
국외출장 결과보고

- OFCA 방문 및 2016 MAMA 참관 -

2016. 12.



방송통신위원회

목 차

I. 출장 개요	1
II. 출장 내용	2
1. 홍콩 방송통신규제청(OFCA) 방문	2
2. 2016 MAMA 참관	6
III. 참고자료	11
1) 홍콩 일반 현황	11
2) 홍콩 방송통신 현황	13
3) 2016 MAMA 참여 중소기업	15
4) 공무여행계획서	16

□ 출장 개요

- 기 간 : 12월 1일(목) ~ 12월 3일(토) 2박 3일
- 출장 지역 : 홍콩
- 출장자 : 고삼석 상임위원, 성재식 비서관, 박민성 사무관

□ 주요 업무

- (OFCA 방문) 홍콩 방송통신규제청(Office of the Communications Authority, OFCA)을 방문하여, 양국의 방송통신 주요 현안에 대해 논의하고 국내 방송콘텐츠의 홍콩 진출 관련 홍콩 규제기관의 의견 청취 등
- (2016 MAMA 참관) CJ E&M이 주관하여 개최하는 2016 MAMA의 주요 행사(시상식, 수출상담회, 콘서트 등) 참관

□ 주요 일정

일 자	시 간	일 정
12.1.(목)	11:00-14:05	항공 이동(인천 → 홍콩)
	16:05-18:00	홍콩 방송통신규제청(OFCA) 방문
12.2.(금)	14:00-14:30	2016 MAMA 전문부분 시상식 참석
	14:30-18:00	2016 MAMA 행사장 순시 및 관계자 격려
	19:00-23:00	2016 MAMA 시상식 참관
12.3.(토)	18:00-22:30	항공 이동(홍콩 → 인천)

1. 홍콩 방송통신규제청(OFCA) 방문

< 홍콩방송통신규제청(OFCA) >

□ 개요

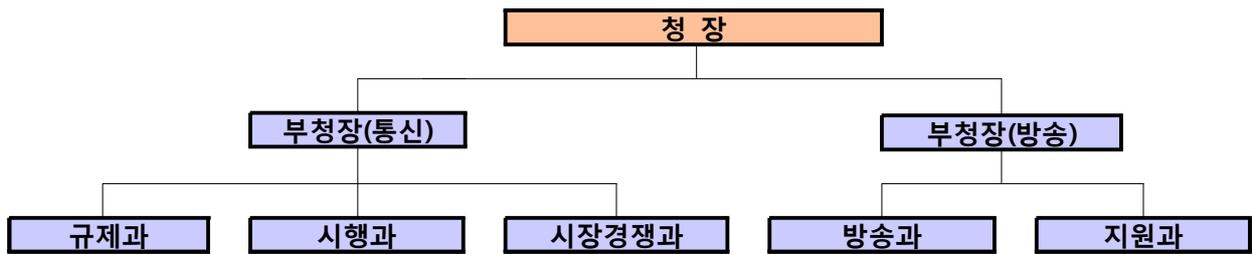
- '12년 4월, 홍콩정부는 방송통신 분야의 규제 효율성 향상 및 소비자 편익 증진을 위해 기존의 통신규제청과 영상오락물심의청의 기능 및 업무를 통합하여 방송통신규제청(Office of the Communications Authority, OFCA)를 설립

□ 주요기능

- OFCA는 홍콩 커뮤니케이션 시장의 기술변화와 융합에 대응하고 공정경쟁을 촉진시키기 위한 방송·통신 관련 정책 수립
 - (세부직무) 방송통신 관련 법령 검토, ▲서비스 및 장비 규제, ▲인프라 구축, ▲이용자 보호 및 접근성 촉진, ▲주파수 관리, ▲공정경쟁 확립 등

□ 조직구성

- 청장 및 부청장(2인), 규제과, 시장경쟁과, 방송과 등 6개 부서로 구성



- 라디오 주파수 및 기술 표준 위원회, 통신규제위원회, 통신 이용자 및 소비자 위원회 등 3개 자문위원회 운영

① Elizabeth Tai(엘리자베스 타이) OFCA 부총장 면담

□ 면담 개요

- 일시 / 장소 : 2016. 12. 1.(목) 16:00~17:30 / OFCA 내 회의실
- 참석자 : 고삼석 상임위원, 성재식 비서관, 박민성 사무관, 유병채
駐홍콩 문화홍보관(문화부 파견)

□ 주요 논의사항

① OFCA 출범 및 규제 이슈 관련

- (고삼석 위원) 2012년 방송통신 분야의 규제 효율성을 향상시키고 소비자 편익 증진을 위해 OFCA가 탄생한 이후 4년이 경과하였는데, OFCA의 그 동안 성과와 향후 과제는?
 - 또한 한국은 지상파UHD방송 도입, 수신료 인상, 광고규제 제도 개선 등의 방송정책이슈가 있는데, 홍콩의 경우 방송분야 주요 이슈는?
- (타이 부총장) OFCA는 지난 4년 동안 홍콩의 신규 방송통신 서비스 규제체계를 구축하기 위해 노력했으며, 최근에는 OTT 서비스 및 간접광고 규제 정책 등에 대해 고민하고 있음
 - 최근 홍콩에서도 유무선 인터넷망을 통한 OTT 서비스가 지속적으로 성장하고 있는데, 이에 대해서도 방송과 동일한 규제체계를 적용할 것인가에 대해 연구하고 있음
 - 또한 최근 방송 프로그램 내에서 간접광고가 활발하게 이루어지고 있는데, 시청흐름을 방해하는 사례가 종종 발생하여 문제가 된 경우가 있음. 실제로 프로그램과 광고가 구분이 되지 않을 정도로 뒤섞인 경우도 존재하여, 간접광고의 크기·시간 등에 대한 규제가 필요한지에 대해 검토하고 있음

② 한국-홍콩 콘텐츠 교류 관련

- (고삼석 위원) '01년 가을동화, '05년 대장금 등 한류 드라마가 홍콩에서 방영된 이후, 최근 '별에서 온 그대', '상속자들' 등 다양한 한류 콘텐츠가 인기를 끌고 있는 것으로 알고 있음
 - OFCA가 보는 한국 방송콘텐츠의 장점과 단점은 무엇인가? 그리고 향후에도 한류 콘텐츠의 인기가 지속될 수 있다고 보는가?

- (타이 부총장) 말씀해 주신 것처럼 현재 홍콩인들에게 한국 방송 콘텐츠의 인기는 매우 높음. 최근 '태양의 후예'가 홍콩에서 방송되어 큰 인기를 얻었고, 심지어는 한국 방송 콘텐츠만을 제공하는 OTT 서비스가 등장하였음
- 또한 최근에는 드라마뿐만 아니라 '런닝맨' 등 예능 프로그램들이 인기를 얻고 있기 때문에, 홍콩에서의 한국 방송 콘텐츠 인기는 앞으로도 지속될 것으로 생각함

③ 사업자 간 콘텐츠 공동제작 등 협력 지원

- (고삼석 위원) 한국은 방송콘텐츠 산업의 양적·질적 성장을 위해 방송사와 외주제작사 간 상생 기반 마련 조성을 위해 노력하고 있음. 홍콩의 방송콘텐츠 활성화와 산업 경쟁력 제고를 위한 OFCA의 정책 방안에는 어떠한 것들이 있는가?
- 아울러 한국과 아세안 방송콘텐츠 기업 간에 공동제작 및 합작법인 설립 등 협력이 활발하게 이루어지고 있음. OFCA에서도 한국 콘텐츠 기업에 대한 보다 많은 관심과 지원을 요청함
- (타이 부총장) 홍콩은 KOTRA의 협조를 받아 한국 방송 프로그램 수입을 활발하게 진행하고 있음.
- OFCA는 방송콘텐츠의 수출입은 기본적으로는 방송사업자들이 자율적인 분야로 생각하고 있지만, 말씀하신 것처럼 정부 차원의 공동제작 협정 등으로 정책을 업그레이드 시키는 방안을 고민하도록 하겠음

④ 공동제작 협정

- (고삼석 위원) 콘텐츠 공동제작은 단순히 공동출자의 성격뿐만 아니라, 양국 방송제작 기술과 노하우를 공유하고, 문화교류를 통한 상호이해 증진에 크게 기여하는 의미가 있다고 생각함

- 방송통신위원회는 중국과 공동제작 협정 체결을 위해 '16년 3월부터 광전총국과 공동제작 협정 체결을 위한 연구반 운영 중에 있음. 향후 한중 공동제작 협정이 체결되면 홍콩도 동일하게 적용되는가?
- 아울러 한중 공동제작 협정 체결과는 별도로 OFCA 차원에서도 한국-홍콩 간 방송 프로그램 교류, 공동제작, 컨벤션 이벤트 등 상호협력을 장려하고 지원해 주시길 부탁드립니다
- (타이 부총장) 홍콩은 중국과 '一國兩制' 체제로 운영되고 있기 때문에, 한중 공동제작 협정이 홍콩에도 적용되지는 않음. 실제로 홍콩이 중국과 맺은 CEPA에서도 중국 프로그램의 방송 쿼터가 명시되어 있음
- 다만 말씀해 주신 한국과 홍콩간의 콘텐츠 교류 필요성에 적극 동의하는 바이며, OFCA 차원에서 상호협력이 가능한 부분에 대해 적극 지원하도록 하겠음

⑤ 맺음말

- (고삼석 위원) 오늘 행사는 방통위-OFCA 간 처음으로 이루어진 면담이라는 점에서 그 의의가 매우 크다고 생각함
- 이를 계기로 한국과 홍콩의 방송통신 정책 및 산업발전을 위한 협력과 교류가 더욱 확대되기를 희망함

< OFCA 부총장 면담 장면 >



2. 2016 MAMA 참관

◇ 일 정 : 2016. 12. 2.(금)

◇ 주요 내용

① 2016 MAMA 행사 개요

- (행사명) 2016 MAMA (Mnet Asian Music Awards)
- (주관) CJ E&M
- (개최지) 홍콩, AsiaWorld-Expo
- (행사내용) CJ E&M이 주관하는 아시아 음악 시상식 '2016 MAMA' 콘서트 및 이와 연계한 중소기업 전시·판매 및 수출상담회 개최 등
 - (전시·판매) 2016 MAMA 콘서트 관람객 대상 중소기업 67개사 전시·홍보 및 54개사 온라인몰(Kmall24 34개사, 티몰 20개사) 입점·판매
 - ※ 약 1만명 중기부스 방문 및 판매금액 13,214천원 기록
 - (수출상담회) 참여중소기업 63개사, 중화권 및 동남아 유통 바이어 125개사와 467건 상담(기업당 평균 7.4회)

< 2016 MAMA 행사 개요 >

이벤트	현지 시간	장소
동반진출컨벤션 / 수출상담회	09:30 ~ 17:00	AsiaWorld-Expo / Hall 2
컨벤션	10:00 ~ 19:00	AsiaWorld-Expo / 1F East Lobby
크리에이터스 포럼	11:00 ~ 17:00	SkyCity Marriot Conference Center
전문부문 시상식	14:00 ~ 15:00	SkyCity Marriot Conference Center Grand Ballroom
레드카펫	17:00 ~ 19:00	AsiaWorld-Expo / Hall 3
메인 콘서트	19:00 ~ 23:00	AsiaWorld-Expo / Hall 1

② 주요 행사 현황

행사장은 메인 콘서트장(Hall 1) 및 수출 상담회(Hall 2)으로 구분되며, 본관 1층 동측 로비에 중소기업제품 공동전시 및 온라인 판촉 부스 입점

< 행사장 구조 >



□ 행사 관련 사진

○ 중소기업 수출상담회(Hall 2)



수출상담회 개막식



중소기업 수출상담회

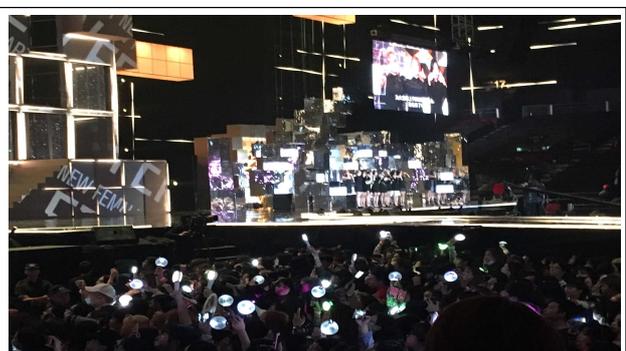
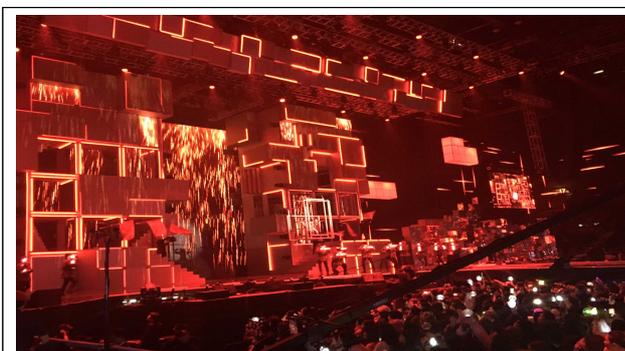
○ 중소기업 제품 공동전시관(1층 동측 로비)



중소기업제품 공동전시관



○ 2016 MAMA 메인 콘서트(Hall 1)



2016 MAMA 메인 콘서트

③ 수출상담회 운영 결과

- 참여중소기업 63개사, 중화권 및 동남아 유통 바이어 125개사와 467건 상담(기업당 평균 7.4회)
- 상담액 262억원(기업당 평균 4.15억원), 계약추진액 80억원(기업당 평균 1.26억원), 현장판매액 1,836만원(코트라 집계기준, 현장판매액은 유선조사 집계)

< 2016 MAMA 수출상담회 결과 >

(단위: USD)

구분	참여기업수	상담건수	상담액	계약추진액	현장판매액
중소기업청	50개사	389건	17,883,583	5,111,696	15,656
한국콘텐츠진흥원	8개사	33건	514,000	457,600	-
코트라	5개사	45건	3,911,000	1,311,000	-
전체(USD)	63개사	467건	22,308,583	6,880,296	15,656
전체(KRW)			26,167,967,859	8,070,587,208	18,364,000

* 환율 고시 매매기준율 12.2(금) 수출상담회 개최일자) 1,173원/\$

④ 시사점

[한류 콘텐츠를 중심으로 한 중소기업 동반 진출]

- CJ E&M의 한류 음악 행사 '2016 MAMA'는 메인 콘서트뿐만 아니라 수출상담회, 공동전시관 운영 등을 통해 국내 중소기업의 해외 동반 진출까지 함께 진행하고 있음
- 이는 한류 콘텐츠가 중심이 되어 국내 중소기업의 수출을 견인하는 대표적인 모범사례로 볼 수 있음
- ※ 수출상담회 운영 결과, 상담건수 467건, 상담액 262억원(기업당 평균 4.15억원) 및 계약추진액 80억원(기업당 평균 1.26억원) 달성
- 아울러 참여한 51개 기업 중 49개 기업이 재참여 의사가 있는 것으로 파악되는 등(96.1%), 참여 기업들의 전반적인 만족도도 높음

[한류 콘텐츠의 중화권·동남아시아 진출]

- 국내 방송사 및 제작사들은 그 동안 중국, 일본 등 아시아권을 중심으로 방송 콘텐츠 판매 및 음악 수출 등을 통해 '한류 붐'을 조성해 왔음
 - 그러나 최근 한한령(限韓令) 등으로 중국으로의 방송 프로그램 수출 및 한류 진출이 어려워짐에 따라 한류 확장에 큰 위기를 맞이함
 - 따라서 국내 방송사 및 제작사들이 해외시장으로 보다 활발히 진출하기 위해서는 중국·일본 뿐만 아니라, 홍콩 등 중화권 국가 및 베트남 등 기타 동남아 국가 등으로 다각화 할 필요가 있음

[향후 추진전략]

- 현재 중국이 한류 방송 콘텐츠의 자국내 유통에 대해 적극적으로 규제함에 따라, 한국 방송프로그램 수출 규모가 큰 홍콩·대만·베트남 등을 중심으로 지속인 교류 필요
 - 이를 위해 정부는 한류 콘텐츠 수출의 다각화를 위해 홍콩·마카오·대만 등의 중화권과 베트남·인도네시아 등의 동남아 국가에 대한 공동 제작협정 등을 체결하여 방송 콘텐츠 수출 진흥전략 마련 추진하고,
 - 방송사 및 제작사는 방송콘텐츠의 글로벌 트렌드를 파악하고 프로그램 및 포맷 수출 국가 다각화, 웹콘텐츠 등 마케팅 다변화 등의 노력 필요

< 고삼석 상임위원 2016 MAMA 참관 장면 >



붙임 1

홍콩 일반 현황

□ 국가 개요

- 명 칭 : 중화인민공화국홍콩특별행정구
(中華人民共和國香港特別行政區, Hong Kong Special Administrative Region of the People's Republic of China)
- 인 구 : 732만('15년)
- 언 어 : 광둥어 88.7%, 영어 3.1%
- 홍콩특별행정구 출범 : 1997.7.1
※ 영·중 공동선언('84.12월)에 의거 홍콩 주권 중국으로 이양

□ 정치 현황

- '일국양제(One Country Two System)'하 고도자치 향유
 - 행정·입법 및 사법권(외교·국방 제외)
- 행정부(The Executive Authority)
 - 행정수반(Chief Executive) : 홍콩 최고책임자, 임기 5년, 1차연임 가능
 - 現 행정수반 : Leung Chun-ying(梁振英) '12.7.1 제4대 행정수반으로 취임
- 입법부(Legislative Council)
 - 의원 수 70명, 임기 4년('12.10.1-'16.9.30)
 - 입법회 의장 : Jasper Tsang(曾鈺成)
- 사법부(The Judiciary)
 - 지방법원·고등법원·중심법원의 3심제

□ 경제 지표('15년)

- 국내총생산 : 3,100억 달러
- 1인당 국내총생산 : 42,100 달러
- 경제성장률 : 2.4%
- 교역액
 - 수출 4,622억 달러, 수입 5,188억 달러
- 외환보유고 : 3,582억 달러
- 실업률 : 3.3%
- 화폐 : 홍콩달러(HK\$), US\$1=7.754HK\$

□ 양국 간 협력 관계('15년)

- 총영사관 연혁
 - '49. 5월 영사관 개설, '49. 11월 총영사관 개설
 - ※ 북한은 2000.2월 총영사관 개설
- 對홍콩 수출 및 수입
 - 수출 : 304억 달러, 수입 : 14억 달러
 - ※ 한국의 제4위 수출시장, 제2위 무역 흑자지역
- 對홍콩투자 : 34억 달러
- 홍콩의 對韓투자 : 15억 달러
- 인적교류 현황
 - 홍콩방문 한국인 124만 명, 한국방문 홍콩인 52만 명
- 재외동포 현황('14년) : 12,767명
 - 영주권자(7년 이상) : 5,027명
 - 일반거주자(6개월 이상 거주) : 6,848명
 - 일시체류자(학생) : 892명

□ 방송통신 분야 개황

○ (정책부처) 홍콩 정부는 규제 효율성을 향상시키고 소비자 편익을 증진하기 위해 방송통신 통합 규제기구(Communications Authority, CA)를 설립하고 그 실무기관으로 방송통신규제청(OFCO)을 출범

※ 기존의 방송기구(Broadcasting Authority, BA)와 통신기구(Telecommunications Authority, TA)의 기능과 업무를 통합하여 단일기관인 CA 설립 후, 실무담당기관으로 OFCA 설립

○ (주요정책) '98년 처음 시작된 홍콩의 ICT 정책 '디지털 21 전략 2014'는 글로벌 환경 변화 및 사회적 요구에 부응하기 위해 '01년, '04년, '08년 등 3차례에 걸쳐 업데이트됨

< 디지털 21전략 핵심의제, 2014 >

목 표	내 용
ICT를 통한 역량구축	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시민과 기업들이 ICT가 제고하는 편익을 누릴 수 있도록 기본적인 디지털 역량을 갖추 수 있는 플랫폼 제공 ○ 이용자 친화적인 디지털 ID 제공 ○ 홍콩 전역에 Wi-Fi망 구축 ○ e러닝 활성화를 위해 각급 학교에 브로드밴드 접속 확대, 청소년 대상 ICT 프로그램 개발, 저소득층 지원을 위한 툴(Tool)로서 ICT 활용
비즈니스 혁신 가속화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 부가가치를 창출할 혁신적 아이디어의 발굴과 상용화를 위해 공공 부문 데이터를 무료로 제공 ○ 중소기업에는 사업 형태와 규모를 고려한 맞춤형 클라우드 서비스를 지원
ICT 산업 활성화 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 중국 본토에 홍콩 ICT기업들이 하이엔드 솔루션 및 서비스 수출을 확대할 수 있도록 지원 ○ 중소 ICT기업의 안정적 성장을 위한 에코시스템 구축 ○ 해외시장 거점 확보 ○ 창의적 재능을 갖춘 ICT인재 양성
공공서비스 개혁 및 통합	<ul style="list-style-type: none"> ○ 단순한 정보제공이 아닌 보다 시민 중심적이며 양방향의 전자정부 서비스 지향 ○ 모바일과 같은 새로운 기술을 활용해 시간, 장소에 구애받지 않는 공공 서비스 제공

□ 내용규제 개황

- (방송 규제) 홍콩의 모든 매체에는 선정적이고 폭력적인 내용의 게임, 영화, 방송, 출판 등 모든 콘텐츠에 대해서 Control of Obscene and Indecent Article Ordinance를 통하여 규제
- (통신 규제) 인터넷 불법정보의 경우 기본적으로 사업자들의 자율적인 차단시스템을 활용하고 있고, TELA에서 인터넷 불법정보에 대해 감시하는 모니터링 제도를 운영 중

□ 주요 방송통신 사업자

유선전화	PCCW Ltd(Pacific Century Cyberworks Limited), HGC(Hutchison Global Communications), New World Telecom, City Telecom Ltd, EC Telecom
이동전화	CSL, CMHK, 3HK, SmartTone
브로드밴드	HKBN(Hong Kong Broadband Network)
지상파 TV	TVB, ATV
케이블 TV	HK Cable TV, HKBN, PCCW, SuperSUN

□ 방송시장 전망

- TV와 라디오광고의 투자심리가 유지되어 연평균 6.6%의 성장률을 기록하며 2017년까지 시장규모는 21억 달러 규모에 이를 것으로 전망
 - 방송시장 성장은 TV광고 시장이 약 55%의 점유율로 성장을 주도하고 있음

□ 통신시장 전망

- '15. 3월 기준, 홍콩은 430만 유선전화 회선이 보급되어있고 유선전화 보급률인 인구대비 60%, 가구대비 100.7% 보급률을 기록하며, 세계에서 가장 높은 유선전화 보급수준을 자랑
- '15년 3월 기준, 모바일 서비스 이용자는 1,695만 명을 넘어섰고, 이는 233%로 세계에서 가장 높은 보급률 기록

붙임 3

2016 MAMA 참여 중소기업(총51개사)

No.	기업명	상품군	참여유형	주요상품	비고
1	(주)그랑뷰티	뷰티	전시·상담	스킨케어(이중기능성화장품)	
2	(주)네록리로스	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩)	
3	(주)다인스	뷰티	전시·상담	네일케어(손톱관리 도구)	
4	데이셀코스메틱(주)	뷰티	전시·상담	스킨케어(이중기능성 앰플, 마스크팩)	
5	도 코스테라피	뷰티	전시·상담	스킨케어(주름개선 기능성화장품)	
6	주식회사 두연	뷰티	전시·상담	스킨케어(양유 기능성화장품, 슬리핑 팩)	
7	드올앤컴퍼니	뷰티	전시·상담	스킨케어(세안제, 바디워시)	
8	주식회사 디이지	뷰티	전시·상담	스킨케어(하회탈 마스크팩)	
9	(주)랭키스	뷰티	전시·상담	스킨케어(기능성화장품, 마스크팩)	
10	주식회사 마린테크노	뷰티	전시·상담	스킨케어(이중기능성화장품, 천연수제비누)	전남센터
11	(주)바바와와팩토리	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩, 도지곤약)	
12	(주)보다나	뷰티	전시·상담	미용기기(봉고데기, 판고데기)	
13	뷰티모리	뷰티	전시·상담	스킨케어(모공제거 크림, 비비크림)	
14	비오겔프	뷰티	전시·상담	스킨케어(인삼, 코코넛 영양수분크림)	
15	(주)비에스지에이치앤비	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩 5종, 아이패드 1종)	
16	(주)서치라이트에이치앤비	뷰티	전시·상담	스킨케어(제주해마 이중기능성화장품)	제주센터
17	식앤칙	뷰티	전시·상담	스킨케어(아로마테라피 밤(balm), 클렌징)	
18	스마트큐케어(주)	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩, 뿌까 폼클렌징)	
19	(주)시앤컴퍼니	뷰티	전시·상담	스킨케어(용과추출물 팩, 토닝 에센스)	
20	아를린(골든브릿지인터내셔널)	뷰티	전시·상담	스킨케어(이중기능성화장품)	
21	에이컨셉 코리아	뷰티	전시·상담	색조화장품(팩트, 립스틱)	
22	(주)에이팜	뷰티	전시·상담	스킨케어(세안제, 세정제)	
23	에이피피코리아	뷰티	전시·상담	헤어케어(헤어팩)	
24	엘앤케이코리아	뷰티	전시·상담	스킨케어(이중기능성팩, 아이크림)	
25	이큐엘유통	뷰티	전시·상담	스킨케어(보석비누)	
26	지엘컴퍼니	뷰티	전시·상담	스킨케어(스킨케어하이트닝 외입스) 색조화장품(립스틱)	충북센터
27	프쉬케로스	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩), 치약	
28	하우스닥터 이글루	뷰티	전시·상담	스킨케어(마스크팩)	
29	폼파노	패션	전시·상담	패션의류(여성의류)	
30	네오팜	패션	전시·상담	패션잡화(LED 밴드)	인천센터
31	미크	패션	전시·상담	패션잡화(액세서리버튼커버)	
32	(주)스타콜라보	패션	전시·상담	스포츠의류(아웃도어 의류)	
33	에올라타	패션	전시·상담	신한복	서울센터
34	(주)엘가플러스	패션	전시·상담	패션주얼리	서울센터
35	주식회사 열구	패션	전시·상담	패션잡화(액세서리, 목걸이, 귀걸이)	
36	(주)동양이지텍	생활용품	전시·상담	생활가전(휴대용수소수생성기, 수소수 미스트)	
37	디씨엔코	생활용품	전시·상담	생활용품(변기용, 신발용 방향제)	
38	주식회사 몰트	생활용품	전시·상담	생활용품(LED 라이트, 자전거 등)	
39	바니앤버	생활용품	전시·상담	생활용품(유아동턱받이, 앞치마)	
40	비에이이인텔리전스(주)	생활용품	전시·상담	미용기기(남성 면도용 스티머, 수경재배기)	
41	오운유	생활용품	전시·상담	완구/문구(동물 카트지갑, 필통 등)	
42	(주)존메이커	생활용품	전시·상담	생활용품(LED 컵받침)	
43	티브	생활용품	전시·상담	에어프레임, 에어미러 등	서울센터
44	퓨어나인	생활용품	전시·상담	주방용품(알칼리 보틀)	
45	(주)키노	문화컨텐츠	전시·상담	어플리케이션(스마트 뮤직앨범)	
46	(주)다솜코퍼레이션	기타용품	전시·상담	반려동물용품(소파, 반려동물 의류)	
47	(주)로츠	뷰티	수출상담	미용기기(이온, 적외선, 초음파 피부관리)	
48	(주)와우벤처스	뷰티	수출상담	색조화장품(쿠션팩트), 기능성화장품(피지케어)	
49	씨에로세레노	패션	수출상담	패션잡화(액세서리)	
50	(주)테테루	문화컨텐츠	수출상담	영상물(애니메이션)	
51	(주)젠피아	뷰티	공동전시	색조화장품(쿠션팩트, 눈썹타투)	

붙임 4 **공무여행계획서**

공무국외여행 계획서

1. 여행개요

여행목적	한-홍콩 방송통신 협력 강화 및 국제 미디어 산업 동향 파악						
여행기간	'16.12.1.(목)~3.(토) / 2박 3일						
여행국	홍콩						
방문기관	홍콩 방송통신규제청(Office of the Communications Authority, OFCA)						
여행자	소속	직급	성명	성별	연령	여행경비	
						항공료(원) +체재비(\$)	부담기관
	방송통신위원회	상임위원	고삼석	남	50	₩1,387,400 +\$1,043	기획조정관 (창조기획 담당관)
	운영지원과	비서관 (행정사무관)	성재식	남	39	₩522,500 +\$749	
	방송기반총괄과	행정사무관	박민성	남	35	₩822,100 +\$749	
계					₩2,732,000 +\$2,541		

* 출장 준비 상황에 따라 상임위원을 제외한 수행자 변동 가능

2. 여행일정

월 일 (요일)	출발지	도착지	방문기관	업무수행내용	접촉예정인물 (직책포함)
12월 1일 (목요일)	서울	홍콩			
			OFCA	<ul style="list-style-type: none"> ○ OFCA 관계자 면담 ※ 면담총괄: 고삼석 위원 질답지원: 성재식 비서관 박민성 사무관 	청장(차관급)
12월 2일 (금요일)			-	<ul style="list-style-type: none"> ○ MAMA 참관 ※ 참관총괄: 고삼석 위원 자료수집: 성재식 비서관 박민성 사무관 	행사 관계자 등
12월 3일 (토요일)	홍콩	서울			

※ 2인 이상이 동행하는 경우는 개인별 업무수행내용을 구체적으로 명시

3. 여행경비

- 붙임자료 참조

4. 여행효과

- 한-홍콩 정부 간 방송통신 분야 정책정보 공유, 방송 사업자 간 협력 지원방안 논의
 - 양국 방송통신 민관 협력 강화 및 방송 한류 해외진출 확산
 - 국제 미디어 산업 동향을 파악, 국내 정책수립 과정에 반영

5. 외교부 협조

- 방송통신위원회 대표단 영송 및 이동지원
- 방문기관과의 일정 확인 및 조정 등 업무 협조

[참고자료]

여행 경비 산출표

성 명	항공료(실비)	체 재 비 (US \$)			
		일 비	숙박비	식 비	계
고삼석	₩1,387,400	\$40×1일=\$40 \$20×2일=\$40	\$282×2박= \$564	\$133×3일=\$399	\$1,043
성재식	₩522,500	\$30×1일=\$30 \$15×2일=\$30	\$223×2박= \$446	\$81×3일=\$243	\$749
박민성	₩822,100	\$30×1일=\$30 \$15×2일=\$30	\$223×2박= \$446	\$81×3일=\$243	\$749

* 급지구분 : 홍콩(가급지)

** 공무원 여비규정 제16조에 따라 공용차량(공용선박 포함) 또는 별도의 차량을 임차하여 사용한 여행일에 대해서는 일비의 2분의 1을 지급

*** `공무원여비규정' 제28조제3항에 따라 수행인원의 숙박비를 현지 숙박이 가능한 최소한의 비용으로 상향 조정

국외출장 심사시 주요 확인사항

항목	확인사항	예	아니오
출장의 필요성	1. 국외출장 이외의 수단으로 출장 목적을 달성할 수 있는가?		v
	2. 이전에 동일 목적으로 방문한 사례가 있는지?		v
	3. 해외 사무소 또는 외국기관 파견인력으로 해당 업무의 수행이 가능한지?		v
방문국과 방문기관의 타당성	1. 업무 목적 수행에 필요한 국가와 기관을 방문하는가?	v	
	2. 과거에 다른 출장자가 방문기관을 방문하였거나 지금 또는 향후 다른 출장자가 동일 기관을 방문할 계획이 있는가?		v
	3. 수집하려는 자료가 국외출장연수정보시스템에 수집되어 관리되고 있는지 확인하였는가?	v	
	4. 수집하려는 자료가 인터넷을 통해 찾을 수 있는지 확인하였는가?	v	
출장자의 적합성	1. 출장목적과 취지 등에 비추어 출장자 선정이 적합한가?	v	
	2. 직무상 이해관계가 있는 기관·단체·개인이 출장에 포함되어 있는가?		v
출장시기의 적시성	1. 방문국의 관습, 공휴일 등을 고려하는 등 방문 시기는 적합한가?	v	
	2. 국내외 등 국외출장을 삼가 해야 할 특별한 사정이 있는가?		v
출장경비의 적정성	1. 각종 시찰, 견학, 참관, 자료수집, 포상, 격려가 주된 목적인 국외 출장의 경우 출장경비가 예산에 반영되어 있는가?	v	
	2. 출장경비가 공무원여비규정에 의하여 산출되었는가?	v	
	3. 출장자의 공적 항공마일리지의 보유현황·활용 가능 여부를 확인하였는가?	v	
	4. 타 기관으로부터 출장경비를 지원받는 경우 항공료, 체재비 등을 적정하게 받았는가?	해당사항 없음	