



Your Time
is Precious

HOST YOUR NEXT MICE EVENT IN A CITY
DESIGNED WITH CONVENIENCE IN MIND.

In Busan, we know business travel is made memorable by the experiences you take home with you. In a world where every second counts, Busan puts the best of Korea within reach of your MICE event's door. It's convenient. It's connected. It's all you're expecting and more. **Busan, Feel the Ocean Beat.**

MICE Bureau, Busan Tourism Organization (BTO) Contact: E-mail: sjpark@bto.or.kr | Web: www.bto.or.kr

The MICE

계간 더 마이스
Meeting Incentive Convention Exhibition

25
2013 Vol

PROLOGUE

영겁(永劫)의 세월이 빛은 소중한 우리의 문화유산 제주, 이제는 세계인이 함께 하는데 앞장서겠습니다!

SPECIAL

국내 컨벤션뷰로의 기능 및 역할 강화 동향 및 사례
대통령 의전의 세계 '5C 전략'으로 승부하래
PCO 표준요율, MICE산업은 미래를 위한 확실한 투자이다

FOCUS

전세계 럭셔리 여행 · MICE 시장에
진출하는 의의와 일본의 미래



MICE 신입사원의 실무적응을 위한
2013 MICE 업계 신입사원 OJT 교육
2013.9.25(수)~9.28(토) 현대호텔연수원 A동 B1 중강의실 102호



회원사들의 꿈과
함께하는 MICE매거진

MICE Korea MICE Association
한국MICE협회
www.micekorea.or.kr

직무별 맞춤 MICE교육

선진컨벤션전시 참여 지원

MICE 업종 간 직무별 네트워킹 기회

MICE산업 관계자들 간의 소통의 기회 제공

MICE 연구편찬 사업

당신의 성공비즈니스를 위한 첫 걸음

한국MICE협회

교육, 네트워킹, 비즈니스 창출까지- All about MICE , KMA 회원사 혜택

✓

지원사업

■ 정부지원연계(금융지원 및 마케팅 활동 지원)

*관광진흥개발기금 융자지원 사업

• 연 2회(상하반기)실시

■ '관광의 날' 정부 포상 추진

■ 회원사 기업 홍보

• 협회 홈페이지와 간행물을 통한 기업홍보 및 홈페이지 링크 서비스

• 국내외 해외 홍보자료로 배포되는 디렉토리에 수록

• 협회 홈페이지 및 협회지 광고 할인

■ 참여사업

• 협회 주최사업및 행사 참여 기회 (공개입찰참여기회 제공)

• 국내 및 해외 행사 입찰 공지

✓

교육사업

■ 무료교육참여기회 제공

■ 직무별 MICE아카데미 과정 (초급자,신입사원,중간관리급,임원진 별 실무자를 위한 전문화교육)

■ 국내교육과 해외교육 과정 진행

■ 컨벤션기획사 워크숍

■ 협회 주제 세미나 및 교육과정 초대 및 할인혜택

✓

정보제공서비스

■ 국내외 컨벤션 산업현황 및 업계 자료 제공

■ MICE저작권법 산업실태조사 및 업계자료 제공

■ 정부 사업 공지 및 정책관련 소식 제공

■ 협회 연구자료 및 설문조사 분석 자료 제공

✓

네트워킹 기회 제공

■ 총회 및 연차회의를 통한 공식,비공식적 상호 교류

■ 당 업계 및 관련 업계 인사를 비롯한 전문가들과의 네트워크 형성

✓

자료서비스

■ 기간지 THE MICE 제공

■ 협회 출판 도서 할인 (20% D.C)

KMA 가입절차안내



※ 회원가입신청서는 www.micekorea.or.kr 에서 다운받으실 수 있습니다.

에디토리얼 – 편집장 노트

컨벤션산업 지속성장 위해서는 지방컨벤션
뷰로의 글로벌 경쟁력 강화가 시급하다

이창현 박사 / 편집위원장 | 한국컨벤션전시산업연구원(ICEM) 부원장

최근 컨벤션산업의 구조적 변화 가운데 하나가 산업 성장에 있어 컨벤션뷰로(CVB)의 역할과 기능이 더욱 중요해지고 있다는 것이다. 그간 국내 컨벤션산업 성장에 있어 주로 컨벤션센터 즉, 인프라 중심의 산업성장이 이루어져왔다. 대규모 국제 컨벤션을 개최할 수 있는 전문컨벤션센터가 2000년 ASEM 정상회의를 계기로 코엑스 증축을 통해 처음 건립되었고, 이후 2001년 벅스코, 엑스코 대구, 2003년 제주국제컨벤션센터, 2005년 김대중컨벤션센터, 킨텍스, 창원컨벤션센터, 2008년 송도컨벤시아, 대전컨벤션센터 등 전문 컨벤션센터가 건립되면서 주로 이들 시설 중심의 행사 유치가 진행되어 온 것이다. 반면, 최근에는 국제 컨벤션유치에 있어서 이들 시설보다는 컨벤션뷰로, 관광공사, 지방자치단체 등의 역할이 더욱 중요해지고 있다. 특히, 해당 도시로 컨벤션을 유치하는 데 있어서는 이제 지방컨벤션뷰로의 역할이 큰 영향을 미치게 되었다.

한편, 컨벤션 개최에 따른 지역경제 파급효과를 높이기 위해서는 지역 관광, 쇼핑 등과의 연계를 통한 부가가치 창출이 필요하다. 이를 위해서는 컨벤션뷰로의 역할이나 기능이 단순히 회의 유치에 머무를 것이 아니라 행사참가자의 컨벤션 참가와 관련하여 개최도시가 제공할 수 있는 제반 서비스(숙박, 음식, 관광, 쇼핑, 오락 등)를 효과적으로 제공하는 데에 까지 확대되어야 한다. 국제도시마케팅협회(DMAI)에서는 이미 컨벤션뷰로가 컨벤션세일즈 외에 컨벤션서비스, 관광마케팅 및 서비스, 회의참가자 및 방문객 서비스, 도시홍보 및 마케팅, (얼라이

언스)회원 및 파트너십 관리 등 다양한 기능 및 활동을 수행해야 하는 것으로 보고, 이러한 활동성과를 측정하기도 한다.

이렇듯 컨벤션뷰로의 기능과 역할이 점차 중요해지고 있음에도 불구하고 국내 지방컨벤션뷰로의 경쟁력은 아직 미약한 수준이다. UIA기준 국제회의 개최건수가 세계 5위라고는 하나, 우리보다 순위가 낮은 프랑스, 오스트리아, 스페인, 독일, 영국, 이탈리아, 네덜란드의 지방컨벤션뷰로에 비해 인력이나 예산수준이 턱 없이 부족하고, 기능적 측면에서도 주로 컨벤션 유치에 집중되어 있는 우리나라에 비해 컨벤션서비스, 관광연계 및 서비스, 회의참가자 및 방문객 서비스 등이 활성화되어 있어 행사 유치에 따른 부가가치 창출을 높이는 데 크게 기여하고 있다.

이제는 지방컨벤션뷰로가 지역차원에서의 컨벤션 수요 창출, 회의참가자 서비스 제공 및 부가가치 창출에 있어 중요한 책임을 지게 되었다. 이러한 책임을 감당하기 위해서는 지방컨벤션뷰로의 역할 및 기능이 더욱 강화되고 확대되어야 한다. 이를 위한 인력 및 예산의 증대는 이를 통해 창출될 신규 컨벤션 수요 및 부가가치 효과를 고려하면 매우 효과적인 투자가 될 것이라 생각된다. 더욱이 컨벤션 도시 간 경쟁이 점차 치열해지는 상황에서 지방컨벤션뷰로의 경쟁력 저하는 향후 국내 컨벤션산업의 지속성장을 저해하는 요인이 될 가능성이 높다. 이제는 지방컨벤션뷰로의 글로벌 경쟁력을 높이는 데 보다 큰 관심을 가져야 할 것이다. TheMICE



Contents

Prologue

- 01** 에디토리얼 편집장 노트 | 이창현 편집위원장
- 04** 오피니언 영검(永劫)의 세월이 빛은 소중한 우리의 문화유산 제주, 이제는 세계인이 함께 하는데 앞장서겠습니다!
- 08** MICE Day MICE Calendar(11, 12월)

Special

- 12** 특집 I 국내 컨벤션뷰로의 기능 및 역할 강화 동향 및 사례
- 특집 II 대통령 의전의 세계 '5C 전략'으로 승부하라
- 특집 III PCO 표준요율, MICE산업은 미래를 위한 확실한 투자이다
- 26** 글로벌 I DMAI Annual Convention 2013
- 글로벌 II MPI WEC 2013
- 30** 정책 MICE, 국제관광자유도시의 꿈 그중심에 서다!

People

- 34** 종인 (사)제주컨벤션뷰로 김영일 사무국장
- 37** 뉴스브리핑 회원사 및 KMA 주요활동
- 40** 회원사 탐방 I 국내 최대 규모, The-K서울호텔 '컨벤션센터' 오픈
- 회원사 탐방 II ICC JEJU가 MICE를 재창조하다
- 44** MICE꿈나무 부산 MICE 열정, Young MICE단

Focus

- 46** 인사이드 I 제1회 WTTC 아시아 정상회의
- 인사이드 II 송도컨벤시아, 하반기 대규모 국제행사 개최 제1회 해양안전장비 박람회 폐막
- 인사이드 III 제1회 대전와인트로피 폐막 아인슈타인 상대성이론 탄생 100주년 기념회의의 광주 유치성공
- 인사이드 IV 대구세계에너지총회개최
- 인사이드 V 제3회 부산 MICE 콘텐츠 개발 공모전 개최 WCC 제10차 총회 | 2015 국제핵융합기술심포지엄 유치 제주, 중화권 기업 인센티브 투어 꾸준한 인기

- 58** 아카데미 2013년도 제9회 한국MICE아카데미 종료 제1회 MICE 업계 신입사원 OJT 교육
- 60** 해외저널 전세계 럭셔리 여행·MICE 시장에 진출하는 의의와 일본의 미래

Communication

- 64** 칭찬합시다 코엑스 정진욱 베틀마케팅팀 팀장
- 66** 힐링컬처 아름다운 섬, 제주바다에서 내 생애 가장 행복한 섬을 플러스하다



04



46



58

제주관광공사 사장 / 제주컨벤션뷰로 이사장 양영근

영겁(永劫)의 세월이 빛은 소중한 우리의 문화유산 제주, 이제는 세계인이 함께 하는데 앞장서겠습니다!

천혜의 자연과 환경을 지닌 제주, 마치 살아 숨 쉬는 듯 세월을 머금은 제주만의 숨결과 제주인이 잉태한 독특한 민속 문화는 우리 모두의 소중한 자산이다. 이러한 제주의 소중한 가치를 재창조하고 스펙트럼 확장을 위해 막중한 사명을 지니고 지난 2008년 7월 출범한 제주관광공사는 도민의 신뢰와 사랑을 바탕으로 제주관광산업의 질적 패러다임의 변화와 혁신을 주도하고 있다. 10년 후 제주 관광산업의 미래비전과 함께 MICE 도시로서 잠재 가능성과 그에 따른 활성화 방안을 제주컨벤션뷰로 이사장을 겸직하고 있는 양영근 사장을 통해 들어봤다.

박지현 기자 _ 매경비이어스가이드



제주에서 관광산업은 연관 사업을 포함, 제주 GRDP의 80%를 웃도는 생명산업이다. 이에 따라 관광대국이라는 위상에 걸맞게 보다 통합적이면서 공적인 관광마케팅을 시행하는 공조직의 필요성이 대두됐고, 국제자유도시에 걸맞는 제주관광 글로벌화와 지속성장을 위한 제주관광 통합마케팅 전문기관으로 제주관광공사를 지난 2008년 7월 출범시켰다.

• 4대 경영목표실행 통한 도약

지난 2011년 7월 제주컨벤션뷰로 5대 이사장이자 제주관광공사 제2대 CEO로 취임한 양영근 사장은 제주관광산업의 신 부흥기를 이끌기 위한 신 경영체계를 구축하고 앞으로 10년 후의 제주관광이 먹고 살기위한 ‘비전 발굴 및 제시’, ‘창의적 컨셉의 제주관광 브랜드 런치 및 마케팅’, ‘도민이 공감하고 매력을 주는 관광개발’, ‘관광산업 융복합화로 관광 경쟁력 제고’ 등 4대 경영목표를 실행하기 위해 막중한 사명을 가지고 총력을 기울이고 있다.

“제주관광공사는 지난 4년여의 노력 끝에 행정안전부 주관 2012년 지방공기업 경영평가에서 ‘최우수 기업’으로 선정됐습니다. 이는 모든 임직원이 노력한 결과이며, 제주도민사회의 성원과 관심이 있었기에 가능했다고 생각합니다.”

2013년 제주도청이 제시한 제주관광 2대 핵심과제인 ‘튼튼관광 제주 만들기’와 ‘해외 관광시장 다변화를 선도적으로 이끌어 가는 곳’이 바로 제주관광공사와 제주컨

벤션뷰로이다.

누구보다 제주를 사랑하고, 오직 제주 관광산업과 제주 알리기에 여념이 없는 양영근 사장은 제주관광공사의 CEO이자, 제주컨벤션뷰로의 이사장으로 제주관광시장의 글로벌화를 위해 노력하고 있다.

첫 번째 제주관광공사는 ‘해외관광객 유치 확대 마케팅 역량’을 강화하고 있다. 외국인 관광객의 1인당 소비는 내국인 관광객에 비해 3.6배가 높은 고부가가치 관광객이다.

양 사장은 “글로벌 시대에 발맞춘 진정한 제주국제자유도시를 건설하기 위해서는 외국인 관광객 증가와 투자가 이루어야 함은 자명한 사실”이라며, 이를 위해 “해외 관광객 200만 유치가 민선5기 제주도청의 관광분야 핵심 정책인 만큼, 제주의 미래 관광력 제고를 위해 중국과 일본 등 기존 핵심시장 외에도 말레이시아, 인도네시아, 베트남, 러시아 등 제주관광의 신규시장을 개척하는 ‘제주관광 해외영토확장 프로젝트’를 가동 중”이라고 자신 있게 말했다.

양 사장이 강조하는 두 번째와 세 번째 경영 핵심과제는 ‘고객의 욕구충족 및 고부가가치 관광상품 개발추진’이다. 우선 올레길, 한라산 등 제주의 자연과 연계한 힐링관광, 꽃자왈 등과 연계한 생태관광 등 지역 밀착형 상품개발을 적극 추진해 지역주민 소득증대에 도움이 되도록 하고 있다.

이밖에도 제주관광공사는 제주국제제품페스티벌, 제주국제승마대회 등 이벤트 상품과 더불어 항공레포츠 대회, 요트대회, 철인 3종 경기 등 다양한 상품을 개발해 시간적·경제적 여유가 있는 마니아 시장을 공략하고 있다.



이뿐만 아니라 제주만의 MICE 상품을 만들어 큰 호응을 얻고 있다. 특히 인센티브 투어의 경우 색다른 경험을 제공해 주는 특색 있는 오·만찬 장소와 다양한 팀빌딩 프로그램은 필수적인 요소라고 볼 수 있다. 휴양형 MICE 도시를 지향하는 제주의 특성을 담아, 특색 있는 제주만의 MICE 상품개발은, 중국 대형 인센티브 투어 및 신규시장 중소형 인센티브 투어 유치가 눈에 띄게 증가하는 결과로 이어지고 있다.

마지막으로 양 사장이 중점을 두고 있는 네 번째 핵심경영과제는 ‘관광수용태세의 강화’이다.

“제주관광은 양적성장을 이루었습니다. 이제는 ‘제주관광의 질’을 향상시켜 제주를 방문하는 고객과 해외 바이어들이 매순간 만족할 수 있도록 해야 한다고 생각합니다.”

이를 위해 제주관광공사는 제주형 종합정보제공시스템 구축과 더불어 음식점 서비스 개선 및 중국인 전용식당 마련, FIT 외래 관광객을 위한 다국어 서비스 지원, 숙박시설 서비스 개선활동을 펼치고 있다.

• MICE, 제주가 가진 그 잠재가능성

“MICE 산업 경쟁력을 확보하기 위한 인프라 시설에 대

한 투자확대가 이루어져야 합니다. 또한 국내 경쟁도시로 손꼽히는 서울, 부산, 뿐만 아니라 대구, 대전, 광주, 인천, 경주 등 대부분의 도시가 MICE 인프라를 확충하거나 가시적인 계획을 수립하고 있습니다.”

양 사장은 최근 제주의 국제회의 개최순위가 상승하면서 MICE 도시로서 위상이 강화된 것은 사실이지만, 중장기적인 안목과 냉철한 관점으로 경쟁력을 판단해 본다면 보완해야 할 것도 많다는 것. 이는 향후 MICE 행사 유치경쟁에 있어 제주에 커다란 위협이 되고 있으며, 이에 대한 대응을 위해 대규모 다목적홀 신축 또는 ICC JEJU 확충 등 대책이 시급하다고 말했다.

두 번째, 제주만의 MICE 산업 경쟁력 확보를 위해서는 제주형 융복합 전략이 필요하다고 강조했다.

“동북아 지역의 경쟁도시가 대부분 도시형 MICE로 특화하고 있음에 따라 제주는 리조트형 MICE로 차별화해 제주의 잠재력을 극대화 할 필요가 있습니다. 제주 천혜의 자연경관을 바탕으로 휴양, 레저 스포츠, 크루즈, 쇼핑, 웰빙과 연계한 융복합 관광상품으로 제주형 MICE를 만들어가는 전략이 필요합니다.”

이렇듯, 제주는 180여 개국에서 무비자로 입도할 수 있는 국제자유도시로 다양한 볼거리와 즐길 거리, 그리고 최첨단 회의시설과 관광도시에 걸 맞는 충분한 숙박시설

을 보유한 MICE 도시로서의 잠재력이 매우 큰 곳이다. 양 사장은 “비록 부족하고 개선되어야 할 점들이 있지만, 세계인이 방문하고 싶어 하는 MICE 도시가 될 것”이라고 확신에 차 있음은 물론이다.

• 핵심키워드 ‘융복합’에 주목해야

현시대의 최대 핵심화두인 ‘관광산업의 융복합화’는 계속 진화하고 있다. 세계적인 흐름은 ‘힐링’, ‘웰빙’이다. 제주 역시 휴양과 웰빙, 녹색관광, 크루즈, 쇼핑, 음식, 레포츠 등의 융복합화에 많은 관심을 기울여야 한다.

제주의 휴양과 경관 중심의 관광이 언제까지 세계관광시장에서 비교우위의 경쟁력을 가질 수 있을지 의문이지만, 제주만의 차별화된 융복합을 위해 필요한 것은 무엇인지에 대한 고민과 개선이 필요하다. 제주관광공사는 이에 발맞춰 융복합 창조관광에 선도적으로 나서고 있다.

“세계7대자연경관, 유네스코 3관왕이라는 위상을 지닌 제주인 만큼 제주관광은 보다 차별화된 통합마케팅 실현으로 세계관광시장에서 경쟁을 해나가야 합니다. 제주관광공사는 전국 최초로 융복합 사업단을 지난해 6월 신설해 제주형 융복합 창조관광의 조직체계를 마련했습니다. 이를 통해 산업통상부 등 국비확보를 통한 융복합 사업들을 추진할 뿐만 아니라 관광과 연계된 1차, 2차 산업간 제주형 융복합 산업을 육성중에 있습니다.”

특히 지방 공기업 중 최초로 정부인증을 받은 시장중심 R&D를 위한 미래창조과학부 부설연구소를 올해 7월 개소해 관광과 과 타 산업간 융복합에 선제적 대응, 제주관광정보 공공·민간 DB OPEN API 개발사업(문화체육관광부), 융복합형 MICE 신성장동력 발굴사업(산업통상자원부), 제주 유배문화 스토리텔링 콘텐츠 개발사업(지식경제부), UNESCO 세계지질공원 인증 핵심 농어촌마을 활성화 사업(농림축산식품부), 문화관광콘텐츠산업 사업화지원사업(산업통상자원부), 말산업을 기반으로 LOHAS MICE 상품 육성사업(산업통상자원부) 등 굵직한 국내주요 국비과제를 계속 추진 중에 있다.

• 제주, 세계 속에 감동을 심다

제주관광공사는 세계7대자연경관 선정을 위한 노력과 선정 이후까지 국내외 언론매체를 통한 홍보는 물론, 제주도의 브랜드 인지도를 전세계에 확산시켰다.

“MICE분야에서도 세계7대자연경관을 활용, 제주에서 개최되는 MICE 참가는 세계7대자연경관을 볼 수 있는 좋은 기회라는 유치 및 홍보 전략을 통해, 양질의 국제행사가 제주로 유치되는 건수가 증가하고 있습니다.”

이와 같이 괄목할 만한 제주의 성장과 그 가능성에 대해 양 사장은 “세계7대자연경관은 분명 유네스코 3관왕에 이어 제주의 글로벌 브랜드 위상을 한층 높여줄 콘텐츠”로, “마케팅 관점에서 본다면 투자가치가 충분하고 앞으로 제주의 부가가치를 높여줄 글로벌 마케팅 도구”로 향후 성장이 더욱 기대된다고 밝혔다.

“세계관광 트렌드에서 핵심적인 것은 개별관광객 즉 FIT가 급증하고 있다는 점입니다. FIT 증가는 기존 단체 위주의 관광정책 및 상품개발, 마케팅 전략의 대대적인 패도 변화를 요구하고 있습니다.”

제주관광공사가 추진중인 ‘제주관광 해외영토확장 프로젝트’, ‘고객의 욕구충족 및 고부가가치 관광상품 개발’, ‘관광수용태세의 강화’는 이러한 변화에 대응하기 위한 노력이다.

제주관광공사와 제주컨벤션뷰로는 이러한 제주의 소중한 유산과 가치를 재창조하고 세계 속에 제주관광의 감동을 심는 역할을 하고 있다.

“앞으로도 창의적이고 도전적이고 역동적인 두 조직의 책임자로서 맡은바 역할에 최선을 다할 것입니다. 제주관광공사와 제주컨벤션뷰로에 대한 많은 관심을 부탁드립니다. 제주관광 발전을 위한 다양한 전략과 아이디어 공유를 위해 항상 문을 열고 허심탄회하게 기다리겠습니다.”

제주관광공사 양영근 사장은 제주관광공사는 제주관광 통합 마케팅 전문기업으로 제주컨벤션뷰로는 제주의 MICE 분야 핵심기구로 그 사명을 다하고 제주관광 진흥을 선도해야 한다는 막중한 책임감을 느끼고, 국내외 시장에서 제주의 브랜드 파워를 강화할 것임을 다짐했다. TheMICE

코리아 마이스 캘린더

Nov / Dec 2013

International Meeting&Conventions

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

To be decided (Busan)

2013 제26차 아시아신용보완기관연합 국제회의
기술보증기금
T : 02-799-6983 / F : 051-639-7620(www.kibo.or.kr)

To be decided (Busan)

제14회 한일(호쿠리쿠)경제교류회의
지식경제부
T : 1577-0900(www.mke.go.kr)

Ajou University (Suwon)

2013 국제대학원 심포지움
아주대학교
T : 031-219-1552 / F : 031-219-1554(www.ajou.ac.k)

To be decided (Seoul)

제11차 한국관광진흥회의
한국여행업협회
T : 02-752-8692 / F : 02-752-8694(www.kata.or.kr)

To be decided (Seoul)

제6회 서울국제해사조선컨퍼런스
한국선급
T : 070-8799-8062 / F : 070-8799-7670(www.krs.co.kr)

To be decided

파타허브시티 포럼
미정

11.01 - 11.02 Songdo Convensia (Incheon)

2013 아시아경제공동체포럼
아시아경제공동체재단
T : 032-835-4237 / F : 02-730-3714(www.aecforum.net)

11.01 - 11.02 Daemyung Resort (Danyang)

제5회 원전계측제어심포지움(NuPIC 2013)
한국원자력안전기술원, (주)한국전력기술
T : 02-421-9515(www.nupic.org)

11.03 - 11.06 Lotte Hotel Jeju (Jeju)

제13회 아시아태평양미세분석국제학술 회의
대한화학회, (사)한국바이오회협회
T : 02-872-3234 / F : 02-872-3231(www.apce2013.org)

11.03 - 11.07 EXCO (Daegu)

2013 국제신경정보처리학회 국제학술대회
ICONIP2013 준비위원회
T : 053-746-9965 / F : 053-742-9007(www.iconip2013.org)

11.04 - 11.07 ICC JEJU (Jeju)

The 4th Asian Conference on Coordination Chemistry(ACCC)
포항공과대학교 화학과
T : 054-279-2714 / F : 054-279-3399(chem.postech.ac.kr)

11.04 - 11.06 Kangwon National University(Gangwon)

2013 아태환경포럼
에코피스 리더십센터
T : 033-257-7129 / F : 033-257-7130(www.eplc.asia)

11.05 Korea Institute of Oriental Medicine (Daejeon)

한중 전통의학 국제심포지엄
한국한의학연구원, 중국중의과학원
T : 042-868-9580 / F : 042-868-9616 (www.kiom.re.kr)

11.05 - 11.08 Coex (Seoul)

2013 아시아 태평양 마이크로파 국제학술대회
한국전자파학회
T : 02-337-9666 / F : 02-325-4753(www.kees.or.kr)

11.06 - 11.07 Hoam Faculty House,Mugunghwa Hall (Seoul)

한국 FM 학회
한국FM학회
T : 02-832-7058 / F : 02-832-7059(www.kfma.net)

11.06 - 11.09 Grand Hilton Seoul (Seoul)

2013대한당뇨병학회국제학술대회
대한당뇨병학회
T : 02-714-9064 / F : 02-714-9084(www.diabetes.or.kr)

11.06 - 11.09 KINTEX (Goyang)

아시아태평양콜센터협회대표엑스포
한국고객센터산업연구소
T : 062-530-0376 / F : 062-530-5119(www.callcenter.or.kr)

11.07 - 11.08 Changwon Exhibition Convention Center (CECO)Changwon

한국철도학회 추계학술대회
(사)한국철도학회
T : 02-794-5162 / F : 02-794-5116(www.railway.or.kr)

11.07 - 11.09 Kimdaejung Convention Center (Gwangju)

2013 병원수술간호사회 정기학술대회
병원수술간호사회
T : 02-2030-7306 / F : 02-2060-5422(www.kaorn.org)

11.08 - 11.10 EXCO (Daegu)

영남국제치과학술대회 및 기자재 전시회
대구광역시 치과의사회
T : 053-424-9753 / F : 053-421-7649(www.tda.or.kr)

11.12 - 11.15 ICC JEJU (Jeju)

2013 한국전기전자재료학회 국제학술대회
한국전기전자재료학회
T : 02-538-7958 / F : 02-538-3623(www.kieeme.or.kr)

11.13 - 11.15 Coex (Seoul)

제80차 국제전시협회(UFI) 정기총회
한국전시산업진흥회
T : 02-574-2025 / F : 02-574-2696(www.akei.or.kr)

11.13 - 11.16 To be decided (Daejeon)

제14회 첨단지능시스템국제학술대회
한국지능시스템학회
T : 02-554-3155 / F : 02-554-3156(www.fuzzy.or.kr)

11.14 - 11.16 To be decided (Seoul)

ISAAC 2013 국제컨퍼런스
(사)한국인터넷방송통신학회
T : 02-407-7718 / F : 02-407-7716(www.iwit.or.kr)

11.20 - 11.23 Ramada Plaza Jeju (Jeju)

2013년 아시아약학자대회
(사)한국약제학회
T : 02-564-4019 / F : 02-554-5378(www.kspst.or.kr)

11.20 - 11.23 COEX (Seoul)

월드커피리더스포럼2013
(주)엑스포럼
T : 02-2051-3322 / F : 02-2051-3326(www.exporum.com)

11.21 - 11.22 Changwon Exhibition Convention Center (CECO)Changwon

대한섬유공학회 추계학술대회
한국섬유공학회
T : 02-566-5214 / F : 02-561-8663(www.fiber.or.kr)

11.25 - 11.27 ICC JEJU (Jeju)

월드 트레일 컨퍼런스
(사)제주올레
T : 064-762-2170 / F : 064-733-2170(www.jeuolle.org)

11.26 - 11.28 Coex (Seoul)

제25차 2013 아시아 · 오세아니아 국제방역대회
한국방역협회
T : 02-467-7630 / F : 02-467-7665(www.ikpca.co.kr)

11.29 - 12.01 Kimdaejung Convention Center (Gwangju)

아시아식물지질학술대회 및 한국식물학회 정기학술대회
한국식물학회
T : 02-884-0384 / F : 02-884-0384(www.bosk.or.kr)

12.11 - 12.13 Ramada Plaza Jeju (Jeju)

제8차 첨단소재 및 소자 국제학술대회(ICAMD 2013)
한국물리학회
T : 02-556-4737 / F : 02-554-1643(www.kps.or.kr)

12.18 - 12.20 Kangwonland Convention Center (Gangwon)

대한기계학회 추계학술회의
대한기계학회
T : 02-501-5305 / F : 02-501-3649(www.ksme.or.kr)

To be decided (Busan)

국제교육워크숍
국제전기통신연합 아시아태평양 최고급교육센터 부산대
T : 051-510-1028 / F : 051-510-1029

To be decided

2013 대한화장품학회 추계 심포지움
대한화장품학회
T : 02-970-645(www.nanobiocosmetic.com)

Kangwon National University (Gangwon)

2013 북아시아 아카데미 네트워크 학술대회
강원대학교
T : 033-250-7242 / F : 033-243-5616(imr.kangwon.ac.kr)

Hwacheon-gun (Gangwon)

세계강문화도시포럼
화천군
T : 033-440-2216 / F : 033-441-1900 (www.ihc.go.kr)

코엑스(Seoul)

11.13 - 11.15

2013 국제 그린 & 스마트
홈·빌딩 산업전
(주)서울메세 ID www.hnbshow.com

11.14 - 11.16

2013 녹색 화장실·욕실 산업전
(주)서울메세 ID www.toiletexpo.com

11.16 - 11.17

2013 대한민국 팜엑스포
(주)서울메세 ID www.pharmexpo.kr

11.19 - 11.21

2013 차세대컴퓨팅 R&D
전시회 및 컨퍼런스
이엑스엠지(주) www.nextcom.or.kr

11.21 - 11.24

제12회 서울카페쇼 2013
(주)엑스포럼 www.cafeshow.co.kr

11.27 - 11.29

2013 디지털 미디어 페어
(주)엑스포럼 www.digimfair.or.kr

11.27 - 11.30

서울국제펄트페스티벌2013
(주)우정코퍼레이션 www.siqf.com

11.28 - 12.01

2013 상표·디자인전
한국발명진흥회 www.trademark-design.org

11.28 - 12.01

2013 대한민국발명특허대전
한국발명진흥회

11.29 - 12.01

2013 개원및경영정보박람회
(주)네오엑스포 www.dentex.co.kr

12.01

한국전시산업전
(사)한국전시주최자협회 www.expoexpo.or.kr

12.04 - 12.05

2013 아이방꾸미기 전시회
이엑스엠지(주) www.kidsdecofair.com

12.05 - 12.08

2013 목재산업박람회
이엑스엠지(주) www.woodfair.or.kr

12.12 - 12.15

제9회 서울국제어린이·유아용품전
(주)세계전람 www.kidsfair.co.kr

12.12 - 12.15

제29회 서울국제유아교육전
(주)세계전람 www.educare.co.kr

12.27 - 12.30

2013학년도 전문대학 입학정보
박람회
(주)서울메세 ID www.2n3.jinhak.com

킨텍스(Goyang)

11.06 - 11.07

글로벌모바일비전 2012
대한무역투자진흥공사 www.gmv.or.kr

11.06 - 11.08

2013 대한민국악기전시회
(주)젠코리아 www.musicfair.co.kr

11.06 - 11.08

2013 대한민국 교회건축·
디자인 박람회
(주)젠코리아 www.musicfair.co.kr

11.06 - 11.08

2013 국제음향·무대·조명·
영상산업전
(주)젠코리아 www.musicfair.co.kr

11.07 - 11.10

명품병원의료관광전시회
(주)킨텍스 www.hospitalshow.co.kr

11.14 - 11.17

플라워,사실원예,꽃생산자박람회 2013
(주)월드전람

11.14 - 11.17

그린정원용품,도구작업용품박람회 2013
(주)월드전람

11.14 - 11.17

미래농업기술,우수종자종묘박람회 2013
(주)월드전람

11.14 - 11.17

한국국제농기계자재박람회 2013
(주)월드전람

11.20 - 11.29

청소년박람회
(주)킨텍스

11.20 - 11.29

스마트 컨텐츠 쇼
(주)킨텍스

벡스코(Busan)

11.21 - 11.23

2013 부산국제수산물역전
벡스코 www.bisfe.com

김대중 컨벤션 센터(Gwangju)

11.07 - 11.09

2013 국제 그린카 전시회
김대중컨벤션센터 www.greencar.co.kr

11.14 - 11.17

2013광주국제식품전
김대중컨벤션센터 www.foodshow.kr

코트렉스(Daejeon)

11.06 - 11.08

제10회 대전 국제 농기자재 및
우수종자 전시회
대한무역투자진흥공사 www.tamas.or.kr

엑스코(Daegu)

11.13 - 11.17

2013 대구아트페어
대구화랑협회 www.daeguartfair.com

11.21 - 11.23

제2회 대구국제로봇산업전
엑스코 www.robex.or.kr

11.21 - 11.23

제8회 국제부품소재산업전
엑스코 www.partshow.co.kr

11.21 - 11.23

제14회 대구국제기계산업대전
엑스코 www.damex.co.kr

송도 컨벤시아(Incheon)

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

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

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

전시

10.25 - 26

2013 인천과학대제전
전시1,2홀 인천시 교육청

10.28

2013 인천 장애인 취업박람회
전시1홀 (사)한국장애인고용안정협회

10.31 - 11.3

제3회인천국제건축박람회
전시1홀 (사)한국산업마케팅연구원

10.31 - 11.1

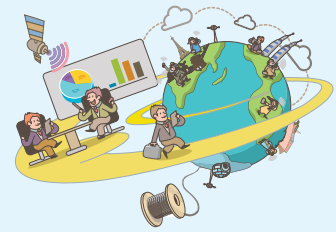
글로벌창의교육박람회
전시2홀 인천경제자유구역청

11.8 - 10

농업인과 도시민이 함께하는
한마음 대축제
제1야외전시장 인천광역시

11.6 - 8

제3회 인천국제음절&절단&
레이저설비산업박람회
전시2홀 메탈넷코리아



회의

11.2 - 4

The 27th 정보보안 국제표준화회의
불룸 및 1층 회의실 산업통상자원부 기술표준원

11.2 - 4

송도모의기후변화당사국총회
불룸 및 1층 회의실 인천시 연수구

11.9 - 10

한국심초음파학회 추계학술대회
불룸 및 1~2층 회의실 한국심초음파학회

11.12 - 14

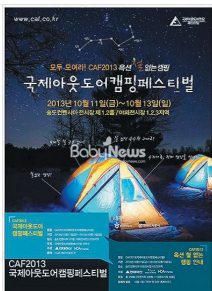
2013 Smart Water Grid Int'l
Conference
불룸 및 1층 회의실 국토교통과학기술진흥원, 인천광역시 등

11.26 - 27

인천MICE JOB FAIR
불룸 인천도시공사

11.29

인천 우수기업인대회 및
비전기업협회 발대식
불룸 인천광역시



국내 컨벤션뷰로의 기능 및 역할 강화 동향 및 사례

한국MICE협회 연구편집위원회 이창현 위원장

대구컨벤션뷰로 권명희 위원

서울관광마케팅 박진혁 위원

광주관광컨벤션뷰로 정정숙 위원

부산관광공사 강다은 위원



국내 주요 도시 컨벤션뷰로가 최근 다양한 활동을 통해 컨벤션 유치 활성화는 물론 컨벤션 서비스 제 영역량 강화, 부가가치창출 확대 등 기능 및 역할 강화를 통해 다양한 사업성과를 창출하기 위한 노력을 경주하고 있다.

최근 '2013 세계에너지총회' 라는 대형 컨벤션을 성공리에 개최한 (사)대구컨벤션뷰로는 조직개편을 통해 컨벤션 유치세일즈 중심의 사업구조에서 MICE인프라 기반 강화, MICE 참가자 서비스 활성화, 국제회의 도시로서의 홍보기능을 국내 컨벤션뷰로로는 최초로 '브랜드전략팀' 을 신설했다.

서울관광마케팅 컨벤션뷰로는 국제회의 유치 성공률 제고를 위해 'MICE 유치클리닉' 을 운영하고 있는데, 그 성과가 대단하다. 국제회의 유치단계에서 핵심 역할을 하는 서울컨벤션뷰로의 '유치클리닉' 은 국제회의를 유치하는 국내 단체들에게 유치제안서 작성에서부터 국제기구 서울실사단 방한지원, 유치 성공전략 수립, 1:1 영어 프리젠테이션 강습 등을 지원하는 맞춤형 프로그램으로 서울컨벤션뷰로의 유치전문 인력이 운영하고 있다. 2008년부터 시작된 이 프로그램은 총 19회를 지원하였으며, 이 중 16건의 국제회의를 유치하는 등 유치성공률이 무려 90%에 달하는 높은 성과를 내고 있다.

광주관광컨벤션뷰로는 공식 마이스 서포터즈인 'MICE Harmony' 를 출범시켰다. 광주에서 국제회의를 진행하는 경우, 외국어에 능통하고 행사 운영경험이 있는 진행요원에 대한 수요가 많았지만 마땅한 인력풀이 없어 이에 적극적으로 대응하지 못했다. 광주관광컨벤션뷰로의 'MICE Harmony' 는 지역대학생들에게 컨벤션산업을 이해시키고, 이들을 각종 학회 및 행사에 투입하여 활동하는 기회를 제공함으로써, 주최자에게 편의를 제공하고, 학생들에게는 미래의 마이스인재로 성장하는 데 도움을 주고 있다. 지금까지 총 15건의 국제 학술대회에 약 50여명의 하모니가 투입되었는데, 훈련된 인력 지원을 통해 학회 개최에 큰 도움이 되었다는 평가를 받고 있다.

부산관광공사 컨벤션뷰로는 최근 MICE 참가자들을 위한 공식 기념품으로 부산 지역작가의 작품을 엄선하여 홍보함으로써, 부산 예술품의 세계화, 브랜드화 작업에 앞장서고 있다. 세계적 수준의 인프라와 아름다운 자연경관을 갖춘 MICE 도시 부산은 이 프로그램을 통해 세계화 물결에 문화와 예술을 더했다는 평가를 받고 있다.

국내 주요 도시 컨벤션뷰로의 이러한 활동은 비단 국제행사 유치활성화 뿐만 아니라 컨벤션서비스 수준을 높이고, 지역산업 및 관광과의 연계를 더욱 공고히 함으로써 부가가치창출을 높일 것으로 기대된다. 이를 좀 더 구체적으로 살펴보자.



서비스 지원 및 도시홍보 강화

대구컨벤션뷰로는 대구 MICE 산업의 글로벌 경쟁력을 강화하고 MICE 도시로서 브랜드를 제고시키기 위해 국내최초로 ‘브랜드전략팀’을 신설하여 운영하고 있다.

2003년 설립이후 지난 10년간 국제행사 유치 세일즈에 집중해왔던 대구컨벤션뷰로는 지역의 MICE 인프라 기반을 조성하고 MICE 참가자 서비스를 활성화하며 국제회의 도시로서의 홍보기능을 강화하기 위해 본 조직의 개편을 시행했다. 세부적으로는 명품 투어가이드 양성, 자원봉사자 운영관리 등 MICE 인적 자원을 개발, MICE 관광 상품개발, MICE 도시 브랜딩 사업, 하우징뷰로 운영 등 사업을 실행할 계획이다. 또한 지난해 11월 전국최초로 개소한 대구MICE관광진흥센터를 통한 국제회의 주최자 및 참가자 서비스를 개발하여 확대 운영할 계획이다.

대구컨벤션뷰로는 MICE 도시 기반조성 사업을 통해 컨벤션 주최자들을 대상으로 대구가 컨벤션하기에 좋은 도시라는 점을 홍보하여 고객이 찾는 도시 대구로 도약하기 위해 총력을 기울일 방침이다.

유치지원 서비스강화

서울시 및 서울컨벤션뷰로에서 MICE유치확대를 위해 국제회의와 기업회의의 유치개최 지원을 포함하여 해외홍보 프로모션, Seoul MICE Alliance 및 Convention Supporters 운영 등 다양한 맞춤형 지원 사업을 시행하고 있다.



서울시가 2010년에서 2012년까지 3년 연속 세계 5위 (UIA, Union of International Association 2012년 국제컨벤션통계 발표 기준) 컨벤션 도시로 선정된 배경에는 서울시의 체계적인 컨벤션 지원정책과 서울관광마케팅 컨벤션뷰로(이하 서울컨벤션뷰로)의 맞춤형 지원서비스가 있다. 여기서 UIA는 세계 4만여 개 정부/민간단체의 컨벤션 관련 자료를 수집하여, 매년 6월 160여개 국가 1,300여개 도시에 대한 전년도 컨벤션 개최 순위를 발표하는 컨벤션 관련 국제기구 이다.

컨벤션 주최자들에게 큰 호응을 얻고 있는 지원사업중 하나가 ‘MICE 유치클리닉’이다.

클리닉의 사전적 의미는 ‘특정한 병이나 장애 따위에 대해 포괄적으로 진단하고 치료하는 곳’인 것 처럼 ‘MICE 유치클리닉’은 MICE 관련 애로사항을 전문가들이 진단하고 해결책을 제공해주는 서비스이다. 국제회의 유치단계에서 핵심 역할을 하는 서울컨벤션뷰로의 ‘유치클리닉’은 국제회의를 유치하는 국내 단체들에게 유치제안서 작성에서부터 국제기구 서울 실사단 방한지원, 유치 성공전략 수립, 1:1 영어 프리젠테이션 강습 등을 지원하는 맞춤형 프로그램으로 서울컨벤션뷰로의 유치전문 인력이 운영하고 있다.

국제회의를 유치를 추진하는 학회, 협회, 단체의 경우 경험이 많은 단체도 있지만, 대부분의 경우가 유치경험이 없어 유치전략 수립에서부터 유치의향서, 유치제안서, 유치발표자료 작성에 어려움을 겪는 경우가 많다. 서울컨벤션뷰로의 유치클리닉은 각 단체의 현황을 파악하고, 국제기구의 특성을 분석하는 등의 성공전략 수립에서부터



유치제안서 작성방향을 제시하고, 유치발표자료를 논리적으로 구성하고 유권자들에게 감성적으로 호소하는 발표기법을 서울컨벤션뷰로의 유치전문가와 외국인 전문강사가 팀으로 이루어 맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 지난 9월에 유치한 ISFG 총회는 아시아에서는 서울이 최초로 유치를 하여 더욱 뜻 깊다. 서울컨벤션뷰로는 ISFG총회유치 준비기간 중 그 동안 축적된 노하우를 집약해 ‘유치클리닉’을 실시했다. 유치클리닉을 통해 프레젠테이션 제작, 현장 PT를 위한 발표방법, 발음교정 등 세심한 부분까지 점검하고 수정하여 최종 프리젠테이션을 준비했다.

MICE 유치클리닉을 통한 철저한 사전준비 후 유치기관인 대검찰청을 비롯한 학계·국과수·한국생명공학연구원·서울시로 구성된 ISFG 유치단은 지난 9월2일 호주 멜버른에서 개최된 제25회 ISFG 총회에서 캐나다 몬트리올 등 경쟁도시를 누르고 유치에 성공했다.

대검찰청 DNA수사담당관실 이승환 박사는 ‘MICE 유치클리닉’을 제공한 서울컨벤션뷰로에 감사의 뜻을 전하며 “프레젠테이션 제작 과정에서 호소력 있는 발표, 홍보리플렛 및 기념품 등을 완벽하게 준비해 다른 도시와 경쟁에서 이길 수 있었다”고 밝혔다. 또한 MICE 유치클리닉의 맞춤형 서비스에 대해 “프로는 프로다웠으며 모든 일에는 프로가 함께 해야 한다는 것을 절실히 깨달았다”는 소감을 전달했다.

한편, 상세한 내용은 본 지원 사업을 전담하는 서울관광마케팅 컨벤션뷰로로 문의하면 된다.

인력지원 기능 강화



MICE Harmony는 주최자에게 편의를 제공하고 미래의 인재로 성장하는 기회를 주고자 출범한 것이다.

광주관광컨벤션뷰로가 공식 MICE 서포터즈를 출범시켰다. “광주에서 행사하면 진행요원 수급하는게 힘들어요. 뷰로에서 지원해줄 수 있나요? 외국어도 잘하고 경험 많은 친구들이면 좋겠어요.” 학회 사무국이나 PCO 관계자들이 학회를 개최할 때 요청하는 고정멘트이다. 출범하기 전까지 광주는 마땅한 인력풀이 없었기 때문에 행사 개최 때마다 별도로 인력을 선발해야하는 번거로움이 있었다. 또한 지방에는 컨벤션 산업이 수도권만큼 일반 시민들에게 널리 알려져 있지 않았기 때문에 컨벤션 산업을 이해시키는 일이 무엇보다 시급한 선행 과제였다. 이런 이유에서 지역대학생과 함께 시작한 MICE Harmony는 그들에게 컨벤션산업을 이해시키고 또 그들이 각 종 학회 및 행사 등에 투입되어 활동함으로써 주최자에게 편의를 제공하고 미래의 인재로 성장하는 기회를 주고자 출범한 것이다.

지난 4월, 우리는 외국어는 기본, 다양한 끼와 재능으로 똘똘 뭉친 38명의 지역 대학생을 선발하여 월 1~2회씩 주기적으로 전문 교육을 실시하면서 특별한 프로젝트를 수행하고 있다. 광주 MICE Harmony는 서포터즈 스스로 꾸려가는 자립식 동아리 형태로 대학생 스스로 만들어가는 모임이다. 4개조로 나뉘어져 운영되며 조장을 중심으로 조별 모임을 주기적으로 열어 국제회의 발굴, 회의 개최 실무, MICE 관광프로그램 개발 등 월별 주제에 따라 전문 교육 및 조별 토론회도 병행한다.

교육을 통해 얻어진 이론을 바탕으로 광주 지역 축제 및 행사에 투입되어 다양한 현장 경험을 얻는다. 또한 지역에서 그 역할을 톡톡히 해내고 있다는 평가를 받고 있으며 탄탄한 현장경험을 바탕으로 학회 개최에서 탁월한 능력을 발휘하고 있다.

5월 한국임상심리학회를 시작으로 세계청년회의소 아태대회, 한국MICE 산업전, 한중일 조명 컨퍼런스, ACE Fair, 9월 IEEE 3D-IT통신융합 콘그레스, 광주비엔날레 등 현재까지 약 15건의 국제 학술대회에 약 50여명의 하모니가 투입되었고 세계한상대회 등 앞으로 약 5건의 행사를 지원할 예정이다.

성격에 맞는 인원을 선발하여 지원하니 기존에 이력서를 받고 면접을 통해 선발할 때보다 시간과 비용이 절감될 뿐 아니라 훈련된 인력지원을 통해 학회 개최에 크게 도움이 되었다는 평가를 받고 있다. 비단 학회 진행 요원 투입을 위해 만들어진 인력뿐만은 아니다.

이들은 광주 방문객에 대한 관광, 교통, 숙박, 외국인 지원 등 광주에 대한 정보를 전달하는 로컬 DMO로서의 역할까지 수행한다. 지난 9월에는 프로젝트로 광주디자인비엔날레를 홍보하는 홍보UCC 3편을 제작하여 온라인 홍보활동을 전개하였으며 이를 계기로 앞으로도 광주를 알리기 위한 다양한 홍보활동을 하게 된다.



① 목련다기

③ 고등어명함집



② 풍경

상품개발기능 강화

아시아 5위, 세계 15위의 MICE도시 부산은 세계적인 수준의 컨벤션 인프라와 아름다운 자연경관을 필두로 부산의 세계화 물결에 문화와 예술을 더하였다. 부산관광공사 컨벤션뷰로는 MICE 참가자들을 위한 공식 기념품으로 부산 지역작가 작품을 엄선, 홍보함으로써 부산의 예술품의 세계화·브랜드화 작업에 앞장서고 있다. The MICE

1. 목련다기 (작품명)목련 / 작가 : 전수걸(부산시공예협동조합)

부산 금정산의 사양토와 경남 산청의 백토가 빚어낸 견고함과 떡갈나무 재가 물든 붉을 피우는 목련의 아름다움을 담아 흙마에 구워낸 전통다기세트. 자연과 도시가 완벽하게 공존하는 부산에서 빛어내는 세계 최고의 도예기술로 부산의 대지와 부산의 향기를 품고 있다.

2. 풍경 (작품명)오륙도 / 작가 : 전수걸

바람에 부딪히는 소리에 좋은 소식은 안으로, 나쁜 소식은 밖으로 흘러보낸다는 풍경. 부산의 관문 오륙도를 형상화하여 섬 위에는 부산의 상징 갈매기가 비상하고, 아래에는 검푸른 바다 속, 물고기가 헤엄친다. 바다를 따라 불어오는 바람에 오륙도의 풍경(wind-chimes)이 좋은 소식만 부산으로 전해주기를 바라는 간절함을 두 손으로 정성스레 빚어냈다.

3. 고등어명함집 (작품명)고등어 / 작가 : 이정숙

생동감 넘치는 삶이 풍요로운 부산의 활기참과 자유로움을 고스란히 담은 부산의 상징어, 고등어. 바다의 푸름과 건강함을 바탕으로 부산 시민들의 구슬진 땀방울이 이루어 내는 세계 최고의 국제해양수산물도시, 부산을 꿈꾸며 한지를 은은한 터치 기법으로 정성스레 담은 핸드메이드 명함 케이스.



대통령 의전의 세계 '5C 전략'으로 승부하라!

MICE산업은 회의(Meeting), 포상 관광(Incentives), 컨벤션(Convention), 이벤트와 전시(Events and exhibition) 분야를 아우르는 산업으로 우리나라에서도 국제회의나 국제 규모의 행사가 늘어나면서 중요시되고 있다. 그중에서도 국가 정상들이 참석하는 대통령 행사는 규모나 내용 면에서 마이스 산업의 핵심이라 할 수 있다. 이는 대통령 행사가 콘텐츠뿐만 아니라 의전이나 경호 등 다양한 요소를 총망라해서다.

이런 대통령 행사를 성공적으로 기획하고 집행하기 위한 몇 가지 요소가 있다. 이 원칙은 대규모의 국제 행사뿐 아니라 일반 행사에도 적용할 수 있는 원칙들로 이른바 '5C 전략'이라 일컫는다. 5C는 콘셉트(Concept), 배려(Consideration), 조정(Conciliation), 점검(Check in advance), 상식(Common sense)으로 정리되는데, 이 다섯 가지 개념이 대통령 행사를 잘 만들기 위한 기본적인 전략 요소라고 보면 된다.

자료제공 _ 알에이치코리아



의전은 대통령 행사를 통해 정책 부처에서 집행하는 정책들을 국민에게 알리는 기능을 한다. 동시에 정책의 방향을 점검하고 정책 추진에 힘을 실어주는 계기로도 작용한다. 이렇게 정부 정책과 관련해 중요한 역할을 하는 대통령 행사를 실제로 기획하고 집행하는 곳이 의전실이며 행사의 총괄 담당자가 바로 의전관이다.

각종 행사가 일정한 절차에 따라 결정되면 담당 의전관은 자신이 맡은 행사에 관한 모든 일을 책임지고 수행한다. 행사 콘셉트, 정책의 내용, 정무적 상황, 홍보 관점에 이르기까지 모든 것을 고려하여 대통령 행사를 집행해나간다.

이런 일련의 과정들은 영화감독이 하는 일에 비유할 수 있다. 가용할 자원, 시나리오의 주제와 표현 방식, 스태프들 간의 유기적인 업무 환경 등 영화와 관련된 모든 것을 조율하는 사람이 영화감독이라면, 의전관은 대통령 행사에서 그와 동일한 역할을 한다. 의전관은 행사를 맡으면 먼저 기존의 사례를 찾아 탐구하고 관련 기관과 협의하여 행사의 콘셉트와 홍보 포커스를 수립하는 등 행사의 기본 계획을 조정하고 확정한다. 그리고 행사를 추진하는데 필요한 주요 자원들과 인력의 역할을 분담하고 배치하는 등 행사 요소들을 체계적으로 조직화하여 행사가 진행되는 과정 전반을 총체적으로 이끌어나간다.

그래서 행사 당일 대통령이 움직이는 동선은 사실 의전관의 실질적인 업무를 마무리하는 단계가 된다. 이때의 모든 움직임은 그간의 조율과 진행 과정을 반영한다.

참신한 기획과 홍보 포인트

대통령 행사에서 창의적인 결과물이란 결국 정책 홍보에 효과적인 수단과 방법을 찾는 것으로 연결된다. 일반 대중은 미디어를 통해 행사를 접하는 경우가 압도적으로 많다. 일단 미디어 보도를 염두에 두면서 다른 한편으로는 참석자들의 기억에 남을 만한 참신한 행사를 기획하고 집행하는 것이 바람직하다.

그런데 행사를 준비하다 보면 아직도 많은 사람들이 과거 권위적 분위기에서 진행된 대통령 행사를 기억하고 선입견에 빠져 있는 것을 볼 수 있다. 예를 들면 대통령은 항상 중앙에



앉고 그 주위에 장·차관 등 이른바 ‘높으신 분’들이 앉는 것을 당연하게 여긴다. 이런 사람들은 대체로 대통령 행사의 형식이나 성격이 가볍거나 부드러우면 안 된다고 생각한다. 하지만 시대가 변했다. 곳곳에서 ‘감성 마케팅’이 거론되는 요즘, 분명한 메시지를 전달하면서도 즐거움을 주는 행사가 오히려 정책 홍보와 공감대 형성에 더 효과적일 수 있다. 대통령 행사에 이런 변화를 줄 수 있는 손쉬운 팁을 하나 제시하자면, 전문 사회자를 활용하는 방법이 있다. 흔히 유명인들을 사회자로 초청하면 정책 제시라는 무거운 행사 주제와 어울리지 않을 것이라고 생각한다. 하지만 실제로는 참석자들이 행사에 마음을 열고 집중하는 데 지대한 역할을 하며 오히려 엄숙한 절차에 따라 진행되는 행사보다 더 진지하고 열띤 토론의 장이 마련되는 경우도 있다. 기존의 관례에 집착하기보다는 사람들의 참여도를 높일 수 있는 참신한 방법들을 모색하려는 노력이 필요하다.

의전실의 반란, 키스 타임!

모든 대통령 행사는 사전에 기획된다. 단, 대통령은 모를 수도 있다. 혹자는 ‘아니, “이경규의 몰래카메라”도 아닌데 어떻게 대통령이 모를 수 있다는 거지?’라고 생각할 수 있겠지만 그래도 그런 일이 가끔 있다. 말 그대로 ‘당돌한 의전실의 반란’이라고 할 만한 일이 있었는데, 바로 대통령의 키스 사건이었다. 한번은 스포츠를 좋아하는 대통령과 야구협회의 시구 요청이 맞아떨어져서 대통령 내외분이 주말에 프로야구 경기를 관람하는 행사가 기획된 적이 있었다. 다만 ‘대통령 내외분의 시구 등 시민들의 불편을 초래할 수 있는 순서를 따로 기획하지는 않는다’는 것이 조건이었다. 그냥 조용히 경기만 관람하고 돌아오는 행사였다. 사실 이런 조건이라면 의전실에서는 그다지 어려운 일이 없다. 하지만 우리는 이번 행사를 국민과 함께 즐기고 동시에 국민에게 즐거움을 제공하는 행사로 기획하기로 했다. 야구장에서 관람객들이 참여하여 인기를 모으고 있던 ‘키스 타임’을 비장의 카드로 활용하기로 한 것이다.



의전실 내부에서도 ‘너무 과격적이다!’, ‘재미있을 것이다’, ‘대통령이 무슨 연예인이냐?’ 등 다양한 의견이 나왔으나 결국 사고 한번 쳐보자고 결정하고 비밀리에 추진했다. 처음 조건대로 시구 등은 방문 취지와 맞지 않으니 사양할 것이며 대통령이 입장할 때도 장내 방송(뒤늦게 허구연 해설위원이 “깜짝쇼가 펼쳐졌다”고 소식을 전하긴 했지만) 등을 자제해달라고 협회에 요청했다. 키스 타임 직전까지도 대통령의 좌석 주변 사람들 외에는 누구도 대통령 내외분이 현장에 있는 것을 모르고 있었다.

드디어 키스 타임이 되었다. 우리는 대통령 내외분의 연세를 감안하여 키스 타임이 무엇인지 알려드리기 위해 두 분의 키스 타임은 맨 마지막 순서로 해두었다. 두 분은 전광판을 보면서 “요새 저것이 인기라며?”라고 이야기를 나누었으나 다가올 운명의 시간에 대해서는 전혀 눈치 채지 못했다.

그러다 첫 번째 커플이 전광판 화면에 등장했다. 이 커플은 당황한 표정을 지었지만 결국 키스를 했다. 대통령 내외분은 얼굴을 마주 보며 젊은이들의 키스 타임에 즐거워했다. 그렇게 몇 커플을 지나, 마침내 대통령 내외분이 화면에 잡혔다. 처음에는 두 분도 적지 않게 당황하여 ‘뭘야?’ 하는 표정이었지만 관중석에서 “키스해! 키스해!”라는 구호가 쏟아지자 결국 관중들 앞에서 키스를 했다. 여사님은 처음에는 손사래를 치다가 불을 내밀었는데, 짓궂게도 대통령이 불이 아닌 입술에 키스하는 장면이 화면에 나왔다.

이튿날 ‘대통령 키스 타임’이라는 말이 인터넷 검색어 순위 1위에 등극했고 주로 정치면에 등장하던 대통령 내외분이 스포츠와 연예 지면을 장식하는 유례없는 일이 펼쳐졌다. 2012년에는 오바마 대통령도 퍼포먼스를 따라 했으니(?) 우리의 기획은 성공인 셈이었다. 그날 두 분은 밝고 즐거운 표정으로 관사로 향했다. 작은 아이디어 하나가 형식적 일 뻔했던 야구 관람을 국민과 대통령 내외분 모두의 추억으로 만든 것이다.

이렇게 대통령의 행사는 크든 작든, 모두 사전에 기획되어야 하며 좋은 사전 기획은 만족할 만한 결과로 이어진다. 하지만 의전관의 실수로 사전에 기획되지 않은, 약속되지 않은 일도 가끔씩 벌어지곤 한다. 모든 행사에 우연이란 없다. 철저하게 계산하고 연습하고, 머릿속으로 수차례 시뮬레이션 해보는 것이 대통령 의전관의 임무다.

모든 행사에 우연이란 없다. 철저하게 계산하고 연습하고, 머릿속으로 수차례 시뮬레이션 해보는 것이 대통령 의전관의 임무다.

요즘 여러 분야에서 ‘감성’, ‘진정성’이라는 단어가 많이 쓰이고 있다. 말은 쉬워도 실제로 행사에서 이런 요소들을 효과적으로 전달하려면 정교하고 치밀한 사전 기획과 집행 능력이 필요하다. 이것은 비단 대통령 의전에만 해당되지는 않을 것이다.

MICE 산업과 5C 전략

자 그럼 이제 본론으로 들어가 보자. 대통령 행사를 성공적으로 기획하고 집행하기 위한 ‘5C 전략’은 다음과 같은 핵심 전략으로 나뉜다.

Concept | 행사의 얼굴, 명확한 콘셉트

행사에서 가장 중요한 것은 콘셉트(Concept), 즉 행사의 목적을 달성하는 데 필요한 기본 방향이다. 도대체 이 행사를 왜 하는가? 이 행사를 통해 무엇을 얻고자 하는가? 이와 같은 질문에 명확한 답을 할 수 있어야 한다.

행사 콘셉트가 확정되면 이에 따라 모든 세부 사항을 구성하고 연결해서 행사를 구체화해야 한다. 2012년 여수엑스포는 행사의 기본 콘셉트를 ‘바다와 인류의 공존’으로 설정하여 모든 시설과 영상물에 반영한 좋은 사례였다. 물론 기타 부수적인 문제점들이 없었던 것은 아니지만 여수엑스포에 다녀온 사람들의 인터뷰를 보면 이들은 바다 환경을 위해 쓰레기를 함부로 버리면 안 되고, 서둘러 에너지 절약 캠페인을 통해 새로운 환경을 구축해야 한다는 데 공감하고 있었다. 이는 행사의 기본 콘셉트를 행사 기간 동안 잘 구현해냈음을 보여주는 증거다. 비슷한 유형의 행사라고 해도 콘셉트에 따라 많은 것이 달라진다. 그래서 행사를 준비하는 사람들은 그 행사의 핵심 포인트인 콘셉트를 절대 잊어서는 안 되며 행사의 처음과 끝이 콘셉트에 달렸다는 사실을 항상 기억해야 한다. 기획안을 세울 때도 행사의 콘셉트와 목적이 무엇인지 정확히 인지하고, 이를 짧고 분명한 단어로 표현해서 행사 관계자들 모두가 공유하도록 해야 한다.

Consideration | 참석자를 배려하라

행사의 수요자는 행사에 참석하는 사람들이다. 행사를 상품에 비유한다면 참석자는 고객이라 할 수 있다. 고객을 만족시켜야 상품이 성공하는 이치는 당연하다. 참석자는 행사의 1차 평가자다. 모든 행사는 참석자들이 행사가 끝나고 기분 좋게 돌아가야만 성공했다고 할 수 있다. 아무리 좋은 콘텐츠를 가지고 있고 이를 성공적으로 소개했다고 해도, 참석자들의 불만이 있었다면 그 행사는 성공했다고 평가하기 어려울 것이다. 행사를 준비하는 사람은 참석자들이 작은 불편도 겪는 일이 없도록 공급자로서의 입장을 버리고 수요자, 즉 행사 참석자를 충분히 배려해야 한다.



Creative Conciliation | 창의적으로 조정하라

대통령 행사를 진행하다 보면 여러 관련 기관들의 입장 차이로 충돌이 발생하는 경우가 많다. 이때는 반드시 조정이 필요하다. 물론 조정이 필요한 경우는 행사 내용만이 아니다. 행

사를 주관하는 부처에서는 해당 기관의 장들을 대통령 주변에 배석시키고 싶어 한다. 하지만 의전실과 홍보실은 행사 콘셉트에 적합한 인물들을 배치하는 것을 선호한다. 이렇게 자리 배치에서부터 메시지 전달의 중심을 어디에 둘 것인가에 이르기까지, 행사를 진행하다 보면 서로 다른 입장들이 수도 없이 표출되며 때로는 서로 충돌하기도 한다. 이 모든 것을 잘 조정하는 것이 의전관의 능력이다. 그러기 위해서는 조정의 기준이 합리적이면서도 뚜렷해야 하고, 상대방에 대한 이해와 지식이 있어야 한다. 많이 알아야 다양한 의견을 조정하면서도 행사의 기본 콘셉트를 유지하여 더 효과적인 행사를 만들어낼 수 있다는 점은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

Check in Advance | 사전에 점검하라

행사에 참여하는 관계자들은 사전에 합동회의나 의전실 내부 회의에서 서면상의 계획서를 펼쳐놓고 일반적으로 고려해야 할 사항들을 점검하게 된다. 하지만 이렇게 문서나 회의로 서로의 생각들을 미리 충분히 공유해도 행사 현장에서는 계획했던 내용과는 다른 점들이 반드시 생기기 마련이다. 이런 이유에서 현장 점검은 성공적인 행사 진행을 위해 매우 중요하다. 아무리 간단한 행사라도 행사 전 철저한 점검은 필수임을 명심하자.

Common Sense | 의전은 상식이다

앞서 여러 가지 사례를 살펴봤지만, 대통령 행사는 상식적이지 않으면 언제 어디서든 문제가 드러난다. 그래서 ‘의전은 상식에 기반 한다’는 원칙이 있다. 다시 말해 의전은 우리가 알고 있는 친절과 배려, 양보를 바탕으로 하는 상식적인 의식과 행동 양식의 총체다. 이런 의미에서 의전은 메시지 전달을 넘어 인간관계를 원만하고 조화롭게 만드는 일종의 윤회유 역할을 한다. 정답은 없다. 다만 상식적인 차원에서 수궁할 수 있는지가 중요하다. 지나치게 원칙에 얽매이지 말고 기본적인 상식에 따라 때로는 유연해질 필요도 있다. 의전은 상식에 기반 하기 때문이다. The MICE



PCO 표준요율, MICE산업은 미래를 위한 확실한 투자이다

이화정 회장 _ (사)한국PCO협회 ((주)피플엑스 대표)



국제회의기획업체(PCO)는 행사전반의 대행비를 전체행사예산의 최소 9% 이상으로 제시하고 있다. 한국PCO협회(KAPCO)는 한국마이스협회(KMA)와 함께 2008년부터 표준요율의 필요성을 홍보해 왔다. 지난 2008년 실시한 ‘국제회의기획업 표준요율 작성연구’에서는 실제 행사의 인력 투입과 예산 검토를 통해 PCO들이 받는 대가(인건비, 대행비)가 실제 투입 경비에 미치지 못하는 턱없이 적은 금액이라는 것과, 향후 PCO의 안정적인 인력 투여와 이를 통한 기획력 제고를 위해서는 총 지출 예산의 18~20%대를 PCO 표준요율로 책정하는 것이 바람직하다는 결과를 보고했다.

고급인력의 유치를 위한 노력 기울여야

PCO는 한 행사당 1년 이상 업무를 준비하는 국제회의의 특성상 직접투입 인건비를 별도로 산정하고 있다. 전체 행사 예산의 3~5%를 일반관리비로, 전체 행사 예산의 9~10%를 대행비로 할 것을 권장하고 있는 것. 그러나 현실에서는 정부와 공공기관 발주 행사에서 아직까지 인건비를 포함해 10%에도 미치지 못하는 예산을 책정, 입찰에 붙이는 경우가 많이 있다.

PCO의 직접 청구 항목

항목비	현행	KAPCO 권고안
인건비	- 주최측의 직불분 제외 - 5%~10%	- 직급별/년차별/직무별 인건비 - 파견시 인건비의 150% 지급
일반관리비	- 실비 정산 - 2%~3%	- 3% ~ 5%
대행비	- 주최측의 직불분 제외 - 5%~10%	- 주최측 직불분 포함 전체 지출 예산의 9~10%

하지만 국제회의의 기획을 전문으로 하는 고급인력을 유지하기 위한 최소한의 경비도 충당되지 않는다면, 기업과 그 구성원이 올바른 능력을 발휘하기를 기대하기는 어려울 것이다. 그동안 우리 PCO들도 많이 발전했지만, 아직도 일각에서는 PCO가 소기업이고 경영환경이 ‘열악’하다고 표현하고 있다.

MICE, 미래 부가가치 산업의 중심

MICE산업은 이번정부부에서도 어김없이 핵심성장산업으로 육성하고자 하는 미래의 부가가치 서비스 산업의 중심이다. 이 MICE산업의 중심에는 양질의 국제회의를 성공적으로 유치, 기획, 운영하고자 밤낮없이 일하는 PCO들이 있다. 그러나 힘든 일을 하면서 제대로 대가를 인정받지 못한다면, 어느 기업이 지속될 수 있으며, 어떤 젊은이가 열정을 계속 태울 수 있을까. 또 어떤 CEO가 행사 성공을 위해 아낌없는 자원을 투입하고 미래의 국제회의를 유치 하겠는가.

개별 PCO가 주최측을 대상으로 국제회의의 표준요율을 주장하려 할 때, 주최측에서는 이전 회의의 사례를 요구하는 경우가 많다. 한국PCO협회에서는 이를 위해 회원사를 대상으로 행사 유형별 일반관리비와 대행비(인건비 제외)에서 표준요율에 가깝게 적용된 사례를 모집했으며, 협회 권고 표준제안요청서(RFP) 홍보활동과 함께 표준요율 정착을 위해, 협회가 자체적인 노력을 기울이고 있다.

PCO 표준요율은 PCO의 생존을 위한 최소한의 비용임과 동시에, MICE산업의 미래를 위한 확실한 투자이다. **The MICE**



DMAI Annual Convention 2013

“각 지역의 경쟁력 확보 및 국제 네트워크 형성에 관심을 기울여야”



윤유식 교수 _ 경희대학교

DMAI는 세계에서 가장 규모가 큰 Destination Marketing Organization (DMO)의 하나로 30개국 약 1,500여명의 전문가와 650이상의 DMO가 활동하는 조직으로 알려져 있다. 2013DMAI Convention은 약 1,000명 이상의 회원이 참가했으며, DMO roundtable 미팅 및 40여개 이상의 교육세션과 회의가 3일 동안 진행됐다.

이번에 미국 올랜도에서 개최한 2013년 DMAI (Destination Management Association International) Annual Convention은 1915년 협회가 생성된 이후 99회째로, 내년에는 100번째 Convention을 기념하여 미국 라스베이거스에서 개최될 예정이다.

주요 주제로는 컨벤션 Destination의 경쟁력 증진을 위한 마케팅 방안과 소비자의 이해, DMO의 협력 및 네트워크 형성, 컨벤션 수용 능력, 스마트 폰 활용 마케팅 방안, 컨벤션목적지 상품개발, 정보기술 활용 등 교육내용과 회의 내용이 매우 다양했다.

발표 내용과 토론 내용으로는 Destination 경쟁력 증진을 위하여 해결해야 할 현안들에 대한 문제점 제시와 이를 극복한 사례 및 해결방안에 대한 논의가 이루어 졌다. 주목해야 할 점은 최근 IT 기술의 발전과 확



대로 Destination Marketing에서도 다양한 IT 기술을 접목한 마케팅 기술에 대한 관심이 커지고 있으며 이에 대한 긍정적인 효과에 대한 논의가 이루어졌다. 아울러 전통적인 소비자와의 의사소통이 중요하다는 것을 강조했다.

향후 지속적인 컨벤션산업의 발전을 위해서는 Convention Destination Marketing 관점에서 DMO의 역할과 기능이 매우 중요하게 대두될 것으로 보인다. 또한 Destination의 회의 유치뿐만 아니라 상품개발, 마케팅, 홍보 및 지역산업과의 네트워크 형성과 유치에 그 역할이 더욱 강조될 것을 설명했다.

DMAI는 북미를 중심으로 주로 활동을 하고 있으나 앞으로는 아시아 도시에 DMAI 조직을 확대 발전하고자 하는 노력을 볼 수 있었으며, 한국의 주요 도시도 이러한 세계적인 지역 및 도시 네트워크 조직을 활용하여 각 지역의 경쟁력 확보 및 국제 네트워크 형성에 관심을 기울여야 할 것이다.

또한 이번 DMAI Roundtable에서 논의 된 사항은

지역 CVB 및 DMO 조직이 회의 및 행사유치와 더불어 지역 관광정보 제공할 뿐만 아니라 교육 연수를 준비하고 유치하는 노력들이 보이고 있어 한국의 지자체 CVB 및 DMO 조직은 각 지역의 특성에 맞는 교육회의 및 연수프로그램을 개발하여 인근 동남아시아 국가들의 한국 문화 및 기술, 산업들을 견학할 수 있는 컨벤션 및 교육 연수 프로그램을 개발할 필요가 있다.

한국의 컨벤션산업이 발전하고 있으며 앞으로 국제간의 교류가 끊어지지 않는다면 한국의 MICE 산업은 끊임없이 성장하고 발전할 것으로 기대하고 있다. 이에 총체적인 관점에서 Convention Destination에 대한 마케팅 및 경쟁력 증진방안을 모색할 필요가 있으며, 향후 더욱 이러한 노력들이 요구될 것으로 보인다.

이에 DMAI Convention은 앞으로 우리나라 MICE 산업의 발전을 위해 지속적으로 관심을 가져야 할 행사라고 본다.



MPI WEC 2013

“다양한 형태의 서비스와 세심한 운영사례 돋보여”



정한나 대리 _ 대전마케팅공사

지난 7월 20일부터 23일까지 미국 라스베이거스에서 개최된 World Education Congress 2013(WEC 2013) 참가는 MICE 분야에 뛰어든 이래, 라스베이거스라는 매력적인 컨벤션도시를 볼 수 있었고, 견문을 단기간에 가장 많이 넓힐 수 있었던 좋은 경험이었다. 물론 인구 규모와 시설 면에서 동일비교를 할 수는 없지만, 대전에서 일 년 동안 개최되는 행사와 참가자들이 방문하는 숫자와 맞먹는 통계에 컨벤션도시 라스베이거스의 위상을 다시금 생각하게 되었다.

라스베이거스! 이름만 들어도 상상할 수 있는 대표적인 컨벤션도시이다. 호텔컨벤션시설, 대형 전시컨벤션센터 뿐 아니라 다양한 숙박, 관광, 교통, 오락 등 MICE에 필요한 모든 요소들이 매우 잘 갖춰져 있는 도시이다. 라스베이거스 관광청(LVCVA) 통계에 따르면, 7월 한 달 동안 1,400여건의 컨벤션이 개최되었고, 컨벤션 방문객수가 29만명에 이른다고 한다. WEC 2013는 만달레이베이호텔의 컨벤션시설에서 개최되는데, 이곳은 내가 호텔 컨벤션시설에 대한 생각을 많이 바꾸어 주었다. 전문 컨벤션센터 못지않은 다양한 미팅룸과 전시공간, 그리고 Closing Reception이 개최되었던 실내공연장은 큰 규모에 감탄했다.



먼저 호텔 내부에서 행사장을 찾아가는 동선에는 화살표 모양으로 제작된 “WEC 2013”의 팻말을 들고 곳곳에 서있는 진행요원들이 행사동선을 안내해주었는데, 이런 진행요원은 행사 끝날 때 까지 곳곳에 배치되어 참가자들의 편의성을 증대해주었다. 또한 메인행사장소 곳곳에 행사 안내 App, 인터넷 라운지, MPI 안내 라운지, CMP 관련 서적 라운지, 도시안내 데스크, 취업안내 데스크 등 참가자들을 위한 다양한 형태의 서비스가 운영되고 있었다. 이외에도 참가자 KIT은 기존에 받아보았던 것과는 다른 양식으로, KIT 안에는 행사개최 장소 안내지도, 요일별로 되어 있는 일정표가 핸드 형태로 구분 지어져 해당요일 것만 가지고 다니도록 휴대성을 높인 것이 인상적이었다. 그리고 호텔 행사장소 이외 라스베이거스 곳곳에 WEC 2013 행사명이 적힌 전광판이 노출되는 것을 보면서 행사참가자들을 환영하는 세심한 운영사례를 엿볼 수 있었다.

WEC 2013은 록페스티벌을 연상시키는 Opening Reception, 다양한 공연과 참가자들의 참가로 이루

어진 개막식, 동시다발적으로 열리는 다양한 교육세션, 밴드공연으로 이루어진 Closing Reception 등 한국에서 볼 수 없는 새로운 형식의 프로그램이었다. 교육세션은 컨벤션 EXCEL 활용방법, CMP 취득방법, 스토리텔링 기법, 프레젠테이션 향상 스킬, 컨벤션뷰로 역할 등 향후 업무활용 될 다양한 교육을 들을 수 있었다.

특히 행사 기간 중 눈여겨보았던 부분은 지자체의 지원이었는데, 도시차원에서 이루어지는 라스베이거스의 MICE 지원 인프라가 부러웠다. 이를 통해 함께 노력한 지자체와, MICE산업을 위해 지원과 투자를 아끼지 않은 세심함을 함께 엿볼 수 있었다. 이번 WEC 2013 참가를 통해 개인적으로 많은 부분을 배우고, 느끼고 돌아왔다. 그동안 한국에서 보아왔던 형식에서 벗어난 행사의 운영과 구성, 대규모 컨벤션 시설, 그리고 행사를 위해 전 방위적 지원을 하는 지자체 등 작게는 행사 단면, 크게는 도시 전체를 보면서 우리나라 그리고 대전의 향후 MICE 산업의 미래를 구상 할 수 있는 좋은 계기가 되었다. The MICE



MICE, 국제관광자유도시의 꿈 그 중심에 서다!

강승수 국장 _ 제주특별자치도 문화관광스포츠국



제주도의 가능성은 무한하다. 제주에서 2시간 거리에 북경, 상해를 비롯한 100만명 이상의 인구를 보유한 60개의 메가시티가 위치해 있다. 모두 제주도의 잠재 관광시장인 것이다. 제주도는 선택과 집중을 택했다. 우선, 중국시장을 선택하고 집중 공략하여 2012년 중국관광객 1백만 시대를 이미 개막했다. 지난해 중국인 관광객은 사상 처음으로 100만명을 돌파한 108만명으로 집계됐다. 2011년 대비 90.1% 급증하면서 외국인 관광객 증가를 견인한 셈이다.

올해는 중국시장의 성장세를 유지하면서 신규 시장 개척에도 적극적으로 나서고 있다. 올해 그리고 앞으로 2~3년이 제주가 동북아 대표 관광지를 넘어 세계적인 명성의 휴양도시로 자리 잡는 중요한 시점으로 판단되며, 세계가 찾는 제주를 만들기 위해 수용태세 개선과 관광시장 다변화에 힘쓰고 있다. 제주특별자치도는 관광정책으로 2013년을 '관광수용태세 혁신 및 시장다변화 원년의 해'로 지정하고 국제관광자유도시로의 도약을 위해 '제주관광 2대 핵심과제'를 선정하여 추진 중에 있다.

튼튼한 관광제주 만들기

첫 번째 핵심은 '튼튼한 관광제주 만들기'이다.

제주는 1천만명이 찾는 국제관광지로 성장하고 있으나, 아직까지 제주도의 관광종사원, 도민 의식수준은 6~700만명이 제주를 찾던 시절과 큰 변화가 없는 것을 감안하여 이러한 관광수용태세 개선을 위해 도민, 음식, 숙박, 교통, 관광지, 여행업, 쇼핑, 레저·위락, 공항·항만 9대분야 33개 실천과제를 선정하여 추진하고 있다. 관광업계와 도민 모두가 참여하는 '튼튼한 관광제주 만들기' 운동을 '제2의 새마을운동'으로 추진해 도민의식을 국제자유도시, 동북아 대표 휴양형 MICE 도시에 걸맞게 개선하고 있다.

이러한 수용태세 개선은 2011 중국 바오젠 그룹 인센티브 투어, 2012 세계자연보존총회를 개최하면서 그 필요성이 부각되었다.

2011년 중국 바오젠 그룹 인센티브 투어의 유치와

성공적인 개최는 중국 뿐만 아니라 대만, 홍콩 등 중화권 기업 인센티브 투어 유치에 시발점이 되었고, 고부가 가치를 창출하는 인센티브 투어의 증가는 도민, 음식, 숙박, 교통, 관광지, 여행업, 쇼핑, 레저·위락, 공항·항만 등 수용태세가 인센티브 투어 시장에 맞게 개선되는 결과를 가져오고 있다. 개선된 인프라는 신규시장으로 개척중인 말레이시아, 싱가포르, 태국, 베트남 등의 인센티브 투어 유치에도 강점으로 작용하고 있으며, 제주도내 업체들도 더 많은 고객확보를 위해 자생적으로 인센티브 투어 친화적인 수용태세를 갖추어 가고 있다.

또한 2012년 개최된 세계자연보존총회는 제주도가 유네스코 3관왕, 세계 7대 자연경관을 보유한 천혜의 자연 관광지라는 국제적인 명성을 갖게 해주었을 뿐만 아니라, 대규모 국제회의의 수용태세를 정비할 수 있는 계기가 되었다. 특히 ICC JEJU는 태양광 발전, 에너지 관리시스템, 자원재활용 시스템 설치 등 세계적인 친환경 시설로 업그레이드 되었고, 친환경 인증 'Earth Check'를 획득하였다.

그 외 에도 숙박, 수송, 안전 등 국제회의의 개최 및 국제관광자유도시가 되기 위한 필수적인 요소들이 종합적으로 점검되고 개선되는 계기가 되었다.

튼튼한 관광제주 만들기는 튼튼한 MICE 도시 제주 만들기과 직결되며, 이는 곧 MICE 인프라 개선과 일맥상통한다. 일반 관광객뿐만 아니라 MICE 행사를 통해 제주를 찾는 다양한 국적의 참가자들에게 제주를, 다시 찾고 싶은 관광지로 기억될 것이다.





해외 관광시장의 다변화

두 번째 핵심은 ‘해외 관광시장의 다변화’이다. 제주의 해외 관광시장은 중국의존도가 너무 높다. 물론 중국에 대한 시장성은 무시할 수 없다. 중국은 지속적인 경제성장으로 지난해 8,200만명, 2020년엔 1억명이 해외여행에 나설 것으로 예상된다. 또한 중국의 메가시티인 북경과 상해가 제주와 인접해 있기 때문에 제주를 찾는 중국 관광객은 앞으로도 지속적으로 증가할 것이다.

인센티브 투어에 있어서도 중화권의 기업들이 제주에 많은 관심을 보이고 있다. 또한 중국의 인센티브 투어는 타 국가와 다르게 대형으로 진행되기 때문에 유치를 위한 경쟁이 뜨겁다. 현재 중국 인센티브 투어 시장은 동남아, 호주, 심지어는 유럽국가에서도 VIP 대접을 받고 있다. 따라서 해외 관광시장 다변화는 중국시장의 지속적인 마케팅과 더불어 신규시장 개척을 통한 관광영토 확장에 그 방점을 두고 있다.

제주는 국제자유도시로 180개국 이상에서 무비자로 입도할 수 있는 장점이 있다. 신규시장 개척국가에 이러한 무사증입국 편의를 집중홍보하고, 각 국가 언어별 맞춤형 홍보물 제작, 외국어 네비게이션 시스템 개발 지원, 외국어 안내체계 개선 및 대중교통 등 외국어 서비스를 강화하고 있다. 이러한 개선은 제주로 MICE 행사를 유치하는데 에도 장점이 되고 있음은 물론이다.

MICE 관광객 증가는 투자를 유혹한다. 외국 기업 및 자본가는 제주에 투자를 확대하고 있다. 제주도로서는 지방세수 및 관광진흥기금 증가와 함께 일자리 창출 등 부가가치 창출로 이어져 일석이조의 효과를 보고 있다.

MICE 유치 및 개최는 제주의 해외관광 시장 다변화에 큰 축을 담당한다. 특히 국제회의의 경우 제주 인근의 중국, 일본, 동남아 국가뿐만 아니라 미주, 유럽, 아프리카에 이르기까지 다양한 국적을 가진 참가자들을 제주도로 유인하는 중요한 요인이다.

또한 국제회의 참가자들은 각 국가에서 사회적 기반을 갖춘 인사들로 고부가 가치의 관광객들이다. 그리고 그들의 구전효과는 신뢰도가 높다.

실례로 2012년 세계자연보존총회를 통해 173개국에서 4,721명의 외국인이 제주를 찾았고, 그들에게 제주는 천혜의 자연환경을 가진, 그리고 그 자연환경을 잘 보존하며 지키는 도시로 인식되었다.

이렇게 만들어진 ‘천혜의 자연환경 제주’의 국제적인 브랜드가 제주를 다시 한 번 찾고 싶은 가치 있는 곳으로 만드는 것이다. 앞서 언급한대로 제주의 관광시장을 다변화 시키고 인근 국가와 원거리 대륙의 국가에 제주를 알릴 수 있는 가장 효율적인 방법이 국제회의를 제주로 유치하는 것이다.

이를 위해 제주특별자치도는 2005년 국내에서는 선도



적으로 국제회의 유치 전담기구인 ‘제주컨벤션뷰로’를 설립하여 운영하고 있고 제주컨벤션뷰로는 국제회의 유치를 위해 활발한 마케팅 활동을 전개하고 있다.

선택과 집중, MICE산업의 꿈

제주특별자치도는 제주컨벤션뷰로가 국제회의를 유치하고, 유치된 국제회의에 더 많은 참가자들이 올 수 있도록 홍보하며, 제주도에서 성공적으로 국제행사가 개최될 수 있도록 활동하는데 행정적, 재정적 지원을 아끼지 않고 있다.

이러한 결과로 제주도는 최근 2012년 UIA 통계에서 세계 22위, 아시아 8위의 국제회의 도시로 성장하였다. 최근에는 인센티브 투어를 유치하는데도 그 역량을 집중하고 있다. 제주컨벤션뷰로 뿐만 아니라 제주특별자치도지사를 필두로 관광정책과 직원들이 함께 발로 뛰며 기업체를 직접 방문하고 있다. 또한 신규시장 개척을 위하여 1년 약 10회 가량 해외 MICE 전문 박람회나 로드쇼를 참가하는 등 공격적인 마케팅 전략을 구사하고 있다.

이러한 노력은 중국 인센티브 투어 증가와 함께 신규관광시장의 인센티브 투어 유치로 직접 연결되어, 제주관광영토 확장에 눈에 띄는 성과로 나타나고 있고, 국제크루즈 입항 증가, 인천-제주 국제선 환승시스템 도입 등 긍정요인이 반영되고 있다. 고부가가치



관광객, 기업 인센티브단 및 국제회의 유치 확대, 개별관광객 확대 등 3마리 토끼를 모두 잡으며, 올해 관광객 1050만명, 외국인 관광객 220만명 유치목표도 무난히 달성할 것으로 전망한다.

지난해 총 관광수입은 5조 5000억원으로 2011년 GRDP (지역경제총생산)에서 차지하는 비중이 거의 50%에 이를 정도로 관광이 지역경제의 핵심 산업이 됐다. 올해는 1050만명 관광객 유치를 통해 관광수입 6조 4000억원 시대에 진입할 것이다. 미래의 관광패턴이 대중관광에서 특별목적관광으로 변화되고 있다. 특별목적의 관광객을 잡기위해 제주도는 변화해야 한다. 그리고 변화하고 있다.

MICE 참가자들 역시 특별목적 관광객이다. ‘튼튼한 관광제주 만들기’와 ‘해외 관광시장 다변화’ 정책을 통하여 제주는 MICE에 강한 도시가 될 것이며, 제주만의 다양성과 차별성을 활용한 관광기반을 바탕으로 제주만의 MICE를 만들어 갈 것이다.

앞으로도 제주도는 글로벌 경쟁력을 갖춘 아시아 최고의 섬 관광휴양지로 나아갈 것이며 장기적으로는 싱가포르, 홍콩 등에 버금가는 ‘국제관광자유도시’가 되기 위해 끊임없이 변신할 것이다.

국제관광자유도시를 향해가는 제주도의 꿈, 그 중심에 MICE 산업이 우뚝 서있기 때문이다. The MICE



(사)제주컨벤션뷰로 김영일 사무국장

제주를 가장 사랑하는 사람들의 파워,
“여러분의 성공적인 MICE
파트너가 되겠습니다!”

제주특별자치도가 출자한 비영리 국제회의 유치전담기구 (사)제주컨벤션뷰로는 활발한 회의유치와 함께 다양한 마케팅활동을 통해 스펙트럼을 확장, 이제는 제주 MICE산업을 선도하는 조직으로 거듭나고 있다. 지난 2005년 3월 30일 개소한 이래 MICE 유치 및 개최지원, MICE 인프라 안내 및 정보제공, 행사 후 관광까지, 오직 MICE를 위해 그 역할을 다하고 있는 제주컨벤션뷰로. 핵심 키워드가 ‘MICE’로 자리 잡을 수 있도록 혼신의 힘을 다해 진두지휘 하고 있는 제주컨벤션뷰로 김영일 사무국장을 만나 제주 MICE산업의 세부핵심전략과 비전을 들어봤다.

박지현 기자 _ 매경바이어스가이드



제주컨벤션뷰로는 제주특별자치도가 출자한 비영리 국제회의 유치전담기구로, 지난 2005년 3월 30일 개소한 이래 MICE 유치 및 개최지원, MICE 인프라 안내 및 정보제공, 행사 후 관광까지 MICE진행을 위해 그 역할을 다하고 있다.

제주컨벤션뷰로의 MICE산업 발전과 지역경제 활성화를 위해서는 관광 관련 유관기관과의 협력체계가 중요해 보입니다. 구상하고 계신 공동 마케팅과 상생 방안, 해법과 고견 부탁드립니다.

제주컨벤션뷰로는 제주도를 MICE 목적지로 전세계에 마케팅 하는 ‘지역마케팅 전담기구’라 볼 수 있습니다. 아울러 MICE산업 현장에서 중추적 기능을 하고 있는 MICE 업체들이 더 많은 활약을 펼칠 수 있도록 지원하는 본연의 역할에 충실하고 있습니다. 아울러 MICE Alliance 회원사와 공동 마케팅을 위한 협의회를 최소 연 2회 개최하고 있으며, 그중 1회는 서울에서 Alliance 회원사와 함께 MICE 행사 주최자 또는 관계자를 초청하여 공동 마케팅을 진행하고 있습니다. 또한 중국 상해 박람회(IT&CM China), 한국 MICE산업전에 제주 홍보관을 독립적으로 설치, 국내외 마케팅의 기회를 부여하고 있습니다. 이밖에도 제주도를 전세계에 MICE 목적지로 마케팅 하는데 해외박람회, 로드쇼 등에 참석하여 해외바이어들을 직접 만나 제주를 알릴뿐 아니라 해외 유명 MICE매체에도 제주 광고를 지속적으로 게재하고 있습니다.

국내 MICE산업의 활성화되기 위해서는 어떠한 문제점들이 선결돼야 한다고 보는지요.

첫번째는 컨벤션 또는 MICE 용어의 대중화가 필요하다고 봅니다. 컨벤션이 예약장이라고 생각하는 분들이 아직 많습니다. 컨벤션이라는 용어도 생소한데, MICE라는 용어까지 등장하니 ‘이게 뭐하는 거냐’라고 묻는 사람들이 대부분입니다. 여기서 드는 생각은 무엇인지도 모르는데 육성해야 한다고 하면 대중의 공감대가 이루어 질 수 있을까 하는 의문입니다. 컨벤션뷰로라는 용어도 대중성이 떨어집니다. 처음 고객을 만나 제주컨벤션뷰로에 관해 설명을 드리면, 처음 반응이 ‘네? 뭐라고요?’라는 것과 그 다음 질문이 ‘뭐하는 곳입니까?’라는 질문입니다. 컨벤션센터 혹은 컨벤션센터 운영기관으로 인지하는 분들도 많습니다. 뷰로라는 영문식 표현보다 ‘컨벤션진흥원’ 같은 명칭을 사용해 대중성 확보가 필요하지 않나 생각합니다.

“

MICE산업을 선도하는 기관으로서 위상을 갖추고 있는 제주컨벤션
뷰로는 수많은 MICE 행사 유치를 통해 제주도의 관광영토 확장에도
큰 기여를 하고 있습니다.

”

두번째는 MICE산업은 컨벤션센터나 호텔 등과 같은 하드웨어 확충으로만 활성화 될 수는 없다는 생각입
니다. 충분한 숙박시설과 지역의 접근성, 관광 매력도는 MICE에서 1 부분을 차지하는 인센티브 투어유
치에는 매우 유리할 수 있습니다. 하지만 국제회의의 경우 유치하려는 회의 관련 국내 학·협회 기관이 국
제기구에서 영향력이 있어야 한국으로 유치될 수 있습니다. 따라서 국내에 있는 학·협회 기관이 국제적
으로 영향력을 키워나갈 수 있는 다양한 방안은 결국 ‘MICE산업의 성장’으로 이루어진다고 봅니다. 해
외에서는 PCO들이 학·협회 사무국으로 활동하면서 회원증대, 컨퍼런스 기획 및 개최 등 마케팅 활동과
학·협회의 국제적 역량을 높이는 등 AMC(Association Management Company)로의 사업을 확장하
고 있습니다. 이러한 새로운 사업영역의 확장이 필요하다고 봅니다.

마지막으로 협회에 바라는 점과 다하지 못한 말씀이 있다면 첨언 부탁드립니다.

MICE산업을 이끌어 가는데 중추적 역할을 하는 실무자들의 모임이 활성화 되었으면 합니다. 물론 팀장
들이나 기관장들이 모여서 교류할 기회는 많습니다. 하지만 실질적으로 현장에서 부딪치며 문제점을 제
대로 이야기 해줄 수 있는 실무자, 그리고 속해있는 조직을 진단해 줄 수 있는 중간자들의 교류와 그들의
입장을 대변해 줄 수 있는 자리가 상대적으로 너무 적습니다. 협회가 기관장이나 팀장들을 내세워 권위를
찾는 것도 중요하지만, 실무자들의 살아있는 목소리를 듣는 것 역시 매우 중요하다고 생각합니다.

MICE산업을 선도하는 기관으로서 위상을 갖추고 있는 제주컨벤션뷰로는 수많은 MICE 행사 유치를 통해
제주도의 관광영토 확장에도 큰 기여를 하고 있습니다. 이제 세계인이 찾는 문화의 보물섬인 제주에서 여러
분의 소중한 MICE 파트너인 제주컨벤션뷰로와 함께 MICE의 진정한 해법을 찾으셨으면 합니다. The MICE



NEWS BRIEFING

- (주)인세션
제3차 세계흉부영상의학 학술대회(3rd WCTI)
성황리 개최 아시아 최초 개최, 역대 최대 규모 참가자
수 기록
- (사)부산관광컨벤션포럼
제3대 오성근 이사장 선출
부산시 관광·MICE산업의 지속적인 발전을
위한 가교역할 하고자 해...

- 한일간 관광교류 정상화 방안 논의
- 한국MICE협회 축구단 첫 참가
- 국내관광 활성화 정책 세미나 등 관광인
한자리에 모여



(주)인세션

제3차 세계흉부영상의학 학술대회(3rd WCTI) 성황
리 개최 아시아 최초 개최, 역대 최대 규모 참가자
수 기록

지난 6월 8일(토)부터 11일(화)까지 ‘흉부영상을
통한 세계적 교류’를 대회주제로 ‘제3차 세계흉
부영상의학 학술대회 (3rd World Congress of
Thoracic Imaging, 이하 3rd WCTI)’가 서울
삼성동 코엑스에서 개최됐다.
5개 주요 흉부의학회가 공동 주관하여 개최된 이
번 대회는 아시아 최초 개최라는 점 외에도 참가
자 규모 면에서 제1차 대회 (이탈리아 플로렌스
1,200명), 제2차 대회 (스페인 발렌시아 1,500명)
보다 많은 1,815명이라는 최대 규모의 참석자 수
를 기록, 150명의 대한흉부영상의학회 회원들과
학회의 역량을 전세계에 과시하는 계기가 됐다.

WCTI에 이어 곧바로 6월 12일(수)부터 14일(금)까
지 제주도 하얏트 리젠스에서 개최된 제44차
Fleischner Society Annual Meeting 역시 총 74
명이 참여, 성공적으로 진행 됐으며, 특히 이번
연차회의에서는 아산병원 서준범 박사가 정회원
으로 피선, 국내 회원 수가 4명으로 늘어나는 겹
경사도 있었다.





(사)부산관광컨벤션포럼

3대 오성근 이사장 선출 “부산시 관광·MICE산업의 지속적인 발전을 위한 가교역할 하고자 해...”

The-K서울호텔(서울교육문화회관)은 오는 9월 2일 컨벤션센터 개관식을 갖고 본격적인 영업에 들어간다. The-K서울호텔은 양재 시민의 숲과 우면산 기슭의 수려한 자연경관 속에 위치, 특2급 호텔로 대지면적 104,618㎡ 규모로 700여명이 동시에 숙박할 수 있는 252개의 다양한 객실과 대·중·소 세미나장, 뷔페식당 및 커피숍을 갖추고 있으며 신분당선 양재시민의숲역에서 도보로 7분 거리에 위치해 있다. 컨벤션센터는 지하 2층, 지상 3층의 연면적 23,418㎡ 규모로 동시통역과 영상·음향시스템, VIP대기실 등 최첨단 시설을 갖추고 있으며 행사 규모에 따라 홀 분할이 가능하도록 미래지향적인 공법으로 설계됐다. 특히 호텔본관과 컨벤션센터를 연결하는 통로는 객실과 회의장을 편리하게 오갈 수 있도록 디자인하여 고객편의를 세심하게 배려했다.

호텔 컨벤션 중 최대 규모인 2층 그랜드볼룸은 천정 높이가 7.5m에 홀 면적이 1,893㎡로 1,500명 동시 수용이 가능하며 웅장하면서 화려한 대형 예식뿐만 아니라 패션쇼, 신차발표회, 국제회의 등 다양한 행사가 가능한 최신 시설로 강남의 랜드마크 역할을 할 것으로 보인다.

아울러 3층에 들어서는 크리스탈볼룸(612㎡)은 300석 규모의 홀과 하늘정원이 연결되어 있어 야외전망을 보며 파티문화를 즐기는 장소로써 손색이 없을 것으로 보인다.



“韓·日 관광업계 대표 CEO 만나다”... 한일간 관광교류 정상화 방안 논의

한국MICE협회 오성환 회장은 대한상공회의소와 동경상공회의소에서 주최하는 한일 관광업계 간담회에 참석, ‘창조경제, 국민행복, 문화융성 실현을 위한 관광정책방향’을 주제로 ‘한국MICE산업 현황과 일본과의 협력과제’에 대해 발표하고 협력방안을 논의했다.



‘제18회 관광인 축구대회’ 한국MICE협회 축구단 첫 참가

10월 13일 청주 용정축구공원에서 열린 제 18회 관광인 축구대회에 한국MICE협회 축구단 20명이 첫 참가했다. 올해로 18회를 맞은 ‘관광인 축구대회’는 그 동안 여행업계 종사자의 동호인들이 모여 ‘대한여행인 축구대회’로 시작된 행사로 올해 최초로 ‘전국 관광인 축구대회’로 확대해 진행됐다. 이날 한국MICE협회 축구단은 노력상을 수상했다.



‘제40회 관광의날’ 국내관광 활성화 정책 세미나 등 관광인 한자리에 모여

문화체육관광부에서 주최한 제40회 관광의날 행사가 2013년 9월 27일에 개최됐다. 이날 행사에서 한국MICE협회 회원사인 (주)유니원커뮤니케이션즈 이재도 사장은 산업포장을 수상했고, (주)프리미엄패스인터내셔널 김응수 대표는 국무총리표창을 수상, (주)제인투어앤디엠씨 한정규 대표는 5백만불 관광진흥탑을 각각 수상했다.



국내 최대 규모, The-K서울호텔 ‘컨벤션센터’ 오픈

패션쇼·국제회의 등 대형 행사에 최적

The-K서울호텔(서울교육문화회관)은 지하 2층, 지상 3층, 연면적 2만3418㎡를 자랑하는 국내 특급호텔 최대 규모의 컨벤션 센터 개관식을 지난 2일 가졌다. 지난 2011년 12월 착공 후 1년 7개월 만에 개관식을 가진 The-K서울호텔 컨벤션센터는 공간의 효율적인 활용을 위한 과감한 실내 디자인을 적용해 컨벤션 시설의 새로운 모델을 제시했다는 평가를 받고 있다.

사진제공 _ The-K서울호텔 컨벤션센터

국내 특급호텔 사상 최대 규모의 컨벤션센터가 개관했다. The-K서울호텔(서울교육문화회관)은 지난 9월 2일 지하 2층, 지상 3층, 연면적 2만3418㎡를 자랑하는 컨벤션센터 개관식을 개최했다. 지난 2011년 착공과 함께 The-K서울호텔 컨벤션센터는 약 1년 7개월 만에 그 웅장하고 화려한 모습을 드러냈다.

문화공간의 가치 극대화

The-K서울호텔 컨벤션센터는 양재동 시민의 숲을 비롯해 우면산의 수려한 자연경관과 조화를 이루는데 초점을 맞췄다. 아울러 미래지향적인 디자인, 기존 호텔 본관 건물과의 어울림을 통한 ‘문화공간의 가치 극대화’를 콘셉트로 설계됐다. 이를 바탕으로 호텔 본관과 컨벤션센터 내·외부를 연결하는 최적의 동선을 마련, 이용자들의 편의를

최우선으로 고려했다. 또한 공간의 효율적인 활용을 위한 과감한 실내 디자인을 적용해 컨벤션 시설의 새로운 모델을 제시했다는 평가를 받고 있다. 특히 외부 벽면의 경우 친환경 루버 시스템(Louver System)을 채택, 33%의 냉방에너지 절감효과를 거둘 수 있는 최신 공법이 적용됐다. 김정기 한국교직원공제회 이사장은 기념사를 통해 “양재동 시민의 숲을 비롯해 우면산의 수려한 자연경관과 조화를 이루고 있는 The-K서울호텔 컨벤션센터는 기존 호텔 본관과의 어울림을 통한 ‘문화공간 가치 극대화’를 콘셉트로 건립됐다”며, “1500여명이 동시에 참석할 수 있는 그랜드볼룸은 국내 호텔 컨벤션센터 중 최대 규모를 자랑하며, 그 규모에 걸맞은 음향과 조명시스템도 완벽히 갖추고 있다”고 말했다.



이어 김 이사장은 “이번에 개관한 컨벤션센터는 각종 연회 등 대규모 단체행사를 치른 The-K서울호텔의 노하우를 더해 컨벤션 문화의 새로운 지평을 열어갈 것”이라고 덧붙였다.

컨벤션 문화, 새로운 패러다임 제시

지상 2층에 마련된 그랜드볼룸은 천정 높이만 7.5m, 홀 면적 1893㎡로 국내 호텔 컨벤션 중 최대 규모를 자랑한다. 따라서 1500명이 동시에 참석하는 대형 예식뿐만 아니라 패션쇼, 신차발표회, 국제회의 등 넓은 공간이 필요한 다양한 행사를 무리 없이 소화할 수 있다. 또한 규모에 걸맞은 최신 음향시스템과 조명 등을 완벽히 갖추고 있어, 국내 컨벤션 문화의 새로운 패러다임을 열어갈 것으로 기대되고 있다. 이밖에도 3층에는 하늘정원과 나란히 배치된 크리스탈 볼룸이 들어선다. 면적 612㎡, 300석 규모로 꾸며진 크리스탈 볼룸은 결혼식이나 각종 파티 장소로 각광받을 전망이다. 특히 행사장과 나란히 위치한 하늘정원은 컨벤션센터 주변의 자연경관을 한 눈에 조망할 수 있을 만큼 탁 트인 시야를 확보하고 있어 행사의 여유로움을 더할 뿐만 아니라, 실내와 실외를 조화롭게 활용하는 다양한 아이디어의 연회를 기획해 볼 수 있을 정도로 공간 연출이 뛰어나다. 한편, 지상 1층에는 단체식사 및 예식 피로연에



적합한 760석 규모의 식당 ‘포시즌’이 자리 해, 보다 격조 있고 품격 있는 웨딩, 최상의 모임을 가질 수 있도록 노력 할 예정이다.

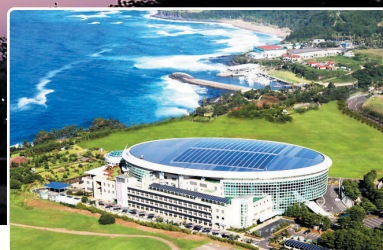
고객의 오감 자극, 최상 서비스

지하에는 휘트니스 클럽과 일식당, 헤어숍 등이 새롭게 마련됐다. 테크노 짐 등 37종 70대의 운동기구가 마련된 헬스클럽은 양재동 시민의 숲과 마주해 운동의 맛을 더할 것으로 보인다. 또 컨벤션센터는 물론 호텔을 찾은 고객들의 피로를 풀어줄 최신 시설의 사우나 역시 오픈해 이용객들의 편의를 도모 할 예정이다. 한편, 지하 2층은 250여대가 동시에 주차할 수 있는 주차장이다. 지상 주차 공간을 포함, 총 1000여대의 주차가 가능하다. 지상 주차장의 경우 잔디블록을 이용한 생태주차장으로 조성됐으며, 장애인 및 여성전용 주차공간도 확보해 편의성을 더했다. 이와 함께 호텔 주변 도로를 기존 왕복 4차로에서 5~6차로로 확장해 보다 빠르게 진입할 수 있도록 했다. 고객의 만족을 위해 최선의 서비스를 제공하고 있는 The-K서울호텔 컨벤션센터는 이제 새로운 컨벤션 문화의 패러다임을 제시하고 있다. 이 가을, 보다 나은 미래의 산실이자 신 문화공간인 The-K서울호텔 컨벤션센터에서 품격 있는 여유로움을 맛보는 것도 좋을 듯하다. The MICE

ICC JEJU

자연의 경이로움을
오롯이 품은 그 곳, 제주

ICC JEJU가 MICE를 재창조하다!



1997년 설립된 (주)제주국제컨벤션센터(대표이사 강기권, ICC JEJU)가 지난 8월 1일 창립 16주년을 맞이했다. 천혜의 자연조건과 세계자연유산의 아름다운 섬이라는 가슴 설레고 벅찬 타이틀을 가진 'ICC JEJU'는 그야말로 비즈니스와 휴양의 천국이다. '꿈의 MICE'를 우리에게 선사하고 실현시켜줄 세계가 만나는 곳 'ICC JEJU'에서 'MICE, 그 미래가치의 꿈'을 이제 실현한다.

박지현 기자 _ 매경비즈니스가이드

천혜의 타고난 조건을 그대로 간직한 제주에 자리 잡고 있는 ICC JEJU는 제주의 아름다운 풍광과 조화를 잘 이루고 있다. 이러한 자연 환경적 경쟁력을 바탕으로 ICC JEJU는 단순한 관광지 이미지에서 더 나아가 MICE산업 분야를 축으로 한 '동북아 최고의 리조트형 MICE산업 최적지'의 목표를 가지고 국제회의도시로 만들자는 제주의 강한의지와 도민의 힘으로 문을 열었다.

MICE산업 최고의 요새(要塞)

ICC JEJU는 제주를 상징하는 타원형 건물에 주변 도서를 상징하는 콘 모양의 구조가 합쳐진 형태로 2,592개의 유리벽으로 외관을 둘러 제주의 파사로운가를 햇살이 주는 제주의 아름다운 자연환경과, 그 풍경을 감상할 수 있도록 설계됐다. 지상 7층 규모로

지어진 국내 유일 리조트형 컨벤션센터 ICC JEJU는 최대 4,300명을 수용할 수 있다. 또한 국제관광도시의 위상에 걸맞게 특급호텔과 음식점 등이 준비하게 자리한 중문관광단지내에 자리잡고 있어, 관광과 회의 등 모든 것이 원스톱으로 해결 가능한 'MICE산업 최고의 요새(要塞)'라 할 수 있다. 올해로 개관 10주년을 맞이한 ICC JEJU. 지난 2003년 개관과 함께 82건의 행사 개최를 시작으로, ICC JEJU에서는 그동안 총 2400여 건 이상의 행사가 개최됐다. ICC JEJU는 지난 16년간 가장 큰 성과로 세계이목을 끌 만한 대규모 국제행사를 제주로 유치하는데 부족함이 없는 최고의 회의장으로서의 역할을 충분히 해냈다. 특히 제주가 세계 22위의 국제회의도시로 성장하는데 가장 큰 몫을 해 왔으며, 주주와 도민들의 기업으로 탈바꿈하기 위해 지속적



인 노력을 경주해 왔다. ICC JEJU는 본연의 역할인 회의장으로서 뿐 만 아니라 수익신장을 위해, 센터 유희공간을 활용 PCO 사업의 활성화 등 지속적인 매출성장세를 보이고 있다. 이에 지난 2003년 개관 당시 8억원이던 매출은 어느덧 120억원을 훨씬 웃돌 정도이다. 또한 대규모 국제회의를 통해 제주도를 국제사회에 인식시킨 홍보효과 또한 가시적인 매출액 이상의 가치를 발휘하고 있다.

동북아 최고 컨벤션센터로의 도약

ICC JEJU의 컨벤션시설은 다양하고 품격 있는 최첨단시설로 세계 최고의 품격과 그 기능을 자랑한다. 또한 대규모 컨벤션홀과 중소규모의 회의실이 자리 잡고 있으며, 이벤트홀은 대형 국제회의와 국가 정상회담 등 크고 작은 다양한 행사에 활용할 수 있도록 했다. 아울러 성공적인 행사 개최를 위해 제주도의 학계는 물론, 유관기관과 관련업계간의 네트워크 허브 역할에 최선을 다하고 있다. 또한 완벽한 서비스, 정교한 분석과 최상의 크리에이티브, 최고의 솔루션을 제공하기 위해 노력하고 있다. ICC JEJU는 MICE 산업의 유치로 '지역경제 활성화', '신규 수익사업 추진으로 인한 매출증대' 등 흑자경영 기반을 강화하고, 궁극적으로는 제주 관광산업 및 '동북아 최고의 컨벤션센터'로의 입지를 다지기 위해 적극적으로 노력하고 있다. 특히 ICC JEJU는 친환경 회의장에 걸맞게 지난

4월 세계 문화관광 컨벤션 분야 친환경 인증 분야에서 'EarthCheck Silver(어스체크 실버)' 등급을 획득하는 쾌거를 이뤘다. 어스체크 실버 등급은 해외에서는 호주의 멜버른 컨벤션센터, 네덜란드의 암스테르담 RAI 컨벤션센터 등 7개 전 시장이 받은 것으로 국내에서는 유일하게 지난 2011년, 서울 COEX가 획득한 바 있다. 이로써 ICC JEJU는 세계 9번째 친환경 회의·전시컨벤션센터가 됐고, 명실공히 제주를 대표하는 국제회의장으로 기업의 브랜드 파워와 환경 관련 국제회의 개최의 최적지로 평가받는 계기로 도약, MICE산업의 경쟁 우위를 확보하게 됐다. 강기권 대표이사는 "MICE산업의 활성화는 제주 관광산업의 핵심이자, 지역경제 활성화 방안으로 제주의 신 부흥기를 이끌어갈 핵심요소"라며, "이제 ICC JEJU는 국내외에서 인정받은 컨벤션센터로 제주의 관광산업과 함께 MICE산업을 제주의 자부심으로 급부상 시키겠다"고 뜻 깊은 소신을 밝혔다. 제주는 이제 자연환경과 특별한 관광자원을 적극 활용, 제주만의 특화된 컨벤션 개발과 고품질의 행사를 진행하는 것이 중요하다. ICC JEJU는 오늘날 '동북아 최고의 컨벤션센터'로의 입지를 다지며, 열과 성의를 다해 제주의 MICE경쟁력을 높이는데 기여하고 있다. 이제 ICC JEJU는 제주와 함께 더불어 상생하며 '성공적인 MICE 리더'로 재도약하기 위해 박차를 가할 것으로 보인다. The MICE



부산 MICE 열정, 'Young MICE단' “부산 MICE산업을 움직이는 큰 별이 될 거예요!”



‘부산 대학생 MICE 홍보단’에서 2013년도 새롭게 단장한 ‘부산 Young MICE단’은 부산 소재 6개 대학 MICE동아리가 합쳐진 연합 동아리이다. 올해 Young MICE단은 MICE기자단, 블로그, 고등학생 MICE멘토링, 국제회의 발굴·조사, Univ Expo Busan, 국제회의의 현장실습, 연말 Festival 등을 준비하며 정신없이 알찬 한 해를 보내고 있다. 반짝반짝 빛나는 Young MICE단 운영위원들의 열정에 귀 기울여 보자.

자료제공 _ 부산관광공사

부산 Young MICE단 여러분, Young MICE단 소개 부탁드립니다. 블로그 담당 박나영 _ 동아대학교 국제관광학과
2009년 ‘부산 MICE 홍보단’으로 창립되었고, 2013년 부산관광공사의 주관 하에 ‘부산 Young MICE단’으로 공식 명칭이 변경되어 현재 약 100여명의 학생들이 활동하고 있습니다. 저희는 소셜 네트워크 서비스를 통해 컨벤션 도시 부산을 홍보하는 전령사 역할을 수행합니다. 열정으로 풀꽃 뭉치 Young MICE단은 산-학간 ‘성장 동력의 장’, 부산 소재 6개 대학의 ‘연합의 장’, ‘젊

음과 열정의 장’으로 MICE산업의 이해와 발전을 위해 노력하고 있습니다.

Young MICE단으로 활동을 시작하게 된 계기가 무엇인가요?

부회장 최지원 _ 동의대학교 호텔컨벤션경영학과
학교에서 MICE산업 관련 수업을 듣고, G-star에서 운영위원으로서 활동하고 나서 MICE산업에 대한 매력을 느끼게 되었습니다. MICE 관련 대외 활동을 하고 싶어 하던 차에 학교 선배가 만든 부산 대학생 연합 동아리가

있다는 것을 알게 되었어요. 지난 3년 동안 개최된 다양한 컨벤션 회의를 UCC 및 플래시 몼로 제작하면서 열정적으로 활동하였습니다. 올해 부산 Young MICE단 부회장으로 활동하면서 점점 체계화 되어가고 규모도 확장되어 가고 있는 모습을 보면서 뿌듯함을 느끼고 있습니다.

2013년도에 Young MICE단이 하고 있는 활동은 무엇인가요?

부회장 최지원 _ 호텔컨벤션경영학과
2013년도 Young MICE단 프로젝트는 크게 3가지로 Young MICE기자단, 고등학생 멘토링, 국제회의의 발굴입니다. 첫째, Young MICE기자단은 국제회의, 축제, 행사 등을 직접 체험하면서 부산에서 진행되는 모든 MICE관련 이슈를 취재하고 블로그를 통해 홍보합니다. 둘째, 고등학생 MICE 멘토링은 관광 특성화 고등학생에게 MICE산업, MICE관련 업종, 필요 역량 등을 소개하고 인생 선배로서 멘토링을 함으로써 고등학생들의 진로 결정에 큰 도움을 주고자 하는 프로젝트예요. 셋째, 국제회의 조사·발굴요원은 부산 소재 대학교에서 열리는 다양한 국제회의를 조사합니다. 지금은 연말 ‘Young MICE 페스티벌’을 준비하고 있어요. 모두 모여 한 해를 마무리하고 새해에 새로운 활동을 약속하는 뜻 깊은 행사가 될 것이라 기대합니다.

Young MICE단 활동을 하면서 무엇을 느끼나요?

회장 임현재 _ 경성대학교 경제물류학과
비록 지금은 창단 된지 1년도 안된 단체지만 지금 우리가 하는 모든 일은 점점 쌓여 탄탄한 산이 될 것이라 생각합니다. Young MICE단은 학생들의 생각과 의지로 직접 프로젝트를 기획 실행하면서 스스로 일한다는 자부심도 가졌습니다. 함께 일하며 포기하고 싶었던 순간들이 많았지만 이제는 Young MICE단으로 묶여져 최선을 다하는 마음으로 일하고 있어요. Young MICE단원 모두의 마음을 믿습니다.

총무 우지선 _ 동서대학교 이벤트컨벤션학과
Young MICE단 활동을 하면서 작은 행사를 기획하더라도 아주 철저한 준비가 필요하다는 것을 느끼게 되었습니다. 활동을 하면서 단원들과 의견 충돌이 생기는 경우가 종종 있었어요. 처음에는 마냥 화가 났었는데, 이제는 큰 그림을 볼 수 있게 되었어요. 한 번씩 생기는 충돌은 모두들 잘 해내고 싶다는 강한 열정이 있기 때문이라는 생각을 할 수 있었습니다.

고등학생 MICE 멘토링 담당 정유진 _ 동명대학교 방송영상학과
부스를 찾은 많은 분들이 MICE산업에 대해 알아가고 Young MICE단에 관심을 가지고 가입 신청서를 작성하시는 모습을 보며 보람과 뿌듯함을 느꼈어요. 내년에도 Univ Expo에 참가하

게 된다면 올해보다 나은 홍보 방법과 다양한 프로그램으로 더 많은 대학생들에게 Young MICE단을 홍보하고 싶습니다.

블로그 담당 문혜진 _ 부산대학교 관광컨벤션학부
사실 다른 운영위원들처럼 오랫동안 활동을 한 건 아니어서 아직 뭐든지 배우는 마음으로 활동하고 있어요. 가장 크게, 가장 자주 느꼈던 게 있는데, 우린 다 같은 대학생이고 나이대도 비슷해서 어떻게 보면 친구이기도 하지만 함께 Young MICE단을 이끌어가는 일을 하는 입장이라는 거예요. 당연한 얘기이지만 일을 하다보면 새삼 깨닫게 돼요. 친구끼리는 대충해도 되고 늦어도 되지만 우리는 자기 자신과 Young MICE단 모두를 위해서 내 생각대로 내 편한 방식대로만 할 수는 없잖아요. 이 일이 좋아서 활동하고 있는 건 맞지만, 내 생각이 옳다고 생각해도 때론 양보해야할 때가 있다는 것을 알게 되었습니다.

마지막으로 MICE와 관련하여 앞으로 학생들의 꿈은 무엇인가요?

국제회의의 발굴·조사 담당 정소연 _ 경성대학교 경영학과
저는 국제회의전문가를 꿈꾸고 있습니다. 제가 국제회의의 전문가에 매력을 느낀 이유는 직접 기획했던 행사가 현실로 실현되고 마무리 됐을 때의 감동과 보람이 그 어떤 직업보다 크고 명확하기 때문이에요. 국제회의전문가는 기획력, 실행력, 외국어능력, 대인관계능력, 의사소통능력, 순발력 등 여러 역량을 갖춰야 하는 복합적이고 전문적인 직업으로 어렵고 힘들지만 개인의 다양한 역량을 집중적으로 발휘할 수 있다는 점에서 매력을 느꼈습니다. 국제회의의 전문가로서 진정한 마스터가 되어 ‘고통은 나누면 줄고 즐거움은 나누면 배가 된다’는 말을 현장 속에서 실현하며 멋진 단체작품을 완성해 나가고 완성작품을 자신 있게 소개할 수 있는 날이 올 수 있도록 차근차근 노력하며 꿈을 키워나갈 것입니다.

부회장 최지원 _ 동의대학교 호텔컨벤션경영학과
제 꿈은 PCO입니다. 제가 구상하고 기획한 회의를 성대하게 마무리 짓는 것이 제 꿈입니다. 분명 고되고 힘들 것을 알지만, 지금까지 제가 해왔던 활동들을 비추어 보았을 때 PCO라는 직업은 노력한 만큼 멋진 결과물을 낼 수 있고, 부족한 것이 무엇인지 바로 잡아 낼 수 있는 정직한 직업이라고 생각해요. Young MICE단에서 활동하면서 많은 것을 배웠고 제가 원하고 앞으로 하고 싶은 것에 대한 확신을 가질 수 있었어요. 앞으로 PCO뿐만 아니라 MICE와 관련된 다양한 일들에 관심을 가지고 도전하겠습니다. TheMICE





제1회 WTTC 아시아 정상회의

세계 관광산업 리더들의 관심 집중

지난 9월 10일부터 11일까지 양일간 서울 소공동 롯데호텔에서 '제 1차 세계여행관광협회(World Travel & Tourism Council, WTTC) 아시아 지역 총회'가 개최됐다.

이번 총회는 아시아 관광산업의 급격한 성장과 그로 인해 발생하는 경제적 파급효과에 대해 논의하는 고위급 회담. 전 세계 관광 및 여행업계 경영자와 관계자, 정부 관계자 및 국제 언론인들이 참석해 아시아 관광산업의 미래에 대해 이야기를 나눴다.

'세계여행관광산업의 핵심, 아시아'를 주제로 열린 이번 행사는 총 7개 세션이 진행됐다. IT 분야에서 아시아의 선도적 위상을 분석하고, 관광산업을 통한 아시아지역의 경제성장 및 지속 가능한 발전 방법, 미래의 관광산업 전망 등을 모색해 보는 시간이었다.

특히 '한국-거대한 잠재력, 혁신적인 아이디어'란 주제로 진행된 3세션에서는 다른 아시아 태평양 국가들에 비해 빠른 성장세를 보이고 있는 한국 관광산업의 현주소와 향후 발전 방향에 대해 다뤄 참석자들의 주목을 받았다. 실제로 2012년 한국의 연간 여행관광 부문 GDP 성장률은 전년도 대비 13.2%로 G20 국가 중 가장 높았다.

총회에 참석한 토니 블레어(Tony Blair) 전 영국총리는 특별강연을 통해 "서양은 동양과 새로운 협력을 시작해야한다"며 "세계 속 아시아 태평양 지역의 영향력을 늘리기 위해서는 경제적으로 중요시 되어왔던 관광산업의 필요성에 대해 인식해야한다"고 강조했다.

행사 첫 날인 10일 개회식에 참석한 데이비드 스코우실



(David Scowsill) WTTC 사장 역시 "오늘 WTTC의 첫 아시아 정상회의를 서울에서 개최하게 된 것은 우연이 아니다"고 말하면서 "2023년까지 전 세계에서 창출될 7,000만 개에 달하는 관광산업 일자리 중 약 4,700만 개가 아시아에서 생겨날 것"이라며 아시아 태평양 지역 관광산업에 대한 가능성을 높게 평가했다.

행사의 시작을 알리는 축사와 개회사는 정홍원 국무총리와 신동빈 롯데 회장이 맡았다. WTTC 아시아 총회 위원장이기도 한 신동빈 롯데 회장과 롯데 측은 이번 아시아 총회 개최부터 행사 조직까지 깊이 관여했다.

이외에도 칼슨 웨곤릿 트래블의 더그 칼슨(Doug Carlson) 사장 겸 대표이사를 비롯해 세계경제포럼의 티아 치에사(Thea Chiesa) 이사, 국제공항협회(Airport Council International, ACI)의 안젤라 기튼스(Angela Gittens) 이사 등이 연설자로 나서 주목을 받았다.

또한 문화체육관광부 유진룡 장관의 주최로 서울 이촌동 국립중앙박물관 야외 특설무대에서는 저녁만찬 및 기념행사가 있었다. 국립중앙박물관은 지난 2010년 '서울 G20 정상회담'과 2012년 '서울 핵 안보 정상회담' 당시

만찬장으로 세계적인 관심을 한 몸에 받았던 장소다.

이날 기념행사엔 WTTC 대표자 및 초청인사 500여 명이 참석해 서울 전통문화의 일부를 경험할 수 있는 특별한 기회를 가졌다. 한국의 전통 의상인 한복 패션쇼와 K-팝 공연, 태권도 시범 등이 시연돼 뜨거운 박수를 받았다.

대표단들은 이날 다양한 한국문화 체험을 통해 서울이 아시아를 넘어 세계적인 관광지로 성장하고 있는 원동력을 직접 확인할 수 있었다.

서울시 컨벤션 전담기구인 (주)서울관광마케팅 서울컨벤션뷰로는 아시아에서는 처음으로 개최된 '제1회 WTTC 아시아 총회'의 후원자로서 이번 행사의 성공을 위해 적극 지원했다.

행사장에선 서울웰컴키트와 서울관광안내서를 나눠주었으며 인천국제공항 입국장에서는 멀티큐브 환영메시지 서비스도 지원했다.

한편 현장 지원은 대학에서 비즈니스 이벤트 또는 관련 학문을 전공 중인 학생들로 이뤄진 서울컨벤션서포터즈에 의해 제공됐다. 서울컨벤션서포터즈의 지원자는 서울컨벤션뷰로에서 1년 단위로 진행 중인 이벤트 운영 관리 교육을 받을 수 있다.



송도컨벤시아, 하반기 대규모 국제행사 잇따라 개최

하반기 인천 송도컨벤시아에서 대규모의 국제 행사들이 잇따라 개최된다.

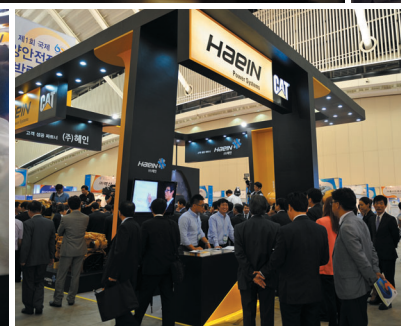
9월 27일부터 29일까지 2박3일간 개최되는 '자매우호도시 정상회의'에는 자매우호도시대표단 소속 50여명과 UN 지속가능발전센터 소속 70여명 등 150여명이 참석하여 지속가능한 환경을 만들기 위한 도시별 환경정책을 논의할 예정이다.

이어 9월 29일부터 10월 5일 개최되는 '제49회 국제표준 화기구 치과의료기기전문위원회총회(49th ISO/TC 106 Dentistry Annual Meeting)'는 치과재료 및 기기 등 치과분야의 국제표준을 논하는 국제회의로, 우리나라를 비롯하여 미국, 독일, 일본 등 30여개국 300여명의 국제전문가들이 대거 참여한다.

10월 14일부터 17일까지 열리는 '제6차 GEO 컨퍼런스 및 세계선거기관협의회 창립총회(The 6th Global Elections Organization (GEO) Conference and A-WEB Inaugural Assembly)'에는 반기문 UN사무총장을 비롯한 150개 국가 선거기관 및 국제기구 대표 400여명이 참석하여 A-WEB 사무처창립과 관련한 중요한 의제를 토론할 예정이다.

또한 21일부터 25일까지는 산업통상자원부 기술표준원이 주관하는 세계 정보보안 국제회의인 'ISO/IEC JTC 1/SC 27 WGs and Plenary Meeting'이 송도컨벤시아 볼룸 및 회의실에서 개최된다. 국제행사 외에도 각종 학·협회 학술대회가 하반기에 개최된다.

오는 10월 17일부터 18일까지는 대한응급학회에서 진행하는 '대한응급의학회 추계학술대회'가, 11월 9일부터 10일까지는 '제35회 한국심초음파학회 추계 학술대회'가 송도컨벤시아에서 열릴 예정이다.



국내 유일 '해양안전장비 박람회' 성황리 막 내려

지난 9월 11일부터 13일까지 인천도시공사 및 해양경찰청 주최로 송도컨벤시아에서 개최된 '제1회 국제 해양안전장비 박람회'가 대단원의 막을 내렸다. 이번 박람회는 첨단 해양 및 안전 장비를 한눈에 볼 수 있는 국내 유일의 해양 안전장비 박람회로, 92개사 202부스로 당초 목표를 초과 달성하는 성과를 거두었다.

이번 박람회는 해양경찰청 창설 60주년을 맞아 해양산업 분야(조선·항공·안전·레저·항해·통신·특수 장비, 해양환경방재 등)의 최첨단 해양장비 전시와 더불어 참가업체 제품 설명회와 해양문화 활성화 및 해양 산업 종사자들의 비즈니스 기회를 제공하기 위해 전국의 조선소, 해양경찰청 구매 담당자와의 비즈니스 상담이 진행되었

으며 일반관람객을 대상으로 한 다양한 체험과 볼거리가 풍성한 부대행사를 통해 박람회가 성황리에 막을 내렸다. 총 2만여명이 방문하였으며 비즈니스 상담과 계약이 상당수 이루어져 비즈니스 박람회로서의 입지를 다졌으며 앞으로도 박람회가 지속적으로 개최될 수 있는 계기를 마련했다는 평가를 받았다.

인천도시공사 관계자는 "국내 유일 해양안전장비 박람회로서 인천의 지역산업 발전에 기여하는 발판을 마련하여 앞으로 지속적인 개최를 위하여 박람회를 적극 알리고 나아가 송도컨벤시아 대표 브랜드 전시회로 육성하겠다"고 밝혔다.

문의 : 제1회 국제 해양안전장비 박람회 사무국 (cgs2013@idtc.co.kr)



전 세계 와인의 경연장, 제1회 대전와인트로피 폐막

26개국 2,635종 와인 출품, 아시아 최대 와인품평회

지난 9월 29일부터 10월 1일까지 3일간에 걸쳐 대전 유성 호텔에서 진행된 아시아 최대 와인품평회인 제1회 대전와인트로피(Daejwon Wine Trophy)가 성황리에 막을 내렸다. 대전마케팅공사(사장 채 훈)와 국제와인마케팅(대표 페터 안토니)이 공동으로 주관한 이 행사에는 전 세계 26개 국가에서 총 2,635종의 와인이 출품되었으며, 19개 국가에서 참여한 103명의 심사위원들이 3일간 품평회를 진행한 결과 총 773종의 와인을 입상작으로 선정, 발표했다. 심사는 103명의 심사위원을 17개 그룹으로 나눠 와인의 색깔, 향과 맛 등 3개 항목별로 사전에 정해진 심사기준표에 따라 심사위원들이 점수를 부여하는 방식으로 이루어졌다. 입상작으로는 최우수 등급에 해당하는 그랜드골드(Grand Gold) 메달에 5개 와인, 우수 등급인 골드(Gold)와 실버(Silver) 메달에 각각 538개, 230개 와인이 선정됐다. 특히, 국내에서도 23종(수입와인 9종, 국산와인 14종)의 와인이 출품되었는데, 철저한 블라인드 테스트로 진행되었

음에도 불구하고 경북 영천의 시엘위와이너리(2011)와 영동컨츄리와인(2012), 롯데칠성음료의 마주앙 레드(2010, 칠레산 95%, 국내산 5%) 등 3종이 실버 메달을 획득했다. 대전와인트로피는 첫 대회지만 출품 등록된 와인 수(2,635종) 기준으로 국제와인기구(OIV)의 승인 감독 하에 개최되는 와인품평회 중에서 3번째, 아시아에서는 최대 규모로 기록됐으며, 특히 와인의 보관 및 심사위원 구성 등 전 과정에 걸쳐 OIV의 까다로운 규정을 준수한 국내 최초의 대회로서 신뢰와 권위를 확보했다.

이번에 그랜드골드, 골드, 실버 메달을 획득한 와인들은 메달로고를 와인 병에 부착하여 유통할 수 있는 권리를 획득하게 된다. 대전마케팅공사 채 훈 사장은 “한빛탑 로고가 새겨진 대전와인트로피 메달을 단 와인들이 세계 시장에 유통되면 대전의 도시브랜드 홍보에 적지 않은 효과가 있을 것” 이라고 말했다.

아인슈타인 상대성이론 탄생 100주년 기념회의 광주 유치성공

2015 에도아르도 아말디 회의, 전세계 20여 개국 천체물리학자 광주방문

새로운 우주 관측 수단인 중력과 탐지를 위한 국제협력 연구에 로드맵을 설정하는 모임인 ‘2015 에도아르도 아말디 회의(이하 아말디회의)’ 광주 유치가 확정됐다. 1994년 이탈리아에서 처음 개최된 이 회의는 구미주 지역을 중심으로 격년으로 개최되고 있으며, 아시아에서는 일본 개최 이후 한국에서 두 번째로 유치한 학회이다. 2015년 6월 중 6일간 진행될 본 회의 참가를 위해 전세계 20여개국에서 각국을 대표하연구인 수백명이 광주를 찾을 예정이다.

이번 유치 성공은 강력한 유치위원회 구성, 한국중력과연구협력단, 한국천문학회 및 한국물리학회 천체물리분과와 같은 학계의 지지 뿐 아니라, 한국관광공사와 광주관광컨벤션뷰로의 적극적인 지원으로 가능했다. 아말디 회의는 아인슈타인의 상대론적 천체물리학, 중력과 탐지에 대한 연구결과를 발표하고 토의하는 학술 모임이며, 2015년은 아인슈타인의 상대성이론 탄생 100주년을 기념하는 회의로 그 의미가 더욱 크다.

이행목 조직위원장에 따르면 중력파는 아인슈타인의 일반 상대성 이론에서 검증되지 않은 마지막 관문으로, 중력과 검출 시 현재 사용되고 있는 빛(전자기파)과 더불어 새로운 우주 관측수단이 되어 중력장과 관련한 많은 천체현상 관측을 가능케 할 것으로 기대된다. 광주관광컨벤션로 정광훈 대표는 “아말디회의를 통하여 국내 유명 과학자 뿐 아니라 천문학이 발달한 미국과 유럽, 일본 유명 연구기관 관계자들이 대거 광주를 방문할 것으

로 예상되는 만큼 개최시까지 지속적인 홍보활동을 펼쳐 더 많은 학자들이 광주를 방문할 수 있도록 최선을 다하겠다”며 “이 대회 성공을 통하여 기초과학, 차세대 성장동력 산업, 의학 등 과학기술분야 MICE 선도 도시로서 기반을 굳건히 해 나가겠다”고 말했다.





대구세계에너지총회

국내 에너지 기술의 미래 제시



전 세계 120여 개국에서 7천여명이 참가하는 2013대구세계에너지총회가 10. 13일부터 17일까지 대구 엑스코에서 화려한 개막을 알렸다.

13일 저녁 6시, 대구 엑스코 컨벤션홀에서 진행된 개막식은 정홍원 국무총리, 2013대구세계에너지총회 조직위원회 위원장인 조환익 한국전력 사장, 산업통상자원부 한진현 차관, 대구시 김범일 시장과 세계에너지협의회(WEC)의 피에르 가도닉스(Pierre Gadonneix)의장을 비롯, 김관용 경상북도 도지사, WEC의 차기 의장인 하이드로 퀘백의 마리아나도 조세 부회장, WEC차기 공동의장으로 선출된 대성그룹의 김영훈 회장, 사우디 아람코의 칼리드 에이 알필리 회장, 지멘스의 마이클 슈스 에너지 총괄사장, 알스툼 필립 코셀 발전부문총괄사장, WEC한국위원회 박종근 의장 등 세계에너지협의회 93개국 회원국들의 대표단과 주요 국내·외빈, 일반참석자를 약3,000여명이 참석한 가운데, 한국에서 세계에너지올림픽의 서막을 알렸다.



2013대구세계에너지총회 조환익 조직위원장은 “이번 총회에 참여하는 기업 및 정부기관의 최고위급 인사들의 면면에서 총회의 중요성을 알 수 있을 것”이라며 “총회는 전세계 에너지 커뮤니티가 아이디어와 비즈니스를 공유하고 교환 하는 역사적인 기회의 장이 될 것이다. 또한 7천여명이라는 높은 참여율이 보여준 전세계적 관심이 오늘날 전세계가 직면한 수많은 에너지 도전과제를 해결하는 데 있어 이미 큰 도약을 한 셈이라고 확신한다”고 말했다.

정홍원 국무총리는 축사를 통해 “전세계 에너지 공동체의 일원으로서 개별 국가적 대응체계를 넘어 전 세계적 공동협력과 행동 실행에 대한 지혜와 열정과 의지를 모아야 할 때이다”며 대한민국 정부의 에너지 효율성과 합리적 소비를 꾀하는 정책과 제도를 전환할 것이라고 밝혔다. 세계에너지협의회 of 피에르 가도닉스 의장은 환영사를 통해 “세계적으로 가장 영향력 있는 중대한 인사들의 참

여는 우리가 총회에서 논의하게 될 아젠다의 중요성을 잘 보여 준다”며 “글로벌 경제 발전에 있어 에너지의 역할은 에너지 리더들의 선결과제로 되어 있다. 이번 총회를 통해 그 어느 때 보다, 복잡하고 시급한 미래의 에너지 확보와 이를 위한 현재 선결과제가 무엇일지 합의점을 도출하기를 기대한다”고 말했다. 김범일 대구시장은 환영사를 통해 “지난 90년간 에너지 분야의 세계 최대 규모 이벤트로 성장해 온 세계에너지총회를 ‘솔라시티 대구’에서 개최하게 된 것을 자랑스럽게 생각하며, 총회 참석자 여러분을 260만 대구시민과 함께 뜨거운 마음으로 환영한다”고 전했다.

아시아 지역에서는 인도(1983년), 일본(1995년)에 이어 세 번째로 개최되는 이번 총회에는 아시아, 유럽, 아프리카, 미주, 중동 지역의 에너지 장관을 포함 44개국 60여명의 정부 관료들이 참여한다. 아울러, 글로벌 기업, 국제기구, 연구기관, 각 지역 개발은행 등의 에너지 비즈니스 리더로 구성된 275명의 연사들이 국제 에너지 산업의 주요 현안을 논의했다. 총회의 전시관은 전 세계 24개국 263개의 기업들이 참여, 22,000평방미터 전시공간이 구성되어 2만5천여명의 방문객들이 참여할 예정으로 국내 최대의 규모의 글로벌 비즈니스 기회의 장이 마련될 것으로 기대하고 있다. 주요 전시로는 러시아 데이행사, 중국과 UAE 파빌리온 등이다.

한편 한국전력, SK그룹, 대성그룹, GS칼텍스, 한국석유공사, 한국가스공사, 포스코, 에스오일, 현대 오일뱅크, LG 등의 국내 굴지의 44개 기업에서 이번 총회의 후원사로 참여했다.

김범일 대구시장은 “대구시에서 수많은 노력을 통해 총회를 유치했고 그동안 철저히 준비를 해 온 만큼, 총회가 성공적으로 개최되고 대구가 2011세계육상선수권대회에 이어 다시 한 번 발돋움하는 밑거름이 될 것으로 생각한다”고 말했다.



제3회 부산 MICE 콘텐츠 개발 공모전 개최

부산시 MICE산업 발전을 위한 당신의 특독 튀는 아이디어를 기다립니다!

부산시는 부산지역 MICE 시장 동향에 맞는 콘텐츠 개발을 통하여 신규 일자리 창출 및 산업 활성화를 도모하고 참신한 콘텐츠를 발굴, 지역 MICE 업계 경쟁력 강화를 위해 9월 11일부터 11월 7일까지 '2013년 제3회 부산 MICE 콘텐츠 개발 공모전'을 개최한다고 밝혔다. 이번 공모는 국제회의, 전시 등 MICE 행사기획, MICE 참가자 관광 프로그램, 기타 MICE 정책·제도 제안 등 3개 분야로 나뉘어 진행된다.

이번 공모는 국내·외 거주자로서 개인이나 4인 이하의 팀은 누구나 응모가능하며 신청서 작성 등 자세한 사항은 부산시청 홈페이지(www.busan.go.kr) 공지사항 또는 (사)부산관광컨벤션포럼 홈페이지(www.mice.or.kr)를 참고하면 된다. 단, 제출 아이디어 중 MICE 업계에서 이미 운영 중이거나 타 MICE 상품을 단순 모방하는 작품은 심사 대상에서 제외된다.

접수된 공모작은 관련업계 전문가 등으로 구성된 심사위원회의 심사를 거쳐 11월에 대상 1명(부산시장상, 시상금 300만원), 우수 1명(부산관광컨벤션포럼 이사장상, 시상금 200만원), 장려 3명(백스코 사장상 시상금 각 70만원)의 최종 수상작이 결정될 예정이다. 수상 작품들은 지역 MICE 업계와 매칭을 통해 실제 상품화되어 부산 지역 MICE 업계에 활력을 불어 넣고 신규 MICE 일자리 창출에도 크게 기여할 것으로 기대된다.

부산시 관계자는 “이번 공모전을 통해 부산지역을 대표할 수 있는 신선한 MICE 콘텐츠가

개발되기를 바라며 이를 통해 신규 MICE 일자리 창출 등 관계산업이 활성화될 수 있는 경연장이 될 것”이라고 말했다.



WCC 제10차 총회, 동북아시아 최초 부산 개최

2013년 10월 세계교회 최대의 신앙축제가 부산에서 개최된다. WCC 제10차 총회는 아시아에서 52년 만에 두 번째로, 동북아시아에서는 첫 번째로 한국에서 개최된다. WCC 총회는 7년 혹은 8년마다 한 번씩 열리는 WCC의 최고 의사결정 구조로, 세계의 다양한 전통의 교회들이 한 자리에 모여 이 시대의 공동의 선교적 사명을 분별하고 공동의 봉사 과제를 설정하는 전 세계 교회의 신앙축제이다. 아울러 차기 총회 때까지 진행할 정책을 결정하고 총회를 대표해 이를 집행할 150여명 규모의 중앙위원회를 구성하게 된다.

WCC는 1948년 네덜란드 암스텔담 창립총회때 유럽과 북미의 개신교회와 소수의 동방정교회를 중심으로 43개

국 147개 교단, 351명의 총대로 시작됐다. 현재는 전 세계 140개국에 속한 다양한 개신교회와 정교회 등 349개 교단이 참여, 교제범위가 확대됐다.

WCC 총회는 전통적으로 장외 프로그램을 운영하는데 이러한 장외 프로그램은 총회를 개최하는 나라와 세계 다양한 나라의 역사와 문화 그리고 삶을 나누는 장(場)으로, 이러한 장(場)은 8차 총회가 열렸던 아프리카 짐바브웨에서는 '파다레'(Padare)였고, 제9차 총회가 열렸던 브라질의 포르토 알레그레에서는 '무치랑'(Muchirao)이었다.

이번 부산총회에서는 '마당'이라는 이름으로 운영된다. 이 마당 프로그램은 약 85개의 워크샵, 전시회, 소규모 공연 등을 진행하면서 다양한 경험들을 나누고 네트워크를 형성하게 된다.



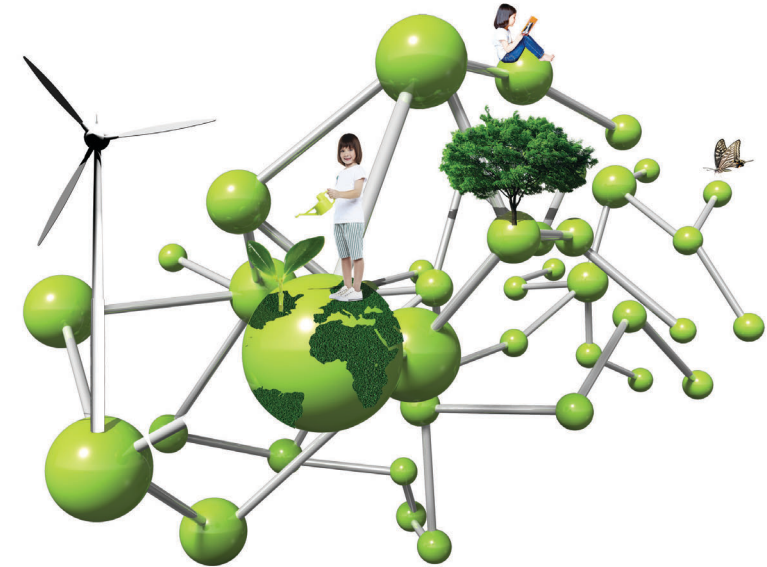
제주, 중화권 기업 인센티브 투어 개최지로 꾸준한 인기

중화권 대형 인센티브단의 제주방문이 올해 신시대 건강그룹(1,200명), 남경중맥과기발전유한공사(1,800명), 샤크리(500명), 삼성차이나(1,000명, 11월 예정)등 문전성시를 이룬데 이어 내년에도 그 발길이 끊이지 않을 예정이다. 제주컨벤션뷰로는 2014년 개최예정인 대형 중화권 인센티브 투어가 연이어 확정되었다고 밝혔다.

암웨이 차이나 그룹에서 총 2만명의 우수직원이 크루즈를 통해 6차에 걸쳐 제주에서 인센티브 투어를 개최하는 것을 비롯, 완메이 차이나 그룹에서 7,000명 규모의 인센티브 투어단이 내년 5월 제주도에 입도할 예정이고, 1,600명 규모의 중국 제약회사 Meditronic 인센티브 투어단이 제주를 방문하여 다양한 부대행사와 함께 관광을 즐길 예정이다.

이는 최근 인도발 경제 불안으로 동남아, 중국 등 화폐가치 하락과 같은 경제지표 악화요인이 발생하여 아시아 지역 국가들의 인센티브 투어가 침체되었음에도 불구하고, 제주특별자치도지사와 제주컨벤션뷰로가 함께 발로 뛰며 기업체를 방문하는 등 적극적인 타겟 마케팅을 전개한 결과로 보인다.

제주컨벤션뷰로 관계자는 “인센티브 관광단 유치를 지역산업의 핵심목표로 선정하여 지속적인 마케팅을 전개한 결과 제주도가 관광·휴양형 MICE 최적지로 인지도가 한층 높아지면서 제주에 관심을 갖는 중화권 기업체들도 많아지고 있다”고 말했다.



2015 국제핵융합기술심포지엄 유치

전 세계 핵융합공학기술분야의 전문가들이 한 자리에 모이는 ‘2015년 제12회 국제핵융합기술 심포지엄(ISFNT2015: International Symposium on Fusion Nuclear Technology)’가 동북아 최고의 MICE도시 제주에서 개최된다.

1988년 일본 도쿄에서 시작된 이 심포지엄은 격년제로 개최되며, 미래 핵융합 에너지 상용화를 위해 필수적으로 확보해야할 기술 중 하나인 핵융합로공학 관련 기술의 주요 이슈 논의 및 정보를 교환하는 대표적인 심포지엄이다.

제주컨벤션뷰로(이사장 양영근)와 국가핵융합연구소(소장 권면)는 본 대회를 한국으로 유치하기 위해 지난 9월 16일부터 20일까지 스페인 바르셀로나에서 열린 전차대회 ‘2013년 제11회 국제핵융합기술 심포지엄’에 참가해 유치발표 및 유치홍보부스 운영 등 유치활동을 전개했으며, 상임이사회의 투표결과 만장일치로 2015년 개최지가 제주로 결정됐다.

제주컨벤션뷰로와 국가핵융합연구소는 지난 7월 ISFNT 사무국의 상임위원장인 Mohamed Abdou(UCLA교수)를 제주도로 초청해 제주 현지 MICE 인프라(컨벤션센터, 호텔 등) 및 자연경관 등을 사전답사하는 등 많은 노력을 기울였으며, 그 결과 핵융합공학기술분야의 세계 최고수준의 학자들이 모이는 이번 심포지엄이 제주에서 성공적으로 개최될 수 있다는 확신을 심어주었다.

이번 심포지엄 유치를 통해, 2015년 행사 개최 시 약 1,000여명의 핵융합공학도들이 제주를 방문할 것으로 예상되며, 국내·외 핵융합공학 분야 기술 교류 활성화 및 관련 신진 인력의 전문성 제고는 물론 전문 인력 양성과 제주의 우수한 MICE 인프라 및 천혜의 자연환경 등을 세계에 알리는 계기가 될 것으로 보인다.

한편, 제주컨벤션뷰로는 다음달초에 태국 방콕을 방문해 OCLC 지역 멤버십 컨퍼런스 유치 및 TTG Asia Media가 주최하는 IT&CMA MICE전시박람회에 한국관광공사와 함께 참가해 보다 많은 MICE행사를 유치할 예정이다.

MICE 아카데미

‘2013년 제9회 한국MICE아카데미’ 종료
제1회 MICE 업계 신입사원 OJT 교육



‘2013년 제9회 한국MICE아카데미’ 종료

‘2013년 제9회 한국MICE아카데미’가 지난 8월 5일부터 21일까지 12일간 세종대학교 광개토관에서 진행됐다.

‘한국MICE아카데미’는 MICE 업계 취업희망자, 대학졸업예정자, 경력단절 여성 등 컨벤션 업계의 입문자를 대상으로 하는 교육으로 취업 후 바로 현업에 종사할 수 있는 실무적 교육프로그램을 구성해 입문자의 업무능력 향상과 MICE산업의 경쟁력 강화를 도모하기 위해 문화체육관광부 주최, (사)한국MICE협회 주관으로 진행되는 MICE전문 교육 프로그램이다.

이번 제9회 한국MICE아카데미에는 49명의 교육생이 참가해 MICE 대표 산업군별(PCO, PEO, 센터, 뷰로, Service Provider)로 일별 구성한 커리큘럼 교육을 업계 실무자들에게 교육 받았고, 이번 교육에 실시된 산업군별 커리큘럼은 업계에서 필요로 하는 필수적인 교육들이 제공되어 참가자들과 업계로부터 호평을 받았다. 다음 제10회 한국MICE아카데미는 오는 12월 중 대구에서 진행될 예정이다.

제1회 MICE 업계 신입사원 OJT 교육

문화체육관광부가 주최하고 (사)한국MICE협회가 주관하는 제1회 MICE 업계 신입사원 OJT 교육이 지난 9월 25일부터 9월 28일까지 4일간 현대중합연수원에서 개최됐다. MICE 업계 신입사원 OJT 교육은 중소기업 MICE업체들의 신입사원들을 대상으로 하는 통합교육으로 교육을 통해 신입직원들의 빠른 실무적응을 돕고, 인력누수가 일어나지 않도록 지원하는 것을 목적으로 한다.

이번 교육프로그램 커리큘럼은 사회 초년생으로 직장인에게 필요한 비즈니스매너, 스피치 교육, 문서작성 교육 등의 기본소양 교육과 MICE 업계 신입사원에게 필요한 전문 교육으로 진행됐다. 뿐만 아니라, 팀 빌딩프로그램 및 MICE시네마와 같은 네트워킹 프로그램도 함께 진행해 참가자들에게 많은 호평을 얻었다.

이번 OJT 교육은 한국MICE협회 회원사 신입사원을 대상으로 진행됐고 총 27명이 수료했다.



전세계 럭셔리 여행 · MICE 시장에 진출하는 의의와 일본의 미래

글 · 사진제공 _ MICE JAPAN



THE RYOKAN COLLECTION 대표
ILTM일본지구 대표 후쿠나가 히로타카

흔히 ‘럭셔리 여행객’ 하면 ‘자가 항공기(private jet)’, ‘호텔의 펜트하우스’ 등 돈을 물처럼 쓰는 극소수의 여행객을 떠올리기 쉽다. 럭셔리 여행 시장에 뛰어들고자 하는 사업자들도 대부분 그렇게 생각하고, ‘그 극소수의 여행객을 붙잡기 위해 어떻게 해야 하는가’를 고민하고 당혹스러워한다. 또 ‘돈 있는 사람만 우대하고 돈 없는 사람은 냉대 한다’는 차별적 사고방식에 거부반응을 보이기도 한다. 이것이 이 럭셔리 여행 시장에 대한 일본의 일반적인 반응이다.

필자는 지금으로부터 지난 2004년에 회사를 설립했다. 오랫동안 외국계 고급호텔체인에 근무한 덕분에 일본을 객관적으로 평가해야 하는 경우가 많았는데, 종종 일본의 호스피탈리티산업은 존재감이 없다고 느끼곤 했다. 그 시절에는 백인사회의 호텔문

화에서 중추적 역할을 담당하고 있는 일본인도 없었고, 노하우나 존재감을 지닌 일본의 호텔체인도 없었다. 물론 예전보다 ‘일본인은 상냥하고 친절하고 근면하다’는 좋은 평가를 받게 되었지만, ‘실익’이나 ‘실체’가 없었다.

필자는 이에 대한 원인을 찾고자 일본에 대해 다시 배우기 시작했는데, 이때 ‘료칸문화’를 처음으로 접하게 됐다. 그리고 그들의 독특한 ‘스토리’와 ‘문화적, 역사적’ 배경에 완전히 매료됐고, 그 ‘가치’를 피부로 느끼면서 이를 전세계에 알리고자 해외를 타깃으로 한 고급료칸 컨소시엄 ‘THE RYOKAN COLLECTION’을 설립했다.



료칸 히라기야 내부전경

10년의 세월이 지난 지금, 이곳은 일본을 대표하는 27개의 료칸과 소규모 호텔이 가입되어 있으며, 해외럭셔리 여행객 회원은 무려 2만명에 달한다.

그리고 필자는 최근 세계 각국의 고객들을 접하며 사업을 전개하는 진정한 의미를 찾을 수 있게 됐다. 당초 단지 순수하게 일본인이 소유, 운영하는 일본의 소규모 료칸과 호텔을 공정하게 평가받고 해외에서 더 많은 사람들을 유치할 수 있도록 좋은 상품을 전세계에 제공할 수 있는 무대를 마련하고 싶었다. 지금도 그 생각에는 조금도 변함이 없다. 그러나 전세계에서 료칸의 인지도와 가치를 높인다는 것은 영국계 호텔에 근무했을 때와 비교하면 결코 쉬운 일이 아니었다.

하지만 이를 해결해준 것이 해외에서 방문하는 고객, 이른바 ‘보여주기식’이 아니라 본질적인 가치를 추구하고자 하는 여행객들이었다. 그들과 이야기를 나눔으로써 일본이 세계 최고라고 자랑할 수 있는 가능성과 일본의 사업가들이 이를 위해 노력해야 하는 의의를 찾을 수 있었다.

전세계 럭셔리 여행 시장 규모는 세계적인 은행이 해마다 발표하는 보고서 ‘WORLD WEALTH REPORT’의 HNW I (High Net Worth Individual)를 토대로 유동적 금융자산 100만달러(1억엔) 이상을 보유하고 있는 사

람들의 자산으로 계산하는 것이 일반적이다. 지난 2012년에는 약1,100만명, 그들이 보유하고 있는 자산총액은 무려 4,200조엔에 달한다. 그들은 전세계 여행객의 약3%에 지나지 않으나, 그 3%의 여행객의 소비액은 전세계 여행소비액의 약25%를 차지한다. ‘소규모 인원대비 큰 매출’이라는 효율성을 생각해 세계 각지의 고급호텔, 리조트 등이 각축을 벌이고 있지만, 이를 전개하는 국가, 지역, 호텔 등의 사업자들은 좀 더 본질적 의의를 찾고 있다.

유럽의 패션 및 주얼리 브랜드는 고급스러운 이미지를 전세계 사람들에게 심어주기 위해 각지에서 거액의 투자를 한다. 그 결과 그 ‘브랜드’는 부유층뿐만 아니라 모든 사람들을 매료시킨다. 성공한 고급 브랜드들의 공통적인 키워드는 ‘동경’이다. 일단 사람들의 ‘동경’에 군림하는 순간, 사람들을 끌어들이는 카리스마를 보이며, 많은 사람들이 그 ‘동경’을 좇게 된다. 이 빛이야말로 인바운드 관광의 ‘빛’으로, 세계의 각 나라와 지역들은 그 빛을 만들고 발산시키기 위해 다양한 노력을 하고 있다.

THE RYOKAN COLLECTION의 외국인회원은 일본의 료칸문화를 ‘동경’이라고 느낀다. ‘료칸’이라는 키워드가 좀 더 큰 ‘동경’이 되어 각계각



층의 사람들이 이 상품을 향유하기 위해 일본을 찾아온다. 부유층뿐만이 아니다. 모든 계층의 손님들이 찾아온다. 그리고 일본지역의 료칸에 머문 사람들은 그 지역의 문화와 산업을 접하게 된다. 극소수의 상위계층에게 사랑받는 ‘브랜드’가 되고나면 ‘동경’을 불러일으키고, 그 결과 모든 사람들에게 사랑을 받을 수 있게 되어 높은 가치를 계속 유지하게 된다. 많은 사람들이 ‘동경’의 땅을 방문하고 가치 있는 것에 투자를 하게 되는 것이다. 그리고 그 입소문이 더 많은 가치를 창출하게 되고, 나아가서는 그 ‘브랜드’가 수출산업에도 영향을 미치게 된다. 이것이 바로 세계 각국의 럭셔리 여행 시장의 유치 전략이다. 이것이야말로 일본의 관광시장이 목표로 하는 가장 이상적인 모습이다. 그리고 이 전략을 실천할 수 있는 멋진 나라는 전세계에 그리 많지 않다.

‘전세계 부유한 여행객의 목적은 ‘일생에 딱 한번뿐인 체험 추구’, ‘그 나라, 그 지역에서만 할 수 있는 것 체험’이다. 이를 위해 지금껏 한 번도 경험한 적 없는 것을 접하고 다양한 문화를 경험함으로써 마음이 풍요로워지기를 원한다. 이는 ‘건강’, ‘아름다움’, ‘문화’, ‘자연’ 등 다양한 형태의 ‘부의 영원’을 실현할 수 있는 힌트를 찾아다니는 것이다. 일본은 본래 손님을 최고의 환경에서 맞이하는 것이 하

나의 문화였다. 사람들이 직접 만나 이야기하고 감동하는 것을 최고의 가치로 삼아온 일본문화는 고급료칸에도, 민박집에도, 고급레스토랑에도, 마을의 작은 식당에도 살아 숨 쉬고 있다. 그리고 그 호스피탈리티의 정신과 형태가 변하지 않는 한 전세계 부유층은 일본문화에 계속 매료되고 즐길 것이다.

당사는 지난 2009년 ILTM(International Luxury Travel Market)의 일본지구사무국으로 임명됐다. 세계 최고의 권위를 자랑하는 럭셔리 여행축제인 ILTM은 지난 2002년 프랑스 칸느에서 최초로 개최된 이후 해마다 12월에 개최되고 있다. 이 축제는 엄정한 심사를 통과한 약1,400개의 고급호텔, 리조트, DMC, 크루즈 등의 참가회사(유럽 50%, 아시아태평양 17% 외 다수)와, 약 1,400명의 VIP 바이어 및 컨설턴트(구미 50%, 아시아태평양 11%)가 한자리에 모이는 자리로, 4일간의 행사기간동안 약5만건 이상의 상담이 이루어진다. 첫날 개최되는 오프닝 포럼에서는 전세계 럭셔리 여행 시장에 대한 최신정보가 제공되며 이에 대한 포럼이 열린다. 또한 전세계에서 초빙된 약300개사의 관련 미디어를 통해 이에 관한 소식이 전해진다. 아울러 행사기간 중에는 셀러와 바이어가 한자리에 모여 교류할 수 있는 장을 제공한다. 그야말로 세계 럭셔리 여행 시장 최고의 이벤트인 것이다.

이 ILTM는 최근 럭셔리 여행 시장의 수요가 급증함에 따라 지난 2007년에 아시아판인 ‘ILTM아시아’ (상해), 2012년에는 눈부신 경제성장에 힘입어 많은 부유층 여행객을 배출하고 있는 남미를 주제로 한 ‘ILTM 아메리카’ (리비에라마야)를 출범시켰으며, 올해에는 전세계 여행객에게 가장 사랑받는 나라 중 하나인 ‘아프리카’를 주제로 한 ‘ILTM 아프리카’ (케이프타운), 그리고 스파&웰니스(Spa&Wellness)를 주제로 한 ‘ILTM SPA’ (런던)을 잇달아 개최해 각지에서 대성공을 거두고 있다.

그리고 ILTM 6번째 포트폴리오로서 드디어 올해 3월 ‘TLM 재팬’이 교토에서 개최됐다. 이는 ILTM 역사상 처음으로 한 나라를 주제로 한 이벤트이다. 이 행사는 가도카와 교토시장을 비롯한 시 관계자들의 열성적인 유치활동이 ILTM의 운영사인 영국의 리드 트래블 엑스비전사의 마음을 움직여 개최가 실현될 수 있었다.

교토시는 ‘가치 있는 교토브랜드’의 구축을 목표로 유치, 관광관련 산업은 물론, 전통산업 등 교토가 자랑하는 모든 산업이 세계적 가치를 높이고 교토경제를 활성화시키고자 하는 강한 의지를 가지고 있었다.

필자도 직접 이 유치활동에 참여했으며, 일본이 세계 럭셔리 여행 시장에서 ‘아시아에서 가장 경쟁력 있는 관광국’ 중 하나로 알려지기 시작했다는 사실에 대해 만족스럽게 생각한다.

일본은 라이프스타일 그 자체가 이미 세계 최고수준이다. 전세계는 이를 인식하기 시작했지만 정작 일본 국민들은 이를 인식하지 못하고 있다. 여행객들이 일부러 돈과 시간을 들여 이곳을 찾는 것은 ‘이 나라에만 있는 것’을 몸소 느끼고 체험하기 위해서이다. 우리들은 이 사실을 다시금 깨닫고 우리의 소중한 것들을 자신 있게 세계에 알려야 한다. 이렇게 한다면 가치 있는 지역콘텐츠, 경제 활성화를 실현할 수 있는 커다란 원동력이 될 것이다.

‘ILTM 재팬’은 두 번째 행사를 오는 2014년 3월 17일부터 19일까지 교토에서 개최한다.

이 행사는 일본의 가치를 높이고 관광대국으로서의 이미지를 전세계에 전담함으로써 향후 일본이 지향하는 문화산업 활성화에 크게 기여하고, 더 나아가 지역경제 부흥을 실현할 것으로 보인다.

‘THE RYOKAN COLLECTION’은 앞으로도 ‘일본의 료칸문화는 세계에서 가장 훌륭한 호스피탈리티문화’라는 점을 꾸준히 어필해나갈 계획이다. 일본의 료칸은 1300년이라는 오랜 세월 동안, 커다란 운영회사도, 체인망도 없이 가족경영만으로 그 명맥을 유지했지만, 지금은 약5만개의 료칸을 거느린 거대산업이 됐다. 이런 사실은 전세계 숙박산업에서도 전례가 없는 괄목한 만한 성과라 볼 수 있다. 바로 여기에 전세계가 일본을 주목하고, 세계강국이 될 수 있었던 이유가 존재하는 것은 아닐까.

일본에는 우리가 감동할만한 수많은 콘텐츠가 존재한다. 언어와 문화의 장벽을 넘어설 수 있는 훌륭한 문화 그 자체를 전세계에 전파하는 것이야말로 지금 가장 시급한 문제가 아닐까 생각한다. The MICE



료칸 니키클럽

“전세계 부유한 여행객의 목적은 ‘일생에 딱 한번뿐인 체험 추구’, ‘그 나라, 그 지역에서만 할 수 있는 것 체험’이다.

”

코엑스 정진욱 베뉴마케팅팀 팀장

“모든 사람은 누군가의 멘토이자 멘티입니다!”

선배의 권유로 우연한 기회에 MICE업계를 접하게 된 코엑스 정진욱 베뉴마케팅팀 팀장은 어느덧 입사 13년 차의 열정적인 베테랑 MICE인. 전시장 대관 업무를 중심으로 세일즈와 마케팅 전략을 세우는 팀 업무를 이끌어 가며 MICE 분야 최고의 전문가가 되기 위해 노력하는 그는, 일과 가정의 훌륭한 조화를 이루고 싶다는 소중한 목표를 가슴에 지니고 있다.

이진경 기자 _ 매경비어스가이드



Q 나를 일으켜 함께 걸어온 인생의 멘토가 있다면.

A 책 속의 현인이든 현실 속의 위인이든 누구에게나 멘토가 있는 힐링 열풍의 시대라고 하지만, 저의 경우에는 딱히 한명의 멘토가 있었던 것은 아니에요. 저는 학창시절부터 워낙 조용했던 성격이라 선생님들의 관심을 받지 못하는 학생이었고, 그래서인지 주로 제 곁에 있는 주변 친구들에게서 본받을 점을 찾아왔어요. 직장에 들어온 후로는 주위의

선배나 동료들로부터 제가 필요로 하는 멘토의 모습을 발견하려 했어요. 다행히도 제 주변에는 저의 부족한 부분을 채워주었던 분들이 많아서 여러모로 도움을 받아온 것 같습니다.

이제는 입사한지 벌써 13년 차로, 업무적으로는 오히려 제가 후배들의 멘토 역할을 해야 하는 시기라 생각되네요. 제가 생각하는 멘토란, 인생의 길을 앞서 밟아 온 사람으로서 뛰어난 연륜과 경험을 바탕

으로 나만의 적합한 상황을 이해해주어 나에게 필요한 조언을 해 줄 수 있는 사람이라고 생각합니다. 제가 만약 누군가의 멘토가 되어줄 수 있다면, 업무적인 부분 뿐 만이 아니라 개인적인 고민까지 함께 나누고 조언해줄 수 있는 사람이 되고 싶네요. 특히 과거에 제가 겪었던 과오들을 지금 마주하고 있는 후배들에게 올바른 판단을 할 수 있게끔 도와줄 수 있는 선배 역할이 되어주고 싶습니다.

Q 내 삶의 소중한 자산과 지향하는 목표점이 있다면.

A 제 인생의 가장 소중한 자산은 당연히 가족이고, 지향하는 목표는 두 가지입니다. 가족의 행복과 제가 일하고 있는 분야의 최고 전문가가 되는 것이죠. 일단 직업을 가지고 하는 모든 일들이 제 자신의 성취를 위한 것들도 있지만 궁극적으로는 가족의 행복을 이루기 위한 것이니 가족의 행복이 목표점인건 당연한 것 같네요. 워커홀릭까지는 아니지만 평소에 가족과 많은 시간을 같이하지 못해 늘 미안한 마음을 가지고 있는데, 앞으로는 가족들과 더 많은 시간을 보낼 생각입니다.

소중한 가족의 행복과 더불어 지금 일하고 있는 분야에서 최고의 전문가가 되는 것 또한 제 삶의 중요한 목표입니다. 전 세계적으로 뛰어난 MICE 인프라를 보유하고 있는 코엑스는 ASEM, G20 및 핵안보정상회의 등 전 세계가 주목하는 정상회담들을 성공적으로 개최한 이력이 있어 명실상부 세계 최고 수준의 컨벤션센터로 인정받고 있는데요. 최근 코엑스는 무역센터 마이스클러스터(TMC)를 발족하여 MICE산업의 지속적인 발전과 더불어 문화와 산업이 융합된 클러스터로 재편하여 MICE산업 중심의 관광명소로 거듭나고자 하는 계획을 발표했습니다. 이외에도 아직 확정되지는 않았지만 전시장 확충 및 잠실지구 MICE 인프라 추가 구축 등 앞으로도 이 지역에서 벌어질

일들이 무궁무진하게 남아 있다고 볼 수 있습니다.

개인적으로 이러한 시기에 코엑스에서 몸담고 있다는 사실에 대해 매우 자부심을 느끼고 있으며, 과거에 해 왔던 일보다 앞으로 제가 해야 하는 일들이 훨씬 더 많이 남아 있을 거라는 생각이 더욱 저를 일으켜 세워줍니다. 끊임 없이 매진하고 노력하여 코엑스가 향후 세계 최고의 MICE 인프라가 될 수 있도록 소명을 다하고 싶은 바람입니다.

Q 마지막으로 인생 후배들에게 조언의 한 말씀 부탁드립니다.

A 모든 사람은 살면서 누군가의 멘토이자 멘티이죠. 마음만 먹는다면 누구에게서든 배울 점을 찾을 수 있고 가르쳐 줄 점이 있으니까요. 이 사실 하나만으로도 살아가는데 많은 위안이 되는 것 같습니다.

저는 멘토로서 요즘은 개인적이고 현실적인 부분, 예를 들면 자녀교육과 노후준비 같은 부분에서 저보다 많은 고민과 경험을 하셨던 인생 선배들의 조언을 듣고 싶습니다. 또한 제가 멘토로서 후배들에게 조언을 해준다면, 자신에 대한 믿음을 잃지 말라고 말해주고 싶어요. 요즘 젊은 세대들에게 가장 큰 고민은 본인이 현재 당면하고 있는, 또는 앞으로 다가올 불확실한 미래에 대한 불안일 것이라고 생각합니다. 실패를 두려워하지 말고 차곡차곡 쌓은 경험의 자신감을 발판삼아 말만 들어도 눈이 부신 아름다운 청춘을 꽃피워 낼 수 있기를 바랍니다. TheMICE

아름다운 섬, 제주바다에서 내 생에 가장 행복한 심을 플러스하다

세계인에게 사랑받는 아름다운 섬 제주는 휴양과 웰빙, MICE, 레저스포츠, 다양한 먹거리, 쇼핑에 이르기까지 모든 것이 함께 공존하고 있다. 꿈의 지상낙원 제주를 더 알차게 즐기고, 덤으로 힐링까지 할 수 있다면 그야말로 금상첨화. 제주의 대표적인 관광기업 (주)퍼시픽랜드는 이러한 시대의 흐름 속에 제주 관광산업의 새로운 롤모델을 제시하고 있다. 전세계인의 가슴을 두드리는 제주관광의 눈부신 매력을 이제 퍼시픽랜드와 함께 느껴보자.

박지현 기자 _ 매경바이어스가이드

고객의 환심을 사로잡는 관광산업은 현 시대 최대 이슈이자 트렌드라 할 수 있다. 이러한 흐름 속에 제주 중문관광단지에 자리 잡고 있는 관광기업 퍼시픽랜드는 다양한 사업 확장을 통해 그 시너지 효과를 극대화해 제주관광의 신기원을 이뤄나가고 있다.

퍼시픽랜드의 이러한 경영전략은 제주의 아름다움을 기업의 이윤추구를 위한 전략 도구로 생각하지 않고, 오로지 고객중심의 눈높이에 맞춰 고객의 행복한 '섬'을 위해 노력과 헌신을 다하는 퍼시픽랜드만의 투철한 서비스 정신 그리고 허욕석 대표이사 경영마인드가 일궈낸 결과물이라 할 수 있다.

공연과 요트투어, 씨푸드, 최근 한국의 최대 관광객인 중국인을 위한 전용음식점 등과 함께, 관광산업의 꽃이라 불리는 MICE산업의 고객과 인센티브 투어단 유치 등을 위해 사업의 차별화를 추진하고 있는 퍼시픽랜드는 제주관광의 글로벌화를 위한 도전을 멈추지 않고 있다.

홍콩, 싱가포르 그 이상의 국제관광지를 겨냥해 국제자유도시로 출범한 해양관광의 최고를 자랑하는 제주 중문관광단지내 위치한 퍼시픽랜드에는 돌고

래쇼, 바다사자쇼, 원숭이쇼 공연과 쾌속질주를 통해 제주바다의 절경을 둘러 볼 수 있는 제트보트와 체험형 크루즈 샹그릴라 요트투어 등 제주를 찾는 관광객을 위한 다양한 체험형 프로그램이 운영되고 있다.

특히 수려한 자연경관을 자랑하는 중문의 바다를 배경으로 요트투어를 즐긴 후 싱싱한 해산물로 요리한 음식을 맛볼 수 있는 씨푸드 샹그릴라는 제주 여행의 백미라 할 수 있다.

퍼시픽랜드는 제주의 멋과 맛, 그리고 섬까지 덤으로 가져올 수 있는 곳으로 원스톱 해양관광의 진수를 느낄 수 있다. **The MICE**



KMA - New members



연간 약 5만명의 외국인 개별 고객들에게 한국의 관광지를 소개하고 있으며 다년간 쌓인 노하우로 만족 높은 서비스를 제공하고 있습니다. 국내 PCO 업체 뿐 아니라 해외 유수의 PCO 업체 컨퍼런스도 진행하고 있으며, 서울뿐만 아니라 부산, 경주, 제주 등의 지방 컨벤션 행사 또한 전문 담당자들과 지역 네트워크를 통해 다채로운 프로그램을 구성, 만족도 높은 행사 진행 능력을 자랑합니다.
(주)서울시티투어는 문화체육관광부에서 지정받은 우수여행상품을 통해 한국관광공사와 공동마케팅을 진행하는 등 업계 최고의 공신력과 행사 진행 경험을 보유하고 있습니다.

(주) 서울시티투어

“(주) 서울시티투어는 외국인 전문 인바운드 여행사로, 10여년간 한국을 방문하는 외국인 여행객에게 한국을 소개하는 역할을 담당하고 있습니다.”

개별 여행객뿐만 아니라 인센티브 그룹, VIP 방문 의전 등 다양한 고객층에게 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 아울러

KOREA DMC

“한국을 방문하는 전세계의 고객을 위한 ONE-STOP 맞춤 서비스를 KOREA DMC와 함께 하시기 바랍니다.”

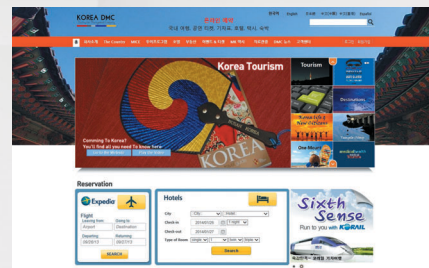
문화관광 콘텐츠, MICE, 문화공연예약시스템, 관광투어상품, 숙박 등 다양한 서비스와 정보를 통하여 Inbound One-Stop full Service를 선도하는 KOREA DMC입니다. 한국을 찾고자 하는 전세계 고객들에게 최고, 최대, 최적의 Service를 추구하는 Global Only one인 KOREA DMC가 되겠습니다.

MICE : ‘모든 프로그램을 완벽하게’라는 모토를 가지고 고객의 입장으로 처음부터 끝까지 KOREA DMC가 책임지고 기획하고 실행함으로써 MICE산업의 혁신을 불러일으킬 것입니다.

Information : 이해하기 쉽고 신속한 정보 전달을 위하여 각 언어별 맞춤정보 서비스를 제공하고 있습니다.

Tourism : 외국인 관광객들에게 유용한 상품을 제공하고자 다양한 콘텐츠를 제공합니다. 기존의 여행상품과는 차별화된 것으로 신선함과 고객만족 모두를 충족시킬 수 있도록 나라별 맞춤형 여행상품이 있습니다.

Event : 한국에 있는 모든 문화공연 행사를 한 눈에 보기 쉽고, 클릭 한번으로 예매를 할 수 있는 편리하고 간편한 접근성을 가지고 있습니다. KOREA DMC를 통해 한국은 보다 체계화되고 강한 문화강대국으로 성장할 수 있을 것입니다.



“MICE한류,
대한민국을
살리다!”

2014 한국MICE연례회의+Market Place

2014. 2. 20(목) – 2. 22(토) 대구 EXCO