
ATF 2018 참관 등 국외출장 결과 보고서

-
- ◆ 기 간 : 2018. 12. 5(수) ~ 12. 8(토), 2박 4일
 - ◆ 방문국가 : 싱가포르
-

방 송 통 신 위 원 회

I. 출장 개요

□ 출장 목적

- 아시아 TV 콘텐츠 시장에 참석하여 국내 방송콘텐츠의 해외 진출 지원 및 애로사항 청취·관계자 격려
- 주요 글로벌 기업의 방송콘텐츠 동향을 파악하는 한편, 싱가포르 규제기관 등과 방송통신 협력 강화

< ATF 2018 개요 >

- 행사명 : 아시아 텔레비전 포럼(Asia Television Forum & Market, ATF) 2018
- 기간/장소 : '18. 12. 5.(수)~7.(금), 3일간/싱가포르 마리나 베이 샌즈(Marina Bay Sands)
- 내 용 : 아시아 최대 TV 프로그램 마켓으로 매년 5천여 명의 바이어 등 참가
- 규 모 : '17년 기준 54개국, 760개 전시사, 관계자 5,500여명 참가

□ 출장 내역

- 일시 : '18.12.5.(수) ~ 12.8.(토)
- 인원 : 김영관 기획조정관, 이성용 사무관, 강윤진 사무관, 박규태 주무관
- 장소 : 싱가포르

□ 주요 활동

- 한국 전시관 방문, 관계자 의견 청취 및 격려
- iTV Studios 등 글로벌 기업관 방문·면담 등
- 싱가포르 주요 방송통신 규제 현황 파악 및 협력 방안 논의

□ 선물수령 관련

- 선물 수령 여부 : O (보관함 : MCI)
- 선물 신고 여부 : X (미화 100\$ 이하의 단순 기념품)

싱가포르 주요 일정

일 자	시 간	일 정	비 고
12.5.(수) 인천→ 싱가포르	09:00-14:50	대표단 이동 (인천 → 싱가포르) * 비행시간 : 6H50M, 시차 : -1H	싱가폴항공 (OZ6781) (SQ607)
12.6.(목) 싱가포르	10:30-12:00	ATF 2018 참관	
	14:00-17:00	ATF 2018 참관 * 태국 Workpoint, Wirata Laksanospin 이사 (14시) * 영국 ITV STUDIOS, 홍현자 부사장(15시)	
	18:30-20:30	ATF 참가 지역방송사 간담회	
12.7.(금)-8.(토) 싱가포르→ 인천	10:00-11:00	MCI 방문 및 면담	
	16:00-17:00	주싱가포르 대사 면담	
	01:45-08:55	대표단 이동 (싱가포르 → 인천) * 비행시간 : 6H 10M, 시차 : +1H	아시아나 (OZ754)

II. ATF 2018 개요

□ ATF 2018 개요

- (행 사 명) ASIA TV FORUM & MARKET (ATF) 2018
- (행사기간) '18. 12. 5.(수) ~ 12. 7.(금), 3일간
- (행사장소) 싱가포르 마리나베이샌즈(Marina Bay Sands), E28
- (주 관) Reed Exhibitions (MIPTV, MIPCOM 개최사)

□ 행사구성

- (주요내용) 아시아 엔터테인먼트 콘텐츠 전시회 및 컨퍼런스
- (규 모) 아시아 최대 TV 프로그램 마켓으로, 58개국에서 총 5,600명 참가 (58개국 770개사, 1,008명 콘텐츠 바이어, 총 5,600명 참가, \$ 313million 계약 체결)
- '18년도 마켓 및 이벤트 구성

구분	'18. 12. 4.(화)	'18. 12. 5.(수)	'18. 12. 6.(목)	'18. 12. 7.(금)
내용	10:00~18:00 ATF Leaders' Summit (최고경영자 회담)	09:00~18:00 콘텐츠 마켓 13:00~18:00 컨퍼런스	09:00~18:00 콘텐츠 마켓 10:00~18:00 컨퍼런스	09:00~17:00 콘텐츠 마켓 10:00~17:00 컨퍼런스



<ATF 2018 현황>

① 뉴미디어 콘텐츠

- 키즈(Kids) 콘텐츠와 Z세대 등에 맞춘 뉴미디어 콘텐츠 등장
 - 애니메이션, 교육 콘텐츠 등 키즈 관련 콘텐츠 강세로 관련 피칭(Pitching) 및 부스 참가 등이 증가
 - Z세대, 밀레니엄 세대에 맞춘 10분이내의 짧은 콘텐츠가 대세
 - 한국에서는 네이버 TV, 카카오 TV 등이 독립제작사(72초 TV, Why not Media 등)에서 제작된 콘텐츠를 제공

② 국가관

- 국가관 형태로 파빌리온을 구성하여 참가하는 경향이 증가함에 따라 참가한 방송사는 작년 보다 증가
 - 특히 중국의 경우 차이나관, 베이징관, 절강성관 등 3개관으로 구성하고, 일본의 경우 중앙 및 지역방송사와 통합 구성하여 참가

③ 4K 콘텐츠

- 한국을 비롯하여 인도 등 국가에서 4K 콘텐츠를 출품하는 등 아시아 시장에서는 4K 콘텐츠가 초기 진입 단계
 - 주로 음식, 여행, 자연 등 4K에 최적화된 콘텐츠로 출품

IV. 주요 참관 내용

□ 일시 /장소 : '18. 12. 6.(목) 10:00~17:00, 마리나베이 샌즈 엑스포 & 컨벤션

□ 참관 개요

○ 드라마 등 방송콘텐츠 글로벌 동향 파악 및 국내외 관계자 면담

시 간	일 정	비 고
10:00~11:50	한국 공동관, EBS, SBS, MBC CJ E&M, KBS, JTBC	
12.6.(목) 14:00~17:00	ITV STUDIO(영국 제작사), Working Group(태국 제작사), KANAL D(터키 방송사), BBC Studios, 싱가포르관 중국관 등	
18:30~20:00	한국 참가 방송사 간담회	만찬

□ 한국 방송사 부스 주요 특징

○ (코리아콘텐츠빌리지관) 방통위와 과기부가 통합 부스(KOREA CONTENT VILLAGE)를 운영

- 방통위 '지역중소방송 경쟁력강화 지원'사업을 통해 수출을 위해 재제작된 다큐, 드라마, 예능 등의 콘텐츠를 출품

※ 지역방송 22개사가 68개 콘텐츠를 출품하였으며, ATF행사에는 KNN, 제주 방송 등 9개사가 참가

○ (KOCCA관) KBS, MBC, SBS 등 방송사 및 제작·배급사 총 23개 업체가 참가하여 드라마, 예능 등 다양한 콘텐츠 출품

- 더 팬, 빅픽처패밀리(SBS), 300(CJ E&M) 등 연예인과 일반인들 간의 상호작용을 보여주는 작품들이 증가하는 경향

○ (SBA) 한국 애니메이션위주로 부스 구성

□ 해외 방송사 부스 주요 특징

- (중국) 중국은 작년과 마찬가지로 가장 큰 규모를 차지하고 있으며, 18년에는 국가관 형태로 구성하여 차이나관, 베이징관, 절강성관 3개 관으로 구성
 - 드라마, 예능 등 다양한 장르의 콘텐츠를 출품하고 있으며, 중국 드라마의 경우 1편당 단가가 낮아 가격 경쟁력이 높음
- (차이나관) 중국 CCTV를 제외한 방송, 제작사들이 참가하여 구성된 관으로 드라마, 애니메이션, 영화 등 출품
- (베이징관) 중국 국영 방송사인 CCTV의 협력 방송사 위주로 총 16개 방송사가 참가
- (절강성관) 중국관 중 하나로, 총 12개 애니메이션 제작사가 참가
- (일본관) 중앙 및 지역방송사 총 19개 방송사가 참가하였으며, 방송사별 드라마, 예능 등 다양한 장르의 콘텐츠 출품
 - 전년도에는 중앙방송사, 지역방송사 구분하여 부스를 구성 하였으나 금년에는 구분 없이 통합 구성하여 참가
- (싱가폴관) 방송 및 영화사가 통합 부스를 구성하였으며, 싱가포르의 유일한 지상파 방송사인 MediaCorp 등 총 76개사가 참여하고 애니메이션, 영화 등 다양한 콘텐츠 출품
- (터키) 세계 콘텐츠 시장에서 우리나라의 경쟁 상대가 되어가고 있음. 우리나라와 마찬가지로 내수시장이 작아 해외 경쟁력 강화를 위해 2~3년 전부터 터키 정부에서 콘텐츠 투자에 지원을 많이 하고 있음. 유럽 등에서 한류 콘텐츠를 터키 콘텐츠가 대체하고 있는 상황
- (타이완관) 방송 콘텐츠와 영화콘텐츠로 구분하여 부스를 구성하였으며, 방송사 30개사, 영화사 10개사에서 참가

□ 국내 주요 업체 부스



RAPA관



KOCCA관



SBA관

□ 해외 주요업체 부스



중국관



싱가폴관



BBC STUDIOS



일본관



터키관



대만관

< 불임 - ATF 참관 >



□ 지역 방송사 관계자 간담회

○ 일 시 : '18. 12. 6.(목) 18:30~20:00

○ 참석자 : 방통위, RAPA, 지역방송사, KISA 등 20명

○ 주요내용

- 글로벌 콘텐츠 마켓 참가를 통해 단순히 국내에 방송만 한다면 된다는 인식을 넘어 해외 시장에서 콘텐츠 경쟁력을 갖춰야 한다는 필요성에 공감
- 이와 더불어 글로벌 방송 콘텐츠 동향과 해외 바이어들의 니즈를 파악
- 해외 수상자들의 제작 경험 등을 공유할 수 있는 기회를 마련하여 해외 콘텐츠 시장에서 국내 제작자들의 경쟁력 강화할 필요

※ MBC 강원 영동의 하현제 PD가 연출한 다큐 영화 '블랙하모니'가 '도쿄 독스 국제 다큐멘터리 피칭 포럼'에서 대상 수상

- 조금 더 다양한 분야에서 재제작 지원이 필요하고, 지원 제도들을 많이 활용할 수 있도록 적극적인 홍보 노력
- 지역방송사 여건상 다큐멘터리 분야로 제작이 집중되어 있는데 다큐멘터리 중심의 행사에 참가할 수 있도록 모색

<붙임 - 간담회 사진자료>



□ 전시관 구성

- 전시관명 : KOREA CONTENT VILLAGE
- 전시관 규모 : 약 36m² (6mx6m, 10.89평)
- 국내 참가 기업수 : 9개
 - ※ 이와 별도로 과기정통부 등에서 공동관 운영



□ 전시관 운영 내용

- (지역방송 우수 콘텐츠 홍보) 공모를 통해 모집된 지역방송 콘텐츠 중 유통가능성이 있는 콘텐츠를 선별하여 상설 전시
- (매치 메이킹) 바이어, 투자자 대상 사전 수요조사 및 개별 연락 등을 통해 매칭된 스케줄에 따라 1:1 비즈매칭 전문 상담회 개최
- (홍보 브로슈어 배포) 지역방송 전시관에 방문하는 바이어에게 지역 방송 콘텐츠 홍보 브로슈어를 배포 · 참고자료로 활용

□ 지역방송 참가자 명단

순	방송사	프로그램	담당자
1	울산MBC	UHD 2부작 '고래'	설태주 부장
2	엠비씨강원영동	흔들리는 식량 아시아 쌀	하현재 팀장
3	춘천MBC	골목놀이 삼국지	김신영 작가
4	부산MBC	좌충우돌 만국유람기	채충현 PD
5	(주)KNN	제비	김경화 PD
6	주식회사 제주방송	아시아 샤머니즘루트 대탐사	현동현 국장
7	광주MBC	문화콘서트 난장	김민호 부장
8	대전MBC	新주방문	이은표 부장
9	춘천MBC	꿀벌의 죽음, 풍요의 종말	이재규 차장

V. 판니파 티라퐁 워크포인트 그룹 저작권이사 면담

□ 일시 / 장소 : '18.12.6.(목) 14:00~15:00 / ATF 태국(workpoint) 부스

□ 면담자

- (태국) Pannipa Thiraphong Workpoint Group 저작권담당 이사
Dhanasak Hoonarak Workpoint Group 마케팅 담당
- (방통위) 김영관 기획조정관, 이성용 사무관, 강윤진 사무관,
김지은 통역사

□ 세부 면담내용

- (방통위) 만나 뵙게 되어 기쁘고 귀한시간 내주셔서 감사드립니다
- (판니파 티라퐁) 이렇게 만나 뵙게 되어서 영광임
- (방통위) 행사기간동안 성과가 좀 있는지 궁금함
- (판니파 티라퐁) 올해는 성과가 좋은 것 같음. 작년보다 더 많은 사람들이 찾아오고, 새로운 바이어와의 미팅도 많이 했음
- (방통위) 그럼, 혹시 한국과의 미팅도 있었는지?
- (판니파 티라퐁) 한국은 아무래도 수출에 더 관심이 있어 보임
- (방통위) 한국의 드라마나 오락프로그램을 보신적이 있는지?
- (판니파 티라퐁) 많이 봤음. 대장금, 신과함께 등 여러 가지 프로그램을 봤음. 그리고 다른 예능프로그램도 봤고, 워너원과 함께 태국 콘서트도 기획했음. “너의 목소리가 들려”, “복면가왕” 같은 한국의 예능 포맷을 직접 도입하여 프로그램을 제작하고 있음.

- (방통위) 한국 드라마가 태국 방송을 통해서 방송되고 있는지?
- (판니파 티라퐁) 네. 상당히 많이 방송되고 있음.
- (방통위) 앞으로도 많이 방송될 것으로 보이는지?
- (판니파 티라퐁) 네. 상당기간동안은 계속될 것으로 보임
- (판니파 티라퐁) 향후에 태국과 한국의 방송협력에 대해 준비하고 있는 것이 있는지?
- (방통위) 한국과 태국정부가 TV프로그램 공동제작협정을 준비하고 있으며, 공동제작협정을 추진하는 이유는 공동제작으로 제작된 방송 프로그램은 당사국에서 현지제작프로그램으로 인정받는 장점이 있음
- (방통위) 태국에서는 방송프로그램을 방송할 때 편성규제가 있는지?
- (판니파 티라퐁) 태국에는 편성규제가 없음.
- (방통위) 한국은 편성규제가 있어서 여러 나라와 방송프로그램 공동 제작이 활성화 되어 있음
- (판니파 티라퐁) 한국의 방송에 대한 편성규제가 어떻게 되는지?
- (방통위) 지상파 방송의 경우 매 반기 전체 방송시간의 80%이상은 국내방송으로 제한하는 편성규제를 가지고 있음
- (판니파 티라퐁) 우리 workpoint group는 드라마는 많이 제작하지 않고 예능프로그램에 강점을 가지고 있음. 그러나 우리는 제작 능력을 가지고 있기 때문에 향후 드라마 부문에도 강화할 수 있음

- (방통위) 한국 정부의 입장도 방송프로그램에 대한 공동제작협정 등이 양국가의 방송 생태계에 도움이 되는 사항이므로 구체적으로 어떤 사항에 대해 도움을 줄 수 있는지를 알아보기 위해 만남을 요청하였음. 좀 더 구체적으로 말씀드리면 태국과 한국의 방송사업자가 어떤 부분에서 협력할 수 있을지, 양국에 도움이 되려면 어떻게 협력을 해야 할지에 대한 해답을 찾기 위함임. 그래서 workpoint가 태국의 대표적인 제작사인 만큼 한국 방송사업자에게 어떤 기여를 할 수 있고, 한국 방송사업자로 부터는 어떤 도움을 기대하는지를 알게 된다면 어떻게 협력해야 할지를 알 수 있지 않을까하는 생각임
- (판니파 티라퐁) 일단 태국입장을 말씀드리면 모든 태국 방송사업자들은 한국과의 협력(공동제작)에 열려있음. 구체적으로 한국 방송사업자와 어떻게 협력할지는 고민해야할 사항임. 그리고 실제 우리 workpoint가 겪었던 사례를 말씀드리면, 한국의 업체 한곳에서 프로그램에 대한 저작권 관련 컨설팅을 해주겠다는 제안이 있었는데, 두 가지 걸림돌이 있었음. 첫째로는 컨설팅 비용이 너무 높았고, 두 번째로 컨설팅 업체가 태국의 문화를 제대로 이해하고 있는지에 대한 의문이 있었음.
- (방통위) 내년엔 공동제작 협정이 구체적으로 논의될 때 국가간의 협정 뿐만 아니라 업체간의 협력을 위한 구체적인 협정 모델이 나오기를 원하며, 향후 계속적으로 태국과 한국의 방송사업자들과의 면담을 통해서 구체화 시켜나가도록 하겠음
- (방통위) 매우 바쁜 중에 만남을 위한 시간을 내줘서 고맙고, 향후에도 한국의 방송 사업자와 좋은 협력관계가 만들어지기를 희망함
- (판니파 티라퐁) 태국에서 K-pop 콘서트를 열 때 현재는 중간 브로커가 연결을 해주고 있는데, 이보다는 JYP나 YG 등과 같은

엔터테인먼트 회사가 직접 태국과 진행된다면 더 좋은 결과가 있을 것 같음. 그리고 포맷에서도 해당 사업자의 임원들이 직접 관여한다면 더 좋을 것임

<붙임 - 면담 사진자료 >



< Workpoint Group 부스 전경 >



< 면담 사진 >



< 면담 사진 >



< 면담 사진 >

VI.

홍현자 아이티브이 스튜디오스 부사장 면담

□ 일시 /장소 : '18.12.6.(목) 15:00~16:00 / ATF 영국(iTV Studios) 부스

□ 면담자

- (iTV) 홍현자 iTV STUDIOS 부사장, Kelvin Tse iTV STUDIOS 마케팅 이사, Nancy Wang iTV STUDIOS 마케팅 부장
- (방통위) 김영관 기획조정관, 이성용 사무관, 강윤진 사무관, 김지은 통역사

< iTV (independent Television) >

- (개요) 영국 최대의 민영방송으로 1955년 9월 22일 부터 방송 시작. 당시의 ITV는 여러 지역 방송사들의 연합체로, 우리나라의 SBS 제휴사인 지역민방에 가까웠음. 이후 1990년 마거릿 대처 정부의 새 방송법이 방송시장의 규제를 대폭 완화함에 따라 지역방송사들간의 합병이 허용되면서 스코틀랜드의 STV, 북아일랜드의 UTV를 제외한 잉글랜드, 웨일스 지역의 방송국들은 모두 2004년 ITV plc.라는 한 회사에 합병됨. 그 후 ITV 소속 방송사들이 모두 같은 로고를 쓰는 우리나라의 MBC 지역방송국에 가까운 형태로 변모되었음
- (디지털 방송) 1998년에 시작한 영국의 지상 디지털 방송 개시에 수반해 ITV는 위성방송, 케이블 TV 전용으로 다채널화를 전개했다. 지상 디지털 방송 전용으로 유료 채널을 개설했지만,경영난으로 2002년에 서비스를 종료, 무료 방송의 Freeview 서비스에 인계된다. 현재 ITV 외에,ITV2, ITV3, ITV4, CITV Channel, ITV Encore(유료), ITVBe 등의 전문 채널을 운영하고 있음
- (프로그램 제작) 2013년부터 Ofcom의 규제완화에 따라 기존 ITV 네트워크 리미티드가 편성을, 각 지역방송국과 ITV 스튜디오가 프로그램 제작을 맡는 방식에서 ITV1 런던이 키국이 되어 프로그램 편성을, ITV 스튜디오가 대부분의 프로그램 제작을 맡는 네트워크 시스템(Affiliation System)방식으로 변경하면서 ITV plc.계열 지역방송국들의 모든 프로그램 제작인력 또한 ITV Studios로 통합되었음

□ 세부 면담내용

- (방통위) 만나 뵙게 되어 기쁘고, 귀한시간 내주셔서 감사드립니다
- (홍 부사장) 이렇게 만나 뵙게 되어서 반가움
- (방통위) 홍 부사장님이 관할하는 범위가 어떻게 되는지?
- (홍 부사장) 저는 일본을 제외한 전 아시아를 총괄하고 있으며, iTV가 보유한 채널은 iTV, 2, 3, 4, iTV Be, CiTV 등 총 8개임. 영국 내에서는 가장 큰 상업방송임. 제작파트(80여개)와 마케팅파트(판매, 배급)로 크게 나뉘져 있음
- (방통위) 요즘 영국의 방송 프로그램들은 외국에 많이 진출하고 있는지?
- (홍 부사장) 많이 진출하고 있음. 2008년 금융위기를 계기로 영국 내 사업에서 외국진출 사업으로 다각화하였음.
- (방통위) 한국에서 iTV 프로그램을 접하기가 어려운데 그 이유는?
- (홍 부사장) 한국 방송사업자가 영국의 BBC 프로그램 위주로 수입하고 있는데, 그 이유는 BBC가 다큐멘터리를 판매하면서 드라마를 끼워서 팔기 때문에 BBC 드라마가 많이 방송될 것임. 하지만 iTV 드라마도 소규모이지만 한국으로 판매되고 있음
- (방통위) 한국의 제작사 들은 영국의 제작사 모델을 이상적인 모델로 생각하는데 어떻게 생각하는지?
- (홍 부사장) 독립제작사가 단독으로 제작하기 보다는 큰 제작사 소속으로 포함되어 제작하는 등 방송 제작 환경이 많이 변하고 있음

- (방통위) 흔히 글로벌 시장에서는 거대 자본에 종속되어 소규모 제작사의 독립성이 많이 훼손되는 것 같은데, 영국의 경우는 어떤지?
- (홍 부사장) 거대 자본에 종속되기 보다는 이용하는 측면이 강함. 장기 계약을 피하고 계약조건을 잘 활용하면 해당 자본을 이용할 수 있다고 보여짐
- (방통위) 한국의 경우 Netflix에 하청 기지화 되는 것이 아닌가하는 위기의식을 갖고 있음. 영국의 경우는 어떤지?
- (홍 부사장) 우리도 Netflix에 “보디가드”를 영국을 제외한 아시아 지역에서 판매하였음. 결과적으로 아주 수익이 괜찮았음. 그러나 이는 하청업체의 성격은 아니었음. 역시 장기계약을 한 것이 아니기 때문이고, 우리의 기본 정책은 경쟁력 있는 콘텐츠는 Netflix 등에 판매하지는 않는다는 입장임. 우리가 볼때 Netflix가 수익을 내는 모델이 아니라고 판단함. 일면 계약단가가 높아 보이지만 실상은 장기계약이기 때문에 좋은 계약이라고 할 수 없음. 제가 알기로 다른 사업자들도 공감하고 있는 것으로 알고 있음
- (방통위) 한국의 경우 어떠한 방법을 추구해야 할지?
- (홍 부사장) 방송 생태계라는 것이 항상 변화하고 있으므로 단편적으로 말씀드리기 곤란함. 한 예로, 로컬지역의 콘텐츠가 강세를 보이고 있음. 아시아 지역에서는 아시아 문화를 주제로 하는 콘텐츠가 주요하므로 이전과는 차이가 있음. 다만, 아시아 지역의 시장이 크지 않기 때문에 큰 수익을 내기가 힘들다는 점이 문제임. 이는 구조적인 문제이므로 정부에서 해결할 수 있는 문제가 아님. 그러나 다행인 점은 점점 세계화가 진행되고 있어 국가 간의 문화차이가 점점 줄어들고 있음. 이런 상황이라면, 아시아 문화권에 집중하는 것이 더 좋은 정책이 아닐까 생각함.

- (홍 부사장) CJ의 경우를 봐도 베트남이나 주변국가에서 아주 성공적인 것 같음.
- (방통위) 네. CJ는 다른 사업자와 달리 음식 등과 함께 콘텐츠를 접목해서 해당 국가에 진출하기 때문에 성공할 수 있었던 것 같음. 오늘 귀한 시간 내 주셔서 감사함. 향후에 한국에 초대해서 강연을 통해 많은 사람들에게 알릴 수 있는 기회가 있기를 바람.
- (홍 부사장) 네. 기회가 된다면 좋은 시간을 갖도록 하겠음. 오늘 유익한 시간이었음. 감사함.

<붙임 - 면담 사진자료 >



< iTV Studios 부스 전경 >



< 면담 사진 >



< 면담 사진 >



< 면담 사진 >

VII. 싱가포르 통신정보부(MCI) 면담

□ 개요

- (개최 일시) '18. 12. 7.(금) 11:00 ~ 12:00

- (개최 장소) MCI 회의실

※ 140 Hill Street #01-01A, Old Hill Street Police Station, Singapore 179369

- 면담 참석자

기 관	성 명	직 책
KCC	김영관	기획조정관
	이성용	국제협력담당관(행정사무관)
	강윤진	혁신기획담당관(행정사무관)
	박규태	국제협력담당관(주무관)
KISA	허소선	연구원
	김지은	통역사
MCI	Calvin Chong	D/Planning and International, MCI
	Terri Ng	DD/Information Policy, MCI
	Fareena Abdul Rahim	Ad/Industry Transformation, MCI
	Geraldine Seah	SM/Planning and International MCI
	Rachel Lim	Manager/Industry Transformation, MCI

□ 주요 논의 사항

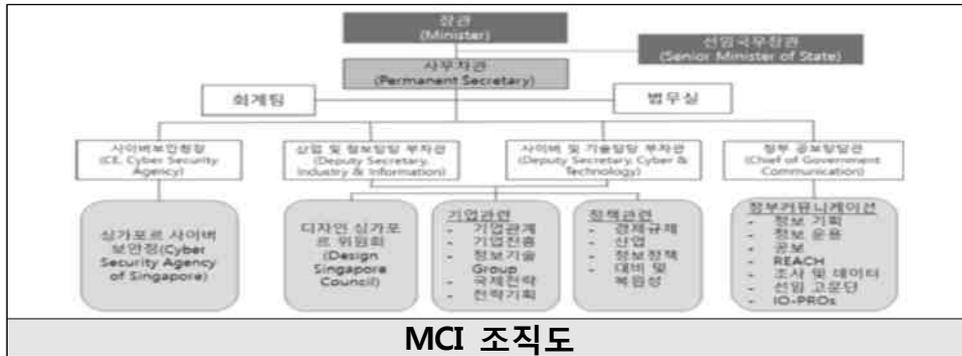
가. 싱가포르 정부조직 개요 및 MCI 개편연혁

나. 싱가포르 스마트네이션 추진체계

다. Infocomm Media 2025 및 ICM ITM

가. 싱가포르 정부조직 개요 및 MCI 개편연혁

- 통신정보부(MCI)는 통신, 정보기술 등 IT 부분에 대한 총괄 기관으로서 정보통신(ICT)·방송과 관련된 정책과 규제를 통합 담당
 - 정보통신(ICT)·방송·개인정보보호 등 통신 및 미디어 정책 지원 및 규제집행 업무는 산하 정보통신미디어개발청(IMDA)에서 수행



- 통신정보부(MCI)는 '12년 정보예술부(Ministry of Information and the Arts, MICA)에서 문화·교육분야와 통신정보 분야가 분리되며 설립
 - 당시 정보통신개발청(Infocomm Development Authority, IDA)과 미디어 관련 집행기관으로 미디어 개발청(Media Development Authority: MDA) 등을 산하기관으로 두어 정보통신 관련 집행기능을 수행
 - '16년 10월 정보통신(ICT) 및 방송에 대한 집행을 전담하는 기관으로 IDA와 MDA를 통합하여 정보통신미디어개발청(IMDA)를 설치

< 면담 내용 >

- (방통위) MCI의 개편 목적과 연혁은?

- ⇒ (답변) MCI는 과거 MICA에서 분리된 조직으로, 문화와 교육 정책 및 정보통신, 사이버보안 정책 등을 보다 전문적으로 수행하기 위해 개편
- MCI는 Ministry of Communications and Information의 약자로, 미디어 진흥 및 규제, 사이버 보안, 정부 커뮤니케이션(공보 기능), 도서관 정책 등의 분야를 담당

○ (방통위) 싱가포르에는 과거 한국을 방문한 치홍택 국무장관과 같이 독특한 국무장관 제도가 존재하는데, 구체적인 역할과 기능은?

⇒ (답변) 국무장관(Secretary of State)은 다른 국가의 차관과 유사한 개념으로, 각 부처마다 선임 국무장관과 주니어 국무장관이 존재

- 국무장관들은 해당 부처의 특정 분야를 담당. 특히 주니어 국무장관의 경우 순환보직을 실시하여 향후 장관직을 수행하기 위한 다양한 경험을 쌓을 수 있도록 하고 있음

- 싱가포르는 내각제 국가로, 장관 및 국무장관은 모두 국회의원이 겸임

< 싱가포르 정치체제 >

○ (정치체제) 의원내각제 정부형태로 헌법은 국민주권 원리와 행정부, 입법부, 사법부의 3권 분립을 보장

○ (대통령) 6년 단위 국민투표를 통해 선출되며, 국가원수로 주요 공직자 임명 동의권 및 국고 사용동의권 등 제한된 범위에서 내각 견제권 행사

※ 現 대통령 : 할리마 야콥(Halimah Yacob) (2017.9월 취임)

- 대법원장, 대법원판사, 검찰총장, 군참모총장 등 주요 공직자 임명 거부권 행사 및 축적되어 있는 여유자금을 초과하여 예산이 편성되었다고 판단될 경우 예산안 거부가능

○ (총리) 정부수반으로, 대통령이 다수당 소속 국회의원 중에서 임명

※ 現 총리 : 리셴룽(LEE Hsien Loong) (2004.8~)

○ (행정부) 내각은 총리실과 15개부로 구성되며, 장관은 대통령이 총리의 추천에 따라 국회의원 중에서 임명

나. 싱가포르 스마트네이션 추진체계

○ '17년 5월 싱가포르에서는 스마트 네이션 추진동력을 강화하기 위해 범정부 기구로서 총리실 산하에 스마트 네이션 및 디지털 정부실(SNDGG; Smart Nation and Digital Government Group) 설치

- SNDGO 산하에 범부처 디지털 정부 및 스마트국가 전략 기획을 담당하는 스마트 네이션 및 디지털정부국 설치(SNDGO)

- 또한 SNDGO의 기획안을 실행하기 위한 조직으로 정부기술청(GovTech)을 두어 공공부문의 디지털 혁신을 전담 추진

- SNDGG의 역할은 스마트시티와 전자정부 정책을 추진하는 것으로, '17. 8월 '22년까지 Smart Nation 프로젝트를 체계적으로 추진하기 위한 전략적 국가프로젝트(SNPs; Strategic National Projects)를 발표

< SNPs 주요내용 >

- ① 국가 디지털 ID 시스템(NDI; National Digital Identity System)
 - 정부 행정서비스에 국한되어 사용하고 있는 인증 시스템을 NDI를 통해 민간의 금융, 의료 및 각종 전문분야 서비스로 확대
- ② 전자결제(Electronic Payments)
 - 전자결제를 활용한 상거래를 활성화하기 위해 통합POS 단말 배포 및 은행간 실시간 대량 자금 거래의 안전성 향상을 위한 SW 개발 등 금융청과 협업
- ③ 스마트 네이션 센서플랫폼(Smart Nation Sensor Platform)
 - 도시계획, 보안, 사고대응, 교통관리, 공공장소 관리 등 각종 공공 서비스에 활용할 수 있는 스마트 네이션 센서 플랫폼(SNSP) 개발
- ④ 스마트 도시 이동성(Smart Urban Mobility)
 - 버스의 위치 및 배차 간격에 대한 정확한 모니터링이 가능한공통교통관리시스템을 모든 대중버스에 설치하였으며, '22년 자율주행 기술을 대중교통 시스템에 접목할 예정
- ⑤ 삶의 순간(MOL; Moments of Life)
 - 결혼, 육아 등 생애주기별 맞춤형 서비스를 위해 공공 서비스와 정보를 하나의 온라인 창구 상에서 통합하여 제공

< 면담 내용 >

- (방통위) SNDGG의 역할과 성격 및 정부조직 상의 위치는?
 - ⇒ (답변) SNDGG는 '스마트 국가 디지털 정부'를 실현하기 위해 새롭게 출범한 총리 산하 직속기구로서, 부총리가 운영하고 있음
 - 외교부 장관, MCI 장관 및 교통부 선임 국무장관 등이 참여하는 범부처 위원회 성격을 띠고 있음
 - SNDGG 산하에는 MCI에서 출발한 SNDGO와 IMDA에서 출발한 GovTech 등 2개의 산하기관이 존재
- (방통위) 싱가포르의 정보통신, 스마트국가 분야 정부조직은 좋은 사례라고 생각함

다. Infocomm Media 2025 및 ICM ITM

- '15년 8월 MCI에서는 Infocomm Media 2025 마스터 플랜을 채택하여 추진 중
 - Infocomm Media 2025에서는 향후 10년 동안 다양한 혁신으로 추진체 역할을 하게 될 6대 기술 및 3대 비즈니스 트렌드를 도출

< Infocomm Media 2025 >

- '15년 8월 통신정보부는 Infocomm Media 2025 마스터플랜을 채택함
- 향후 10년 동안의 6대 기술 및 3대 비즈니스 트렌드 도출
 - (기술 혁신) ▲빅데이터 및 애널리틱스, ▲IoT, ▲인지 컴퓨팅 및 첨단 로봇, ▲미래통신 및 협업, ▲사이버 보안, ▲몰입형 미디어
 - (비즈니스 혁신)▲이동성과 접속성, ▲플랫폼으로부터 자유로운 미디어 콘텐츠, 정보통신과 미디어 융합
- 3대 전략적 추진 방향
 - ① 빅 데이터, 첨단 통신 및 컴퓨팅 기술 부문 투자 강화
 - ② 지속적으로 혁신과 도전을 고취시킬 수 있는 정보통신 미디어 생태계 조성
 - ③ 정보통신·미디어를 통한 사람 간 연결성 제고

< 싱가포르 발표내용 >

- (Infocomm Media 2025) 해당 플랜의 핵심은 ① 생산성 성장 ② 고부가가치 일자리 창출 ③ 고령화 인구 지원 ④ 상호 연결된 사회 육성 등의 국가 목표를 달성하는 것이며,
 - 비전은 기술을 바탕으로 국민이 가치있는 삶을 살고, 모두에게 기회를 제공하는 것임
 - 이를 위해 데이터 활용을 통한 기업 글로벌 경쟁력 강화, 혁신·실험을 통해 싱가포르 콘텐츠를 창출하는 'Made In Singapore' 운동, 정보통신 미디어를 활용한 정체성 확립 등 3가지 실행계획을 추진
- (ICM ITM) '15년 Infocomm Media 2025 발표 후 싱가프로는 23개 산업분야의 디지털화에 대비하기 위한 '산업 전환 맵(ITM; Industry Transformation Map)을 수립

- '17.11월 MCI와 IMDA에서는 정보통신 분야의 산업전환 맵(ICM ITM; Infocomm Media Industry Transformation Map)을 발표

※ (디지털 전환을 위한 추진동력) ① 각 분야의 기업들의 신기술을 도입할 수 있도록 지원 ② IoT, 실감미디어 등 최첨단 기술을 통한 성장동력 확보 ③ 로컬 디지털 강소기업 등 핵심 정보통신미디어 기업·전문가 강화



싱가포르 주제발표

o (미래 미디어전략) 또한 글로벌 미디어 산업의 성장과, 미디어 소비행태 변화, 새로운 기술 등장 등 미디어환경 변화에 대응하기 위해 '18.5월 미래 미디어전략(Future of Media Strategy)를 발표

- ① 시대의 흐름에 맞는 미디어기관의 변화 ② 미디어 허브로 발돋움하기 위한 새로운 이해관계 유치 ③ 국내기업의 스토리텔링 및 기술 역량강화 등 아시아권역의 미디어 허브로 자리매김하기 위한 전략 제시

< 면담내용 >

o (방통위) 한국의 경우 최근 제작비 상승 등으로 콘텐츠 수출의 중요성이 증가하면서, 처음부터 해외 시장을 겨냥하여 제작하는 콘텐츠가 증가하고 있음. 싱가포르의 콘텐츠 판매전략은 무엇인지?

⇒ (답변) 다양한 전략을 채택하고 있음. 넷플릭스 등 글로벌 사업자와 협업 시 1차적으로는 로컬시장을 타겟팅하고, 2차적으로 동남아 시장을 겨냥하여 싱가포르가 미디어 허브 역할을 할 수 있도록 하고있음

- 한국콘텐츠가 성공하는 이유는 한국적인 콘텐츠이기 때문이라고 생각. 싱가포르의 자국 콘텐츠가 글로벌 시청자 뿐 아니라 로컬 수요를 충족시킬 수 있도록 활발한 미디어 생태계를 조성하는 것을 목표로 하고 있음

○ (방통위) 자국 콘텐츠의 편성비율 등 싱가포르 방송시장 현황은?

⇒ (답변) 싱가포르는 유일한 지상파 공영방송인 MediaCorp에 국제뉴스, 드라마, 오락쇼 등의 콘텐츠를 편성도록 예산을 지원하고 있으며, 이 외에는 로컬·글로벌 사업자와의 협업을 허용하고 있음

< 싱가포르 방송시장 개요 >

○ (시장 현황) 싱가포르 방송 서비스 시장은 지상파 독점 방송사인 MediaCorp과 유료 방송 시장을 과점하고 있는 Starhub가 있음

구 분	주요 사업자
지상파 TV	· MediaCorp
케이블 TV	· StarHub
HDTV	· StarHub, MediaCorp
라디오	· MediaCorp, SAFRA, BBC World Service

○ (MediaCorp) 싱가포르 유일한 지상파 방송사업자이자, 라디오, 출판, 웹서비스, 방송 제작 및 프로덕션 등 쉐 미디어 부문에 걸쳐 사업을 전개하고 있는 종합 미디어 사업자

- MediaCorp은 2016년 11월 기준 7개 TV 채널을 보유, 뉴스·엔터테인먼트·교육·정보 등 다양한 콘텐츠를 4개 국어로 제공함
- 자체 제작한 드라마와 버라이어티 쇼가 많은 비중을 차지하고 있으나, 미국·중국·한국·일본 등 해외 드라마 및 방송 프로그램도 수입해 상당 비율로 편성하고 있음

- KBS와 MediaCorp는 OTT 위주의 미디어 환경 변화라는 유사한 위기에 직면하고 있어 한국의 공영방송에서 배울점이 많다고 생각하며, 향후 KCC와 MCI가 다양한 미디어 분야에서 협력해나갈 필요가 있음



MCI 면담 사진자료

IX. 주싱가포르 한국대사 면담

□ 개 요

- (개최 일시) '18. 12. 7.(금) 16:00 ~ 17:00
- (개최 장소) 주싱가포르 한국대사관 회의실
- 면담 참석자

기 관	성 명	직 책
KCC	김영관	기획조정관
	이성용	국제협력담당관(행정사무관)
	강윤진	혁신기획담당관(행정사무관)
	박규태	국제협력담당관(주무관)
싱가포르 대사관	안영집	駐 싱가포르 대사
	강주홍	駐 싱가포르 공사 겸 총영사
	성종원	駐 싱가포르 문화홍보관

□ 주요 논의 사항

[싱가포르 방송 콘텐츠 및 싱가포르 개황]

○ (방통위) 싱가포르 등에서 방영되는 한국의 글로벌 방송콘텐츠 현황 및 시사점은?

⇒ (답변) 영국의 BBC, 중국의 CCTV 등 주요국 국제방송 채널은 모두 그 나라의 시각에서 재해석한 세계뉴스를 보도

- 그러나 우리나라의 국제방송인 아리랑TV와 KBS World는 주로 연예 뉴스에 치중하여 이러한 측면이 부족하다고 생각함. 한국의 시각에서 바라본 국제뉴스를 송출할 필요가 있음