

보도시점 2026. 10. 28.(수) 배포시점 배포 2026. 10. 28.(수) 회의 종료 후

## 홈쇼핑 통한 중소기업 지원 실효성 높인다

- 중소기업 상품 발굴·육성 가이드라인 마련, 데이터홈쇼핑 화면 규제도 완화 -

상품 발굴·육성부터 판로 확대까지 홈쇼핑 사업자의 중소기업 지원 활동 실효성을 높이기 위한 토대가 마련된다.

방송미디어통신위원회(위원장 김종철)는 28일 ‘2026년 제46차 전체회의’를 열고 더 많은 중소기업이 홈쇼핑을 통한 판매 기회를 얻을 수 있는 운영 기반 마련을 위해 ‘중소기업 상품 발굴·육성 가이드라인’ 제정안을 접수했다.

이번 가이드라인은 지난 5월 발표한 ‘홈쇼핑 상생·활력 제고 방안’의 후속 조치로, 중소기업 상품 발굴·육성 체계를 정비하고 홈쇼핑 사업자의 중소기업 판로 지원을 내실화하기 위한 것으로 이날부터 시행된다.

먼저, 그간 사업자별로 운영해 온 중소기업 지원 활동을 상품 발굴·육성, 판매기회 확대, 판로확대 유형으로 구분하고 자금 및 거래 부담 완화 지원과 함께 체계적으로 제시해 중소기업의 다양한 수요에 맞는 지원이 이뤄질 수 있도록 했다.

또한, 홈쇼핑 방송을 위한 최소 요건을 갖춘 중소기업 상품에 판매기회가 돌아갈 수 있도록 추천제 등 다양한 운영 방식을 마련하고 신규 중소기업 상품의 발굴·육성을 촉진하도록 해 더 많은 중소기업이 홈쇼핑을 통해 상품을 선보일 수 있는 기회를 넓혔다.

아울러 계획 수립부터 이행실적 점검, 우수사업자에 대한 특전(인센티브) 제공까지 연계한 성과관리 체계도 마련했다.

가이드라인에 따라 중소기업 상품 발굴·육성 계획을 제출한 사업자에 대해서는 계획의 적정성 등을 고려해 중소기업 상품 편성비율(8%p 인하) 및 정액수수료방송 운영 비율을 조정할 수 있도록 했다.

이후 방미통위가 계획 이행 실적을 점검해 지원 성과가 우수한 사업자에게 중소기업 상품 편성비율 추가 인하(2%p), 우수사업자 선정·홍보, 이행실적 점검 간소화 등의 특전(인센티브)을 제공할 수 있도록 했다.

반면 중소기업 상품 발굴·육성이 계획대로 유지되지 않는 경우에는 조정된 비율 환원을 검토할 수 있도록 함으로써 사업자의 적극적인 중소기업 지원 노력을 유도할 계획이다.

방미통위는 이날 ‘데이터홈쇼핑 개념 및 범위에 관한 법적기준’ 개정안도 접수해 데이터홈쇼핑 최초 화면에서 데이터영역이 차지해야 하는 비율 기준을 현행 50% 이상에서 25% 이상으로 완화했다.

영상 영역에 대한 시청 편의를 높이고 사업자가 방송화면을 보다 유연하게 구성할 수 있도록 했다.

김종철 방미통위원장은 “홈쇼핑이 중소기업에 단순히 판매 기회를 제공하는 데 그치지 않고 상품 발굴·육성과 판로 확대를 지원하는 역할을 강화하기 위한 것”이라며 “앞으로도 현장 목소리를 반영해 관련 규제를 합리화하고 중소기업 및 홈쇼핑 산업이 함께 성장할 수 있는 여건을 조성해 나가겠다”고 말했다.

방미통위는 이번 가이드라인 제·개정을 시작으로 ‘홈쇼핑 상생·활력 제고 방안’의 후속 과제를 차질 없이 추진해 홈쇼핑 산업의 지속 가능한 성장 기반을 마련해 나갈 계획이다.

|       |            |     |     |                    |
|-------|------------|-----|-----|--------------------|
| 담당 부서 | 방송미디어진흥국   | 책임자 | 팀 장 | 김새별 (02-2110-1490) |
|       | 방송미디어진흥기획과 | 담당자 | 사무관 | 손효진 (02-2110-1471) |

