는 과정에서도, 얼마나 오랜 기간 사용한 것인지, 어떤 방식으로 사용한 것인지에 대한 구체적인 설명 없이, 단순 비교 화면만 제시되어, 시청자가 효과를 객관적으로 판단하기에는 정보가 충분하지 않다고 생각했습니다. 제품 설명 중 “한의원에도 있다.”고 하면서 특정 ‘경희 00 한의원’ 명칭이 함께 제시되어 있는데, 이것이 일반적인 한의원 전반에 해당하는 것은 아니고, 특정한 곳의 사례인 것 같아 소비자에게 혼동을 줄 수 있을 것으로 판단됩니다.

• **방송사** : 해당 제품은 사용 직후 리프팅, 탄력 개선에 도움이 되는 제품으로 게스트와 모델의 시연으로 이해를 돕고자 했습니다. 말씀 주신 주름 개선 효과의 경우 7일 사용 후 결과치이기 때문에 즉각적인 효과로 오인하지 않도록 표현에 주의하도록 하겠습니다. 스튜디오에서 시연을 진행하면서 조명, 환경의 동일 여부를 보다 꼼꼼하게 확인하고 시청자가 불필요한 오해를 하지 않도록 주의해서 진행하겠습니다. 한의원 판매 상품과 관련해서 실제 방송에서 제시한 매장보다 많은 곳에서 판매되고 있으나, 방송하는 동안

지속적으로 판매 여부를 확인할 수 있는 대표 지점을 선정해서 안내하고 있습니다. 시청자에게 정확한 정보를 전달하도록 노력하겠습니다.

• **시청자위원회** : 동일한 마미케어 울무 영양크림 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 화장품 원료인 울무, 녹두, 고삼과 국내산 원산지를 설명해 준 게 신뢰도가 높아지게 되었던 것 같습니다. 그런데 화장품 재료와 상관없는 울무씨 추출물, 난황 추출물, 꿀을 굳이 실물로 보여줄 필요가 있을까 하는 생각이 들기도 했습니다. 무향무취, 끈적임 없다는 장점과 특성을 잘 알려주면 좋을 것 같습니다. 향이 없는 제품을 선호하는 고객도 있기에 이러한 정보가 오히려 도움이 되지 않을까 생각했습니다. 또한 울무의 효능이나 느낌을 멘트로 살려주었으면 하는 아쉬움이 있었습니다. ‘여러분의 피부도 바뀔 수 있습니다.’는 문구 아래에 ‘주관적 의견으로 개인차 있음’이라고 되어 있는데 의약품도 아니고 피부상태에 따라 효과와 차이는 당연히 있을 텐데 굳이 써야 할 이유가 있을지 궁금한 생각이 들었습니다. 게스트와 쇼호스트 분들의 대화가 생동감 있게 느껴져서 좋았고요. 방송에서만 주어지는 혜택과 신세계쇼핑의 단독 혜택이 강조된 점은 좋았습니다.

• **방송사** : 여러분의 피부도 바뀔 수 있다는 내용은 원종례 배우께서 본인의 피부처럼 관리할 수 있다는 점을 안내한 부분인데요. 관리 결과는 개인에 따라 차이가 날 수 있다는 의미로 표기한 자막입니다. 본 제품은 타 크림에 비해서도 ‘엄선된 재료 선정’과 ‘건강 프로그램에서도 소개된 성분’이 중요한 판매 포인트라, 단순히 텍스트로 짚고 가지 않고 비주얼적으로 확실히 보여주어야만 보는 입장에서 핵심 정보로 이해하실 거라 판단하여 실물을 보여드렸습니다. 이러한 연관성에 대해서도 잘 설명 드릴 수 있도록 하겠습니다. 그리고 무향무취와 끈적임과 관련된 안내를 하긴 했지만 호불호가 갈릴 수 있다고 생각해서 강조하진 않았습니다. 말씀하신 아쉬운 부분에 대해서는 추후 녹화 시 반영할 수 있도록 하겠습니다.

• **시청자위원회** : 리브이셀 콜라겐 마스크 방송에 대해서 말씀드리겠습니다. 쇼호스트의 텐션이 좋아서 효과 설명이 과한 거 아닌가 싶은 부분도 있었는데 인체시험적용결과 패널을 들고 설명하는 부분에서 ‘일시적, 개인차 있음’이라고 직접적으로 제한 사항을

멘트로 설명해주어 신뢰가 갔습니다. 다만, 인체적용시험 결과를 보여주는 자료 화면이 너무 빨리 넘어가면서 쇼호스트 멘트와 맞지 않아 자세한 내용을 확인하기 어려웠는데요. 가독성 있게 디자인하고 노출 시간을 늘려 소비자가 쉽게 인지할 수 있도록 하면 좋겠습니다. 방송 후반 조명 off 자료 화면은 화장품이라는 특성상 광고에 쓰이는 것이 유리하지 않을 것 같은데 시청자에게 보여주어 오히려 신뢰가 갔다고 생각합니다. 끝으로 주관적인 의견일 수 있지만 중간중간 나오는 쇼호스트의 돌고래 환호성은 다소 과해서 불편감이 느껴졌습니다.

- **방송사** : 인체적용시험 자료 화면은 내용 자체를 강조한다기보다는 많은 시험 결과를 가지고 있다는 점을 강조하기 위해 제작되었습니다. 그러다 보니 전체 내용을 충분히 파악하시기 어려웠던 것 같은데요. 시청자에게 중요하게 전달하는 항목에 대해서는 자세히 안내할 수 있도록 하겠습니다. 방송 전체적으로 밝은 분위기를 연출하려고 했는데 조금 지나쳤던 것 같습니다. 지나친 고성음은 자제하도록 하겠습니다.
- **시청자위원회** : 닥터3 리프테놀 크림 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 약국 화장품 코너 판매 동일 상품이라고 하면서 2개 약국을 표시했는데요. 이 부분은 앞서 말씀하신 내용으로 이해했습니다. “방송에서만 이 가격 66,410원인데 방송 끝나면 10만원대로 짝 올라간다.”는 쇼호스트의 멘트와 화면 때문에 바로 구입해야 할 것 같은 조금함을 느끼게 되었습니다. 인터넷에 검색해보니 동일 제품을 다른 온라인 몰에서는 69,600원, 74,990원에 판매하고 있어 방송 종료 후에 10만원을 넘기는 것은 어떤 이유인지 궁금했습니다.
- **방송사** : 해당 제품은 홈쇼핑 중에서 당사에서만 단독으로 운영하는 상품으로 방송 중에 구매하시는 고객께 가격 혜택을 제공하여 판매하고 있습니다. 말씀 주신 온라인 몰의 경우 공식 판매처가 아닌 리셀러가 판매하는 제품으로 확인되는데요. 협력사와 함께 지속적으로 리셀러 관리를 하고, 가격 대응을 하도록 하겠습니다.
- **시청자위원회** : 이지듀 기미쿠션 방송에 대해 말씀드리겠습니다. 전반적으로 선을 넘지 않으며, 화장을 하지 않는 남성임에도 구매욕을 자극하는 좋은 방송이었습니다.

개인적으로는 쇼호스트분들이 비교적 차분하셔서 좋았습니다. 그리고 남성 쇼호스트 분께서 본인의 피부에 직접 시연하시는 장면과 중년 여성분이 시연하는 장면은 구매욕을 크게 자극하였습니다. 다만, 여성 쇼호스트 분께서 기미 스티커를 붙인 후 그 부분에 시연하는 것은 부자연스러워 보여 굳이 필요한 부분인가 하는 느낌을 받았습니다.

- **방송사** : 기미처럼 보이는 스티커 시연을 한 이유는 기미 고민이 큰 경우에도, 커버와 관리가 동시에 가능하다는 제품 특성을 이해시키기 위해서였습니다. 말씀 주신 의견 반영하여 향후에는 보다 자연스럽고 과하지 않은 시연으로 진행하도록 하겠습니다.
- **시청자위원회** : 성분에디터 아이크림 방송에 대해 말씀드리겠습니다. ‘방송에서만 특대용량 패키지 혜택’이 방송 내내 반복적으로 강조되는데, 화장품도 유통기한과 사용기한이 있으므로 일회성 구매로는 과다한 양이 아닐지 의구심을 갖는 시청자들도 적지 않을 것 같습니다. 하루나 한 달 기준 소비량으로 볼 때 해당 패키지가 몇 개월 또는 몇 년 사용할 수 있는 양인지, 그리고 장기보관해서 사용해도 유효기간에는 문제가 없는지 등 시청자들이 궁금해할 만한 정보를 함께 제공할 필요가 있어 보입니다. 방송과 판매사이트에 게시된 제품 정보의 강조점이 다를 수 있다고 생각하지만, 그래도 가급적이면 핵심 소구 포인트는 일관성을 갖는 편이 좋을 것이라고 봅니다. 이를테면, 웹사이트상의 제품 정보에는 콜라겐이나 펩타이드 등의 성분이 강조되지만, 방송에서 이들 요소는 거의 언급조차 되지 않았습니다. ‘단백줄기 녹는실’이 최근 소비자들한테 많이 화제가 되었다 하더라도, 개념이 생소한 시청자들을 위해 녹는실이 무엇이고 효능과 특성 등은 어떠한지에 대한 설명이 부가되어야 할 텐데, 방송 중에는 거의 설명이 없어 아쉬웠습니다. 제품 사용의 효과를 사용 전과 사용 후의 대비 이미지를 통해 자주 보여주는데, 확실히 실증이 주는 설득효과는 있을 것이라고 판단됩니다. 그러나 자칫하면 기만이나 눈속임에 따른 심의 제재의 가능성도 있을 수 있으므로, 표현상의 주의는 필요하다고 생각합니다.
- **방송사** : 펌프 형태의 제품의 경우 1회 사용량을 안내하기도 하는데요. 판매 제품은 특정 주름진 부위나 탄력이 떨어진 부위에만 집중적으로 사용하는 등 사용자에 따라, 피부

고민에 따라 사용량이 크게 상이할 수 있어 임의로 규정하지 못했습니다. 시청자에게 필요한 정보인 만큼 안내할 수 있는 방법을 고민해보겠습니다. 방송에서 소구하는 이른바 '녹는실' 성분은 복합성분으로 웹 상세 페이지에 기재된 콜라겐과 펩타이드가 포함되어 있습니다. 유사한 맥락이기는 하지만 소비자가 쉽게 인지하지 못할 수도 있다고 생각합니다. 향후 상품 기획 시 방송에서 소구하는 내용과 웹 상세 페이지 정보를 유사한 맥락에서 안내할 수 있도록 하겠습니다. 그리고 단백질 녹는실은 생소한 표현이라 제작 회의 당시 어느 정도로 설명을 가져갈지 실무자들과 긴밀히 협의했던 기억이 있는데요. 그때의 결론은 '표현 자체의 아우라는 가져가되 굳이 어려운 성분 설명으로 방송에 대한 흥미를 떨어뜨리지 말자'는 것이었습니다. 말씀하신 내용에 대해 충분히 공감하고요. 향후 녹화 시 설명 비중을 조정하도록 하겠습니다. 사용 전·후 화면에 대한 연출은 걱정해주시는 만큼 주의하여 진행하도록 하겠습니다.

- 시청자위원회 : 1월 회의는 이것으로 마치도록 하겠습니다. 수고 많으셨습니다.

- 폐 회 -