

보도자료

2011년 4월 8일(금) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 전파기획관 전파방송관리과 송경희 과장(☎750-2250)
전파방송관리과 장은영 사무관(☎750-2252) eyjang@kcc.go.kr

“방송장비에도 『수요예보제』 도입 추진”

- 방통위, 방송장비 수요자인 방송사와 제조사간 소통의 장 마련 -

방송통신위원회는 8일(금) 서울 프레스센터에서 노영규 방송통신융합실장, 지상파방송사·케이블TV방송사·종합편성채널 등 방송사 CTO, 방송장비 제조사 대표들과 방송장비 활성화 방안을 논의하고, 업계의 애로사항과 건의사항을 수렴하기 위하여 오찬을 겸한 간담회를 가졌다고 밝혔다.

이번 간담회는 작년 12월 15일 최시중 방송통신위원장 주재로 개최하였던 ‘방송장비 활성화 간담회’에서 논의된 내용의 후속조치로, 정책과제에 대하여 더욱 구체적인 논의를 하기 위하여 개최되었다.

중소업체 위주의 국내 방송장비 업체는 인지도가 낮고, 기술경쟁력이나 기존 장비와의 호환성·안정성에 대한 신뢰가 형성되지 못하여 국내외 판로 확대에 어려움을 겪고 있다. 특히, 주요 방송사에 대한 납품실적이 없는 경우 타 지역방송사나 비방송부문에 진입이 어려운 실정이어서 판매에 어려움을 겪는 제조사의 고충을 해소할 필요성이 커지고 있다.

이번 간담회는 이러한 제조사의 어려움을 해결하기 위하여 지상파방송사·케이블TV방송사, 신규 장비구매를 앞둔 종합편성채널 사업자 등 방송장비의 가장 대표적 수요자인 방송사의 장비 수요를 집중적으로 조명하고, 제조사와 소통의 장을 마련하고자 개최되었다.

방송사 측에서는 2011년 지상파·주요 SO·중편·위성방송 사업자의 방송장비 구매예정금액이 약 4,333억원이며, 앞으로 제조사의 생산전망 예측 등에 도움이 될 수 있도록 ‘수요예보’를 실시하는 방안을 검토하겠다고 밝혔다. 또한 국내 방송장비 활성화에 대한 정부 의지를 높게 평가하면서, 수요예보제·시험인증 규격개발 등 방송사 참여가 필요한 부분에 대해서도 노력하겠다고 밝혔다.

방송장비 업계는 방송사가 매년 연간 방송장비 구매계획을 발표하는 ‘수요예보제’ 도입 논의를 환영하였고, 정부·방송사의 지원에 부응하기 위하여 업체의 자생력을 키우고 자구의 노력을 강화하겠다는 다짐을 밝혔다. 또한 방송사의 정확한 수요 제기와 시험인증에의 적극적 참여의 필요성을 강조하면서 인증을 받은 국내장비에 대한 신뢰를 높여줄 것을 요청하였다.

노영규 방송통신융합정책실장은 “방송장비는 IT 기반의 네트워크화 되어가는 사회 변화 속에서 점점 통신의 발전 양상을 닮아가는 부분이 있다”고 밝히며, “과거 통신장비가 정부의 적극적인 지원 하에 성공을 거두었듯이, 방송장비도 지금부터 관심을 갖고 지원을 시작하여 미래를 내다보고 준비한다면 성공을 거둘 수 있을 것”이라고 전망했다.

붙임 : 방송장비 활성화 간담회 자료 1부.

※ 방송장비산업 활성화 간담회 참석자 명단

왼쪽부터 방통위 송경희 전파방송관리과장, 씨앤엠 고진웅 전무, 티브로드 김기범 상무, SBS 박영수 부분부장, MBC 이우철 본부장, CSTV 김경호 부장, 방통위 노영규 방송통신융합정책실장, KBS 김선권 본부장, JTBC 송영국 이사, MBN 장용수 부장, 한국방송기술산업협회 이한범 사무총장, 한국디지털위성방송 이한 팀장, (주)호서텔레콤 양영한 사장, (주)디투넷 신동국 사장, 갤럭시아 커뮤니케이션즈(주) 고진 사장

[붙임]

방송장비 활성화 간담회('11. 4. 8.) 자료

I 방송장비 수요자-공급자 연계 강화

① 주요 방송사 방송장비 구매계획 발표

- (2011년) 지상파방송사 4사 및 주요 SO 사업자, 위성방송, 종합편성 채널의 2011년 방송장비 구매계획 발표 (총 4,333억원)

< 지상파방송(KBS, MBC, SBS) : 1,747억원 >

구 분	제작 장비	편집 장비	송출/송신 장비	기타 장비	합 계
구매금액 (단위:억원)	966	168	538	75	1,747

< 케이블TV방송(티브로드, 씨앤엠) : 267억원 >

구 분	제작 장비	편집 장비	송출/송신 장비	기타 장비	합 계
구매금액 (단위:억원)	91	14	134	28	267

< 종합편성채널(CSTV, jTBC, MBN) : 1,309억원 >

구 분	제작 장비	편집 장비	송출/송신 장비	기타 장비	합 계
구매금액 (단위:억원)	809	185	131	184	1,309

< 위성방송(Skylife) : 1,010억원 >

- (수요예보제) 제조사가 수요에 대한 예측 가능성을 높일 수 있도록 연간 방송장비 구매계획(액수, 세부품목)을 연초에 발표하는 방안 필요

[참고] 방송장비 분류

- 제작장비 : HD 카메라, 중계차, 마이크, 프롬프터, 모니터, 조명 등
- 편집장비 : NLE 편집기, VTR, 특수영상편집장치, 3DTV 편집장비 등
- 송출장비 : 비디오서버, 코덱, 인코더, 광전송장비, 디지털광고삽입기, MUX, 송출시스템, 안테나 등
- 기타장비 : 그래픽제작 및 보정장비, 아카이브 솔루션, 열화상카메라 등

② 방송기술지원센터 운영 추진

- (필요성) 국내업체 개발제품을 수요자에게 소개하고, 공개 비교할 수 있는 테스트 공간이 전무하여 중소 제조업체의 어려움 가중

※ 국내업체 장비시연 현황 : 방송사업자에 대해서는 각 방송사업자를 대상으로 개별접촉 후 방문·시연하고 있으며, 호텔·방송회관 등을 임차하는 경우가 대부분

- (주요내용) 방송장비업체 순회 기술지도, 제품 홍보를 위한 신제품 시연회, A/S 지원, 해외 마케팅 교육, 해외시장 동향정보 제공 등 (방송회관 활용)

※ TTA 시험인증을 획득한 제품에 대하여 시연회, 교육 기회 등을 우선적으로 부여

③ 온라인 방송장비 유통지원시스템(가칭) 운영

- (필요성) 국산장비 주요 판매처인 지역케이블, 비방송사업자에 대해 국내업체 및 생산품목 정보를 제공할 수 있는 온라인 홈페이지 개설
- (주요내용) 품목별 업체 비교·업체 홍보·상담 신청, TTA 인증제품 게시 등 수요자-제조사 연계 서비스를 제공하고, 방송기술지원센터와 연계하여 온라인 상담→현장 시연으로 이어질 수 있도록 지원

④ 비방송부문 SI업체·제조사 간담회 추진

- 국내 방송장비 업체의 주요한 수요자로서 방송사업자 외 기업체, 학교, 호텔, 종교단체 등 비방송부문 수요를 주목할 필요
 - 방송사업자보다 상대적으로 정보에 취약한 비방송부문 수요자를 대상으로 국산 방송장비를 홍보하고, 정보 교류의 장을 마련
- 방송시스템 구매·유통·구축을 담당하는 SI(System Integration) 업체도 참여하도록 하여 국산장비의 적극적인 홍보 지원

□ 시험인증규격 개발 절차

- (대상장비 선정) 방송사·제조사·학계·연구소 등으로 구성된 기술 협의회에서 인증수요 및 시장전망 등을 고려하여 대상장비 선정
- (시험규격 개발) 각 품목별로 '시험규격개발위원회'를 구성하고, 방송사·제조사·학계 등 장비별 전문가가 모여 시험규격 개발
 - ※ 시험규격은 시험항목, 시험항목별 시험절차, 판정기준 등을 포함
- (시험환경 구축 및 서비스 제공) 개발된 시험규격에 따라 시험장비 및 시설을 구축하고, '인증심의위원회'에서 인증시험 결과를 심의·검토 후 인증서 발급

□ 인증제품 우선 지원

- 인증 획득시 공공부문 우선구매대상 포함, 방송기술지원센터 시연회·기술지도 등 우선적 이용 등 다양한 지원책 마련 추진

□ 방송사의 적극적 참여 필요

- 방송사는 방송장비의 가장 대표적인 수요자로서, 방송사의 수요 및 사용 의향이 다른 부문의 수요자에게까지 영향을 미침

※ '방송장비산업 경제성 연구(ETRI)'에 따르면, 방송장비 구입시 중요 고려 요인은 타 방송사의 사용 여부, 기존 장비와의 호환성, 가격 등임

※ 방송장비에 대한 상세정보를 알기 힘든 비방송부문 수요자의 경우 '방송사 납품실적'에 따라 장비를 선택하는 경우가 대부분임

- 인증센터 규격개발시 방송사가 적극적으로 참여하면, 향후 방송사가 인증제품 구매시 장비 검수 등의 절차 간소화 효과를 가질 수 있음
- 규격개발위원회 위원으로서 각 방송사 구매·검수 부서 담당자가 적극적으로 참여할 필요가 있으며, 현장시험 등에도 방송사 역할 필요