

차년도 해외 현지 홍보 계획 수립을 위한 국외출장 결과보고

'24. 8. 12.(월) / 홍보협력부

□ 출장 개요

- (출장목적) 차년도 저작권 보호 캠페인 추진 범위 확대를 위해 태국 내 온·오프라인 광고 활용 가능성 조사 및 현지 유관기관 업무협의
- (기간/장소) '24. 7. 29.(월) ~ 8. 2.(금), 4박 5일 / 태국 방콕
- (출장자) 홍보협력부 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임

□ 출장 일정

일자	시간	주요 일정	비고
7.29.(월)	~07:30	공항 이동 및 집결	-
	09:30~15:00	인천 출발(09:30) → 태국(방콕, 13:15) 도착	대한항공
	15:00~18:00	온·오프라인 홍보 스폿 조사	-
7.30.(화)	08:00~09:00	보호원 태국사무소 업무협의	붙임1
	10:00~11:00	콘진원 태국비즈니스센터 업무협의	붙임2
	12:00~14:30	지재원 동남아서부 IP센터 업무협의	붙임3
	15:30~17:00	디지털스타크(현지 홍보대행사) 업무협의	붙임4
7.31.(수)	10:00~13:00	주태한국문화원 / 방콕 세종학당 업무협의	붙임5
	14:30~16:00	한태교류센터(현지 홍보대행사) 업무협의	붙임4
8.1.(목)	09:00~12:00	온·오프라인 홍보 스폿 조사	붙임6
	14:30~16:30	태국 지식재산청(DIP) 업무협의	붙임7
8.2.(금)	10:00~11:00	MAJOR CINEPLEX(태국 영화관) 업무협의	붙임8
	12:30~13:30	공항 이동	-
	13:30~23:00	태국 출발(15:15) → 인천 도착(22:40)	대한항공

* 방문기관 내부 사정으로 대상 및 일정 일부 변경

□ 소요예산 : 6,261,839원(부가세 포함)

구분	산출내역	금액(원)	비고
K-콘텐츠 내돈내산 프로젝트	· (일 비) \$30×5일×2인×환율+\$26×5일×환율=	596,152	-
	· (숙박비) 124,610원×3인×4박=	1,495,319	법인카드 결제일 환율 적용, 수수료 포함
	· (식 비) \$44×5일×(15-8)/12식×환율+\$37×5일×(15-8)/12식×환율=	404,366	1인당 8회분 감액
	· (항공운임) 1,176,000원×3인=	3,528,000	실비정산
	· (해외보험) 20,000원×3인=	60,000	총 5일
	· (해외로밍) 59,000원×2인+60,002원×1인=	178,002	총 5일
합계('24.6.26. 매매기준(\$=1,386.4원) 환율 적용)		6,261,839	-

* (식비감액) 총 15회분 중 8회분 식비공제(기내식(2회)·숙소조식(4회)·간담회비(2회))

□ **개요**

- 일시/장소 : '24년 7월 30일(화), 8:00~9:00 / 태국사무소 회의실
- 참석인원 : 총 5명
 - (태국사무소) 홍훈기 소장, 이희동 차장
 - (보 호 원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
- 논의안건
 - 태국 현지 K-저작권 지킴이 운영 시 협조 가능 범위 협의
 - 태국 지식재산청(DIP), 우수 저작권 지킴이 등 한국방문 시 인솔 가능 여부 등

□ **주요 논의 결과**

- 태국 현지 K-저작권 지킴이 운영 시 협조 가능 범위 논의
 - (협조 요청사항①) 사무소 직원(양사나 주임, 변호사) 활용 외국인 저작권 지킴이 제작 홍보 콘텐츠 내 법률(태국 저작권법) 검토 협조 여부
 - ☞ (사무소 검토의견) 법률 검토 가능하나, 태국 법무법인 검토가 선행 되더라도 정확한 태국 저작권법 법률 검토에 한계 있음
 - (협조 요청사항②) 외국인 저작권 지킴이 오프라인 선발(서류·면접 등)* 및 행사 시(발대식·해단식 등)** 현지 진행 여부
 - * 서류전형 및 면접 등 진행 시 심사비(전문가활용비) 예산 지원 등
 - ** 문화원 내지 세종학당 기반 시설 이용하여 화상으로 한국 행사장과 연결, 오프라인 행사 진행 예정
 - ☞ (사무소 검토의견) 태국사무소에서 추진하고 있는 기존 업무 일정과 겹치지 않을 경우 협조 가능
- DIP, 저작권 지킴이 등 한국방문 시 의전 및 인솔 가능 여부 논의
 - (협조 요청사항③) 태국 저작권 지킴이가 최우수팀 선정 시 해당 인원 인솔하여 한국 내방 가능 여부
 - * (인원) 5명(예정), (시기) '25년 12월(예정), (일정, 3박 4일) 해단식 참석, 한류체험 등

☞ (사무소 검토의견) 태국사무소에서 추진하고 있는 기존 업무 일정과 겹치지 않을 경우 협조 가능

- (협조 요청사항④) 국제 저작권 보호 공모전 시상식 참석을 위하여 DIP 공무원 및 본선 참가자 인솔하여 내방 가능 여부

* (인원) DIP 공무원 2~3명, 본선 참가자 4명(예정), (시기) '25년 8월(예정), (일정, 3박 4일) 시상식 참석, 한류체험 등

☞ (사무소 검토의견) 공모전 시상식 참석을 위하여 DIP 공무원 및 본선 참가자 인솔, 한국내방 → “협조 가능”

□ 개요

- 일시/장소 : '24년 7월 30일(화), 10:00~11:00 / 태국센터 회의실
- 참석인원 : 총 6명
 - (콘진원) 박응진 센터장, (사무소) 홍훈기 소장, 이희동 차장
 - (보호원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
- 논의안건
 - 태국 내 콘텐츠산업 동향, 캠페인 전략 수립 방향 논의
 - 차년도 태국 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인(공모전 등) 협조 요청 등

□ 주요 논의 결과

- 태국 내 콘텐츠 산업 동향, 캠페인 전략 수립 방향 등 논의
 - 태국 정부(국무총리실)는 '태국형 콘진원' 설립 추진 중으로 콘진원이 자문 중에 있으며, 내년 상반기에 관련 법 통과 될 것으로 예상함
 - 태국 내 저작권 보호에 대한 인식 수준이 낮으나 태국 정부의 소프트파워에 대한 관심이 점차 증가하고 있으며, 이에 따라 저작권 보호 필요성에 대해 공감하는 추세임
 - 태국 등 동남아 지역 진출을 희망하는 기업이 많으나 일부 콘텐츠 기업(애니메이션·캐릭터 등)의 경우, 비즈니스로까지 연결이 어려워 실제로 진출하는 비율은 낮음
 - K-POP 등 음악업계는 현지 공연, 팬미팅 등으로 수익화에 중점을 두는 반면, 저작권 보호에 대한 니즈가 다소 낮은 것으로 파악됨
- K-콘텐츠 보호 캠페인 추진 시 고려사항 논의
 - 캠페인의 메시지가 '강력한 처벌'을 강조하기 보다는 이용자에 대한 '우호적(friendly)' 메시지를 선택하는 것이 바람직함
 - 태국 내에서 가장 영향력 있는 홍보매체는 트위터, 틱톡, 페이스북 등 순이며, 해당 매체 활용하여 콘텐츠를 확산하는 것이 적합함

- 태국은 영상콘텐츠 제작 능력이 우수하여 국제 공모전에서 다수의 수상 경력이 있어, 시나리오가 아닌 영상 공모전으로 추진하여도 우수 콘텐츠 제출이 가능할 것으로 보임
- 태국 내 B급 감성의 스토리 광고가 유행하고 있어, 영상 제작 시 해당 포맷으로 제작 검토 필요
- 광고 송출 시 고령층은 TV 광고, 젊은층은 온라인 광고(SNS·OTT 등) 하는 것이 적합함
- 태국 영화 티켓 가격이 비교적 비싸며(약 300바트, 약 1만 2천원), 파묘 이외에 다른 한국 영화의 경우 관객 수가 10명 내외임
- 리사(블랙핑크), 미니(여자아이들), 뱀뱀(GOT7) 등 한류연예인을 활용한 캠페인 시, 홍보 효과가 크지만 비용 부담이 큼
- 태국 내 한국 웹툰(네이버웹툰·카카오웹툰)이 인기가 높으며, 특히 '여신강림' 야옹이 작가가 인기가 많아 메신저로 활용 검토 필요
- 태국 내 한국 인플루언서 인기가 높아, 태국 내지 한국 유튜버를 활용할 경우 연예인 대비 비용 절감 가능

구분	채널명	구독자수	개설시기	주요내용
한국	큐태오빠 (Kyutae Oppa)	897만명 ¹⁾	2017년	태국을 혼자서 여행하는 시리즈 콘텐츠를 업로드하고 있으며, 책 출간, 광고, 태국 방송 출연 등 태국 기반 활동 중
	컬렌 (Cullen HatBar)	276만명 ²⁾	2022년	태국 지역별로 친구들과 여행을 하는 영상 업로드하고 있으며, 태국 기반 광고 및 협업 활동 중
태국 ³⁾	zbing z.	1,910만명	2014년	비디오 게임 라이브스트리밍 및 라이프스타일 관련 콘텐츠가 주력 내용
	Kaykai Salaidar	1,700만명	2016년	엔터테인먼트, 생활, 취미, 여행, 커버송 등 다양한 콘텐츠 업로드
	Bie The Ska	1,450만명	2006년	커버송 업로드로 시작하여 현재는 생활, 여행 콘텐츠 등으로 확장

○ 차년도 태국 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인 협조 요청 등

- K-콘텐츠 보호 캠페인 영상 제작 시, 사전에 시나리오 검토 가능
- 콘진원 태국비즈니스센터는 태국어 기반 SNS 채널을 운영하고 있어, 캠페인 영상이나 공모전 모집 등 관련 홍보 협조 가능

1) 구독자수 : 2024년 8월 5일 기준

2) 구독자수 : 2024년 8월 5일 기준

3) 출처: 태국 콘텐츠 특화보고서(한국콘텐츠진흥원, 2024년 05호)

□ **개요**

- 일시/장소 : '24년 7월 30일(화), 12:00~14:30 / 동남아서부IP센터(공유오피스)
- 참석인원 : 총 7명
 - (지재원) 정상윤 센터장, 김보용 주임, (사무소) 홍훈기 소장, 이희동 차장
 - (보호원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
- 논의안건
 - 태국 이외 서비스 제공 국가에서 사업 추진 시 협력방안
 - 차년도 태국 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인 협조 요청 등

□ **주요 논의 결과**

- 지재원 '위조품 식별 세미나' 개최 시 공동 협력 가능 여부 논의
 - 지재원 동남아서부IP센터는 태국 포함한 5개국(인도네시아·말레이시아·캄보디아·미얀마 등)에 지재권 보호 서비스를 제공하고 있음
 - '지식재산권 보호'라는 취지는 일맥상통하나, 초청 공무원 및 기업이 상이하기 때문에 추가 검토가 필요
 - 또한, 일반인 대상으로 인식 제고 활동을 할 경우 행사 내용이 변경되기 때문에 본래 취지에서 벗어나 지재원 본사와 논의 필요

지재원 해외IP센터 주요 사업		
① 현지 당국 지재권 보호 협력 활동	위조품 식별 세미나	해외 현지에서 지재권 단속 공무원 등을 대상으로 우리기업 지재권 피해 현황 및 정·가품 구별법 안내
	현지 공무원과 지재권 보호 협력 간담회	우리 기업 위조상품 생산, 유통 주요국 우리 기업 간 지재권 침해 이슈 공유 및 협력체계 구축
② 지재권 정보제공	현지 지재권 세미나·설명회	현지 지재권 이슈를 온·오프라인으로 전파하여 진출기업의 지재권 인식 제고
	뉴스레터 제공	해외IP센터 관할 40개국 내 지재권 뉴스를 번역, 요약하여 제고(월 1~2회)
	현지 위조상품 실태조사	우리기업 집중 국가 선정, 현지 실태조사 실시하여, 결과공유 및 대책방안 마련

지재원 해외IP센터 주요 사업		
③ 지재권 상담	지재권 상담 지원	현지 해외IP센터 전담인력이 지재권 관련 상담 제공
	이동식 상담 부스	전시회 및 수출상담회 등에 참가하는 우리기업의 현지 지재권 이슈 상담 제공
④ 현지 침해대응 지원	지식재산 권리보호	현지 지식재산권 출원 비용 지원, 해외세관 지재권 등록 지원 등
	지재권 법률서비스	지재권 침해피해, 지재권 분쟁, 기타 지재권 이슈 대응 등
	지재권 보호 컨설팅	해외IP센터 전문인력 및 전문로펌을 통해 지재권 관련 컨설팅 제공 등

○ 차년도 태국 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인 협조 요청 등

- '17년, '23년 보호원-지재원 간 업무협약(MOU) 후속조치로, 양기관의 홍보 채널 상호 활용 가능하다고 판단됨
- 현지인 대상 'K-콘텐츠 보호 동참 캠페인' 홍보콘텐츠(영상·이미지) 제작 시 시나리오 사전 검토 가능함
- 인스타그램·페이스북 등의 계정을 운영 중이며, 홍보콘텐츠 제작 완료 후 지재원 홍보채널 활용하여 확산 가능함
- 보호원에서 저작권 보호 교육 영상 자료 제공 시, 태국 등 5개국 진출 지재권 기업에게 공유 가능함
- 우리 지재권 기업 상담 시, 저작권 이슈(저작권등록 등)에 대한 문의가 일부 있음 → 보호원에서 운영 중인 '맞춤형 해외 저작권 바우처 지원사업' 안내 바람

□ **개요**

구분	일시	장소	참석자	
			현지 대행사	보호원
1차	7.30.(화), 15.30~17:00	태국사무소 회의실	디지털스타크 (연철호 대표)	정성희 부장 고아라 과장 이제형 주임
2차	7.31.(수), 14.30~16:00	한태교류센터 회의실	한태교류센터 (이유현·홍지희 대표 이창화 부장)	정성희 부장 홍훈기 소장 고아라 과장 이제형 주임

□ **주요 논의 결과**

○ **태국 내 저작권 보호 캠페인 홍보 전략 논의**

- 태국 미디어 비용 저렴하며(한국 1/5 수준) 태국은 유료 광고 표시 의무가 없기에 인플루언서 및 리뷰마케팅 효과가 높음
- 정부광고의 특성상 스토리텔링에 더욱 집중하여 홍보하는 것이 효과적일 것임
- 태국 광고는 스토리텔링이 매우 중요하며, 영상 제작과 동시에 인플루언서 리뷰 이벤트도 함께 진행하는 것이 효과가 가장 높을 것임
- 인플루언서 활용 영상을 제작한 후, 인플루언서 채널에 게시하는 것 보다 광고 영상을 구매하여 다시 캠페인 부스팅 가능하도록 하는 것이 효율이 높음
- 태국 진출한 한국 콘텐츠 기업의 경우 태국에서 캠페인을 진행 하는 경우, 협업을 제안한다면 같이할 확률 높기에 별도로 섭외할 필요 없다고 판단됨
- 유명 브랜드들과 협업해야 캠페인 성공 확률이 높아지며, 라이징 스타가 아닌 인지도는 높지만 오래된 연예인을 활용하는 것을 추천함

* 변우석, 김선호, 이민호, 정해인, 손흥민, 박지훈, 엑소, 갓세븐 등

○ 태국 방송국 프로그램 內 K-콘텐츠 보호 메시지 전달 논의

- 예능프로그램 등에서 패널들의 대화를 통하여 저작권 보호 메시지 자연스럽게 노출
- 생활정보프로그램 등에서 태국 내 'K-콘텐츠 인기-침해현황-보호 메시지' 중심으로 에피소드 제작·송출

태국 방송사 주요 프로그램						
프로그램명	장르	채널명	방영일	PPL 타임	시청률	타킷층
The Wall song	TV음악예능	Workpoint	매주 목, 20:15	3~5분	2% 내외	전연령층
School Rangers	TV게임예능	GMM TV	매주 일, 12:00	3~5분	2% 내외	10~30대
Wednesday Talk, Wednesday Call	라디오	FM94, ATIME	매주 수, 21:00	3~5분	유튜브 300k뷰	전연령층
Tour Ma LONG	예능뉴스쇼	Mono29	매주 월~금, 17:15	3~5분	유튜브 300k뷰	전연령층
T-POP Stage Show	음악예능	Workpoint	매주 목, 21:15	3~5분	0.3~0.6% 유튜브 10M뷰	10~20대

○ 태국 인플루언서 활용한 콘텐츠 제작, 저작권 보호 메시지 확산 논의

- 저작권 보호 인식제고 캠페인 영상 제작하여 인플루언서(틱톡·유튜브·인스타그램 등), 보호원, 유관기관 SNS 등을 통해 확산
- 현지 인플루언서 대상으로 저작권 보호 릴레이 챌린지 영상 제작·확산

태국 내 주요 인플루언서				
인플루언서명	분야	업로드 분량	구독자수	가격(한화)
bangkokboykub	생활, 연예	틱톡 비디오(60초~90초)	3,600,00	5,300USD(약 730만원)
namnung.p	생활, 연예	틱톡 비디오(60초~120초)	2,900,000	2,670USD(약 370만원)
Willcomeback.w	생활, 연예	틱톡 비디오(60초~120초)	827,300	750USD(약 700만원)
palmspizy	생활	틱톡 비디오(60초~120초)	248,200	750USD(약 700만원)
Bangkok Ajumma	생활	유튜브 비디오(8~12분)	189,000	2,860USD(약 4,000만원)

태국 내 인플루언서 챌린지 사례

	<ul style="list-style-type: none"> ● 챌린지명 : 불닭 챌린지 ● 기 간 : '22.6.19. ~ 7.11. ● 타킷국가 : 태국, 인도네시아, 말레이시아, 베트남 ● 주요 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 4개국, 총 3,800명 이상 참가 - 링크 클릭수 450,000회 이상 - 조회수 2,000만회, 좋아요 11만개, 총 댓글 7,100개 이상 		<ul style="list-style-type: none"> ● 챌린지명 : 최코치와 함께하는 KTO 태권도 도전 ● 매체: 관광공사 페이스북·틱톡 등 SNS 이벤트 ● 기간 : 2022.3.4.~4.6 ● 주요 결과 <ul style="list-style-type: none"> - 이벤트 참여자 : 196,286회 - 동영상 조회수 : 2,427,826회
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

□ **개요**

- 일시/장소 : '24년 7월 31일(수), 10:00~13:00 / 한국문화원 회의실
- 참석인원 : 총 8명
 - (문화원·세종학당) 이선주 원장, 최정일 교수, 방지현 팀장
 - (한국저작권보호원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
 - (태 국 사 무 소) 홍훈기 소장, 이희동 차장
- 논의안건
 - 세종학당 교육생 등 대상 외국인 저작권 지킴이 운영방안
 - 차년도 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인 추진방향 및 홍보협조 등

□ **주요 논의 결과**

- 세종학당 교육생 등 대상 외국인 저작권 지킴이 운영방안 논의
 - 방콕 세종학당 교육생은 현재 기준 약 350여명이며, 연령층은 30~40대로 관광가이드, 결혼 등 요건을 갖추기 위해 수강함
 - 외국인 저작권 지킴이 운영 시 세종학당 교육생 보다는 콘텐츠 제작 역량이 높은, 태국 내 한국어학과(약 22개) 학생 대상으로 모집하는 것이 적합함
 - * 주태국한국대사관, 태국 대학생 대상 ‘공공 외교 서포터즈’ 운영 중(콘텐츠제작, SNS 확산 등)
 - 한국어학과 학생 대상 모집 시 해당 학교 오프라인 행사 개최 시나 문화원 SNS 등을 활용하여 모집 홍보 지원 가능함
 - 저작권 지킴이 선발 되더라도, 중도에 이탈할 가능성이 매우 높으며, 콘텐츠 제작 역량 등이 부족하여 지속적인 교육이 필요함
 - 외국인 저작권 지킴이 운영 시, 모집하기는 어렵지 않지만 언어적 한계, 콘텐츠 제작 역량, 법률 검토 등으로 인한 관리 이슈가 매우 클 것으로 예상됨

- 저작권 지킴이 관리 이슈를 최소화 하기 위해서는 태국 현지 업체 활용 검토 필요
- 태국의 경우 '라인' 플랫폼이 활성화 되어 있어, 해당 채널 이용하여 외국인 저작권 지킴이와 실시간 소통하는 것이 바람직함
- 차년도 현지 K-콘텐츠 보호 캠페인 추진방향 및 홍보협조 논의
 - 태국은 저작권에 대한 관심이 낮기 때문에, 일반인 대상 공모전 개최 시 참여율이 낮을 것으로 전망함
 - 공모전 개최 홍보 시, 일반인이 아닌 대학교 광고학과 등을 대상으로 홍보할 경우 참여율을 제고 할 수 있으며, 요청 시 태국 내 대학교 대상 공문 발송 협조 가능함
 - 태국에서 인기 있는 한류연예인을 홍보대사로 섭외하여, 팬 사인회 등 오프라인 행사 시 홍보 효과가 높을 것으로 예상함
 - '25년 하반기 개원 목표로 문화원 이전을 준비 중에 있으며, 개원 시기에 홍보대사를 활용한 오프라인 행사 개최시 문화원에게 적극 지원 가능하며, 태국 지식재산청 이외 타 정부 부처 초정 가능함
 - 문화원의 경우, 월 1회 콘텐츠 업로드, 숏츠 상시 업로드 하는 등 SNS 활성화 되어 있어 필요시 저작권 보호 콘텐츠 게시 가능
 - * (주요콘텐츠) 한국 웹툰기업 재직 중인 태국 직원 인터뷰, 최영석 태국 국가대표 태권도 감독 인터뷰(한국의 '히딩크') 등
 - 세종학당의 경우, 저작권 보호 '홍보' 이슈 보다 '교육' 이슈에 관심이 높음
 - * 강사 및 학생의 수업자료 활용 범위, 권리의 제한, 공유 저작물 이용 방법 등
 - 보호원에서 저작권 보호 교육 가능한 인력을 제공 시, 세종학당은 교육생 모집 및 장소 제공, 정규 교육 과정 편성 등도 가능함
 - 정기적인 교육 가능 인력 제공 어려울 경우, 특강 형식(상·하반기)으로 저작권 보호 교육 개최 희망함

□ **태국 방콕 내 주요 광고 플랫폼 조사 결과**

- MRT(지하철), BTS(지상철) 광고 스폿 등을 활용한 광고
 - BTS는 내외부 LED, 외부 래핑 광고, 역 기둥 등 광고 스폿 보유
 - MRT는 112개 역의 전자 디스플레이보드와 야외 약 60곳의 LED 보유
 - 한류연예인(BTS·손예진·김선호 등)을 활용한 광고 다수 확인 가능

지하철 내외 광고 플랫폼



- 극장 광고 스폿을 활용한 광고
 - 방콕 극장은 대부분 대형 쇼핑몰 내 입점해 있으며, 스크린 이외에 다양한 옥외 매체 다수 보유
 - 대형 영화관(MAJOR CINEPLEX·SF CINEMA 등) 디지털 플랫폼에 30초 광고 할 경우, 주당 50,000~200,000바트(200만원~800만원), 소규모 체인점이나 지역 영화관의 경우 주당 20,000~270,000바트(80만원~300만원) 가격 형성됨

극장 내 광고 플랫폼



- 옥외매체를 활용한 광고
 - 비니지스 지역 15개 곳, 랜드마크 40개 곳 대형 LED 활용 가능
 - MBK 쇼핑센터와 엠파이어 타워 빌딩 대형 LED 활용 가능

랜드마크 등 지역



MBK 쇼핑센터



엠파이어 타워 빌딩



□ **개요**

- 일시/장소 : '24년 8월 1일(목), 14:30~16:00 / 태국 지식재산청 회의실
- 참석인원 : 총 10명
 - (태국 지식재산청, DIP) 띠 끄리사나판 과장(국장 직무대리), 비팃분 클라오순톤 과장, 피차야 초티판(서기관), 웬(사무관)
 - (보 호 원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
 - (태국사무소) 홍훈기 소장, 이희동 차장, (통역) 강혜정 통역사
- 논의안건
 - 양국 정부 공동 주관 국제 저작권 보호 공모전 제안 및 협력방안
 - 차년도 태국 내 K-콘텐츠 보호 온·오프라인 캠페인 추진 방안 추가 논의

□ **주요 논의 결과**

- 양국 정부 공동 주관 국제 저작권 보호 공모전 제안 및 협력방안
 - DIP가 보유하고 있는 저작권 교육자료가 있으며, 공모전 개최 시 해당 자료를 활용하여 응모자 사전 저작권 교육 가능함
 - '24년 한-베 공모전의 경우 '영상 시나리오 공모전'이었으나, 차년도 공모전의 경우 제작 콘텐츠 유형이나 형식은 아직 미정임
 - 한-태 공모전 공동 개최 시, DIP의 역할은 모집홍보, 교육자료 제공, 심사, 시상식 참석 등임
 - DIP는 영상 공모전을 개최 한적 있으나, 시상식 이후, 콘텐츠 활용하지 못하고 없어짐 → 숏츠로 제작 후, 틱톡이나 페이스북 활용하는 것 바람직함
 - DIP 주관으로 개최한 웹툰 시나리오 공모전의 경우 수상자에 한하여, 상금 및 상장, 트로피를 수여하고 한류체험 기회를 제공함

구분	대상	최우수상	우수상
상금(한화)	15만바트(약 580만원)	10만바트(약 390만원)	7만바트(약 270만원)
인원수	1명	2명, 1개팀	1명

○ 태국 내 K-콘텐츠 보호 홍보 캠페인 추진 논의

- DIP의 경우 태국 내 홍보 추진 시, 캠페인 주제는 'K-콘텐츠 보호'가 아닌 '저작권 보호'가 적합하다고 보고 있음
- 캠페인 영상 시나리오나 콘티 등을 사전 공유해 줄 경우 DIP 검토 의견 회신 가능
- DIP는 대학생을 활용한 서포터즈 운영 사례가 없으며, 외국인 저작권 지킴이 운영 시 콘텐츠 제작 주제 제안 가능함
- 태국 내 오프라인 행사 개최 시 DIP 명칭 후원을 하거나 캠페인 영상 제작 시 화면에 'DIP CI' 삽입 등 지원 필요
- ①공모전 개최, ②외국인 저작권 지킴이, ③온·오프라인 캠페인 中 DIP는 파급력이 높은 한류연예인을 활용한 캠페인, 외국이 저작권 지킴이, 공모전 개최 순으로 관심 있음
- 캠페인 추진 시 태국 내지 한국 연예인, 인플루언서 등 활용 할 경우, 많은 비용을 수반되기 때문에, 예산상의 한계로 선택과 집중이 필요함
- 태국 정부 역시 국가 홍보 부처가 있으나 정부 채널 이용 시 무료 이용 여부는 확인이 필요하며, DIP 운영 홍보 채널의 경우 사전 콘텐츠 검토 후, 무료로 이용 가능함(유튜브·틱톡·페이스북·트위터 등)
- '24년 12월 이전에, 차년도 태국 현지 홍보 계획 수립 후 DIP에게 서면으로 의견 수렴 예정

□ **개요**

- 일시/장소 : '24년 8월 2일(금), 10:00~11:00 / MAJOR CINEPLEX 본사
- 참석인원 : 총 7명
 - (MAJOR CINEPLEX) 아피차트(극장최고책임자)
 - (사무소) 홍훈기 소장, 주라이랏 주임, (통역) 강혜정 통역사
 - (보호원) 정성희 부장, 고아라 과장, 이제형 주임
- 논의안건 : 영화관 인프라 활용한 K-콘텐츠 보호 캠페인 영상 송출 등

□ **주요 논의 결과**

- **영화관 인프라 활용한 K-콘텐츠 보호 캠페인 영상 송출 논의**
 - MAJOR CINEPLEX는 태국 내 80% 점유율(전체 177개 지점, 방콕 44개 지점)을 차지하고 있으며, 스크린 수는 900여개 보유하고 있음
 - 태국 정부는 '음주운전 근절', '운동 장려' 등의 캠페인을 진행한 사례가 있으며, 극장 광고는 3가지 시간대로 구분(상영 전, 애국가 전·후)하여 송출하고 있음
 - 극장 광고의 경우 스크린 광고 이외에, 영화관 내외부 옥외매체, SNS·앱 등을 통하여 광고 가능함
 - 시간대 별로 고객층이 상이하며, 11시 이전은 고령층, 오후 2~5시 대학생, 5시 이후 직장인, 9시 이후는 서비스 종사자 등으로 구분할 수 있음
 - K-POP 콘서트(블랙핑크, 세븐틴 등)를 재상영하는 경우가 많으며, 이러한 콘서트 상영 전에 광고 송출 시 홍보 효과가 높을 것으로 예상함
 - 미국 블랙버스터 영화나 좀비물(ex. 부산행, 파묘 등) 상영 시 관객 수가 많으며, 수사물 등은 인기가 없음

- 차년도에는 아바타, 미션임파서블, 슈퍼맨, 백설공주 등 미국 블랙버스터 영화 개봉 예정이며, 개봉 시기에 맞추어 광고 송출 고려 필요
- 방콕과 같은 도시의 경우 미국 블랙버스터 영화의 소비가 높지만, 지방도시의 경우 태국 영화(ex. 란마 등)가 더 인기 있으므로, 투-트랙으로 광고 송출하는 것이 바람직함
- MAJOR CINEPLEX 자체 설문조사 결과, 극장 스크린 광고가 TV 광고 보다 더 효과적이라는 조사 결과 있었음. 그 이유는 TV 광고의 경우 보기 싫으며, 다른 채널로 돌리지만, 극장 스크린 광고의 경우 어두운 곳에서 집중해서 보고 때문에 오랫동안 기억할 수 있음

태국사무소 업무협약(7.30.)



콘진원 태국센터 업무협약(7.30.)



지재원 동남아서부IP센터 업무협약(7.30.)



한국문화원/세종학당 업무협약(7.31.)



한국문화원/세종학당 업무협약(7.31.)



한태교류센터 업무협약(7.31.)



태국 지식재산청 업무협약(8.1.)



MAJOR CINEPLEX 업무협약(8.2.)

