

# 홈쇼핑 규제 완화로 산업 활력 높이고 중소기업 상생 강화

- 방미통위 '홈쇼핑 상생·활력 제고 방안' 발표 -

방송미디어통신위원회(위원장 김종철)는 22일 '2026년 제12차 전체회의'를 열고 '홈쇼핑 상생·활력 제고 방안'을 접수했다.

방미통위는 유료방송 생태계의 공정한 질서 확립과 상생 기초 속에서 산업의 지속 가능한 성장 기반을 마련하기 위한 정책 방향을 종합적으로 검토하고 있다.

이번 방안은 그 첫 단계로 유통·미디어 환경 변화로 어려움을 겪고 있는 홈쇼핑 시장에 활력을 제고하고 유료방송 생태계의 지속 가능한 기반을 마련하기 위한 것으로, 국민 권익을 보호하는 미디어 주권 실현 방안 중 하나이자 국정과제인 '미래지향적 디지털·미디어 생태계 구축' 이행의 일환으로 추진됐다.

홈쇼핑은 중소기업의 브랜드 인지도를 제고하고 성장 기회를 제공하는 판로로 기능하고 있고, 홈쇼핑사의 송출수수료는 유료방송 생태계 유지에 있어 중요한 역할을 하고 있는 만큼 홈쇼핑 산업의 안정적 운영이 필요하다.

하지만, 최근 모바일·온라인 쇼핑의 급성장과 티브이(TV) 시청행태 변화 등으로 수익성이 악화되고, 유료방송 사업자(SO, 위성, IPTV)와의 송출수수료 갈등이 심화되는 등 홈쇼핑 생태계 전반의 위기감이 높아지고 있다.

이에 홈쇼핑 사업자에 부과된 제도적인 부담을 덜어 시장 활력을 제고하고, 중소기업 지원은 실효성 있게 고도화해 중소기업과의 상생 기반을 강화해 나간다는 방침이다.

이번 방안의 주요 내용은 다음과 같다.

**①** 중소기업 상품 편성과 관련해 편성비율 중심의 양적 관리에서 중소기업 상품 발굴·육성에 대한 질적 관리를 강화한다.

중소기업 판로 지원을 위해 홈쇼핑사에 부여하고 있는 연간 전체 방송시간 대비 55~80%(공영홈쇼핑은 100%)의 중소기업 상품 편성비율은 홈쇼핑사의 중소기업 상품 발굴·육성을 전제로 단계적으로 인하한다.

의무 편성비율로 보전된 수익 기반은 중소기업 지원으로 선순환될 수 있도록 유도한다. 특히 홈쇼핑 접근이 어려웠던 중소기업들도 최소요건을 충족하면 방송에 참여할 수 있도록 기회(예. 추천제)를 부여하고 다양한 중소기업 상품이 방송에 소개될 수 있도록 해 유통시장의 경쟁과 다양성을 높여 나갈 계획이다.

**②** 중소기업과 소상공인을 위한 전용 데이터홈쇼핑 채널 신설을 검토한다. 다양한 유통 플랫폼에서의 중소·소상공인 판로 확대·성장 사례 등을 종합 평가·분석하고, 이를 토대로 전용 홈쇼핑 채널의 도입 방향을 검토한 후 세부 정책 방안을 마련할 예정이다.

**③** 유료방송사와 홈쇼핑사 간 송출수수료 협상에 대한 정책적 조정 기능을 강화한다.

송출수수료 협상은 사적 계약의 영역이지만, 시장 자율 조정에 한계가 있어 정책적 조정·중재의 필요성이 지속 제기되고 있다.

이에 방송채널 사용계약 가이드라인을 개정해 대가검증 협의체가 송출수수료 협상 고려요소에 대한 검증 및 조정안을 산정·제시할 수 있도록 역할을 강화할 계획이다.

**④** 중소기업 상품에 대한 정액수수료 방송 편성 제한을 완화한다.

신규·중소 브랜드의 마케팅 수단으로 정액수수료 방송 활용 수요가 증가함에 따라 편성 제한을 현 수준에서 소폭 상향 조정하고, 시장 상황과 중소기업 피해를 점검하며 제도개선 실효성을 검증한 후 완전 자율화 등 후속 조치를 검토한다.

또한 판매목표 미달성 시 홈쇼핑사가 중소기업에 일정액을 돌려주는 환급제는 표준화하고, 홈쇼핑사가 중소기업에 정액수수료 방송을 강요하지 못하도록 금지행위도 확대 검토하는 등 중소기업에 대한 보호 장치는 강화한다.

**5** 재승인 조건에 대한 이행점검을 간소화한다.

현재는 사업 재승인 시 부과한 조건과 사업계획서를 매년 점검하고 있으나, 앞으로는 사업계획서 점검 항목을 ‘공정거래·중소기업 활성화’, ‘시청자·소비자 권익 보호’, ‘방송발전 지원’ 등 중요항목으로 간소화해 사업자의 행정부담을 완화하고 환경에 유연하게 대응할 수 있도록 할 계획이다.

**6** 기술 환경 변화를 고려해 데이터홈쇼핑 화면비율 규제를 개선한다.

영상·데이터 간 경계가 약화된 상황에서 데이터 영역을 구분하도록 하는 화면비율 규제가 시청자 불편을 초래하므로 데이터 영역 비율을 50%에서 25%로 낮추되, 데이터 영역의 가독성을 보장하는 수준으로 조정한다.

김종철 방미통위원장은 “홈쇼핑 산업이 그동안 우리 방송 생태계와 중소기업 판로 확대에 기여해 온 공헌이 크다”며 “미디어 환경이 급격히 변화하고 있는 만큼 이번 방안으로 업계가 상생 기조를 유지하면서도 생동감과 활력을 조금이나마 되찾을 수 있기를 바란다”고 말했다.

또한 “이번에 개선한 제도들이 현장에 안정적으로 안착할 수 있도록 시장 상황을 면밀히 점검하고, 앞으로도 업계 및 이해관계자 의견을 폭넓게 수용해 추가적인 개선 필요 사항을 지속 발굴해 나가겠다”고 밝혔다.

붙임. ‘홈쇼핑 상생·활력 제고 방안’ 추진과제 주요 내용

담당 부서	방송미디어진흥국	책임자	팀 장	김새별 (02-2110-1490)
	방송미디어진흥기획과	담당자	사무관	손효진 (02-2110-1492)



**① 중소기업 상품 편성에 대한 질적 관리 강화**

- 중소기업 상품 편성비율을 관리 중이나 홈쇼핑 특성에 맞는 일부 기업에 편성이 집중되어 신규 중소기업의 유입과 상품 다양화에 애로
- 홈쇼핑사의 중소기업 상품 발굴·육성 계획 제출을 전제로 편성비율을 인하\*하고, 중소기업 상품 발굴·육성 결과를 토대로 인센티브 부여
  - \* 시장 상황을 모니터링하며 단계적 인하(1단계 : 8%p → 2단계 : 2%p, 공영홈쇼핑은 제외)
  - ※ 「중소기업 상품 발굴·육성을 위한 가이드라인」 마련 예정
- 홈쇼핑 접근이 어려웠던 중소기업에게 방송 기회를 부여하는 별도 트랙을 운영하도록 하여 많은 중소기업에 실질적인 혜택을 확대

**② 중소기업·소상공인을 위한 데이터홈쇼핑 채널 신설**

- 중소기업·소상공인 판로 지원을 위한 전용 데이터홈쇼핑 채널 필요성 제기
- 다양한 유통 플랫폼에서의 중소·소상공인 판로 확대·성장 사례 등을 종합적으로 평가·분석 후 전용 홈쇼핑 채널의 도입 방향을 검토하고, '26. 하반기 세부 정책방안 마련

**③ 유료방송-홈쇼핑 간 송출수수료 협상 정책적 지원**

- 송출수수료 협상은 사적 계약의 영역이나 협상 고려요소 등에 대한 시장 자율 조정의 한계로 정책적 조정·중재 강화 필요성이 지속 제기
- 송출수수료 산정 시 고려요소에 대한 데이터 조사·검증 체계를 마련하여 공정하고 신뢰할 수 있는 거래환경을 조성하고,
  - 양측이 조정결과를 수용하겠다고 합의 시 대가검증 협의체가 송출수수료 조정안을 산정·제시할 수 있도록 역할 강화

#### ④ 중소기업 상품에 대한 정액수수료 방송 운영 개선

○ 신규·중소 브랜드의 홍보 수단으로 정액수수료 방송 활용 수요가 확대됨에 따라 정액수수료 방송 편성 제한을 완화

※ 데이터홈쇼핑·홈앤쇼핑 : 15%, TV홈쇼핑 : 20% (공영홈쇼핑은 정액수수료제 미운영)

- 시장 여건 및 제도의 성숙도 등을 고려하여 향후 자율규제로 전환하는 방안을 검토

○ 정액방송 운영 개선 과정에서의 부작용 대응을 위한 사후관리\* 강화

\* 환급제 표준화, 금지행위 확대 검토

#### ⑤ 재승인 조건 이행점검 간소화

○ 사업 재승인 시 부과한 조건과 사업계획서를 매년 점검하고 있어 사업자 행정부담이 높고 환경에 유연하게 대응하는데 애로

○ 사업계획서 점검항목을 중요항목\* 중심으로 간소화하고 방송발전을 위한 투자 등에 관한 사항\*\*은 승인기간 내 중간점검 방식으로 개선

\* ① 공정거래·중소기업 활성화, ② 시청자·소비자 권익 보호, ③ 방송발전 지원

\*\* 기술, R&D, 인력양성, 콘텐츠산업 발전, 데이터방송 특화 기술·기설 개발 등

#### ⑥ 데이터홈쇼핑 화면비율 개선

○ 화면에서 데이터 영역을 최소 50% 확보하도록 하고 있으나 기술 환경 변화로 규제 실익은 저하되고 시청자 불편을 초래

○ 시청자 편익을 증진하면서 양방향 데이터방송을 유지할 수 있도록 데이터 영역을 최소 25%\* 확보하도록 개선

\* 가상광고 사례 등을 참고하여 데이터 영역 가독성을 보장할 수 있는 수준으로 설정

※ 향후 기술·매체 발전에 따른 방송환경 변화를 고려하여 데이터홈쇼핑 화면구성 규제의 필요성 여부를 근본적으로 검토