
 방송통신위원회		<h1>보도자료</h1>			
보도 일시	2022. 3. 3.(목) 배포 시	배포 일시	2022. 3. 3.(목)		
담당 부서	방송기반국 방송광고정책과	책임자	과 장	천지현 (02-2110-1270)	
		담당자	사무관	김은수 (02-2110-1274)	

방통위 방송광고 지원사업, 중소기업·소상공인 성장에 기여

- 전년대비 매출이 중소기업 12.9%, 소상공인 31% 증가 -

방송통신위원회(위원장 한상혁, 이하 ‘방통위’)가 한국방송광고진흥공사(사장 이백만)를 통해 실시하는 방송광고 지원 사업이 지원받은 중소기업과 소상공인들의 인지도 상승 및 매출 증가에 크게 기여한 것으로 나타났다.

방통위는 ‘21년 실시한 방송광고 지원사업인 《혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업》과 《지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업》으로 지원받은 중소기업·소상공인을 대상으로 설문조사*를 실시했으며, 조사결과는 다음과 같다.

* 《혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업》 한국리서치가 방송광고 제작 지원을 받은 44개 혁신형 중소기업에 대해 '21.12.15.~'22.1. 25. 기간동안 온라인 및 전화조사 설문방식으로 실시
 《지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업》 한국리서치가 방송광고 제작·송출지원을 받은 136개 소상공인에 대해 '21.12.6.~'21.12.24. 기간동안 대면 및 전화조사 설문방식으로 실시

《 혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원 사업 》

「혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원」 사업은 우수한 기술력을 가지고 있으나 낮은 인지도와 마케팅 능력 부족으로 어려움을 겪고 있는 중소기업에게 TV광고는 제작비의 50% 범위 내에서 최대 4천 5백만원까지, 라디오 광고는 제작비의 70% 범위 내에서 최대 300만원까지 지원하는 사업이다.

2021년에는 TV광고 제작지원 26개사, 라디오광고 제작지원 18개사 등 44개 사에게 총 11.6억원의 방송광고 제작비를 지원했다.

2021년도 「혁신형 중소기업 방송광고 활성화 지원」 사업의 효과에 대한 설문조사 결과, 지원을 받은 중소기업의 전년대비 매출이 평균 12.9% 상승하고, 전년대비 고용은 평균 7.7% 증가한 것으로 나타났다.

또한 이들 기업은 이렇게 제작된 방송광고 지원액(11.6억원)의 6.77배를 방송광고비(78.8억원)로 지출하는 등 방송광고 시장의 활성화에도 기여하는 것으로 나타났다.

지원 사업에 대한 전반적인 만족도는 5점 만점에 평균 4.39점이며, 구체적으로 기업의 인지도 상승 4.14점, 기업의 매출증가 도움 3.25점, 코로나19 위기 극복에 도움 3.67점 등으로, 기업인들의 평가도 긍정적이었다.

《 지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축 사업 》

또한, 「지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축」 사업은 정보 부족과 경제적인 부담으로 방송광고를 하지 못했던 소상공인들에게 방송광고를 제작하여 지역의 방송매체를 통해 송출할 수 있도록 지원하는 것으로, 방송광고 제작비와 송출비의 90%를 최대 9백만원 한도 내에서 지원한다. 2021년에는 136개사에 12.04억원의 방송광고 제작 및 송출비를 지원했다.

2021년도 「지역밀착형 방송광고 활성화 기반구축」 사업의 효과를 설문조사한 결과, 지원 소상공인들은 코로나19로 어려운 상황에서도 전년대비 매출은 평균 31% 성장했고, 전년대비 고용은 평균 22.4% 성장했다. 지원 종료 후에도 향후 광고를 집행할 계획이 있다는 소상공인이 62.5%로 나타났다.

지원 사업에 대한 전반적인 만족도는 5점 만점에 평균 4.22점이며, 구체적으로 기업의 인지도 상승 4.01점, 기업의 매출증가 도움 3.45점, 코로나19 위기 극복에 도움 3.74점 등 긍정적인 것으로 평가되었다.

한상혁 위원장은 “중소기업과 소상공인을 대상으로 한 방송광고 지원 사업이 코로나19로 위기를 겪고 있는 분들이 어려움을 극복하는데 도움이 되었다” 며, “앞으로도 더 큰 효과를 거둘 수 있도록 지원규모를 확대하는 등 지속적으로 노력하겠다.” 라고 밝혔다.

방통위는 올해에는 전년보다 지원규모를 확대하여* 두 사업을 진행하고 있으며, 방송광고 지원과 관련한 자세한 사항은 한국방송광고진흥공사 중소기업 방송광고 지원 사업 전용 홈페이지(<http://www.kobaco.co.kr/smad>)에서 확인할 수 있다.

* 혁신형 중소기업('21년 44개사→'22년 47개사), 소상공인('21년 136개사→'22년 177개사)

붙임 지원성과 및 성공사례 인포그래픽 1부. 끝.



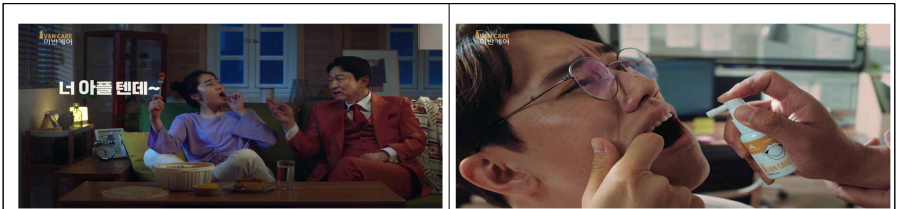
붙임

지원성과 및 성공사례 인포그래픽

① 혁신형 중소기업 방송광고 제작비 지원



< 제작지원을 받은 △△기업의 방송광고물 >



< 지원받은 기업의 의견 >

- TV광고 영상 제작 및 광고 송출에는 막대한 자금이 소요되기에 중소기업으로서 상당 부분 부담을 느끼고 있던 중 중소기업의 광고비 지원 사업을 알게 되어 참여함
- 제품 출시와 동시에 TV광고를 송출하게 되어 기존 인지도와 비교할 수는 없으나 포털사이트 검색량의 폭발적인 증가와 회사에 제품 문의 전화가 빈번한 것을 보면 광고 효과가 나타나고 있다고 판단됨
- 중소기업으로서 낮은 회사 인지도는 제품 판매에 걸림돌로 작용하지 않을까 염려했었지만, 소비자들 대부분이 제품 자체에 더 관심을 갖고 있는 것을 보면 TV 광고가 브랜드 신뢰도에 큰 영향을 끼친 것으로 생각됨

② 소상공인 방송광고 제작비-송출비 지원



< 제작-송출지원을 받은 □□업체의 방송광고물 >



< 지원받은 업체의 의견 >

- 저희는 주로 인터넷, SNS 마케팅을 하고 있었으나 TV광고를 하고 싶던 와중에 방송광고 지원 사업을 알게 되어 신청하게 되었음
- TV광고를 통해 시청자들에게 브랜드를 알릴 수 있는 좋은 기회를 얻게 되었고, 그간 주로 온라인 주문이었으나 전화로도 주문되면서 TV광고가 브랜드 이미지 상승과 상품 주문량에 긍정적인 영향을 주었다는 것을 체감하였음
- 농장 주변뿐만 아니라 전국 각지에 주문 배송으로 제품을 판매할 수 있다는 사실을 알릴 수 있게 되어 자사 브랜드가 자리를 잡아가는 데 많은 도움이 되었음
- 홈쇼핑, 라이브 방송에 더해 TV 광고를 기반으로 하는 멀티 마케팅을 진행한 부분이 시너지 효과를 일으켜 자사 브랜드 제품의 포장 박스로 디자인 특허 출원도 등록하고, 현재 농산물 수출 준비를 진행하고 있음