

 Korea MICE Association
한국MICE협회
www.micekorea.or.kr

공공부문에서의 빅데이터 관리 및 활용역량 확보의 중요성이 전 세계적으로 강조되고 있고, 창조경제의 원동력으로서 작용할 수 있다는 점을 고려할 때, 단순히 MICE 산업 통계관리 수준을 벗어나 국내 MICE산업의 빅데이터 관리 및 활용역량을 강화하고, 이를 통해 미래 성장기회를 발견하고 글로벌 경쟁력을 강화하기 위한 도구로 활용하는 전략적 노력이 필요할 것이다. The MICE



MICE는 세상의 물음표를
느낌표로 만들어주는
든든한 파트너입니다.



2013 | Vol. 23

www.micekorea.or.kr

계간 더 마이스 통권 제23호 발행 _ (사)한국MICE협회 발행일 _ 2013년 6월 14일 발행인 _ 오성환 편집위원장 _ 이창현 편집위원 _ 강다은, 권명희, 김민혜, 박진혁, 석재민, 정정숙, 조진훈, 차종대 주소 _ 서울시 중구 청계천로 40 한국관광공사 10층 (사)한국MICE협회 TEL _ 02-3476-8323~7 FAX _ 02-3476-8449
Copyright _ 박지현 기자 편집 및 디자인 _ 매경바이어스가이드(02-558-3812)

Contents

Prologue

- 01 에디토리얼 편집장 노트 | 이창현 편집위원장
- 04 오피니언 오피니언 리더 | KMA 오성환 회장
- 10 뉴스 브리핑 회원사 및 KMA 주요활동
- 12 MICE Day MICE Calendar(6, 7, 8월)

Special

- 16 특집 1 2013 한국MICE연례총회
- 24 특집 2 젊음의 도전, KMA 1기 서포터즈
- 26 글로벌 한류와 MICE의 융복합을 통한 프리미엄 효과
- 30 정책 MICE산업의 창으로 바라본 관광한국의 미래

People

- 34 Interview 1 부산관광공사 엄경섭 초대사장
- 40 Interview 2 IUSSP 세계인구총회 국가조직위원회 박은태 위원장
- 44 현장탐방 청심평화월드센터

Focus

- 46 중인 MICE산업의 지속적 발전을 위한 과제와 개선 방안
- 48 인사이트 대구/광주/인천
- 54 해외저널 삿포르 · 훗카이도 MICE 콘텐츠 마트

Communication

- 58 아카데미 제9회 한국MICE아카데미
- 60 칭찬합시다 파라다이스TNL 컨벤션사업팀 송기정 팀장
- 62 힐링컬처 정동극장 기획제작 프로듀서 장석류 차장



06



20



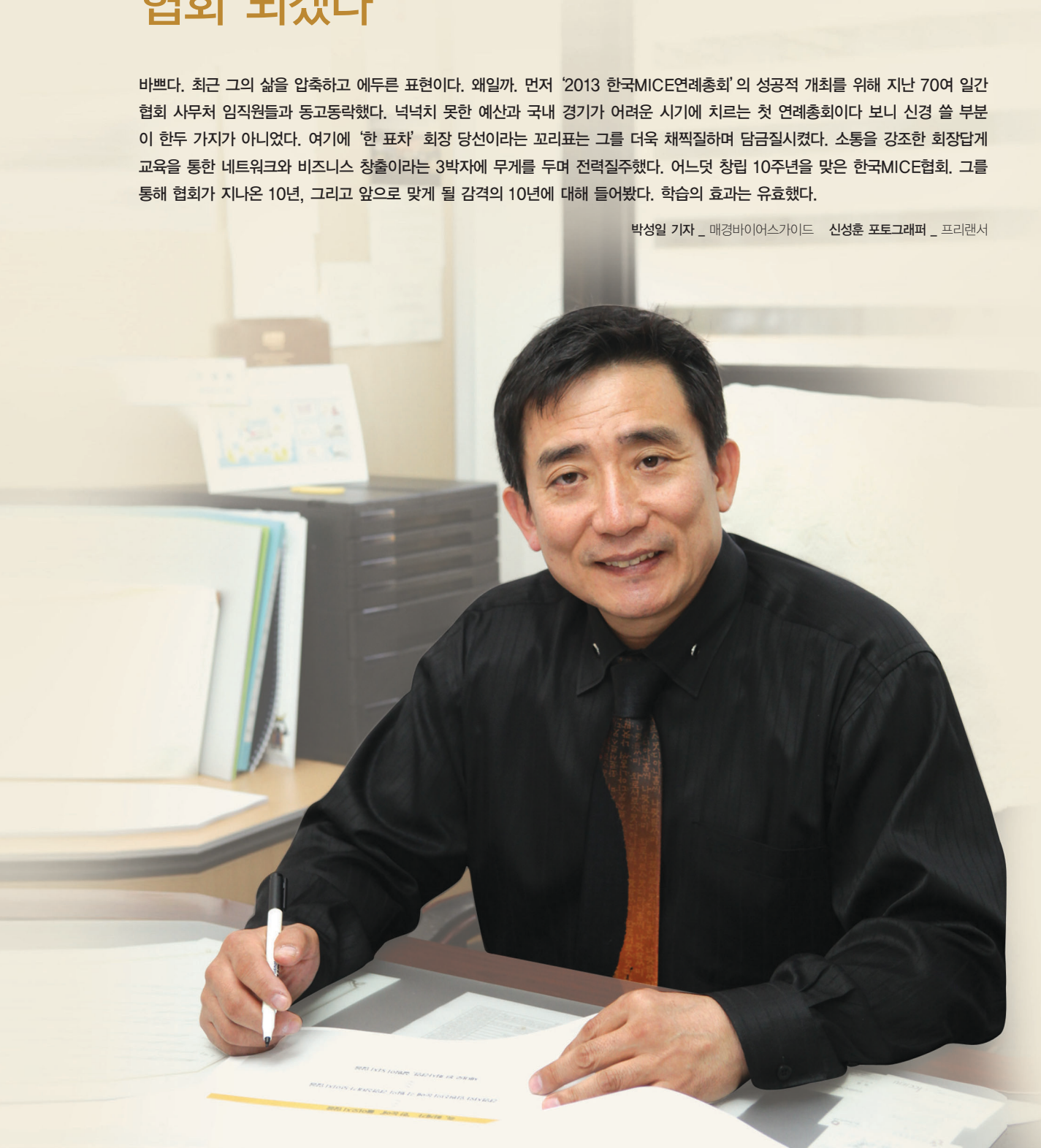
24

한국MICE협회 오성환 회장

회원사의, 회원사에 의한, 회원사를 위한 협회 되겠다”

바쁘다. 최근 그의 삶을 압축하고 에두른 표현이다. 왜일까. 먼저 ‘2013 한국MICE연례총회’의 성공적 개최를 위해 지난 70여 일간 협회 사무처 임직원들과 동고동락했다. 넉넉치 못한 예산과 국내 경기가 어려운 시기에 치르는 첫 연례총회이다 보니 신경 쓸 부분이 한두 가지가 아니었다. 여기에 ‘한 표차’ 회장 당선이라는 꼬리표는 그를 더욱 채찍질하며 담금질시켰다. 소통을 강조한 회장답게 교육을 통한 네트워크와 비즈니스 창출이라는 3박자에 무게를 두며 전력질주했다. 어느덧 창립 10주년을 맞은 한국MICE협회. 그를 통해 협회가 지나온 10년, 그리고 앞으로 맞게 될 감격의 10년에 대해 들어봤다. 학습의 효과는 유효했다.

박성일 기자 _ 매경비어스가이드 신성훈 포토그래퍼 _ 프리랜서



오성환 회장은 “협회가 걸어온 10년이라기 보다는 MICE 업계가 함께 걸어온 10년이 더 맞는 표현”이라며 “산업의 라이프 사이클로 봤을 때 한국MICE산업은 도입기에서 성장기로 가는 변곡점에 와 있다”고 밝혔다.

“세상은 생각대로 되지 않는다고 생각하는 사람들의 생각대로 됩니다. 바꿔 말하면 ‘세상은’ ‘생각대로 된다’는 뜻이죠. 앞으로 한국MICE협회는 회원사 회비로 운영하는 재정자립도를 이뤄 ‘회원사의, 회원사에 의한, 회원사를 위한’ 사업에 올인할 것입니다.”

한국MICE협회(KMA) 오성환 회장은 협회의 가까운 미래를 이렇게 앞당겨 말했다. 순수 민간단체로서 회원사의 회비 수입으로 운영될 때 진정한 재정자립을, 그리고 정부에 당당한 목소리를 낼 수 있다는 게 오 회장의 무게중심이다. 이번 ‘한국MICE연례총회(KMAC)’ 개최도 그 연장선에서 해석할 수 있는 단초다.

오성환 회장은 “이번 한국MICE연례총회는 미국 PCMA 총회나 유럽 ICCA 총회처럼 한국의 대표적인 총회를 만들고자 기획된 것”이라며 “무엇보다 MICE와 관련된 핵심 키워드가 교육인 만큼 교육을 통한 네트워크와 이를 통해 MICE를 영위하는 관계자에게 비즈니스의 기회를 마련하는 선순환의 장을 만들고 싶었다”고 이번 총회 개최의 의미를 밝혔다. 실제로 이번 행사를 위해 KMA 사무처 임직원은 휴일도 반납한 채 야근의 릴레이 바통을 이었다.

고되고 힘든 나날들의 연속이었다. 하지만 행사를 통해 얻게 될 경험과 보람은 혹시 쌓일지 모를 불만과 피로를 멀찌감치 밀어냈다. 회원사를 향한 협회의 열정과 애정도 한몫을 거들기는 마찬가지였다.





한국MICE협회 사무처 임직원이 힘차게 파이팅을 외치고 있다.
이승우 주임, 오지연 주임, 최재길 사무처장, 오성환 회장, 민다미 주임, 정형진 팀장, 문재원 사원, 이원렬 대리(좌부터)

• 도입기에서 성장기로 가는 변곡점 기로

한편 한국MICE협회가 올해로 창립 10주년을 맞이하며 제2의 힘찬 도약을 선언했다. 협회가 걸어온 지난 10년의 뒤안길, 그리고 앞으로 맞을 감격의 10년을 오성환 회장은 어떻게 보고 있을까.

“어떤 산업이 씨를 뿌리고, 뿌리를 내리고, 어린 줄기가 나오기까지는 국가에서 도움을 주는 것이 맞습니다. 하지만 줄기가 뻗어나가고, 꽃을 피우고, 열매를 맺는 것은 업계가 주도적으로 해야 합니다. 그래야 자생력이 생기죠. 지난 10년이 씨를 뿌리고, 뿌리를 내리고, 어린 줄기가 나왔던 시기라면 앞으로의 10년은 꽃을 피우고, 열매를 맺는 그런 10년이 될 것입니다.”

오성환 회장은 “협회가 걸어온 10년이라기 보다는 MICE 업계가 함께 걸어온 10년이 더 맞는 표현”이라며 “산업의 라이프 사이클로 봤을 때 한국MICE산업은 도입기에서 성장기로 가는 변곡점에 와 있다”고 밝혔다. 특히 오 회장

은 “지금의 MICE산업이 있기까지 정부의 역할이 컸다”며 “앞으로는 정부가 끌어주고, 민간이 밀어주는 협업의 관계를 넘어 업계가 자생할 수 있는 노력이 더욱 중요하다”고 강조했다.

하지만 한국MICE산업의 괄목할만한 성장에도 불구하고 오성환 회장의 고민의 골은 깊어 보였다. 이유는 간단하다. 그가 늘 주장하는 공정성 및 규범으로 압축되는 ‘정글의 법칙’과 지역경제 활성화의 허브 역할을 해야 할 전국의 컨벤션센터와 PCO(PEO) 기업 간의 온도차에서 오는 면역력 저하가 그것이다.

• 공정성과 규범은 선택 아닌 필수

먼저 우리나라는 지난 2011년 UIA 기준으로 469건 국제회의를 개최하며 세계 6위에 오른 MICE 신흥강국이다. 오성환 회장은 “우리나라는 정부의 과감한 예산지원으로 그동안 국제회의를 많이 개최할 수 있었다”며 “다만



MICE 서비스를 제공하고, 그 대가로 재화를 받는 업계도 과연 세계 6위인지는 반문해봐야 할 대목”이라고 꼬집었다. 특히 오 회장은 “무한경쟁에서도 핸디캡은 필요하다. 이것이 바로 공정성이고, 필요악으로 규범이 필요한 이유”라고 강조했다.

전국의 지자체 컨벤션센터와 업계 간 ‘부조리’ 역시 그가 늘 강조하는 부분이다. 원칙은 간단하다. 부조리가 나타나지 않도록 선의의 경쟁을 펼쳐 서로 상생하자는 것이다. MICE산업의 역할이 고부가가치 창출을 통한 지역경제 활성화와 일자리 창출, 특히 청년 일자리 창출로 인한 고용의 유연성을 확보하다는 측면에서도 이는 해도 그만, 안 해도 그만의 선택의 문제가 아닌 반드시 해결해야 할 필수불가결한 대명제라는 게 그의 무게중심이다.

오성환 회장은 “컨벤션센터는 산업으로 따지면 인프라 개념이다. 즉 도로에 해당하는 것”이라며 “센터의 목적은 첫째도 지역경제 활성화요, 마지막도 지역경제 활성화”라고 거듭 강조했다. 특히 오 회장은 “미국, 일본 등도 컨벤션센터가 우리나라처럼 본격적으로 민간업을 하는 곳은 없다”며 “컨벤션센터는 지역 MICE얼라이언스 등을 구성해 지역경제 활성화의 구심점 역할을, 만형으로서 균형발전에 역할과 책임을 다해야 한다”고 목소리를 높였다.

물론 공사형 주식회사, 제3섹터형 지방공기업 등으로 명명되는 공기업의 경쟁력 강화는 필요하다. 오히려 체질 개선을 위해서도 관과 민이 융합된 보다 발전적인 형태의 기관 탄생은 바람직하다. 다만 컨

벤션센터의 경우 국민의 세금으로 지어진 만큼 보다 공익적인 일에, 이중 간의 경쟁 참여는 자체해야 한다는 것이 오 회장의 언급유골이다. 작년부터 협회 차원에서 시작한 ‘공정경쟁’ 권고안도 성숙된 시장환경 조성을 위한 자구책의 일환이다.

오성환 회장은 “결코 전국 지자체의 컨벤션센터를 왜곡하자는 뜻이 아니”라며 “잘하는 일을 잘하는 사람에게 하도록 하는 ‘핵심역량’이 곧 선진사회의 공정경쟁 원칙”이라고 설명했다. 특히 오 회장은 “‘약은 약사에게, 진료는 의사에게’라는 말이 있듯 센터는 시설임대를 통한 지역의 세심한 균형발전에, PCO(PEO)는 국제회의나 컨퍼런스 등의 유치를 통해 산업의 선순환이 이뤄지도록 하는 지혜를 발휘해야 한다”고 피력했다.



오성환 회장은 “협회장으로 취임한 후 가장 먼저 한 것이 바로 소통의 자리를 만드는 것이었다”며 “실제로 소통을 구체적으로 실현하기 위해 4개의 위원회를 만들었고, 이를 통해 수렴된 의견을 협회에 적극 반영하고 있다”고 밝혔다.

• 자연인 ‘오성환’, 라이프스타일도 ‘오성급’

그래서일까. 오성환 회장의 스케줄 타임라인은 세월도 긴장시킬 만큼 타이트하다. 철저한 자기검열과 엄격한 자기갓대가 가져다준 오래된 습관의 힘이다. 실제로 오 회장은 주중 화, 목 이틀은 협회 일에, 나머지는 본업인 PCO 일에 몰두하기 위해 매일 새벽 5시에 기상한다고. 20년 이상 해운 웨이트 트레이닝은 출장을 가더라도 빼놓지 않을 정도로 생활의 일부가 된 지 오래다. “더 늙기 전에 상의 탈의한 사진을 찍어보라”는 주변의 권유에는 “업계의 많은 여성 CEO들의 마음을 설레게 할까 봐 안 된다”며 농까지 던질 정도다.

독서량도 상당하다. 한 달에 4~5권씩 연간 50여권 이상의 책을 읽는 오성환 회장은 독서를 위해 자가용 운전도 마다한 채 대중교통에 몸을 실으며 독서를 즐기고 있다. 최근에는 사서삼경, 그중에서 논어에 빠져 있다고. 이외에도 주역을 통해 ‘원형이정(元亨利貞)’, 즉, 철에 맞게, 주변을 잘 관찰하며 살려고 노력한다고 귀띔했다.

평소 메모의 습관을 즐기는 그답게 독서가 끝나면 손글씨로 토박토박 독후감도 쓰고 있다. 중요한 글귀나 인상 깊은 표현이 있으면 그때그때 메모해가며 생각을 정리한 습



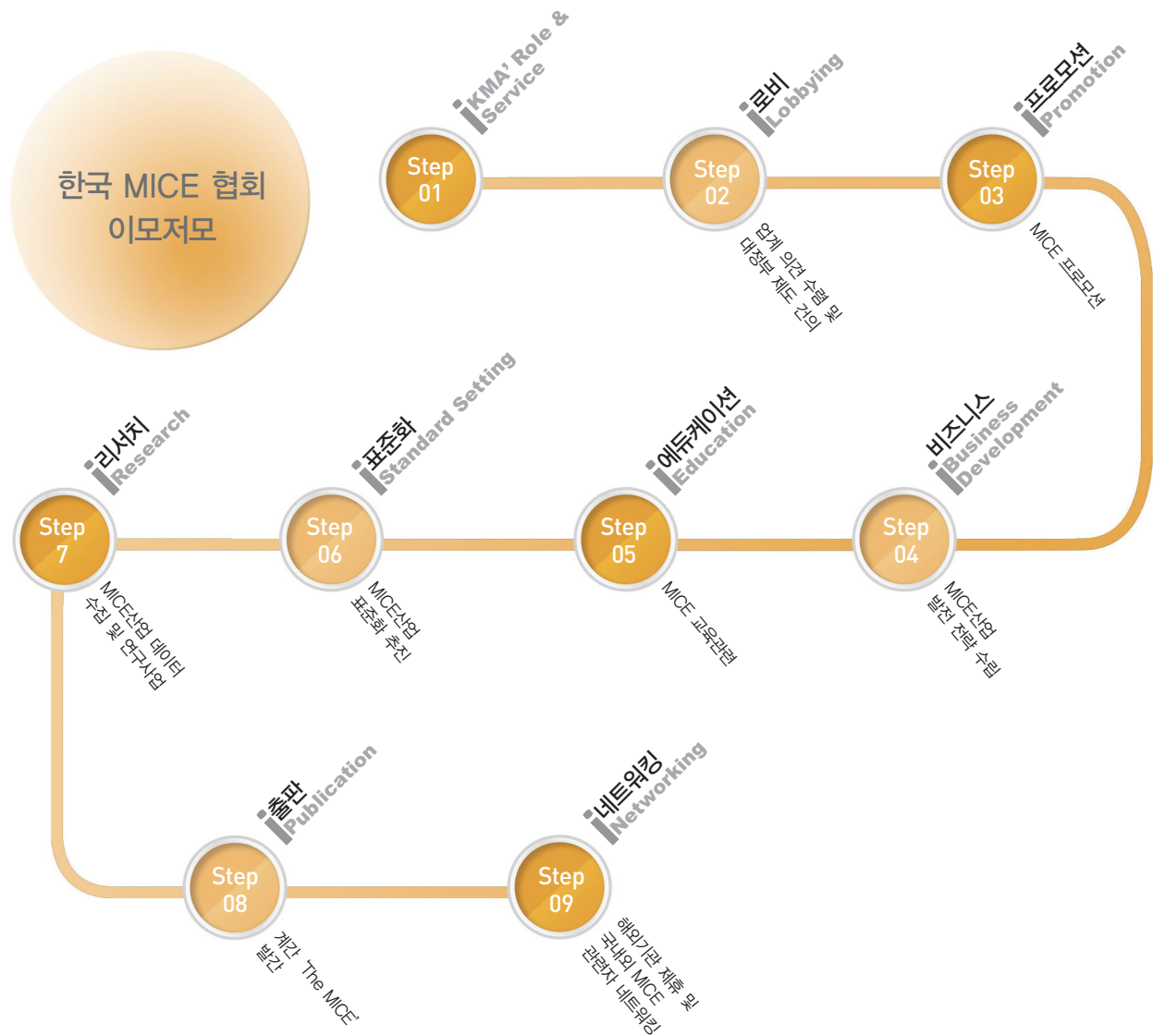
관이 벌써 햇수로 10년째다. 자식에게 재물과 자서전 등을 물려주는 대신 아버지가 가졌던 생각과 가치를 물려주고 싶은 내리사랑이 고스란히 전해지는 대목이다. 오성환 회장은 “생각이 말을 만들고, 말이 행동을 만들고 행동이 습관을 만들고 습관이 운명을 만드는

것”이라며 “그런 의미에서 생각을 하게 만드는 훌륭한 재료가 바로 책”이라고 설명했다. ‘오성환표’의 주옥같은 어록이 하루아침에 만들어진 결과가 아님을 확인하는 순간이다. 평소 망중한은 어떻게 보내고 있을까. 오성환 회장은 “업계에서는 소문난 ‘주당’이었지만 지난 2007년 끝자락부터 그 좋아하던 술을 끊었다”며 “이후 골프와 산행을 통해 건강한 육체활동을 즐기고 있다”고 밝혔다. 전자에서는 소통을 위해, 후자에서는 심리적인 의례, 즉 ‘리추얼(ritual)’을 통해 스스로의 행동에 특별한 의미를 부여하고 있다. 오 회장은 “MICE산업은 지식산업인 만큼 날 것의 아이디어가 많이 필요하다”며 “두뇌도 육체운동이기 때문에 몸을 많이 움직일수록 더 많은, 좋은 생각을 하게 된다”고 알파니스트 삶의 즐거움에 대한 소회를 밝혔다.

• 회원사와 소통하는 진정한 ‘소통(疏通)령’

“지식산업은 상당히 트렌디한 곳입니다. MICE산업 역시 지식산업이기 때문에 서로의 정보교환이 중요합니다. 소통이 중요한 이유죠. 때문에 소통을 어떤 포맷으로 할 것인가, 그 틀로써 ‘교육’을 찾게 된 것입니다.”

오성환 회장은 협회를 어떻게 운영할 것인가라는 질문에 단박에 ‘교육’이라고 주저 없이 말했다. 제6대 한국 MICE협회 협회장으로 취임하면서 강조한 것 역시 ‘소통이 최우선되는 협회’, ‘공정한 경쟁과 협력환경을 제공하는 협회’, ‘회원사가 주인이 되는 협회’를 만들겠다고 다짐했다. 행간에 녹아든 열정, 교육을 통해 회원사 간의 네트워크를 형성하고, 이를 통해 비즈니스 모델을 찾는 선순환의 역할을 강조한 것. 그에게 있어 ‘교육’과 ‘소통’은 이음동의(異音同意)인 셈이다.



오성환 회장은 “협회장으로 취임한 후 가장 먼저 한 것이 바로 소통의 자리를 만드는 것이었다”며 “실제로 소통을 구체적으로 실현하기 위해 4개의 위원회를 만들었고, 이를 통해 수렴된 의견을 협회에 적극 반영하고 있다”고 밝혔다. 기존 협회 사무실을 양재에서 지금의 한국관광공사 사옥으로 이전한 것도 그 때문이다. 최근에는 지방에서 올라온 회원사들을 위해서 아예 서울역 회의장을 이용해 미팅을 가지는 등 회원사 입장에서 무엇이 가장 편리하고, 도움이 되는가를 출선수범하고 있다. 한편 협회 사무처 협회장의 방은 또 다른 이름으로 불린다. 바로 ‘사랑방’이 그것이다. 누구나 와서 쓰고, 잠시 쉬어가도 괜찮다는 의미에서 붙인 이름이다. 협회 사업에

대한 의견도 주고, 사무처 직원들에게 조언도 하는 ‘사랑방 손님’과 어머니’의 관계라고 할까. 오성환 회장은 “협회는 가급적으로 많은 소통을 하려고 제도적으로 노력하고 있다”며 “4개의 큰 카테고리로 구성된 회장단과 업종별 위원회를 중심으로 소통의 채널, 화통(和通)의 윈도를 활짝 개방하고 있다”고 밝혔다. 끝으로 오성환 회장은 “MICE에서 전시산업은 산업통상자원부가, 컨벤션은 문화체육관광부가 각각 담당하고 있는 관계로 효율적인 정책지원 및 예산지원에 있어 혼선이 있는 것이 사실”이라며 “새 정부에서는 대승적 차원에서 MICE산업이 신성장동력으로서 뻗어나갈 수 있도록 법적·제도적 뒷받침을 일원화해주길 바란다”고 강조했다. TheMICE

NEWS BRIEFING

- SETEC
2013년 대한민국 대표브랜드 대상 수상
- 소비보이
뮤지컬 新한류, 비보이를 사랑한 발레리나
- 2013 '이화 MICE JOB FAIR'



SETEC

2013년 대한민국 대표브랜드 대상 수상

서울시와 서울시 일자리 창출의 주역인 중소기업 지원기관 SBA(서울산업통상진흥원)가 운영하는 SETEC이 지난 2월 동아닷컴, 한경닷컴, iMBC가 주최하는 ‘2013년 대한민국 대표브랜드 대상’ 전시컨벤션센터 브랜드 부분에서 1위에 선정됐다고 밝혔다.

대한민국 대표브랜드 대상은 소비자들의 사랑을 받고 있는 부분별 국내 최고의 브랜드이자 소비자들이 직접 뽑은 행사로 지난 2월 13일부터 27일까지 만 16세 이상 국내 거주 소비자 7만여명이 설문조사에 참여했으며, 총 7가지 항목에서 전문적 여론조사 및 전문가들의 심사를 통해 선정됐다.

평가 항목으로는 최초상기도, 인지도, 서비스품질, 충성도, 차별화, 신뢰도, 리더십 등 7가지 항목으로 이뤄졌다. SETEC은 그중 4가지 항목인 서비스품질, 충성도, 차별화, 신뢰도에서 높은 평가를 받아 명실 공히 우리나라의 전시컨벤션분야 대표 브랜드인 COEX와 최종 경합해 COEX를 제치고 1위에 선정되는 기염을 토했다.

정익수 SBA마케팅본부장은 “이번 대한민국 대표브랜드 선정으로 SETEC 전시장에 대한 인지도와 선호도가 크게 향상 될 것으로 기대한다”며 “앞으로 중소기업 판로 및 마케팅 지원을 위한 자체 전시회 개발과 공익형 전시회를 적극적으로 지원하는 것은 물론 시민과 함께하는 SETEC으로서 확고한 자리매김을 위해 최선의 노력을 기울일 것”이라고 밝혔다.

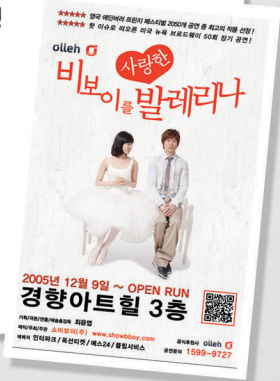


소비보이

뮤지컬 新한류, 비보이를 사랑한 발레리나

21세기형 로미오와 줄리엣으로 평가받고 있는 대한민국 대표 창작뮤지컬 “비보이를 사랑한 발레리나”가 롱런하며 전 세계에 新한류를 전파하고 있다. 대부분의 공연이 특정한 부류로 관객층의 쏠림이 있다면 이 작품은 남녀노소, 직업, 직위, 국가, 종교, 이념 구분 없이 전 세계 관객들 모두에게 뜨거운 에너지와 순수한 감성을 자극시키고 있는 것. 특히 대통령을 비롯해 국무총리, 각부 장관, 국회의원, 교육계, 문화계, 재계, 종교계, 사회단체 등 각계의 지도자들이 대거 관람한 공연으로 헛수로 8년째 전 세계 130개국 200만명 이상의 관객을 감동시킨 대한민국 대표 공연으로 확실한 자리매김을 하고 있다. 이미 세계 각국의 언론과 유엔의 인권위원회가 이 시대를 상징하는 작품으로 인정할 정도다.

실제로 “비보이를 사랑한 발레리나”는 영국 에딘버러 프렌지 페스티벌 2,050개 참가작 중 최고의 작품 선정, 미국 뉴욕 브로드웨이를 뜨겁게 달군 50회 장기 공연, G20 정상회의 영부인 관람공연 선정, 2012년 베이징 700석 규모의 상설 전용공연장 건립, 2013년 중학교 전 학년 교과서 수록 등이라는 굵직굵직한 타이틀을 써내려가고 있다. 세계적으로 널리 알려진 대한민국의 순수 창작 공연이라는 점도 이 공연의 독심을 견인하고 있다. 기획·극본·연출·예술총감독의 1인 4역을 소화한 최윤엽 예술총감독은 “지난 2012년 12월 30일 잠실 롯데월드 예술극장 상설공연을 마감하고 2013년 1월 11일부터 중구 정동에 위치한 경향신문사 경향아트홀로 전용공연장을 옮기며 한류 문화의 거리, 정동시대를 새롭게 열어가고 있다”며 “더욱 업그레이드된 공연으로 많은 관광객들에게 한국의 고품격 공연예술을 선보일 것”이라고 자신감을 내비쳤다.



2013 '이화 MICE JOB FAIR'

서울시와 서울산업통상진흥원, 이화여자대학교가 주최하고, 이화창조아카데미의 수강생이 직접 기획한 2013 이화 MICE JOB FAIR가 지난 5월 7일 ECC 다목적홀과 이삼봉홀에서 개최됐다. 이번 행사에는 한국관광공사, 인터컴, SETEC 등 MICE분야 약 40개 기업, 협회 및 기관과 대학생들이 참가했다.

이밖에도 서울관광마케팅, 한국전시주최자협회, 한국PCO협회와 함께하는 MICE 직업의 세계, 이혜진 코엑스 국제행사마케팅 UNIT 팀장과 함께하는 열정 멘토링, 황선길 사람인 HR 본부장과 함께하는 나만의 매력으로 면접관 사로잡기, 1:1 멘토링&면접이 진행되어 취업을 준비하는 학생들은 다양한 관심사에 따라 원하는 프로그램에 참여할 수 있었다.

이번 행사는 특히 학생들의 창의적인 기획력이 돋보였다. 또한 참가자의 실질적인 수준 파악이 불가하였던 기존 전시회의 한계점을 탈피하고자 Beginner부터 Expert까지 참여자 수준을 구분하여 효과적인 상담이 이루어졌다.

한편, JOB FAIR 및 강연회가 마무리된 후에는 ECC 이삼봉 홀에서 'MICE 通(통) MICE Alliance Party'가 열려 현직 MICE 산업 종사자들과 미래 MICE 산업을 이끌어갈 인재들의 만남의 장이 마련되었다.



코리아 마이스 캘린더

June/July/August 2013

Major International Meetings&Conventions in Korea

JUNE	6							JULY	7							AUGUST	8						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT		SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT		SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	
						1			1	2	3	4	5	6						1	2	3	
2	3	4	5	6	7	8			8	9	10	11	12	13		4	5	6	7	8	9	10	
9	10	11	12	13	14	15		14	15	16	17	18	19	20		11	12	13	14	15	16	17	
16	17	18	19	20	21	22		21	22	23	24	25	26	27		18	19	20	21	22	23	24	
23	24	25	26	27	28	29		28	29	30	31					25	26	27	28	29	30	31	

06.01 - 06.05 Coex Seoul	제20차 세계이비인후과학회 학술대회 www.ifosseoul2013.com / info@ifosseoul2013.com	06.23 - 06.27 Coex Seoul	제20차 세계노년학·노인의학대회 www.iagg2013.org / seoul@iagg2013.org
06.08 - 06.11 Coex Seoul	제3차 세계홍부영상의학회 학술대회 www.wcti2013.org / wcti2013@insession.co.kr	06.30 - 07.04 Coex Seoul	제13회 세계독성학회 학술대회 www.ict2013seoul.org / ict@ict2013seoul.org
06.12 - 06.15 Coex Seoul	제24차 세계소아치과학회 학술대회 www.iapd2013.org / iapd2013@gmail.com	07.05 - 07.07 Daejeon Convention Center Daejeon	국제치과기공학회대회 www.icdt2013.org / kdtech@chol.com
06.13 - 06.16 Kimdaejung Convention enter, Ramada Holiday Inn Gwangju	제63차 세계청년회의소 아시아 태평양 대회 2013aspacgj.com / aspa2013@gmail.com	08.18 - 08.23 Coex Seoul	제9차 세계화학공학회 및 제15차 아·태화학공학연맹 학술대회 www.kiche.or.kr / kiche@kiche.or.kr
06.13 - 06.15 Grand Hilton Hotel Seoul	제29회 국제뇌전증학회대회 www.kes.or.kr / epilepsy053@naver.com	08.26 - 08.29 Hilton Hotel Gyeongju	2013 로봇·인간 상호교류 IEEE 국제심포지움 ro-man2013.org / kros@kros.org
06.13 - 06.15 Coex Seoul	아시아M&A협회창립총회/ 2013국제투자및M&A박람회 www.mnai.kr / admin@mnai.kr	08.26 - 08.31 BEXCO Busan	제27차 세계인구총회(IUSSP) busan2013.iussp.org / iussp@iussp.org

International Meeting&Conventions

* 수록기준 : 국내에서 4시간 이상 개최되는 정부/공공·협회/학회·기업회의

06.01 - 06.05 To be decided(Busan)	06.01 - 06.05 To be decided(Seoul)	06.01 - 06.05 Coex(Seoul)
제20회 한일(큐슈)경제교류회의 지식경제부 T: 1577-0900(www.mke.go.kr)	2013 KIAPS 한인수치예보전문가 초청 국제워크샵 한국형수치예보모델개발사업단 T: 02-6959-1600 / F: 02-6919-2121(www.kiaps.org)	제20차 세계이비인후과학회 학술대회 대한이비인후과학회 T: 02-3476-7700 / F: 02-3487-9092(www.korl.or.kr)
06.02 - 06.06 ICC JEJU(jeu)	06.03 - 06.15 The shila Jeju(jeu)	06.04 - 06.06 ICC JEJU(jeu)
제15차 아세안 진동 컨퍼런스 대한기계학회 T: 02-501-5305 / F: 02-501-3649(www.ksme.or.kr)	2013 국제포경위원회 연간 학술회의 농림수산식품부 T: 044-201-2841 / F: 044-868-0846(www.mifaff.go.kr)	대한기계학회 동역학 및 제어부문 춘계학술회의 대한기계학회 T: 02-501-3646~3648 / F: 02-501-3649(www.ksme.or.kr)

06.08 - 06.09 Grand Hilton Hotel(Seoul)	06.08 - 06.11 Coex(Seoul)	06.09 - 06.13 Ramada Plaza(Jeju)
국제소화기내시경학회 대한소화기내시경학회 T: 02-335-1552 / F: 02-335-2690(www.gje.or.kr)	제3차 세계홍부영상의학회 학술대회 대한홍부영상의학회 T: 02-3452-7245 / F: 02-521-8683(www.wcti2013.org)	제9회 재료파괴및강도국제학회 FEOfS(Far East and Oceanic Fracture Society) T: 055-213-3886 / F: 055-275-0101(www.feofs2013.org)
06.10 - 06.12 Yonsei University(Seoul)	0610 - 06.16 The Plaza Hotel Seoul(Seoul)	06.10 - 06.13 KAIST(Daejeon)
제11차 국제 영상 및 비디오, 다차원 신호처리 회의(IVMSP2013) 한국방송공학회 T: 02-2123-2767 / F: 02-2123-2767(www.kosbe.or.kr)	2013 국제엔지니어링연맹 총회 한국기술사회 T: 02-3288-4435 / F: 02-566-5562(www.kpea.or.kr)	제14회 유비쿼터스 가상현실 국제 심포지움 KAIST GSCT T: 042-350-5923 / F: 02-501-3649(uvrlab.org)
06.11 - 06.12 Sheraton Walkerhill(Seoul)	06.11 - 06.13 Coex(Seoul)	06.11 - 06.14 ICC JEJU(Jeju)
세계전략포럼 2013 이데일리 T: 02-3772-0379 / F: 02-3772-0054(www.edaily.co.kr)	대한환경공학회 2013년도 국제국내학술대회 대한환경공학회 T: 02-383-9652 / F: 02-383-9654(www.kosenv.or.kr)	8th International OpenFOAM® Workshop 제8차 International OpenFOAM® Workshop 사무국 T: 070-8796-3011 / F: 02-838-7411(openfoamworkshop2013.org)
06.13 Rural Development Administration(Suwon)	06.13 - 06.15 Coex(Seoul)	06.13 - 06.15 Coex(Seoul)
한국국제농업개발학회 한국형수치예보모델개발사업단 T: 031-299-2275 / F: 031-293-9359(eksia.com)	아시아M&A협회창립총회/2013국제투자 및 M&A박람회 사단법인한국M&A투자협회 T: 02-783-7500 / F: 02-780-1762(www.mnai.kr)	대한소아치과학회 한국형수치예보모델개발사업단 T: 02-6000-2504 / F: 02-6000-2501(www.iapd2013.org)
06.13 - 06.15 Grand Hilton Hotel(Seoul)	06.13 - 06.16 Kimdaejung Convention Center(Gwangju)	06.15 - 06.19 Coex(Seoul)
제29회 국제 뇌전증학회 대한뇌전증학회 T: 02-2228-2075 / F: 02-2227-7907(www.kes.or.kr)	제63차 세계청년회의소 아시아 태평양 대회 (사)한국청년회의소 T: 062-376-0613(www.koreajc.or.kr)	2013 국제의료기술평가학술회의 보건복지부 신의료기술평가위원회 T: 070-7826-1806 / F: 02-469-3882(www.htai2013.org)
06.15 - 06.19 The Shilla Jeju(Jeju)	06.16 - 06.19 Grand Hyatt Seoul(Seoul)	06.16 - 06.20 EXCO, Hotel Inter-Burgo EXCO(Daegu)
2013 제6차 국제 제올라이트 분리막 심포지움 한국제올라이트학회 T: 062-530-1769(www.kza.or.kr)	생명보험협회, 손해보험협회 한국형수치예보모델개발사업단 T: 02-2262-6600, 02-3702-8533(www.klia.or.kr)	2013 세계에너지경제학회학술회의 한국자원경제학회 T: 02-873-2109 / F: 02-875-6296(www.resourceeconomics.or.kr)
06.17 - 06.21 Korea Press Center(Seoul)	06.18 - 06.22 ICC JEJU(Jeju)	06.19 - 06.21 Kimdaejung Convention Center(Gwangju)
International Engineering Alliance Meeting 2013 (IEAM 2013) 한국기술사회 T: 02-3288-4435,4468 / F: 02-557-7408(www.kpea.or.kr)	2013 아태 경영정보 컨퍼런스(PACIS) 한국경영정보학회 T: 02-795-1354 / F: 02-795-3254(www.kmis.or.kr)	2013 제1차 유네스코 세계기록유산 자문회의 문화재청,외교통상부, 광주광역시 T: 042-481-4739 / F: 042-481-4759(www.cha.go.kr)
06.19 - 06.21 Ramada Plaza Jeju(Jeju)	06.21 InterContinental Seoul COEX(Seoul)	06.21 ICC JEJU(Jeju)
2013년도 한국통신회 하계종합학술 발표회 한국통신회 T: 02-3453-5555 / F: 02-539-5588(www.kics.or.kr)	동북아시아지역 사회복지대회 한국사회복지협의회 T: 02-2077-3979 / F: 02-719-5643(kncsw.bokji.net)	2013 기술경영경제학회 하계학술대회 기술경영경제학회 T: 02-877-2310 / F: 02-877-2320(www.technology.or.kr)
06.23 - 06.26 KAIST(Seoul)	06.23 - 06.27 Coex(Seoul)	06.24 - 06.28 Ramada Plaza Jeju(Jeju)
제33회 국제예측학회 심포지움 한국과학기술원 T: 02-958-3665 / F: 02-958-3210(www.forecasters.org)	제20차 세계노년학·노인의학대회 한국노인과학술단체연합회 T: 02-2282-2673 / F: 02-566-6087(www.iagg2013.org)	3D 및 재료 연구에 대한 합동 국제 컨퍼런스 2013 광운대학교 전자공학과 T: 02-940-5118 / F: 02-941-5523(www.holodigilog.org)
06.25 - 06.28 Ocean Suites Jeju Hotel(Jeju)	06.27 - 06.29 Yonsei University(Seoul)	06.27 - 06.29 BEXCO(Busan)
제5회 아시아 정밀농업학술대회 한국농업기계학회 T: 031-293-2392 / F: 031-696-5835(www.ksam76.or.kr)	최고 경제학 학술대회 (2013 SED 국제학술대회) 기획재정부 T: 02-2123-5492(www.economicdynamics.org)	2013국제노인의료심포지움 한국만성기의료협회 T: 02-703-1070 / F: 02-703-1071(www.kmc-seoul.kr)
06.30 - 07.03 The Ocean Resort(Yeosu)	06.30 - 07.04 Coex(Seoul)	06.30 - 07.04 Coex(Seoul)
통신, 컴퓨터, 회로/ 시스템에관한국제학술대회 대한전자공학회 T: 02-553-0255 / F: 02-552-6093(www.ieek.or.kr)	2013 국제독성병리학회 심포지움 한국독성병리학회 T: 033-250-8679 / F: 033-244-2367(www.ksothp.or.kr)	제13회 세계독성학회 학술대회 (사)한국독성학회, IUTOX T: 02-557-8422, 02-888-3248(www.ict2013seoul.org)
06.30 - 07.04 BEXCO(Busan)	06.30 - 07.05 Hotel Hyundai Gyeongju(Gyeongju)	
2013 아시아수학대회 대한수학회 T: 02-565-0361 / F: 02-565-0364(www.kms.or.kr)	제14회 반도체 간섭 형성 국제학술대회 한국진공학회 T: 02-567-9486 / F: 02-556-5675(www.kvs.or.kr)	

JUNE

07.01 - 07.05 Ramada Hotel &Suite(Seoul) 국제언어평가학회 연례 학술대회 서울대학교 인문대학, 한국교육과정평가원 T: 02-880-6165, 02-880-2536(www.ltrc2013.or.kr)	07.02 - 07.05 Ramada Plaza Jeju(Jeju) 2013 ISPSA 물리학회 국제학술대회 한국물리학회 T: 02-556-4737 / F: 02-554-1643(www.kps.or.kr)	07.02 - 07.05 EXCO(Daegu) 국제전자후각심포지엄 국제후각센서학회 www.olfactionsociety.org
07.03 - 07.05 Alpensia Convention Center(Gangwon) 한국 미생물 – 생명공학학회 국제학술대회 한국미생물 – 생명공학학회 T: 02-552-4733 / F: 02-552-4732(www.komb.or.kr)	07.04 - 07.05 ICC JEJU(Jeju) 2013 한국군사과학기술학회 종합학술대회 한국군사과학기술학회 T: 042-821-2203 / F: 042-823-4605(www.kimst.or.kr)	07.04 - 07.06 Ewha Women’s University(Seoul) 2013페세라국제학술대회 교육과학연구소 www.pecerakorea.org
07.05 - 07.07 Daejeon Convention Center(Daejeon) 국제치과기공학술대회 대한치과기공사 T: 02-2253-2800 / F: 02-2253-2809(www.icdt2013.org)	07.06 - 07.07 Pullman Ambassador Changwon City7(Changwon) 전국걸스카우트지도자대회 한국걸스카우트연맹(마산) T: 02-733-6801~8 / F: 02-738-3013(www.girlscout.or.kr)	07.08 - 07.11 ICC JEJU(Jeju) International Smart Grid Conference & Exhibition 2013 대한전기학회 T: 02-553-0151~5 / F: 02-566-9957(www.kiee.or.kr)
07.08 - 07.11 Lotte Hotel(Seoul) 2013년 남극연구운영자위원회 연례회의 한국극지연구소 T: 032-260-6270 / F: 032-260-6049(www.kopri.re.kr)	07.08 - 07.11 BEXCO(Busan) 2013 PREMUS (직업관련성 근골격계질환 국제학술대회) 대한직업환경의학회, 부산대학교 의과대학 T: 051-510-8133 / F: 055-360-1656(www.premus2013.org)	07.08 - 07.12 University of Seoul(Seoul) 2013 국제캐리커처 컨벤션 IN KOREA 국제캐리커처협회 한국지부 T: 02-322-9354(cafe.naver.com/iscakoreachapter)
07.10 - 07.12 ICC JEJU(Jeju) 2013 제44회 대한전기학회 하계학술대회 대한전기학회	07.10 - 07.12 The Ocean Resort(Yeosu) 2013년도 한국광학회 하계학술발표회 한국광학회 T: 02-3452-6560 / F: 02-3452-6563(www.osk.or.kr)	07.22 - 07.26 Seoul National University(Seoul) 제25회 국제통계물리학회 한국물리학회 T: 02-556-4737 / 02-958-3701(www.kps.or.kr)
07.29 - 07.31 To be decided Pohang 물리경제학 학회 2013 & 아시아 태평양 물리경제학 2013 컨퍼런스 포항공과대학교 T: 054-279-0114 / F: 054-279-2099(econophysics2013.postech.ac.kr)	07.31 - 08.03 Ewha Womans University(Seoul) 제29차 국제여자의사회 총회 및 학술대회 한국여자의사회 T: 02-704-9501 / F: 02-704-9503(www.mwiaseoul2013.org)	<div>JUN - AUG</div>
08.15 To be decided(Daegu) 2013년 아시아태평양 이온 분석 심포지움 한국분석과학회 T: 070-8744-9473 / F: 02-701-8662(www.koanal.or.kr)	08.15 To be decided(Gangwon) 제14회 한,일수산세미나 강원도 T: 033-660-8358(www.provin.gangwon.kr)	
08.18 - 08.23 Coex(Seoul) 제9차 세계화학공학회의 및 제15차 아.태화학공학연맹 학술대회 한국화학공학회 T: 02-458-3079 / F: 02-458-3077(www.kiche.or.kr)	08.19 - 08.21 Kimdajung Convention Center(Gwangju) 2013 경영관련학회 통합학술대회 (사)한국경영학회 T: 02-2123-9206~7 / F: 02-2123-9210(www.kasba.or.kr)	
08.20 - 08.23 ICC JEJU(Jeju) 2013 한국질량분석학회 하계학술대회 한국질량분석학회 T: 070-8688-1696(www.ksms.org)	08.21 - 08.24 ICC JEJU(Jeju) 2013 한국실험동물학회 국제심포지엄 한국실험동물학회 T: 070-4416-1909 / F: 02-584-1909(www.kalas.or.kr)	08.22 - 08.23 BEXCO(Busan) 2013 IUSSP 세계인구총회 통계청 T: 042-481-3739 / F: 042-481-3769(kostat.go.kr)
08.23 - 08.25 Hilton Hotel(Seoul) 제9회세계구강임플란트학술대회 대한치과이식임플란트학회 T: 02-2273-3875 / F: 02-2273-3871(www.kaidimplant.or.kr)	08.25 - 08.27 Korea Aerospace University(Goyang) The 2nd International Symposium on Advanced Metal/Fuctional Metal 2013 한국항공공대 항공재료공학과 T: 02-300-0168 / F: 02-3158-5769(www.kau.ac.kr)	08.25 - 08.28 Busan Hanwha Resort(Busan) 제9회 유동가시화 및 이미지 프로세싱 태평양심포지엄 한국가시화정보학회 T: 02-949-6483 / F: 02-6918-6483(www.ksvi.or.kr)
08.25 - 08.30 Hotel Inter-Burgo Daegu(Daegu) 2013 다이옥신국제학술대회 국제다이옥신 한국지부 T: 053-746-9969 / F: 053-746-9007(Info.dioxin2013@gmail.com)	08.25 - 08.30 Hanyang University(Seoul) 제18차 국제고전압공학 심포지움 (사)대한전기학회, 한양대학교 T: 02-6288-6315 / F: 02-6288-6399(www.ish2013.org)	08.25 - 08.30 Jeju Ramada Plaza Hotel(Jeju) 제9회 아시아 – 유럽국제플라즈마표면 공학국제학술대회 성균관대플라즈마응용표면기술연구센터 T: 02-3281-0216 / F: 031-290-5669(www.capst.re.kr)
08.26 - 08.29 Hilton Hotel(Gyeongju) 2013 로봇 · 인간 상호교류 IEEE 국제심포지움 한국로봇학회 T: 02-783-0305 / F: 02-783-0307(ro-man2013.org)	08.26 - 08.30 Jeju Grand Hotel(Jeju) 제7회 생체 모방 기술, 인공 근육과 나노 바이오 국제 학술대회 대한기계학회 T: 02-501-5305 / F: 02-501-3649(www.bamn2013.org)	08.26 - 08.31 BEXCO(Busan) 제27차 세계인구총회(IUSSP 국제인구연구연맹 T: +33-0-1-56-6-21-730(www.iussp.org)
08.27 - 08.30 Daejeon Convention Center(Daejeon) 세계한민족여성네트워크 여성가족부 T: 02-2075-4613(www.mogef.go.kr)	08.29 - 08.31 KIST International Cooperation Building(Seoul) 제7차 아시아태평양 생체역학 컨퍼런스 대한생체역학회 T: 02-958-5913 / F: 02-958-5609(www.ksbm.net)	08.30 - 08.31 Kimdajung Convention Center(Gwangju) 대한갑상선학회 2013 추계학술대회 및 연수강좌 대한갑상선학회 T: 070-7528-3691 / F: 02-6918-4246(www.thyroid.kr)

코엑스(Seoul)

06.05 - 06.08 2013 코리아오토캠핑쇼 이엑스엠(주) www.campingkorea.org	07.01 - 07.04 2013 국제안전보건컨전사회 (주)경연전람 www.kiss21c.or.kr	08.15 - 08.18 제8회 서울국제어린이 · 유아용품전 (주)세계전람 www.kidsfair.co.kr
06.11 - 06.13 제3회 한국 바이오 헬스 엑스포 한국무업협회 www.bioexpo.kr	07.04 - 07.07 2013 국제건강산업박람회 (주)한국국제전시 www.healthexpo.co.kr	08.15 - 08.18 제28회 서울국제유아교육전 (주)세계전람 www.educare.co.kr
06.11 - 06.14 국제환경산업기술그린에너지전 환경보전협회 www.envexpo.kr	07.05 - 07.07 제40회 추계 웨덱스코리아 서울전람(주) www.weddex.com	08.21 - 08.23 2013 세계 원자력 및 방사선 엑스포 (주)엑스포럼 www.nure.or.kr
06.18 - 06.20 2013 스마트워크/모바일오피스페어 (주)엑스포럼 www.smartworkfair.co.kr	07.11 - 07.14 2013 서울오토살롱 (주)서울메세 ID www.seoulautosalon.com	08.23 - 08.25 한국PB OEM상품개발 및 중소기업상품전시회2013 (주)월드전람 www.smpe.co.kr
06.18 - 06.20 2013 스마트러닝코리아 (주)엑스포럼 www.editec.co.kr	07.12 - 07.14 2013 서울오토서비스 (주)서울메세 ID www.seoulautoservice.com	08.23 - 08.25 제12회 친환경 유기농 무역박람회 (주)월드전람 www.organicshow.co.kr
06.18 - 06.20 2013 NFC & 스마트카드 페어 (주)엑스포럼 www.cardtech.kr	07.25 - 07.28 2013 핸드메이드코리아페어 (주)한국국제전시 handmadekorea.co.kr	08.23 - 08.25 제12회 체형학습 농어촌 관광박람회 (주)월드전람 www.edu-expo.co.kr
06.26 - 06.28 2013 수입상품전시회 한국수입업협회 www.jgf.co.kr	08.08 - 08.11 2013 국제수면박람회&치유산업박람회 주식회사 열음 www.goodsleepfair.com	08.23 - 08.25 제4회 귀농귀촌 박람회 (주)월드전람 edu-expo.co.kr

벡스코(Busan)

06.12 - 06.15 아트쇼부산 2013 벡스코 www.artshowbusan.com	06.12 - 06.15 2013 부산국제철도 및 물류산업전 벡스코 www.raillogkorea.com	06.19 - 06.22 부산섬머카페쇼 2013 한국산업마케팅연구원 www.bofas.com/scs
06.19 - 06.22 제20회 부산국제식품대전 한국산업마케팅연구원 www.bofas.com	06.20 - 06.22 한 · 중 · 일 우수아이템 부산 글로벌 창업투자대전 부산상공회의소 franchise.bcci.or.kr	06.27 - 06.30 2013 부산국제실버엑스포 벡스코 www.busan seniors expo.com

킨텍스(Goyang)

06.25 - 06.28 글로벌소재부품산업대전 (주)킨텍스 www.imac21.co.kr	08.29 - 08.31 2013 시니어& 장애인엑스포 (주)킨텍스 www.sendex.co.kr
06.25 - 06.28 국제 LED EXPO 2013 (주)엘이디 엑스포 www.ledexpo.com	08.29 - 09.01 2013 MBC 바둑재 및 석재박람회 동아전람 www.dong-afairs.co.kr
08.08 - 08.11 2013 미래 임신출산 유아교육 박람회 (주)미래전람 www.babyexpo.kr	08.29 - 09.01 2013 MBC 냉 · 난방 및 건축설비 박람회 동아전람 www.dong-afairs.co.kr
08.21 - 08.23 국제 광전자 산업전 디지털기술 www.opticaexpo.org	08.29 - 09.01 2013 서울 골프 산업전 동아전람 www.dong-afairs.co.kr
08.21 - 08.23 국제 LED 생산기자재전 디지털기술 www.koreaLED.org	08.29 - 09.01 2013 서울 스포츠 · 레저 산업 박람회 동아전람 www.dong-afairs.co.kr
08.21 - 08.23 국제 플렉시블 디스플레이 산업전 디지털기술 www.ftdkorea.org	08.29 - 09.01 서울 홈& 리빙 페어 동아전람 www.dong-afairs.co.kr
08.21 - 08.23 국제 터치패널 산업전 디지털기술 www.tpkorea.org	08.29 - 09.01 제33회 MBC건축박람회 동아전람 www.dong-afairs.co.kr

엑스코(Daegu)

06.05 - 06.09 제3회 대구꽃박람회 엑스코 www.flowerdaegu.kr	06.05 - 06.09 2013 대구음식관광박람회 엑스코 www.colorfulfood.co.kr	06.05 - 06.09 제13회 대구국제식품산업전 엑스코 www.dafood.co.kr
06.05 - 06.09 제13회 대구국제식품산업전 엑스코 www.dafood.co.kr	08.27 - 08.29 2013 대한민국 IT융합 엑스포 엑스코 www.itce.kr	08.27 - 08.29 제4회 국제 LED & Display 전시회 엑스코 www.indexpo.co.kr

창원컨벤션센터

06.28 - 06.30 2013 경남 골프 · 레저스포츠 박람회 (주)지엔에이인터내셔널 www.lesposhow.co.kr	KMA 행사달력(6, 7, 8월)
06.30 제 2회 MICE채용박람회	
07.29 - 08.03 특성화고교생 취업아카데미	
08.05 - 08.21 제9회 한국MICE아카데미(1차)	

2013 한국MICE연례총회

“MICE, 대한민국 미래창조산업의 플랫폼이 되다”

‘2013 한국MICE연례총회(KMAC)’가 지난 4월 22일부터 24일까지 3일간 대전컨벤션센터(DCC) 및 대전 일원에서 개최됐다. ‘MICE, 대한민국 미래창조산업의 플랫폼이 되다’를 주제로 펼쳐진 이번 연례총회에는 205명의 회원사, 157명의 비회원사, 73명의 대학생들, 그리고 245명의 컨벤션 특성화 고등학교 학생 등 약 700여명이 참가하며 높은 관심사를 나타냈다. 특히 MICE관련 기획 및 기술, 경영, 실무 등 다양한 분야별 교육과 경연이 펼쳐져 참가자들의 필요충분조건을 만족시켰다는 평가다.

박성일 기자 _ 매경바이어스가이드 신성훈 포토그래퍼 _ 프리랜서



전국의 MICE 관계자들이 모여 ‘미래창조산업의 플랫폼’ 역할을 할 MICE의 비전과 교육프로그램을 공유했다는 점에서 유의미한 성과를 이끌어냈다.

‘2013 한국MICE연례총회’가 창립 10주년을 맞이한 한국MICE협회(KMA) 주최로 대전컨벤션센터에서 개최됐다. MICE 연례총회가 국내에서 개최된 것은 이번이 처음이다. 적은 예산으로 회원사 및 참석자 참가비와 대전마케팅공사(DIME)를 비롯한 후원사 등의 도움으로 치러져 의미를 더했다.

참가자들도 700명을 육박하며 처음 개최되는 이번 연례총회에 높은 관심과 축하를 보냈다. 실제로 이번 연례총회에는 MICE 지원기관 및 시설업, MICE 교육기관, MICE 기획업, MICE 서비스업 등으로 구성된 170개 회원사가 대거 참가한 것을 필두로 MICE 특성화 고등학교 학생에서부터 정부 고위직 관계자 등에 이르기까지 ‘MICE’라는 이름으로 모두가 하나가 된 축제의 장이었다.

대전시 염홍철 시장은 “대전은 MICE산업을 지역의 신성장동력산업으로 지정하고, 서비스산업 고도화를 통해 ‘사람이 모여드는 도시, 세계로 열린 도시, 대전’을 구현하기 위해 노력하고 있다”며 “이번 연례총회가 한국MICE산업의 저변을 확대할 수 있는 소중한 계기가 되길 바란다”고 환영사를 밝혔다.

염홍철 시장



이번 한국MICE연례총회의 기본 키워드는 교육, 네트워킹, 사업기회 창출이라는 3가지 모토로 압축된다.



MICE산업, 한 단계 도약 대내외 천명

2009년 국가의 17대 신성장동력산업 중의 하나로 선정된 MICE산업은 정부의 지원정책 및 업계의 노력 등에 힘입어 2011년 UIA 통계기준 세계 6위를 달성하며 한국경제를 견인하고 있는 고부가가치 효자산업이다. 특히 지역경제 활성화 및 일자리 창출은 물론 대한민국 국격을 상승시키며 국가 브랜드를 전 세계에 각인시키고 있다. 하지만 외연이 확대되고, 산업에 대한 인식이 제고되고 있는 이런 가시적인 노력과 성과에도 불구하고 MICE산업의 건전한 발전과 내실 있는 성장에는 목말랐던 것이 사실이다. 이번 연례총회는 이런 목마름을 해결하기 위해 개최된 MICE인의 노력이자, 한 단계 도약을 대내외에 천명한 신호탄이었다. 무엇보다 전국의 MICE 관계자들이 모여 ‘미래창조산업의 플랫폼’ 역할을 할 MICE의 비전과 교육프로그램을 공유했다는 점에서 유의미한 성과를 이끌어냈다.

교육, 네트워킹, 그리고 사업기회창출

이번 연례총회의 키워드는 교육, 네트워킹, 사업기회창출이라는 3가지의 모토로 압축된다. 특히 교육은 한국MICE협회가 가장 강조한 부분. 협회의 모든 활동이 교육사업에 쏠려 있다고 해도 과언이 아닐 정도다. 이는 교육을 통해 네트워킹을 형성하고, 그 소통을 바탕으로 자연

스레 이어질 비즈니스 모델 발굴이라는 선순환의 시너지 효과를 굳게 믿고 있기 때문이다.

먼저 연례총회는 크게 MICE고급자교육세션, 컨벤션특성화고교생 MICE 취업아카데미와 총 8개의 비즈니스 네트워킹 프로그램으로 꾸며졌다. 세션별 연사만 총 35명일 정도로 양질의 프로그램 운영에 많은 신경을 썼다.

북기해보자. 중견·중소기업 CEO들에게 기업경영의 이정표를 제시한 MICE고급자 아카데미 스페셜 세션 ‘중소기업경영진단’, 전경련 중소기업자문위원인 이세환 위원의 ‘불황기 기업 생존전략, 위기가 기회가 되는 기업의 조건’ 강의는 위기를 기회로 만드는 맞춤형 불황극복 전략을 제시했다는 점에서 의의가 컸다. 상상하는 장인, 상상공장의 류재현 감독 역시 진정한 청년 멘토 스타강사답게 MICE 고교생·대학생 취업 아카데미 ‘류재현 감독의 청춘 고민 상담소’ 힐링 세션을 통해 MICE 꿈나무들의 고민을 말끔히 해소시켜줬다.

웃음을 통한 진정한 직장 내 소통 노하우, ‘新소통트렌드, 긍정과위를 높이는 직장 내 Fun 소통법’은 한국웃음치료본부 이재우 본부장이 맡으며 뽕뽕 터지는 스페셜한 명강의의 바통을 이었다. 한국MICE협회의 전통과 고품질의 교육프로그램인 한국 MICE고급자 아카데미는 물론 올해 처음으로 시작한 컨벤션특성화고교생 대상 MICE 취업아카데미 세션은 참가자들의 큰 호응을 얻으며 참가자들을 몰입시켰다. 무엇보다 참가자 수준별 고퀄리티의 교육을 보다 더 많은 MICE산업 관계자들에게 제공했다는 점은 이번 연례총회가 거둔 큰 수확 가운데 하나였다.



MICE의 현재와 미래를 이야기하다

개막식 및 Opening General Session에서도 새 정부의 경제중심이자 2013년 한국MICE산업의 화두인 ‘MICE, 미래창조산업의 플랫폼이 되다’를 주제로 이상희 전 과학기술부 장관의 특별강연과 ‘문화예술과 MICE산업의 융합’을 주제로 한 최광식 전 문화체육관광부 장관의 특별강연이 각각 펼쳐져 MICE의 현재와 미래를 아우르는 최고의 세션이라는 호평을 받았다.

이상희 전 과학기술부 장관은 “창조경제시대에 있어 중요한 것은 생각”이라며 “이성과 과학 그리고 감성과 예술·문화를 접목시키는 융합은 MICE산업에서 매우 중요하다”고 밝혔다. 특히 이 전 장관은 “미래창조산업의 플랫폼으로써 머리를 맞대고, 화합하고, 결속해야만 세계를 리드하는 지혜와 지적재산을 만들 수 있다”며 “특히 지적재산의 확보는 우리나라 MICE산업이 독보적으로 글로벌하게 뻗어나가게 하는 힘의 원천”이라고 강조했다.

한류장관으로 유명한 최광식 전 문화체육관광부 장관도 기조연설을 통해 “문화와 예술을 비즈니스로 접목하느냐, 못하느냐가 관건”이라며 “창조경제시대의 화룡점정은 경제에 문화와 예술을 입히는 것”이라고 설명했다. 이어 최 전 장관은 “제품을 수출하는 나라는 많지만 문화를 수출하는 나라는 극소수”라며 “지금은 과거를 현재와 어떻게 접목시킬지 고민하는 ‘법고창신(法古創新)’의 정신을 곱씹을 때”라고 덧붙였다.

사람과 사람을 위한 MICE人 육성 노하우

이외에도 덴허커뮤니케이션즈코리아 허영훈 대표의 ‘新 공연 트렌드, MICE 공연의 기획과 매칭’, 제주관광공사 융복합사업단 오창현 단장의 ‘플랫폼으로서의 MICE 융·복합 사례, 제주 Smart MICE’, 한림대학교대학원 윤은주 교수의 ‘행사 스폰서십 유치 전략’, 퍼스트세무법인 이태봉 대표세무사의 ‘핵심컨벤션회계실무’, 렌탈뱅크 최두성 대표의 ‘No Technology, No MICE’, 현대경제연구원 윤봉락 전무의 ‘MICE HRD, 도전하라! 틀을 깨라!’, ASAE Korea 조규태 대표의 ‘ASAE 연계교육 체계적인 협회 멤버십 마케팅’ 등 다양하고 수준 높은 강연이 마련됐다.

현대경제연구원 윤봉락 전무는 “MICE산업은 시장점유율 등 경제적 성장이 급속하게 진전됨에 따라 HR(Human Resource)의 질적성장을 위한 조직문화 개선 및 전문가로서의 역량 강화책이 필요한 시점이 도래했다”며 “이를 실현하기 위해서는 MICE산업 분석 및 인적자원에 대한 현황을 파악하고, 산업에 적합한 인재를 육성하는 것이 중요하다”고 강조했다. 아시아 최초 CAE 자격증을 취득한 ASAE Korea 조규태 대표도 전문적인 협회 멤버십 관리와 마케팅의 핵심 고급 노하우를 전했다. 특히 조 대표는 회원 모집에서부터 협회원 만족도 상승을 통한 성공적인 협회 운영 비법을 밝히는 등 협회 운영 및 마케팅 관련 고급자 아카데미 강좌를 이끌었다.



한국MICE협회 오성환 회장은 “거의 모든 산업의 플랫폼 역할을 해왔으면서도 지금까지 그 진정한 가치를 인정받지 못해 온 것이 한국의 MICE산업”이라며 “플랫폼 없이는 비행기에 올라타기 어렵듯이, MICE의 도움 없이는 대한민국의 어떠한 산업도 세계 속에 경쟁력을 갖추기 어렵다는 인식을 이번 연례총회를 통해 확신시키고자 했다”고 강조했다.

한국경제 해법, MICE에서 찾는다

‘대전을 취(飲)하고, 맛(味)보고, 느끼다(感)’라는 테마로 비즈니스 네트워킹 프로그램의 콘셉트를 잡은 일련의 행사도 참가자들의 오감을 만족시켰다. 먼저 첫째 날 네트워킹 프로그램이었던 ‘MICE Leaders Pub Party’에서는 MICE 관계자들이 탁 트인 야외 테라스에 모인 가운데 즐거운 시간을 보내며 파워 비즈니스를 위한 네트워킹의 시간을 가졌다. 둘째 날 오찬과 저녁 만찬은 대전의 토속 음식으로 꾸며졌다. 특히 KMAC 2013 갈라 디너는 대전 마케팅공사 주최로 특별공연과 만찬이 어우러져 품격 있는 네트워킹의 장을 만들었다. 한국MICE협회 오성환 회장은 “거의 모든 산업의 플랫폼 역할을 해왔으면서도 지

금까지 그 진정한 가치를 인정받지 못해 온 것이 한국의 MICE산업”이라며 “플랫폼 없이는 비행기에 올라타기 어렵듯이, MICE의 도움 없이는 대한민국의 어떠한 산업도 세계 속에 경쟁력을 갖추기 어렵다는 인식을 이번 연례총회를 통해 확신시키고자 했다”고 강조했다.

한편 한국MICE협회는 한국MICE연례총회를 미국 PCMA 총회, 유럽 ICCA 총회와 어깨를 나란히 하는 대한민국 대표 회의로 만든다는 청사진이다. 역시 방점은 교육에 있다. MICE와 관련된 핵심 키워드가 교육인 만큼 앞으로도 양질의 교육을 통해 MICE인의 네트워킹을 강화하고, 이 속에서 비즈니스가 창출될 수 있도록 협회의 모든 역량을 집중시키겠다는 계획이다. 차기 연례총회는 내년 2월 대구에서 개최된다. **The MICE**

한국MICE연례총회 ‘3일간의 다큐’ 이모저모



❶ 제10회 한국MICE정기총회



❷ 차기 MICE연례총회 개최지는 ‘대구’



❸ 편(fun)한 네트워크의 장



❹ 진정한 멀티플레이어란?



❺ 퓨전 국악계의 핑클



❻ 표정, 살아있네!



❼ 미래 MICE산업 주인공, 우리

❶ 10살을 맞이한 KMA, 그리고 한국MICE정기총회! 이 자리에서 KMA는 회원사에게 2012년 사업 결산을 보고하고, 2013년 사업계획 및 주요안건을 상정, 원안대로 가결했다. 더불어 10주년을 맞이해 MICE산업 발전을 위한 앞으로의 협회 역할 및 사업에 대해 논의하는 뜻 깊은 시간을 가졌다.

❷ 대구컨벤션뷰로 백창곤 대표이사가 차기 한국MICE연례총회 개최지인 대구를 대표해 인사말을 하고 있다. 백 대표이사는 “연례총회가 정보교류와 소통으로 MICE 가족의 축제의 장이 됐으면 하는 바람”이라며 “특히 전 세계인의 롤 모델이 될 수 있도록 차기 행사를 준비하겠다”고 밝혔다.

❸ 참가자들 간의 즐거운 네트워킹 시간, MICE Leaders Pub Day! 이색공연부터 편(fun)한 비즈니스 네트워킹까지 참가자들이 탁 트인 야외 테라스에서 참가자들이 소통하고 있다.

❹ 명창 렌탈은행 최두성 대표가 멋들어진 판소리로 분위기를 북돋우고 있다. 특히 최 대표는 이번 연례총회에서 ‘얼굴 없는 MC’, ‘강연자’, ‘무대 총감독’ 등 일인다역을 소화하며 감초 역할을 톡톡히 수행했다. ❺ 대한민국의 대표적인 국악 실내악단 ‘사계’가 가야금을 연주하며 앙상블을 자아내고 있다.

❻ 정경 바리토나가 MICE에 클래식 공연을 접목하며 노래하고 있다. 마치 오페라의 본고장인 이태리에 와 있는 듯하다. 표정이 압권이다.

❼ 이번 연례총회에서 가장 바쁜 시간을 보낸 245명의 컨벤션 특성화 고등학교 학생들. 이들은 강좌 청강은 물론 Q&A, 현장 실습을 겸하는 등 눈코 뜰 새 없는 바쁜 시간을 보냈다. 특히 행사 중 부산관광고 학생들이 재능기부의 일환으로 커피브레이크를 직접 만들어 판매하고, 모금된 수익금을 컨벤션 특성화 고등학교 장학금으로 전달하는 등 MICE 영 파워를 유감없이 보여줬다.

젊음의 도전, KMA 1기 서포터즈

“나만의 스토리로 MICE 분야의 샷별을 꿈꿔요”

봄에서 여름으로 지나가는 길목, 캠퍼스 곳곳에 핀 싱그러운 꽃처럼 환한 미소로 맞아주는 배재대 KMA 1기 서포터즈 학생들을 만났다. 지난 3월 4일부터 4월 24일까지 약 두달간 ‘2013 한국MICE연례총회’ 행사에 대학생 1기 서포터즈로 참여해 임무를 수행한 이들의 활약상을 함께 들어보자.

이진경 기자 _ 매경바이어스가이드



Q 반갑습니다, KMA 1기 서포터즈 여러분. 첫 발자국을 남기는 1기 서포터즈로서 활동을 시작하게 된 계기가 있으신가요?

한재범 _ 호텔컨벤션 경영학과

예전부터 MICE 산업에 관심이 많았습니다. 작년에는 대전에서 열린 ‘2012 세계조리사대회’에서 자원봉사자로 활동하기도 했어요. MICE 관련 일은 다양한 분야의 장르로 시도할 수 있는 매력이 있지만 그만큼 많은 경험이 필요하기 때문에 실무적인 감이 중요합니다. 이번 KMA 1기 서포터즈는 선배의 추천으로 우연한 기회에 참여하게 되었는데 MICE 행사 홍보와 프로그램 기획을 직접 맡아 많은 도움이 됐습니다. 또 책이나 인터넷 검색만으로는 알 수 없는, MICE 산업계에서 종사하시는 실무자분들의 생생한 조언도 들을 수 있었죠.

Q 어떤 활약상을 펼쳤는지 자랑 좀 해주세요.

김길중 _ 호텔컨벤션 경영학과

크게는 행사 관련 업무를 맡았습니다. 주로 행사를 알리기 위한 홍보 역할을 많이 했는데, 온라인과 오프라인으로 나눠서 진행했어요. 첫 스타트를 끊는 1기 서포터즈여서 블로그나 페이스북을 처음 개설하



고 로고도 직접 제작했습니다. 여러 활동이 재미있었지만 개인적으로 특히 기억에 남는 활동은 오프라인 홍보였던 것 같아요. 직접 강의실을 돌아다니며 학생들 앞에서 PPT 설명을 하고 교내 뿐 아니라 공주대와 중부대를 오가며 홍보물을 나눠줬습니다. 가끔 잡상인 취급을 받기도 했지만 관심을 가져주는 학생들이 있어서 끝까지 할 수 있었죠.

김고은 _ 호텔컨벤션 경영학과

행사 일정에 있는 3일자 관광프로그램인 황토 힐링 투어 ‘계족산 맨발축제’를 직접 기획했어요. 산속의 피톤치드를 느끼며 맨발로 걸어 다닐 수 있는 코스를 짰는데, 직접 걸어다니면서 거리와 시간을 계산하고 사람들이 지루하지 않도록 할 수 있는 게 뭐가 있을까 생각하는 일이 재미있었습니다. 비록 날씨 때문에 프로그램은 취소되었지만 성공 여부를 떠나 우리 힘으로 뭔가를 해냈다는 뿌듯함이 크게 남아요.

Q 힘들었던 점은 없었나요?

박수정 _ 호텔컨벤션 경영학과

호텔 숙박 담당자 일을 할 때 50여개의 객실 하나하나의 청결 상태를 확인했어요. 한날(?) 인턴이 호텔 지배인님께 사정해 일일이 체크를 한 거죠. 낮에는 현장에서 진행요원 일을 하다가 일정 시간이 되면 택시를 타고 호텔로 돌아와 일을 했어요. 또 시간이 되면 현장으로 가고, 돌아오고. 사실 몸이 좀 힘들긴 했지만 자발적으로 시작한 일이라 끝까지 할 수 있었던 것 같아요. 또 황토길 사전답사를 가는데 40분에 한 대 오는 버스를 세 번이나 갈아타서 가야했던 점들이 고생이라면 고생이었죠.

Q MICE산업과 관련된 앞으로의 계획이나 꿈꾸는 미래가 있다면 어떤 그림일까요.

김태화 _ 호텔컨벤션 경영학과

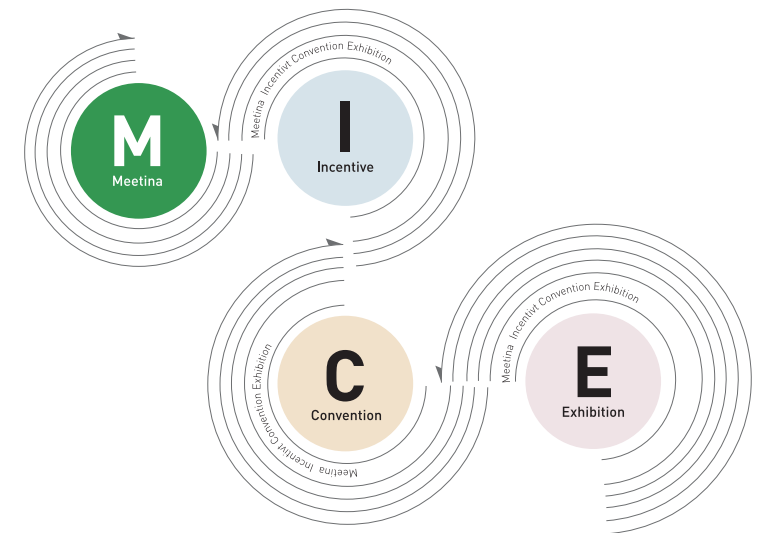
컨벤션 산업의 매력은 어린 나이라도 권한 위임을 받아 자신의 역량을 펼칠 수 있다는 점 같아요. 자기가 구상한 스케줄을 바탕으로 일을 진행할 수 있다는 점도 흥미롭구요. 이번에 KMA 1기 서포터즈로 활동하면서 신성장동력으로 발돋움하고 있는 MICE 산업의 경쟁력과 무궁무진한 발전 가능성을 엿볼 수 있었습니다. 또 MICE 분야에서 성공하기 위해선 실무적인 영어 능력과 컴퓨터 다루는 능력을 키워야겠구나, 하는 자극도 받았구요. 앞으로는 홍보일을 하면서 익힌 화려한 언변(?)과 풍부한 경험을 바탕으로 나만의 스토리를 만들고 싶어요. 제가 관심있는 MICE 산업 분야에서 성공한다면 더 바랄게 없겠죠.

Q 마지막으로 함께했던 팀원들과 내년 2기 서포터즈들에게 하고 싶은 말이 있다면?

윤민경 _ 테슬영어과

처음에는 6명이 시작해서 막막했는데 추가인원이 4명이나 늘어나고 모두 자기 일처럼 열심히 해줘서 고맙습니다. 함께 활동하면서 제가 꿈꾸던 국제기획 전문가로 한 걸음 더 나아가게 된 느낌이었어요. 앞으로 자주 모여 MICE 관련 지식을 공유하면서 발전하는 사람이 되고 싶습니다. 또 1기 서포터즈는 처음인 만큼 미흡했던 점도 있었다고 생각해요. 내년 2기 서포터즈들은 충분한 여유 시간을 갖고 MICE 분야의 협력 네트워크를 구성해서 일을 진행한다면 훨씬 더 많은 것을 얻을 수 있다고 생각합니다. TheMICE

한류와 MICE 의 융복합을 통한 프리미엄 효과



윤선중 지사장
한국관광공사 싱가포르지사장

새로운 정부가 들어서면서 창조경제가 연일 화두가 되고 있다. 미래의 먹거리를 찾자는 것이 핵심 배경이다. 구체적으로 설명하자면 딱히 우리의 궁금증을 풀어 줄만한 정의를 아직은 누구도 내리지 못하고 있다. 관련 부처는 물론 전문가들도 그 정의가 제각각이다. 하지만 그 정의가 무엇이든 간에 지향점은 현재의 저성장 기조를 극복하고 새로운 성장동력을 발굴해 지속가능한 경제성장을 이룩하자는데 있을 것이다.

21세기는 융복합의 시대다. 서로 다른 개체와 개념이 만나 새로운 개체와 개념을 만들어 내면서 보다 큰 효용과 부가가치를 만들어 낸다. 인류의 역사는 지식과 지식, 지식과 기술, 기술과 기술이 서로 만나 융·복합을 이루면서 새로운 가치를 창조해 왔다. 금세기는 정보통신 혁명을 통해 생활이 편리해지고 생산성이 높아지고 있으며 지식과 기술의 현실 적용이 그 어느 때보다 중시되는 시대이다. 돌이켜 보면 인류의 역사는 석기, 청동기, 철기 시대와 농업혁명과 산업혁명, 정보통신혁명을 거쳐 새로운 시대를 열어왔는데 이러한 역사의 변천과 그로 인한 결과가 모두 융·복합의 과정을 거친 사례라 할 수 있다. 굳이 어렵게 창조경제의 정의를 찾지 않아도 혁신(innovation)을 주창한 경제학자 쉘페터(Schumpeter)의 창조적 파괴(creative destruction)를 통한 산업구조의 개편과 경제성장을 살펴보면, 창조적 파괴의 좋은 사례로 스티브 잡스가 최초로 선보인 매킨토시 개인용 PC, 3D 애니메이션, 아이팟과 아이폰을 통한 새로운 음악시장, 아이폰을 통한 스마트폰과 어플리케이션, 태블릿 PC의 사례를 들 수 있다. 그는 기발한 아이디어를 통해 새로운 제품을 선보였다고 알려졌지만 그가 인정하였듯이 그의 역작은 완전한 무에서 창조된 것이 아니라 기존의 있는 것들의 결합을 통한 새로운 가치를 창조한 것이었다. 다시 말해 본 글의 주제인 융복합을 통한 새로운 가치를 발견한 것이다.

창조경제의 시대에 MICE산업은 어떠한 성장궤도를 따라야 할 것인가. MICE산업은 창조경제 시대에 부합하는 산업의 하나로서 인정받고 있으며 우리가 하기에 따라서 그에 따른 성장 전망은 매우 밝다. 아시아를 넘어 세계인들이 즐기고 있는 한국의 대중문화는 한류라는 이름으로 퍼져 가고 있으며 새로운 가치를 창출하는 문화산업으로서 성장 일로에 있다. 한류와 MICE 두 가지 모두 주요 정책과제로서 관심이 높아지고 있다. 그렇다면 한류와 MICE는 어떻게 결합되어 새로운 가치를 만들어 낼 수 있을까.

1. 한류의 매력을 통해
MICE 고객의 감동을
아끌어내야 한다.

1 MICE참가자들은 정부, 기업, 단체에 소속되어 있으면서 일정한 목적을 가지고 MICE 행사에 참석한다. 이들은 개최지에서 MICE 본연의 참가 목적을 달성함과 동시에 개최 도시의 매력을 체험하고 싶어한다. 각 도시마다 고유의 개최지 매력을 가지고 있다. 한류는 아시아 시장에서 10년 넘게 유행을 타고 있고 이제는 중동과 구미주까지 확산되고 있다. MICE 행사 내용에 한류의 매력을 결합한다면 한국에 특유한 개최지의 매력을 보여줄 수 있을 것이다. K-Drama, K-Pop, 한식, 미용과 패션 등 한류의 강점을 적절히 결합하면 다채롭고 흥미로운 행사가 되어 참가자의 만족과 감동을 이끌어낼 수 있을 것이다. 한 가지 예로 싱가포르의 경우 행사를 개최하면서 Psy를 두 번이나 공연에 초청했다. 경쟁국도 한류의 매력을 활용하는데 한류의 메카인 한국이야말로 한류의 매력을 최적으로 활용해야 한다.

2. 한류를 활용해 MICE
유치단계에서 주최기
관을 대상으로 보다 호
소력있는 유치활동을
전개해야 한다.

2 한국은 IT 기반의 첨단 MICE시설과 인적 서비스가 우수하나 높은 지상비, 숙박시설 부족, 언어 불편, 매년 수시로 발생하는 남과 북의 긴장으로 인해 MICE 개최지로서 부정적인 이미지를 갖고 있다. 한류는 단순한 드라마, 음악 등 문화상품의 수출 외에 한국의 국격을 높여준 세계적인 문화현상이자 거대한 흐름이다. 지금처럼 한국인이 세계무대에서 기죽지 않고 Korean이라고 말했던 시대는 예전에는 없었다. 이제 MICE 주최기관을 대상으로 한류의 매력을 적절히 활용하여 유치 성공률을 높여야 한다. 물론 이때 반한류, 혐한류로 이어지는 상대의 자존과 감정을 자극하지 않는 자세와 접근법이 필요하다. 한류를 통해 높아진 국격과 흥미롭고 다양한 엔터테인먼트 요소로서의 한류의 매력을 적절히 활용한다면 MICE 유치 성공률을 높일 수 있을 것이다.

3. 의료 한류와 MICE와의
결합을 통한 부가가치
창출을 고려할 때이다.

3 한국의 의료서비스는 경쟁국인 MICE 강국 싱가포르에 비해 가격과 품질면에서 강점이 있다. 시장별 의료관광의 소구점이 달리 적용되겠지만 일반적으로 한국의 미용, 성형, 건강진단 서비스는 MICE 부대 행사로서 매력적인 프로그램의 하나로 구성될 수 있을 것이다. 또한, MICE참가자들에게 한국 의료 서비스의 강점을 효과적으로 알려나간다면 MICE 유치 성공률을 높이고 개최단계에서는 참가자들의 만족도를 높이는데 기여할 수 있을 것이다.

4. 한류를 중심으로 국제적
인 대중문화 컨벤션과 전
시회의 개최를 제안한다.

4 현재까지 오랜 기간 동안 세계 대중문화의 중심은 미국의 할리우드이다. 막강한 자본력과 기술을 기반으로 할리우드식 대중문화는 전 세계인들이 접하고 있으며 그 경제적 효과 또한 상당한 것으로 알려져 있다. 한류문화가 아직은 할리우드 대중문화의 맞수가 될 수는 없다. 하지만 미미한 존재였던 아시아 지역에서 대표적 대중문화 코드로서 발생한 한류 현상이 10년 넘게 지속되는 것을 계기로 한국에서 국제적인 대중문화 컨벤션과 전시회를 개최한다면 한국을 대표하는 글로벌 MICE 행사로서의 발전 가능성이 있을 것이다. 초기 단계에는 정부, 지자체, 관련단체의 지원과 투자하여 행사 창립을 지원하고 안정화되면서 민간 주도의 MICE행사로 키워나가는 것이 한 방법이 될 수 있다. MICE 강국 싱가포르에서는 금년 처음으로 Social Star Awards라는 행사를 개최한다. Social Media 부문의 아카데미상이라 할 수 있는 이 시상식은 Social Network Service에서의 활동을 평가하여 문화, 예술, 스포츠 부문의 스타들에게 수여하는 시상식으로 아직 그 전례가 없는 국제적인 행사가 탄생한 것이다. 현재까지 한국에서 자생적으로 탄생한 세계적인 MICE 행사가 없는 것을 감안할 때, 문화 부문에서 전 세계 대중 문화인이 참석하는 한국형 MICE 행사는 한류와의 시너지를 만들어낼 것이다.

5. 한류를 활용한 인센티브
관광단체의 유치 확대
노력이 필요하다.

5 현재 한국을 방문하는 인센티브관광 시장은 태국, 중국, 싱가포르 등 동아시아 및 동남아시아가 주 시장이다. 한류를 이해하고 즐기는 계층은 주로 이 지역의 사람들로서 드라마, 음악, 영화를 통해 한국을 잘 알고 있고, 미래의 해외여행 희망지역으로 삼고 있어 인센티브관광단체가 매년 증가 추세에 있다. 향후 인센티브관광이 미미한 아시아 타 국가 및 구미주 시장을 대상으로 한류의 매력을 적절히 활용한다면 인센티브관광 목적지로써 한국의 이미지가 더욱 좋아지고 방문객 또한 늘어날 것으로 기대된다. 현재 싱가포르의 인센티브관광 단체들도 드라마, 영화 촬영지, 한국 음식, 미용과 쇼핑을 위해 한국을 목적지로 선택하는 경향이 높다.

간략하게나마 한류와 MICE의 융·복합 방안에 대한 몇 가지 생각을 제시했다. 한류는 이제 K-drama, K-pop을 넘어 음식, 패션, 미용, 건강에 이르기까지 한국의 대중문화 전반에 확대 발전 중에 있다. 또한 한류로 인해 얻는 수출증대 및 국격 상승 등 유무형의 긍정적 효과는 그 가치를 따지기가 어려울 정도로 높다. 한류의 지속가능성에 대해 장기적인 예단을 하기는 이르지만 향후 몇 년은 한국 대중문화의 매력이 계속될 것이다. 이제 MICE산업 등 타 산업과의 융·복합을 통한 시너지 효과를 높이기 위한 분석과 실행 전략이 필요하다. '창조'를 위한 아이디어는 멀리에만 있는 것이 아닐 것이다. 가까운 우리 주변에서도 일하는 방식의 개선 또는 이체간의 결합을 통해 새로운 시너지가 창출될 수 있다. 이제 MICE산업과 한류 문화가 서로 결합하여 상생의 가치를 높이고 시너지를 낼 수 있도록 우리의 생각에 변화를 줘야 할 때이다. The MICE



MICE산업의 창으로 바라본 관광한국의 미래



유병재 과장
문화체육관광부 국제관광과

몇 년 전까지만 해도 ‘마이스(MICE)’라는 단어는 많은 국민들에게 생소한 용어였지만, G20 정상회의나 핵안보정상회의와 같은 대규모 국제회의를 한국에서 성공적으로 개최하면서 마이스 산업에 대한 대중적인 인지도가 높아지고 있다. 지난 6월 5일 국제협회연합(UIA)에서 발표한 2012년 기준 세계 국제회의 개최 순위에서 한국이 세계 5위를 달성하는 눈부신 성과도 있었다. 이는 2012년을 ‘한국 컨벤션의 해’로 지정하고 대규모 국제컨벤션에 대한 특별 지원과 함께 해외 홍보를 강화하여 동북아의 마이스 허브로 도약하는 발판을 마련했던 것이 성공 요인이다. 또한 세계적으로 국제회의 개최 건수가 정체 상태에 있으며 아시아 지역에서 싱가포르, 일본, 중국과 치열한 유치 경쟁에도 불구하고 이러한 성과를 달성한 것은 우리 마이스 산업의 민·관이 협력하여 이룬 대표적인 성과라고 평가할 수 있다. 마이스 산업은 국제회의, 전시 등 그 자체로도 의미가 있지만, 항공, 관광, 숙박, 음식, 장차나 쇼핑 등 연관 산업에 미치는 경제적 파급효과가 큰 특성을 지닌다. G20 정상회의 개최후 국가브랜드 지수 조사결과에서 보듯 한국의 위상 제고와 국가 브랜드 가치 상승에도 기여함은 물론이다. 이제 마이스 산업은 그 규모나 경제적 파급효과 측면에서 관광산

업의 여러 분야 중에서도 한국이 경쟁력을 가지는 대표적인 산업으로 자리 잡았다. 이처럼 마이스 산업이 성장한 데에는 그간 업계와 관련 기관, 그리고 정부의 정책적인 육성 노력이 큰 역할을 해왔다. 정부에서는 앞으로도 마이스 산업을 고부가가치 관광산업으로 더욱 발전시키고자 하는 의지를 가지고 다각도로 적극 지원할 예정이다.

■ 첫번째, 산업의 규모 자체를 늘리기 위해 한국을 마이스 목적지로서 해외 시장에 홍보하고 각종 국제회의 유치·개최를 지원하여 한국의 마이스 관련 업계가 더 큰 사업 기회를 누릴 수 있도록 여건을 조성하고자 한다. 또한 해외 선진 컨벤션 박람회에 국내 마이스 업계가 공동 참여할 수 있도록 하여 국내 컨벤션산업의 민간 경쟁력을 강화하는 기회를 제공할 계획이다.

■ 두번째, 문화체육관광부에서는 다양한 마이스 관계자 중에서도 특히 마이스 업계를 적극적으로 지원할 계획이다. 전 산업에 걸쳐 ‘손톱 밑 가시’와 같은 규제를 제거하고 산업이 지속가능한 발전을 이룰 수

있도록 환경을 조성하는 것이 이번 정부의 핵심 과제 중 하나이다. 그 중에서도 경제시스템 내의 비효율적이고 부조리한 점을 개선하는 경제민주화가 중심이 되는데, 중소기업의 보호 및 육성, 균형 있는 지역경제의 육성 등을 예로 들 수 있다. 관광산업에서도 작지만 강한 관광분야 강소기업을 육성한다든지, 수도권과 지방의 양극화 해소를 위해 지역관광의 발전 기반을 마련한다든지, 관광 분야의 사회적 기업을 발굴한다든지 하는 방안들을 고민해 볼 수 있을 것이다. 마이스 산업에서도 그간 업계에서 주로 논의되었던 개선 필요 사항들에 대해 해결책을 모색하고자 한다. 우선, 국제회의기획업 등 마이스 산업의 핵심 업종이 한국 표준산업분류코드에 반영될 수 있도록 지속적으로 관계 부처와 협의하여 마이스 산업이 한국 경제에서 차지하는 영역 및 규모, 파급효과 등을 산출할 수 있는 기본적인 토대를 마련하도록 노력할 계획이다. 이는 국제 기준과 호환이 가능하고 우리나라 마이스 산업의 특성을 반영할 수 있는 산업분류체계를 마련하여 향후 마이스 산업 통계가 국가승인통계로서의 기반을 조성할 수 있을 것이다. 마이스 업계 지원을 위한 또 다른 방안으로 용역 입찰시의 불합리한 관행을 개선하고자 한다. 현재 시장에서는 국제회의기획업이 지식 산업으로서 가지는 특성이 인정되지 못하고 과도한 입찰 경쟁으로 덤핑 가격이 조장되는 등 문

제가 발생하고 있다. 특히 용역 평가의 구조상 기술능력평가에서 좋은 점수를 받았음에도 불구하고 경쟁업체가 가격평가에서 지나치게 낮은 가격을 제시하여 전문성과 노하우를 가진 업체가 적정 가격을 제시하고도 탈락하는 사례가 빈번히 일어나고 있다. 가격덤프를 통해 대형 용역을 수주하는 것은 산업의 장기적이고 건전한 발전을 저해하는 요소이다. 적정 용역 가격을 제시하여 업체가 적절한 수익 구조를 담보할 수 있고, 일차 대행사뿐만 아니라 이차, 삼차 대행사까지 용역에 합당한 수익을 얻을 수 있도록 산업 구조를 개선하기 위한 노력이 민·관 협력 하에 이루어져야 할 것이다. 이를 위해 용역 평가 시 기술능력평가의 비중을 높이고, 적정한 수익구조를 보장할 수 있도록 지침을 마련하여 관련 기관에 권고할 예정이다. 이는 어느 한 업종만의 노력으로 해결되는 것은 아니므로 국제회의기획업이나 서비스업 외에 행사 주최자 등 업계의 다양한 의견을 수렴하여 추진할 계획이다. 또한 최근 몇 년 간 산업의 성장에 따라 관련된 국제회의기획업 또한 급증하고 있는 추세인데, 이러한 신생 국제회의기획업체가 시장에 원활히 진입할 수 있도록 환경을 마련할 필요가 있다. 앞으로 일정 금액 이하의 중소기업 행사의 용역 입찰의 경우에는 입찰 참가업체에 대해 그간의 용역 실적을 요구하는 입찰 자격요건을 폐지하는 등 제도 개선이 필요할 것으로 보인다.





세번째, 업계의 금융 지원을 위해 기획재정부, 수출입은행 등 관계 기관과 협의하여 외화획득 산업인 마이스 산업에 수출금융을 지원하는 방안을 모색 중에 있다. 마이스 산업은 국내에서 발생하는 창조형 서비스 수출로 인정받을 수 있으며, 이러한 서비스 수출에 대해서도 상품 수출과 동일한 금융 지원이 가능하도록 제도를 마련할 계획이다. 제도가 마련될 경우 마이스 업계는 관광협회중앙회 등 유관 기관에서 수출실적을 확인받아 수출입은행에서 제공하는 금융 지원을 받을 수 있게 된다. 이러한 범정부적인 금융 지원이 중소 마이스 업체에 조금이나마 도움이 될 수 있을 것으로 기대한다.

네번째, 정부에서는 범부처적으로 ‘고용률 70%’ 달성을 위해 일자리 창출과 인력 양성 정책을 강력하게 추진할 것으로 보이는데, 마이스 산업 부문에서도 종사하는 사람들에 대한 처우를 개선하여 마이스 산업에 능력 있는 우수 인력들의 채용이 많이 이루어져 업계의 경쟁력이 강화되도록 유도하고자 한다. 무엇보다도 마이스 업계의 일자리에 대한 인식이 개선되어 또 다시 좋은 인력들이 유입되는 마이스 산업 인력 채용의 선순환 구조를 만드는 것이 중요하다. 최근 마이스 산업이 단기간 내에 급속도로 발전하고 있기는 하나, 우수한 인재의 육성 없이는 활성화되기 힘들기 때문이다. 정부도 마이스 산업에 우수 인력이 채용되고, 업계에서 필요한 인력의 수요와 공급이 적절하게 매칭되도록 오는 6월 30일 마이스 산업을 포함한 전

관광 분야를 대상으로 한 ‘관광산업 채용박람회’를 개최할 예정이다. 마이스 산업은 단지 국제회의장이나 마이스 서비스업, 국제회의 기획업 등의 분야에 한정되는 것이 아니라 호텔업이나 인센티브 관광을 수행하는 여행업, 통역안내사 등 관광 산업의 폭넓은 분야와 연계되어 있다. 이러한 점을 고려할 때 이번 관광산업 채용박람회가 마이스 산업에 관심 있는 젊은 인력들과 관련 기업들의 교류의 장이 될 수 있으리라 기대한다. 정부에서는 이러한 채용박람회가 일회성으로 끝나는 것이 아니라 상시적인 인력 수급에 도움이 되도록 구조적인 시스템 개선 또한 함께 진행할 계획이다. 이와 함께 마이스 업계의 수요에 알맞는 인력 양성 체계를 구축하고, 기존 경력직 직원에 대해 업무 수행 역량을 강화하여 지속적인 업무 능력을 배양하는 것 또한 산업의 발전을 위해 필요하다. 문화체육관광부는 한국MICE협회를 통해 추진하고 있는 전문인력 교육 및 양성 프로그램과 더불어, 기존 종사자 재교육, 마이스 영 프로페셔널 사업과 같은 해외 인턴십 프로그램 등에도 지속적으로 지원하여 관련 인력의 역량 강화를 위해 노력할 것이다.

다섯번째, 정부는 각 지역의 마이스 역량을 강화하고 융·복합 마이스 생태계를 구축하는 데에도 지원을 아끼지 않을 계획이다. 마이스와 관광과의 융·복합 외에도 한국이 강점을 가지는 IT기술과의 연계도 중요하다. 컨벤션 센터를 보다 친환경적으로 조성하고 회의 진행도 ‘그린 마이스(Green MICE)’

에 가깝도록 종이 대신 최신 기술을 활용하는 융·복합이 필요할 것으로 보인다. 또한 국제회의·컨벤션 산업과 포상관광 산업 외에도 전시회와 연계한 관광을 활성화하여 연관 산업과의 시너지 효과를 창출하는 것이 필요한 시점이다. 한국 마이스 산업이 한 단계 더 발전하기 위해서는 어느 한 분야가 아니라 융·복합이 가능한 분야를 한데 아울러 관련 산업의 연계 효과를 높이고 함께 발전할 수 있는 생태계를 조성하여 산업의 체질을 강화해야 한다. 최근 국회에서 마이스 복합지구 조성을 위한 논의가 활발히 이루어지고 있는데, 한국이 향후 세계 마이스 4대 강국 및 동북아의 마이스 허브로 도약하기 위해서는 세계적 수준으로 인프라 경쟁력을 강화하는 것이 필수적이라는 점에서 환영할 만한 일이다. 이제는 마이스의 주요 개최 장소인 컨벤션 센터나 기타 국제회의장의 단순한 규모 확장을 넘어서 이와 연관된 관광, 쇼핑, 공연 등 인프라를 집적화하는 질적 개선이 필요하다. 이를 통해 마이스 산업의 고부가가치를 창출하고 다양한 체험을 통해 참가자들의 만족도도 제고할 수 있으리라 기대된다.

마지막으로, 이번 6월에는 마이스와 관련된 행사가 많이 치러질 예정이다. 앞서 언급했던 관광산업 채용박람회 외에도 6월 마지막 주에는 ‘Korea MICE Expo’가 코엑스에서 개최될 예정이다. 이번 행사에서는 세계 각국의 마이스 바이어들과 함께 각 지역 컨벤션뷰로, 컨벤션센터, 국제회의기획업·전시기획업, 마이스 서비스업 등 마이스 관련 업계가 한 자리에 모

여 미래의 마이스 비즈니스 기회를 확대하는 마이스 업계 축제의 장이 될 것으로 보인다. 동 기간에는 한국컨벤션학회에서 개최하는 학술대회도 개최될 예정이다. 이러한 다양한 마이스 관련 행사들과 함께 국민들의 마이스 산업에 대한 인지도를 제고하고 인식을 개선하기 위한 홍보 또한 지속적으로 추진할 예정이다. 앞서도 언급했지만 한국 마이스 산업은 단시간에 국제회의 개최 건수가 세계 5위 수준으로 진입하는 등 양적인 측면에서 급속한 성장을 거듭해 왔다. 이제 더 큰 도약을 위한 질적인 전환을 추구해야 할 시점인 만큼, 현재 급성장하고 있는 산업이 더욱 지속가능한 발전을 이룰 수 있도록 산업의 내실과 체질을 강화하는 것이 중요하다. 마이스 업계에는 세계 시장에서도 충분히 경쟁력을 가질 수 있는 우수한 기업과 재원이 많이 포진해 있는 만큼, 마이스 업계가 더욱 자생력을 갖고 세계 시장에 진출하는 것 또한 필요하다. 각 지역의 마이스 얼라이언스에도 적극적으로 참여하여 컨벤션 업계뿐만 아니라 숙박, 항공, 여행업 등 다양한 분야의 참여와 협력을 통해 마이스 산업의 육성을 도모할 수 있기를 희망한다. 정부도 관련 업계의 목소리에 귀 기울이며 정책을 내실화하여 ‘제3차 국제회의 산업 육성 5개년 계획’을 발표할 예정이다. 이처럼 민·관이 서로 협력하여 올해 우리나라 마이스 산업이 세계적인 수준으로 성장할 수 있기를 희망한다. ‘The MICE’ 매거진 또한 마이스 업계의 최신 소식과 각 분야의 노하우, 행사 정보 등을 공유할 수 있는 소통의 장이 되리라 기대하며 무궁한 발전을 희망한다. **TheMICE**

부산관광공사 엄경섭 초대사장

“부산관광 꿈을 이루겠습니다”

부산관광공사가 지난해 11월 지방공기업으로 법인등기를 마치며 올해 1월 9일 공식 출범했다. 지방 관광공사 중에서는 가장 늦은 출발이다. 하지만 선택과 집중을 통해 부산관광공사를 세계적으로 경쟁력을 갖춘 관광전문기관으로 각인시키겠다는 각오다. 부산관광의 백년대계를 책임질 컨트롤타워, 대양으로부터의 관문이라는 중요한 지정학적 이점, 그리고 해양관광산업의 발전을 이끌 요충지, 이 뒤에는 부산의 관광산업을 이끌 부산관광공사가 든든하게 서 있다. 그 마스터플랜을 지난해 11월 부임한 엄경섭 초대사장으로부터 들어봤다.

박성일 기자 _ 매경비즈니스가이드



“부산은 바다, 산, 강이 어우러진 천혜의 자연환경은 물론 상당한 수준의 관광 인프라를 갖추고 있습니다. 부산관광공사는 이러한 관광객 유치환경을 체계적이고 구체적으로 관광상품화해 국내외 관광객 유치에 주력할 계획입니다.”
지난해 11월 부산관광공사 수장으로 부임한 엄경섭 초대사장의 출사표다.
한국관광공사에서 싱가포르지사장, 뉴욕지사장, 관광테크놀로지본부장 및 부사장과 상임고문 등의 요직을 두루 역임한 그는 고향인 이곳 부산으로 돌아

와 잉걸의 불꽃을 불태우고 있다. 부임과 동시에 천명한 ‘3·6·9’ 약속은 그 연장선상에서 해석할 수 있는 대목이다.
실제로 엄경섭 사장은 신생조직인 부산관광공사가 빠른 시일 안에 자리 잡도록 몸소 술선수범하고 있다. 먼저 ‘3’ 개월 동안 서울 집에 가지 않고 주말마다 부산의 곳곳을 다니며 볼거리, 먹을거리, 즐길거리 등을 직접 살펴보는 시간을 가졌다. 부지런한 발품의 연속적인 시간이었다.
이어 ‘6’ 개월 동안 술을 마시지 않겠다는 각오는 말

“

엄경섭 사장은 신생조직인 부산관광공사가 빠른 시일 안에 자리 잡도록 몸소 술선수범하고 있다.

”

은 정신으로 업무에 임하겠다는 의지를, ‘9’ 개월 동안 시간이 많이 소요되는 골프를 치지 않고 그 시간에 업무를 챙기겠다고 밝힌 스스로와의 약속에서는 엄격한 자기검열을 확인할 수 있는 부분이다. 또 있다. 매주 금요일은 ‘아이디어가 샘솟는 날’이라는 뜻의 ‘아쌔데이’를 가지며 직원들과의 소통에도 매진하고 있다. 임직원의 생일을 꼼꼼히 챙기는 모습에서는 아버지의 내리사랑이라는 자상함도 읽을 수 있다. 한편 엄경섭 사장은 “우리나라도 외국인 관광객 1천만명 시대를 맞고 있다”며 “이러한 때 부산의 관광산업은 새로운 패러다임이 필요한 시점”이라고 밝혔다. 특히 엄사장은 “그동안 관광객의 양적성장에 주력했다면 앞으로는 관광소비 지출이 많은 질적성장을 추구해야 할 것”이라며 “올해는 ‘부·울·경 방문의 해’이자 ‘부산직할시 승격 50주년’이 되는 해인 만큼 부산관광공사는 관광시장의 재편에 맞는 전략을 수립해 국내외에서 마케팅활동을 적극 강화해나갈 계획”이라고 강조했다. 세계 관광시장의 규모와 사업영역이 대폭 확대되고 있는 시점이라는 점, 그리고 국내외 도시 간 해외 관광객 유치 경쟁이 갈수록 치열해지고 있는 상황을 고려하면 부산관광공사의 행보는 선택이 아닌 필수로 보인다. 다행인 것은 부산이 이러한 사실을 누구보다 잘 알고 있고, 그 일을 누구보다 잘 이해하며 추진하고 있는 부산관광공사의 존재에 있다. 지역경제 활성화와 일자리 창출이라는 MICE산업의 역할과 명품도시 부산의 스토리텔링을 만들어가고 있는 이야기는 장밋빛이었다. 다음은 그와 나눈 인터뷰 전문이다.

Q. 부산이 2013년 외국인 관광객 300만명 유치를 목표로 다양한 인센티브를 확대하고 있는데요. 이를 위해 지원예산을 지난해 대비 2배로 확대한 것은 물론 상반기 중 대도시 순회 설명회도 개최할 예정입니다. 부산의 다양한 인센티브에 대한 구체적인 말씀 부탁드립니다.

올해 인센티브는 예산 분야에서 지난해 2배, 지원 분야에서도 여행사에 이어 항공사, 크루즈선사, 문화체험 관련 입장료 등으로 확대한 것이 특징입니다. 특히 부산의 주력시장인 중화권 관광객 유치를 위해 인센티브 지원 조건을 대폭 완화했습니다. 먼저 외국인 단체 관광객 유치 인센티브는 10인 이상 외국인 단체관광객이 부산의 관광숙박업체에 2박 이상 숙박할 경우 1인당 2만원, 업체별 2천만원까지 지원합니다. 부산업체일 경우 분기별 30명 이상이면 지원을 받을 수 있습니다. 중화권 단체 관광객 유치 인센티브는 10인 이상 중화권(중국, 대만, 홍콩, 마카오) 관광객 시내 숙박업체에 1박 이상 숙박시킬 경우 1인당 2만원, 업체별 최대 2천만원까지 지원합니다. 비정기 노선 해외항공 유치 인센티브는 직항을 위한 전세기 성격일 경우 1회당 500만원, 최대 3천만원까지 항공사나 여행사에 지원합니다. 국제 크루즈 입항 유도를 위한 인센티브는 부산항에 입항한 국제 크루즈 선사에 한해 항만 시설사용료 중 20~40%를 지원합니다. 공연 및 문화 체험장 지원은 외국인 관광객 1박 이상 숙박시키고, 부산시가 인증한 문화체험장과 국립부산국악원, 영화의 전당에서 열리는 공연에 참가하면 1인당 체험비 1만원과 공연 입장료의 50%를 지원합니다.

Q. 부산은 관광객 유치를 위해 국내외 마케팅에 온 힘을 쏟겠다는 청사진인데요. 명품 관광도시 부산을 세일즈하기 위한 공격적인 국내외 마케팅 전략에 대한 말씀 부탁드립니다.

부산을 찾는 외국인 관광객의 절반은 일본과 중국 관광객입니다. 지난해 일본관광객은 전년에 비해 약 9%, 중국인 관광객은 26%가 증가했습니다. 부산은 그동안 일본 큐슈지역과 활발한 교류를 해왔으며, 여러 분야에서 성과를 거두고 있습니다. 부산관광공사는 5월 말 일본의 주요 도시 세일즈콜을 실시하는 등 공사설립을 계기로 큐슈를 넘어 도쿄, 나고야, 오사카 등 일본 시장을 넓혀나갈 계획입니다.

중국 관광객 유치를 위해서는 부산과 중국 대륙 도시 간의 직항 개설을 위한 프로모션을 적극 나설 것입니다. 부산관광공사는 5월 중순 북경, 상해, 광주 등의 도시 관광객 유치를 위한 세일즈콜을 실시합니다. 또한 기존 직항 도시들에 대한 홍보를 위해 관광 상품기획자, 언론인을 부산으로 초청해 팸투어를 추진하고 있습니다. 이밖에 국내 홍보 마케팅을 위해 수시로 서울 등 국내 여행사나 상품기획자들을 부산으로 초청해 팸투어를 개최할 계획입니다.

특히 국내 관광객 유치를 위해 코레일, 부산지역 관광업계와 함께 ‘부산가자, KTX 타고!’ 프로모션을 올 연말까지 실시하고 있는 등 공격적인 마케팅에 나서고 있습니다. 또한 국제회의의 적극적인 유치와 더불어 지역경제 활성화에 크게 기여하고 있는 대형 기업 인센티브 단제도 적극 유치해나갈 예정입니다.

Q. ‘2013 부산·울산·경남 방문의 해’를 맞아 부산관광공사가 추진하고 있는 주요 프로젝트가 있다면 소개의 말씀 부탁드립니다.

올해 ‘부·울·경 방문의 해’를 계기로 부산과 울산, 경남 등 3개 시·도를 묶는 관광상품을 개발할 계획입니다. 또한 부산과 울산, 경남 등 3개 시·도와 경주까지 포함한 3+1 관광상품을 개발한다면 콘텐츠가 풍부해져서 체류형 상품이 될 것입니다.

부산관광공사는 한류스타 팬미팅 사인회, 한일 식문화교류회, 일본 나고야 신규취향 프로모션 등 20여개의 ‘부·울·경 방문의 해’ 사업을 추진하고 있습니다. 부산관광공사 임직원들은 올해가 동남권 관광산업 도약의 원년이 되기를 기대하고 있습니다.

Q. 부산의 MICE산업 발전과 지역경제 활성화를 위해서는 관광 관련 유관기관과의 협력체계가 중요해 보입니다. 사장님께서 구상하고 계신 공동 마케팅과 상생 방안, 그 해법에 대한 고견을 부탁드립니다.

부산관광공사가 출범하기 전에 부산에는 이미 많은 기관들이 나름대로 열심히 MICE 및 관광산업 발전을 위한 노력을 기울였습니다. 부산관광공사는 업계, 유관기관과 함께 관광과 MICE가 하나의 산업으로 성장해 시너지효과를 배가시키시는 방향으로 관광, MICE의 건강한 생태계 구축에 힘을 쏟을 예정입니다. 부산을 세계적인 MICE도시로 만들기 위해 지역 유관기관과 업계가 한 목소리로 열정을 쏟을 수 있도록 협력을 강화해나갈 것입니다. 또한 효율적인 관광, MICE 마케팅을 위해서는 MICE 유치로드쇼 등 해외 마케팅을 적극 추진하고 해외 유관기관들과의 유기적인 협력도 중요하기 때문에 해외 주요시장 관광기관과의 업무협약도 강화해나갈 예정입니다.

Q. 사장님은 취임사에서 “내부적으로 조직과 사업을 혁신하고 직원들의 전문성을 높이는 데 소홀이 하지 않겠다”고 말씀 하셨습니다. 부산관광공사의 남다른 조직문화와 구성원의 맨파워 등 혁신과 전문성에 대한 말씀 부탁드립니다.

앞서 말씀드린 바와 같이 저는 부산관광공사를 대한민국 최고의 공기업으로 성장시킬 큰 꿈을 갖고 있습니다. 이를 위해 조직의 혁신, 사업의 혁신, 마인드(기업문화)의 혁신, 이미지 혁신을 추진해나갈 것입니다. 특히 업무의 효과를 높이기 위해서는 직원들의 자발성과 열정을 불러일으키는 것이 중요합니다. 이것은 감성 리더십의 발휘, 성과평가 및 보상체계 개선, 교육 등을 통해 달성할 수 있다고 생각하고 있습니다. 또한 공사의 지속적인 성장을 위해서는 투명경영, 윤리경영, 정도경영의 실천과 선진 시스템의 도입을 통한 시스템경영을 임직원이 함께할 수 있도록 실천하고 있습니다.

Q. 부산관광산업 발전을 위한 백년대계, 그 장기적인 비전과 전략의 프레임을 어떻게 계획하고 계신지 궁금합니다.

저는 부산관광산업의 한 단계 발전을 위해서는 관광 관련 기관 등이 각자 본연의 일에 충실한 것에서부터 시작돼야 한다고 생각합니다. 그리고 부산 관광산업의 생태계가 건강해야 합니다. 각 분야별 관광산업이 자리를 잡아야 하고, 관광 관련 연구기능이 제 역할을 해야 합니다. 관광객 유치도 양보다 질적성장을 추구해야 하며, 이를 위해 부가가치가 높은 MICE, 의료관광, 크루즈 등 해양관광 발전 방안 마련에 적극 나설 계획입니다.

Q. 이번에는 화제를 조금 바꾸겠습니다. 2013년 올 한 해도 글로벌 경기부진과 유가상승 등의 이중고가 예상된 가운데 다소 암울한 전망이 이어지고 있습니다. 대외 불확실성과 주요국의 느린 경제회복 또한 수출과 내수 둔화를 예고하고 있는데요. 2013년 MICE산업을 어떻게 전망하시는지요.

MICE산업은 그 속성이 상용관광(Business tourism)이고, 참가가 의무적이라는 특징을 갖고 있습니다. 경제가 둔화되고 어려울수록 사람들은 유관분야의 전문가들과 만나서 얘기하려는 욕망이 강해지게 마련입니다. MICE의 가장 큰 특징인 대면(face to face) 접촉에 대한 욕구는 위기 시 더욱 강해지기 마련입니다. 따라서 MICE산업의 미래는 경제의 변동에도 크게 비관적이지 않다고 생각합니다.



“

부산관광의 꿈은 부산을 세계인들이 가장 좋아하는 사계절 국제 명품 관광도시를 만드는 것입니다.

”

Q. 그럼에도 불구하고 국내 MICE산업의 활성화되기 위해서는 어떠한 문제점들이 선결돼야 한다고 보시는지요.

국내 MICE산업은 국내끼리의 경쟁이 너무 치열한 것이 특징입니다. 수 만개나 되는 해외의 국제기구, NGO단체, 그리고 다국적 기업의 기업회의 및 기업 인센티브 등에 눈을 돌려 이들을 유치하기 위해 더욱 더 세계 속으로 나가야 한다고 봅니다.

Q. 끝으로 부산관광공사가 꿈꾸는 가까운 미래, 그 마스터플랜에 대한 말씀을 부탁드립니다.

부산관광공사가 출범할 때 시민들에게 한 약속이 ‘부산관광 꿈을 이루겠습니다’였습니다. 부산관광의 꿈은 부산을 세계인들이 가장 좋아하는 사계절 국제 명품 관광도시를 만드는 것입니다. 관광업계가 대박 나는 꿈, 관광산업 발전의 성과로 시민들의 삶이 좀 더 풍요로워졌으면 하는 꿈입니다. 부산 관광의 꿈이 이뤄질 수 있도록 관계자 여러분의 관심과 격려를 부탁드립니다.



부산관광공사 장태순 MICE본부장

“명품도시 부산의 도시브랜딩에 기여하고 싶다”

“부산은 국제 협회연맹(UIA)의 국제회의 기준(A+C)으로 지난 2011년 총 108건의 국제회의를 유치하며 아시아 4위, 세계 15위의 국제회의 도시(Convention City)가 됐습니다.”

부산관광공사 장태순 MICE본부장은 부산의 위상을 이렇게 짧고 굵게 설명했다. 이보다 더 간단 명료한 표현이 있을까. 일당백 맨파워들이 만들어낸 결과물은 단연 최상급이었다. 누군가 시켜서 하는 수동적인 일이 아닌, 일을 스스로 찾아서 만들어나가는 적극적인 모습은 부산을 명품 관광도시로 탈바꿈시킨 원동력이었다.

학습의 효과도 유효했다. 바로 부산관광공사의 ‘수요 콜로키움’이 그것. 본사와 지사 전 직원을 대상으로 하는 이 커리큘럼은 기초 소양 및 전문 관광 마케터 자질 함양과 분야별 전문 사내 강사 양성을 위해 지난 5월부터 올해 말까지 매주 수요일 한 시간에 걸쳐 교육을 하고 있다.

관광이론, 마케팅 사례, 육성전략, 공기업 경영 등의 세부 교육과목에 강사진도 부산관광공사 사장에서부터 내부 임직원 및 외래강사에 이르기까지 양질의 프로그램을 위해 세심한 신경을 아끼지 않고 있다. 가장 늦게 출범했지만 가장 앞질러 갈 지방 공기업이라는 기대감을 낳게 하는 대목이다. 한편 장태순 본부장은 “부산은 넓은 회의 및 전시시설, 다양한 숙박시설을 확보하고 있어 미래 MICE 이벤트 개최지로서도 그 가능성이 매우 높다”며 “특히 MICE 이벤트의 한 축인 기업 인센티브의 경우 최근 각광받고 있는 분야인 만큼 고무적”이라고 밝혔다.

실제로 부산은 대양과 산으로 둘러싸여 있는 천혜의 장소. 특히 대형 크루즈 선박의 입안이 가능

한 것은 물론 국내 최고 크기의 국제시장 규모인 재래시장, 6.25 동란 시 피난민에 의해 소개된 많은 팔도의 먹을거리 등 최적의 관광명소로 명성을 얻고 있다.

이는 중국, 동남아를 중심으로 한 기업 인센티브 유치에도 한층 힘을 실어주며 입소문의 효과를 톡톡히 보고 있다. “부산은 바로 이 부분에 심혈을 기울일 예정”이라고 밝힌 장태순 본부장은 “세계의 주요 도시 관광공사와 협력관계를 구축해 기업미팅과 인센티브 정보를 공유하고 이들을 중심으로 한 효율적인 행사유치에 노력할 예정”이라고 강조했다. 다만 부산은 국제컨벤션 협회(ICC)에서 기준으로 하는 협회·학회의 총회 유치에서는 상대적으로 취약했던 게 사실. 이에 대해 장태순 본부장은 “부산 서면지역은 세계적으로도 매우 드물게 대규모 의료거리(Medical street)가 형성돼 있다”며 “따라서 이들을 중심으로 세계주요 의료학회 및 협회와 협력해 많은 컨벤션을 유치함으로써 명실공히 부산을 세계적인 의료컨벤션 목적지(Medical Convention Destination)로 포지셔닝할 계획”이라고 밝혔다.

부산을 가장 경쟁력 있는 도시, 명품 관광도시를 만들겠다는 의지로 똘똘 뭉친 부산관광공사의 임직원이 있기에 부산의 미래는 밝아 보인다. 이들의 향후 행보에 귀추가 주목되는 이유다. TheMICE



IUSSP 세계인구총회 국가조직위원회 박은태 위원장

70억 인구의 미래를 위한 초석, 제 27차 세계인구총회

세계인구총회는 1947년 당시 세계인구가 20억 명이었을 때부터 처음 개최되었다. 현재 전 세계 인구는 70억 명을 넘었고 아직도 인구는 늘어나고 있는 추세이다. 인구 100억 명을 눈앞에 둔 현 시점에 인류가 가진 현안들과 미래에 대한 방안을 마련해야 할 때이다. 역대 최대 규모인 2013 부산 세계인구총회는 각종 인구문제에 대해 돌파구를 제시할 것으로 기대되고 있다.

김병민 기자 _ 매경비즈니스가이드



‘사람이 미래다’라는 광고 문구가 있듯이 사람은 사회 구성에 빼놓을 수 없는 요소이다. 사람이 없다면 어떤 산업이든 유지할 수 없고 사회를 지속할 수 없다. 우리나라의 현재 출산율은 1.30명으로 몇 년 뒤에는 인구가 감소하게 된다. 인구가 줄어들게 된다면 미래를 책임질 노동인구가 줄어들어 개인과 국가가 노인인구에 대한 부담을 떠안게 된다. 인구감소와 여타 다른 인구문제를 해결하기 위해 논의를 지속해왔던 세계인구총회가 우리나라에서 개최된다. 2013년 8월 26일부터 8월 31일까지 7일간 부

산 벅스코(BEXCO)에서 전 세계 인구문제 및 현황에 대한 학술대회를 연다. 총회 기간 동안 70억 인구가 가진 문제점을 짚고 해결책을 모색하게 된다. 총회를 개최하게 된 원동력과 총회를 성공적으로 유치할 방안에 대해 세계인구총회 국가조직위원회 박은태 위원장을 만나 알아보았다.

세계인구총회 사상 최대 규모, 국가에 큰 파급효과
2001년 브라질 살바도르, 2005년 프랑스 투르, 2009년 모로코 마라케시 다음으로 부산에서 세계

인구총회가 열린다. 전 세계 140여 개국의 4000여명의 학자가 참가를 희망하여 총회 사상 최대 규모를 기록했다. 21세기 처음으로 아시아에서 열린다는 점도 주목된다. 거대한 글로벌 이벤트로서 우리나라와 주변국의 문제를 통해 사람들의 이목을 집중시킬 것으로 보인다. 개최일 전 8월 25일에는 사전회의(pre-conference)가 진행된다. 사전회의에는 통계청이 참가하여 인구센서스(population census, 인구주택총조사)에 대한 첨단 기법을 전수받게 된다. 특히 센서스 전문 학자들이 참여하여 효율적인 센서스 제도에 대해서 논의한다. 인구학에 대한 관심과 개인 및 국가가 가진 의식의 변화도 함께 이끌어 낼 것으로 예상된다.

세계인구총회에서 다루게 될 작지만 수많은 현안들에 대해 박은태 위원장은 여론의 집중과 기대를 요청하고 있다. “IUSSP(International Union for the Scientific Study Population) 세계인구총회는 일반인들에게 생소할 것입니다. 하지만 출산율이나 인구문제를 다루면서 많은 관심을 받을 것을 기대하고 있습니다.”

보건복지에 대한 관심과 인식 변화 필요

박은태 위원장은 미래의 인구 위기에 대해서 정부와 국민이 위기감을 느껴야 한다고 보았다. 인구부족문제가 불러올 3저 현상인 저출산, 저소비, 저성장은 국가의 존폐를 위협하기 때문이다. 소비가 줄어들고 성장률이 떨어지는 현 상황의 위태로움에도 불구하고 국민들의 인식이 부족한 점에 박은태 위원장은 아쉬움을 나타냈다. 한국은 현재 출산율이 떨어지며 평균연령이 높아지는 고령화 사회이다. 미국의 매킨지에서도 한국의 바이탈리티가 떨어지고 있다고 보고할 만큼 한국은 고령화가 지속되고 있다. 국민연금본부에 따르면 국민연금은 2070년이 될 때 바닥 날 것으로 예측하고 있다. 다수의 노동인구가 연금을 불입하고 소수의 노인인구가 연금을 수령하는 구조가 역전될 것이라는 것이다.

이런 위기에 대처하기 위해 박은태 위원장은 세계인구총회에서 의견을 수렴하여 대정부건의를 할 계획이다. 출산장려정책 개선과 출산지원창구의 단일화가 주요 건의대상이다.

대정부건의가 이뤄졌을 때 기업 및 사회종교단체에서도 장기투자개념으로 지원을 이끌어내는 것 또한 계획하고 있다.

“빌게이츠는 자식에게 재산을 물려주기보다 사회 구성원을 위한 자선사업과 기부를 하고 있습니다. 일본의 기업인 마쓰시타 고노스케도 사회에 재산을 환원했습니다. 기업이 사람을 고용하기 위해 사회에 기여하는 바탕이 있어야 기업 또한 발전할 수 있습니다.”

부산, 세계적 도시로의 도약

이번에 부산에서 개최되는 세계인구총회는 많은 의미를 가진다. 첫 번째로 부산이 MICE와 관광사업의 메카로 자리 잡는 것이다.

글로벌이벤트가 열리게 되면 이벤트 참가자들이 한국의 홍보대사처럼 부산을 소개하게 될 것이다. 주변 경남권에 위치한 경주의 세계문화유산과 합천 팔만대장경 등의 콘텐츠와 연계한다면 문화관광수도로 발전할 수 있다. 두 번째로 세계인구총회에 대한 관심으로 출산율이 증가할 수 있다는 점이다.

지금까지 총회가 개최되었던 지역들 모두 출산율이 증가하는 현상을 보였다. 우리나라는 2006년 제1차 저출산고령사회 기본계획에 40조원을 투자했으나 2010년까지 출산율을 0.09명 증가시켰다. 박은태 위원장은 이번 총회를 통해 출산에 대한 인식이 변화하여 출산율이 0.1명 이상 증가하기를 기대하고 있다.

“부산에서는 이미 세계인구총회의 공시 효과가 나타나고 있습니다. OECD 절반 수준인 0.9명의 출산율이었지만 최근 서울을 앞지르는 등 증가세를 보이고 있습니다. 정책과 학술의 교류를 통해 관광산업의 부흥과 국가의 미래인 출산율 증가를 이끌어 낼 수 있을 것입니다.”

끝으로 부산관광공사가 대표적 다산국가인 인도와 중국은 출산율이 높고 빈부격차가 심해 경제하층민들은 열악한 환경에 놓여있다.

영아 사망률이 높을 뿐만 아니라 영아에 대한 성차별도 심각한 수준이다. 아이를 출산한 산모의 관리가 허술해 산모 역시 다수 사망하고 있다. 이렇게 사망하는 영아와 산모의 수가 매년 백만 명이 넘고 있다.

다산국 문제에 대한 해법으로 박은태 위원장은 우리나라가 산아제한정책을 통해 출산율을 낮췄다는 점을 떠올렸다. 저출산을 겪는 우리나라가 다산국가의 해답이 되는 일종의 역발상을 한 것이다. 적정 수준의 인구를 유지해야 쾌적한 삶을 누릴 수 있다는 기준으로 인구문제에 다른 접근법을 제시했다. 덕분에 외국 학자들이 한국에서 열리는 세계인구총회에 관심을 기울이기 시작했다. 우리나라가 가진 과거 인구정책 노하우를 총회에서 제안하고 인센티브를 얻을 계획이다.

해외에서 산아제한정책에 대한 관심을 보이자 또 다른 기획을 마련하게 되었다. 출산율이 5.0명 이상이었던 세대의 이야기를 주제로 다큐멘터리를 제작하기 시작한 것이다. 이 다큐멘터리는 다산국가의 비인간적인 성차별이나 특정성별 선호에 대한 경고도 담겨있다.

2013 세계인구총회 개최후보지였던 호주 아들레이드와 캐나다 벤쿠버와 벌인 경쟁도 만만치 않았다. 호주는 IUSSP 총재가 호주 사람이었고 총재의 모국이 보통 개최지로 선정되었다는 통계가 있어 유력한 후보지였다. 캐나다는 3번째 도전이었던 만큼 부산보다 유리한 조건을 갖추고 있었다. 경쟁에 뒤처지지 않기 위해 박은태 위원장은 세심한 부분까지 놓치지 않았다. 모로코 마라케시에서 유치를 위한 홍보를 위해 태극기가 그려진 부채를 기념품으로 마련했다. 무더운 날씨 탓에 누구나 할 것 없이 부채를 받아갔다.

마라케시 전역에 태극기 바람이 불었다. 또한 전시장 위치를 유동인구가 많은 곳을 택해 홍보효과를 높였다. 마라케시에서의 홍보 이후 2010년 1월

IUSSP 이사회가 열리는 파리에서 이사진들을 만나 홍보를 지속했다. 그 때 사건이 일어났다.

“파리의 호텔 안에서는 인터넷을 사용하기 어렵습니다. 이사회 사람들과 이메일로 연락을 하다 보니 밖으로 나가야 하는 일이 많았습니다. 그 때 파리의 기온이 영하 50도였는데 옷을 별로 입지 않고 밖으로 나갔더니 몸이 얼었나 봅니다. 바깥에 설치된 열풍기 앞을 지나치다가 대동맥이 파열되어 119로 병원에 실려 갔습니다.”

박은태 위원장은 회복하지 못할 수도 있는 상태로 대수술을 받게 되었다. 박은태 위원장이 수술을 받는다는 소식을 들은 이사회는 개최지 선정 날짜를 미루었다. 수술 후 의식이 없는 박은태 위원장을 위해 이사진들이 병문안을 다녀가기도 했다. 기적같이 일어난 박은태 위원장은 자신의 의식이 없던 사이 벌어진 일들 때문에 당황스러웠다고 하였다. 그렇지만 사고 때문에 오히려 부산이 개최지로 선정된 것이 아니겠냐는 말을 덧붙였다.

역발상과 기적이 가져온 세계인구총회 유치

모로코에서 열렸던 세계인구총회에서는 아랍과 아프리카와 관련된 주제들을 다루었다. 부산 세계인구총회에서는 아태 지역(아시아태평양 지역)에 대한 특별 세션이 진행될 예정이다.

2013년 3월 15일에는 서울대학교 농석회의실에서 아태지역 특별 세션에 다뤄질 주제에 대한 집담회가 열린 바 있다. 아태지역을 연구하는 35명의 VIP 학자들을 초청해 진행될 예정인 만큼 기대가 크다. 아태 지역은 전 세계 인구의 1/3이 집중되어 있으며 인류의 문화가 총집합한 곳이다. 박은태 위원장은 아태 지역 특별 세션을 특히 주목할 것을 당부했다. 만약 성공적으로 인구학적 성과를 내고 부산 지역이 저출산 고령화를 탈피한다면 ‘부산 이론’이 창출될 수도 있다.

‘부산 이론’이 현실화되도록 박은태 위원장은 개최 준비와 사후 관리를 철저히 하겠다는 다짐을 하고 있다.

아시아 태평양 지역, 인구문제 해결의 열쇠

박은태 위원장은 한국의 미래를 짊어질 젊은이들에게 인구학에 대해 관심을 더 많이 가지기를 희망하고 있다. 지속가능한 이론을 개발하고 인구학에 대한 분위기를 쇄신하는 작업은 모두 젊은 세대들을 위한 것이다. 세계인구총회에 참가하는 대학생이나 학생 회원들은 인구학적 발전을 위한 토대와 경험을 쌓을 수 있을 것이다.

세계인구총회에 참여하거나 전시를 희망하는 기업들에게는 노동력의 가치에 대해서 다시 생각해볼 것을 촉구했다. “삼성경제연구소에서는 노동 이민청을 신설하고 노동이민을 1000만 명 이상 받아야 한다고 합니다. 부족한 노동인력을 외부로 통해 채우자고 할 만큼 한국의 노동인구는 점차 줄고 있는 것입니다.”

박은태 위원장은 인구문제를 운동선수에 비유하였다. 경고를 받은 선수는 경고를 대수롭지 않게 여기지만 퇴장을 받은 선수는 찢절매는 모습을 보인다. 인구문제도 지금의 경고를 무시한다면 더 큰 화를 부르게 될 것이다. 당장 15년 정도만 지나도 한국에는 인력 부족현상이 일어날 것으로 예상된다. 기업들이 예방 차원으로 중장기 투자와 대비를 해야 하는 이유이다.

젊은 세대와 기업의 관심, 내일을 바꾸는 힘

부산은 APEC 정상회의, G20 재무장관 회의, 국제 라이온스 클럽 세계 대회 등을 개최하며 세계적인 도시로 발전하고 있다. 부산에 총회가 열리면서 이전에 총회가 열렸던 도시들과 하나의 공통점을 갖게 되었다. 한 때 국가의 수도로서 역할을 했던 점이다. 부산은 한국전쟁이 일어났을 당시 수도였고 지금은 바다와의 근접성을 이용해 무역과 관광사업의 중심지로 부상하였다.

지금은 다른 지역과 해외로 산업이 흩어지고 있어 부산에 인구감소현상과 출산율 저하가 나타나고 있는 상황이다. 때문에 부산시가 무료결혼식과 육아지원 등 출산율을 끌어올리기 위한 제도적 지원을 확대하고 있다. 더불어 세계인구총회

의 효과를 받아 출산율 증가의 성공사례로 남기를 희망하고 있다. 박은태 위원장은 부산처럼 다른 지역들이 선진국의 선진사례들을 살피고 형편에 맞는 중장기적 인구대책을 수립해야 한다고 강조했다. 현재 프랑스의 출산율은 2.01명이다. 국가의 내실을 튼튼히 다진 결과로 볼 수 있다. 프랑스는 2차 세계대전 이후 방위산업에 투자하여 세계 3위의 군사대국으로 발전했다. 또한 160%의 식량자급률을 달성하여 식품수출을 하는 등 국가 전체의 힘을 길렀다.

한국도 인구문제에 대해서 정부차원의 지원을 하고 있다. 복지부에서는 2010년 2차 저출산고령화 기본계획에 70조원을 배정하는 등 저출산 고령화에 대한 대책을 내놓고 있다. 박은태 위원장은 정책을 마련하는 것은 좋지만 국민들이 얻는 혜택은 한계가 있다고 보고 있다. 생각하는 틀의 변화가 더욱 중요하고 필요하다는 것이다.

“의식의 전환, 사고의 혁명이 필요한 때입니다. 국가가 반석 위에 서려면 훌륭한 지도자가 있어야 하지만 반석을 마련하려면 20대, 30대의 젊은 이들의 힘이 꼭 필요합니다. 우리나라 국민들은 옳고 그름을 잘 판단하고 현명한 만큼 미래의 기반을 훌륭히 만들 것입니다. 앞으로 훌륭한 지도자가 나타나 우리나라 국민 모두 밝은 미래를 꿈꿀 수 있었으면 좋겠습니다.”

박은태 위원장은 작은 의식의 변화가 커다란 흐름을 바꾸는 모멘텀이 될 것이라 기대하고 있다. 8월 부산 세계인구총회의 성공적인 유치와 더불어 인구문제에 대해 커다란 변화의 바람을 불러올 박은태 위원장의 행보를 주목해야 할 것이다.

The MICE



“청심평화월드센터, 전 세계인이 찾는 랜드마크로 거듭날 것”

2012년 3월 개관식을 스타트로 이제 막 1주년을 맞은 청심평화월드센터는 수려한 청평 호반을 배경으로 최대 2만 5천명을 수용할 수 있는 국내 최대이자 아시아 두 번째 규모를 자랑하는 공간이다. 아레나 구조로 설계된 웅장한 센터의 외관과는 다르게 건물 내부에는 곳곳마다 보석 찾기 놀이를 하는 것처럼 크고 작은 놀라움이 숨겨져 있었다. 인원이 많고 적음에 따라 재배치할 수 있도록 설계된 화장실 인테리어를 비롯해 직접 자체 마크를 단 휴지통, 최고급 목재를 사용한 테라스 테이블, 의자 하나하나에서 센터에 대한 세심한 애정과 고객을 위한 배려심이 엿보였다.

이진경 기자 _ 매경바이어스가이드



“대한민국 No.1 콘텐츠 확보에 기반한 브랜드로 다양한 체험과 장중한 볼거리를 제공합니다.” 청심평화월드센터 문화사업팀 장일주 팀장의 목소리에서 자부심이 묻어 나왔다. 과연 다목적 공간 활용과 다양한 연출이 가능한 무대 컨트롤 시스템, 롱스로우 방식의 고음압, 고효율 스피커 시스템, 고화질 Full HD 영상 촬영 및 고퀄리티 조명 연출을 위한 컨트롤러 시스템 등의 시설은 국내를 넘어 가히 월드 클래스 급의 Venue라 해도 손색이 없어보였다.

단순 시설을 넘어 창조적 문화체험공간으로 다가서다

청심평화월드센터만의 차별성은 단순한 시설 제공을 넘어 복합문화공간이자 문화체험공간으로 거듭나려고 하는 점이다. 창조적인 문화예술 콘텐츠 개발 및 인프라 조성을 기반으로 삶의 행복을 최우선으로 하며 인간과 자

연의 조화를 중시하는 기업 Identity를 지향하고 있다. 청심평화월드센터는 이러한 기업 Identity를 중심으로 지역사회의 건강한 문화기반을 조성하기 위해 남다른 활동을 펼쳐왔다. 문화는 일부 계층만이 향유하는 것이 아닌 더 많은 사람들과 즐길 수 있어야 한다는 생각에서 출발한 것이다. 작년 개관식을 시작으로 서울과 경기지역 다문화가정과 소외계층 어린이, 청소년들에게 공연 관람의 기회를 제공해 왔으며 총 관람 인원은 수천 명에 이른다. 또한 개관기념 전시였던 아트프로젝트를 통해 청평, 가평 일대의 초, 중, 고등학생들이 다녀갔으며 학생들은 지역구 내에서 세계적인 작가들의 작품을 볼 수 있다는 것에 좋은 반응을 보였다고 한다. 청심평화월드센터는 이러한 프로젝트를 통해 발생하는 수익금 중 일부를 공익 단체에 후원하고자 하며 단순히 기부만 하는 것이 아닌 단체와 함께 만들어 나갈 수 있는 프로젝트를 기획하고 있다.



소통과 능동적 참여로 구성된 3E 조직문화

성공적인 행사 진행을 위해 수평적인 조직문화를 갖고 있다는 점도 눈여겨 볼 점이다. “청심평화월드센터의 각 팀원들은 문화공간에 적합한 각 분야의 전문가들로 이뤄져 있습니다. 또한 서로간의 시너지 효과를 내기 위해 Collaboration을 장려하고 있으며 Expert, Enthusiasm, Execution(3E)에 걸맞는 인재 육성에 중점을 두고 있습니다.” 새로운 조직문화 창출과 정의 일환으로 실행하고 있는 “동행 프로젝트”는 실천형 여행 프로젝트다. “동행 프로젝트”는 사내공모를 통해 엄정한 심의과정을 거쳐 선발된 1팀이 Collaboration을 통해 새로운 프로젝트를 기획, 수행한다. 청심평화월드센터는 이처럼 팀원들의 자발적이고 능동적인 참여를 이끌어 다양한 아이디어를 수렴하기 위한 전폭적인 지원을 아끼지 않는 모습이었다.

세계적 규모의 차별화된 한류 문화 콘텐츠 확산

청심평화월드센터는 한류 문화 확산을 위한 플랫폼이 되기 위해 준비 중에 있다. 장일주 팀장은 “세계적 규모와 시설을 갖춘 하드웨어를 바탕으로 차별화한 문화 콘텐츠를 양산 및 확산하고자 합니다.”라고 설명했다. 청심평화월드센터는 현재 뮤지컬 〈서편제〉, 〈카르멘〉과 같은 다양한 공연 콘텐츠에 투자, 제작을 맡고 있으며 매년 국내 최고의 가수들이 참여하는 ‘청심뮤직페스티벌’을 주최하고 있다.

국제적으로는 추후에 열릴 K-pop 페스티벌을 위해 마카오와 더블 부킹에 관한 사업을 진행 중에 있으며 중국 상하이 벤즈돔과 일본 도쿄돔과도 네트워킹 구축을 위해 협의 중이다. 청심평화월드센터는 한류 문화 콘텐츠 확산을 위한 글로벌 네트워킹 구성을 위해 다각도의 노력을 기울이고 있다.

전 세계인이 찾는 문화중심공간이자 랜드마크가 될 것

“뛰어난 작품성과 흥행성으로 이미 전 세계적인 성공을 거둔 ‘태양의 서커스’와 같은 상설공연을 기획하기 위해 기반을 다지고 있습니다.” 장일주 팀장은 상설공연을 유치하고자 하는 것이 중장기적 비전이라고 설명하면서 “단순히 외부의 공연을 유치하는데 그치는 것이 아니라 최고의 작품을 기획 제작하는 자생력 있는 Venue로서 성장하는 것이 목표”라고 말했다. 또한 컨벤션 시설을 갖춘 대규모 호텔과 현재 청심의 새로운 지역 개발 사업으로 진행되고 있는 열린 문화교육 휴양리조트 조성으로 유입 인구가 더욱 늘어날 것으로 전망하고 있다. 청심평화월드센터는 MICE업계에 이제 첫발을 내딛은 신생 기관이지만 문화 산업계에서는 오랜 기간 내실을 다져왔다. 그간의 탄탄한 경험을 바탕으로 MICE 산업계에서도 최고의 Venue와 콘텐츠, 차별화된 서비스로 건강한 새바람을 일으킬 준비가 되어있었다. 무한한 가능성을 지닌 청심평화월드센터의 비전과 꿈이 어떤 색깔로 펼쳐질지가 기대된다. TheMICE

MICE산업의 지속적 발전을 위한 과제와 개선 방안

현재 우리나라 MICE산업은 하나의 통합된 산업으로서의 법령 체계가 이뤄져 있지 않고, 국제회의, 전시산업이 각각 별개의 업종으로 구분돼 있으며, 인센티브 업종은 누락돼 있어 MICE산업 내 업종 간의 상호협력을 통한 시너지 효과가 매우 미미한 실정이다. 따라서 정부는 관련 업종 간에 연계성을 갖게 하는 MICE산업의 법적·제도적 정착지원이 시급한 상황이다.

최흥식 국제위원장 _ 한국MICE협회

전략적 협력메커니즘과 정책적 지원 요구

MICE 종사 기업의 대부분이 중소기업이고, 기업의 숫자가 계속 증가되고 있는 추세로 인해, 제한된 국내 시장 속에서 무차별한 경쟁 환경이 조성되고 있다. 특히 지방컨벤션센터 간의 물밑 행사 유치 경쟁도 매우 심한 것으로 나타나고 있어 상호 ‘원원’ 할 수 있는 전략적 협력메커니즘과 정책적 지원이 요구되고 있다. 이와 함께 매년 많은 수의 MICE 고급 인력이 배출되고 있어 이 분야에 효과적 고용창출을 위한 전 방위적 노력도 필요한 시점이다.

인력의 수요와 공급, 제도적으로 정착

필자는 상기와 같은 MICE산업의 당면과제를 개선해 나가기 위한 방안을 다음과 같이 제안하려고 한다. 첫째, MICE산업 인력의 수요와 공급을 제도적으로 정착시켜 나가는 노력이 필요하다. MICE 시장의 급속한 확장으로 당분간 경력직(특히 행사기획, 운영부문)에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되나, 능력과 경험을 겸비한 인력은 부족한 현상이다. 그 이유는 MICE산업계는 신규직원이 2~3년 근무 후 이직하거나 타 직업으로의 전환과 전문가 양성 경력, 교육체계가 확립돼 있지 않기 때문이다. 또한 MICE분야는 수시채용의 의존도가 85.7%로 고용제도가 매우 불안정해 능력을 갖춘 인재들이 고용기회를 잃어버리는 경우가 많은 것으로 보여 진다. 이러한 현상을 시정해나가기 위해서는 연간 인력 수요공급 측면의 평균적인 통계 분석을 통해 매년 최소인원의 정기적 채용(일종의 자격시험)을 보장하는 제도를 산·학·관 협력을 통해 마련하는 것이 필요하다. 이를 시행하기 위해서는 정부산하의 MICE자원관리센터 또는 관광공사 혹은 MICE협회 내 관련 부서의 설치를 검토해 볼 필요가 있다.

“

국내에서 개최되는 대규모 국제행사는 행사 주최 측(협회, 학회, 지자체, 대학 등)과의 협조로 일회성 행사로만 끝내지 말고 후속행사를 만들어 나가는 지혜가 필요하다.

”

MICE 시장 확대 위한 국내외 전 방위적 노력

둘째, MICE 시장 확대를 위한 국내외 전 방위적 노력이 필요하다. 먼저 해외 MICE 관련 투자자들의 국내투자 유도 노력과 정부의 투자환경개선 등의 지원이 병행돼야 한다. 이를 통한 MICE 인력의 국내 취업의 기회를 확대해 나아가겠다. 또한 우리 MICE 기업의 국제시장에 대한 적극적 진출 노력이 필요하다. 한국형 MICE모델을 창출해 개도국에 MICE 관리 및 운영기술을 협력, 지원함으로써 MICE산업계가 국제적 경쟁력 강화를 위한 공동 노력을 모색해 나가야 하겠다. 한편 각 지자체는 지역마다의 특성을 살린 국제적 MICE행사를 적극 창출해 특화된 컨벤션센터의 활성화를 추진해 나가도록 유도해야 한다. 예를 들면 대전의 글로벌 과학 컨벤션 얼라이언스의 활성화, 서울의 미래도시연합체 강화 등이 그것이다. 나아가서 정부의 MICE협회에 대한 지원 협력으로 아시아 MICE 민간협력 기구를 창설함으로써, MICE 국제시장에 선도적 역할과 MICE 콘텐츠 외연 확대를 주도해 나가야 한다. 국내에서 개최되는 대규모 국제행사는 행사 주최 측(협회, 학회, 지자체, 대학 등)과의 협조로 일회성 행사로만 끝내지 말고 후속행사를 만들어 나가는 지혜가 필요하다. 예로써, 총회가 개최된 이후에는 지역회의의 내지 전문가 회의를 이끌어내는 노력을 병행하면 비교적 쉽게 유치가 이뤄질 수 있다. 2009년도에 개최됐던 대전국제우주대회(IAC)는 아·태지역 총회 창출로 관련 국제회의가 계속 대전에서 개최되고 있다.

MICE산업에 대한 대국민 홍보확산 필요

셋째, MICE산업에 대한 대국민 홍보확산 노력이 필요하다. 홍보방향은 MICE산업이 경제적 부가가치 외에도 사회문화적 부가가치를 창출해 나가는 산업이라는 점을 부각해 폭넓은 일반 국민의 관심과 지원을 이끌어내는 분위기를 조성해나가야 한다. 이를 위해 MICE는 21C 글로벌 시대에 요구되는 국제교류협력 전문가 양성 측면에서 자격과 능력을 갖춘 인재를 만들어내는 산업이며, 소통과 대화의 기술을 발전시켜 민주적인 사회를 고양시키는 데 기여하는 고차원의 지식산업이라는 면을 부각시켜야 한다. 또한 국가산업 발전을 위한 콘텐츠 개발에 모멘텀을 제공해주는 산업이며, 컨벤션센터가 국제교류협력을 위한 허브로서의 역할을 할 수 있다는 점 등을 적극 홍보해야 한다. 이러한 홍보활동 방향은 MICE 산업종사자들의 직업에 대한 사명감과 자긍심을 제고시키고 MICE산업을 국가전략중심산업으로서 한 단계 도약시켜주는 효과도 있다고 생각한다.

산·학·관 관련 협의체 만들어 나가야

넷째, 산·학·관 협력 체계를 더욱 긴밀히 구축해나가기 위한 협의체 등을 만들어나갈 필요가 있다고 생각한다. 이를 통해 MICE 시장창출, 인적자원의 적절한 공급과 수요 확보, 정부의 중장기 전략과 정책수립과 함께 시기적절한 산업계에 대한 지원이라는 3박자가 조화롭게 이뤄져 나가도록 해야 한다. TheMICE





‘2015 국제태양 에너지학회’ 대구유치 성공

10년 전 패배 경험, 전화위복으로 삼아
대구, 그린에너지도시로 세계 속 발돋움



태양 및 신재생에너지 등에 관한 기술과학, 응용정책 분야 국내외 전문가 3,000여명이 대구를 찾는다. 대구시는 최근 북한의 도발로 한반도 긴장이 고조된 상황과 국제적 우려에도 불구하고 국제태양에너지학회(International Solar Energy Society, ISES) 본부 주최로 개최되는 ‘2015년도 국제태양에너지학회 학술대회(ISES 2015)’의 유치에 성공했다고 지난 4월 12일 밝혔다.

이번 대회에는 인도 뉴델리와 한국 대구가 개최 후보지로 마지막까지 경합을 벌인 가운데 총 24명의 국제이사들의 최종투표(인터넷 투표 방식채택) 결과, 대구가 개최지로 확정되는 쾌거를 거뒀다. 국제태양에너지학회 학술대회(2년마다 개최)는 태양에너지, 에너지효율, 신재생 에너지 기술과학, 응용정책 관련 분야의 세계적 전문가들이 모이는 학술대회로 UN, IRENA(국제재생에너지기구) 등 관련 국제기구 주최 행사들이 부대행사로 동시 개최된다. 특히 1,000명 이상의 외국인과 국내 전문가 등 2,000여명이 2015년 11월경 대구를 찾을 것으로 기대돼 벌써부터 이목이 집중되고 있다.

연번	행사명	개최기간	장소	주최기간	참가규모			
					계	국내	해외(한국제외)	
							개국	명
1	2013년도 Soc 학술 대회	05.02 - 05.03	경북대학교	대한전자공학회	200	170	1	30
2	2013 한국유네스코 협회연맹 한국대회	05.10 - 05.11	호텔인터불고대구	유네스코대구협회	400	385	2	15
3	세계물포럼 Kick-off 미팅	05.13 - 05.15	EXCO	한국물포럼	500	200	20	300
4	국제 임베디드 학술 심포지엄	05.23 - 05.24	미정	대한임베디드공학회	300	285	3	15
5	대구치과기공사회 2013년도 영남지부 종합학술대회	05.25	EXCO	대구광역치치과 기공사회 영남지부	2,500	2,500		
6	2013 세계에너지 경제 학회학술대회	06.16 - 06.20	EXCO	한국자원경제학회	600	200	80	400
7	국제탈장학회 (International Herina Symposium)	06.21 - 06.23	EXCO	대한탈장학회, 대구파티마병원탈장센터	200	5	100	100
8	대경피부치료학술대회	06.22 - 06.23	EXCO	대구경북피부과 의사회	1,500	1,500		
9	국제전자후각심포지엄(ISOEN)	07.02 - 07.05	EXCO	국제후각센서학회(SOCS)	300	180	35	120

• 5~7월 주요 국내외 컨벤션

ISES 회장단, 대구의 노력과 유치활동에 감동

대구시와 대구컨벤션뷰로(백창곤 대표)는 이번 대회 유치위원장인 한국에너지기술연구원 강용혁 박사와 국제태양에너지학회 국제이사인 인하대학교 서태범 교수와 함께 2011년도부터 다시 대회 유치에 공을 들여왔다. 무엇보다 개최지 선정을 앞두고 최근 남북한 긴장 고조로 인해 유치에 상당한 어려움이 있었지만 근소한 표차로 인도의 수도 뉴델리를 제치고 최종 대구로 개최지가 결정됐다고 밝혔다. 대구시 배영철 국제통상과장은 “지금부터 10년 전인 지난 2003년에 ‘2007년 ISES 학술대회’ 유치 활동을 펼쳤으나 당시 중국 베이징에 패한 아픈 경험이 있다”며 “하지만 그때 보여줬던 대구시의 적극적인 노력과 유치활동에 감동한 ISES 회장단은 대구가 별도의 관련행사를 개최한다면 적극적으로 돕겠다고 제안했다”고 밝혔다. 특히 배 국제통상과장은 “비록 실패한 유치활동이었지만 이때 얻게 된 국제적인 인적 네트워크를 바탕으로 2004년 ‘제1회 세계솔라시티총회’를 대구에서 개최할 수 있게 되는 계기가 됐다”며 “세계솔라시티총회는 영국, 호주, 중국을 거치며 매년 발전과

성장을 거듭하며 관련 분야의 중요한 국제회의로 자리잡게 됐다”고 덧붙였다.

대구시, 국제회의 도시 ‘대구’ 적극 홍보

진인사대천명(盡人事待天命)이라고 했던가. 이러한 대구의 노력과 성과는 세계 에너지 올림픽으로 알려진 ‘2013 세계에너지총회’를 유치하는 밑거름이 됐다. 이른바 당시 패배의 경험이 오히려 희망의 씨앗이 돼 대구가 그린에너지도시로 세계 속에 발돋움할 수 있게 한 계기를 마련한 셈이다.

대구시는 10년 만에 결실을 맺게 된 국제태양에너지학회 학술대회가 성공적으로 개최될 수 있도록 적극 지원할 뿐만 아니라 오는 11월 멕시코 칸쿤에서 개최되는 전차 대회에서 국제회의 도시, 대구를 적극 홍보할 계획이다.

김범일 대구시장은 “그동안 노력과 성과가 바탕이 돼 대외적으로 어려운 여건 속에서도 이번 대회를 유치하게 됐다”며 “대구가 그린에너지도시로 세계 속에 발돋움할 수 있도록 지원을 아끼지 않을 것”이라고 강조했다. TheMICE

‘2013 세계인권도시 포럼 및 특별회의’

다양한 경험 및 모범 사례 분석과 전문성 공유

UCLG-ASPAC, 광주광역시가 주최하고, 전 세계 18개국 70명 (외국인 50명)이 참여하는 ‘2013 세계 인권도시 포럼’이 5월 15일(수)부터 18일(토)까지 광주에서 개최된다. 2013 세계 인권도시 포럼 (WHRCF)은 2011년 5월 17일 제1회 세계 인권도시 포럼에서 채택된 광주 인권도시 선언문에서 명시된 인권도시의 비전을 실천하기 위해 인권 도시 구축에 참가하고 있는 핵심 이해 당사자들의 연례 모임이다. 이번 포럼은 “모두를 위한 지속 가능한 인권 도시: 인권도시를 위한 이행 지침들”이라는 주제로 다양한 경험 및 모범 사례들의 분석과 공유에 기초한, 인권도시 이행 지침들을 포함하는 효과적인 기구 건설과 메커니즘에 특별히 초점을 맞추면서, 하나의 인

권도시를 만들어가는 과정에서 시장, 공무원, 정책 입안자, 지역 의회 의원, 시민 사회 주역, 학계와 다른 이해당사자를 포함하는 주요 담당자들에 의해 확인된 새로운 도전들을 다루는 것을 목표로 한다.

이번 포럼은 외교통상부 (MOFAT), 법무부, 국가인권위원회 (NHRCK), 유네스코 한국위원회, 아시아 태평양 국제이해교육원 (APCEIU), 한국인권재단, 광주광역시 교육청, 광주광역시 등이 참여한다. 아울러 국내외 학계 인사들뿐만 아니라 ‘인권 도시’ 대표, 유엔 인권 전문가, 시민 및 인권 NGO, 지방의회 위원으로 구성된 참가자들이 풍부한 경험과 인권도시의 다양한 측면들에 관한 전문성을 공유할 것으로 기대된다.

‘2013 유네스코 세계기록유산회의 국제자문회의’

5·18민주화운동의 세계화와 국제적 인지도 높이는 계기 될 것

세계기록유산목록 등재 최종심의 등재 권고 등을 의제로 매 2년마다 개최되는 유네스코 세계기록유산회의 국제자문회의가 6월 18일 (화)부터 21일(금)까지 개최된다. 이 회의는 전 세계 15개국 50여명이 참여하고, 외교통상부, 문화재청, 광주광역시가 주최하는 행사다. 이번 회의에서는 본회의 핵심의제인 ‘세계기록유산 등재 심의’에서 우리나라가 세계기록유산으로 등재를 신청한 ‘난중일기’와 ‘새마을운동 기록물’의 등재 여부를 결정하게 된다.

아울러 이번 회의를 통해 5·18민주화운동 기록물의 유네스코 세계기록유산 등재 의미를 되살리고, 5·18민주화운동의 세계화는 물론 국제적 인지도를 한 단계 높이는 계기가 될 것으로 기대된다.



시민과 함께하는 ‘송도컨벤시아 Green 선포식’ 개최

월드 그린 컨벤션센터로의 도약을 위한 결의 다져

인천도시공사(송도컨벤시아 운영)는 4월 22일 지구의 날(Earth Day)을 맞아 전직원 및 시민들이 참가한 가운데 송도컨벤시아에서 ‘그린 선포식’을 가졌다.

이번 행사는 녹색기후기금(GCF) 본부 인천 송도 유치에 따른 송도컨벤시아의 녹색 운영을 위해 최근 인천도시공사가 수립한 ‘그린 컨벤션 실천과제’를 대·내외적으로 선포하는 자리로 인천도시공사 직원들을 비롯해, 협력업체, 부대 입점업체, 케이터링 등 송도컨벤시아내 근무하는 모든 직원들이 참석해 ‘선언문 낭독’과 ‘피켓 퍼포먼스’를 통한 친환경 센터 운영을 한마음으로 다짐했다. 이와 함께 실천과제에 대한 약속의 상징적인 의미로 시민들과 ‘무료 화분 나누기’ 부대행사를 진행해 직원들뿐만 아니라 지역주민과 함께하는 자리로써 그 의미를 더했다.

이날 선포식에 참석한 인천도시공사 오두진 사장은 “이

번 그린 컨벤션 실천과제는 친환경 센터 운영의 기준을 마련하고 전 임직원이 함께 에너지 절감과 온실가스 감축에 노력하는 의미 있는 활동으로, 이 선포식을 계기로 송도컨벤시아를 월드 그린 컨벤션센터로 강화시키겠다”고 밝혔다.

한편, ‘그린 컨벤션 실천과제(Green Practice of Songdo ConvensiA)’는 국제 컨벤션 기구 CIC, UIA, UN Green Report의 공식 기준을 바탕으로 한 국내 최초의 컨벤션 매뉴얼로 ‘그린 오피스 운영’, ‘그린 행사 운영’, ‘그린 시설 관리’ 세 분야의 친환경 실천 약속을 세부적으로 다루고 있다. 또한, 송도컨벤시아에서 개최되는 행사별 모니터링을 통해 연말에는 3개의 그린 우수 행사를 선정하여 포상할 계획이다. TheMICE

제1회 국제 해양안전장비 박람회 (The Coast Guard & Safety Show 2013) 개최

바다의 안전장비는 모두 인천 송도로 집합!



인천도시공사와 해양경찰청
업무협약(MOU) 체결식

지난 5월 20일 '제1회 국제 해양안전장비 박람회(The Coast Guard & Safety Show 2013)'의 성공적 개최를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

이번 협약식은 인천도시공사와 해양경찰청이 박람회의 성공적 개최 준비를 위한 각 기관의 역할을 분담하고 양측이 서로 협력하고자 마련된 자리다.

바다의 안전장비를 한눈에 볼 수 있는 국내 최초 해양안전장비박람회가 올해 9월 11일부터 13일까지 3일간, 인천 송도컨벤시아에서 개최된다.

인천도시공사와 해양경찰청이 공동 주최하는 이번 국제 해양안전장비 박람회는 그동안 다각적인 노력을 기울인 결과 공동 주최에 대한 합의를 이끌어 냈고, 지난 5월 20일 '제1회 국제 해양안전장비 박람회(The Coast Guard & Safety Show 2013)'의 성공적 개최를 위한 업무협약(MOU)을 체결했다.

이번 협약식은 인천도시공사와 해양경찰청이 박람회의 성공적 개최 준비를 위한 각 기관의 역할을 분담하고 양측이 서로 협력하고자 마련된 자리다.

국제 해양안전장비 박람회는 해양경찰 60년 창설 이래 최초로 개최되는 대규모 박람회로서, 해양과 관련된 70여개 업체와 관람객 2만여명이 참여할 예정으로, 주요전시장에는 해양산업 분야(조선·항공·레저·무기·안전·보안·대테러장비 등)의 최첨단 장비들을 전시할 예정이며, 외전시장에는 해양경찰 항공기 및 인명구조장비(고속제트보트 등)를 전시하는 등 다채로운 부대행사로 구성될 예정이다.

인천도시공사 오두진 사장은 "이번 국제 해양안전장비 박람회는 해양 허브 도시인 인천의 산업기반 특성을 살린 국내 유일의 해양장비 전문 비즈니스 전시"라며, "성공적인 개최가 되도록 지원해 인천 송도컨벤시아의 대표 브랜드 전시로 육성하고 발전시키겠다"고 밝혔다. The MICE



삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠 마트

“빛나는 미래를 위해 새로운 매력 제안”

삿포로시와 삿포로MICE추진위원회가 공동주최한 ‘삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠 마트’가 지난 2월 26일부터 27일까지 양일간 삿포로컨벤션센터에서 개최됐다. 전 세계 9개국 59명을 포함한 총 524명이 방문한 이번 행사에는 국내외 MICE 정부 관련 지자체 및 업체 관계자 등이 대거 참가하며 높은 관심사를 나타냈다.

글·사진제공 _ KMA 사무처

오프닝 세리머니. 왼쪽부터 삿포로컨벤션센터의 단보 노리히토(丹保憲仁) 명예관장, 대전마케팅공사의 채훈 사장, 삿포로 시장 우에다 후미오(上田文雄), 관광청의 시무라 타다시(志村格) 차장, TCEB의 톤차이 스리다마 사장, 첸마이 현의 타닌 스바센 지사

오프닝 세리머니에서 인사말을 하는 우에다 후미오 삿포로 시장



내빈을 대표해서 인사말을 하는 관광청의 시무라 타다시 차장



음식, 문화, 즐길거리 등 삿포로를 포함한 홋카이도의 MICE 콘텐츠를 국내외에 선보인 ‘삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠 마트’가 성황리에 개최됐다. 이번 행사는 삿포로를 MICE 도시로 알리기 위해 기획된 것으로 삿포로·홋카이도가 지닌 MICE 자원을 효과적으로 활용하는 한편 다양한 MICE 콘텐츠를 창조·기획·확충함으로써 삿포로의 MICE 수입기반을 강화하기 위해 마련됐다. 이번 행사는 ‘유니크 메뉴’, ‘팀 빌딩 프로그램’, ‘엔터테인먼트’, ‘문화·산업체험 프로그램’, ‘음식’ 등 삿포로·홋카이도의 MICE 콘텐츠가 소개되었고, 아시아의 MICE를 전망하는 스페셜 토크·세션 등 다채로운 프로그램도 열렸다.

2010년에 책정된 삿포로MICE종합전략
‘삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠마트’의 개최를 알리는 오프닝 세리머니에서 우에다 후미오 삿포로 시장은 “삿포로는 인구 190만이 넘는 일본 제5의 도시이면서 연간 약 6m의 강우량을 기록하는 도시와 자연이 공존하는 도시입니다. 또 2010년에 ‘삿포로MICE종합전략’을 책정하여 MICE를 도시 활성화의 중요 시책으로 삼고 있으며, 삿포로국제플라자와 민간기업 등과 연계해서 원스톱 서비스 제공을 비롯한 MICE 개최지로서 다양한 제안을 통해 MICE비

즈니스를 확대해가고자 한다”고 라고 밝혔다.
또 삿포로·홋카이도에서 MICE를 강력하게 추진하는 한편 아시아 MICE를 개척하는 기회로써 이번 ‘삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠 마트’에 거는 기대와 염원도 피력했다. 내빈을 대표해서 무대에 오른 관광청의 시무라 타다시 차장은 “도시의 경쟁력을 높이는 데 국제회의 개최 건수가 중요한 요소로 인식되고 있습니다. 이런 추세 속에 지금까지 아시아에서 열린 국제회의 절반은 일본에서 개최되었지만 현재는 20퍼센트 정도까지 떨어졌습니다.”라고 말한 뒤, 인접 아시아 각국의 시설 개발과 마케팅, 인재개발과 육성 등의 해결해야 할 과제에 대해 짚어주었다.

MICE 발전의 열쇠, 국제 연계 MOU
삿포로국제플라자는 MICE의 글로벌 발전의 열쇠로써 국제 연계에 매진하는 한편, 작년 10월 삿포로-방콕 직항을 취항한 태국의 MICE 추진정부조직인 TCEB(Thailand Exhibition and Convention Bureau)와 각 나라와 도시 사이의 MICE 진흥을 위한 협력과 인적·문화적·경제적 교류를 촉진해가기 위해 MICE 진흥에 관한 협력협정서(MOU)를 체결했다.
이와 함께 2010년 MICE 발전을 위해 각서를 체결하고 이제까지 연계 사업



삿포로국제플라자와 TCEB의 MOU 체결. 삿포로국제플라자의 나카타 히로유키 대표이사(가운데 오른쪽)과 TCEB의 톤차이 스리다마 사장

다음 세대를 짊어질 젊은이들에게 메시지를 던진 홍콩공과대학의 호텔·투어리즘 매니지먼트 학부장·주임교수인 케이쑤 씨(가운데)



난로가 있는 카페 레스토랑 '베르크 휴테'



을 전개해왔던 대전컨벤션뷰로가 업무 확대에 따라 대전마케팅공사로 명칭을 변경한 것을 계기로 한층 긴밀한 업무 협력과 발전을 위해 새로이 각서를 체결했다.

마케팅과 연계 스페셜 토크

이어서 열린 스페셜 토크는 패널 디스커션으로 삿포로국제플라자의 나카타 히로유키 대표이사가 모더레이터를 맡았으며 대전마케팅공사의 채훈 사장, TCEB의 톤차이 스리다마 사장, 그리고 관광청의 시무라 타다시 차장이 패널로 참가했다.

먼저 패널로 나선 관광청의 시무라 타다시 차장은 일본이 처해 있는 상황과 관광청의 활동과 대응, 향후의 마케팅 강화와 지향하는 방향성에 대해 말했다. 그 중에서 1만 명 규모의 국제회의를 개최하면 직접 소비는 38억 엔, 세수는 1.6억 엔에 이른다는 관광청의 시산을 제시하며 ICCA 데이터를 바탕으로 격화하는 국제경쟁 속에서 일본의 현재 상황에 대해 고찰하면서 국가 차원의 마케팅 전략의 책정과 실행, MICE 추진체제의 구축, 환경 정비를 위해 노력하겠다고 말했다.

대전마케팅공사의 채훈 사장은 대전은 다른 도시에 비해 뒤늦게 MICE에 참가했지만 ICCA 데이터에 의하면 서울, 제주, 부산에 이어 4위, 과학·로

봇·우주항공·의학 분야의 개최지로 한국의 MICE를 견인하는 등 지리적 행정적으로 한국의 중심으로 부상하고 있다고 강조한 뒤, 2012년에는 2008년의 2배에 해당하는 62건의 회의를 유치하였고, 대형 MICE 개최를 통해 MICE 참가방문자가 100만 명을 넘었으며, 직접소비효과는 전년비 20% 증가한 970억 달러, 고용효과를 고려한 경제파급효과도 전년비 25% 증가한 1억 3,600만 달러를 기록했다는 현황을 수치로 설명했다. 이런 성공의 배경에는 아시아에서 최초로 DMAP 국제인증을 취득한 전문화된 마케팅 조직의 존재를 제시했다.

또한 새로운 시설 개발 프로젝트를 계획하고 있으며 기존 시설과 병행해서 한층 대형화하고 보다 많은 컨벤션을 유치하기 위한 의욕을 피력했다. 더 나아가 한국과 일본은 MICE 산업에서 공존 발전하는 관계로 상호협력과 지원을 통해 서로 성장하는 관계를 만들어가고 싶다고 강조했다.

TCEB의 톤차이 사장은 일본에서 연간 140만 명의 관광객을 맞이하고 있는데 MICE를 목적으로 하는 입국자는 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으며, 향후 양국 관계가 강화되어 갈 것을 확인하는 이번 MOU 체결은 뜻깊은 활동 중 하나라고 말했다.

TCEB는 2009년에 오사카와 센다이,



스페셜 토크 참가자(왼쪽부터 톤차이 사장, 나카타 대표이사, 채훈 사장, 시무라 차장)

홋카이도 형상을 한 장식



삿포로MICE추진위원회 주최로 미야노모리 뮤지엄 가든에서 열린 리셉션



강연을 듣고 있는 참가자들



참가자에게 많은 인기를 얻은 'YOSAKOI 소란'의 공연자와 기념촬영

2011년에는 후쿠오카와 MOU를 체결했음에도 이번에 삿포로와 또 MOU를 체결한 이유로, 톤차이 사장은 국제적인 주요 도시와 다이렉트 액세스를 지닌 삿포로는 이상적인 문화·관광도시이자 일본에서 가장 따뜻한 호스피탈리티를 느낄 수 있는 최적지라고 평가하였다.

또한 관민이 연계하여 '태국을 아시아 굴지의 MICE 개최국으로 만드는 것'을 목표로 하는 TCEB의 전략은 수많은 MICE를 유치하는 '승리', 산업 발전과 능력개발·인재육성에 주력하는 '발전', 국제 차원의 개최지라는 점을 강조하며 태국에서의 MICE 개최의 조정과 정보 제공을 비롯한 TCEB의 역할과 제공 서비스에 관해 설명했다.

또 삿포로국제플라자와 한국·태국의 두 단체와의 MOU 체결을 맞아 코멘트를 부탁받은 시무라 차장은 한국관광공사(KTO)와 일본 정부관광국(JNTO)이 공동으로 여행상품을 개발해서 유럽과 미국의 관광객 유치에 나서고 있는 점과 세계관광기관총회나 2002년 한일 월드컵 공동개최 사례를 들며 기대감을 나타냈다. 아울러 톤차이 사장은 기온이 30도인 태국에 비해 삿포로는 춥지만 따뜻한 환대에 '삿포로는 따뜻하다'라는 느낌을 가지게 되었다며 직항편을 증편하고 싶다는 생각을 전했다.

이에 대해 나카타 대표이사는 방문하는 분들이 만족할 수 있는 매력적인 도시로 발전시켜나가기 위한 삿포로·홋카이도의 새로운 창조에 의욕을 보였다. 마지막으로 시무라 차장은 '마케팅의 중요성'을 강조하며 정부 차원에서도 앰버서더 프로그램과 마케팅 전략 책정, 연계를 위한 플랫폼 형성 지원을 약속했다.

다채로운 리셉션, 홋카이도 특유의 체험

한편, 25일 저녁에는 해외에서 참가한 MICE 주요 인사와 현지 관계자를 대상으로 삿포로 시가 주최한 환영 리셉션이 열렸다. 이날은 공교롭게도 많은 눈이 내렸지만 설원 위에서 열린 핫볼을 든 활강은 아름다운 빛의 곡선을 연출한 깜짝이벤트가 참가자들의 마음에 진한 감동을 주었다. 다음날인 26일 저녁에는 삿포로MICE추진위원회가 주최한 리셉션이 미야노모리 뮤지엄 가든에서 열렸다.

참가자들은 'YOSAKOI 소란'의 공연을 즐겼으며, 디너는 '꽃과 화(和)의 마음'을 테마로 한 「삿포로·홋카이도 MICE 콘텐츠 마트」의 오리지널 요리가 제공됐다.

*본 기사는 일본 「MICE Japan」 2013년 5월호에 게재된 내용으로 상호 기사교류 사업의 일환으로 게재됐다. TheMICE

제9회 한국MICE아카데미

일시 : 2013.8.5(월) ~ 08.21(수), 12일간(예정) | 모집기간 : 2013.7.8(월) ~ 7.19(금) 오후 6시
자세한 내용은 www.miceacademy.net 참조

RUSSIA



•모집인원

- 1차 서류접수 : 2013.7.8(월) ~ 7.19(금) 오후 6시 마감
- 1차 합격자 발표 : 2013.7.23(화) (개별통보)
- 2차 면접심사 : 2013.7.26(금) 오후 2시
- 교육대상자 발표 : 2013.7.29(월) 오후 6시(개별통보)
- 4/21~22 한국MICE연례총회,
- 6/30 MICE채용박람회 참가자 가산점 부여

•교육내용 MICE기획 및 운영 실무교육

•선발인원 50명 내외

•교육대상

컨벤션 기획사 2급 자격증 소지자(우대)
관광/컨벤션 관련 학과 졸업생 및 재학생
관광 특성화고 졸업생 및 3학년 재학생
경력단절 여성, 다문화 가정 여성, 조기 퇴직자 등
MICE 업계에 관심 있고 취업을 원하는 학생 및 일반인

•수료생 혜택

교육 종료 후 한국MICE협회 회원사와 인턴십 연계 (희망자에 한함)
MICE업체 취업설명회 및 취업인터뷰 개최
한국MICE협회장 명의의 수료증 발급
인턴채용시 정부 지원금 알선 및 업체 지원

•교육비 10만원(현장학습 및 교재비 포함)
기초생활수급자 면제(증명서 제출 시)

•문의 및 접수처

한국MICE협회 사무국
miceacademy@micekorea.or.kr
02-3476-8325~7

일시	주제	1교시 10:00~10:50	2교시 11:00~11:50	3교시 13:20~14:10	4교시 14:20~15:10	5교시 15:20~16:10	장소
1일 08.05(월)	MICE 개요	MICE산업의 이해와 비전		MICE 산업 업종 개요 및 전망		Ice-breaking 세션	세종대 광개토관
2일 08.06(화)	컨벤션실무 I	PCO직무 안내 및컨벤션 기획 및 운영 프로세스		VIP의전 초청 기획 및 운영 프로세스		Buzz 세션 I	세종대 광개토관
3일 08.07(수)	컨벤션실무 II	전시기획 및 운영홍보 프로세스		성공적인 행사 사례 분석을 통한 컨벤션 실무 이해		Buzz 세션 II	세종대 광개토관
4일 08.08(목)	센터/뷰로 실무	컨벤션센터 직무 안내 및 업무프로세스		개최지 마케팅/행사유치		Buzz 세션 III	세종대 광개토관
5일 08.09(금)	Service Provider 실무	기자재/시스템		국내·외 인센티브 관광 및 여행사 업무 프로세스		멘토링 세션 I	세종대 광개토관
6일 08.12(월)	MICE 실무	식음료/숙박		컨벤션 영어		Buzz 세션 V	세종대 광개토관
7일 08.13(화)	MICE 실무	컨벤션 마케팅과 언론홍보		전략기획과 기획서 작성법		Buzz 세션 VI	세종대 광개토관
8일 08.14(수)	Career day	프리젠테이션 기법		MICE산업 취업 클리닉		Buzz 세션 VII	세종대 광개토관
9일 08.16(금)	JOB day	웃음을 통한 긍정마인드 코칭		멘토링 세션 II	취업설명회 및 취업인터뷰		세종대 광개토관
10일 08.19(월)	전시장 현장견학	전시장 현장견학		Team Project 준비			킨텍스
11일 08.20(화)	Team Project	Team Project 준비					세종대 광개토관
12일 08.21(수)	Mice Workshop	전시장 현장견학		Proposal Presentation		수료식 및 시상식	코엑스

*제9회 한국MICE아카데미 교육커리큘럼은 사정에 의해 변경 될 수 있습니다.

파라다이스TNL 컨벤션사업팀 송기정 팀장

“내면의 낙원을 창조하는 나만의 멘토”

나를 이해하고, 조언하고, 격려해주는 멘토는 꼭 필요한 존재이다. 인생에 대해 느낀 마음과 지혜를 많은 사람들과 나눌 수 있는 측면에서 멘토가 갖는 사회적 의미는 결코 작지 않다. 멘토를 통해 얻은 소중한 생각들을 보존하고 공유하는 것은 힐링을 위한 필수 조건이다. 낙원과 같은 삶의 질과 행복한 미래를 창조하는 목표를 가진 파라다이스TNL의 컨벤션사업팀 송기정 팀장에게서 자신의 멘토에 대한 이야기를 들어보았다.

김병민 기자 _ 매경바이어스가이드



낙원(樂園)은 사전적으로 괴로움이나 고통 없이 안락하게 살 수 있는 즐거운 곳을 뜻한다. 괴로움과 고통을 없애는 것은 지금 가진 아픔을 위로하고 마음을 보듬는 힐링(healing)과 같다. 힐링을 통해 내면에 있는 낙원을 꿈꾸고 만들 수 있는 것이다. 힐링의 방법 중 멘토링은 여러 강연이나 토크쇼에서 수없이 다뤄지고 있다. 자신의 마음을 잘 알아주는 멘토의 멘토링은 큰 힘이 되기 때문이다.

백지상태에서부터 영향, 어려울 때 가장 큰 도움

파라다이스TNL의 사옥은 서울 장충동에 위치해있다. 파라다이스TNL 사옥 근처의 아늑한 카페에서 송기정 팀장과 만날 수 있었다. 송기정 팀장은 대학시절 국제통상학과 수업을 듣고 시험공부를 하던 중 국제회의의 기획이란 것을 발견하게 되었다. 국제회의에 대해 더 조사하다가 알게 된 것이 PCO(국제회의 등 개최관련 업무를 대행하는 국제회의 전문용역업)였다. 글로벌 이벤트를 기획하는 PCO에 대해서 매력을 느껴 자신의 진로를 정하게 되었다.

“학부 때 국제회의의 기획에 대해 알려주신 교수님께 정말 감사한 마음입니다. 이후 사회에 나와서도 많은 분들의 도움을 받은 것은 행운이었습니다. 그중 신입사원 시절 만났던 인터컴 이정옥 부장님은 지금의 저를 있게 한 롤 모델이었습니다.”

송기정 팀장은 인터컴의 신입사원이던 당시 이정옥 부장이 팀장을 맡은 부서로 배치되었다. 인터컴에 있는 동안 이정옥 부장이 오랜 기간 동안 어려움을 극복해내는 과정을 지켜보게 되었다. 난관이 있을 때마다 이정옥 부장의 리더십에서 해결책을 찾게 된 이유이다. 이정옥 부장의 리더십은 직접 부딪치면서 경험한 바탕으로 성취감을 이끌어내는 것이다. 후배들에게 일에 대한 조언을 할 때에도 결과에 대해 다른 시각을 갖도록 유도하여 다양한 생각을 하게 했다. 이정옥 부장의 리더십을 통해 송기정 팀장은 리더로서 정체성을 확고히 하고 업무의 폭을 확장할 수 있었다.

송기정 팀장은 가정과 일 둘 사이에서 중심을 잡고 완벽하지 않더라도 균형을 맞추는 여성 멘토가 목표임을 밝혔다. 리더로서 자질을 키우면서 경험과 지혜가 확고해지는 시기에 결혼을 하고 가정을 꾸리고 있기 때문이다. 두 마리 토끼를 쫓아야하는 쉽지 않은 상황이지만 결혼을 통해 오히려 넓은 시야를 가지게 되었다고 긍정적인 모습을 보였다.

서로 다른 분야의 ‘융합’, 또 다른 분야의 ‘창조’

PCO는 MICE, 즉 국제회의, 컨벤션 등 전반적인 전시산업 기획하고 운영하는 일이다. 송기정 팀장에겐 거창하진 않지만 전시산업 기획의 범주를 넓히고 싶다는 소망이 있다. 전시산업 기획에서 전문가의 위치에 올라서겠다는 것이다. 전문가의 위치뿐만 아니라 전문가라는 개념부터 달리 가지고 있었다. 단순히 업무의 스킬을 익힌다고 전문가로 인정받는 것이 아님을 강조했다. 창조의 범위를 계속해서 늘려나가는 것이 전문가라는 것이다.

“저는 사실 컨벤션 분야를 전공하지 않았습니다. 그렇지만 PCO 업무를 통해 컨벤션 관련 스킬을 많이 축적하게 됐습니다. 경제경영, MBA 등을 공부해 저의 업무능력을 융합해 또 다른 분야를 기획하고 제안하고 싶습니다.”

송기정 팀장은 자신의 일에 간여있는 상태가 되는 것이 두렵다고 했다. 그렇지만 오히려 먼저 고민을 가지지 않는 것이 고민이라고 밝혔다. 오늘을 열정적으로 살고 내

일도 오늘처럼 산다면 고민을 가질 이유도, 두려워할 이유도 없다는 것이다.

소통과 긍정, 인정과 이해를 이끄는 소중한 자산

송기정 팀장은 인생을 만들어 가는 가장 큰 원칙을 소통으로 정했다. 특히 가족과의 많은 대화가 중요하다고 덧붙였다. 가족과의 대화에서 현실적인 이야기나 자신에게 부족한 점을 듣기 때문이다.

긍정적이고 이상적인 이야기를 주로 하는 지인들과의 대화와는 다른 경험을 쌓게 된다는 것이 가족과의 소통의 장점이라고 보았다.

현실적인 단점을 많이 듣고자 하는 것에서 또 하나의 원칙이 있음을 알 수 있었다. 최선을 위해 노력하고 의롭지 않은 것이 있다면 긍정으로 조화시켜 인정과 이해를 이끌어 내는 원칙이다.

서로를 이해하지 못한다면 어려움을 겪겠지만 긍정적으로 조화된다면 서로 발전할 수 있게 된다는 것이다. 원칙을 지키면서 겪는 어려움을 통해 어른이 됨을 이해하는 모습을 볼 수 있었다.

어떤 멘토로 기억되고 싶은가에 대해 송기정 팀장은 “백만 불짜리 열정”의 한 구절을 인용했다. “리더는 사람들의 말을 들을 준비가 되어 있어야 하고, 그들의 노력을 존경해야 한다. 그리고 큰 즐거움을 잡아 그들이 쏟아놓은 구슬이 한 실에 꿰어져 빛날 수 있도록 지켜보아야 한다.”

멘토이자 리더는 함께하는 이들의 노력을 값어치 있게 만들 수 있어야 한다는 점에서 적절한 인용이었다. 중학교 때 읽은 오프라 윈프리의 자서전 중 “나의 미래를 바라보면 너무 눈이 부셔서 보이지 않는다”를 인용하는 모습에선 당찬 미래를 준비하는 포부를 읽을 수 있었다.

송기정 팀장은 “매일 열심히 보람 있게 사는 것이 오프라 윈프리의 말처럼 눈부신 미래를 만들 것”이라 예상하고 있다. PCO와 전시기획에 대한 열정을 가지고 원칙을 지키며 당당히 파라다이스TNL의 리더로서 발전해 나갈 송기정 팀장이 사회의 훌륭한 멘토가 될 것이라 기대해 본다. TheMICE

정동극장 기획제작 프로듀서 장석류 차장

국가대표 전통공연 2013 '미소-춘향연가'

정동극장은 우리나라 최초의 근대식 극장인 '원각사'의 복원이라는 역사적 의미를 갖고 개관하였다. 개관 후 1997년 전통 예술무대로 시작하여 2010년부터 '미소' 전용관으로 운영되고 있다. 정동극장에서 '미소'는 올해로 16년째 상설 공연되고 있다. 16년 동안 85만여 명의 국내외 관객을 동원했고 2012년에만 122,227명의 외국인 관객이 다녀갔다. 해마다 관객이 증가하여 2012년 한국관광공사에서 실시한 상설공연 활성화 현황 조사 연구 중 14개 상설 공연에서 1위에 올랐다. 국내에서 관객을 유치하는데 그치지 않고 해외로 눈길을 돌리는 모양새이다. 2013년 4월부터 일본, 중국 등 아시아투어와 이스탄불-경주세계문화엑스포 2013에서의 공연 등 '미소'는 글로벌 공연의 입지를 구축해 나가고 있다.

김병민 기자 _ 매경바이어스가이드



다. 미소는 2008년부터 사용한 타이틀이다. 아름다움 미(美), 웃음 소(笑) 즉 아름다운 웃음이라는 의미를 갖고 있다. 단어는 작고 단순하게, 발음은 편한 낱말을 찾으려는 노력의 일환이었다. 본체인 '미소'와 더불어 부제에도 눈길이 간다. '미소'와 정동극장의 또 다른 브랜드 '미소2-신국의 땅 신라' (이하 미소2)는 '춘향연가', '신국의 땅 신라'와 같은 특별한 부제를 사용하고 있다. 유명 영화들이 시리즈를 만들듯이 '미소 시리즈'를 기획하고 있기 때문이다.

해외 공연 포함 연 1000회, 공연에 담긴 장인정신

'미소'는 해외 공연을 포함하여 연 1000회에 달하는 공연을 진행 중이다. 자체 제작물을 상시적으로 공연한다는 점은 정동극장의 가장 큰 특징이다. 장석류 차장은 다른 공연장과 정동극장의 차이점을 여러 음식을 판매하는 식당과 한 음식만을 판매하는 식당의 차이와 같다고 비유했다.

'미소'는 기악, 무용, 사물이 총체적으로 들어간 대중 친화적 공연으로 전통공연의 틀을 탈피하고 있다. 올해 공연의 경우 무대양식에 대해 크게 고민하였다고 한다. 과거와 현재의 중간지점에서 오리지널리티(originality)를 확보하는 것에 초점을

두었다. 모든 문양을 수작업을 통해 만들었다는 것도 인상적이다. '수공예적 표현이야말로 한국적 미적 정서와 상통한다는 소신' (임일진 무대미술가, 청주대학교 연극과 교수)처럼 높은 완성도를 추구하는 모습에서 진정성이 드러난다.

'미소'는 1997년 '전통예술무대'를 시작으로 현재까지 '통련'하고 있는 공연이다. 오랜 기간 '미소'의 경쟁력을 유지시킨 것은 마케팅과 제작의 힘이라고 장석류 차장은 손꼽았다. 정동극장은 18년 전부터 지속적 공연을 위해 외국인 관객을 대상으로 한 마케팅을 준비했다. 공연 인바운드마케팅을 국내 최초로 시작하고 200여 개의 여행사와 함께 공연관광마케팅을 벌이고 있다. 공항에서부터 대중교통과 숙박시설, 관광안내소에서 '미소'에 대한 정보를 얻을 수 있도록 하였다. 자연스레 홍보효과까지 뒤따르며 마케팅인프라가 구축되었다. 지속적이고 다양한 콘텐츠 제작 역시 마케팅과 밸런스를 맞추며 성공요인으로 자리 잡았다.

한국을 넘어선 글로벌브랜드 '미소', 한국의 얼굴 희망

'미소'는 서울에서만 열리는 공연이 아니다. 2011년 7월에 경주에서 런칭된 '미소2'도 지역관광 브랜드로서 역할을 톡톡히 하고 있다. 신라의 선덕여왕을 주제로 하여 '미소'와 마찬가지로 전통공연에 새로운 바람을 불어넣고 있다. 경주의 지역적 특색을 담고 있는 '미소2'는 유네스코 세계대회의 개막식에 초청되는 등 지역브랜드활성화에 앞장서고 있다.

전통공연을 올리고 있고 상설공연이 진행되는 정동극장만의 원칙은 무엇일까. 장석류 차장은 프로듀서로서 장기적으로 지속가능한 비전에 대해 고민하고 있었다. 상설 공연은 호흡을 길게 가지고 지속가능한 콘텐츠를 발굴하는 것이 가장 중요하다는 것이다. 또 글로벌 공연으로 성장한 '미소'에 '내셔널 브랜드'를 책임진다는 사명감을 부여하였다. 해외에서 우리의 전통을 보여주기 때문에 국가대표가 되었다는 마음을 가지는 것이다. 우리나라의 공연문화의 발전에 대해서 장석류 차장은 중

의 다양성을 지목했다. 연극, 전통공연, 기악, 발레 등의 기반이 다져져야 복합적 공연문화의 발전이 이루어진다고 본 것이다.

“코스트/베네프를 따져 수익이 나오길 바라다면 어떤 공연이든 획일화 될 수밖에 없습니다. 시민들의 소셜스트레스를 낮추고 복지 측면에서 기여하는 바를 생각한다면 더욱 다양한 공연들이 이루어져야 할 것입니다.”

이미 '한류(韓流)'라는 말은 흐름을 넘어 일상이 되었다. 장석류 차장은 한류의 영향이 점차 커질수록 정부나 기업들에게 더욱더 긍정적 영향을 미칠 것이라고 보았다. 정부와 기업들에게 공연문화에 대한 더 많은 지원을 바라는 이유이다. '미소'는 한국의 의상, 한국의 건축양식, 한국의 스토리 등 한국인의 모든 것을 활용하고 있다. 한국을 알리기에 더할 나위 없는 콘텐츠인 것이다.

'미소'는 국내 상설 공연 중 최고의 자리에 올랐으며 해외 공연을 통해 글로벌 공연의 위치를 확보해 나가고 있다. 장석류 차장은 가까운 미래에 '미소'가 시드니의 오페라하우스나 뉴욕의 카네기 홀 등 해외 유수의 극장에서 열리고 호평 받는 것을 꿈꾼다고 밝혔다.

우리의 것으로 해외에 진출하여 우리의 결과물로 평가받는 것이 현재 가장 뚜렷한 목표인 것이다.

더불어 여러 정부 부처나 기업, 마이스 관계자들이 정상급 국제회의 등에서 '미소'를 많이 찾아 주기를 희망했다. “'미소'가 미디어를 통해 알려져 많은 호평을 받고 있지만 공연의 규모 때문인지 오히려 초청을 꺼린다고 들었습니다. 혹시 오해가 있지 않을까 우려됩니다. 우리는 한국을 대표하는 자리라면 적극 협력할 자세가 되어 있습니다.”

한국의 전통문화를 통해 베스트셀러 글로벌 공연을 향해 발전하고 있는 '미소'가 전 세계인들 앞에서 당당히 미소를 짓는 그 날을 기대해본다. The MICE



MICE Lounge

Photo essay

봄과 여름의 공존...

계절의 여왕 봄과 시작한 5월, 하지만 그 찬란한 봄의 5월은 가고 또 다른 계절과 마주하고 있습니다. 봄, 여름, 가을, 겨울, 우리는 또 계절과의 조우를 앞두고 가슴 설레고 있습니다.

누구나 새로운 도전을 준비하듯, 새로운 계절을 맞이하는 우리는 또 한번 아쉬워하고, 설레고, 그렇게 가슴앓이를 하겠지요. 아쉬워지만 이제 그만 봄은 보내고, 여름을 맞이해야 하겠지요.

마이스 소리

시간은 흘러도 사진의 표정은 언제나 행복한 순간으로 간직됩니다. MICE 가족 여러분! 전국 곳곳의 현장에서 포착한 생동감 넘치는 사진을 보내주세요. 채택되신 분께는 소정의 상품을 보내드립니다.

보내실곳 : 서울시 중구 청계천로 40 한국관광공사 10층 (사)한국MICE협회

알려드립니다

MICE가 여러분의 소중한 글을 기다립니다. 여러분의 들려주고 싶은 사연, 생동감 넘치는 현장의 소개하고 싶은 이야기와 MICE협회에 바라는 점이 있다면 언제든지 보내주세요. 좋은글과 관련 소식을 제보해 주신분들에게는 소정의 상품을 드립니다.

보내실곳 : 서울시 중구 청계천로 40 한국관광공사 10층 (사)한국MICE협회

문의 : 02-3476-8323~7

2013

한국 MICE 아카데미

2013. 08. 05(월)~ 08. 21(수)

주최 : 문화체육관광부 주관 : 사단법인 한국MICE협회



■ 교육대상

1. 컨벤션 기획사 2급 자격증 소지자 (우대)
 2. 관광·컨벤션 관련 학과 졸업생 및 재학생
 3. 경력단절 여성, 다문화 가정 여성, 조기 퇴직자 등
- ※ MICE업계에 관심 있고 취업을 원하는 학생 및 일반인

■ 접수방법

- 2013.07.08 (월)~2013.07.19(금) 18:00 온라인 서류 접수
WWW.MICEACADEMY.NET 한국MICE아카데미 온라인 신청 클릭
- 면접실시 : 2013.07.26 (금) 14:00 (개별통보)
- 최종발표 : 2013.07.29 (월) 18:00 (개별통보)