

지역 우수제품 홈쇼핑 판매, 전국으로 확대

- ‘도약마켓’ 지원 지역 및 참여 홈쇼핑사 늘리고 ‘크리에이터’ 온라인 홍보도 지원 -

지역 중소기업과 소상공인의 우수제품을 홈쇼핑 방송 등을 통해 판매하는 ‘도약마켓’의 지원 지역을 전국으로 확대하는 등 올해 본격 사업이 추진된다.

방송미디어통신위원회(위원장 김종철)는 지난해 시범사업을 거쳐 성과를 확인한 ‘도약마켓’의 참여 홈쇼핑사를 늘리고 지원 지역도 전국으로 넓히는 등 올해 사업 규모를 대폭 확대한다고 31일 밝혔다.

‘도약마켓’은 우수제품을 보유하고도 유통망 확보와 상품 홍보 등에 어려움을 겪는 지역 중소기업과 소상공인을 발굴, 티브이(TV)홈쇼핑·데이터홈쇼핑 입점과 방송 판매를 지원하고 크리에이터를 활용한 온라인 홍보까지 연계하는 판로지원 사업이다.

지난해 7개 티브이(TV)홈쇼핑사가 참여해 전남·경북지역 중소기업과 소상공인 21개사를 지원했으며, 총 49회 홈쇼핑 방송을 통해 약 8억 9천만원의 매출을 기록하고 일부 상품은 방송 중 매진되는 등 성과를 거뒀다.

이에 방미통위는 지난해 시범사업의 성과를 바탕으로 올해 참여 홈쇼핑사를 티브이(TV)홈쇼핑 7개사에서 티브이(TV)홈쇼핑·데이터홈쇼핑 12개사로 확대하고, 지원 지역도 전국으로 넓혀 총 41개 기업을 지원할 예정이다.

지난 21일부터 엔에스(NS)홈쇼핑에서 재일영농조합법인의 제주단호박을 판매하며 올해 첫 방송이 본격 시작됐으며, 24일에는 과일드림의 사과, 31일에는 신세계쇼핑에서 한울찬의 전복이 방송될 예정이다.

한울찬은 기존 홈쇼핑 판매 경험이 없는 지역기업으로 이번 ‘도약마켓’을 통해 홈쇼핑 시장에 새롭게 진출했으며, 방미통위는 이처럼 홈쇼핑 판매 경험이 없는 기업의 신규 판로 개척 지원을 위해 업체 선정 과정에서 가점을 부여하는 등 참여기회를 확대하고 있다.

방미통위는 제품 선정 등을 위해 전국 우정사업본부 9개 지방우정청과 한국우편사업진흥원(POSA), 중소기업중앙회 등 관계기관과 협력해 농·수·축산물, 가공식품, 생활용품 등 지역의 우수제품 150개를 지난 6월에 1차로 발굴했다.

이후 참여기업과 홈쇼핑사 간 희망 수요를 연계하고 각 홈쇼핑사가 상품성, 생산·재고 역량, 품질보증(QA) 및 방송 적합성 등을 종합 검토해 최종 지원 기업을 순차적으로 선정하고 있으며, 이달 중 최종 지원 대상 41개 업체가 확정될 예정이다.

이들 기업에 대한 홈쇼핑 방송은 상품별 품질보증 절차와 생산·재고 확보 등 방송 준비가 완료되는 순서에 따라 진행되며, 올 연말까지 한우, 간고등어, 고춧가루 등 전국 각 지역의 다양한 중소기업·소상공인 제품이 순차적으로 방송돼 소비자를 만나게 된다.

특히 올해는 홈쇼핑 방송에 더해 크리에이터 연계 온라인 홍보도 새롭게 추진하여 지역 중소기업·소상공인의 판로 확대와 매출 성장 지원을 강화한다.

방송상품 가운데 온라인 판매 적합성과 주요 소비자층 등을 고려해 지원 대상을 선정하고 전문 크리에이터와 연계한 후 유튜브, 인스타그램 등에서 활용할 수 있는 짧은 영상(숏폼)·구매후기(리뷰) 콘텐츠 제작 및 온라인 홍보·판매를 올 4분기에 진행한다.

김종철 방미통위원장은 “홈쇼핑이라는 대형 유통채널에 진입할 수 있는 기회를 제공하고 온라인 홍보까지 연계해 참여기업의 실질적인 판로 확대와 매출 성장에 도움이 되길 바란다”고 말했다.

담당 부서	방송미디어진흥국	책임자	팀 장	김새별 (02-2110-1490)
	방송미디어진흥기획과	담당자	사무관	이찬양 (02-2110-1493)

