

TIFFCOM 2015 참관 결과보고서

I. 출장개요

○ 목 적

- 세계 유수의 방송 콘텐츠 동향 파악 및 네트워크 교류 등

- ⊙ TIFFCOM은 영상, 음악, 애니메이션 등을 통합한 콘텐츠 마켓
(영화, TV, 애니메이션, DVD, 모바일, 인터넷, 만화, 디지털 미디어
콘텐츠, 음악, 출판 등 전 분야)
- ⊙ 아시아, 태평양 지역의 영화, TV 프로그램 등의 마켓으로 특화
(2014년 기준으로 25개국, 331개사, 1천 8백명 참가)

- 기 간 : 2015.10.20(화) ~2015.10.23(금), 3박 4일

- 대상국가 및 방문기관 : 일본(도쿄 오다이바, TIFFCOM 행사장 / FUJI TV
/ NHK TV)

- 출장자 : 이재연(전문임기제 나급), 신주희(전문경력관 나급), 이찬우(행정
주사보), 안혜경(계약직)

II. 출장내용

○ 주요 활동 내용

- 10.20(화) : TIFFCOM 2015 등록 및 오프닝 참관
- 10.21(수) : TIFFCOM 2015 전시 참관(콘텐츠 부스 담당자 미팅, 한국공동관
방문 및 협력체제 구축 등), 한일 비즈니스 교류회 참석(콘텐츠
진흥원 주관)

- ⊙ 콘텐츠 부스 담당자 미팅 : 중국 CCTV, 일본 SPBC, 일본 Niigata
Television, NHK nep 등 방문하여 다큐멘터리 구매 문의 및 스크리닝
- ⊙ 한국공동관 및 개별 부스 방문 : 콘텐츠진흥원과 MBC, KBS 등 국내
방송사, 한국영화진흥회 등의 부스 방문하여 해외 콘텐츠 구매 및 수출
프로세스 협의 및 해외 마켓 담당자 협력체제 구축
- ⊙ 한일 비즈니스 교류회 참석 : NIKKO TOKYO(공동주최 공익재단법인 유
니재팬)에서 개최한 행사에 참석하여 방송 네트워크 교류

- 10.22(목) : FUJI TV 및 NHK TV 견학

- ⊙ FUJI TV 견학(도쿄 오다이바) : FUJI TV 대표 캐릭터인 <원피스>를 비롯하여 다양한 방송 콘텐츠 시청 및 10개관 규모의 홍보관 체험
- ⊙ NHK TV 견학(도쿄 시부야) : NHK 방송 테마 파크인 <스튜디오 파크>에 방문하여 NHK 프로그램 제작과정, UHD 기술 시연, 대표 영상 관람, 오리지널 캐릭터 콘텐츠 등과 공개 프로그램 녹화 시연 참관 및 시연

- 10.23(금) : 전체일정 정리 및 참관결과 토의

Ⅲ. 시사점 및 특이사항

○ 시사점

- TIFFCOM 참관으로 방송의 최신 트렌드 경험, KTV 시청률 제고를 위한 콘텐츠 아이디어를 계발하고 프로그램 구매 및 편성을 제고함
- 국제방송시장의 프로그램 홍보 유형을 분석, KTV 대내외 홍보에 적용하면서 동시에 인지도 및 고객만족도 전략 수립에 도움을 줌
- 부스별로 진행되는 미팅도 업체별로 상담부스를 지정 배치하여 바이어와 전시 참가 기업들로부터 좋은 반응을 얻음
- 한국공동관에서 방송콘텐츠 네트워크 노하우 협의를 통해 국제공동제작 기회를 모색함
- FUJI TV와 NHK TV는 방송국 홍보관을 인기 캐릭터 위주로 조성하여 특히 초·중·고 학생들에게 인기가 높았고, 머천다이징 상품 개발을 통해 채널 인지도를 높이는 점은 참조할 만함

○ 특이사항

- 국내 콘텐츠 마켓(서울 코엑스 BCWW, 부산 벡스코 BCM 등)과 비교하여 규모는 비슷하지만 다양한 콘텐츠를 종합적으로 다루고 있다는 점에서 프로바이더와 바이어 양측을 만족시킴
- 또한 일반시민 참여도 높아서 전문 비즈니스 모임이 아닌 지역의 축제와 같은 분위기를 연출하고 있음
- 도쿄국제영화제와 함께 진행하는 덕분에 비지터 카드(뱃지)로 영화를 감상하는 등 다양한 부대행사 참여가 가능하여 호응이 높았음

IV. 첨부자료(관련사진)



TIFFCOM 2015 전시 참관



중국 CCTV 부스 방문



일본 SPBC 부스 방문



Niigata Television 콘텐츠 협의



한일 비즈니스 교류회 참석 및 콘텐츠 교류 협의(콘텐츠진흥원 주관)



FUJI TV 견학



NHK TV 견학