국외출장 결과보고

2017 NAB SHOW 참관 등
국외출장 결과 보고서

◆ 기　　간 : 2017. 4. 23(일) ~ 4. 28(금), 4박 6일

◆ 방문국가 : 미국 (라스베가스, 로스엔젤레스)

방 송 통 신 위 원 회

Ⅰ. 출장 개요

□ 출장 목적

o NAB Show '17(국제방송장비박람회) 관람 및 미국 내 방송·통신 관련기관 방문을 통한 해외 방송통신 산업의 동향 파악

o 미국 내 방송통신 주무기관인 FCC와 간담회를 통해 협업의제 발굴 및 현지 방송사 방문을 통한 방송현황 파악 등

< NAB 2017 개요 >

o 개 요 : '67년부터 매년 개최되는 세계 최대의 방송장비 박람회
o 주 최 : 북미 방송사업자연합회(NAB, National Association of Broadcasters)
o 일정 및 장소: '17. 4. 22.(토)~27.(목), 미국 라스베이거스 컨벤션 센터(LVCC)
o 전시품목 : 방송통신 관련 장비·서비스·콘텐츠 등 전문 전시회

□ 출장 내역

o **일시** : '17.4.23.(일) ~ 4.28.(금)

o **인원** : 김영관 방송정책국장, 박동주 방송기반총괄과장, 지상파방송정책과 강준성 사무관, 임현탁 주무관

o **장소** : 라스베이거스, 로스앤젤레스

□ 주요 활동

o (LasVegas) NAB Show 주요 부스 방문 및 Private Demo 참석, FCC 미디어국·기술국장과 실무진 면담 및 회의 정례화

o (LosAngeles) 국내 지상파방송3사의 해외법인 방문 및 면담, MCN 사업장을 방문하여 미국 내 OTT 산업의 현황 파악

□ 세부 일정

일자	시 간	내 용	비 고
4.23. (일)	21:00	출국	KE005(대한항공) 21:00~16:20
	16:20	LasVegas 도착	
4.24. (월)	10:30～12:00	NAB 전시회 관람	CONVENTION CENTER
	14:00	방송사 Private DEMO 시연 참석	WEST GATE HOTEL
	15:45～16:45	FCC 국장급 면담 진행	CONVENTION CENTER
	17:30～20:00	방송사 실무진 면담 겸 만찬	
4.25. (화)		LA로 이동	
4.26. (수)	10:30～12:00	KBS AMERICA 방문	
	12:00～13:30	LA 소재 방송사업자 오찬	
	14:00	MBC AMERICA 방문	
	15:00	SBS INTERNATIONAL 방문	
	17:00～18:00	LA 소재 MCN 사업자 면담	COLLAB
4.27. (목)	12:40	출발	KE018(대한항공) 12:40~17:50
4.28. (금)	17:50	귀국	

II. NAB SHOW 전시 개요

□ 행사 개요

o 명 칭 : 2017 국제방송장비전시회(2017 NAB Show)

o 기 간 : 2017. 4. 24.(월) ~ 4. 27.(목), 4일간

o 장 소 : 미국, 라스베이거스 컨벤션센터(LVCC)

o 주 최 : NAB*(National Association of Broadcasters, 미방송사업자연합회)

* 1922년 Eugene F. McDonald Jr.이 미국 시카고에서 설립한 연합으로 현재 Gordon Smith가 CEO로 재직 중이며 8,300여개의 라디오, TV 방송국을 대표하는 단체

<최근 3년간 개최현황>

개최 년도	참가국	참가업체수(개사)			참관 바이어수(명)		
		국내	해외	총계	미국내	미국외	총계
2014	155	53	1,716	1,726	69,481	28,434	97,915
2015	164	58	1,789	1,789	76,800	26,319	103,119
2016	178	52	1,732	1785	76,119	26,893	103,012

□ 전시장 개요

o 전시장 구성 : 전시장비 특성에 따라 총 4개의 전시홀로 구성



전시홀	주요 기업	비고
North Hall (편집장비/라디오장비)	o Evertz, Lawo, GatesAir 등 o IP Showcase - AIMS	o Korea UHD on Air(23개사) o 개별 전시업체(3개사)
Central Hall (제작장비/음향장비)	o Sony, Canon, FOR-A, Ikegami, Vitec, ATOMOS 등	o KOTRA 한국관1(15개사) o 개별 전시업체(6개사)
South Upper Hall (전송장비/온라인영상)	o Ericsson, Harmonic, Avid, CISCO 등	o KOTRA 한국관2(12개사) o 개별 전시업체(4개사)
South Lower Hall (디스플레이/후반제작장비)	o Blackmagic Design, Grass Valley 등	o 개별 전시업체(3개사)

Ⅲ. NAB SHOW 전시 동향

▶ **2017년 주요 화두, ATSC 3.0 "IP & HDR"**

- 송수신 장비 뿐만 아니라 제작·편집 전반의 장비가 IP기반으로 전환되었음
- ATSC 3.0, HDR 기반의 다양한 4K 제작·편집 장비 출시

1 ATSC 3.0 서비스 모델

o ATSC 3.0 표준을 활용한 새로운 비즈니스 모델 소개

- 통신환경과 연계한 다양한 양방향 서비스*, 커넥티드 카에 대한 다양한 정보 제공 등 부가사업의 가능성 제시

* ATSC 3.0 기반의 맞춤형 광고, T-커머스, 프로그램 가이드 영상 등

o 국내 연구기관 및 가전사 주도로 이동방송 서비스 개발 및 시연

- ETRI·LG전자 등이 모바일 수신 모듈을 개발하였으며, 추가적인 소형화 작업을 거쳐 스마트폰에 내장하는 것이 최종 목표

2 IP기반 방송장비

o 제작, 편집, 송수신 등 대부분의 방송장비를 IP 기반으로 설계하여 방송망과 브로드밴드망의 융합 기반 마련

- IP 기반 인터페이스 표준에 따른 SW/HW 개발이 동시에 진행되고 있으며, 특히 송신부 관련 장비들을 대거 출품하였음

3 고품질 영상(HDR, BT2020 등)

o 해상도 향상 외에도 깊은 명암대비 효과(HDR; High Dynamic Range) 및 폭넓은 색재현(BT 2020)을 통하여 고품질 영상 구현

-실시간 방송에도 HDR을 적용하는 장비 출시

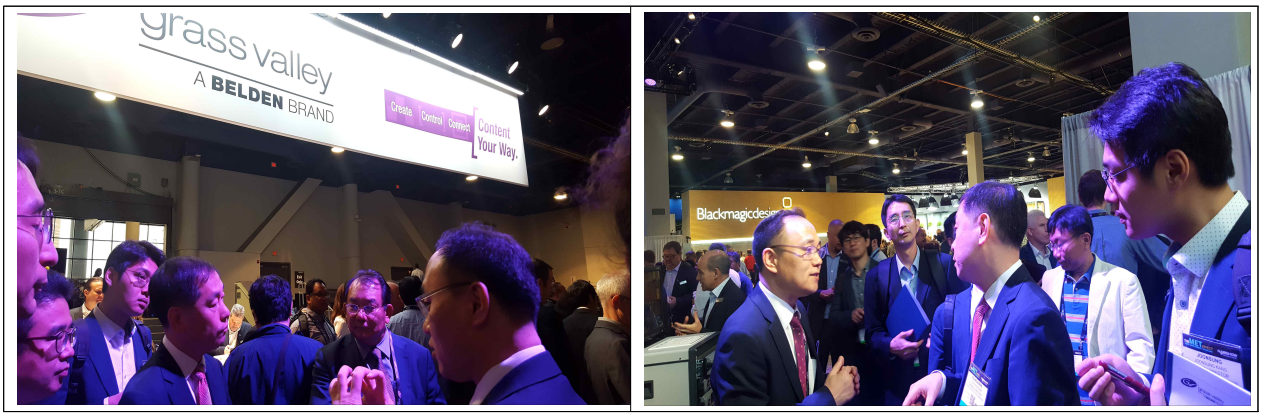
Ⅳ. 주요 전시 현황

1 해외 업체

o (GrassValley) 4K 카메라, 스위처, 서버 등 다양한 4K전용 장비들을 선보이고 있으며 사용자의 조작효율성에 중점을 두고 있음

- (카메라) Native HDR을 적용한 4K 카메라 및 HD 카메라
- (스위처) 12G SDI를 지원하는 IP 입출력 신호 처리기
- (IP 지원) 기존 라우터 패널을 혼용 가능한 IP 신호 관리 솔루션 및 통합 멀티뷰어 지원, 모니터링을 통한 조작효율성 확보

< G.V 전시관 >



o (소니) 4K 카메라 및 디스플레이를 출품하였으며 일본의 UHD 방송이 8K를 지원하는 관계로 8K 장비도 제작하고 있음

- (카메라) 최대 16배속까지 지원하는 촬영장비를 선보임
- (HDR) 깊은 명암대비의 실시간 HDR(High Dynamic Rang)을 지원하여, 별도의 후보정 작업 없이 HDR을 구현
- (IP 지원) IP 기반의 4K 라이브 시스템을 구성

< SONY 전시관 >



o **(파나소닉)** 방송용 전문 4K 카메라인 UX 시리즈를 전시

- **(카메라)** HDR에 특화된 4K 촬영 카메라 출품

- **(방송용 모니터)** 복잡한 인터페이스를 단일화하여 전송할 수 있는 4K 모니터를 개발하고, 3D 화면을 실시간으로 조작할 수 있는 박스형 디스플레이 장비 시연

< 파나소닉 전시관 >



o **(Ericsson)** 4K 하드웨어(UHD TV)를 바탕으로 방통 융합서비스를 제공할 수 있는 포탈서비스를 설계하고, 각종 OTT/VOD 망과 연계

- 상용 인터넷 망을 통하여 유튜브, 넷플릭스 등 유수의 사이트를 연결하여 TV 내에서 해결할 수 있는 사용자 환경 구현

2 한국 전시관

o (K-UHD) 국내 지상파방송사와 ETRI 등 연구기관이 참여한 전시부스

- (홈포털 2.0) IP와 연동이 용이한 ATSC 3.0의 특성을 활용하여 방송과 통신을 아우르는 통합플랫폼 시연, 지상파 채널과 VOD 서비스 제공

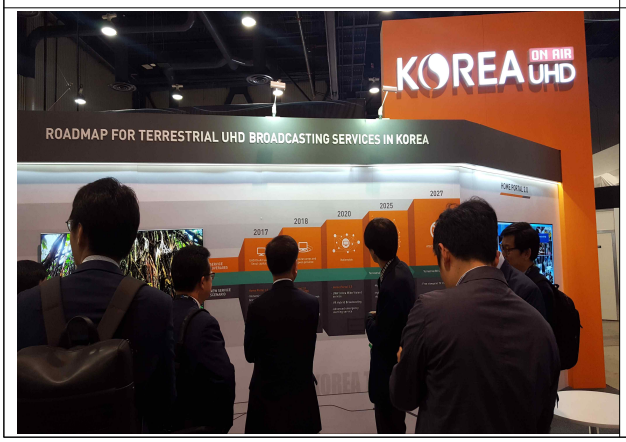
- (LDM) 이동방송 또는 다채널 방송에 활용될 수 있는 계층분할다중화(Layered Division Multiplexing)를 기반으로 UHD 1개 채널과 HD 3개 채널을 동시 송·수신하는 사례 시연

- (CP) 국내 UHD 방송에 적용된 콘텐츠 보호기능(Content Protection) 매커니즘을 도식화하여 설명하고, 실제 적용된 사례 전시

o (Private Demo) NAB SHOW 행사의 일환으로 행사장 부근에 있는 WestGate 호텔에서 차량형 이동방송 서비스 시연

- LG전자가 핵심기술(K-UHD관의 LDM 기술과 동일)을 제공하고, 모바일 방송의 활용 가능성을 서비스모델로 구체화하여 시연

- 칩셋 크기의 제한에서 비교적 자유로울 수 있는 차량 디스플레이에 모바일 칩셋을 연결하여 ATSC 3.0 방송을 이동수신하고, 위치정보 및 네비게이션 지형정보 등을 BroadCasting으로 실시간 업데이트

K-UHD 전시관 전경	지상파 홈포털 시연
	

참고 **NAB 2017 국내기업 참가 현황**

□ 총 참가기업 현황

(단위 : 개)

공동관		개별참가기업	합계
KOREA UHD 테마관	KOTRA		
23	27	17	67

□ KOREA UHD 테마관(총 23개)

구분		참여기업	구분		참여기업
제작	카메라	㈜와이앤엠시스템즈	송수신	인코더	DS브로드캐스트 픽스트리, 카이미디어
	카메라리그	서울텍		시그널링서버	디지캡, 에어코드
	데이터백업장비	넥스토디아이		ESG 서버	디지캡, 에어코드
	조명	디엠라이트		리먹스	디지캡, 에어코드
	렌즈	삼양렌즈		콘텐츠보호인증	디지캡
편집	문자발생기	컴픽스		스케줄러	마루이엔지, ATBIS
	제작서버	유윈인포시스		송신기	진명통신
	방송용모니터	티브이로직		수신	삼성, LG
	IML	UHD Converter			

□ KOTRA(총 27개)

<Central Hall 15개 참가기업>

회사명	전시품목	회사명	전시품목
넷미디어	VR 짐벌	㈜알라딘	BI-FLEX LITE
㈜디지털포레스트	Bridge Converter	㈜애니텍	V mount battery
㈜매트릭스라이트	LED Light	㈜엑스엘	Camera Fiber Optic Converter
매크로영상기술(주)	Image Signal Processor	예그린	LED Video Lighting
모션9	싱글라인캠, 듀얼라인캠	㈜젠익스텍	모듈
㈜바라본	와이어캠, 드론	㈜컴마트시스템	HDC-M235 Mini Square Camera
아이엠엘(주)	UHD Converter	㈜포스티엄코리아	4K 방송용모니터
㈜한국에빅스	PTZ Camera		

<South Upper 12개 참가기업>

회사명	전시품목	회사명	전시품목
㈜님버스	무선고화질영상송수신기	㈜엑스크립트	Condition Access Module
㈜디에스브로드캐스트	4K UHD Encoder	㈜인텍디지탈	Set top Box, Satellite receiver
㈜마루이엔지	ATSC3.0 Gateway	㈜카이미디어	HD/UHD Decoder, 4K Live Encoder
㈜마크애니	불법복제보호솔루션	㈜텍스타	Software Video Codec For Digital Video Devices
㈜에어코드	ATSC3.0 Signal ESG	㈜텔리뷰	DTV Modulator
㈜에이티비스	ATSC3.0 Schedular SFN	㈜픽스트리	UHD 실시간 인코더

□ 개별 참가업체 현황(총 17개)

구분	회사명	전시품목	부스번호
1	NextoDI Co., Ltd.	저장장치	C12328
2	Sam Woo Electronics Co., Ltd.	코넥터 등	C6946
3	BON ELECTRONICS. INC	방송용 모니터	C7049
4	Brexel Inc.	가상 스튜디오	C7750
5	DMLite Co., Ltd.	LED 조명	C9549
6	K2E	Audio/Video monitor 등	C12025
7	Mooovr, Inc	리그	N1210VR
8	TVLogic	방송용 모니터	N5306
9	AIDA	컨버터	N5432
10	EMSlab	4D Replay	N5634
11	Visual Research Inc	문자발생기	SL11616
12	Malgn Technology Co Ltd	MAM	SL14911
13	LUMANTEK Co., Ltd.	Video Switcher	SL9327
14	i-Yuno Media Group	자막기	SU11914
15	CASTWIN Co., Ltd.	인코더	SU4916
16	JINMYUNG Broadcast	송신기	SU4916
17	KOBA 2017 (Korea E&Ex Inc.)	국내전시회 홍보 부스	SU9024SR

V. KCC-FCC 국장급 면담

□ 개 요

- (개최 일시) '17. 4. 24.(월) 15:45 ~ 16:45

- (개최 장소) 라스베가스 NAB 행사장 회의실(N-227)

- 정책협의체 참석자

기 관	성 명	직책
KCC	김영관	방송정책국장
	박동주	방송기반총괄과장
	강준성	지상파방송정책과(행정사무관)
	임현탁	지상파방송정책과(전산주무관)
FCC	Michelle Carey	미디어국 국장 (The Chief of the Media Bureau)
	Jeff Nevamann	미디어국 수석엔지니어 (The Chief engineer of the Media Bureau)
	Julius Knapp	기술국 국장 (The chief of the Engineering & Tech)
	Hillary DeNigro	미디어국 부국장(보) (The Associate Breau Chief of the Media Bureau)

□ 주요 논의 사항

가. 방통융합 서비스 규제 개선 관련

나. UHD - ATSC 3.0 관련

다. 방송광고규제완화

라. 정책협의체 개최 정례화 제안

가. 방통융합 서비스 규제 개선 관련

o FCC는 OVD(Online-Video-Distributor) 개념을 사용하고 '14.12월 정액의 가입비를 받아 제공되는 실시간 OVD의 MVPD 편입 방안을 제안한 후 의견수렴 중이며 시장획정·규제적용 여부는 명확하게 결정되지 않음

※ 선형OVD(linear OVD) : 이용자가 원하는 콘텐츠를 선택하는 것이 아니라 서비스 사업자가 사전 편성된(prescheduled) 영상물을 IP망을 통해 제공하는 서비스

o 현재까지 별도 후속 조치는 없으며, FCC 위원장은 인터넷 동영상 시장의 혁신이 계속되기를 바란다는 전제 하에 시행령 개정안 시행 여부를 심사숙고하고 있다고 밝힘('15.12.17일)

< 면담 내용 >

o **(방통위)** OVD를 MVPD에 포함하는 NPRM이 아직 시행되지 못하는 이유가 무엇이며 개정된 규칙 시행 후 예상하는 시장효과는?

⇒ **(답변)** MVPD 정책 전반을 면밀히 검토하겠지만, 아직까지 OVD 관련하여 예정된 규제 정책은 없음

※ 새로 임명된 파이 FCC위원장의 경우 보다 시장친화적인 정책을 추진할 것으로 예상되며, OVD를 규제하지 않을 가능성이 높음

나. UHD - ATSC 3.0 관련

o 한국은 지상파 UHD 국가표준으로 ATSC 3.0을 채택하였으며, 이에 따라 올해 5.31일 수도권을 시작으로 총 3단계에 걸쳐 지상파 UHD 전국 방송망을 구축할 계획

※ 지상파 UHD 방송 도입에 따라 '27년 ATSC 1.0 중단 및 ATSC 3.0 전환을 목표로 하고 있으며, 시청자 보호를 위해 10년간 동시방송을 진행할 예정

o 지상파방송사는 ATSC 3.0의 IP기반 프로토콜을 브로드밴드망과 연계하는 양방향서비스를 개발하고 있으며, 가전사와 검증 작업중

- 방통위는 서비스별 성격을 고려하여 허용여부를 각각 검토할 예정

< 면담 내용 >

① **(방통위)** 미국의 경우 ATSC 3.0을 다채널 방송에 활용할 것으로 알고 있는데 도입시점은 언제쯤으로 생각하고 있는지?

⇒ **(답변)** ATSC 3.0 도입 로드맵은 올해 연말에나 수립될 예정이며, 해당 표준을 어떻게 활용할지는 방송사업자의 선택에 맡기고 있음

② **(방통위)** 이동방송 서비스 도입에 대한 구체적인 계획이 있는지?

⇒ **(답변)** 아직 구체적인 로드맵은 없으나, ATSC 3.0이 이동방송을 고려하여 설계된 표준이므로 조만간 도입할 것

③ **(방통위)** 미국에서는 방통융합서비스 개발·제공을 위한 정책이 추진되고 있는지?

⇒ **(답변)** 방통융합서비스는 방송통신사업자가 자율적으로 개발하여 제공할 수 있으며, 꼭 필요한 경우에 한해 최소한의 규제만 적용

다. 방송광고 규제 완화 관련

o 인터넷·모바일로의 매체 이용행태 변화 및 매체별 광고 규제수준 불균형 등으로 인해 한국 방송광고시장이 지속적으로 축소되고 있음

※ 매체별 광고매출액 : 지상파 2.2조, 온라인 1.5조('10년) → 지상파 1.6조, 온라인 3.4조('16년)
'16년 지상파 광고매출액 : 1조 6,183억으로, 전년 동기(1조 9,069억) 대비 2,886억(15.1%) 감소

- 그러나 과거 방송의 매체력이 크고 방송광고 수요가 풍부하던 시기의 엄격한 규제체계를 그대로 유지하고 있어, 방통위는 콘텐츠 제작 재원 마련을 위해 방송광고 규제 완화를 지속적으로 추진하고 있음

o 미국의 방송광고는 기본적으로 자율규제에 따르고 있으며 협회 등을 통한 간접 규제가 일반적임

< 미국 광고 규제 현황 >

1 방송광고 규제

o **(형식규제)** FCC는 방송광고를 단일 개념으로 규제하지 않고 각 규제법규에 대한 이해를 돕은 부속 조항으로 제공

※ (예) 어린이 광고시간을 제한하거나 VOD를 정의하기 위해 위해 광고의 정의 제공

o **(양적규제)** 광고내용 및 광고총량에 대한 정부규제 철폐('84년~) 이후 미국방송협회(NBA)의 권고에 따른 자율규제 허용

o **(내용규제)** 허위·과장광고로부터 소비자를 보호해야 할 의무, 프로그램과 광고 간의 분리 의무 등을 자율적으로 준수

- FCC는 '대중과 방송(The Public and Broadcasting)' 보고서('08)를 통해 방송광고에 대한 8가지 지침 마련

※ 정치적 방송광고 판매 금지, 어린이 프로그램 광고시간 제한, 비영리교육 방송광고 등을 제외하고 사업자와 광고주 간 자율 거래 간섭 금지

2 온라인 광고규제

o **(총론)** 일반적인 광고에 적용되는 규제와 규제기구를 중심으로 온라인 광고규제 집행

o **(내용규제)** FTC(연방거래위원회)는 온라인 및 모바일 환경을 반영한 광고규제지침('13년)을 통해 정보전달 매체에 관계없이 동일하게 소비자를 보호해야 할 의무, 광고 또는 정보 게시가 명확하고 분명할 의무 등 마련

< 면담 내용 >

① **(방통위)** 광고규제의 가장 중요한 목적은 시청자 보호라고 할 수 있는데, 방송광고에 대한 FCC의 지침을 포함하여 현행 방송광고 자율규제가 이용자 보호에 어느 정도 기여한다고 생각하는지?

⇒ **(답변)** FCC가 방송광고에 대한 지침을 마련한 것은 사실이나, 기본적으로 사업자 자율규제를 원칙으로 하며 지금까지는 특별한 문제없이 잘 유지되고 있다고 생각함

< 미국 광고 시장 현황 >

o 지상파 방송광고 매출액은 지속적으로 증가하나 그 비중은 줄어들며, 온라인광고는 가장 강한 성장세를 보이며, '20년에는 방송광고 매출액을 앞지를 것으로 예상

- **(방송광고매출액)** 65조 5,540억원('13년) → 69조 9,020억원('15년), '20년에는 81조 7,460억원 예상

※ 지상파 방송광고 매출액 : 40조 1,290억원('13년) → 40조 6,410억원('15년)

- **(온라인광고매출액)** 42조 1,840억('13년) →59조 5,520억원('15년), '20년에는 93조 4,830억원 예상

② **(방통위)** 방송·온라인 광고 매출액 변동이 현행 미국 방송시장 및 인터넷·모바일 등 기타매체 시장 구조에 미치는 영향은?

⇒ **(답변)** 방송·온라인 광고 시장매출은 매년 확대되고 있으나, 최근 이슈화 되고 있는 망중립성* 원칙이 폐기된다면 일부 수익이 통신 시장으로 이동할 것으로 예상

* FCC 의장은 기존 망중립성 원칙을 폐기하고 보다 완화된 원칙을 만들겠다고 밝혔으며, 통신망을 사용하는 사업자들이 이용료를 부담하게 될 전망

③ **(방통위)** 매체 이용행태 변화에 따른 광고시장 변동은 피할 수 없는 추세이나 이에 따른 부작용도 나타나고 있는데, 연방정부 차원의 제도 정비가 필요하지는 않는지?

⇒ **(답변)** 일부 사례를 통해 제도 정비의 필요성을 느끼고 있으며, 구체적인 정책은 새로운 FCC 의장 체제에서 논의할 것

④ **(방통위)** 한국은 지상파방송사의 광고 수익이 줄어 걱정하고 있다. 미국의 지상파방송사의 광고 수익은 어떻게 되고 있는가?

⇒ **(답변)** 지상파 광고수익은 현상유지 수준이며, 케이블은 가입자가 조금씩 감소하고 있으나 BROADBAND, OVD등을 활용하여 성장 중

라. 정책협의체 개최 정례화 제안

o **(제안)** 미쉘 케리 국장님께서도 잘 아시겠지만 작년 4월, 방송통신위원회(KCC) 최성준 前 위원장께서 워싱턴을 방문하여 연방방송통신위원회(FCC) 톰 휠러 前 위원장과 고위급 면담을 갖은 바 있음

- 또한 양 기관의 방송통신 정책 및 규제 이슈를 공유하고 토의할 수 있는 실무급 정책협의체를 개최하는 것을 합의하여 오늘 이렇게 첫 만남을 갖게 되었음

< 2016 KCC-FCC 면담 요약 >

□ 일시 / 장소 : 2016.4.15.(금) 15:00-16:00 / 워싱턴 D.C. FCC 회의실

□ 면 담 자 : 톰 휠러(Tom Wheeler) FCC 위원장

□ 면담내용

o (주파수 인센티브 옥션) 경매 진행방식 및 주파수 재배치 원칙 등

o (망 중립성) UHD 등 대용량 콘텐츠의 인터넷 트래픽 유발에 따른 사업자 이해관계

o (슈퍼쿠키 사용 등 개인정보 보호) 쿠키 사용에 대한 FCC의 입장 등 정책 논의

< 제안 내용 >

o **(방통위)** 방통위는 매년 NAB 행사에 참여하고 있는데, 행사 참여와 함께 KCC-FCC 정책협의회도 정기 개최하는 것을 제안함

⇒ **(답변)** FCC가 NAB 행사에 매년 참석하고 있지는 않으나, 면담 장소를 유동적으로 조정할 수 있다면 매우 의미 깊은 정례 회의가 될 것으로 기대함

VI. LA 지역 주요기관 방문

□ KBS America 방문(`17.4.26.(수) 11:00~12:00)

o **참석자** : 유건식 사장, 장화영 경영사업국장, 김기곤 광고국장

o **법인 현황**

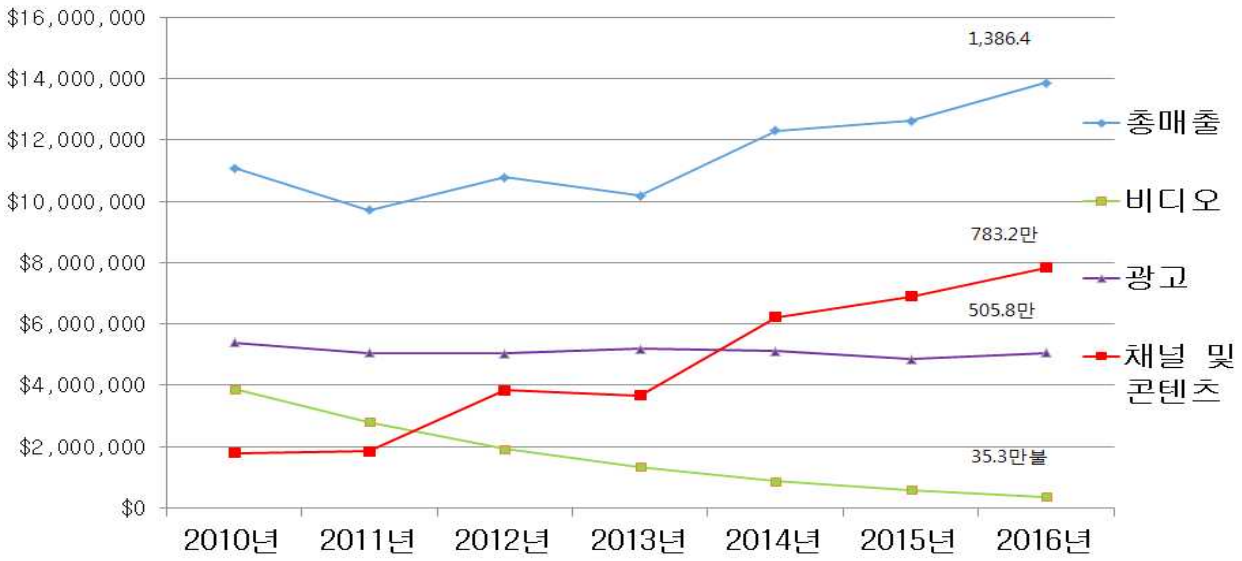
- 미국 내 지상파 및 유료방송 서비스를 제공하고 있으며, 위성망을 이용하여 미국 전 지역에 채널을 송출하고 있음

< KBS World 서비스 현황 >

지상파 DTV	로스앤젤레스	케이블 베이직	남가주
	샌프란시스코		뉴욕/뉴저지
	애틀랜타		하와이
	시카고		버지니아
	시애틀		O.C./Palos Verdes
케이블 프리미엄	워싱턴DC/매릴랜드		샌프란시스코
	뉴욕/뉴저지		시애틀
	플로리다		시카고
	캐나다 온타리오	위성	DIRECTV (전국)

※ KBS World24 뉴스는 시카고, 로스앤젤레스 지역에 서비스

< 최근 7년간 매출 현황 >



o 주요 면담 내용

- KBS America는 2015.3월 시카고 지역(350만 가구), 로스앤젤레스(550만 가구)에 뉴스채널 World24를 런칭하고 Apple TV, 유튜브 등 온라인 플랫폼을 활용하여 미 전역에 한국소식을 알리고 있음

- 또한, 단순한 PP사업자의 역할을 넘어서 한인 지역 사회를 중심으로 공익적인 지원 사업*을 실시하고 있으며,

  * 산불피해가구 지원, 소아환자 치료비 지원, 소중한 인연 찾기 캠페인 등

- 미국 외에도 베네수엘라 등 남미 지역에 한국 드라마를 원어로 더빙하여 수출(케이블)하는 등 사업 외연을 확장해 나가고 있음

  ※ 편당 판매가격이 200달러 내외인데, 원어 더빙에 드는 비용은 800~1000 달러로서 손실을 감수하고 있어 정부의 지원이 필요한 상황

- 최근에는 한국 드라마 '굿닥터'를 재가공하여 파일럿* 프로그램으로 선보였으며, 시청자 반응이 좋아 정규편성도 기대하고 있음

  * 미국에서는 파일럿 프로그램을 편성 후 시청자 반응이 60% 이상 긍정적이면 해당 프로그램을 정규 편성하고 있으며, 굿닥터의 경우 80% 이상 긍정적인 평가를 받고 있음

주조정실 전경	관계자 면담
	

□ MBC America 방문(`17.4.26.(수) 14:00~15:00)

o **참석자** : 김나희 콘텐츠채널 사업국장, 김나리 보도팀장 등

o **법인 현황**

- 미국 내 지상파 및 유료방송 서비스를 제공하고 있으며, 위성망을 이용하여 미국 전 지역에 채널을 송출하고 있음

- 인터넷·모바일 및 스마트TV에도 VOD 서비스를 제공중

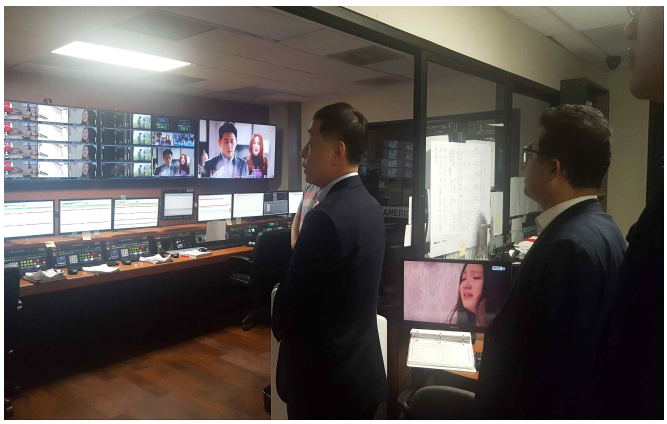
o **주요 면담 내용**

- MBC America는 국내 드라마 등 인기콘텐츠를 영어자막 또는 더빙하여 미주시장 유료방송 사업자들에게 제공하고 있으며,

- 최근 주조정실을 재정비하고 사업영역을 확장하는 등 미주지역 프로그램 제공사업자로서 입지를 강화하고 있음

- 특히, 홈쇼핑 채널을 런칭하여 한인타운을 중심으로 송출하고 있으며, 사옥 내에도 매장을 마련하여 운영하고 있음

※ 현재까지는 홈쇼핑 사업이 적자이나, 장기적인 수익창출을 기대중

주조정실 전경	현장방문 기념사진
	

□ SBS International 방문(`17.4.26.(수) 15:00~16:00)

o **참석자** : 유환식 사장, 김문진 뉴미디어 팀장 등

o **제공 서비스**

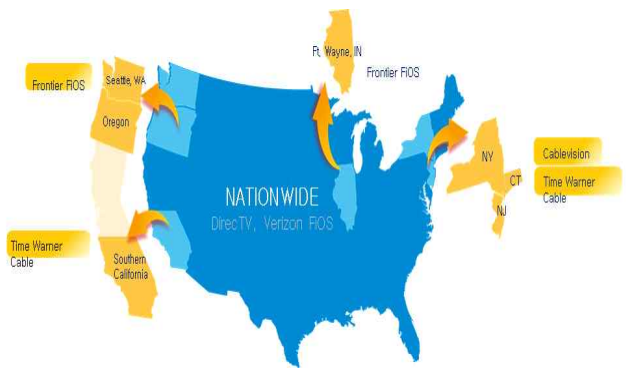
- **(지상파)** LA 로컬 채널 일 3시간, 하와이 일 24시간 방송
- **(유료방송)** 위성 Direct TV(미 50개주), Verizon Fios 방송
- **(VOD)** 온라인 VOD 서비스 업체에 프로그램 공급

o **주요 면담 내용**

- **(SBS)** 미국에서는 다채널 방송이 활성화되어 있는데, 한국에서도 ATSC 3.0 기반의 지상파 다채널 방송 도입을 검토할 필요가 있음

⇒ **(방통위)** 한국에서도 지상파 다채널 서비스 관련 법안을 마련 중이며, 법안 통과 후 다채널 서비스가 가능해질 것으로 전망하고 있음

- 현재 아리랑 TV의 미주사업을 대행하고 있는데, 기타 한국 PP 채널들보다 인지도가 높으며 영어로 더빙되어 차별성이 있음
- 미국은 케이블 방송이 시장의 90% 이상을 점유하고 지상파 직접 수신율이 9%에 그치고 있으나 광고 매출 규모는 유지되고 있음

SBS International 서비스 권역	현장방문 기념사진
	

□ Collab 방문(`17.4.26.(수) 17:00~18:00)

o **참석자** : 최유진 부사장, Allan Lee 아시아 기획담당

o **사업 현황**

- L.A 지역에서 70여개 채널의 개인방송을 운영하고 있는 MCN 사업자, 개인방송 BJ(Broadcasting Jockey)를 관리하고 있음

- BJ가 진행하는 개인방송 영상을 실시간/비실시간으로 유튜브에 업로드하고, 시청자 수에 비례하여 광고수익을 올리는 구조

※ 유튜브 광고수익의 45%는 구글이 가져가고, 나머지 55%를 매니지먼트 사업자와 개인방송 BJ가 나누고 있음

o **주요 면담 내용**

- Collab은 미국 내의 MCN 사업자 중 유일하게 외부의 지원 없이 운영되고 있으며, 한국을 포함한 아시아 지역까지 사업영역을 확장하여 개인방송 콘텐츠를 발굴하고 있음(BJ 섭외 및 촬영 지원)

- 개인방송 콘텐츠는 BJ의 성향에 따라 다양하게 구성되나, 인기 채널은 의외로 평범한 일상생활을 방송하는 경우가 많음

- 아직까지 개인방송사업자에 대한 직접적인 정부규제는 없으며, 자율규제를 바탕으로 개인방송을 관리하고 있음

Collab 관계자 면담	사옥 내 스튜디오
	