

방통위 미국 공무국외출장 결과

- 국제전자제품박람회(CES) 참관 및
한류 방송 콘텐츠의 미국시장 진출 활성화 협력 방안 논의 등 -

◆ 기 간 : 2018. 1. 9.(화) ~ 1. 15.(월), 5박 7일

◆ 방문국가 : 미국(라스베가스, 로스앤젤레스)

2018. 2.



방송통신위원회

목 차

I. 출장 개요	1
II. 세부 활동	2
1. 국제전자제품박람회(CES 2018) 참관	2
2. MBC America 면담	15
3. LA한국문화원 면담	19
4. 한국콘텐츠진흥원 LA사무소 면담	23
5. CJ E&M LA지사 면담	27
III. 보도자료	31

I

출장 개요

출장 목적

- 2018 국제전자제품박람회(CES : Consumer Electronics Show) 참관 및 한류 방송 콘텐츠의 미국시장 진출 동향 파악

출장 국가 : 미국(라스베가스, 로스앤젤레스)

출장 기간 : '18. 1. 9.(화) ~ 1. 15.(월)

출 장 자

구분	부 서	직 위(직 급)	성 명
1	방송통신위원회	상임위원	김 석 진
2	방송정책국	지상파방송정책과(서기관)	김 우 석
3	기획조정관	국제협력팀(행정주사보)	박 정 은

※ 한국인터넷진흥원(KISA) 이정민 팀장 동행

주요 활동

- 국제전자제품박람회(CES)에 참관하여 방송통신 최신 기술 동향을 파악하고 국내 참가기업 관계자 의견 청취 및 격려
- MBC America, CJ E&M LA지사 등 한류 현장 방문을 통해 한류 방송 콘텐츠 진출 현황 파악, 양국 방송 콘텐츠 교류 활성화 협력 방안 논의

선물수령 관련

- 선물 수령 여부 : X

II

세부 활동

1. 국제전자제품박람회(CES 2018) 참관

- **전시회 기간** : '18. 1. 9.(화) ~ 1. 12.(금)

- **장 소** : Las Vegas Convention Center

- **전시회 규모**
 - 전시면적 : 260만 s/f
 - 참가업체 수 : 150개국 4,000개사
 - 참관객 수 : 약 20만명

- **주 최** : CTA(Consumer Technology Association)

- **전시회 특징**
 - 세계적인 유명, 유력 업체들이 참가하여 IT Device & Solution 기술의 발전 트렌드를 선도하는 세계최대전람회
 - 세계 100개국 이상에서 참가 및 전 세계 주요 바이어 방문
 - 삼성전자, LG전자, Sony 등 글로벌 기업과 미주지역 메이저급 대형 유통체인 및 딜러 다수 참가
 - 한국관 운영(한국전자정보통신산업진흥회 운영)
 - * 한국관 규모: 6,500s/f
 - 첨단 전자·IT 제품 경연장으로 미국 외에도 아시아, 유럽, 남미 등 세계 150개국 총 17만 이상이 참관하는 전시회

□ 전시품목

3D Printing, Accessories	Digital Imaging/Photography	Robotics
Accessories	Drones	Sensors
Augmented & Virtual Reality	Electronic Gaming	Smart Home
Audio	Fitness and Sports	Startups
Communications Infrastructure	Health and Biotech	Vehicle Technology
Computer Hardware/ Software/Services	Internet Services	Video
Content Creation & Distribution	Lifestyle	Wearables
Digital/Online Media	Personal Privacy and Cyber Security	Wireless Devices & Services

□ 주요국 참가현황 : 중국, 대만, 한국, 영국, 홍콩 등

(2018년 기준)

국가	중국	대만	한국	영국	일본	홍콩
참가개사	1,339	210	210	80	52	47

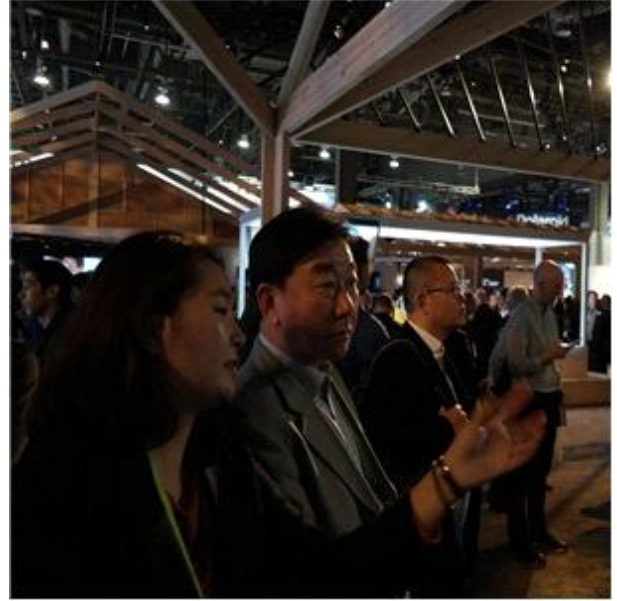
□ 전시현황



① 글로벌 주요 업체 전시

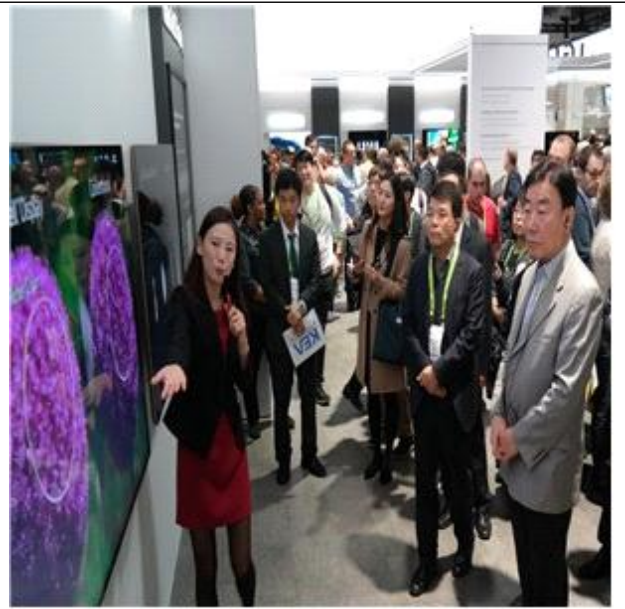
- (SONY) 4K OLED 브라비아 TV, 인공지능 로봇, 휴대전화, 생활가전 등 전시
 - (4K OLED TV) X-모션 클래리티(X-Motion Clarity)기술로 영상을 정밀하게 제어하여 블러(Blur)현상을 최소화한 기술 구현
 - 액션영화나 다양한 스포츠 영상 등의 빠른 액션 장면을 선명하고 부드럽게 구현이 가능한 기술력 공개
 - (LF 550G) 음성지원 스피커로 블루투스 스피커이며 원하는 경우에는 오디오 장치를 직접 연결하여 사용이 가능한 기술 구현
 - 음성 도우미를 통해 볼륨 조절, 트랙 조절 등 사용자의 음성으로 전환이 가능한 기술 구현
 - (WF-SP700N) 노이즈 캔슬링 기술과 방수 기능을 탑재한 방수 이어폰으로 아이폰, 안드로이드폰과 호환이 가능한 제품 시연
 - 외부 소음에 방해받지 않고 음악을 들을 수 있고, 야외 스포츠 활동을 하면서 땀을 흘리거나 비를 맞아도 무방한 제품 시연
 - (아이보) 인공지능(AI)과 로보틱스 기술을 접목시킨 엔터테인먼트 로봇 공개
 - 코 끝에 탑재한 카메라와 센서기술을 통해 주인과 교감이 가능한 기술력 공개
 - (자율주행센서) 다양한 운전 상황에서 360도 전방향의 주변 환경 정보를 캡처하는 기술력을 통해 자율 주행 기술력 시연

< SONY 전시관 >



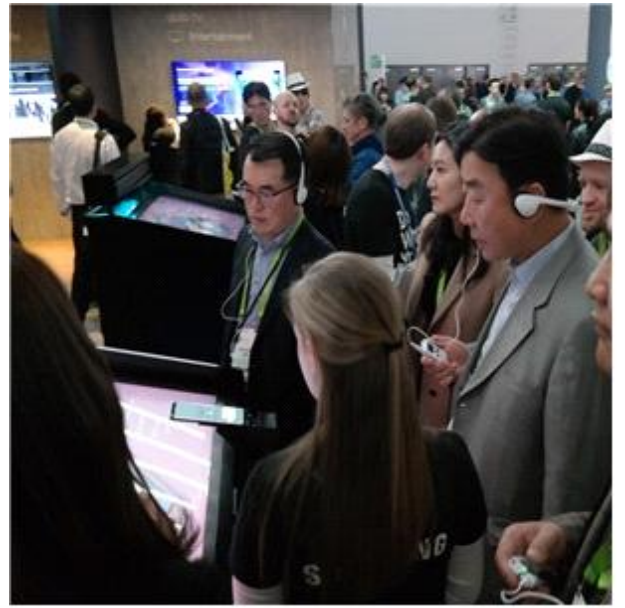
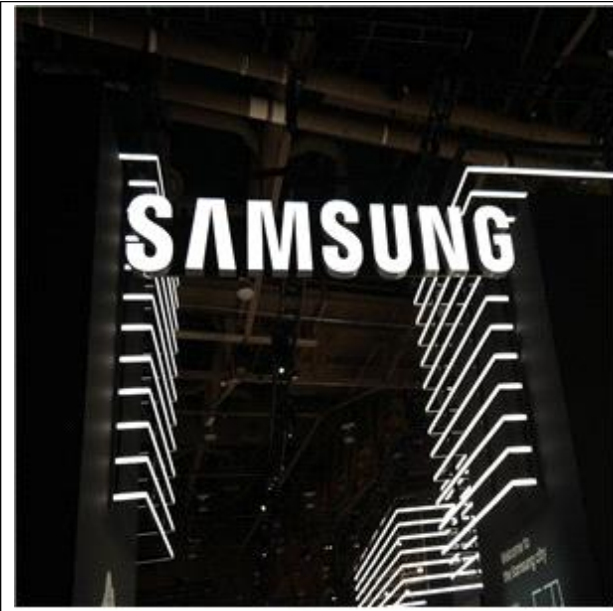
- (LG전자) OLED TV, UHD TV, 인공지능 로봇, 휴대전화, 생활 가전 등 전시
 - (OLED 협곡) 선명한 4K영상과 함께 OLED 디스플레이 패널 246장을 붙여 꾸민 초대형(높이 6m, 길이 16m, 폭 16m) 협곡 구현
 - 고관용도(HDR : High Dynamic Range), 고주사(HFR : High Frame Rate) 영상 지원으로 능동형 HDR 기능, 톤 보정 기술(Enhanced Dynamic Tone Mapping)기술 구현
 - (UHD TV) 1나노미터(nm, 10억분의 1미터) 크기의 극미세 분자들의 색 파장으로 정교한 색 표현 구현
 - 화면 전체에 광원을 배치하여 색 왜곡 없는 균일한 밝기 구현
 - (클로이 : CLOi) 똑똑하고 친근한 인공지능 로봇 브랜드로 서빙 로봇, 포터 로봇, 쇼핑카트 로봇 등 시현
 - 슬라이딩 방식의 선반을 탑재해 음식점, 호텔, 공항 라운지 등에서 음식·음료를 나르는 용도의 서빙로봇 시현
 - 짐칸과 자동결제 시스템을 갖추어 호텔 투숙객이 카운터를 방문하지 않고 즉석에서 짐을 실어 옮기면서 체크인·체크아웃이 가능한 포터 로봇 시현
 - 대형 마트 등에서 구매할 물건을 담으면 바코드를 스캔하여 물품 목록과 가격을 확인시켜주는 쇼핑카트 로봇 시현
 - 인천공항에서 외국인에게 길 안내를 하는 안내 로봇, 청소로봇 등이 시범 운영중

< LG 전시관 >



- (삼성전자) 마이크로 LED TV, 8K AI가 탑재된 QLED TV, AI 음성 인식 플랫폼 빅스비(Bixby) 등 미래지향적 기술 시현
- (THE WALL) 마이크로 발광다이오드(LED) 기술을 적용해 만든 세계 최초 모듈러* TV(146인치) 공개
 - * 모듈러 방식 : 소비자의 기호에 따라 스크린의 사이즈와 형태를 조립할 수 있는 방식
- 10~100 마이크로미터(μm)의 초소형 LED를 탑재하여 백라이트와 컬러 필터 없이 소재의 자체 발광으로 고품질 구현
- 기존 화면보다 밝기와 명암비, 색의 재현, 시야각 개선 및 광원 수명과 소비전력 등 우수한 화질 구현
- (QLED TV) 8K 디스플레이에서도 높은 밝기를 유지하고, 인공지능 기술을 TV에 최초 탑재한 기술력 공개
- 인공지능 기술을 이용하여 저해상도의 콘텐츠를 8K 수준의 화질로 업스케일링 할 수 있는 기술력 구현
- 최고 밝기의 화면에서도 세밀한 색 차이, 명암 등을 느낄 수 있는 초고해상도 기술력 구현
- (Bixby) 음성인식 AI 플랫폼 빅스비(Bixby)와 스마트싱스(Smart Things) 앱 등 IoT 기반의 신기술 공개
- 음성 명령만으로 영화를 검색하거나, 실내 조명을 영화 시청 환경에 맞게 조정하는 기술 구현
- 화자 인식 기능을 적용하여 가족 구성원 개개인의 목소리를 구분해 맞춤형 답변 제공 기술 구현

< 삼성전자 전시관 >



- (현대 자동차) 차세대 수소 연료 전기 자동차(FCEV : Fuel Cell Electric Vehicle) '넥쏘(NEXO)' 등 소개
 - (넥쏘) 수소를 연료로 하는 스포츠유틸리티차량으로 5분 충전시 약590km 이상 주행 가능 기술 구현
 - 미국 자동차공학회(SAE : Society of Automotive Engineers)에서 정의한 5단계 중 2단계 수준의 자율주행기술 운전자 보조 시스템(ADAS : Advanced Driver Assistance System) 구현
 - 고속도로 주행 보조 시스템(HDA : Highway Driving Assist), 원격 스마트 주차 보조 시스템(RSPA : Remote Smart Parking Assist) 구현
 - (수소전기 하우스) 수소차에서 나오는 에너지를 활용, 체험해볼 수 있는 컨셉 하우스 소개
 - 수소 전기차인 넥쏘 차량을 통해 생성된 전기 에너지로 차량 주행은 물론 남은 에너지를 일반 가정(5~6가구)의 동력으로 활용하는 시스템 시현
 - 넥쏘의 특징인 외부의 공기를 빨아들여 정화 시켜 내보내는 공기 청정기능 시스템 시현
 - (인텔리전트 퍼스널 콕핏) 음성인식 AI장치로 차량 제어 및 정보 검색, 인포테인먼트 활용하는 시스템 시현
 - 운전석 시트 및 핸들에 장착된 센서로 운전자의 생체 신호를 분석해 맞춤형 편의 기능을 제공하는 웰니스케어(Wellness Care)기술 구현

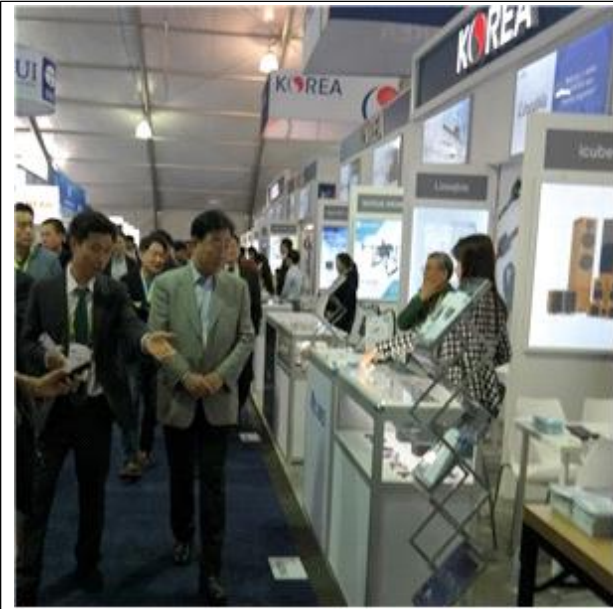
< 현대자동차 전시관 >



② 한국관 주요 업체 전시

- (Holo Digilog) 홀로그래를 이용하여 개발한 필름을 투명 디스 플레이 위에 압착해 투명한 유리에 영상을 재생시키는 기술 구현
 - 높은 투명도를 자랑하며, 모든 색상 및 주변광에 영향을 받지 않음
- (KETI) 나노탄소 유기물을 기반으로 만들어진 필름으로 10초 안에 250도까지 발열이 가능한 고성능 필름히터 소개
 - 저전압은 물론 고전압 구동이 가능하고, 출력·발열 온도 설계가 자유로움
 - 내연기관차량, 전기차의 공기직접가열 차량난방장치 등을 대체할 첨단소재
- (KSID) 생체 정보를 카드에만 저장하여 유출 염려가 없는 지문 인식 알고리즘이 탑재된 카드를 소개
 - 생체 정보에 기반을 둔 스마트카드로 유엔 등에 순차적으로 공급 예정
- (Gooo3D) UV 프로젝터를 활용하여 치수 오차율을 줄이고 빠른 프린팅 속도의 3D프린터 시연
 - 동타입, 동가격대 빠른 속도를 선보이며 치과용 교정장치, 악세사리, 피규어, 작은 전자기기 시제품 등에 활용
- (MIJ) 골전도를 통해 달팽이관으로 소리를 전달하는 귀를 막지 않는 헤드셋 시연
 - 음파가 두 개골에 전도되는 방식으로 고막에 무리를 주지 않고 주변 소리를 들을 수 있도록 개발

< 한국관 >



참고

2018 CES 한국관 참가기업 현황

※ 한국 전자제품의 북미 및 중남미 등 해외시장 진출기회 확대를 목적으로 KOTRA, 대구TP, 한국정보통신기술협회 등에서 한국관을 구성하여 참가

1	(주)핑크래프트엔지니어링	30	(주)와플
2	유메인주식회사	31	(주)맥스케어디자인랩스
3	(주)센텍코리아	32	(주)사이버텔브릿지
4	(주)피스월드	33	(주)카네비컴/코마린
5	부전전자(주)	34	제이앤디전자(주)
6	(주)아이큐브스	35	주식회사 유경
7	해성옵틱스(주)	36	(주)와이젯
8	주식회사 호두	37	한국스마트아이디(주)
9	(주)마르시스	38	광운대(홀로디지로스)
10	미디어젠(주)	39	세미솔루션
11	센서텍	40	(주)웨이브쓰리디
12	리니어블주식회사	41	이노템즈
13	(주)한국전자기술	42	(주)솔미테크
14	(주)디제이피	43	(주)에어텍
15	(주)케이앤더블유	44	큐브로이드(스마트웰니스)
16	티랩스	45	민트팻
17	(주)파이네트웍스	46	(주)동구전자
18	SLM	47	(주)시큐어티앤에스
19	(주)세이프어스드론	48	(주)로엔텍
20	(주)나온웍스	49	(주)다이프로
21	(주)이송이엠씨	50	라이프코어인스트루먼트(주)
22	엠아이제이	51	(주)소닉더치코리아
23	윤어고노믹스	52	(주)수현테크
24	(주)에이치앤드컴퍼니	53	(주)에버트리
25	(주)하이비	54	(주)에이스엔
26	제이와이커스텀(주)	55	서울과학기술대학교
27	코리아디스플레이 주식회사	56	홍익대학교 산학협력단
28	주식회사 굿쓰리디	57	전자부품연구원
29	(주)차후		

	KOTRA	대구TP
규모	57개사 62부스	27개사 45부스
위치	South Plaza, Design & Source Marketplace	South Plaza/ Sands EXPO
비고	2000년 이후 19회째 한국관 주관	-

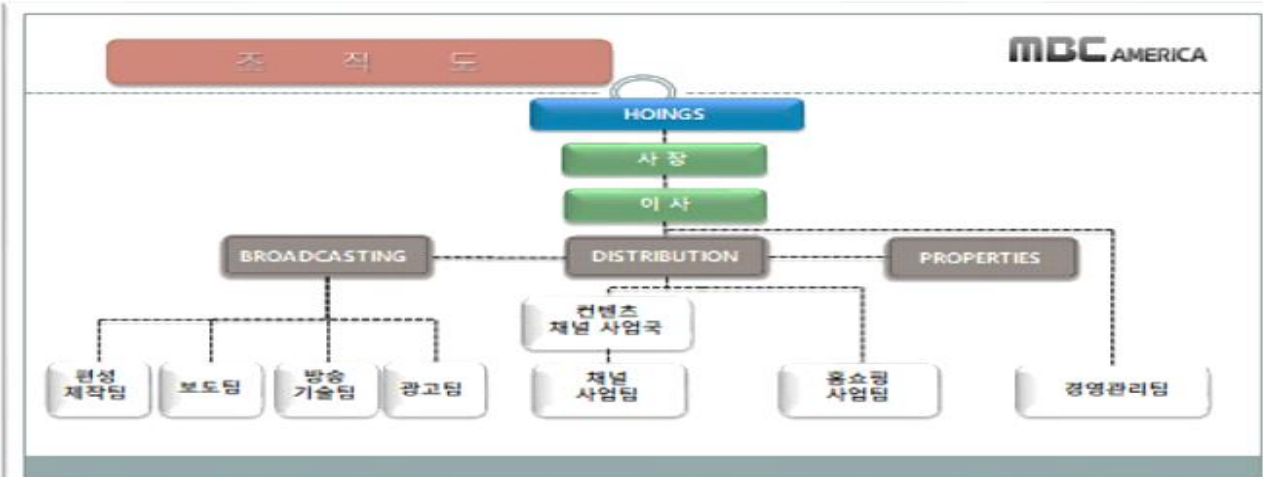
2. MBC America 면담

□ 개 요

- 일 시 : '18. 1. 11.(목) 09:00
- 장 소 : MBC America 회의실
- 면담자 : 민완식 사장 등

< MBC America 개요 >

- 설립연도 : 1991년
- 조직현황
 - 사장 : 민완식(2017년 3월 3일 취임)
 - 이사 : 정대언
 - 국장 : 김나희(컨텐츠 채널 사업국)



○ 주요업무

- 북미와 중남미 지역에 MBC 프로그램 방송, 배급, 판매
- 미국 내 한국 관련 주요 현안에 관한 정보 제공
- 한류 관련 사업 확산을 위한 MBC 프로그램 제공
- 북미에서 남미까지 다양한 인종에게 한국의 문화 전파

□ 주요 면담 내용

【MBC 관계자 노고 격려】

- (KCC) 이역만리(異域萬里)에서 고국의 소식을 생생하게 전해 듣고, 교민들에게 꼭 필요한 정보를 공유하는 통로가 되어 외국 생활의 어려움을 덜어 주는 역할을 톡톡히 하고 있다고 들었음
- 이러한 서비스를 통해 교민들의 사기를 진작시키고 교민들을 결속하는 데에도 크게 기여를 하고 있다고 생각함

【채널현황】

- (KCC) MBC America의 채널현황은 어떻게 되는지?
 - (MBC) MBC America, Drama HD, DTV, Life, Every1 채널로 구성되며, MBC America 채널은 미국과의 시차로 인해 한국에서 방송한 프로그램을 다음날 방송하는 유료방송으로 가입자의 수신료를 받아 수익을 창출하고 있음
 - MBC Drama HD 채널은 우리나라 콘텐츠에 자막을 넣은 HD급 프로그램 방송으로 미국 현지인들을 위한 100% 영어 방송 한류채널임, 채널 가입 수신료를 받아 수익을 창출하고 있음
 - MBC DTV 채널은 MBC America 채널과 다르게 3주~5주의 홀드백 기간이 있는 안테나만 달면 시청이 가능한 무료 지상파 채널임, 광고로 수익을 창출함

- MBC Life 채널도 마찬가지로 무료 지상파 채널로 프라임 타임에는 라이프스타일에 맞는 엔터테인먼트 프로그램을 방영하고 1일 4시간 홈쇼핑을 방송하는 등 유니버스 형식의 채널임
- MBC Every1 채널은 MBC Plus가 방송하는 채널을 미국에 송출 대행 하고 있고, 3주~4주의 홀드백이 있는 프로그램으로 지역 광고를 수주하여 재가공 후 방송하고 있음

【수익구조】

- o (KCC) MBC America의 수익 구조는 어떠한지?
 - (MBC) 주요 수익원은 유료 플랫폼에서 들어오는 수신료와 광고, 중남미에 포맷이나 콘텐츠를 판매하는 수입 3가지로 나뉘어져 있음

【미디어 환경 변화 관련】

- o (KCC) 미국은 IPTV 가입자가 어떻게 되는지? 가입자가 많은지?
 - (MBC) IPTV라는 개념이 미국은 케이블하고 가깝고 한국과 달리 IPTV가 별로 없고 한국은 통신사업자가 IPTV를 운영하는데 미국은 훌루(Hulu) 등 개별사업자들이 IPTV를 운영함
- o (KCC) 전통적인 TV 시청 방식을 벗어나 인터넷 등 소비되는 플랫폼이 다양해지고 있는데, 새로운 미디어 환경에 어떤 대응 전략을 세우고 있는지?
 - (MBC) 매달 2백가구 이상 유료 방송 가입을 해지하는 코드커팅 (Cord-Cutting) 현상이 일어나고 있음, VOD 서비스가 늘어나는 추세가 두드러져 올해 MBC America에서도 24시간 채널을 시청할 수 있는 OTT(Over-The-Top) 사업을 시작할 예정임

- (KCC) 광고주, 광고주협회 혹은 단체에서 시청률을 정기적으로 조사하는 데이터가 있는지? 조사에 따라 광고를 배분하고 있는지?
- (MBC) 넓은 국가에 흩어져 살고 있는데다 모수(교민)가 많이 없고, 시청률 조사에 비용이 많이 들기 때문에 사실상 시청률 조사 시스템을 갖추기 어려운 실정임

【마무리 인사】

- 우리나라 방송사의 미국 지사 운영 상황이 어떤지, 아울러 미국 현지 교민들이 어떻게 우리나라 방송을 보고 있는지 알 수 있는 기회를 주신 사장님께 다시 한번 감사드립니다

< MBC 면담 사진 >



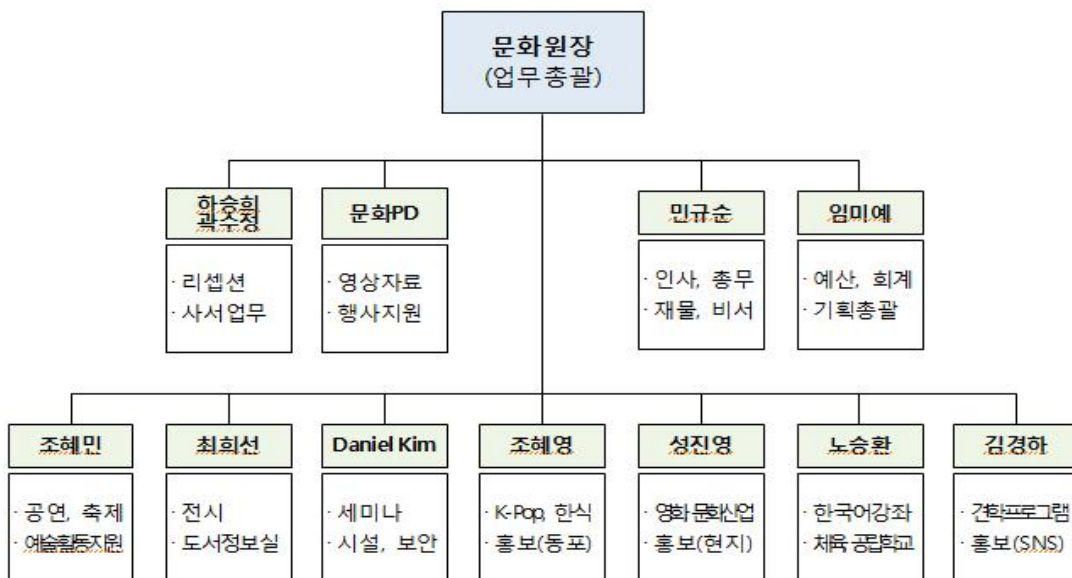
3. LA한국문화원 면담

□ 개 요

- 일 시 : '18. 1. 11.(목) 14:00
- 장 소 : LA한국문화원 원장실
- 면담자 : 김낙중 원장

< LA한국문화원 개요 >

- 설립년도 : 1980. 4. 11. (2006.9.30. 코리아센터로 전환)
- 공간규모 : 약 2,540㎡ (768평)
- 직원현황 : 주재관 1명(고위), 직원 9명(한국인 7, 현지인 2)
- * 현 문화원장 : 김남중 (15대, 2016. 2. 부임)



□ 주요 면담 내용

【인사말씀】

- 문화 산업의 본산인 LA에서 한국 문화를 알리기 위해 노력하고 계신 원장님 이하 직원들의 노고에 격려와 박수를 드림

【LA한국문화원 업무】

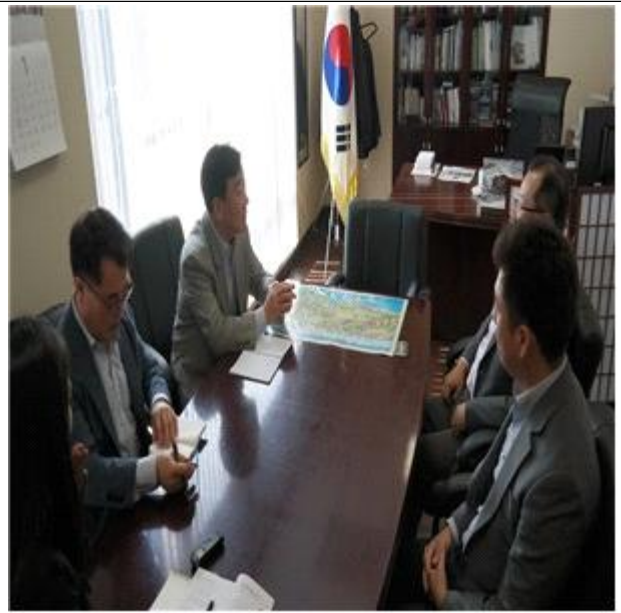
- (KCC) LA한국문화원의 행사들은 누구를 대상으로 하는 것인지? 교민을 대상으로 하는지? 현지인들을 대상으로 하는지?
 - (LA한국문화원) 해외에서 우리 문화를 홍보하는 일을 하는게 재외문화원의 역할임
 - 또한, LA는 교민들이 약100만명 정도 거주하기 때문에 한국 전통 문화를 하는 예술가들이 많고, 행사를 유치하기에 좋은 위치임
- (KCC) 한국 문화를 알리는 행사를 많이 유치한 것으로 들었음. 어떤 행사를 했었는지?
 - (LA한국문화원) K-POP 콘서트, K-CON, K-POP 커버댄스 페스티벌, K-POP world 페스티벌, K-POP 아카데미 등 공연은 일년에 최소 15번 이상 진행하고 있음
 - K-POP 콘서트의 경우 관객이 8만명이 몰리는 2박 3일의 공연으로 한국인 관객도 있지만 관객의 90%가 외국인으로 집계됨
 - K-CON 행사는 CJ가 주관하여 가수 섭외를 담당하고 문화원은 관광공사와 함께 기업 부스 등 프로그램에 참여함. K-CON 행사도 역시 외국인을 대상으로 하고 있음

- K-POP 아카데미는 한국의 세종대, 호서대 실용음악과 교수가 보컬, 댄스를 2~3주의 집중 트레이닝하는 프로그램으로 문화원과 교육원이 함께 진행하고 있음
- 세종학당은 매주 화요일 저녁에 18세 이상의 외국인을 대상으로 하는 한글 교육 프로그램으로 UCLA 등의 한국학 박사과정 분들이 교육하고 있음
- 이 밖에도 서울신문과 공동 주최하는 K-POP 커버댄스, 매월 정기적으로 영화를 상영하거나, 영화 특별시사, 영화학과에 강연을 하는 시네마 투어 프로그램 등 행사를 진행하고 있음
- LA한국문화원에서 특별히 진행하고 있는 프로그램으로는 LA PD, 보안관(Sheriff)을 대상으로 한국 문화와 역사에 대해 강의를 열고 있음

【한류 현상 관련】

- o (KCC) 한류 콘텐츠 관련하여 관심을 갖고 있으며 방송통신위원회 차원에서 정책적으로 지원해야 하는 부분이 있는지 고민이 많음. 미주 지역에서의 한류 추세는 어떠한지?
- (LA한국문화원) 한류는 지금 최정점이라고 생각함
- 90년대 한류가 시작했을때에도 5년 뒤면 꺾일것이다 예상했지만 또 다시 싸이라는 가수도 인기를 얻었고, 현재는 BTS(방탄소년단)의 인기가 하늘을 찌르고 있음
- CJ의 K-CON에 대한 관심을 보면 시장성이 있다고 판단되고, 당분간 한류 열풍은 지속될 것으로 전망함

< LA한국문화원 면담 사진 >



4. 한국콘텐츠진흥원 LA사무소 면담

□ 개요

- 일시 : '18. 1. 12.(금) 10:00
- 장소 : 한국콘텐츠진흥원 LA사무소
- 면담자 : 김철민 소장

< 한국콘텐츠진흥원 LA사무소 개요 >

- 개소일 : 2004년 6월 29일
- 인력현황 : 총 4명 (본원 파견 1명, 현지 채용인 3명)
- 주요업무

구분	주요내용
마켓정보 수집·제공	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 콘텐츠의 원활한 미국 시장 진출을 위한 최신 시장/ 소비자 동향 분석 및 정보 제공 강화 - 미국 콘텐츠 해외진출 정책, 전략 및 사례 분석 등
핵심 네트워크 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 엔터테인먼트 산업계 인사, 유관기관 등 네트워크 - 메이저 주요 기업, 기관, 매체 등과의 전략적 네트워크 강화 및 기확보된 네트워크DB 업데이트
현지 마케팅 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 콘텐츠기업 현지 마케팅 지원 - 미국 진출 컨설팅, 현지 비즈매칭 지원, 프로모션 행사 - 현지 마켓(전시회) 운영 지원
해외 홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 콘텐츠 인지도 제고를 위한 언론홍보 - 현지 미디어와의 네트워크를 기반으로 보도자료 배포 등 매체홍보

□ 주요 면담 내용

【인사말씀】

- 미국 내 콘텐츠 교류를 위해 노력하고 계신 소장님 이하 직원들의 노고에 격려와 박수를 드림

【한국콘텐츠진흥원 LA사무소 업무】

- (KCC) 국내 콘텐츠의 미국 시장 진출을 위해 한국콘텐츠진흥원 LA 사무소에서는 어떤 업무를 하는지?
 - (한국콘텐츠진흥원 LA사무소) 드라마, 애니메이션, 스타트업 기업을 선정하여 현지 관계자와 연결해주는 산업적 측면에서의 업무를 하고 있음
 - 비즈니스센터를 운영하여 국내기업의 미국 진출을 위한 법률, 회계, 통·번역, 경영 컨설팅, 사업설명회 개최 지원 등 해외 진출에 대한 종합적인 서비스를 제공함
 - K-POP 인지도 제고를 위해 IDENTITY LA 공연을 개최하여 북미, 중남미 시장의 한류 핵심고객층(아태계 미국인)을 대상으로 하고 있음
 - K-디지털 쇼케이스를 개최하여 국내 유망 스타트업의 미국 시장 진출을 위한 투자유치 IR를 온라인과 오프라인을 연계하여 진행 하고 있음
 - 현지 핵심 네트워크 구축을 위한 글로벌 비즈니스 교류회를 개최 하여 현지 유력 바이어와 비즈니스 파트너 확보를 위한 네트워킹*을 추진하고 있음

* 현지 산업관계자(Sony, youTube, 넷플릭스 등), 할리우드 멘토단(코리안-아메리칸), LA유관기관(시의회)과의 전략적 파트너십 관계 구축

- 한국 드라마의 위상을 제고하고, 수출 등 비즈니스 활성화를 위해 한국 드라마 및 예능 포맷 공개 상영을 위한 K-Drama at LA 스크리닝 비즈니스 상담회를 개최하고 있음

【포맷 판매 현황】

- o (KCC) 보도를 통해 접하고 있습니다만, 한국 드라마 ‘굿닥터’, 예능 ‘꽃보다 할배’ 등 포맷 수출이 실제로 활발하게 이루어지는지?
- (한국콘텐츠진흥원 LA사무소) 매출액과 예약이 늘어나고 있는 추세이며 소비자들의 관심도 늘어나고 있음
- 리메이크시 원작자인 PD와 작가가 참관하여 작품을 만들어 원작의 틀을 유지하도록 하고 있음
- 포맷 수출은 미국 콘텐츠 시장에서의 가장 좋은 비즈니스 전략이라고 생각함

【플랫폼 확대 관련】

- o (KCC) 새로운 플랫폼의 확대, 온라인 미디어의 등장에 어떻게 대응하고 있는지?
- (한국콘텐츠진흥원 LA사무소) 훌루(Hulu), 넷플릭스 등에 이미 한국 콘텐츠들이 많이 진출하여 미국 가입자들이 한국 드라마를 많이 시청하고 한국에 대해 많이 알고 있음

< 한국콘텐츠진흥원 LA사무소 면담 사진 >



5. CJ E&M LA지사 면담

□ 개 요

- 일 시 : '18. 1. 12.(금) 13:30
- 장 소 : CJ E&M LA지사 회의실
- 면담자 : 안젤라 킬로렌 상무 등

□ 주요 면담 내용

【인사말씀】

- 한류 콘텐츠 확산의 주역인 CJ E&M LA지사 노고에 격려와 박수를 드림

【CJ E&M LA지사 현황】

- CJ E&M LA지사는 2007년 부터 업무를 시작하였고, 2011년은 M-net 방송 론칭을 시작으로 CJ가 미국에 콘텐츠 관련해서 직접 하는 모든 사업의 원년임
 - M-net은 K-POP으로 유명하기도 하지만 미국에서는 드라마, 음식 등 여러가지 한류 콘텐츠를 방송하고 있음
 - 론칭 당시 가입자 수는 400만 가구였고, 현재 1,800만 가구로 미국 전체 시장의 20% 정도 수준임
 - 뉴욕, LA, 시카고 등 9개 대도시에 방송되고 M-net과 관련한 소셜 미디어는 직접 운영하며, 팔로워는 100만명 정도로 대다수가 미주인임

【KCON 관련】

o (KCC) KCON을 시작한 계기는 무엇인지?

- (CJ E&M LA지사) K-POP은 YouTube를 통해 많이 확산은 되었으나 미국에서 K-POP을 접할 수 있는 수단이 많이 없고 방송으로 제공하는것도 유례가 없었음
- 예전에는 직접 접할 수 없는 온라인에서만 K-POP이 있었고 실감이 나지 않는다는 욕구와 예전의 방송들은 한인들을 위한 방송이어서 나이층이 높았기 때문에 젊은층이 가지고 있는 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 장을 만들어야 겠다고 생각함
- KCON는 2012년에 시작하여 단발성이 아닌 매년 오픈을 목표로 베이스를 유지하고 충전하는 자리를 만들고자 하고 있음
- 한류 콘텐츠를 가지고 사업을 할때 PP입장으로 MSO나 플랫폼에게 M-net의 시청자 규모와 이용자 파워를 보여줘야 한다는 니즈가 있었고, 광고주에게도 한류 콘텐츠가 단순히 미국 1%미만의 한인들의 콘텐츠가 아닌 미국인들을 대상으로 하는 콘텐츠임을 보여주기 위해 시작함

o (KCC) KCON은 어떻게 진행하고 있는지?

- (CJ E&M LA지사) 콘서트는 2일간 1만 2천여명이 수용되는 스테이플스 센터에서 이뤄지고, 컨벤션은 3일간 전시, 패널 워크샵, 음식 스트리트 등 체험관 형식으로 진행하고 있음
- 작년의 경우 17만명 정도 방문한 것으로 집계되며, 이중 60%는 다양한 인종(비아시아인)의 15세~24세 여성으로 집계되었음

o (KCC) KCON의 의미는 무엇인지?

- (CJ E&M LA지사) 콘서트(Concert), 컨벤션(Convention), 콘텐츠(Contents), 커넥션(Connection)의 의미로 '한류의 모든 것'을 테마로 하여 컨벤션과 콘서트를 결합한 최초의 K-Culture 페스티벌임

【K-POP 관련】

o (KCC) K-POP에 대한 전망을 어떻게 보는지?

- (CJ E&M LA지사) K-POP은 키우기 나름이라고 생각함. 2012년 KCON 시작할 때 현지 기획사, 본사 등 모두 반대 의사를 표시했지만 이제는 제자리를 잡았고 그룹내의 반대 의견은 잦아들었음
- 일본의 애니메 엑스포를 벤치마킹하였고, 전체적으로 사업의 기반을 쌓는것이 중요하다고 생각함
- 직접 소비자층을 잡고 KCON을 통해 재충전을 하여 소비자층을 유지하고 새로운 소비자층을 끌어들이 수 있도록 팬들을 관리하고 새로운 아티스트를 소개한다면 지속 가능성이 높다고 전망함

【마무리 인사】


o (KCC) 한류 확산의 교두보가 되어주어 고마움, 앞으로 방통위 차원에서 도움줄 수 있는 부분이 있는지 살펴보겠음

- (CJ E&M LA지사) 마케팅 효과로 안주하지 않고 새로운 사업도 만들어 나갈 예정임. 멈추지 않고 투자를 하고 시장을 확고히 하여 성장을 하겠음

< CJ E&M LA지사 면담 사진 >



Ⅲ. 보도 자료

 방송통신위원회	보도 자료	제공일 2018. 1. 8. (월)
	2018년 1월 8일 (월) 배포 시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.	

문의 : 기획조정관 국제협력팀 김영주 팀장(☎2110-1331)

국제협력팀 박정은 주무관(☎2110-1332, vakje@korea.kr)

김석진 상임위원 국제전자제품박람회 CES 2018 참관

- 한류 방송 콘텐츠의 미국시장 진출 동향 파악 위해
MBC America 등 방문 -

방송통신위원회 김석진 상임위원은 1월 9일부터 미국 라스베가스에서 개최되는 국제전자제품박람회(Consumer Electronics Show : CES)를 참관하여, 한국 기업 전시관을 찾아 관계자들을 격려하고 최신 방송장비 기술 및 서비스 동향을 파악할 예정이다. 이번 CES 2018에서는 '스마트 시티의 미래'를 키워드로 내세우고 있으며 인공지능, 자율주행, 5G, 사물인터넷, 증강/가상 현실 등 다양한 기술을 바탕으로 스마트 생태계 구현이 주목받을 것으로 기대된다.

아울러, 김석진 위원은 로스앤젤레스에서 MBC 아메리카, CJ E&M LA 지사 등을 방문하여 한류 방송 콘텐츠 진출 현황 파악 및 교류 활성화 방안을 논의할 계획이다. 끝.