

PROLOGUE

국내 지방컨벤션뷰로 현황 및 2014년 주요 동향

SPECIAL

2013 한국 MICE 네트워크숍, 국내 MICE 업계 축제한마당

2014 한국MICE연례회의 및 마켓플레이스,
내실있는 MICE 교육네트워크, 비즈니스가 이루어지는곳!

박근혜 정부 국제회의 육성 기본계획,
MICE산업 질적 성장과 융복합화를 촉진하다

ZOOM-IN

2014년 글로벌 MICE 시장 전망과 대책

FOCUS

MICE 행사유치의 성공열쇠, 앰배서더 프로그램

COMMUNICATION

디자인 · 창조산업의 발신지 DDP
(동대문디자인플라자&파크)



회원사들의 꿈과
함께하는 MICE매거진



천년 컨벤션의 문화

경주의 컨벤션은 이미 천오백년 전에 시작되었습니다.
화백의 세련되고 품격있는 가장 한국적인 컨벤션문화,

다시 경주가 시작합니다.



에디토리얼 - 편집장 노트

새롭게 주목받고 있는 신흥 MICE 시장

이창현 박사 / 편집위원장 | 한국컨벤션전시산업연구원(ICEM) 부원장

최근 글로벌 MICE산업에서 브라질, 중국, 인도 등 신흥 MICE시장이 새롭게 주목받고 있다. 중국은 아시아에서 가장 높은 인기를 누리고 있는 회의개최지로, 매년 베이징에서 열리는 CIBTM은 2009년부터 그 규모를 두 배로 늘려왔다. 스위스계 다국적 컨벤션 전문기업 MCI그룹 역시 중국 회의시장에 주목하는데, MCI 수익의 25%가 아시아에서 창출되고 있으며 이 가운데 중국의 비중이 가장 높다. 인도의 성장세 역시 가파르다. 지난 해 리드는 인도에서 제1회 IBTM을 성공적으로 런칭하면서 인도 회의시장의 충분한 잠재력을 목격하였다. 브라질을 비롯한 라틴 아메리카는 강력한 비즈니스 파워를 자랑하며 협회 전문가들의 집중된 관심을 받고 있다. 이밖에 거론되는 차세대 신흥시장으로 동유럽, 터키, 중동 등이 있다.

ICCA가 발표한 2012년 도시별, 국가별 회의개최 건수 순위를 살펴보면 신흥 회의시장의 약진이 돋보인다. 국제회의 개최 상위 25개국 가운데 6개의 신흥국가- 브라질(360건), 중국(311건), 아르헨티나(202건), 터키(179건), 멕시코(163건), 인도(150건)-가 포함되었으며, 도시별로는 이스탄불(128건), 베이징(109건), 부에노스아이레스(99건), 리우데자네이루(83건)가 상위 25위권 내에 자리하였다. ICCA의 최고경영자 마틴 서크는 이러한 신흥시장의 급부상에 대하여, 지역 내 컨벤션 시장이 갖는 경제적 견인력(네트워킹, 협회 참여, 외부시장 교육)에 대한 이해가 확산된 결과라고 설명한다. 이미 아시아와 라틴아메리카, 미국에서 지역사무소를 운영하고 있는 ICCA는 지난 2013년에 아프리카지사와 중동지사를 새롭게 개관하였다. ICCA의 회장 아날도 나돈은 신흥시장에서 새로운 지부를 개관한 것은 ICCA가 국제회의 시장의 지속적으로 진화한다는 사실을 인지하고 있음을 보여주며, 향후 가장 놀라운 성장이 예상되는 시장을 선점하려는 의지라고 설명한다.

이머징마켓의 부상은 행사의 공급측면에서 뿐만

아니라, 수요시장의 측면에서도 주목받는다. 지난 몇 년간 세계 최대 규모의 전시회 IMEX와 IBTM을 찾는 참가자 및 초청바이어 가운데 신흥시장의 비율이 경이로운 수준으로 증가해왔다. 참가자의 프로파일은 바이어의 출신 국가 정보를 제공하기 때문에, 이를 활용하여 가장 빠르게 성장하고 있는 회의시장을 판단할 수 있다. 초청바이어의 출신국가는 바이어 측면에서 각 시장의 성장수준을 나타내는 강력한 지표로 제공하는데, 이는 국제시장으로 사업을 확장할 수 있는 구매력을 보유한 회의전문가들이 많다는 것을 보여준다. 신흥 MICE 시장이 급부상하면서 IBTM그룹은 미래 전시회 및 행사개최지를 선정할 때 이머징마켓을 우선적으로 고려하고 있다. IBTM그룹은 자체적으로 수행한 연구결과를 토대로 중국(CIBTM, 2005년 발족)과 아부다비(GIBTM, 2007년 발족)에서 MICE 행사를 개최하였으며, 향후 차세대 대규모 회의시장으로 떠오른 인도에서 6번째 전시회를 개최할 예정이다.

신흥 MICE시장의 급부상이 글로벌 MICE시장의 확대되고 있음과 더불어 향후 경쟁이 더욱 치열해질 것이라는 것을 시사한다. 시장 확대에 인한 기회도 있겠으나, 경쟁 역시 확대될 것이기 때문이다. 신흥 MICE시장의 기회를 선점하고 있는 대부분 컨벤션 회사들은 유럽이나 북미에 본사를 둔 글로벌 컨벤션회사인 경우가 많다. 현재로서는 이들 시장으로 진출할 국내 컨벤션 기업이 없다는 것이 아쉬울 뿐이다. 향후 신흥 MICE시장에서의 시장기회가 더욱 확대될 것이라는 것을 고려하면, 국내에서도 해외에 진출하는 컨벤션 기업이 나와야 하는 게 아닌가 하는 생각이다. 제조업에서처럼 서비스 수출이 가능한 시장환경이 MICE산업에도 이미 도래했기 때문이다. 신흥시장에서의 기회를 차지하지 못한다면, 결국 극심한 내부경쟁에 내몰리는 것이 우리 컨벤션업계의 미래 모습이 아닐까? 이제 우리 업계도 신흥 MICE시장에 대한 관심이 필요할 때이다. The MICE



계간 더 마이스 The MICE Meeting Incentive Convention Exhibition

MICE는 세상의 물음표를
느낌표로 만들어주는
든든한 파트너입니다.



2014 | Vol. 26

www.micekorea.or.kr

계간 더 마이스 통권 제26호 발행 _ (사)한국MICE협회 발행일 _ 2014년 1월 29일 발행인 _ 오성환 편집위원장 _ 이창현 편집위원 _ 강다은, 권명희, 김민혜, 박진혁, 석재민, 정정숙, 조진훈, 차종대, 양천도 주소 _ 서울시 중구 청계천로 40 한국관광공사 10층 (사)한국MICE협회 TEL _ 02-3476-8325 FAX _ 02-3476-8449
Copyright _ 김현열 기자 편집 및 디자인 _ 매경바이어스가이드(02-558-3812)



Contents

Prologue

- 01 에디토리얼 편집장 노트 | 이창헌 편집위원장
04 이슈 및 동향 국내 지방컨벤션뷰로 현황 및 2014년 주요 동향
13 MICE Day MICE Calendar(1, 2, 3, 4월)

Special

- 16 특집 I 국내 MICE 업계 축제 한마당, 동 산업의 성장 플랫폼을 제시하다
특집 II 내실있는 MICE 교육네트워크, 비즈니스가 이루어지는 곳! 2014 한국MICE연례회의 및 마켓플레이스
30 글로벌 I 제52차 ICCA연차총회 참가 후기
글로벌 II SITE Global Conference 2013 참관기 I
글로벌 III SITE Global Conference 2013 참관기 II
글로벌 IV EIBTM(Europe Incentive Business Travel & Meetings) 참가 후기
38 정책 박근혜 정부 국제회의 육성 기본계획, MICE산업 질적 성장과 융복합화를 촉진하다

People

- 46 회원사 탐방 I 경주시 MICE산업의 마중물이 되었습니다
회원사 탐방 II 제주 MICE의 종합선물세트, (주)몽치마이스
50 줄인 부산관광공사 장태순 MICE본부장 2014년 글로벌 MICE 시장 전망과 대책

Focus

- 56 인사이트 I 2013 SEOUL MICE Alliance 연례회의
인사이트 II 2013 인천 MICE Job Fair
인사이트 III 대전 엑스포과학공원 재창조 개발계획 본격화, 제2 도약 준비, Youth Convention(산-학 연계 연수 프로그램)
인사이트 IV 대구컨벤션뷰로, '제10회 웨어워드 코리아' 지방자치단체 부문 대상 수상, 국제 마(馬)산업 EXPO 2013 성공리 개최
64 해외저널 MICE 행사유치의 성공열쇠, 앰배서더 프로그램

Communication

- 68 칭찬합시다 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 객실 세일즈&마케팅 2팀 최윤실 과장
70 힐링컬처 Original Korean Musical 미소, MISO로 정동 길을 물들이다
72 유니크베뉴 디자인 · 창조산업의 발신지 DDP (동대문디자인플라자&파크)



17



38



73

국내 지방컨벤션뷰로 현황 및 2014년 주요 동향

국내 지방컨벤션뷰로는 법인설립형태에서부터 조직구성, 인력운영에 이르기까지 다양한 모습을 보이고 있다. 이번 호에서는 국내에서 운영 중인 주요 지방컨벤션뷰로의 조직구성, 인력현황, 주요 기능 및 2014년 주요 동향에 대해 살펴봄으로써 지방컨벤션뷰로간 비교가 가능할 수 있도록 하였다.

- | | | | |
|------------|-------------|------------|--------------|
| 1. 서울컨벤션뷰로 | 2. 인천컨벤션뷰로 | 3. 경기컨벤션뷰로 | 4. 대전마케팅공사 |
| 5. 경남컨벤션뷰로 | 6. 대구컨벤션뷰로 | 7. 경주컨벤션뷰로 | 8. 광주관광컨벤션뷰로 |
| 9. 부산컨벤션뷰로 | 10. 제주컨벤션뷰로 | | |



서울컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 21일 기준)

2월 초 MICE본부 조직 변경 예



현 황 : 총 16명 / MICE본부장 1명, 직원 15명

주요기능 : MICE유치 · 개최 지원사업 / MICE해외 특화홍보 및 프로모션 / 서울 대표 MICE상품 육성
Seoul MICE Alliance 운영 및 네트워크 활성화 / 서울컨벤션서포터즈 운영 및 전문인력 양성

주 소 지 : 서울특별시 종로구 대학로 49, 8층 서울관광마케팅 서울컨벤션뷰로

연 락 처 : 02-3788-0821

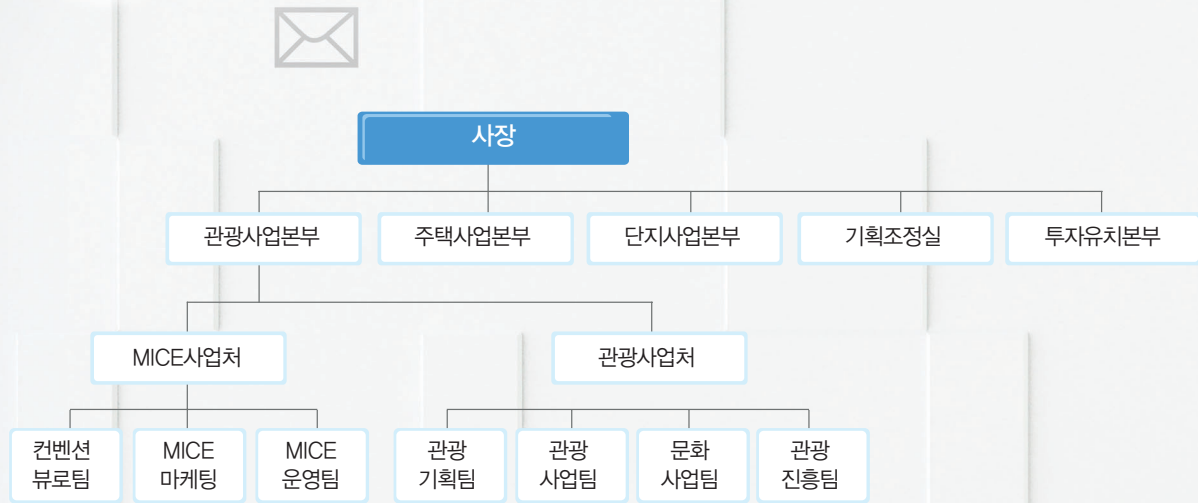
2014년 주요동향

- 2013년 12월, MICE뷰로실에서 MICE 본부로 승격, 2014년 2월 MICE팀 2개로 확대
- MICE 마스터 플랜을 발표한 서울시와 더불어, MICE산업 육성사업을 당사 핵심전략사업으로 지정 / 서울관광마케팅 내 MICE본부를 선임부서로 지정
- 2014년 예산은 전년대비 40% 증가한 약 61억원이며, 주요 추진전략은 신규MICE 유치 발굴 및 해외 MICE도시들과 치열한 유치경쟁에서 유리한 위치 선점



인천컨벤션부로 현황 (2014. 1월 기준)

인천도시공사 관광사업본부, MICE사업처 내 컨벤션부로팀



현황 : 총 4명 / 컨벤션부로 팀장 1명 및 직원 3명

주요기능 : 국제회의 유치(국제회의 유치 개최 지원) / 지역 특화 컨벤션 육성지원 / MICE관광객 증대 및 도시 홍보
MICE인프라(컨텐츠 및 얼라이언스)구축 / MICE인재 육성사업(MICE Job Fair) 등

주소지 : 인천광역시 연수구 센트럴로 123(송도동 6-1) 송도컨벤시아 3층
인천도시공사 관광사업본부 MICE사업처

연락처 : 032-210-1050

2014년 주요동향

- 인천광역시 MICE육성 조례 발의
- 2014년 인천아시안게임과 연계한 MICE 방문객 편의 개선 프로그램 운영
 - MICE 관광 투어 프로그램(상설) 운영 • MICE관광지원센터 운영(송도컨벤시아 내)
- 송도 소재 국제기구협의회 구성을 통한 국제기구 지원 사업 전개
 - 국제기구 임직원 정착 지원 프로그램 운영 • MICE 관련 행사 원스톱 서비스 지원 체제 구축
 - 국제기구 연계 MICE 행사 기획 및 개최

지자체 담당부서 : 인천광역시 국제협력관실, 국제도시팀, 인천경제자유구역청 문화공보과 MICE산업팀

경기컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 기준)



현 황 : 총 8명 / 컨벤션뷰로 단장 1명, 직원 7명

주요기능 : MICE유치(기업인센티브 포함) 및 유치·개최지원

지역 특화 MICE육성지원

MICE관광객 증대 및 도시 홍보

MICE Alliance 네트워크 확대 및 공동 프로모션 강화

주 소 지 : 경기도 수원시 장안구 경수대로 1150 신관 5층 경기컨벤션뷰로

연 락 처 : 031-259-4783

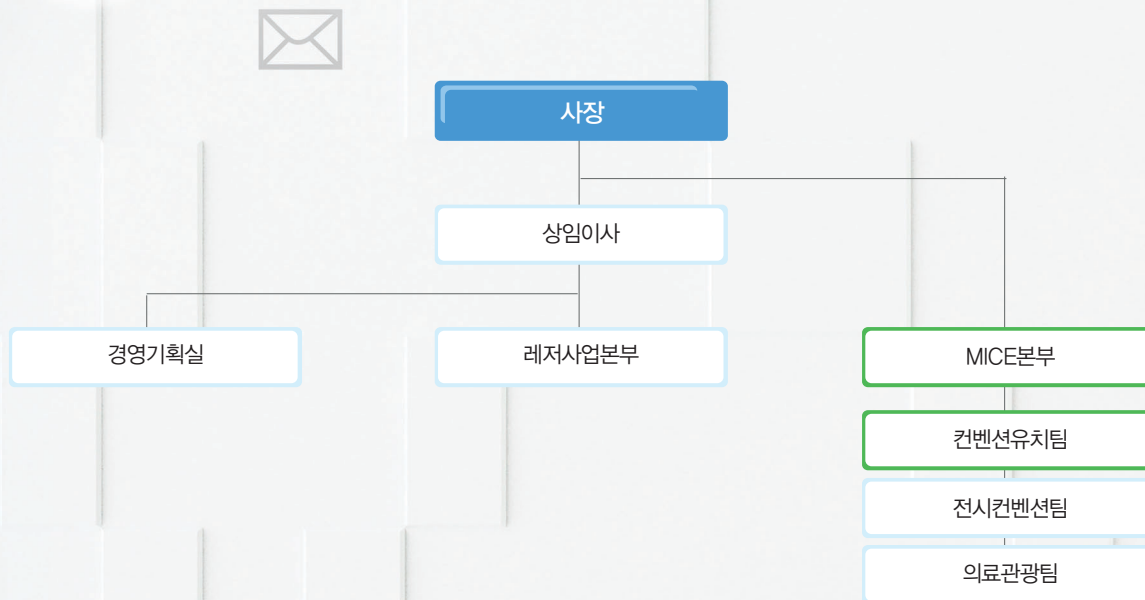
2014년 주요동향

- MICE 관련 사업 활성화가 전사적 중점 사안임
- 적극적인 해외 세일즈 강화 및 홍보를 통해 경기도 인지도 제고 추진
- Gastech총회, 바이오 코리아, UN공공행정포럼 등 대규모 국제회의 개최예정
- MICE Alliance 연계 해외 로드쇼 및 박람회 참가

지자체 담당부서 : 경기도 서비스산업과

대전마케팅공사 현황 (2014. 1월 기준)

2014년 2월중 조직개편이 있을 예정입니다.



대전마케팅공사는 2011년 11월 1일자로 기존 (지방)엑스포과학공원과 (재)대전컨벤션부서가 합병하여 설립된 대전시 산하 도시마케팅 기구이다.

— 주요 사업영역은 ①도시브랜드 및 마케팅, ②국제회의 유치, 개최지원, ③관광자원 개발, 운영, ④전시 및 홍보 등이며, 조직은 1실, 2본부, 9팀제로 정원은 99명이다.

컨벤션부서의 기능은 공사 내 MICE본부의 컨벤션유치팀에서 수행하고 있는데 현황은 아래와 같다.

현 황 : 총 9명 / 본부장 1명, 팀장 1명, 직원 7명

주요기능 : MICE유치 및 개최지원, 지역특화 MICE 육성지원, MICE관련 네트워크 구축 및 지원, 박람회·로드쇼 참가 등 개최지 해외홍보 등

주 소 지 : 대전광역시 유성구 엑스포로 107(도룡동) 대전컨벤션센터

연 락 처 : 042-869-5300~7

지자체 담당부서 : 대전광역시 문화산업과 컨벤션산업담당(042-270-3940/2)

경남컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 기준)



현 황 : 총 10명 / 사무국장 1명, 직원 9명

주요기능 : MICE유치 마케팅 / MICE 참가자 대상 관광프로그램 개발 및 지원
 MICE 국내 및 국제기구 활동 / MICE 지역특화 컨벤션 육성
 MICE 인력풀 교육 및 관리 등

주 소 지 : 경남 창원시 의창구 원이대로 362(대원동) 창원컨벤션센터 6층 (사)경남컨벤션뷰로

연 락 처 : 055-212-6712

2014년 주요동향

- 조직활성화를 위해 경력직 인력채용, 회원모집 및 홍보활동 강화
- 국내외 회의주최자 대상 마케팅, 네트워크 강화로 MICE 참가자 증대
- 주최기관·단체 협회 대상 경남지역 MICE 인프라 소개
- 국내외 대규모 MICE 전시회 참가로 경남 홍보 강화
- 지역 전략산업관련 컨벤션 유치·개최를 통한 지역경제 파급효과 제고

지자체 담당부서 : 경상남도 국제통상과, 창원시 기업사랑과

대구컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 기준)

3월 중 조직변동 있을 예정입니다.

현 황 : 총 10명(사무국장 1, 직원 9) *관광전담 직원 1명

주요기능 : MICE유치 및 유치개최 지원 / 지역특화 MICE육성 지원 / MICE 도시 홍보
MICE 인적네트워크 구축 / MICE 참가자 서비스 상품 개발 및 운영 / 관광상품 개발 및 홍보

주 소 지 : 대구광역시 북구 유통단지로 14길 17

연 락 처 : 053-382-5228

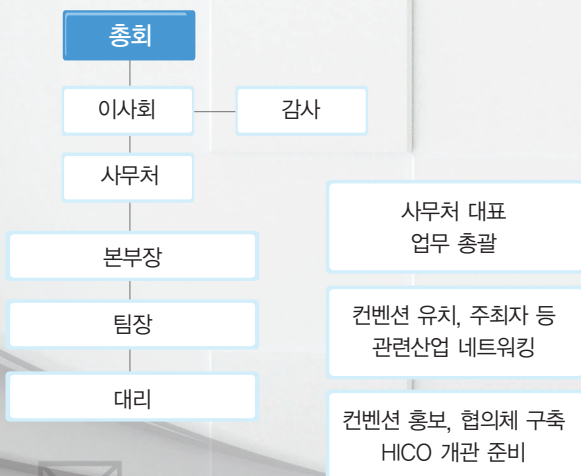
2014년 주요동향

- 신규MICE 시장 개척 및 지역 특화산업, 소규모 토착 컨벤션 확대 지원
- 도시마케팅기구로써 역할 확대를 위한 도시 홍보 및 관광 사업 강화

지자체 담당부서 : 대구광역시 국제통상과 전시컨벤션계



경주컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 기준)



설 립 : 2013년 10월 10일

인 원 : 총 3명

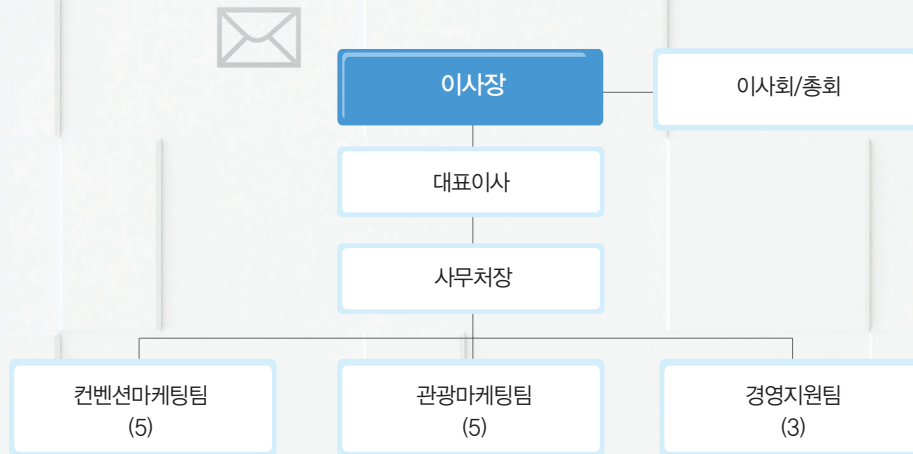
주 소 지 : 경북 경주시 양정로 260호 경주시청 별관 2층

연 락 처 : 054-777-3556 / marketing@crowncity.kr

사업내용

- 국내외 MICE 행사 유치
- 경주화백컨벤션센터의 사전 홍보 마케팅 개관 준비
- 컨벤션 도시로서의 경주 홍보

광주관광컨벤션뷰로 현황 (2014. 1월 기준)



현 황 : 총 15명 / 대표이사 1명, 사무처장 1명, 직원 13명

주요기능 : 국제회의 · 행사 유치 및 개최지원을 통한 MICE 산업 활성화
 국내 · 외 관광객유치 및 관광서비스 제공을 통한 관광산업 활성화
 국제화전문조직으로서 광주광역시 각 기관의 국제화업무지원
 광주시의 문화 · 관광 · 산업 · 교육 자원의 해외홍보 / MICE · 관광 인재 육성 및 관련 지방업체 활성화 지원

주 소 지 : 광주광역시 서구 상무누리로 30 김대중컨벤션센터 컨벤션동 1층

연 락 처 : 062-611-3613

2014년 주요동향

- 국립아시아문화전당 완공대비 문화 · 예술 MICE 육성 및 유치 확대
- 인프라 개선(국립아시아문화전당 개관, 특급호텔 추가 건립, KTX 고속화 사업 완공 등)사항의 적극적 홍보를 통한 기업인센티브 유치 기반마련 및 컨벤션 유치활성화 기대
- 광주 브랜드컨벤션과 특화컨벤션 지원 · 육성을 통해 지속적인 컨벤션 수요 창출
- 국제회의의 개최에 따른 지역경제 파급 효과 증대 및 재방문 촉진을 위해 개최지원서비스 강화 (다양한 관광프로그램 개발 · 활용, MICE 서포터즈 육성 확대, Unique Venue 지원 등)

지자체 담당부서 : 광주광역시 국제협력과

부산컨벤션부로 현황 (2014. 1월 기준)

1월 중 조직변동 있을 예정입니다.



현황 : 총 6명 / MICE본부장 1명, 직원 5명

주요기능 : MICE유치(기업 인센티브 포함) 및 유치개최지원 / 지역특화 MICE육성지원 / MICE관광객 증대 및 도시 홍보
MICE인프라(컨텐츠 및 스마트 환경)구축 / MICE지역기업 지원 및 MICE인재 육성사업 등

주소지 : 부산광역시 해운대구 센텀 중앙로 79 센텀사이언스파크(CSP) 18층 부산관광공사 MICE실

연락처 : 051-780-2151

2014년 주요동향

- 부산관광공사 내 MICE실로 조직 위상은 강화, 반면 인력 부족
- 부산관광공사 내 위상을 살려 기업인센티브 드라이브, MICE관광 활성화 추진 및 효과 기대
- 2014부산TU전권회의 개최를 통해 스마트MICE환경 구축

지자체 담당부서 : 부산광역시 MICE산업과

제주컨벤션부로 현황 (2014. 1월 21일 기준)

현황 : 총 4명(정원 6명) / 마케팅 2명(4명 정원), 기획총무 2명

주요기능 : MICE지원(유치, 홍보, 개최) / MICE관광객 증대 및 도시 홍보
MICE인프라 구축 및 정보제공 / 지역 MICE기업 공동 마케팅 및 MICE산업 활성화 등

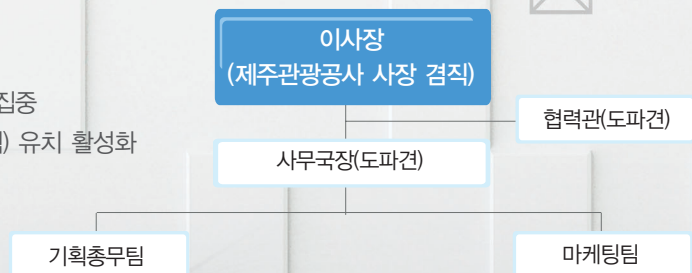
주소지 : 제주특별자치도 제주시 선덕로 제주웰컴센터 2층 제주컨벤션부로

연락처 : 064-739-2206

2014년 주요동향

- 고부가 가치 국제회의 및 해외 인센티브 투어 유치 집중
- 동남아 지역 기업 인센티브 투어(신규 관광시장 개척) 유치 활성화
- 제주 MICE Alliance 공동 마케팅 강화
- 대형 국제행사 개최시 홍보를 통한 제주 재방문 유도 등 제주 브랜드 강화

지자체 담당부서 : 제주특별자치도 관광정책과 MICE계



코리아 마이스 캘린더

January / February / March / April 2014

Major International Meetings&Conventions in Korea

FEBRUARY							2
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		

MARCH							3
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	
23/30	24/31	25	26	27	28	29	

January

To be decided

제12차 유엔 생물다양성 협약 총회

The 12th UN Convention on Biological Diversity (UNCBD)

www.me.go.kr

03.23 - 03.27

Coex Seoul

제11차 세계간담췌장학회 학술대회

International Hepato-Pancreato-Biliary Association World Congress 2014

www.khbp.or.kr / khkim620@amc.seoul.kr

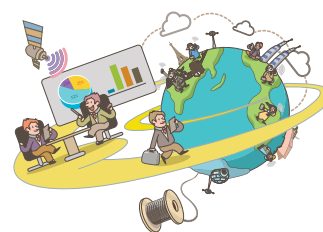
03.26 - 03.29

Coex Seoul

제6차 국제조울병학회 컨퍼런스

The 6th Biennial Conference of the International Society for Bipolar Disorders

www.ksdb.or.kr / jooyh@amc.seoul.kr



International Meeting&Conventions

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

January To be decided (Changwon)

제12차 유엔 생물다양성 협약 총회

경상남도 환경정책과

T : 055-211-4144 / F : 055-211-4119(www.gsnd.net)

March To be decided (Seoul)

아시아태평양 국제 교육협회 컨퍼런스

아시아태평양 국제교육협회

T : 02-3290-2938 / F : 02-921-0684(www.apaie.org)

March To be decided (Jeju)**2014 아시아지역연합 추진공학 국제학술대회**

(사)한국추진공학회

T : 042-822-6472 / F : 042-826-6472(www.kspe.org)

03.23 - 03.27 Coex (Seoul)**제11차 세계간담체외과학 학술회**

한국간담체외과학회

T : 02-2148-7749 / F : 02-3410-6980(www.khbp.or.kr)

03.24 - 03.27 KINTEX (Goyang)**Gastech 총회**

한국가스공사, 지식경제부, 한국관광공사, 경기관광공사, 천보 에너지

03.26 - 03.29 Coex (Seoul)**제6차 국제조울병학회 컨퍼런스**

국제조울병학회 한국지부

T : 02-2270-0941(www.ksdb.or.kr)

03.28 - 03.30 Lotte Hotel Jeju (Jeju)**제8차 아시아태평양 심장혈관영상의학회**

대한심장혈관영상의학회

T : 02-3452-0507 / F : 02-521-8683

April To be decided**제111회 대한안과학회 학술회**

대한안과학회

T : 02-583-6522 / F : 02-583-6521(www.ophtalmology.org)

April To be decided (Seoul)**제5회 클린에너지 장관회의**

지식경제부

T : 02-2110-4824 / F : 02-504-5001(www.mke.go.kr)

04.7 - 04.11 To be decided (Busan)**제23회 국제월드와이드웹컨퍼런스**

한국과학기술원

T : 042-350-3537 / F : 042-350-2210(www.kaist.ac.kr)

04.09 - 04.11 Daejeon Convention Center (Daejeon)**2014 한국고분자학회 춘계총회 및 연구논문발표회**

한국고분자학회

T : 02-568-3860(www.polymer.or.kr)

04.17 - 04.18 Kimdajeung Convention Center (Gwangju)**2014 순환기관련학회 춘계통합학술회**

대한심장학회

T : 02-3275-5258 / F : 02-3275-5259(www.circulation.or.kr)

04.17 - 04.18 Daejeon Convention Center (Daejeon)**2014 정기총회 및 학술발표대회**

한국목재공학회

T : 02-877-4781 / F : 02-877-4780(www.kswst.or.kr)

04.17 - 04.19 Coex (Seoul)**제4회 쇼핑몰연례국제컨퍼런스**

코엑스

T : 02-6000-8179(www.coex.co.kr)

04.23 - 04.25 To be decided (Changwon)**한국화학공학회 춘계학술회**

한국화학공학회

T : 02-458-3078 / F : 02-458-3077(www.kiche.or.kr)

04.23 - 04.25 Daejeon Convention Center (Daejeon)**2014 한국물리학회 춘계학술회**

한국물리학회

T : 02-556-4737 / F : 02-554-1643(www.kps.or.kr)

송도컨벤시아 2014년 주요 행사

MARCH							3
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	
23/30	30/31	25	26	27	28	29	

03.19 - 03.21

2014국제접착·코팅·필름산업전시회 전시장 1,2홀(규모 : 25,000명)

03.19 - 03.21

2014 국제표면처리·도금·도장기술산업전 전시장 1,2홀(규모 : 25,000명)

03.19 - 03.21

2014 화학소재산업전 전시장 1,2홀(규모 : 25,000명)

03.28 - 03.30

2014 대한민국 마을기업 박람회 전시장 1,2홀(규모 : 30,000명)

회의

02.27 - 03.01 GIST, Oryong Hall (Gwangju)

2014 국제 임베디드 시스템 및 지능기술 컨퍼런스(2014 ICESIT)

광주과학기술원(GIST) 전자통신공학부, 실감방송연구센터
T : 062-715-2258(<http://www.tesa.or.th>)

03.17 - 03.22 Kimdaejung Convention Center (Gwangju)

FISU(국제대학스포츠포럼) 포럼

2015 광주하계유니버시아드대회 조직위원회
T : 062-616-3522 / F.062-616-3529(<http://fisuforum2014gwangju.org>)

코엑스(Seoul)

01.10 - 01.12

COEX (Seoul)

제41회 춘계 웨덱스코리아

서울전람(주)
T : 011-9022-8891 / F : 02-529-0695
(www.weddex.com)

전시

03.12 - 03.14 Kimdaejung Convention Center (Gwangju)

SWEET 2014

광주광역시, 전라남도
T : 062-611-2216,2257 / F.062-611-2209(www.sweet.or.kr)

03.28 - 04.06 Kimdaejung Convention Center (Gwangju)

2014 광주봄꽃박람회

광주광역시
T : 062-611-3600 / F.062-611-2239(<http://www.flowershow.kr>)

킨텍스(Goyang)

04.08 - 04.13

KINTEX (Goyang)

제16회 2014 서울국제공작기계전

한국공작기계산업협회
T : 02-3459-0022 / F : 02-6280-2721
(www.simtos.org)

‘2013 한국 MICE 네트워크숍’, 수원에서 열려

국내 MICE 업계 축제 한마당, 동 산업의 성장 플랫폼을 제시하다



한국 MICE 업계 종사자들의 화합의 장인 ‘2013 MICE 네트워크숍’이 지난 12월 6일에서 7일까지 2일간 경기도 수원 이비스 엠버서더 호텔에서 개최됐다. ‘MICE 네트워크숍’은 동 업계가 총 참석하여 한 해를 정리 및 결산하는 국내 MICE산업의 교류의 장으로 자리매김 하고 있으며, 올해는 (사)한국MICE협회, 경기도, 한국관광공사가 공동 주최하고 한국MICE육성협의회, 경기관광공사가 주관, 문화체육 관광부가 후원했다. 본 행사에는 전국의 MICE 전담조직 및 MICE 담당 공무원, 학계, PCO 등 MICE 관계자 300여 명이 대거 참석했으며 개막식, 정책 세미나, 분과 세션, 네트워크 세션, 경기도 포스트 투어 등 다양한 행사가 진행됐다.



‘2013 MICE 네트워크숍’이 열린 지난 12월 6일과 7일 이틀간 수원에는 전국 의 MICE산업 종사자들이 모여들었다. 수원에 위치한 이비스 엠버서더 호텔에서 열린 본 행사는 정부기관과 지자체, MICE 업체와 학계 등 동 분야 종사자들이 한 곳에 모여 지난 한 해 MICE산업의 현황을 분석해 보고 향후 발전 방향에 대하여 토론하는 장으로 꾸며졌다.

박인식 한국관광공사 코리아컨벤션뷰로 MICE기획팀장은 본 행사에 대하여 “지난 몇 년간 우리나라의 MICE 산업은 비약적 실적을 거둬 왔다”면서 “한국 MICE 네트워크숍’은 이러한 성과와 비전을 공유하고 지속가능한 성장을 이루기 위해 정부와 민간, 학계 모두가 자유롭게 소통하는 장이 되어 MICE산업의 성장 플랫폼을 만드는 데 기여할 것”이라고 설명했다.



다양한 강연, 분과별 세션 이어져

6일 열린 개막식에서는 서울대학교 최인철 교수의 ‘행복 프레임’ 기조강연을 시작으로 한국관광대학교 손정미 교수의 ‘지역특화 컨벤션’ MICE 정책 세미나, 각 분과 세션이 이어졌다. 분과 세션에는 평창 동계올림픽 유치를 통해 세간에 잘 알려진 Oratio 나승연 대표의 ‘MICE 유치 비딩 프레젠테이션 스킬’과 싱가포르 MICE 전문가 Jane Vong Holmes의 ‘도시 마케팅 최신 트렌드와 전략’에 대한 강연이 진행됐다. 또한 같은 날 행사장에서는 경기도의 MICE 행사 유치 활성화를 위해 경기도 MICE 협력관 위촉식도 거행됐다.



첫 번째 기조강연 연사였던 서울대학교 최인철 교수는 “사람들이 가장 행복감을 느낄 때는 바로 여행할 때”라며 “컨벤션에 참석하러 떠나는 것 자체도 여행이며, 이런 행복을 만드는 일에 종사하는 MICE산업 종사자들은 소명감과 자부심을 가져야 한다”고 역설했다.

이어서 지역특화 컨벤션 전략 세미나를 진행한 한국관광대학교 손정미 교수는 “아인슈타인의 상대성 이론도 컨벤션을 통해 완성되었다”면서 “컨벤션은 혁신, 교육, 생산성, 관광 등 수많은 가치를 창출한다”고 컨벤션의 무한한 가치에 대해 설명했다.

분과 세션을 진행한 Oratio의 나승연 대표는 평창 동계올림픽 유치를 위해 수없이 치른 컨벤션과 비딩 프레젠테이션 노하우를 참가자들에게 전했다.

한편 6일 벌어진 개막식에서는 한국 MICE 대상 및 한국관광공사 사장상 시상식이 함께 치러졌다.

MICE 협력 네트워크 구성, 한국형 상생 모델 만들어야

개막식과 전략 세미나, 각 분과별 세션을 모두 마친 이후에는 경기도에서 준비한 환영만찬이 진행됐다. 환영만찬에는 김문수 경기도지사와 염태영 수원시장, 심정보 한국관광공사 본부장, 오성환 한국MICE협회장 등이 참석했다. 김문수 도지사는 환영사에서 “경기도에는 고양시의 킨텍스와 같은 전시·컨벤션에 적합한 훌륭한 인프라가 잘 갖춰져 있다”면서 “급부상하는 MICE산업



의 한국형 성장모델은 경기도에서 나올 것”이라고 자신했다.

김 지사는 “전 세계가 MICE 유치 전쟁에 돌입했으며, 우리 정부도 MICE산업 등 6개 관광·레저 산업을 역점 서비스산업으로 키우고 있고, 그 결과 세계 5위의 MICE 강국 대열에 합류했다”면서 “경기도는 한류MICE복합단지, K-POP 아레나, USKR 등 다양한 MICE 인프라 구축에 힘을 쏟고 있다”고 말했다. 그는 또한 “이제 지자체 간 경쟁을 넘어 MICE 협력 네트워크를 구성해 상생의 한국형 모델을 만드는 노력이 필요하다”고 강조했다. 한편 김 지사는 MICE산업을 지속적으로 발전시킬 수 있는 방법은 호텔 같은 훌륭한 인프라를 늘리는 것이며 이를 위해서는 국가가 나서서 비어있는 국유지에 다양한 인프라를 조성해야 한다며 국가적인 투자의 중요성을 피력했다.

한편 이날 행사에서는 경기도의 MICE 유치 확대를 위해 국내에서 영향력과 지명도가 높은 분야별 인사 21명을 MICE 협력관으로 위촉하는 기념식도 함께 열렸다. PCO와 DMC, 관련 학회·협회, 대학 등 3개 분야에서 구성된 협력관들은 앞으로 2년간 신규 국제회의와 기업회의 유치, 개최 정보 제공 등 경기도 MICE산업 확대를 위해 활동하게 된다.

행사 둘째 날에는 경기도 포스트 투어가 진행되어 참가자들이 세계문화유산인 수원화성행궁 투어, 해양레저산업의 MICE산업 활성화를 위한 전곡항 보트 승선 체험 등이 이어졌다.

‘2013 MICE 네트워크숍’의 수원 개최를 통해 그간 경기도의 MICE 주요 행사가 고양시 킨텍스를 중심으로 한 경기 북부권에 집중되어 상대적으로 저평가되었던 경기도 남부권의 MICE 인지도를 제고하는 효과도 가져왔다고 평가받았다.



2013한국MICE네트워크숍

KOREA MICE NETWORKSHOP

2013. 12. 6(금)-7(토) | 경기도

12월 6일(금)

13:00-14:30

개막식

한국MICE네트워크숍

기조 강연: 행복 프레 (인철 교수)

14:00-15:30

지역특

미나 (한미 교수)

15:00-16:00

커피브

16:00-18:00

세션

트렌드와 전략 (Nigel Brown)

세션

스킬

환

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

네

참

사

제3현장 INTERVIEW | 경기컨벤션뷰로 임직원 인터뷰

“경기도, 동북아시아 MICE산업의 중심을 꿈꾸다”

경기도 MICE산업의 구심점, 경기컨벤션뷰로

관광산업에서 MICE산업은 전후방 경제파급효과가 지대한 산업이자 국가 및 개최도시 이미지 제고에 크게 기여하는 고부가가치 전략사업이다. 행사를 주최하는 단체, 행사유치를 지원하는 행정조직, 기획업체, 개최시설, 숙박시설, 음식점, 항공사 등 다양한 산업이 융·복합된 MICE산업은 현 정부의 정책기조인 창조경제에도 가장 잘 부합할 수 있는 사업으로 꼽힌다. 이미 세계 각국은 기반시설 구축의 측면에서 경쟁적으로 컨벤션을 담당하는 공조직을 육성하고 있다.

경기관광공사 역시 지난 2011년 컨벤션뷰로(CVB, Convention Visitors Bureau)를 설립하고 국제회의의 유치 및 개최, 관광, 숙박, 이벤트를 연계한 효율적 운영창구를 담당할 수 있도록 하여 경기도의 MICE산업 활성화를 위한 구심점 역할을 하고 있다.

경기도는 국내에서 유일하게 세계 50위권에 드는 국제수준의 10만㎡ 규모 전시장인 KINTEX를 보유하고 있으며 제조업 기반이 탄탄하고, 각종 대형 산업·무역 전시회가 활발히 개최되며, 이와 연계된 다양한 문화·관광·쇼핑자원을 보유하고 있다.

그러나 KINTEX 인근에는 특급 호텔 및 비즈니스 계층 숙박시설이 부족하며 KINTEX 이외에는 경쟁력을 갖춘 MICE 인프라가 미흡하고 서울, 부산, 제주 등 타 지자체의 앞선 MICE산업 인프라와 신규 컨벤션뷰로의 설립(경남, 광주, 강원)이 이어지며 대형 국제행사 유치에 경쟁은 날로 심화되고 있는 추세다.

이를 극복하기 위해 경기관광공사는 경기도, 고양시 등 관련 기관과 민간업체의 협조를 통해 KINTEX 인근 지역에 호텔 확충 계획을 진행 중에 있으며 경기 CVB도 MICE 관련 업계의 연합체인 MICE Alliance를 결성하여 공동마케팅을 활발히 추진해 나가고 있다.



(위) 홍주석 대리
(아래) 장서연 대리



Q 바쁘신 가운데도 인터뷰에 응해주셔서 대단히 감사합니다. 우선 경기컨벤션뷰로 소개와 함께 각자의 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

A 반갑습니다. 저희 경기컨벤션뷰로는 고양시, KINTEX 등에서 파견 오신 직원들과 함께 경기도 MICE 유치 및 활성화를 위하여 발로 뛰는 경기 MICE 연합군입니다. 우선 한국관광공사에서 파견오신 신희섭 단장님께서 뷰로의 전체적인 업무를 총괄하시고, 임형순 부단장님은 MICE 유치를 위한 대외협력 및 사업기획을 총괄하고 계십니다.

정주현 차장님은 경기도에서 열리는 국제회의의 개최지원과 투어 프로그램 개발, 경기 MICE Alliance 운영 및 행사를 담당하고 있습니다.

홍주석 대리님은 국제회의 유치 및 지원, 인센티브 단체 유치, 기업회의 유치 및 개최지원을 담당하고 있고, 세일즈 콜 및 박람회에 참가하여 주도적으로 유치활동을 펼쳐나가고 있습니다.

최숙희 대리님은 PCO에서 일하셨던 경력을 십분 살려서 국제회의 유치개최 지원활동과 함께 협회·학회 및 업계 세일즈 콜, 또한 홍보 및 통계조사를 담당하고 있습니다.

고양시에서 파견된 이현숙 주무관님은 MICE 관련 교육 및 뷰로 웹사이트 관리, 도내 MICE 시설 조사 및 DB구축 업무를 담당하고 있고, KINTEX에서 파견된 장서연 대리님은 KINTEX에서 열리는 전시회와 연계하여 국제회의 유치 추진 및 경기특화컨벤션 육성 및 발굴을 맡아서 하고 있습니다.

그리고 마지막으로 저는(권철 주임) 인센티브 단체 개최지원 및 MICE 관련 협회 활동, 대학생을 대상으로 한 MICE 공모전과 경기 MICE 서포터즈를 담당하고 있습니다.

Q 경기관광공사는 지난 2002년 경기도가 설립한 지방 최초의 관광 전문 지방 공기업으로 알고 있습니다. 여기에 경기컨벤션뷰로 등이 합류하며 명실상부한 경기관광, MICE산업의 컨트롤 타워가 되었는데요. 귀 공사에 대한 소개의 말씀과 운영 내역 및 의의에 대한 말씀도 부탁드립니다.



(위) 이현숙 주무관



(아래) 권철 주임

A 경기관광공사는 말씀하신 바와 같이, 2002년 경기도가 설립한 지방 최초의 관광 전문 지방 공기업으로, 서울의 17배 면적에 달하는 경기도의 관광 진흥을 위해 자연과 도시가 공존하는 경기도 관광의 매력을 전하고자 노력해왔습니다. 경기컨벤션뷰로는 경제파급효과 및 부가가치가 높아 황금알을 낳는 거위로 불리는 MICE산업의 발전에 따라, 경기도 MICE 유치 및 활성화를 위해 2011년 7월 28일에 경기관광공사 내에 설립되었습니다. 창립 멤버 4명으로 시작하였으나, 매우 빠른 속도로 기반을 다져왔고, '허벌라이프 유니버시티', '세계생태관광총회', '유니시티글로벌리더쉽컨벤션', '가스텍', '국제로타리 2014'와 같은 굵직한 회의들을 성공적으로 유치함과 동시에 경기 MICE Alliance 구축 및 제 1기 경기 MICE 서포터즈 또한 모집·운영해 왔습니다.

경기도는 배후 인구만 2,500만 명으로 서울, 인천과 연계한 관광 상품 개발이 용이할 뿐만 아니라 국내 최대 전시컨벤션센터인 KINTEX, 그리고 그 주변에 조성 중인 한류월드 MICE 복합단지, 세계 유일의 DMZ 자원과 더불어 경기 MICE Alliance라는 든든한 연합군까지 갖추고 있고, 경기관광공사와 경기컨벤션뷰로를 구심점으로 하여 향후 동북아 MICE 중심지가 되고자 하는 비전을 가지고 있습니다.

Q 경기도는 관광, MICE 유치를 위해 국내외 마케팅에 매진하고 있는 것으로 압니다. 경기도를 세일즈하기 위한 공격적인 국내외 마케팅 전략에 대한 말씀 부탁드립니다.

A 경기컨벤션뷰로는 경기도내 지자체 및 한국관광공사, MICE 전문업체인 PCO, 국내 대표 학술단체·기관과의 적극적인 네트워킹을 통해 학술·기업회의 동향 및 최신 정보를 수집하고 있습니다. 해외 마케팅으로는 광고뿐만 아니라 국내외 MICE 박람회와 로드쇼에 적극적으로 참가하여 현장에서 MICE 수요를 파악하고 있습니다. MICE 박람회에서는 바이어의 목소리에 귀를 기울이고, 행사 후 지속적이고 체계적으로 고객관리를 할 뿐 아니라 현장 의견을 적극적으로 마케팅 전략에 반영하여 시행하고 있습니다.

경기컨벤션뷰로는 행사 유치의 전 과정에 적극적으로 참여하고 있습니다. 행사마다 모두 특성이 다르므로 케이스에 따라 접근방법을 달리하고 있습니다. 또한 경기컨벤션뷰로 자체 인력을 유치 전 과정에 직접 투입하여 한국 내 주관기관과 함께 공동 유치를 추진하고 있습니다. 국제회의 주최자와의 전반적인 커뮤니케이션 및 컨벤션 시설 초청 팸투어, 제안서 작성 및 발표, 유치 및 개최 지원금 지급 등 전 과정에서 전담 인력이 함께 뛰고 있습니다. 이러한 행사별 맞춤형 유치전략 수립 및 실행이 경기컨벤션뷰로의 신뢰도 및 경기도 MICE 유치의 타당성을 제고하고 있다고 자부합니다.

Q 2014년 새해를 맞아 경기컨벤션뷰로가 추진하고 있는 주요 프로젝트가 있다면 소개의 말씀 부탁드립니다.

A 경기도 MICE산업과 경기도 핵심 전략사업을 연계한 경기도 특화 컨벤션 발굴·육성, 경기 MICE Alliance 해외 Travel Mart 개최, 의료관광 연계 융·복합 MICE 상품개발 등을 중점 사업으로 삼고 의욕적으로 추진하고 있습니다.



Q 경기컨벤션뷰로의 남다른 조직문화와 구성원의 맨 파워 등 혁신과 전문성에 대한 말씀 부탁드립니다.

A 경기관광공사는 설립된 지 갓 10년이 지난 젊은 조직이며, 최근 몇 년간 해외 경험이 풍부한 글로벌 인재들이 각 전문 분야별로 높은 경쟁률을 뚫고 입사하고 있습니다. 이렇게 뛰어난 외국어 의사소통 능력뿐만 아니라 홍보, 마케팅 등 각 분야의 전문지식을 갖춘 인재들이 각자의 재능을 최대한 발휘할 수 있는 부서에 배치되어 업무를 수행하고 있습니다. 이러한 특성 때문에 어느 공공기관보다도 문제 해결능력에 있어 신속성과 창의성을 적극적으로 발휘하고 있다고 생각합니다. 특히 프로젝트 진행에 문제점이 있다면 부서간의 벽을 허물어 빠른 의사결정을 내리고 전사가 협업하여 이를 해결해 나가고 있습니다.

Q 경기관광산업 발전을 위한 백년대계, 그 장기적인 비전과 전략의 프레임은 어떻게 계획하고 계신지 궁금합니다.

A 인프라 경쟁력 강화를 통한 산업 발전기반 조성을 목표로 KINTEX를 중심으로 한 MICE 복합지구 조성을 기획하고 있습니다. 또한 시장수요 확대를 통한 지속적 성장 잠재력 확충, 홍보 마케팅 활성화를 통한 MICE 유치역량 강화, MICE산업의 선진화 추진, 관광연계 상품개발로 부가가치 창출 및 지역경제 활성화를 위해 경기관광공사의 핵심 역량을 심본 활용할 예정입니다.

Q 2014년 한 해도 글로벌 경기부진과 유가상승 등의 이중고가 예상되는 가운데 다소 암울한 전망이 이어지고 있습니다. 대외 불확실성과 주요국의 느린 경제회복 또한 수출과 내수 둔화를 예고하고 있는데요, 2014년 MICE산업을 어떻게 전망하시는지요.

A 비록 세계경제가 침체되고 유럽의 MICE산업 성장이 주춤하고 있지만 아시아의 경우 많은 컨벤션센터의 설립, MICE의 인지도 제고, MICE 개최 건수 확대 등 빠른 성장을 이루고 있습니다. 대한민국의 경우 UIA 순위도 한 단계 상승해 세계 5위를 기록하였으며 중앙정부와 지자체의 관심도 증가하고 있어 2014년도 순항할 것으로 예상됩니다.

Q 대내외 불확실한 경기상황에도 불구하고 국내 MICE산업이 활성화되기 위해서는 어떠한 문제점들이 선결돼야 한다고 보시는지요.

A 국내 MICE는 지자체별로 마케팅 전략 및 접근방법이 다양하며, 국제행사 유치를 위해 국내 지자체끼리 경쟁을 하는 경우가 많습니다. 또한 전국적으로 전시컨벤션이나 여타 MICE 시설들이 충분한 타당성 검증을 거치지 않고 우후죽순 설립되고 있습니다. 이에 따라 MICE 시설 및 프로그램의 과잉 공급이 우려되며, 이는 지자체별 성과를 위해 행사대상에 무분별한 지원금 지급, 세금낭비로 이어질 수 있는 문제점이 있습니다. 유치비용 및 인력 중복 투입을 막기 위해서는 국내 MICE산업 전체 파이를 키울 생각으로 지자체별로 Win-Win 하는 전략을 통합적으로 수립하고, 대한민국 MICE 시설 및 지자체 전체를 하나의 무대로 삼고 체계적인 국가·도시 마케팅을 수행해야 할 것입니다.

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

A 대내적으로 국내 3대 MICE 개최지역으로 발전을 꾀하고 있으며, 세계적으로도 경기 MICE산업의 인지도를 제고하고자 합니다. 이를 위해 경기도 31개 시군과의 협업을 통한 경기도 MICE산업 발전 등을 위해, 경기관광공사 경기컨벤션뷰로가 경기도 MICE산업의 중심점 역할을 해나갈 것입니다. The MICE



2014 한국마이스연례회의 및 마켓플레이스

MICE한류, 대한민국을 살리다!

2월 20일 대구에서 뵙겠습니다.

내실있는 MICE 교육네트워크, 비즈니스가 이루어지는곳!

2014 한국MICE연례회의 및 마켓플레이스

(사)한국MICE협회가 주최하는 2014 한국MICE연례회의 및 마켓플레이스(Korea MICE Annual Congress and Market Place 2014)가 2월 20일(목)부터 23일까지 3일 동안 대구 EXCO 및 그 일원에서 MICE 국내외 관계자 1,000여명이 참여한 가운데 개최된다. 'MICE 韓流, 대한민국을 살리다'를 주제로 진행될 이번 행사는 교육세션, 마켓플레이스(주최자 상담회), MICE-의료관광 융복합포럼, Great Idea Auction, 네트워킹 행사, 관광 등 3일 내내 다채로운 프로그램이 이어지며 MICE 한류의 정수를 만끽할 수 있을 것으로 기대를 모으고 있다.



2013 한국MICE연례회의 및 마켓플레이스는 지난해 4월 22일 ‘MICE 모든 산업의 플랫폼이 되다’를 주제로 대전에서 개최된 바 있다. 지난해 최초로 개최된 MICE연례회의는 대한민국이 간과해온 MICE산업의 중요성을 일깨우는 계기가 되었다는 평가다.

MICE는 기업회의(Meeting), 포상관광(Incentive Tour), 국제회의(Convention), 전시(Exhibition)를 총칭하는 말로 부가가치가 높고 연관사업으로 경제적 파급효과가 높아 ‘경제성장’과 ‘고용’이라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있는 대표적인 산업으로 각광받고 있다.

2009년 국가의 17대 신성장동력산업 중 하나로 선정된 MICE산업은 정부의 지원정책 및 업계의 노력에 힘입어 2012년 UIA 통계기준 세계 5위를 달성하는 등 외연이 확대되면서 산업에 대한 인식이 제고되고 있다. 하지만 이런 가시적인 노력과 성과에도 불구하고 MICE 산업의 건전한 발전과 내실 있는 성장이 더욱 절실하다는 지적이 많았다. 이런 목마름을 채우기 위하여 지난해 4월 대전에서 최초로 개최된 2013 한국MICE연례회의는 전국의 MICE 관계자들이 모여 미래창조산업의 플랫폼 역할을 하는 MICE의 비전과 교육프로그램을 공유하는 자리가 되었다는 평가다.

특히 한국MICE연례회의는 거의 모든 산업의 플랫폼 역할을 해왔으면 서도 지금까지 그 진정한 가치를 인정받지 못하여 온 한국의 MICE산업을 재조명하고 그 중요성을 전파 및 확산시키는데 큰 기여를 했다는 평가다. 즉 ‘MICE 모든 산업의 플랫폼이 되다’를 주제로 대전에서 시작된 첫 번째 한국MICE연례회의는 대한민국이 간과해 온 MICE산업의 중요성을 일깨우는 기회가 되었다.



‘MICE 모든 산업의 플랫폼이 되다’를 주제로 대전에서 시작된 첫 번째 한국MICE연례회의는 대한민국이 간과해 온 MICE산업의 중요성을 일깨우는 기회가 되었다.



대구에서 만나보는 MICE 한류의 정수(精髓)

첫 번째 행사의 성공적 개최에 이어 올해 2월 20일 대구에서 두 번째 행사가 준비되고 있다. (사)한국MICE협회가 주최하는 2014 한국 MICE연례회의 및 마켓플레이스(Korea MICE Annual Congress and Market Place 2014)가 바로 그 주인공.

2014년 2월 20일(목)일부터 22일(토)까지 3일 동안 대구에서 진행될 이번 행사는 'MICE 韓流, 대한민국을 살리다'를 주제로 3일 내내 다채로운 프로그램이 이어질 것으로 기대된다.

올해로 2회째를 맞는 이번 행사에서는 한국MICE협회 회원사 및 비회원사 임직원, 협회·학회·기관 등 국제회의의 주최자, 셀러 및 바이어, 지자체 MICE관광 관련 공무원 및 관련기관 관계자, 관련 대학 교수 및 학생, 특성화 고등학교 교원 및 학생, 관광관련 지역별·업종별 협회 관계자 등 1,000여명이 참가해 정보교환과 네트워킹의 대축제로 승화될 것으로 보인다.

행사기간 동안 교육세션, 마켓플레이스, 토론회, 네트워킹 행사, 관광 등 다채로운 프로그램이 이어지며 한류의 주역인 MICE산업을 집중 조명할 예정이다. 즉 한국MICE연례회의는 미래의 플랫폼 산업으로서 MICE의 비전과 통찰을 제시하고 모든 MICE 관계자들에게 수준 높은 교육프로그램을 제공하는 한편, MICE산업 이해관계자들이 모두 모여 네트워크, 비즈니스 상담회의 기회를 공유할 수 있는 장을 마련할 것으로 기대된다.

특별강연 통해 한류의 주역 MICE산업 집중 조명

이번 한국MICE연례회의는 국제회의 순위 세계 5위라는 대한민국의 위상을 견고히 하는 한편 재도약을 발판을 마련하기 위해 유명인사들의 기조강연과 수준·분야별 전문교육 등이 행사기간 내내 이어진다. 산업 발전을 위해 가장 필요한 종사자대상 재교육이 기획·기술·경영·실무 등 다양한 분야별로 진행되며, MICE특성화 고등학생 및 전공대학생들을 대상으로 한 수준별 교육 및 멘토링 프로그램도 선보일 예정이다.

특히 Opening General Session에서는 2014 한국MICE연례회의의 주제인 'MICE 韓流, 대한민국을 살리다'를 테마로 하는 특별강연이 준비되고 있어 관계자들의 기대를 모으고 있다. '새로운 발전, MICE한류!(Keynote Session1)', 'Core PCO와 AMC 경쟁력을 통한 MICE 글로벌화(Keynote Session2)' 등 MICE한류를 주제로 한 특별강연을 통해 한국문화의 중심으로 불리는 한류의 실체와 MICE산업과의 연관성을 집중 조명할 예정이다.



마켓플레이스, 대규모 MICE산업 비즈니스의 장

행사 이틀째인 2월 21일(11:30~14:30)에는 주최자상담회(Market Place)가 열린다. 이 행사를 통해 협회·학회 등 국제회의를 직접 주최





하는 국내 주최자를 초청하여 MICE산업 서비스를 제공하는 프로그램으로 지역별 CVB 및 PCO 담당자들과의 상담회 장을 마련할 계획이다.

(사)한국MICE협회가 주최하는 이 행사에는 바이어(70개 협회·학회 주최자 임원 150명), 셀러(50개 단체 MICE 산업 관계자 200명), 연례회의 참가자(250명) 등 600여명이 참석해 바이어와 셀러 모두에게 수준 높은 MICE서비스를 제공할 수 있는 기회를 모색할 예정이다. 특히 이번 마켓플레이스는 CVB 및 PCO 등의 MICE서비스 관련 기관에게 국내 주요 국제회의의 행사 주최자들을 한자리에서 만나 상담할 수 있는 기회를 제공함으로써 이를 통한 홍보 효과 극대화 및 새로운 비즈니스 창출 기회가 될 것으로 보인다.

MICE-의료관광 융복합 포럼 등 다양한 행사 이어져

이번 2014 한국MICE연례회의에서는 또한 Great Idea Auction이라는 특별한 프로그램이 진행된다. 이 행사는 기획자의 아이디어와 대한민국 각 지역의 산업이 만나 신규 MICE콘텐츠의 사업화를 꾀함으로써 대한민국 토종 MICE를 만드는 아이디어 경매의 장이다. 즉 Great Idea Auction을 통해 기업회의 및 포럼 개발, 국제회의 및 국제 컨벤션 발굴, 전시회 개발, 축제 이벤트 개발 등 MICE 관련 다양한 아이디어와 기획들을 경매에 내놓음으로써 국내 MICE산업에 새바람을 불러일으킬 것으로 기대된다.

2014 한국MICE연례회의의 기간인 2월 21일에는 EXCO에서 MICE-의료관광 융복합 포럼이 개최된다. (사)한국MICE협회와 (사)한국의료관광협회가 공동 주최하는 이번 행사에는 지자체 공무원, 관련산업 및 학계 전문가 등 200여명이 참석해 MICE-의료관광을 주제로 열린 토론을 펼칠 계획이다. 특히 대표적인 관광한류인 MICE-의료관광이 부각되는 시점에서 진행되는 이번 포럼은 지자체, 업계, 학계, 연관단체 등 다양한 시각을 통해 MICE-의료관광 융복합화를 위한 활성화 대안을 모색함으로써 연관산업 발전에 큰 기여를 할 것으로 기대된다.

이밖에 2월 22일에는 개최지인 대구를 주제로 하는 네트워크관광 프로그램인 '대구를 맛보자' 먹자골목투어, '대구를 즐기다' 동성로투어를 진행함으로써 한류관광에 활력을 불어넣을 계획이다.

한편 행사 주최자인 (사)한국MICE협회 관계자는 "한국 문화의 흐름 그 중심에 존재하는 메커니즘의 실체가 바로 MICE"라 설명한 뒤 "이번 행사는 MICE한류를 통해 대한민국 MICE산업의 존재감을 일깨울 수 있는 특별한 기회가 될 것"이라 강조했다. TheMICE

MICE-의료관광 융복합화를 위한 활성화 대안을 모색함으로써 연관산업 발전에 큰 기여를 할 것으로 기대된다.

▶▶▶ 한국 MICE연례회의 프로그램

Time	Day 1 - 02.20(목)					Day 2 - 02.21(금)					Time
	Professiona Session	Working-level Session	Common Session	Beneficiary Session I	Beneficiary Session II	Professiona Session	Working-level Session	Common Session	Beneficiary Session I	Beneficiary Session II	
	322	323	324	320	321	322	323	324	320	321	
	★★★★☆	★★★★☆	★★☆☆☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★☆☆☆	★★☆☆☆	★★★★★	★★★★☆	
08:00 ~11:30						Registration 5F Foyer					08:00 ~08:30
						MICE inancial Management 원가관리, 손해보지 않는 MICE 정신방법	MICE HRD 국제경쟁력 확보를 위한 한국의 MICE인력 활성화 방안 (323)	CMP Pass Know-how CMP 소개 및 합격 노하우 전수	Membership Development 회원발굴 및 유지·관리	08:30 ~09:30	
						특성화고교 장학금 모금을 위한 Coffee Break, 3F Foyer					09:30 ~10:00
						Opening General Session -Opening Remarks -Keynote Session 1 : 새로운 발전, MICE 한류! - Keynote Session2 : Core PCO와 AMC 경쟁력을 통한 MICE 글로벌화 5F Convention Hall A					10:00 ~11:30
11:00 ~14:30	Registration 5F Foyer					Market Place & Standing Lunch 100명의 행사주최자들과의 상담, 놓치시겠습니까? 5F Convention Hall B				MICE 의료관광 융복합 포럼 (325) (12:30~14:30)	11:00 ~14:30
14:30 ~16:00	Legal MICE or Illegal MICE 지재권전쟁! MICE 업계의 지재권활용 특허전략	EASY & FUN Power point 프레젠테이션 디자인을 말한다	MICE Mentoring 1 : MICE CEO Success Story MICE업계 수장 3인의 성공스토리	MICE International Organization Trend MICE 국제기구 최신 트렌드 소개	Association Management 협회·단체의 전략적 운영	Global MICE, Beyond the line 지역 MICE 해외 브랜딩 전략 (해외 마케팅 전략)	산초가 말하는 친환경 무대 주변장치 및 빛나는 시스템 컨트롤 부스 운영기법 (Interactive Session진행)	Korean Wave in MICE K-POP 의 글로벌화와 MICE산업	Presentation Flow To win attracting MICE war 국제 MICE 행사유치 전쟁에서 승리하는 프레젠테이션 플로우	7 Measures of Success 성공하는 협·단체의 7가지 원칙	14:30 ~16:00
16:00 ~16:30	특성화고교 장학금 모금을 위한 Coffee Break, 3F Foyer					특성화고교 장학금 모금을 위한 Coffee Break, 3F Foyer					16:00 ~16:30
16:30 ~18:30	CUE! MICE Producer 기업브랜드 문화행사의 흐름과 뮤지컬과의 접목	Do you know Media? 언론과 잘 사귀는 법	Music Festival 감성을 자극하는 문화를 나누는 축제 사업	Focus on regional economic activation with MICE 2 지역경제를 활성화 하는 MICE 유치 성공사례	Branding Design MICE 산업을 위한 브랜딩 전략	Professional Behavior 상대를 사로잡는 매력적인 팀장으로 거듭나기	New Korea MICE Standard! NCS 당신의 업무에 대해 얼마나 알고 계십니까?	MICE Mentoring 2 : MICE Women Power MICE 업계에서 여성 PCO로는 산다는 것	Great IDEA Auction (325)		16:30 ~18:30
18:00 ~20:00	MICE Venture 5F 하늘정원					Korea MICE Award & Gala Dinner 5F Convention Hall A Sponsored by DAEGU CVB					18:00 ~20:00

* 2014 한국MICE연례회의의 및 마켓플레이스 사전등록기간 (~2/14일 까지)

* 사전등록은 온라인으로 신청해주시기 바랍니다. www.kmaac.org



선진컨벤션 참가 후기 I | 경기컨벤션뷰로 홍주석 대리

제52차 ICCA연차총회 참가 후기



ICCA총회는 전 세계 ICCA회원들이 1년에 한번 모여 개최되는 MICE산업계 최대 규모의 회의로서 MICE산업에 종사하는 필자로서는 참가 전부터 큰 설렘과 기대를 가지고 참가하게 되었다. 1963년에 설립된 ICCA(International Congress and Convention Association)는 88개국 950개의 회원사가 활동하는 국제컨벤션협회로서 아시아 회원사가 빠른 속도로 증가하고 있으며 특히 이번 중국 상해 ICCA 총회에서는 역대 최대 규모의 아시아 참가국 수를 기록하였다.

ICCA총회는 말 그대로 회원사 상호 간의 네트워킹을 통한 정보교류, MICE와 관련된 이슈 논의, 고 퀄리티의 교육 세션 등으로 구성된 최고의 회의로 볼 수 있다.

특히 올해 열린 ICCA총회는 중국 MICE 시장에 대한 많은 정보를 공유함으로써 중국시장을 목표로 하고 있는 관계자들이 성공적인 비즈니스를 이끌어낼 수 있도록 하였다. 그 외에 최근 이슈가 되고 있는 빅데이터, Negotiation Skill, ICCA Data 워크숍, PR and media relations, 대형 기업회의 등의 교육 세션과 Section 미팅, Chapter 미팅 등의 세션이 있었으며 각 세션의 중간, 중간마다 커피브레이크와 네트워킹 세션, 그리고 매일 저녁마다 Welcome Reception, CAT Night, Gala Dinner 등의 Social Event가 있어 참가자들과의 네트워킹과 정보교류를 위한 최고의 장이 형성되었다.



이번 회의에서 인상 깊었던 것은 Spot Me라는 스마트폰 어플리케이션과 회의 자원봉사자의 활동, 그리고 First Time Attendee Introduction Programme Programme(FTA)이었다.

Spot Me는 어플리케이션을 가지고 있는 참가자들끼리 각자의 스마트폰으로 상대방의 QR코드를 인식하면 상대방의 정보가 본인의 휴대폰으로 인식되며 회의 종료 후 ICCA측에서 인식된 상대방의 정보를 일괄 발송해 주어 네트워킹과 상대방 정보구축에 있어 최고의 Tool로 작용하였다. 또한 회의 자원봉사자들은 잘 교육된 매너와 매끄러운 행사진행으로 참가자들이 회의 및 Social Event에 참가하는데 있어 불편함이 없게 하였다. 중국의 MICE산업이 한국보다 뒤쳐져있다는 필자의 편견을 한번에 무너트리는 순간이었다. ICCA총회에 처음 참가하는 사람들을 위한 FTA 프로그램은 각 참가자들에게 멘토를 지정하여 총회 개막일부터 종료 때까지 참가자들이 총회로부터 많은 것을 얻어갈 수 있도록 배려한 프로그램이었다.

이번 회의에서 가장 관심을 두었던 또 하나의 세션은 ICCA Best Marketing Award였다. 세계 유수의 컨벤션뷰로들이 펼치고 있는 마케팅 기법과 사례를 공유할 수 있는 기회로 올해는 Melbourne, Montreal, Denmark, Gdansk 4개 도시가 최종 후보로 올라갔으며 Gdansk가 우승을 차지하였다. Gdansk는 2012년 예산의 삭감과 함께 세계 최대 규모의 MICE 박람

회인 EIBTM에 참가하기가 어렵게 되었다. 이에 기발한 아이디어로 마케팅을 진행하였는데 자선이라는 테마를 가지고 후원, 모금을 바탕으로 EIBTM에 참가하여 더 많은 상담과 바이어의 관심을 가질 수 있게 되었으며 불우한 이웃을 위해 기부도 할 수 있었다. 2014년에는 경기도도 획기적인 마케팅 전략을 개발해 Best Marketing Award에 도전하리라 다짐하였다. 금번 ICCA총회가 필자에게 더 의미 있게 다가왔던 것은 “Sustainability in today's meetings business”에 패넬로 초대된 것에 있었다. MICE와 지속가능한 개발에 관한 주제를 다루었던 세션으로 필자는 KINTEX, DMZ와 관련된 경기도의 마케팅 전략을 공유하였다. 특히 60년 동안 사람의 손길이 닿지 않은 천혜의 자연환경을 구축한 DMZ와 이를 활용한 경기컨벤션뷰로의 친환경 관광 상품 개발은 많은 참석자들의 관심과 질문을 받았다.

아시아 참가국들의 약진이 두드러진 금년 총회는 MICE산업에 있어 떠오르는 아시아의 힘을 느낄 수 있었다. 각국이 국제회의 유치에 위해 치열하게 경쟁하는 동시에 상호 간에 정보교류, 사업파트너 확보를 위해 노력하며 국제적 마케팅의 적극 추진함을 알 수 있었다. 무엇보다 국제시장에서 살아남기 위해서는 단일 도시의 내부역량 강화로는 한계가 있을 수밖에 없으며 국제적인 도시들과의 공동 세일즈 마케팅, 정보공유 등의 글로벌 협력 네트워크 구축을 통해 경쟁력을 강화해야 함을 느꼈다.



선진컨벤션 참가 후기 II | Jane Tour & DMC 김식 CMO

SITE Global Conference 2013 참관기 I



방한하는 외국 기업들을 상대로 인센티브 프로그램 기획 및 서비스를 전문적으로 제공하는 Jane Tour & DMC에서 마케팅 총괄책임(Chief Marketing Officer)으로서 역할을 수행하면서 좀 더 폭 넓은 지식에 대한 목마름을 항상 느끼고 있던 시기에 'SITE(Society of Incentive Travel Executives) 글로벌 컨퍼런스'가 미국 올랜도(Orlando)에서 개최된다는 소식을 접하였다.

'SITE 글로벌 컨퍼런스'는 MICE 중 '전시회(E)'만을 제외한 미팅(M), 인센티브(I), 컨벤션(C) 행사 개념을 모두 포함하고 있는데 2013년도에는 약 800명 이상이 참가하였다. 개막식 전에는 행사 리더십 모임인 SITE Chapter Leader Meeting이 진행되었고(M), 각 국가의 인센티브 프로그램의 경연장인 Crystal Award 행사가 진행되었으며(I), 세계 각국의 Incentive 여행 트렌드를 한 눈에 파악할 수 있는 다양한 강의(Learning Session)와 전문가 양성 과정이 동시에 진행되는 등 컨벤션(C)의 형식도 나름대로 훌륭하게 갖추고 있다.

수많은 프로그램 중에서 CMO로서 가장 관심을 가지고 지켜본 분야는 'Crystal Award' 행사였다. 다양한 인센티브 여행 프로그램 기획 전문회사(Incentive House)와 DMC들이 한 해 동안 세계 각국에서 수행했던 멋진 인센티브 프로그램, 독특한 이벤트와 마케팅 중 최우수 사례를 선정하여 시상하는 행사로 인센티브 여행 산업의 트렌드를 1시간 내에 모두 파악할 수 있기 때문이다.

수상작 중에서도 가장 멋진 프로그램은 DMC 전문 기업 'Aimia'가 세계적인 기업 마이크로소프트(Microsoft)와 공동으로 매년 기획하고 진행하고 있는 CSR(Corporate Social Responsibility) 인센티브 프

로그램이라 생각된다. 2013년 수상의 영광을 안은 프로젝트 명칭은 'Microsoft EMEA(Asia; the Americas; and Europe, the Middle East and Africa의 약어) Gold Club-School Supplies Drive'로 전 세계 MS 우수 사원(Gold Club) 2,000명 중에서 총 900명이 남아프리카 요하네스버그에서 약 2시간 30분 거리에 위치한 Sun City에 소속된 학교에 교재와 의복을 제공하는 사회봉사 프로젝트에 참가하는 프로그램이다.

지역 사회에 뭔가 기여하기에는 턱없이 부족한 예산에도 불구하고 MS 골드 클럽 직원 개인들이 스스로 돈을 기부하여 아이들에게 건네줄 작은 선물과 가방을 마련하였고, 현지 학교 초등학교들과 하루 동안 팀 빌딩 프로그램 등을 같이 수행하였다. 이런 마이크로소프트의 움직임에 Sun City 지역 공동체에 속한 예술인들은 그림으로 재능을 기부했으며, 지역 상인들도 적극 동참하여 약 1개월에 걸친 바자회를 통해 기금을 모아서 아이들에게 꿈과 희망을 선물하였다. 약 900명의 MS 직원들과 즐거운 시간을 보낸 Sun City 공동체와 학생들은 아마도 평생 동안 '마이크로소프트'란 기업에 대해 좋은 인상을 가지고 있으리라 생각되며, 모르긴 해도 장래에 취업하고 싶은 기업 1위로 MS를 꼽지 않을까 한다.

위의 사례에서 보듯, 세계는 지금 단순히 인센티브 여행 프로그램 설계를 벗어나서 기업의 인사 담당자(HR)들과 공동으로 회사 내부의 인센티브 규정 자체를 설계하는 과정에서부터 최고의 성과를 올린 우수한 직원들을 대상으로 하는 포상 휴가 목적지(국가) 결정, 여행 프로그램 설계, 기업의 사회공헌활동(CSR) 프로그램 기획에 이르기까지 토털 패키지 방식의 서비스를 제공하는 등 분야별 영역 파괴 현상까지 광범위하게 진행되고 있음을 확실히 알게 된 점도 이번 행사 참가를 계기로 얻은 수확 중 하나였다.

MICE산업은 상당한 부가가치를 창출하는 산업이라

고 모두 말하고 있지만 어떻게 부가가치를 창출할 것인지에 대해서는 다양한 견해가 존재한다고 여겨진다. 개인적인 생각이지만 한국은 여전히 컨벤션 시설과 같은 하드웨어 확장에 치중하고 있으며, 하드웨어가 완성되어야 대형 기업회의를 유치할 수 있다고 굳게 믿고 있는 것으로 보인다. 하지만 위의 Crystal Award 중 또 다른 성공사례를 살펴보면 인도(India) 자이푸르 사막 한가운데서 텐트를 치고 Gala 파티를 개최하고, 그 곳에서 하룻밤을 지내는 행사를 개최하는 등 척박한 시설에도 불구하고 창의력을 최대한 발휘하면 자연과 주변 환경이 주는 한계 상황을 뛰어 넘을 수 있을 뿐만 아니라, 참가한 기업 임직원들에게 평생 잊을 수 없는 멋진 추억까지 선물로 안겨줄 수 있음을 깨닫게 된다.

MICE 시장이 가지고 있는 잠재력에 눈을 뜨지 얼마 되지 않은 한국이 하드웨어에 확충에 치중하고 있는 사이, 수십년간의 다양한 경험을 축적한 외국에서는 기업 내부의 매출 향상을 위한 인센티브 프로그램 직접 설계, 마케팅, 인센티브 여행 국가 및 목적지 설정과 사업에 대한 피드백에 이르기까지(스마트 폰으로 비교하자면 단말기 제조가 아니라 운영체제(OS) 자체를 개발하는 것과 같이)전문 역량을 바탕으로 소프트웨어적인 차원에 더욱 집중하고 있다는 점은 나로서는 강한 자극제가 되기에 충분했으며 회사의 비전과 개인의 삶의 비전을 일치시키는 데 많은 도움이 되었다.

끝으로 멋진 행사에 참여하기까지 정보 제공과 지원을 아끼지 않은 한국MICE협회 관계자 여러분께 진심으로 감사의 말씀을 드린다. 향후 3~4년 안에 문화체육관광부, 한국관광공사, 지역 관광공사, 한국MICE협회가 공동으로 협력하여 약 800명 이상의 외국인이 참가하는 SITE 행사 자체가 한국에서 개최되기를 희망해 본다. 2014년 SITE 행사는 오는 11월 4일부터 7일까지 네덜란드 로테르담에서 개최된다.



선진컨벤션 참가 후기 Ⅲ | 대구컨벤션뷰로 박철우 대리

SITE Global Conference 2013 참관기 Ⅱ



SITE(Society of Incentive and Travel Executives)는 1973년 창립된 Incentive Travel 산업 관련 비영리 단체로, 이번 2013년 미국 올란도에서 40주년을 맞게 되었으며 이번 대회에서는 약 300명이 참석, Incentive Project Management/Cruising and Incentive Certificate 코스, Learning Session 등 약 30여개의 세션이 4일간 개최되었다.

MICE의 중요한 요소이나, 대구에서는 아직 걸음마 단계인 Incentive Travel 분야에서 관련 전문 정보·지식 습득, 업계 네트워킹을 위해서 이번 행사에 참여하게 되었다. SITE 기간 중에는 연일 진행된 Certificate 코스뿐만 아니라, 소셜미디어 활용, 고객감동 서비스, 글로벌 비즈니스에서의 다문화경쟁력 증대방안 등 다양한 분야에 흥미로운 세션이 개최되며 참가자들의 호응을 끌었다. 주요 동향으로는 고객 ROI를 통하여 고객의 능률향상/파급효과 분석 Tool 개발 필요성 증대, Incentive Travel 구매 절차 변화, CSR(Corporate Social Responsibility) 필요성의 증대를 꼽을 수 있겠다. 행사에 참가한 후 가장 인상적인 세 가지는 다음과 같다.

첫째, 기본에 충실한 원론적인 접근

컨벤션뷰로에 근무하는 업계의 일원으로서, Incentive의 행사의 Sales(유치)에 급급한 자세를 가졌던 반면에 SITE Member들의 주요 이슈는 행사를 통한 고객의 ROI 향상에 역점에 둔 Destination 선정, 프로그램 개발에 대한 토론이 그 중심을 이루었다는 생각이다.

또, 반복적이고 기초적이어서 실무자의 입장에서는 피로감이 올 수 있는 Case Study의 반복 학습/교육을 통하여 Risk Management를 공유하는 모습을 볼 수 있었다.

둘째, 강력한 Sponsorship

Event와 관련된 Gala Dinner, Welcome Reception, Keynote Breakfast 등 장소 및 식음료에 대한 스폰서는 물론이거니와 Pre(Post) Tour에 스폰서를 접목하여 레이싱, 골프, 인도어 스카이다이빙 등 다양한 체험활동을 경험할 수 있도록 배치하여 참가자들이 잊지 못할 행사로 만드는데 크게 일조를 하였다고 생각된다.

눈여겨 볼 점은 스폰서가 단순히 행사 후원의 입장에서 벗어나 주최자가 스폰서에게 충분한 Sales 기회를 보장하고 주최자는 참가자에게 다양하고 이로운 서비스를 제공, 만족도를 제고시켜 단순히 Win-Win 혹은 Give & Take의 단순원리에서 벗어나 동반성장, 혹은 모두가 웃을 수 있는 삼각트레이드를 너무나 자연스럽게 수행하고 있는 점이었다.

그 외의 다양한 Sponsorship

- ▶ Research ▶ Photograph ▶ Transportation
- ▶ Online Tool(SNS, Homepage, Application 등)
- ▶ Technology ▶ 경품선물지원 ▶ 일부 Session 지원

셋째, 상식을 뛰어넘는 획기적 행사기획

SITE 행사참가는 업계에 근무하면서도 한번도 Incentive Travel을 경험하지 못했던 본인에게는 간접적이거나 체험해 볼 수 있는 창구가 되는 기회였다. 월트디즈니, 유니버설스튜디오 등 세계적인 놀이공원을 보유하여 미국의 대표적인 가족 친화 관광도시인 올란도 방문이었으나 행사일정으로 인해 잠깐도 들를 수 없는 상황임에도 스튜디오를 방문할 시간이 있었으니, 폐장 후 아무도 없는 유니버설 내의 해리포터 호그와트 성에서 웰컴 리셉션이 진행

된 것이다. 참가자들은 주최측에서 제공하는 놀이시설(롤러코스터 등)을 즐기며 아무도 없는 놀이공원을 활보하며 생애 한 번 겪을 수 있을까 싶은 경험을 즐기고 있었다. 이 대표적인 사례로 Daytona Racing 체험, SITE만을 위한 불꽃놀이, 크루즈여행 등의 extra-ordinary experience를 참가자에게 충분히 남겼다고 생각이 든다.

또, 참가자를 위하여 첫째 날 일정 중 4시간 가까이 네트워킹시간을 배치하고 뉴비들을 위한 오리엔테이션, Untold Tales 등의 프로그램은 지금껏 참가한 행사 중 가장 파격적인 행사임에 틀림이 없다.

글을 마치며

Incentive Travel을 대구, 크게는 한국에 유치 활성화 시키기 위해서는, 공급자 입장에서 생각해 보는 자세, 즉 역지사지의 마음을 가져야겠다는 생각이 가장 많이 들었다. 고객들이 원하는 참가자의 능력 개발(ROI 증대), 장소, 프로그램, 가격경쟁력 등 Decision Making 절차에서 중요한 요소의 정보제공은 간과한 채 일반적인 도시 매력도(특성)에만 의존하는 세일즈에만 전력하고 있었다고 판단이 되므로 패키지(정형)화 된 상품개발이 선행이 된 후 그에 따른 Marketing Mix 및 전략 수립이 후행되면 Incentive/Motivational Event의 강자로 대구와 한국이 세계 속에 우뚝 설 수 있을 것이다.





선진컨벤션 참가 후기 IV | 창원컨벤션센터 김대환 팀장

EIBTM (Europe Incentive Business Travel & Meetings) 참가 후기



EIBTM의 경우에는 개최지가 스페인인 관계로 서부유럽 중심의 참가자가 다수를 이룬다. 한국관 내에 서울관광마케팅(주), 부산관광공사, 대구 EXCO, 경기 KINTEX 등 주요 MICE 기관들이 참가하여 바이어들이 집중해서 상담할 수 있게 조성했다.

특히 한국관은 행사장 주출입구 정면에 위치하고 있어, 참가자들의 접근이 용이했고 2014년도 비슷한 위치의 좋은 장소를 미리 배정받아 덤으로써 선제적 경쟁이 가능하게 됐다.

한국관광공사의 후원으로 'KOREA LOUNGE'를 개설해 바이어들을 위한 휴게공간을 조성하였는데, 전 세계 바이어들을 대상으로 한 공격적인 마케팅이 돋보였다.

본 행사에는 전 세계 170여 국가들이 참가하였으며 케냐, 아부다비 등 아프리카, 중동지역의 저개발 국가나 도시들 또한 MICE산업을 성장동력으로 인식한 듯 참여 열기가 활발한 것이 특징이었다.

일부 국가 및 도시들은 인상적인 문구와 슬로건으로 바이어들의 관심을 유도했다. 예를 들면 'IT'S SO MIAMI', 'I NEED SPAIN', 'I FEEL SLOVENIA', 'NORWAY, Powered by Nature', 'KOREA, Inspiring Meetings' 등이었다.



Green MICE에 대한 관심은 많으나 EIBTM은 분리수거 휴지통을 종이재질로 만든 것 외에 참가부스들이 친환경소재로 조성된 경우가 거의 없었다.

도시의 첫인상, 택시기사의 친절함

바르셀로나는 국제적인 MICE 도시답게 택시기사들 또한 친절했다. 여행가방을 가지고 택시를 탈 경우 모든 택시기사들이 직접 트렁크를 열어 짐을 싣고 내리는데 도움을 주었다. 우리나라의 경우 대부분의 택시기사는 운전석에 앉은 채 트렁크만 열어 주거나, 트렁크도 열어달라고 해야 열어 주는 등 불친절한 경우가 대부분이다. 이제 우리나라도 택시기사들에 대한 친절 에티켓 교육을 정기적으로 할 필요가 있으며, 지속적인 관리 감독을 병행해 나가야 할 것이다.

편리한 대중교통 요금체계

마드리드와 바르셀로나 모두 방문객을 위한 편리하고 다양한 대중교통 요금체계가 있다.

바르셀로나의 경우 크게 싱글권과 통합권, 그리고 관광객들에게 유용한 트래블카드가 있다. 싱글권은 말 그대로 버스나 메트로, 몬주익 케이블카를 1회 사용할 수 있는 카드며, 통합권은 1일권, 30일권, 90일권, 10회권, 50회권(3개월), 70회권(3개월) 등 다양한 승차권이 있다. 눈여겨 봐둘만한 것은 관광

객들을 위한 트래블카드는 2일권, 3일권, 4일권, 5일권이 있는데, 해당기간동안 버스, 메트로, FGC철도, 트램을 자유롭게 이용할 수 있도록 관광객을 위해 그야말로 특화된 카드라 할 수 있으며, 온라인으로 예매 시 10% 할인혜택까지 주어져 계획적인 관광을 준비하는 방문객을 배려하고 있었다.

지도 한 장으로도 쉽게 찾아갈 수 있는 주소체계

바르셀로나도 여느 세계적인 도시들처럼 각 거리 교차로마다 설치된 이정표가 잘 정비되어 있어 지도 한 장만으로도 원하는 장소를 어디든지 쉽게 찾을 수 있었다. 현재 우리도 그와 같이 2014년부터 의무적으로 도로명 새주소를 사용하도록 바꾸는 작업을 진행 중에 있는데, 우선적으로 안내용 홍보책자나 지도는 이를 활용하여 외국인들도 쉽게 알아볼 수 있도록 개선해 나가는 작업을 병행해야 할 것이다.

Fira de Barcelona 인근의 다양한 호텔 및 객실

Fira de Barcelona 주변은 호텔들이 즐비하다. 도보 10분 이내에 Husa Arenas Hotel, Hesperia Sant Joan Suites Hotel, Hotel Arts, W Hotel, Omm Hotel 등의 특급 호텔들이 위치하고 있고, 또한 중저가 호텔들도 다양하게 위치하고 있어 숙소 선택의 폭이 비교적 넓다. 우리나라의 경우에도 중장기적으로 추진해야 할 사업으로 여겨진다. The MICE





박근혜 정부 국제회의의 육성 기본계획, MICE산업 질적 성장과 융복합화를 촉진하다

관광분야에서 창조경제의 한 축을 담당하며 일자리 창출 중심 역할을 수행하고 있는 MICE산업은 차세대 신성장동력원이자 박근혜 정부가 추구하는 국정과제인 '고부가가치 관광·레저산업 육성' 과도 맥을 함께 이루며 핵심 과제로 추진되고 있다.

우리나라 상황과 여건에 맞는 국제회의산업의 미래 비전을 제시하고 국가 브랜드 가치를 높이며 지역경제 활성화를 위한 고부가가치 국제회의의 산업 육성 정책 추진을 위한 MICE산업 육성 심포지엄이 열렸다.

김자현 기자 _ 매경비즈니스가이드

국격을 높이고 지역경제에 활성화를 가져오며 고부가가치를 창출하는 MICE산업은 지난 2009년 17대 신성장동력으로 지정되기도 했으며 현 박근혜 정부의 국정과제인 '고부가가치 관광·레저산업 육성'의 핵심과제로 추진되고 있다. 문화체육관광부가 주최하고 한국MICE협회가 주관한 이번 심포지엄은 지난 12월 4일 서울 삼성동 코엑스 컨퍼런스룸에서 200여 명이 모인 가운데 제3차 국제회의산업 육성 기본계획발표와 함께 관련 학계 및 업계의 발제 및 토론으로 진행됐다.

이번 심포지엄을 주최한 **문화체육관광부의 신용연 관광국장**은 개회사에서 “다양한 고부가가치를 창출하는 MICE산업은 국가가 10여년 전부터 국가에서 육성해오고 있으며 이번에 제3차 계획안을 만들어 냈다”며 “2014년 1월

에도 보고대회를 통해 MICE산업을 복합연구사업과 연결시키려는 계획을 갖고 있다”고 밝혔다. 이와 함께 오늘 발표되는 내용이 국가 정책에 충실히 담겨 MICE산업 성장에 밑거름이 되길 바란다고 말했다.

이어진 제3차 국제회의산업 육성 기본계획 발표 및 전문가 발제는 유병채 문화체육관광부 국제관광과장, 김철원 경희대학교 호텔관광대학 학장, 백장곤 대구컨벤션뷰로 대표, 민민홍 한국관광공사 MICE 뷰로 실장, 김분희 (주)메씨인터내셔널 대표, 이화정 (사)PCO협회 회장, 황희곤 한림국제대학원대학교 컨벤션이벤트경영학과 교수, 신현대 (주)엑스포럼 대표 등 산학관 대표 전문가들이 대거 참석해 MICE산업 육성을 위한 ‘MICE산업 발전’과 ‘MICE산업의 융복합화 방안’에 관한 진지하고도 다양한 의견을 나눴다.



신용연 문화체육관광부 관광국장



유병재 문화체육관광부 국제관광과장



김철원 경희대학교 호텔관광대학 학장

먼저 제3차 국제회의산업 육성 기본계획은 **유병재 문화체육관광부 국제관광과장**에 의해 발표됐다. 유병재 과장은 “MICE산업이 국가 브랜드 가치 제고와 지역경제 활성화, 고부가가치 창출을 가져온다는 점에서 성장동력의 하나로 각광받고 있다”며 “지난 2009년에 17대 성장동력으로 지정됐으며 2013년 7월에는 고부가가치 관광·레저 산업 육성에 포함돼 추진되고 있다”고 국제회의산업의 현황을 보고했다. 그는 이와 함께 “우리나라 국제회의의 개최 건수가 UIA 기준으로 5위를 기록하고 있어 양적으로 크게 성장했음을 알 수 있다”며 “국내 국제회의산업의 양적 성장에도 지역경제 활성화를 위한 추가적인 부가가치 부족, 다양한 산업 주체 간 유기적 협력 미흡, 전시 산업의 80% 이상이 서울 등 대도시권에서 개최돼 주요 지역 간 산업 성장속도의 격차 발생, 전략사업 부재, 국제회의 유치경쟁 심화 및 한국의 글로벌 유치경쟁력 필요 등이 문제점으로 꼽힌다”고 지적했다. 이번 제3차 국제회의산업 육성 기본계획안에는 국제회의 산업 발전을 통한 문화융성·창조경제 실현이라는 비전 아래 오는 2017년 글로벌 국제회의의 4대 강국 진입을 목표로 △건강한 국제회의산업 생태계 조성 △국제회의

수요 지속적 창출 △전문인력 양성 및 제도적 산업기반 강화 △국제회의의 산업 융복합화 촉진이라는 4대 추진 전략과 15대 핵심과제가 담겼다. 15대 핵심과제에는 △민관협력 체계 강화 △동반성장 체계 강화 △업종 체계 정립 △국제회의의 지원방식 개선 및 품질관리 강화 △한국 대표 국제회의의 발굴 △주요 주최자 관리 △국제기구 연계 국제회의의 유치 △국제회의의 목적지로서 한국 홍보 △전문인력 양성 및 일자리 창출 △국제회의의 기획업체 역량 강화 △국제회의의 산업 통계 개선 △회의의 개최 인프라 확충 △융·복합 관광 육성 △정보기술 결합 친환경 국제회의의 진흥 △전시회 연계 국제회의·관광 육성이 포함됐다.

김철원 경희대학교 호텔관광대학 학장은 ‘건강한 MICE산업 생태계조성을 위한 제언’에서 건강한 MICE산업 생태계 구축의 선결 조건으로 다양화·창조화·융합화·집적화·상생화·안정화를 꼽으며 국제회의의 민관협력 체계 강화를 강조했다. 아울러 “국제회의의 기획업과 국제회의의 시설업, 국제회의의 서비스업 등 국제회의의 산업 체계를 정립해 동반성장 체제를 강화해야 한다”며 특히 신생 PCO 육성 및 컨설팅 지원과 국제회의의 벤처 창업 지원을 제안했다.



황희곤 한림국제대학원 교수



백창곤 대구컨벤션뷰로 대표



이화정 (사)한국PCO협회 회장



김부희 (주)메씨인터내셔널 대표

황희곤 한림국제대학원대학교 컨벤션이벤트경영학과 교수

는 MICE산업의 양적 확대 및 대외성과 제고와 같은 긍정적인 평가에도 질적 성장 미흡, 과당경쟁, 자발적 확산에 한계가 있음을 지적했다. 이에 능동적·자발적 수요자로의 고객 욕구를 변화시키며 융복합화에 따라 하이브리드 컨벤션상품 개발을 활성화하고 정부·민간의 공생적 협력체계를 모색하며 미래형 MICE산업으로의 전략적 대응태세 구축이라는 패러다임의 전환이 필요하다고 제안했다. 그는 또 MICE산업의 융복합 제한요인으로 부처간·업계간·기관간 간막이 문제와 고객 욕구의 수용태세 한계, 융복합 촉진을 위한 서비스산업 측면의 제도적 기반 취약, 민간의 자발적 참여를 끌어내는 데 인식 및 규모면에서의 한계를 꼽으며 문화-시스템-인프라 조성이라는 융복합 촉진 매커니즘과 MICE 벤처 마트 조성, MICE 서비스공급 역량 확대, MICE산업 국제협력으로 융복합 경계 확산을 제시했다.

“어려운 여건에도 지역 최초 전문 컨벤션센터인 대구 EXCO 개관 등 ‘최초’라는 수식어를 만들어내며 열심히 하고 있다”고 운을 뗀 백창곤 대구컨벤션뷰로 대표는 “설립 10주년을 맞이해 MICE를 통한 신재생에너지 산업 발전과 에너지 도시라는 브랜드를 제고하고 있다”며 특화산업 분야별 컨벤션 기획과 개발을 통한 성공 사례를 발표했다. 이와 함께 그는 “도시브랜드가 곧 국가경쟁력”이라며 “세일즈와 서비스 중심의 현재 모습에서 더 나아가 향후에는 도시브랜딩 및 MICE 기반을 조성해야 한

다”고 강조했다. 이를 위해 컨벤션뷰로 설립 행태를 사단법인에서 재단법인으로 전환할 것을 제안했으며 MICE 복합지구 조성을 위한 정부 차원의 지원과 지역 MICE산업 플랫폼 및 지방 컨벤션뷰로 지원이 강화되길 바랐다.

이화정 (사)한국PCO협회 회장은 MICE산업 인력의 전문성을 강화하고 일자리 창출에 대해 발표함으로써 각론에 보다 초점을 맞췄다. 이 회장이 꼽은 MICE산업의 인력 양성의 문제점은 신규인력 유입과 고용유지, 체계적·전문적 훈련의 부족함이었다. 그녀는 신규인력 유입을 개선하기 위해 특히 고졸신입에 대한 업계의 인식 전환이 필요하며 특성화고의 언어교육과 경쟁력 강화를 주문했다. 또한 경력 단절자에게는 일자리 공유제를 활용한 업무 개발로 재취업의 기회를 주고 경력 단절자나 은퇴자의 전문성을 활용해 지역별 컨벤션서포터즈를 상시화함으로써 신규인력이 유입되는 데 문턱이 좀 더 낮아질 것을 요구했다.

이와 함께 안정적 고용 유지를 위해 △고용조건 및 복리후생 개선 △전문직 종사자로서의 자긍심 고취 △경력개발 프로그램 제도화 △여성편중 인력구조의 개선을 제안했다. 체계적·전문적 교육 훈련으로 컨벤션기획사 2급 시험의 개선(실기시험 출제 개선)과 1급 시험 시행을 제안했고 기획업 - KAPCO 경력개발제도의 업종 전문성 교육과 일자리 창출을 위해 양질의 MICE 행사 유치 증대, MICE 업계의 적정 수익을 인정함으로써 기획업 표준요율을 정착시키고 서비스업계 파트너십을 강화해야 한다고 주장했다.



민민홍 한국관광공사 MICE부로 실장



신현대 (주)엑스포럼 대표



문화체육관광부의 제3차 국제회의산업 육성 기본계획을 들으며 희망적이라고 밝힌 **김분희 (주)메시인터내셔널 대표**는 MICE산업 업계의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 개최지에서 한국의 매력을 어필하고 우호적인 글로벌 파트너를 확보하며 글로벌 네트워크 및 비즈니스 기회 획득, 세계와 경쟁하는 서비스 퀄리티 훈련, 교육기회 확보, 세계 시장 변화와 정보 습득 및 활용 등 지속적인 R&D 투자와 입찰책임제 도입 및 표준화된 계약 가이드라인 정립, 합당한 임금 지불 체계 확립 및 표준요율 인정, 제안 아이디어를 포함한 지식 재산으로 보호, 산업의 R&D 투자비용 적용 범위 확대와 같은 희망적 산업환경 조성을 제안했다.

신현대 (주)엑스포럼 대표는 자신이 MICE산업 현장에서 느낀 점을 중심으로 발표했다. 신 대표는 전시산업의 최근 트렌드가 창의·시장선도형 모델로 변화, 선진주최자의 해외시장 진출 증가, IT산업과의 접목시도 다양화, MICE산업의 융복합화 심화로 꼽으며 국내 경기의 장기 불황 및 잠재성장률 저하, 전시회 포화상태, 양적 성장의 한계점, 지속적인 전시면적의 공급량 증가, 전시회의 경쟁심화에 따라 해외 진출이 필요함을 역설했다. 해외시장 진출 형태로 직접진출, 해외전시회 한국전 공동개최, 해외전시의 국가관 참가, 한국상품전을 꼽았다. 특히 이 가운데서도 직접진출이 향후 블루오션이 될 것으로 기대된다고 (주)엑스포럼이 직접 주최한 제12회 서울카페쇼 개최를 예로 들었다.

민민홍 한국관광공사 MICE 부로 실장은 국내 MICE산업

현황과 환경을 분석하며 향후 MICE 수요 지속 창출 방안으로 컨벤션 유치 마케팅 추진, 입체적인 Data Mining으로 대형 컨벤션 유치 강화, MICE 국제기구와의 전략적 협력사업 추진을 꼽았다. 또한 민간분야 회의 유치 독려 위한 국제회의 지원제도 개선(안)으로 유치활동 보조금 지원규모 확대 및 대형회의 지방 유치 시의 특별지원사항 확대, 한국 재유치 및 연쇄/파생 국제회의 유치에 대한 지원 강화, 국내 PCO 선정시 유치에 기여한 PCO를 우선 선정하도록 유도하는 내용의 제도 보완을 제시했다. 민 실장은 이와 함께 경쟁국과 차별화된 MICE 융복합 상품 개발로 KOREA MICE 패러다임 구축을 시사했고 지역 MICE 균형 발전을 위해 집중 지원하며 관광 연계 및 부가가치 창출 확대를 통한 지역 경제에 기여할 것을 제안했다.

플로어에서는 국제회의산업의 질적 성과지표의 필요성, 컨벤션기획사 자격제도 준비를 위한 세부 교재 필요성 및 MICE산업으로의 진출 다양화, 정부의 지자체에 대한 정책적 배려와 지원 요구 등 다양한 의견이 제시됐다. 유병채 문화체육관광부 국제관광과장은 심포지엄 말미에서 “다양한 의견을 주신 데 대해 감사드리며 의견을 반영해 MICE산업이 산업으로서 제 모습을 갖추어나가기 위해 통계부분을 보다 강화하고 다른 제조업과 비교했을 때 금융 및 세계 부분에서 부족함이 있다면 서비스 수출 산업 지위에 걸맞은 지원이 이뤄지도록 정책적으로 노력을 기울여나가겠다”고 밝혔다.



제3차 국제회의의 산업 육성 기본계획

MICE 산업의 핵심인
국제회의산업의 고도화·고부가
가치화 추구

문화체육관광부(장관 유진룡, 이하 문체부)는 12월 31일 국제회의산업 등 MICE산업의 육성을 위해 향후 5년간 중장기적으로 추진할 '국제회의산업 육성 기본계획(2014 ~ 2018)'을 발표하였다.

▶ **마이스(MICE, Meetings · Incentives · Conventions · Events and Exhibition)** : 회의, 포상관광, 국제회의, 기획 행사 및 전시회 등 비즈니스 관광의 통칭

이번 계획은 「국제회의산업 육성에 관한 법률」 제6조에 의해 수립되는 제3차 국제회의산업 육성 기본계획으로 지난 제2차 계획(2006 ~ 2010)에 대한 성과 분석 및 국내외 동향 분석을 토대로 공공기관, 지자체, 업계, 학계 등 관계 전문가의 의견을 다양하게 수렴해 수립됐다.

▶ **한국문화관광연구원 기본계획 수립연구(2012년 11월 ~ 2013년 5월), 산업 주요 관계자 및 현장 의견수렴(2013년 7월 ~, 10여 차례), 주요 기관별 국제회의 산업 전략 수립 지원을 통한 과제 발굴(한국관광공사 2013년 5월 ~ 7월, 한국컨벤션학회 2013년 6월 ~ 11월), MICE산업 육성 심포지엄 개최(2013. 12. 4.) 등**

국제회의산업은 참가자 1인당 지출액이 2011년 2,585달러로 일반 관광객의 평균 지출액(1,409달러)의 약 2배에 달하는 등 경제적 파급효과가 크며 관광, 숙박, 항공·운송, 식음료 등 관



련 산업과의 전후방 파급효과 및 일자리 창출효과가 큰 대표적인 고부가가치 관광산업이다. 특히 국가 간 경제 · 사회 · 문화 교류를 촉진하고 국가 홍보 및 브랜드가치를 제고하는 창조형 서비스산업으로서 세계 각국이 전략적으로 육성 · 지원하고 있다.

한국의 MICE산업은 지난 수년간 양적인 발전을 거듭해 2012년 기준 국제회의의 개최 건수에서 한국이 세계 5위를 달성하는 등 눈부신 성과를 거뒀다(UIA, 국제협회연합 기준). 향후 한국 국제회의의 산업이 양적 성장을 넘어 질적인 발전을 모색하기 위해, 이번 제3차 계획에서는 ‘국제회의산업 고도화 · 고부가가치화 구현’을 목표로 산업의 성숙을 도모하기 위한 4대 추진 전략 및 15대 핵심 과제를 수립했다.

- 계량 목표 : 국제회의의 개최건수 790건(UIA 기준), 국제회의의 외화획득 14.5억 달러, 국내 개최 국제회의의 참가 외국인 수 40만 명

주요 과제

▶ 3대 토착형 글로벌 컨벤션 및 20대 지역 특화 컨벤션 육성

(한국 대표 국제회의의 발굴 및 지역별 국제회의의 경쟁력 강화 추진)

정부는 의제 · 규모 · 연사 · 프로그램 등에서 국제경쟁력을 갖춘 세계적 회의로 성장할 수 있는 우리나라 대표 3대 ‘토착형 글로벌 컨벤션’을 육성하고 국내 개최 주요 대형 행사를 계기로 한 국제회의를 추가 발굴해 MICE산업의 시너지 효과를 제고할 계획이다. 또한 국제회의가 지역별 중점 산업의 지식 · 인적 교류를 통한 창조경제의 플랫폼 역할을 수행할 수 있도록 지역별로 특화되어 있는 강점 산업 중에서 국제적으로 성장할 가능성이 있는 회의를 육성(인큐베이팅)*해 지역 대표 국제회의로 육성하는 ‘지역 특화 컨벤션’을 2013년 11개에서 2018년 20개로 확대 지원한다.

* 해외 홍보, 문화체험 · 관광, 방한답사, 연사초청 등에 활용 가능한 지원금 제공

▶ 입체적 육성(인큐베이팅) 지원 방식 도입 및 주요 주최자 관리를 통한 국제회의 품질 개선

(‘국제회의의 해외 홍보 및 유치·개최 지원 제도’를 포괄적 지원이 가능하도록 개선, 주관 단체 컨설팅 프로그램 체계화로 국제회의 수요 창출 및 품질 개선 도모)

지속적인 산업의 성장을 위해 ‘국제회의의 지원 제도’를 단순 지원금 제공 외에도 △개최 후보행사 파악 △유치 준비 △유치 경쟁 △유치 확정 후 개최 준비 △행사 개최 지원의 단계별로 체계적인 지원을 제공할 계획이다.

이와 동시에 협회·학회 등 민간 주관 단체 대상 데이터베이스 구축 및 컨설팅 프로그램 제공, 정부·공공기관 대상 국제회의의 지원 활성화 세미나 개최 등을 통해 국내 주요 국제회의의 주최자들을 체계적으로 관리하고 장기적인 국제회의의 수요를 창출할 계획이다.

▶ 산학연계 인턴십 확대(2013년 71명 → 2018년 300명) 및 컨벤션기획사 자격제도 개선 추진

(체계적인 국제회의의 전문인력 양성 및 양질의 일자리 창출 지원)

국제회의의 등 MICE산업 종사자들이 업종별·직급별로 통합 경력개발이 가능하도록 중장기 교육 과정을 개발할 계획이다. 특히 국가직무능력표준(NCS)에 근거해 컨벤션기획사 2급의 시험과목 및 출제·평가·운영 방식을 개선하고, 1급을 시행하는 등 ‘일-교육-훈련-자격’의 실질적 연계를 강화할 수 있도록 자격제도의 실효성을 제고한다.

국제회의를 포함한 관광산업 종합 채용박람회 개최를 정례화하여 구인·구직의 장을 마련하고, 국제회의의 기획업·서비스업에 대한 산학연계 인턴십을 확대(2013년 71명 → 2018년 300명)하는 등 청년 일자리 창출 및 취업 지원을 강화할 계획이다.

▶ 국제회의의 기획업체의 사업 다각화 지원, 표준요율 시행 및 국제회의의 서비스업 신설

(국제회의의 기획업(PCO) 등 국제회의의 산업 핵심 업종의 역량을 강화하고, 관련 산업의 유기적 동반 성장 기반 조성)

국제회의의 산업의 중추적 역할을 담당하는 국제회의의 기획업(Professional Congress Organizer)이 단순 대행 업무를 벗어나 기획·유치 업무 등 전문 분야로 업무영역을 확대해 전문성을 높이고 수익 창출 가능성을 다각화하도록 적극 지원할 계획이다. 국제회의의 산업 업계 표준요율을 시행하여 업계 전반에 적정한 서비스 대가가 확보되도록 지원한다.

또한 국제회의의 기획업·국제회의의 시설업 등 핵심업종 외에도 그간 관광진흥법상 명시되지 않았던 ‘국제회의의 서비스업(Supplier)’*을 추가로 신설하여 국제회의산업의 체계적인 업종 분류와 정책지원 효과 확대를 도모할 계획이다.

* 국제회의의 지원 서비스업 : 국제회의와 높은 연관성이 있는 회의시설·장치 대여업, 통·번역업, 의전·수송, 회의 기념품/홍보물 제작업 등

▶ 국제회의의 복합지구 도입 및 MICE 기능 포함 복합리조트 건립 지원

(국제회의의 인프라의 양적·질적 개선으로 한국 국제회의의 유치·개최 경쟁력 강화)

국제회의의 핵심시설과 배후지원시설을 집적화하여 쇼핑·관광·숙박 등 연관산업을 연계한 부가가치를 창출하는 ‘국제회의의 복합지구’ 제도를 도입하고 컨설팅을 통해 국제회의의 등 MICE 기능을 포함한 세계적 수준의 복합리조트 건립 지원 계획을 마련할 계획이다. 아울러 고궁·박물관·미술관·공연장 등 독특한 회의 개최장소(Unique Venue)를 발굴해 참가자 만족도를 높일 계획이다.

▶ 한국MICE산업전(Korea MICE Expo) 개최 및 해외 로드쇼·설명회·전문 박람회 참가

(적극적인 해외 홍보를 통해 회의 목적지로서 한국의 위상 강화)

해외 핵심인사 초청 사전답사여행(팸투어) 사업, 해외 로드쇼 개최 및 MICE 전문 박람회 참가 등을 통해 지속적인 한국 시장 성장잠재력 확충을 위한 해외 홍보 마케팅을 진행한다. 또한 MICE 업계의 비즈니스 기회 창출을 위한 ‘한국MICE산업전(KME)’을 확대 개최하고 이 기간 중 포럼·공모전 등을 연계한 MICE 주간(MICE WEEK)을 매년 추진할 계획이다.

▶ 지역별 MICE 카드(MICE Card) 확대, 정보문화기술(ICT) 활용 친환경 국제회의의 육성 및 전시회 연계 국제회의의 활성화 지원


(세계적 MICE산업 선도국가로 성장하기 위한 전략사업 집중 육성)

각 지역별로 외국인 참가자가 해당 지역의 호텔·교통·쇼핑·음식·관광시설 이용 시 우대/할인혜택을 제공하는 MICE 카드를 확대해 외국인 참가자의 소비 촉진과 만족도 제고를 유도할 계획이다. 또한 지역별로 특화된 융·복합 관광상품을 개발·운영하고 이를 포상관광, 기업회의 등과 연계하여 MICE산업으로의 융복합 발전 시너지 효과를 제고한다.

이와 함께 국제회의의 운용 앱(APP)을 개발하는 등 정보기술을 결합한 친환경 국제회의를 진흥하고 전시회와 연계한 유망 국제회의를 동반 개최해 MICE산업의 동반 성장을 모색할 계획이다. TheMICE

향후 계획 및 추진 체계

문체부는 상기 주요 과제들을 추진하기 위해 관계부처·공공기관·지자체 및 지역 국제회의전담조직(컨벤션뷰로, CVB)·주관 단체·업계·유관 협회 등이 유기적으로 협력할 수 있도록 기존 ‘한국 MICE 육성 협의회(KMA, Korea MICE Alliance)’를 활성화하고 중앙정부와 지자체 간 ‘시도 국제회의산업 발전협의회’를 신설하는 등 민관 협력 체계(거버넌스)를 구축할 계획이다. 이 계획을 통해 창조경제로의 발전 패러다임 전환에 맞추어 국제회의산업의 성장 동력을 발굴하고 관광·예술 등 문화와 융합해 한국이 세계적인 국제회의·MICE 강국으로 도약할 것으로 기대된다.



경주컨벤션뷰로

“경주시 MICE산업의 마중물이 되겠습니다”

KTX를 타고 2시간 10여분을 달리니 어느새 신경주역에 도착, 다시 택시를 타고 보문관광단지를 향해 30여 분을 더 들어가니 초기 공사단계이지만 웅장한 외관의 경주화백컨벤션센터가 한 눈에 들어왔다. 올해 말 경주화백컨벤션센터가 완공되면 국제회의 및 학술행사, 미팅 등 다양한 회의가 개최된다. 이를 위해 지난해 10월 국제회의를 전담하게 될 경주컨벤션뷰로가 출범했다. 경주시 마이스산업의 컨트롤타워는 물론이고 대한민국을 대표하는 컨벤션센터의 역할이 기대되는 경주컨벤션뷰로를 찾았다.

김자현 기자 _ 매경비이어스가이드

경주시 마이스산업의 중추 역할을 하게 될 경주컨벤션뷰로

대한민국을 대표하는 도시는 어떤 곳일까? 가장 한국적인 미(美)와 멋스러움이 역지스럽지 않으며 백합향처럼 은은히 묻어나는 곳이자 천년 역사를 자랑하는 신라의 옛 서울, 경주시가 아닐까 싶다. 우리 민족 문화의 발상지이자 아름다운 자연을 깊이 품고 있는 대표 관광지로 산, 강, 바다가 어우러져 빼어난 자연 경관, 풍부한 먹을거리, KTX와 김해공항 등 편리한 교통편은 사람을 끌어당기기에 충분하다.

이런 기반 위에 경주시는 지난해 10월 14일 국제회의를 전담할 경주컨벤션뷰로를 출범시켰다. 앞서 7월 26일엔 사단법인 경주컨벤션뷰로 창립총회를 가졌고 10월 10일엔 법인을 설립했다.

이로써 경주컨벤션뷰로는 경주시 홍보는 물론 국제회의를 포함해 인센티브 투어, 컨벤션 등 각종 회의

유치를 전담하는 기구로 탄생된 것이다.

이제 막 첫발을 내디뎠지만 단 시간 내에 운영을 정상화하기 위해 단단한 각오로 실 틈 없이 달리고 있다. 그 노력의 하나로 지난 1월 9일엔 경주시와 MicroTAS 2015 조직위원회 간에 2015년 10월 25일부터 29일까지 닷새 동안 열릴 ‘MicroTAS 2015 국제학술회의’에 관한 상호협약이 체결됐다.

초미세 의료진단칩 등 정밀의료, 바이오 관련 학자 및 연구원, 산업체 관계자 등이 대거 참여하는 세계적인 학술회의인 MicroTAS는 지난 1994년 이래 해마다 세계 주요 도시에서 개최돼왔으며 2015년 개최지로 경주화백컨벤션센터가 선정됐다.

행사 기간 동안 국내외를 포함해 1,500명 가량이 찾아오며 경제적 파급효과는 순소비 규모가 37억원, 컨벤션센터 매출만 2억원에 이를 것으로 기대를 모으고 있다.



신라 문화와 역사가 녹아있는 경주화백컨벤션센터

경주시 컨벤션산업을 일으키는 데 중요 시설이 될 경주화백컨벤션센터는 올해 말 완공을 목표로 공사가 한창 진행 중이다. 지하1층~지상4층 규모의 센터는 회의나 전시 규모에 따라 시설물 간의 분할 및 합체가 쉽도록 설계됐다. 행사 규모나 성격에 따라 공간을 재구성 및 재배치할 수 있게 만드는 것이다.

센터명은 신라 법흥왕 때 처음 등장한 만장일치의결기구 ‘화백회의’에서 따왔다. 이름만이 아니라 센터가 완공되면 건물 곳곳에 신라시대의 문화와 역사를 숨은 그림 찾듯 발견할 수 있을 것이다. 건물 전면부의 지붕은 우리 고유의 우아한 곡선을 그리며 2층과 3층에 걸친 T자형 장식은 신라 금관을 상징한다. 이 시설물 바로 옆에는 성덕대왕신종에 새겨진 비천문이 드리워진다. 경주 박물관이 통째로 들어가 있는 느낌이다. ‘천년의 마루’라는 이름의 광장, 광장에서 지하로 내려가는 길에는 아사달과 아사녀 설화에 등장하는 ‘영지뚝’, 광장 오른쪽엔 ‘신라의 정원’이 신라의 역사와 문화를 보다 세련된 모습으로 꽃피울 것이다.

외신기자 출신의 마당발 본부장과 컨벤션 전문가들이 만들어가는 컨벤션뷰로

마이스산업이 필요로 하는 인재상은 무엇일까? 아마도 풍부한 전문지식과 함께 네트워킹 능력을 고루 갖춘 사람일 것이다.

국제회의 유치 및 각종 회의와 미팅 등 컨벤션 마케팅의 중추적 역할을 하게 될 경주컨벤션뷰로에는 외신기자 출신으로 국내외 여러 분야의 인적 네트워킹을 갖춘 김비태 본부장을 비롯해 제주도 컨벤션뷰로에서 7년 이상 마케팅 업무를 수행해 온 양천도 마케팅팀장, 대구컨벤션뷰로와 엑스코 등 뷰로와 센터를 두루 경험하며 홍보를 담당하고 있는 김수진 대리가 한술밥을 먹고 있다. 인적 네트워킹의 베테랑과 컨벤션 전문가들의 운명적인 만남은 향후 경주컨벤션뷰로의 밝은 앞날을 예고한다.

김비태 본부장은 “경주시는 관광서비스 마인드가 잘 갖춰져 있어 마이스산업과 접목했을 때 큰 시너지를 낼 것”이라며 “각종 학술대회 및 국제 행사 유치 등 경주시 마이스산업의 마중물 역할을 해내겠다”는 포부를 밝혔다.

격의 없는 대화와 자유로운 의견 나눔 등 유연한 조직 문화를 가꿔나가는 경주컨벤션뷰로 가족들은 일당백을 하면서도 시종일관 웃음을 잃지 않으며 매일 구슬땀을 흘리고 있다. The MICE



좌측부터 양천도 팀장, 김비태 본부장, 김수진 대리



제주 MICE의 종합선물세트,
(주)뭉치마이스

“제주적인 MICE 상품 개발로 제주만의 MICE 독창성 정립할 것”

국제회의의 기획부터 국내 여행까지, 다양한 MICE 분야를 아우르는 말 그대로의 MICE 종합선물세트를 고객에서 선사하는 (주)뭉치마이스. 한국을 대표하는 관광도시 제주의 전통을 살리며 자연과 관광을 통해 지역 MICE산업을 선도해 나가고 있는 (주)뭉치마이스는 창립 24년의 노하우를 바탕으로 제주를 세계에 알리고 있다. (주)뭉치마이스의 김영훈 대표는 “제주적 MICE의 독창성을 정립하겠다”는 각오를 밝혔다.

김현열 기자 _ 매경비즈니스가이드

1990년 회사를 창립한 (주)뭉치마이스의 김영훈 대표는 지난해 8월 한국민운동본부와 자랑스런대한국민대상위원회가 주최하고 대한국민운동본부, 세계평화사랑연맹이 주관하는 ‘2013자랑스런대한국민대상’ 관광진흥부문 대상을 수상한 바 있다.

본 수상은 제주도에서는 처음으로 개인이 수상한 것이어서 그 의미를 더한다. 김영훈 대표는 국내 최초로 ‘스토리텔링투어’라는 단어를 사용했고, 국내 최대의 문화체육관광부 지정 ‘우수여행상품’을 보유하고 있으며, 워킹 워크숍, 오토 트레킹 등을 개발하는 등 제주지역의 관광산업을 고부가가치산업으로 만드는데 일조해 오고 있다. 그는 회사 창립 이후 24년간 현재 제주 관광시장에 문제점이 되고 있는 저가 패키지 상품을 거부하면서 꾸준히 관광객이 만족할 수 있는 명품관광을 고집하고 있다.

제주를 대표하는 PCO업체로 손꼽히는 (주)뭉치마이스는 ‘여행은 아는 만큼 보인다’를 모토로 보다 나은 서비스를 고객들에게 제공하기 위해 매진하고 있다.

지속가능한 제주 만들기 위한 노력

(주)뭉치마이스는 그간 ‘2013 미래영상포럼’, ‘2012 세계지방정부정상포럼’, ‘한·일 수처리 심포지움’, ‘제3차 아시아·태평양 수산위원회 지역자문 포럼 및 총회’ 등 다양한 사업을 진행한 바 있다.

김영훈 대표는 (주)뭉치마이스가 진행했던 행사 중 특히 ‘2012 세계지방정부정상포럼’이 가장 기억에 남는다고 전했다.

“행사준비기간에 전 직원들이 며칠 밤을 꼬박 새가며 성공적인 행사개최를 위해 힘을 모쳐 일을 했습니다. 무더운 여름날 가족들에게 갈아입을 옷가지들을



부탁하면서까지 일하는 직원들의 열정적인 모습에 큰 감동을 받았습니다.”

그는 ‘2012 세계지방정부정상포럼’이 다시 한 번 회사는 직원들의 노력과 열정을 통해서 존재한다는 사실을 깨닫게 한 행사이자 가장 기억에 남는 행사였다고 말했다.

(주)몽치마이스가 여타 동종 기업과 다른 차별성은 지속가능한 제주를 만들기 위한 노력에서 비롯된다. 타고난 천혜의 자연을 후손들에게 잘 물려주고 지속가능한 생태관광을 추구하여 있는 그대로 제주의 자연을 체감하게 해주는 것이 (주)몽치마이스만이 가진 차별성이라는 것이다.

인재(人才)가 자원이다

김영훈 대표는 “(주)몽치마이스가 중요시 여기는 것 중 하나가 바로 사람”이라고 말했다. 그는 “사람 냄새 나는 회사”를 만드는 것이 근본적인 목표이며, 그것이 곧 (주)몽치마이스의 Identity라고 설명했다. 직원들은 점심에 따로 약속을 잡지 않고 항상 점심식사를 함께 한다. 그것은 김영훈 대표의 생각, 즉 “직장동료이기 이전에 먹을 식(食), 입 구(口)를 써서 직원이 아닌 식구”라는 마인드가 크게 작용했기 때문이다.

MICE 업계의 가장 큰 자원은 바로 사람이다. 그렇기 때문에 일을 해나감에 있어 직원들 간의 관계 정립은 매우 중요한 요소 중 하나다. 김 대표는 “교만은 조직을 힘들게 하나 겸손은 조직을 힘

나게 한다”며 “우리 회사는 내가 사무실을 비워도 직원들이 겸손한 태도로 서로 도와가며 정말 열심히 일을 한다”고 설명했다. 김 대표 역시 자신이 자리를 비워도 교만하지 않고 겸손한 태도로 임하는 직원들 덕분에 전혀 힘들지 않고 오히려 힘이 난다고 말했다. 그래서 그는 회사를 이끌어감에 있어 함께 노력해주는 직원들에게 항상 고마움을 느끼고 있다고 전했다.

고정관념 탈피와 역발상

김영훈 대표는 “새로운 사고로 제주를 보면 새로운 제주가 열린다”라고 말했다. 처음 하는 사람은 어렵고 뒤에 따라 하는 사람은 쉬운 법, 즉 모방은 쉽지만 창조는 어렵다. 하지만 그는 쉬운 길을 포기하고 어려운 길을 선택했다.

“항상 역발상 자세로 남들이 안 한 것에 대해 끊임없이 도전합니다. 역발상을 통한 고정관념 탈피가 바로 (주)몽치마이스 가치철학이라고 할 수 있습니다.”

(주)몽치마이스는 에너지관리공단에서 인증한 탄소중립상품 판매를 통해 환경숲 조성 및 신재생에너지발전에 기여함으로써 제주도의 환경보호에도 앞장서고 있다. 김영훈 대표는 “앞으로도 제주적인 MICE 상품을 체계적으로 개발하여 제주적인 MICE의 독창성을 정립하도록 할 것”이라는 포부를 밝혔다. The MICE



1 들어가는 말



2014년 세계 경제는 점차 회복될 것으로 보인다. 세계은행은 2013년 2.2%에서 2014년 3.0%, IMF는 2.9%에서 3.6%, OECD는 3.1%에서 4.0%로 성장할 것이라며 공통적으로 낙관적인 전망을 하고 있다.

세계 최대 경제 대국인 미국은 2.6% 상승하고, 중국은 7.3%, 일본은 1.2%, 인도는 5.1%, 남미는 2.5% 성장률을 기록할 것으로 보여 2014년 한 해는 전반적으로 2013년에 비하여 글로벌 경제의 성장세가 이어질 것으로 전망된다. (2013.10. IMF)

한국의 경우는 당초 3.9% 성장률에서 3.7% 성장으로 조정되었으나 대체로 경기가 되살아나는 한 해가 될 것으로 기대된다.

MICE산업은 그 속성이 상용관광(Business Tourism)이기 때문에 경제의 흐름에 매우 민감하게 반응한다. 세계 상용관광협회(GBTA)전망에 따르면, 전 세계의 경제 회복세에 힘입어 2014년 7.6%, 2015년 7.2%, 2017년 7.1%의 상용 관광 지출이 증가할 것으로 전망하고 있다.(GBTA, 2013.10.15.)

Advito의 상용관광 상업 전망 보고서에 따르면, 2014년 MICE 부문의 수요는 유럽이나 미국보다는 아시아·태평양이 지속적인 성장을 할 것으로 전망된다.

호텔가격은 작년에 비하여 오를 것으로 보이며, 특히 1급 MICE 도시에서의 인상이 다른 도시에 비하여 가속화 될 것으로 보인다. 예외는 역시 아시아·태평양 지역으로 숙박 시설의 공급량이 많아 인상에는 한계가 있을 것으로 전망되고 있다.

2014년 아시아에서 눈여겨 볼 국가는 중국이다. 경제 성장률이 7.3%이고 상용관광 및 MICE산업에 눈을 뜨고, MICE 인프라가 크게 개선되어 아시아의 MICE 이벤트를 빨아들이는 속도가 매우 가파르기 때문이다.



2 MICE 각 부문에 대한 전망

가. 기업 회의 시장(Meetings)

기업 회의를 포함한 각종 회의 산업에 대한 전망은 지난 수년간 Meetings 분야에서는 행사 수요가 위축되었으나, 금년에는 2008년 이전의 호황기를 기대할 수 있을 것으로 전망하고 있다. 특히 중국, 인도, 말레이시아, 인도네시아 등 아태지역 국가에서의 Meetings 수요는 가격의 탄력성에 힘입어 증가할 것으로 보인다. 고객들은 MICE 침체기 가격 수준으로 Meetings 비용을 유지하려는 전략을 펼칠 것으로 보이며 MICE 시설 이용 요금 상승분은 초청연사 초청 축소, 단거리 도시에서의 회의 개최, 체재 일수 축소 등을 통하여 상쇄할 것으로 전망된다.

나. 협회·학회 회의 시장(Association Meetings)

각종 학회나 협회 회의는 MPI Business Barometer 전망에 따르면 높은 상승세가 기대되는 부문이다. 지난해 유럽에서는 4% 증가, 미국에서는 4.25% 증가하였으며 개선된 경제 안정성 지속, 국내외 회의 활동 증가는 성장 가능성을 높이는 신호로 볼 수 있을 것으로 전망된다. CIVET라고 명명되는 콜롬비아, 인도네시아, 베트남, 이집트, 터키와 남아프리카는 국제회의 부문을 한층 더 강화시키는 역할을 할 것으로 전망된다.



다. 인센티브 관광 (Incentive Travel)

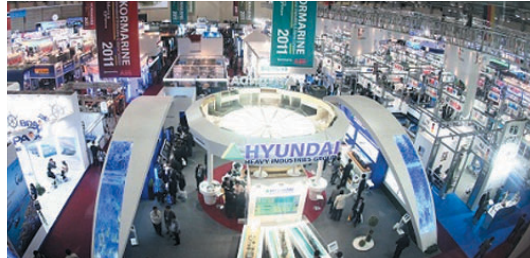
국제 인센티브 경영자 협회(SITE) 등 주요 기관에서 연구한 자료에 따르면, 세계 인센티브 관광은 2014년 한 해 성장할 것으로 보이며, 동기부여 여행 체험은 더욱 증가할 것으로 보인다. SITE가 인센티브 관광 전문가들을 대상으로 실시한 조사에 따르면, 향후 1~3년간 세계 인센티브 시장은 실질적으로 성장세를 지속할 것이라고 응답하였다. 인센티브 연구재단(IRF)이 지난해 조사한 인센티브 여행 성장에 대하여 응답자의 56%가 경제 회복에 따른 인센티브 여행이 증가할 것이라고 응답하였다. 2014년 Advito 산업 전망 보고서는 MICE 중에서 인센티브 여행이 가장 빠르게 성장할 것이라 전망했다. 그 이유 중 하나는 그동안 최고 판촉 직원들의 사기 고양을 위한 인센티브 관광의 중요성이 부각되고 있다는 것으로 휴양지보다는 주요 도시로의 인센티브 여행 성장을 예측하였다.



라. 전시회(Exhibition)

미국 텍사스 주 댈러스 소재의 전시산업연구센터(CEIR) 전망에 따르면, 참관객(Attendances), 수익(Revenue), 전시장 판매(Square feet sold), 전시출품업체(Exhibitors) 등 4개 요소를 고려하면 평균 2.1%의 전시 산업 성장이 예상되며, 2015년 3.2%로 전망되어 2013년 1.1% 성장에 그쳤던 사례를 볼 때 전시산업도 글로벌 경제 활성화와 더불어 성장세를 이어갈 것으로 보인다.

단, 정부의 전시회 참가 감축에 따른 지원 및 참가자 감소가 예상되며, 새로운 전시시설의 완공은 기존 전시시설의 운영을 더욱 어렵게 할 것으로 보인다.



3 세계 각 대륙별 MICE산업 전망

가. 아시아

아시아는 전 세계 GDP의 20%를 차지하고 있는 지역으로 중국, 일본, 인도 등 세계 10위 안에 있는 경제대국이 3개 국가나 된다. CWT에 의하면 2014년 아태지역의 MICE산업은 대체로 성장세를 기록할 것이며 호텔 및 시설 등에 대한 수요와 공급 측면에서도 많은 투자가 이루어질 것으로 보인다. 따라서 호텔과 컨벤션 시설 분야의 과잉 공급이 우려되기도 한다. MICE 건수는 지난해에 비하여 약 1.2% 감소가 예상된다.

나. 유럽

유럽의 현재 경제 상황은 그리 낙관적이지 않고 유로존 전체에 호텔 등의 문제가 있어 MICE 참가자의 수가 제한적일 수 있다. American Express사의 2014년 전망에 따르면 회의 건수는 줄어들고 회의 참가비용과 회의 참가자 수도 1.8% 정도 감소할 것으로 전망되고 있다. 다만 독일과 영국은 예외로 이 두 국가의 MICE산업은 성장할 것으로 보인다.



다. 북 아메리카

CWT 전망에 따르면 2014년 북미에서의 회의 참가 규모는 다소 줄어들 것으로 보이며 1일 참가자 비용도 5.5% 감소할 것으로 보인다. MICE 기획자들이 보다 많은 숙박과 식음료 부문 지출에 대한 스트레스를 받을 것으로 보인다. MICE 시설 공간에 대한 수요는 공급을 초과할 것으로 보인다. MICE 건수는 지난해보다 1.5% 증가할 것으로 설문조사 결과 알려졌다.

라. 중미 및 남미

MICE 행사 건수도 평년 수준이며 MICE 부문 지출도 1.4% 정도 감소할 것으로 전망된다. 참가

자 수는 증가할 것으로 보이는데 이는 브라질에서 개최되는 2014년 FIFA월드컵 및 2016년 하계올림픽 등이 이 지역에서의 MICE 활동을 증가시키는 요인으로 작용할 수 있기 때문이다.

마. 오세아니아

2014년 호주의 경제 성장률은 2.3%, 뉴질랜드는 2.3% 증가할 것으로 보인다.

지난 2년간 MICE 부분의 성장을 기록했으나 2014년은 0.5% 감소할 것으로 전망되고 있다. 전체 MICE 개최 건수, 참가자, 모두가 감소할 것으로 전망되며 MICE 지출도 3.6% 감소할 것으로 전망되고 있다.

4 2014년 MICE 부문 7가지 트렌드

IMEX Group는 2014년 MICE산업의 7가지 트렌드를 내놓은 바 있다. 이를 요약하면 다음과 같다.

가. 단시간에 다양한 콘텐츠 활용

YouTube나 TED등 다양한 채널을 통한 고객과의 관계를 맺을 수 있으며 즐겁고, 다양하고, 쉽게 이해할 수 있는 콘텐츠가 출시된다.

나. 일과 삶의 균형을 갖는 행복 추구

직원들의 충성도와 동기는 기업 가치와 개인적 가치의 통합에 의해 이루어진다는 점을 최근 많은 기관들이 깨닫고 있다. 따라서 일과 노동의 분리보다는 총체적 행복이 직원과 공명하는 경향이 많다.

다. 연결성과 통합성

MICE산업에서 가장 중요한 기술은 연결성과 통합성이다. MICE 시설에서의 Wifi는 필수이다. 스마트폰 앱과 적용 가능한 기술은 자료 획득과 깊은 사업 통찰력을 제공해 줄 것이다.

라. 소셜 미디어 활용

소셜 미디어로 예산을 받아보고 마케팅이나 커뮤니케이션 전략을 짤 수 있다. 모든 MICE 기획에 이를 적용해야 한다.

마. 글로벌(Glocal)

글로벌기업의 현지 영향력에 대한 부문으로 대표단들이 사회적 기여 차원에서 MICE 개최지에 기여하는 프로그램이 개발될 것이다.

바. MICE 부문이 경제의 선도 지표 역할

MICE 부문의 성장은 특정 산업의 경제적 성장의 믿을 만한 지표이다. 사업이 이루어지는 곳에서 MICE가 발생한다. 호주의 경우, 광산, 오일, 가스, 노령자 관리, 피트니스, 의료 및 제약 등의 분야에서 MICE산업의 성장이 눈부시다.

사. 창의성과 다양성 관심 고조

최근 많은 회사가 채용시 창의성과 인식의 개발 전략에 관심을 갖고 있다. 생각의 다양성이 새로운 도전 과제이다.

American Express사도 2014년의 MICE 트렌드로 소셜 미디어 및 모바일 앱 활용 증가, MICE 예산 감축, 까다로운 MICE 유치 과정, 특별 MICE 시설 활용 증가 등을 들었다.



5 나오는 말

2014년 한국의 MICE산업은 성장할 수 있을까? 기획재정부는 최근 발표한 ‘2014년 경제전망’을 통해 올해 한국 경제가 3.9% 성장할 것으로 내다봤다. 이는 국제통화기금(IMF)의 세계경제성장률 전망치 3.6%보다 0.3%포인트 높은 수치다. 2013년 한국의 수출은 5,597억 달러, 수입은 5,155억 달러로 무역흑자가 422억 달러로 나타났다. 우리경제는 튼튼한 기초여건(펀더멘털)과 세계경기 회복세 전망으로 2014년 MICE산업도 더욱 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 전망된다.

2014년 한국에서는 세계 3대 국제 가스회의 하나인 ‘가스텍 2014(Gastech Korea 2014)’, 수학계의 올림피아드인 100개국 5,000명의 수학자들이 참가하는 국제 수학자 대회(International Congress of Mathematicians, ICM), 그리고 최초의 국제기구인 국제전기통신연합(International Telecommunication Union, ITU) 전권회의 등 세계적인 MICE 행사가 한국에서 개최된다.

한국의 MICE 경쟁력은 전 세계 어디에 내놓아도 손색이 없을뿐더러 아시아에서는 MICE 시설, 숙박시설, 인프라, 컨벤션 서비스 부문에서 최고의 경쟁력을 갖고 있다고 생각된다.



녹색기후기금(GCF), 세계은행 한국사무소가 인천 송도에 들어서는데 등 한국의 국제회의 국가로서의 이미지는 더욱 강화되고 있다. 한국이 세계 10위권에 드는 산업 경쟁력을 갖춘 부문을 정밀하게 선별하여 관련 MICE 이벤트를 유치하는 노력을 기울인다면 한국은 싱가포르를 능가하는 아시아 최고의 MICE 목적지로 자리매김 할 수 있을 것이다.

차별화의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 아시아에는 싱가포르, 중국, 일본 등 우리가 넘어야 할 경쟁 상대가 3개 국가나 있다. American Express사는 2014년 촉망받는 아시아 지역 MICE 목적지로 상하이, 시드니, 홍콩, 마카오, 방콕, 치앙마이 등을 꼽은 바 있다.

한국이 과연 MICE 참가자들에게 무엇을 줄 수 있는가? 한국에서 개최되는 MICE 행사에 가면 어떤 문제점을 해결할 수 있을까? 라는 가치제안(Value Proposition) 전략을 MICE 주최자나 기획자, 그리고 DMO들이 함께 고민해야 하며 보다 나은 것, 새로운 것, 꼭 가 봐야 할 것 등 차별점(Point of Differentiation, POD)을 제시할 수 있어야 일본을 넘고, 싱가포르를 넘어 향후 중국과 당당하게 경쟁할 수 있는 기반을 닦을 수 있다고 생각된다. *The MICE*

참고자료

산업통상자원부(2014.1.1.), 2013년 수출입 동향 및 2014년 수출입 전망
 IMEX(2013.11.28.), Meeting Industry Forecast: Seven Key Trends for 2014
 Hart, Michael(2013.9.16.), CERl Predicts Slow, Steady Industry Growth, EXPOWeb
 Shapiro, Michael(2013.12.1.), Forecast 2014, Meetings get back to Business, M&C
 CWT(2013.7), Travel price Forecast 2014
 GBTA(2013.8.5.), GBTA BTI Outlook
 American Express(2013), 2014 Global Meetings and Events Forecast
 VISA(2013), Global Travel Intentions Study 2013
 ADVITO(2013), 2014 Industry Forecast
 Davidson, Rob(2013), EIBTM 2013 Trends Watch Report





정우용 서울대학교 역사문화센터 교수



서정협 서울시 문화관광디자인본부 관광정책관

2013 SEOUL MICE Alliance 연례회의

SEOUL MICE Alliance 회원사 간 교류와 화합의 장 열려

한국을 찾는 외래 관광객의 80%가 방문하는 서울. 우리나라 대표 도시브랜드이자 국제관광도시다. 이런 서울을 보다 가치 있고 매력적이며 관광객들이 편히 쉬고, 먹고, 즐기도록 만드는 서울 MICE Alliance 회원사들이 한 자리에 모여 교류와 화합의 시간을 가졌다.

김자현 기자 _ 매경비즈니스가이드



황보현 HS Ad 상무

지난 2013년 11월 28일 '2013 SEOUL MICE Alliance 연례회의'가 144개 회원사 임직원 350여명이 참석한 가운데 서울 논현동 임피리얼팰리스 호텔 두베홀에서 열렸다. 31개 신규사 환영의 자리이기도 한 이번 행사에는 주요 내빈으로 이승렬 서울관광마케팅 대표이사, 서정협 서울시 문화관광디자인본부 관광정책관, 오성환 한국MICE협회 회장, 장종욱 임피리얼팰리스 호텔 총지배인, 최인규 (주)블루에어 대표, 황성식 라움 총지배인, 김민규 (주)드로잉쇼 대표가 참석했다.

서울관광마케팅이 주최한 이번 행사는 2013년 한 해 서울 MICE Alliance의 활동내용을 돌아보며 회원사 상호 간 네트워킹의 시간으로 진행됐다.

본회의 이전 회원사의 경쟁력 강화와 만족도 제고를 위한 교육 세션이 운영됐다. '글로벌



건배사 제의하는 오성환 한국MICE협회 회장



이승렬 서울관광마케팅 대표이사



장중욱 임피리얼 팰리스 호텔 총지배인



별 홍보 소통의 기술'과 '사람 사는 역사도시 서울'이란 흥미로운 주제로 황보현 HS Ad 상무와 정우용 서울대학교 역사문화센터 교수가 각각 강의해 참석자들의 호응을 얻었다.

본행사에서는 서정협 서울시 문화관광디자인본부 관광정책관이 "현장 목소리와 전문가, 연구원 등의 목소리를 청취해 만든 MICE 마스터플랜(2014~2018)을 실현시키기 위해서 더욱 고민해야 할 것"이라고 다짐했다. 이를 위해 그는 "현장에서 목소리와 의견을 많이 내고, 오늘과 같은 네트워킹 시간을 통해 비즈니스와 관광 발전으로 이어지는 MICE Alliance가 되길 바란다"고 당부했다.

이번 행사의 주최기관인 서울관광마케팅의 이승렬 대표이사는 "2010년 47개 회원사로 출발한 서울 MICE Alliance가 지난 4년 동안 노력한 결과 144개사로 확대됐다"며 "공동노력 하에 MICE 전문 전시회, 현장답사, 홍보 마케팅 등을 전개하며 MICE의 집중 능력을 향상

시켰다"고 평가했다. 이와 함께 그는 "서울 MICE Alliance 회원사 여러분과 보다 긴밀한 협조 체제를 구축하고 회원사의 다양한 의견을 수렴해 서울 MICE산업의 국제 경쟁력을 이끄는 전인차 역할을 수행하도록 노력하겠다"는 포부를 밝혀 서울관광마케팅의 MICE 분야의 경쟁력 제고를 위한 지원을 예고했다.

서울시 MICE Alliance는 2013년 한 해 동안 △국내외 4개 MICE 전문전시 참가 △해외 단체 현장답사 지원(국제회의, 기업회의 등 10건) △해외 국제회의 공동유치 활동(31건 유치성공, 약1700억원 경제적 파급효과 창출) △해외 미디어 팸투어 운영을 통한 국내외 홍보 및 마케팅 활동을 전개해오며 빠르게 성장했다.

2014년에는 회원사 간 네트워크를 보다 강화하며 비즈니스를 활성화하고 해외 마케팅의 내실화를 꾀하며 운영 시스템을 보다 체계화하는 등 진일보한 발전 기반을 마련한다는 계획이다.



2013 인천 MICE Job Fair

“MICE산업에서 펼칠 꿈, 인천 MICE 전문 채용 박람회에서 잡는다”

현 정부는 정권 초기부터 고부가·고품격의 융복합형 관광산업을 집중 육성해 경쟁력을 강화하겠다고 발표한 바 있다. MICE, 의료, 한류, 크루즈, 역사·전통문화 체험, 레저·스포츠 등이 이에 해당된다. 이 가운데에서도 서비스산업 및 지식기반산업이 융합된 MICE산업이 현재 각광받고 있으며 전도유망한 산업으로 꼽힌다. 이런 흐름에 따라 인천 송도컨벤시아에서 MICE산업을 보다 활성화하고 구직자들의 취업에 대한 목마름을 해결하기 위해 MICE 전문 채용 박람회가 열렸다. 인천지역의 주요 호텔, 식·음료 기업, 쇼핑 등의 다양한 업체가 참여한 이번 박람회는 청년 구직자, 경력단절 및 다문화가정의 여성 등 MICE산업에서 자신의 꿈을 실현시키고자 하는 이들에게 희망과 기회의 장이 됐다.

김자현 기자 _ 매경비즈니스가이드

꿈꿔오던 MICE산업으로의 채용 기회 마련

“평소 MICE산업에 관심이 있었고, 교수님께서 이번 박람회에 참가하도록 적극 추천해주셨습니다”

인천 MICE 전문 채용 박람회를 찾은 한 대학생의 말이다. ‘무역학과 3학년에 재학 중’ 이라고 자신을 소개한 그녀는 언젠가 우연히 국제회의에 참관하면서부터 MICE산업에 관심을 갖게 됐고, 진로를 결정하게 됐다고.

“MICE산업에 관심은 있었지만 정보를 어디에서, 어떻게 구해야 하는지 몰라 헤맸는데, 이번 박람회를 통해 기

회에서부터 행사유치에 이르기까지 국제회의 및 컨벤션의 전 과정에 대해 꼼꼼히 파악했다”며 풀리지 않던 수수께끼가 풀렸다는 듯 환하게 웃었다.

이 학생처럼 MICE산업에 관심 있고 자신의 열정과 꿈을 펼치길 원하는 청년 구직자 및 인재들을 위한 2013 인천 MICE Job Fair가 지난해 11월 27일 인천 송도컨벤시아 프리미어볼룸 A~C홀에서 열렸다. 이번 박람회는 인천도시공사가 주최하고 인천광역시, 인천경영자총협회, 한국관광공사, CJ 헬로비전이 후원했다.



MICE산업 맞춤형 일자리 창출 통한 실제 채용 확대에 초점

2013 인천 MICE Job Fair는 MICE산업 맞춤형 일자리 창출을 촉진하기 위해 마련된 행사로 호텔, 식·음료업계, 쇼핑업계, 인천종합일자리지원센터, 인천여성취업센터 등 각 업종별 기업은 물론이고 공공기관 등 37개 업체가 참가했다.

개막식 없이 차분하고 조용한 분위기에서 진행된 이번 박람회는 부스별 채용 관련 상담 및 즉석 면접이 진행됐다. 구직자들이 직접 작성한 이력서나 자기소개서를 클리닉해주고 면접 복장 및 태도와 말투를 코칭하는 부스도 운영돼 주목을 끌었다. 면접 채용 방식이 기업마다 다른 점을 고려한 코칭, 실제 면접에서 부딪히는 돌발 상황 등 실제 면접에서 필요한 정보와 조언을 아낌없이 제공했다. 면접 메이크업 부스에는 전문가 두 명이 시연을 하며 꼼꼼히 조언하는 덕에 구직자들로 붐볐다.

이번 박람회는 특히 경력단절자, 다문화가정의 여성들에게는 더 없이 좋은 기회의 장이 되었다. ‘인천남동산단 여성새로일하기센터’는 주로 경력단절 여성을 대상으로 취업상담과 알선, 집단상담 프로그램을 통해 적성을 찾아주며 국비 지원을 통해 교육 프로그램을 무료로 진행, 이수자에게 취업을 연계해주는 기관이다. 이번 박람회에는 다문화가정의 여성을 대상으로 호텔 및 여행 등 관광업계에 취업시켰던 경험을 토대로 이들에게 양질의 일자리를 제공하고 향후 지역 일자리 창출에까지 기여할 것으로 내다봤다.

부대 행사로는 박람회 입구에 희망 메시지를 적어 나무에 매다는 ‘희망 메시지 트리’가 진행됐으며 SNS를 활용한 이벤트가 세 차례 진행돼 청년 구직자들에게 잠깐의 휴식과 웃음을 제공했다.

인천도시공사 조강욱 과장은 “인천시내 굵직한 주요 호텔 8개사를 비롯해 MICE 지원사, PCO, 컨벤션 관련 학과가 설치된 학교 등 실제 채용 계획이 있는 곳을 중심으로 유치해 구직과 구인이 연결될 수 있도록 기획했다”며 “특히 인천시의 청년 인턴십 프로그램과 연계·진행해 인턴십과 실제 채용 부분 두 가지에 주안을 뒀다”고 전했다. 또한 “인천경영자총협회와 MOU를 체결해 청년 인턴십 프로그램과 인천 MICE Job Fair를 통해 채용되는 인턴과 직원에게 우선 지원되도록 재정적, 제도적으로 준비해왔다”며 “실제 MICE 관련 업체들도 바로 채용이 어렵다면 인턴십이라는 가교를 통해 직원의 능력을 검증하는 기회가 될 것”이라고 밝혔다. 이와 같이 2013 인천 MICE Job Fair는 지역의 일자리 창출과 더불어 인천 MICE산업으로의 취업을 희망하는 구직자들에게는 꿈의 일자리 창출이라는 점에 의미가 있고 특히 지역 학생들과 경력단절자, 다문화가정 여성들에게는 좋은 취업 기회의 장이 됐다.

인천 MICE산업의 현재와 미래는?

서해의 관문, 대중국 교역의 중심지 인천은 환경과 의료, 교육, 전문 MICE 도시라는 마케팅 전략 아래 현재 호텔, 식음료, PCO, 쇼핑 등 MICE 얼라이언스 27개 기관이 있으며 2012년 기준 국제회의를 25회나 개최해 전국 지자체 중 5위를 차지하였다. 이를 통해 인천 지역에 생산유발효과만 3,160여억원, 2,832명의 고용유발효과를 가져왔다. 오는 2020년에는 50건 이상의 국제회의를 개최하여 전 세계 30위권, 아시아 10위권 진입을 목표로 속도를 내고 있다. 인천 MICE Alliance 기관도 50개로 확대하여 6,000억원의 생산유발효과와 6,000여명의 고용유발효과를 댈으로써 명실상부한 국제 기구도시, 친환경 지속가능 그린 MICE 도시로의 위상을 확고히 할 것으로 기대를 모은다.



대전 엑스포과학공원 재창조 개발계획 본격화, 제2 도약 준비

2014년 청마의 해를 맞아 대전 엑스포과학공원이 ‘대한민국 신중심도시 대전’이라는 비전과 상징성을 가지고 재창조하는 제2의 도약을 준비하고 있다.

엑스포재창조사업은 민선 5기 공약사업으로 2010년부터 추진되었으며 작년 12월 ‘대덕연구개발특구 엑스포과학공원 개발계획’이 미래창조과학부 심의를 통과함에 따라 올해부터 본격적으로 추진될 것으로 보인다.

이번 엑스포재창조사업은 대전마케팅공사의 주도로 기초과학연구원(IBS)과 사이언스센터가 들어서는 사이언스파크(33만㎡), HD드라마타운과 액션영상센터, 시청자미디어센터가 입주하는 첨단영상산업구역(10만㎡), MICE산업육성을 위하여 건립하는 다목적전시장이 위치하는 국제전시컨벤션구역(3만㎡), 한빛탑, 첨단과학관, 신재생에너지관 등으로 꾸며지는 엑스포기념구역(13만㎡) 등 4개 구역으로 나눠 개발된다.

특히, 핵심사업으로 추진하는 사이언스센터와 다목적전시장 건립의 성공적인 사업추진을 위해 공사는 현재 사

업타당성 검토 용역을 의뢰한 상태이다. 사업타당성 검토에는 사이언스센터 수요분석과 민자 유치 방안, 성공 사례 등이 담길 것으로 알려져 향후 용역 결과에 따라 사업추진 방향이 결정될 것으로 보인다.

이와 관련 채훈 대전마케팅공사 사장은 2014년 신년사를 통해 “올해는 대전마케팅공사가 가장 큰 변화가 일어날 것으로 예상되는 의미 있는 한 해가 될 것”이라고 밝히며, “스스로 변화하고 상호간에 신뢰를 지키며 한마음으로 공사 발전에 기여하 참여하자”고 당부했다.

엑스포재창조 개발 계획으로 엑스포과학공원이 창조경제의 전진기지이자 시민휴식복합공간으로 조성되면 보다 많은 대전시민들의 관심과 발걸음을 이끌 것으로 기대된다. 한편 대전 엑스포과학공원은 지난 1993년 국제박람회기구(BIE) 공인 전문엑스포로 국내에서 개최되었던 ‘대전 엑스포박람회’의 사후시설로 이후 20년간 대전 대표 관광명소이자 국민과학교육의 장으로 시민들의 사랑을 받아왔다.



Youth Convention(산-학 연계 연수 프로그램)

지역 대학생의 손으로 국제학술회의 부대행사 성공적으로 이끌어

광주관광컨벤션뷰로가 지역 대학생과 함께 한국관광공사가 주관하는 컨벤션 산-학 연계 연수 프로그램 (Youth Convention) 공모전에 참가해 국제학술회의 부대행사를 성공적으로 이끌어 화제가 되고 있다.

광주관광컨벤션뷰로는 지역 관광학과 교수, 컨벤션뷰로 담당자, 학회 주최자, 그리고 대학생 매니저 5명으로 팀을 구성해 Youth Convention 사업에 공모했다. 공모전 당선 이후 광주관광컨벤션뷰로의 대학생 서포터즈인 'MICE 하모니'를 구성해 그동안 배운 이론과 경험 등을 직접 실무에 적용함으로써 국제 학술회의 부대행사(아시아식물지질학술대회 및 한국식물학회 공동 학술대회)를 훌륭하게 치러냈다.

특히 연수팀은 지도교수와 컨벤션뷰로의 조언을 받아 행사장 배치와 장식, 프로그램 구성, 케이터링 메뉴 협의 등 세세한 부분을 스스로 준비함으로써 멋진 행사를 만들어냈다는 평가를 받았다.

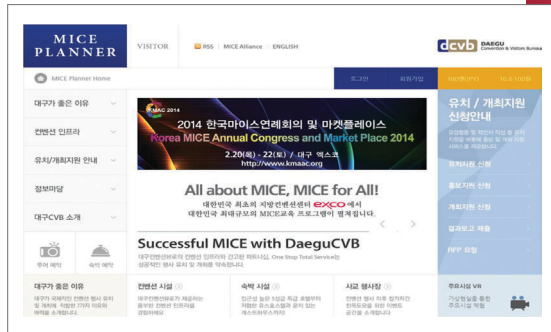
이와 관련 리셉션을 총괄한 대학생 매니저는 “국제학술회의 만찬은 주로 일반 뷔페나, 도시락, 양정식으로 진행되어 광주의 맛과 멋을 보여줄 수 없어 아쉬움이 컸었는데, 이번 연수를 계기로 광주의 맛에 대한 새로운 인식을

줄 수 있어 더욱 뜻 깊었다”며 소감을 밝혔다.

아시아식물지질학회의 한옥수 조직위원장은 “학술회의 프로그램 운영뿐 아니라 Youth Convention에서 담당했던 리셉션, 만찬, 관광에 대해 매우 만족했다”고 언급한 뒤 해외 참가자들에게 받은 감사 이메일을 보여주면서 “특히 참가자들이 한국의 아름다운 전통문화를 배울 수 있는 좋은 경험이 되었다고 호평했다”고 전했다.

한편 올해에는 한국관광공사가 추진하는 산-학 연계 연수프로그램이 더욱 확대될 계획이다. 이에 광주관광컨벤션뷰로는 지속적으로 본 프로그램을 통해 참가자에게 감동을 줄 수 있는 행사를 만들어 나감과 동시에 예비 MICE 전문가로서 지역 인재를 육성시킬 수 있도록 한다는 방침이다.





대구컨벤션뷰로, ‘제10회 웹어워드 코리아’ 지방자치단체 부문 대상 수상

대구컨벤션뷰로의 웹사이트와 모바일웹사이트가 ‘제10회 웹어워드 코리아’ 지방자치단체 부문 대상을 수상했다.

대구컨벤션뷰로는 한국인터넷전문가협회가 주최하고 미래창조과학부가 후원하는 ‘제10회 웹어워드 코리아’에서 대구컨벤션뷰로 웹사이트(<http://www.daegucvb.com>)와 모바일웹사이트(<http://m.daegucvb.com>)가 각각 ‘지방자치단체 분야 대상’과 ‘문화/교육 부문 최우수상’으로 선정되었다고 밝혔다.

전면 개편을 통해 지난 8월에 새롭게 선보인 대구컨벤션뷰로 웹사이트는 2012년 구축된 대구MICE관광진흥센터의 소프트웨어 서비스의 일환으로 ‘신뢰할 수 있는 풍부한 콘텐츠가 집중되어 있는 대구MICE관광 포털사이트’를 목표로 개발되었다. 이러한 목표를 달성하는 한편 보다 효율적인 웹사이트를 구축하기 위해 대구컨벤션뷰로는 MICE 관련 주최자 및 참가자들에게 의견을 수렴하는 과정을 거쳤다. 그 결과를 컨벤션 잠재 수요자들이 ‘믿을만하고 정기적으로 업데이트되는 MICE관광 관련 정보’에 대한 의견이 많아 최대한 이를 수용했다.

대구컨벤션뷰로 웹사이트는 컨벤션 주최기관, 컨벤션 참

가자, 대구MICE Alliance가 각각 편리하게 사이트를 활용할 수 있도록 코너별로 구분해 정보를 제공하고 있다. 특히 국내·외 참가자들의 숙박예약 불편, 관광 관련 정보 부재, 언어 문제, 즐길거리 부재 등의 문제를 해결하기 위한 ‘숙박예약기능’과 ‘관광예약기능’은 대구컨벤션뷰로 웹사이트만의 차별화된 서비스라고 할 수 있다. 대구컨벤션뷰로 백창곤 대표이사는 “대구MICE관광진흥센터 및 시스템 구축의 노력이 서서히 결실을 맺고 있어 보람을 느낀다”며 “앞으로 대구MICE산업 육성과 MICE 주최자 및 참가자 서비스 만족을 위해 더욱 노력하겠다”고 말했다.

한편 지난해 10회를 맞이한 웹어워드 코리아는 방송통신위원회 산하 한국인터넷전문가협회가 주최하고, 웹어워드위원회가 주관하는 시상식이다. 해당 시상식은 한 해 동안 새로 만들어지거나 개편된 데스크톱 또는 모바일 기반의 웹사이트를 대상으로 웹 전문가로 구성된 2,000여명의 평가위원단이 심사를 통해 우수 웹사이트를 선정해 시상한다.



국제 마(馬)산업 EXPO 2013 성공리 개최

국제 마(馬)산업 EXPO 2013이 지난해 12월 14일부터 15일까지 이틀간 제주국제컨벤션센터에서 열렸다.

한국의 대표적인 마(馬) 전문 박람회로 발돋움한 이번 엑스포에는 승마 장비 및 용품, 관광 상품, 사료, 의료, 액세서리, 가공제품, 게임, 운동기기,약품, 기타용품 등이 전시된 가운데 국내·외 말산업 업체와 유관 기관이 한데 모이는 정보 교류의 장으로 승화되었다는 평가다.

이번 박람회는 산업통상자원부와 한국산업기술진흥원, (재)제주지역사업평가원이 주최하고 제주승마산업RIS육성사업단(JHIPA), 말산업LOHASMICE상품육성사업단, 제주관광공사, (주)프라임커뮤니케이션, (주)하나투어제주가 주관했으며 제주특별자치도, 제주특별자치도 교육청, 제주대학교 말산업전문인력양성센터, (사)한국말산업협동조합, (주)삼영관광이 후원하였다.

이번 엑스포는 말산업 관련 심포지엄과 산업전시회가 동시에 개최되었다. 심포지엄은 한국, 독일, 일본 3개국의 말산업 전문가들이 참석하여 국내·외 말산업 현황과 발전방안에 대한 논의가 이루어졌다. 산업전시회는 한국, 미국, 프랑스, 독일, 일본 등 5개국 30여개 업체가 참석하여 승마 장비 및 용품, 관광 상품, 사료, 의료, 액세서리, 가공제품, 게임, 운동기기,약품, 기타용품 등을 전시함으로써 국내·외 말산업 업체와 유관 기관이 한데 모이는 정보 교류의 장으로 활용되었다.

한편 엑스포 기간동안 제주도민뿐만 아니라 국제컨벤션 센터를 찾은 도외 관광객 등 총 1,500여명이 행사에 참석하여 2014년에 열리는 제2회 EXPO에 대한 기대감을 높였다. TheMICE

MICE 행사유치의 성공열쇠, 앰배서더 프로그램

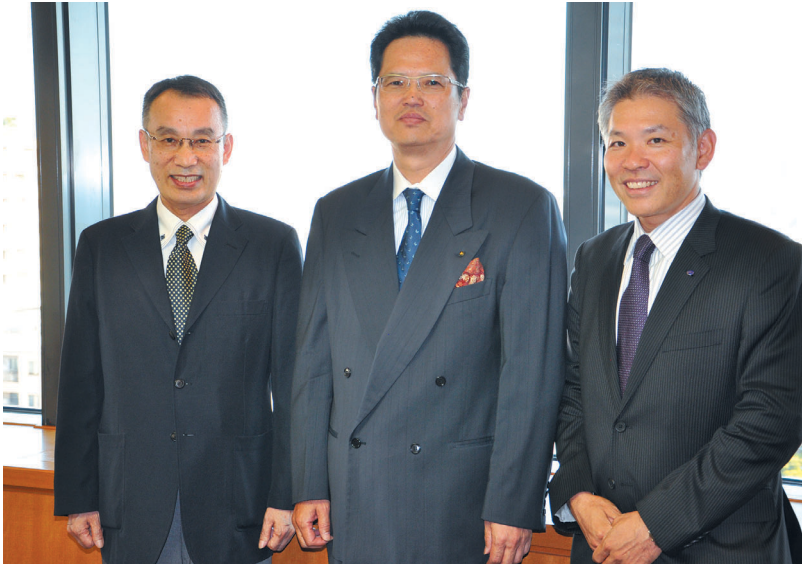


앰배서더 프로그램이란 무엇인가?

12월9일, 데이코쿠 호텔에서 관광청이 주최하는 제1회 MICE유치촉진위원회가 개최되어 이른바 MICE 앰배서더 프로그램이 정식으로 출범했다. 앰배서더 프로그램이란 대부분의 구미지역의 도시 및 컨벤션뷰로가 도입하고 있는 MICE를 유치하는 중요한 방법 중 하나로, 북미에서는 'Local Hero Program', 또는 'Bring it Home Campaign' 이라고 불리기도 한다. 앰배서더 프로그램이 최근 아시아와 중동 등 세계 각국에서 확산되고 있는 것은 이 프로그램이 MICE 유치에 매우 효과적이라는 사실이 입증되었기 때문이다.

이번 MICE 앰배서더 프로그램은 국가 프로젝트이지만, 일반적으로 앰배서더 프로그램은 도시의 컨벤션뷰로가 지역 학계나 산업계의 중요한 인사를 앰배서더로 인정하고 이들 앰배서더들에게 다양한 지원을 하여 앰배서더들이 자신의 전문분야와 관련분야의 국내회의·국제회의의 개최지 결정과정에 직접적이든, 간접적이든 적극적으로 관여하게 함으로써 이들 회의를 유치하고자 하는 시스템을 뜻한다.

앰배서더 프로그램 운영에서 가장 중요한 점은 실제로 앰배서더가 열성적으로 유치활동을 지속해 줄 수 있는가이다. 앰배서더로 지정되었다는 이유만으로 그렇지 않아도 바쁜 그들이 즉시 열의를 가지고 유치활동에 임해줄 것이라고 기대하기란 어렵다. 따라서 구미지역 국가들의 도시와 컨벤션뷰로는 앰배서더들이 적극적으로 활동할 수 있도록 하기 위해서 다양한 시스템과 지원책을 운용하고 있다. 여기에서 그 일부를 소개하고자 한다.



“

타깃의 선별, 유치 전략의 수립 등 전체적인 유치활동을 컨벤션뷰로가 책임지고 주도함으로써 앰배서더가 활동하기 좋은 환경을 정비할 필요가 있다.

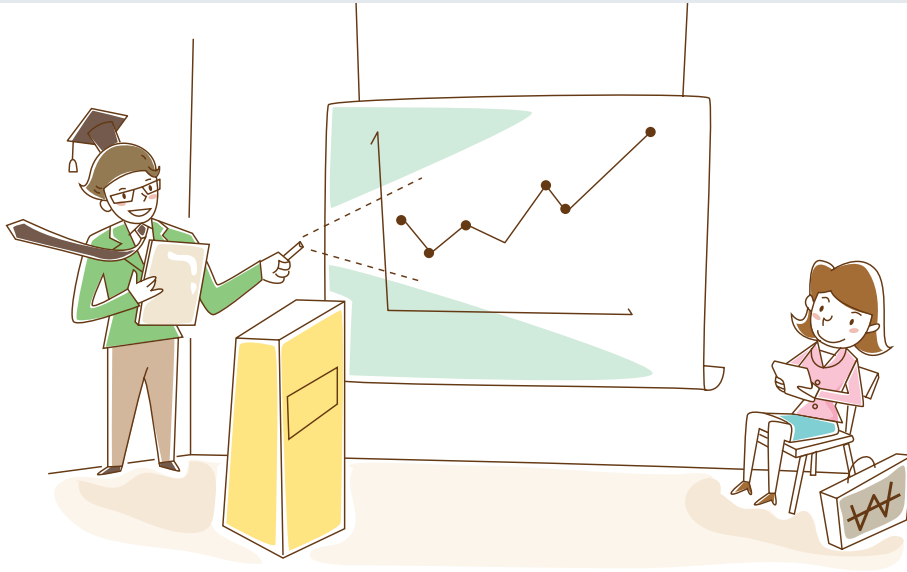
”

컨벤션뷰로가 실시하고 있는 앰배서더에 대한 지원은 매우 다양하다. 시설 선정, 개최지 입후보 제안서류(bid paper) 작성, 프레젠테이션 대행, 숙박 수배, 시차 수배, 지원금, 예산작성, 사교행사 제안, 가이드북 제공, 서플라이어(supplier) 소개 등 뿐만 아니라, 소식지(Newslatter)를 발행하고 목적지(destination)로서의 새로운 전개(예를 들면, 새로운 시설이나 호텔의 건설 및 개업, 이벤트 안내 등)를 보고하거나 앰배서더 이벤트를 개최하여 그들이 직접적인 교류를 통해 회의유치에 관한 새로운 아이디어를 교환할 수 있도록 하고 회의유치에 성공한 앰배서더들에게 상을 수여하는 등의 다양한 시책을 시행하고 있다.

그러나 이러한 지원 이전에 가장 기본적이고 중요한 것은 컨벤션뷰로의 리더십이다. 회의유치를 앰배서더에게만 맡겨놓는 것이 아니라 타깃의 선별, 유치 전략의 수립 등 전체적인 유치활동을 컨벤션뷰로가 책임지고 주도함으로써 앰배서더가 활동하기 좋은 환경을 정비할 필요가 있는 것이다.

해외의 성공사례

스코틀랜드의 에든버러의 앰배서더 프로그램은 1991년에 도입되어 지금은 1,400명의 앰배서더가 등록되어 있으며, 이중 600명이 활발하게 활동을 하고 있다. 에든버러는 이 프로그램을 통해 회의 유치에 커다란 성공을 거두고 있으나, 이러한 성공을 거둘 수 있었던 요인 중 하나가 앰배서더 활성화 정책이다. 에든버러에서는 연 6회 앰배서더 이벤트를 개최하고 있다. 이 이벤트를 통해 앰배서더들은 비공식적인 네트워킹을 형성하게 된다. 서로 주최자로서의 유치 성공담과 실패담을 공유하는 등 다양하고 유익한 정보를 주고받을 수 있을 뿐만 아니라 컨벤션뷰로 측도 앰배서더가 회의를 유치함에 있어 갖게 되는 우려와 개최를 주저하게 되는 이유 등을 파악할 수 있다. 실제로 이렇게 파악한 우려 등을 해소하기 위해 컨벤션뷰로는 다양한 노력을 기울이고 있다. 예를 들면 ‘회의개최예산 수립에 관한 새로운 방법’ 등을 주제로 앰배서더 대상의 교육 세미나 등을 개최하고 있다. 호주의 멜버른은 클럽 멜버른이라는 이름의 앰배서더 프로그램을 실시하고 있는데 주로 빅토리아 주의 학자 및



연구자를 앰배서더로 지명하여 멜버른의 학회를 다수 유치하고 있다. 2005년에 20명의 앰배서더에서 시작되었던 이 프로그램은 2012년 5월에는 앰배서더 수가 134명으로 늘어나 58건의 대형국제회의의 유치에 성공하여 7만5,000명 이상의 참가자들이 멜버른을 방문했다.

앰배서더 프로그램을 실시하고 있는 세계 30개 도시를 대상으로 실시한 영국의 한 조사에 따르면 프로그램 운영에 필요한 직원은 평균 1명 이하이며, 인건비는 연간 5,000~1만파운드(약 880~1,750만원)로, 평균적으로 연간 19건의 회의를 유치하고 있다. 또한 프로그램 성공의 열쇠는 컨벤션뷰로가 적극적으로 회의를 조사하고 회의를 앰배서더와 연결시킬 수 있는지의 여부에 달려있는 것으로 드러났다. 앰배서더를 다수 지정하더라도 유치는 앰배서더에게만 맡겨놓고 컨벤션뷰로가 적극적으로 활동하지 않는 도시보다도 앰배서더가 소수에 지나지 않더라도 컨벤션뷰로가 적극적으로 나서서 유치가능성이 있는 회의를 찾아내고, 그 회의를 앰배서더와 연결시키는 컨벤션뷰로가 더 많은 성공을 거두고 있는 것이다.

앰배서더 프로그램 도입의 과제

에든버러에서는 해마다 증가하고 있는 앰배서더 이벤트 개최비용이 커다란 문제로 대두되어 지금은 비용대효과(ROI)를 고려한 면밀한 계획에 따라 시행되고 있다. 또 하나의 문제는 서플라이어와 컨벤션뷰로 협찬회원들의 프로그램에 대한 인식수준이 낮다는 것이다. 서플라이어와 회원들은 자신들의 눈앞에 있는 회사업무로 매우 바쁘기 때문에 장기적 관점을 갖기가 어렵다. 에든버러에서 회의가 실제로 개최되기 훨씬 이전에 앰배서더와 컨벤션뷰로가 유치활동을 필사적으로 전개했다는 사실 등을 알 리가 없다. 앰배서더 존재 자체를 모르는 경우도 적지 않다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 서플라이어와 회원들 대상의 프로그램에 관한 홍보를 강화하여 이해를 심화시키고자 하는 노력이 이루어지고 있다.

이번에 관광청이 주최하는 MICE 앰배서더 프로그램을 계기로 일본국내 도시 및 컨벤션뷰로도 이러한 프로그램을 도입하는 움직임이 가속화될 것으로 보인다. 일본의 도시 및 컨벤션뷰로가 앰배서더 프로그램을 도입할 때 주의해야 할 최대 과제는 앰배서더 후보가 될 잠재적인 회의주최자가 처해 있는 환경과 프로그램이 널리 보급되

어 있는 구미지역 등과는 상당히 다르다는 점을 이해하고 실제로 프로그램을 효과적으로 활용하기 위해서는 이에 상응하는 노력이 필요하다는 점이다. 여기에서 구미지역과의 구체적인 차이점에 대해 살펴보고자 한다.

1 구미지역 등의 대학들에 비해 일본의 대학들은 캠퍼스 내에 충분한 숙박시설, 회의시설을 가지고 있는 곳이 매우 적다. 이 때문에 행사장 임차료 등이 비싸지는 경향이 있어 주최자는 기부금이나 보조금, 지원금에 의존하는 비율이 높아지고 이러한 자금획득을 위한 고도의 노하우를 가지고 있지 않다는 사실에 대한 불안감이 높아 실제로 모금활동 등에 많은 노력을 기울이게 된다.

2 대학 등의 연구자들은 많은 업무를 소화해야함에도 불구하고, 회의운영을 지원하고 주최자들의 수고를 덜어 주는 시스템을 일본 대학들은 가지고 있지 않다. 이에 반해 대부분의 구미지역 대학에는 Conference Services와 같은 부서가 있어 전담직원이 회의운영의 로지스틱스(logistics)를 보좌하는 시스템이 있다. 또한 국내 대부분의 학회도 아직 국제화를 위한 노력이 부족하여 학회로서의 국제회의 개최 노하우가 충분하지 못하고 주최자 지원체제도 정비되어 있지 않다.

3 컨벤션뷰로의 주최자에 대한 지원체제는 아직 충분하다고는 볼 수 없으며 구미에서는 대부분 시행되고 있는 사전등록 접수 처리나 호텔 예약 수배 등의 서비스를 제공하고 있는 곳도 거의 없다. 또한 대부분 직원의 임기가 2~3년차인 자치단체와 회원기업 등으로부터 파견자로 운영되는 곳이 많기 때문에 모금, 회의 홍보 및 운영 등에 관해 노하우를 지닌 전문직원이 부족하여 앰배서더의 니즈에 부응하는 서비스를 제공하기가 어렵다. 이러한 상황을 고려하면 구미지역의 컨벤션뷰로 이상으로 일본의 컨벤션뷰로는 앰배서더에 대한 서비스 및 지원을 강화할 필요가 있다는 사실을 알 수 있다. 역으로 생각해보면 향후 도시 및 컨벤션뷰로가 앰배서더 프로그램을 도입한다고 하면 지원방식과 조직 체제를 근본적으로 재검토할 수 있는 좋은 기회가 될 수도 있다.

이번 MICE 앰배서더 프로그램에서 지정된 8명의 앰배서더들의 향후의 활약을 기원함과 동시에 앞으로 많은 도시 및 컨벤션뷰로들이 앰배서더 프로그램을 도입하는 데 있어 선구자적 역할을 할 수 있도록 관광청 · JNTO의 국가프로젝트로서 MICE 앰배서더 프로그램이 성공하기를 바란다. The MICE

MICE유치촉진위원회 위원 / MICE 앰배서더

이케다 야스오 / 게이오대학 명예교수
 오니시 타카시 / 내각부 일본학술회의 회장
 오사무라 요시유키 / 국제의료복지대학 대학원 교수
 기무라 타다시 / 공익사단법인 일본산과부인과학회 이사
 고미야마 히로시 / 미쓰비시종합연구소 이사장 도쿄대학 총장고문(전 도쿄대학 총장)
 미즈사와 히데히로 / 도쿄의과치과대학 대학원 교수
 미야자와 테루오 / 도호쿠대학 대학원 농학연구과·농학부 교수
 아마야 타이가 / 독립행정법인 방사선의학종합연구소 분자이미징연구센터 팀 리더



그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스 객실 세일즈&마케팅 2팀 최윤실 과장

“나보다 나를 잘 아는 나만의 멘토, 부모님”

잘 나가던 외국계 항공사 직원이 호텔리어로 다시 태어날 때도, 화려한 외향과는 달리 험난한 MICE 분야에서 고군분투하던 그녀를 다시 세워준 이도 바로 부모님. 저명한 학자, 은사, 선배 등 언제나 멀리서만 찾아왔던 인생의 멘토를 최윤실 과장은 그녀의 바로 곁에서 찾았다. 서울 MICE산업의 중심에 위치한 인터컨티넨탈 호텔의 MICE 유치를 전담하고 있는 최윤실 과장이 말하는 인생의 멘토와 꿈을 이루기 위한 도전, 그리고 일과 행복의 공유점에 대한 그녀의 스토리를 들어봤다.

김현열 기자 _ 매경바이어스가이드



Q 바야흐로 힐링 열풍시대입니다. 출판계도, 방송공연계도, 강연과 토크쇼에도 아픔을 위로하고 마음을 보듬는 힐링 즉, 멘토링이 대세를 이루고 있는데요. 그렇다면 지금까지 나를 있게 한 인생의 멘토는 누구인지, 그리고 그 이유는 무엇인지 말씀 부탁드립니다.

A 대학 입학 전공과목을 선택할 당시 혼란스러웠을 때, 졸업 후 진로에 대한 고민이 있

었을 때, 무리 없이 다니던 7년여의 외국계 항공사를 퇴사하고 미국유학을 가게 되었을 때, 그리고 지금까지도 중요한 선택의 기로에 놓였을 때 늘 제 곁에는 흔들리는 생각들을 함께 고민해 주신 분이 있습니다. 조금 더 견고히 저의 선택을 실행에 옮길 수 있도록 힘이 되어주시던 분은 바로 부모님이셨습니다. 과거 그 어느 때보다도 멘토라는 단어가 익숙한 지금, 생각해보면 지금의 나를 있게 한 어머니는 나보다도 나를 더 잘 아는 멘토였습니다. 늘 적

극적인 시각으로 인생을 대하고, 굵이굵이 힘든 일이 생길 때마다 긍정적인 마인드가 빛을 발했던 그 가르침에 의해 지금의 제가 있지 싶습니다.

Q 인생의 멘토는 많으면 많을수록 좋다고 보는데요. 앞으로 어느 분야, 어떤 부분에 멘토를 만들고 싶은지 궁금합니다.

A 10여년의 직장생활 동안 아직까지도 에너지과다를 의심할 만큼 즐겁게 일을 하고 있지만, 때로는 인생의 가지치기가 필요한 순간 업무적 멘토, 정신적 멘토가 필요합니다. 제 주변에 사회적으로 성공한 선배님들이 많다는 것이 제겐 행운이고, 그분들과의 대화가 늘 힘이 됩니다. 저와 같은 일을 해왔고, 또 현재 하고 있는 선배들의 동질감에서 오는 경험이 직접적인 가이드가 되기도 하지만 조금은 다른 분야에서 먼저 사회생활의 전철을 밟았던 선배님들의 조언이 제게는 더욱 의미 있게 다가옵니다. 이런 분들의 조언이 나의 생각들을 정리하며 한 걸음씩 앞으로 가게 하는 힘이 됩니다. 물론 제겐 이런 훌륭한 멘토가 있습니다.(K회사 JB대표님, Consultant YK 대표님, WS 교수님 등)

Q 아무리 훌륭한 멘토가 있더라도 자신의 목표와 의지가 없다면 무의미할 텐데요. 본인이 궁극적으로 꿈꾸는 목표에 대한 말씀 부탁드립니다.

A Tourism Industry라고 하는 외국계 항공사 경력과, 그 후 8년여를 호텔에서 일하고 있는 저는 두 가지 업무를 모두 경험할 수 있었던 행운아였습니다. MICE 담당자로서 호텔 분야에 첫발을 내디딘 후 현재까지 업계 최고의 컨벤션전문가가 되고자 노력하였습니다. 시대는 이제 여러 가지 방면에 능통한 융합 전문가를 원하고 있고 저 또한 한 분야에 대한 전문가로서는 한계가 있다고 인지하고 있습니다. 제가 가진 인적 네트워크, 지식, 경험을 바탕으로 앞으로도 부단히 노력하여 깊이 있고 폭넓은 호텔리어가 되고자 합니다. 열심히, 똑똑하게,

한 걸음씩 건다보면 '조금 더 경영자적인 마인드로 호텔 산업을 미래를 고민하는 몇 안되는 여성총지배인의 대열에 설 수 있지 않을까' 라고 조심스레 나의 10년 후 모습을 그려봅니다.

Q 컨벤션산업 종사자로서 감당해야 할 난제는 무엇일까요? 자신만의 강점으로 경쟁 우위에 서기 위해서는 어떤 노력이 필요한지, 본인의 경험을 말씀해 주시기 바랍니다.

A 각각의 산업군을 대표하는 Opinion Leader들이 하나의 공간, 한정된 시간 속에서 컨벤션이라는 것을 개최합니다. 모든 컨벤션 종사자들이 개최되는 주제별 해당산업에 대한 완벽한 전문적 지식을 가질 수는 없습니다. 그러나 부족한 점을 늘 인식하고 전문성을 추구, 학습하고자 하는 노력이 필요합니다. 글로벌산업 동향 파악의 중요성을 인식하고 문화와 에티켓을 이해하고 경쟁 우위 확보를 위한 국제적 감각이 필요합니다.

Q 끝으로 컨벤션산업, 넓게는 MICE산업 입문을 꿈꾸는 이 시대 청춘들에게 힐링의 메시지를 주시기 바랍니다.

A 행복한 삶의 조건은 일과 사랑이라고들 말합니다. '누구와, 어디서, 어떤 상황'이라는 '매 순간'이 모아지고 그 순간들에서 의미를 경험하게 되고 그것에 즐거움이 더해졌을 때 행복한 삶을 살아가게 된다고 합니다.

어떠한 일을 하느냐보다 어떻게 일을 하느냐가 중요합니다. MICE산업, 또는 다른 어떠한 일을 선택하더라도 늘 자신이 행복할 수 있는 일을 하길 바라며 그것이 내가 가장 잘 할 수 있는 일이라고 생각해야 합니다.

'아는 자는 좋아하는 자만 못하고, 좋아하는 자는 즐기는 자만 못하다'는 공자의 말씀을 새기며 초심을 잃지 않고자 제 자신을 늘 부추기며 저 또한 후배들에게 훌륭한 멘토가 되도록 부단히 노력할 것입니다. TheMICE

정동극장 단 하나의 작품

Original Korean Musical 미소, MISO로 정동 길을 물들이다



한국 전통예술을 세계의 언어로 바꾸다

‘미소(MISO, 美笑)’는 가장 한국적인 아름다움과 사랑을 주제로 한 뮤지컬로 한국 전통예술을 세계의 언어로 바꾸었다는 호평을 받고 있는 작품이다. 미소라는 이름에는 한국인과 세계 각국 관객의 가슴에 한국의 멋과 신명이 하나의 과문을 일으켜 온 세상이 행복한 미소로 일렁일 수 있도록 기원하는 정동극장의 소담스러운 마음이 담겨 있다.

이 작품은 우리 고전의 대표 러브스토리인 ‘춘향전’을 모티브로 아름다운 한국 춤, 국악, 풍물이 어우러져 한 무대에서 펼쳐지는 한국 전통 뮤지컬이다. 1997년부터 옴니버스 형식으로 공연되었으며, 2008년에는 한국 사계절의 아름다움과 사랑을 그린 작품 ‘미소’로 재탄생되었다.

2010년 ‘미소’는 고전 ‘춘향전’의 스토리를 얹어 드라마가 강한 작품으로 변화되었다. 2013년에는 한국전통의 요소를 작품 안에 상징적으로 압축하는 방식을 통해 또 다른 변신을 시도한다. 무대 세트를 한국 전통적인 분위기가 물씬 풍기도록 배치하고 기악단의 반주 장면을 새로이 만드는 등 한국 고유의 공연 진행 방식으로 재탄생시켰다.

이러한 노력에 의해 미소는 지난 17년간 96만명 이상의 관람객들에게 한국전통예술의 찬란한 ‘미’와 찬연한 ‘멋’, 구성진 ‘흥’을 선사하고 있다.

특히 매년 600회가 넘는 공연 기록으로 국내 공연단체 중 최다 기록을 보유하고 있는 이 작품은 고객만족도 조사 및 평가를 작품 제작에 반영하고 국내 최고의 전문 제작진을 투입함으로써 관객들의 뜨거운 사랑과 감채를 받고 있다. 또한, 유네스코 세계대회 초청공연, 상해엑스포 폐막 초청



공연, 한·일 축제한마당 특별 초청공연, 한·아세안특별정상회의 특별공연, 스톡홀름ITS 축하공연, 세계은행·기획재정부 공동주최 개발경제 컨퍼런스 공연, KBS G20 축하공연 등 각종 국제행사 및 해외공연에 초청되어 세계적인 공연으로 호평을 받으며 명품 전통공연으로 거듭나고 있다.

탄탄하고 아름다운 러브스토리를 전통적 미학으로 승화

전통 뮤지컬 ‘미소(MISO, 美笑)’는 탄탄하고 아름다운 러브스토리를 통해 전통적 미학을 계승·발전시켰다는 평가를 받고 있다.

이 작품은 가장 한국적인 러브스토리인 춘향전을 기초로 하고 있다. 즉 춘향과 몽룡의 사랑이야기에 변학도의 춘향을 향한 사랑과 질투를 결부시킨 삼각관계에 초점을 두었다. 로미오와 줄리엣의 사랑을 넘어서는 춘향과 몽룡의 사랑이야기가 아름다운 무대 위에서 전통 가락과 소리, 춤사위와 마당놀이, 세시풍속을 담아 전 세계인의 가슴을 두드린다.

이야기는 오월 오일 단옷날, 단오제의 제관인 학도가 마을 사람들 속에서 우연히 춘향과 부딪치면서 시작된다. 단오제에 이어 단오놀이가 시작되고 춘향과 몽룡은 서로 은밀한 눈길로 봄빛 사랑을 노래한다. 그날 이후 춘향과 몽룡의 사랑은 무르익어 가지만 질투의 화신이 된 학도의 간계에 속은 몽룡과 춘향은 이별을 고하게 된다. 학도

의 춘향을 향한 끈질긴 구애가 계속되지만 춘향은 이를 거부한다. 이에 화가 난 학도는 춘향을 옥에 가둔다. 옥중 춘향에게 마지막으로 간절한 사랑을 구걸하는 학도는 그마저도 매몰차게 거부당하자 이성을 잃고, 춘향의 처형을 명령한다. 이 때 몽룡과 사령들이 암행어사 출두를 외치며 나타난다. 암행어사 몽룡은 마패를 든 손을 힘있게 들어 보인다. 사령에게 잡혀온 학도는 응징되고, 춘향은 몽룡과 사랑의 재회를 한다.

당신의 비즈니스에 행복한 미소를...

정동극장은 MICE 시장에 창조적인 한국의 혼과 신명의 영감을 불어넣기 위해 외부방문 공연 프로그램을 진행하고 있다. 미소의 공연 중 고객이 원하는 부분을 모아놓은 하이라이트 공연으로 국내 최정상급의 한국무용팀, 사물놀이팀, 기악팀이 참여한다.

원하는 규모, 시간, 공연 콘텐츠 리세팅 등 MICE산업 종사자가 원하는 모든 상황을 고려하여 세부 프로그램을 조율할 수 있다. 역대 누적관람객 85만명, 외국인 관람률 85%, 외국 비즈니스맨에게 가장 추천하고 싶은 1위 공연인 정동극장 ‘미소’는 앞으로도 MICE 비즈니스의 새로운 영역을 개척하며 한국적 영감과 감동을 전해나갈 것이다. TheMICE



디자인·창조산업의 발신지 DDP

“한국의 역동성 재창조 하는 디자인플랫폼”

디자인·창조산업의 발신지 DDP(동대문디자인플라자&파크)가 오는 3월 21일 개관을 앞두고 있다. DDP는 세계 디자인 트렌드와 디자인 혁신사례를 소개하는 장이자 대한민국 서울의 과거와 현재, 미래가 만나는 곳으로 자리매김할 것으로 기대된다. DDP는 ‘시민과 함께 만들고 누리는 디자인(Design with People)’을 최고의 가치로 삼아 새로운 생각, 다양한 인재, 더 나은 생활을 추구한다. 창조산업의 알리터, 미래인재 배움터, 열린공간 일터를 지향하며 24시간 활성화, 60개 명소화, 100% 자립화를 목표로 삼고 있다.



DDP는 대지면적 6만 2,692㎡, 연면적 8만 6,574㎡, 지하 3층, 지상 4층(높이 29m)의 규모로 5개 공간(알림터 · 배움터 · 살림터 · 디자인장터 · 동대문역사문화공원) 15개 시설을 갖추고 있다. 총사업비 4,840억원(건립비 4,212억원, 운영준비비 628억원)이 투입된 DDP는 지난 2013년 11월 30일 건설공사를 완료하고, 개관을 앞두고 있다.

세계적 건축가 자하 하디드, 동대문에 등지를 틈다

여성 건축가로서는 최초로 프리츠커상을 수상한 자하 하디드(Zaha Hadid)가 설계한 DDP는 세계 최대 규모의 3차원 비정형 건축물이다. 자하 하디드가 제안한 DDP설계안인 ‘환유의 풍경’은 동대문 지역이 지니고 있는 역사적 · 문화적 · 사회적 · 경제적 토대 위에 새로운 미래적 가치와 비전을 더한 동대문의 새 풍경을 담고 있다. 이를 위해 자하 하디드는 이른 새벽부터 밤이 저물 때까지 쉴 새 없이 변화하는 동대문의 역동성에 주목해 곡선과 곡면, 사선과 사면으로 이뤄진 특유의 건축언어로 자연물과 인공물이 이음새 없이 이어지는 공간을 만들어냈다. 이러한 콘셉트를 기반으로 DDP는 동대문이 갖는 상징성에 새로운 풍경을 더하게 되었다.

DDP에서 펼쳐지는 창조 · 디자인 콘텐츠

DDP는 ‘동대문, 서울, 아시아, 세계’를 지향(Must-be)하고, ‘브랜드, 트렌드, 융합 · 상생’하는 역할(Must-do)을 담아내는 전시 콘텐츠를 만들 계획이다. 간송문화재단과 3년간 공동기획전 개최협약을 맺고 개관전으로 한국 디자인 원형 훈민정음 해례본을 비롯한 80여점의 국보급 전시 <간송문화전>을 개최할 예정이다. 2014년에는 다양한 창조자들과의 콜라보레이션 전시인 <스포츠와 디자인 전>, <자하 하디드 전>, <엔조 앙리 전>, <울림조형대학전> 등을 개최



한다. 이들 전시는 한국 디자인의 가치를 발굴하고 영역을 확장하며 도시의 이슈를 조망하는 등 DDP를 창조자원의 거점으로 만드는 출발점이 될 것이다.

서울패션위크 동시에 열려

올해 3월 21일 개관에 맞춰 아시아를 대표하는 패션 문화 비즈니스 사업인 제28회 서울패션위크가 DDP에서 열리게 된다. 서울패션위크는 지난 14년간 국내 디자이너뿐만 아니라 아시아 신진디자이너들이 세계 시장으로 진출하는 창구 역할을 담당하면서 서울을 대표하는 패션 행사로 확고한 입지를 구축해왔다.

“동대문이 갖는 상징성에
새로운 미래적 가치와
역동적인 풍경을 더한다.”



‘산업의 문화화, 문화의 산업화’

DDP는 세계 시민들의 발길이 끊임없이 이어지고 있는 동대문 지역의 상권 활성화를 위한 ‘산업의 문화화, 문화의 산업화’를 이루고자 하고 있다.

동대문은 DDP 개관 후 새로운 가치와 삶, 디자인과 비즈니스를 융합하는 세계 디자인의 관문으로 거듭나게 될 전망이다. 세계 시민들은 DDP에서 창조의 생태계가 조성되고 글로벌과 로컬이 어우러지는 ‘환유의 풍경’을 직접 만나게 될 것이다.

지속가능한 친환경 건축물, DDP

DDP에서는 에너지 절약의 일환으로 친환경설비인 지열시스템을 도입했다. 지하 150m 깊이는 연중 비교적 일정하게 12℃ 내외로 유지되는데, DDP에 도입된 지열시스템은 지하 150m 깊이 88개의 파이프를 박아 지열을 끌어올려 냉난방 열원으로 사용하게 된다.

한편 DDP 내부도 전체적인 건물의 디자인 콘셉트와 정확히 일치되어 건물의 완성도를 더욱 높여주었다. 진화하는 미래의 디자인을 함께 보여주고 우리나라 디자인의 가치상승의 촉매제가 될 수 있도록 새롭게 접근했다. 뿐만 아니라 국내 건축기술의 신기원을 만들어 가는 다양한 모양의 비정형 노출콘크리트를 건물 내·외부에 도입하여 국내의 건축관계자는 물론 일반시민들에게도 큰 관심을 모으고 있다. The MICE



KMA - New members

“PCO업계 글로벌화 선도 기업”

성과와 혁신의 세계로 이끄는 동반자, (주)아이컨벤션



MICE 융합연구소 : 석·박사 출신의 유능한 인재들이 차별성을 가진 고부가가치 융합 기술을 개발하여, 글로벌 세계 시장 수요에 대응하고자 꾸준히 연구 개발 중이다.

Interpretation/translation : 자사는 통·번역 회사인 독립된 아이커뮤니케이션을 운영 중이며 국내외 통·번역 대학원 출신의 노련한 경험과 실력을 겸비한 300여명의 전문 통·번역사를 보유하고 있다. 또한, 다양한 기업들 및 부산시, 양산시 등 정부기관의 전문 통·번역 업체로 지정되어 신뢰를 바탕으로 맡은 일을 신속하게 수행하고 있다.



(주)아이컨벤션
Beyond Innovation

아웃도어 가방 전문 브랜드,
베소코리아(besso korea)

베소코리아는 전통과 전문성을 가진 가방 전문 브랜드를 보유한 회사로 가방 전문 제조, 판매, 수출을 진행하는 회사이며 국내 및 해외(중국)에 생산체계를 갖추고 25년의 경험과 축적된 기술력을 바탕으로 국내 유명 브랜드 회사에 납품 및 해외 여러 나라에 자체 브랜드 및 OEM 방식으로 생산, 판매, 수출을 진행하고 있다. 제품 소재, 기능, 디자인을 강조한 독창적이고 전문화된 최상의 품질과 디자인을 제공하고 있는 베소코리아는 아웃도어 가방 전문 브랜드의 차별화된 제품을 소비자에게 전달하기 위해 노력하고 있다.



Besso
Bag design company



서울창조전문인력
창조아카데미

이화창조아카데미 재직자 교육과정

MPI(MICE 전문강사)양성과정

MICE 관리자 과정

MICE 주최자 교육과정

www.ecacademy.net



과정문의

전화 02-3277-4053

이메일 ecacademy@ewha.ac.kr

홈페이지 www.ecacademy.net

주소 서울시 서대문구 이화여대길52 이화신세계관607호

이화창조아카데미는  국제회의전문가
Korea MICE Association 한국MICE협회,  KFOA 한국전시주최자협회와 협력하여 MICE분야 재직자를 대상으로 전문훈련지도자, 창조적인 중간관리자로 성장하는데 필요한 역량강화 프로그램을 제공하고 있습니다.



세계속의 경기도
Global Inspiration



경기관공공사
GYEONGGI TOURISM ORGANIZATION

格

경기의 다르다

경기도!
국제회의의 품격이 다르다.



경기컨벤션뷰로
Gyeonggi Convention & Visitors Bureau

440-711 경기도 수원시 장안구 경수대로 1150 신관5층 경기컨벤션뷰로 Tel : 031-259-4786 Fax : 031-259-4780 E-mail : ggcvb@gto.or.kr Web : www.ggcvb.or.kr