

PROLOGUE

컨벤션센터의 신성장모델 만든다! | 손정미 ICC JEJU 대표

SPECIAL

2015년 글로벌 MICE산업은 밝음?

인센티브 관광, 어떻게 유치할까?

정책 | 마이스산업 질적 성장을 위한 과제

PEOPLE

기고1 | 국제기구, 유치로만 끝나서는 안 된다

기고2 | MICE 서포터즈가 산업의 미래다

FOCUS

해외저널 | 도쿄의 새로운 시도, IBA 연차총회



회원사들의 꿈과
함께하는 MICE가진

Korea MICE Association
한국MICE협회
www.micekorea.or.kr

새로운 한해를 시작하며

편 집 장 노 트



연구편집위원장 윤 유 식
(경희대 교수)

2014년 한해를 마무리하고 2015년 새로운 해를 맞이하며 우리나라 MICE 산업의 성장과 발전이 지속되리라 본다. 최근 우리나라 국제회의건수를 기준으로 국제협회연합(UIA)발표에 따르면 세계 3위(2013년)를 기록하여 우리나라 MICE산업의 위상을 보이기도 했으며, 2014년에는 대규모 국제회의가 전국 각 지역에서 개최되어 우리나라 MICE산업의 역량이 한층 높아진 것이라고 이해할 수 있다. 즉 과거 대규모 회의가 서울 수도권에 집중되었으나 이제는 전국 어느 도시에서도 대규모 국제회의 개최가 가능하다는 것은 우리나라 MICE산업이 더욱 발전할 것이라는 것을 예상할 수 있다.

특히, 지역의 특성과 문화 및 산업을 중심으로 지역특화컨벤션을 육성하고 발전시키는 노력을 최근 몇 년 동안 지속적으로 해왔다. 이러한 노력이 결실을 맺는다면 우리나라 MICE산업의 발전과 성장이 더욱 가속화될 것으로 보이며, 지역경제 활성화 및 지역산업의 성장과 발전에 원동력이 것으로 사료된다. 이와 더불어 그동안 회의 및 전시에 집중했던 MICE 산업에 대한 관심을 인바운드 인센티브 단체관광에 좀 더 집중한다면 더 많은 부가가치를 창출할 것으로 예상된다. 세계 인센티브 단체관광 시장규모가 점점 확대됨에 따라 우리나라로 유치되는 인센티브 단체관광 또한 증가하고 있으나 아직도 유치 규모와 국가 다양성은 부족한 실정이다. 그동안 인센티브 단체관광에 대한 유치 및 운영에 대한 종합적인 비전 및 전략이 마련되어 있지 않아 어려움을 보이고 있지만, 향후 인센티브 단체관광 유치에 대한 관심과 더불어 다양한 의견과 정보교류를 한다면 충분히 극복할 것으로 보인다.

MICE산업은 그야말로 융복합 창조산업이다. 이번 정부가 창조경제를 표방하고 있고 이를 통해 지역경제 활성화에 매진하고 있는데 MICE산업이 바로 대표적인 산업이라고 할 수 있다. MICE 행사 1건을 유치하고 개최하기 위해서 매우 다양한 관련기관 및 산업, 조직, 기업, 인력들이 움직이고 있다. 문화적 콘텐츠의 융복합 뿐만 아니라 기술과 지식, 네트워크의 융복합이 이루어지는 산업이라고 할 수 있다. MICE의 주요 핵심 조직의 역량과 노하우를 기반으로 MICE 행사가 개최됨에 따라 해당 분야의 창조적 융복합이 이루어진다고 볼 수 있으며 이를 기반으로 미래의 지식과 산업이 발전하고 일자리가 만들어진다고 할 수 있다. 앞으로 MICE산업을 단일산업으로 간주하기 보다는 ‘융복합 창조 MICE 산업’으로 인정해야 할 것이다.

2015년 한국MICE 산업은 더욱 성장하고 발전할 것으로 본다. 그러나 해결해야 할 과제도 많이 있다고 본다. MICE 업계가 발전하고 우리나라 각 지역의 경제가 발전하기 위해 The MICE는 계속 고민할 것이다. ★

MICE는 세상의 물음표를 느낌표로 만들어주는 든든한 파트너입니다.
 세게인이 만나는 드넓은 세상에서 여러분이 꿈꾸는 내일을 만들어가시길 기원합니다.



계간 더 마이스 통권 제30호 발행 (사)한국MICE협회 발행일 2015년 1월 26일 발행인 김응수 편집위원장 윤유식 편집위원
 강다은, 권명희, 김대환, 김민혜, 신정미, 양천도, 오세훈, 임형순, 정정숙, 조진훈, 홍재선 주소 서울시 중구 퇴계로 18 대우재단
 빌딩 15층 (사)한국MICE협회 TEL 02-3476-8325 FAX 02-3476-8449 편집 및 디자인 ㈜오버리지(02-6000-6713)

Special

10	특집 1	2015 한국마이스연례총회 및 마켓플레이스
12	특집 2	2015년 글로벌 MICE 시장 전망
16	특집 3	인센티브 관광의 이해와 유치 활성화 전략
18	MICE 사례분석	세계클러스터경쟁력총회(대구) 2015 OECD 과학기술장관회의(대전)
22	정책	2014년 마이스산업 성과와 질적 성장을 위한 과제
26	글로벌	선진컨벤션 SITE 참가 후기



Prologue

01	편집장노트
04	만나고 싶었습니다 손정미 ICC JEJU 대표이사
08	News briefing



People

28	회원사탐방 1	가이드북
30	회원사탐방 2	텍스코
32	회원사탐방 3	제인투어&DMC
34	회원사탐방 4	누리커뮤니케이션
36	기고 1	국제기구 유치에 따른 업계발전 도모 필요
38	기고 2	MICE 서포터즈, 산업의 미래다



Focus

42	유니크 베뉴
48	유니크 공연
50	인사이드
58	줌인 1 명동트래블센터
60	줌인 2 노보텔 엠버서더 수원
62	해외저널 세계번호사협회(IBA)연차 총회



Communication

66	칭찬릴레이	심지연 웨스틴 조선호텔 지배인 강도용 레드캡투어 사업부장
68	MICE Day	MICE Calendar
72	MICE Lounge	신규회원사

“국내
컨벤션센터의
새로운
성장모델
만들어 낼 것”

손정미 ICC JEJU 대표이사

ICC JEJU는 지난 12월 8일 새로운 최고경영자를 맞이했다. 손정미 제8대 제주국제컨벤션센터 대표는 취임식을 통해 자립경영과 지역동반성장을 주장했다. 제주만의 회의와 주변 관광콘텐츠를 활용, 지역업체와의 협력을 통해 센터의 기능에 충실한 성장일 이룩해 보겠다는 것. 유력 경영전문가들을 제치고 MICE 전문가로서 최초로 대표이사로 임명됐기 때문에 손 대표의 향후 행보에 더욱 관심이 모이고 있다. 1월 7일 제주에서 손정미 대표를 만나 센터경영에 대한 구체적 계획을 들어봤다.

취임을 축하드립니다.

“제주국제컨벤션센터 대표이사로 취임하게 돼 큰 영광으로 생각하는 동시에 한편으로는 막중한 책임감과 사명감을 느끼고 있습니다. 제주국제컨벤션센터가 지난 12년간의 역사를 바탕으로 미래 성장을 위해 새로운 도약을 준비해야 하는 매우 중요한 시기이기 때문입니다.

저는 비록 제주에 대한 경험이 미천하지만 제주컨벤션센터가 보유하고 있는 차별적 성장 가능성을 지켜보며 국내 컨벤션센터의 새로운 성장모델 창출을 꿈꾸어 왔습니다.

MICE업계라는 큰 외부적인 시각에서 보면 ICC JEJU는 상당한 경쟁력과 잠재력을 가지고 있는 컨벤션센터임이 분명합니다. 앞으로 3년간 이러한 잠재력을 제대로 발휘시켜 ICC JEJU의 양적 성장은 물론 질적 성장까지 이끌어 나가는 것이 저에게 주어진 소임이라고 생각합니다.”

현재 제주국제컨벤션센터에 대한 비전과 전망을 어떻게 생각하십니까? 또 ICC JEJU의 발전과 성장을 위해서 계획하시는 일은 무엇인지요?

“제주 컨벤션산업은 서울, 부산과 더불어 컨벤션산업의 빅3라고 불릴 만큼 경쟁력과 성장잠재력을 보유하고 있습니다. 천혜의 관광자원과 우수한 관광인프라, 매력적인 입지조건과 지역 이미지 등은 제주컨벤션산업의 성장을 지원하는 주요 요소입니다. 이러한 성장요소 및 전임직원의 노력과 열정에 힘입어 제주국제컨벤션센터는 지난 2003년 개관 이래 성장을 거듭하여 왔습니다. 따라서 ICC JEJU는 개관 이후 지난 12년간의 성장을 바탕으로 미래성장을 위한 새로운 도약을 준비해야 하는 매우 중요한 시기에 서 있다고 할 수 있습니다.

저는 지금까지 이루어 온 양적 성장이 질적 도약으로

이어질 수 있는 전기를 마련하고자 합니다. 이를 위해 지속성장 경쟁력 구축, 자립경영의 실현, 글로벌 지역성장 프리미엄 창출을 ICC JEJU의 성장 전략으로 수립하고 앞으로의 실천과제로 ▲ICC JEJU의 컨벤션사업 고부가가치화와 지속가능 마케팅방식으로서의 구조변경을 통한 자립경영의 기반 마련 ▲제주를 대표할 회의 직접개발, 글로벌 브랜드로 성장시킴으로써 제주국제컨벤션센터와 지역의 국제화 선도 ▲ICC JEJU의 성장을 지역과 함께 공유할 것 ▲공정하고 자발적이며 능동적인 조직문화 확립을 통한 ICC JEJU의 조직 경쟁력 강화 ▲주식회사로서 지속가능 성장 및 경쟁력 강화 방안 마련 ▲제주도민의 기업으로서 제주도민과 출자자에 대한 보상 계획 수립을 설정했습니다. 센터 건립 당시 컨벤션이 제주의 비전이라는 염원 아래 참여해 주신 주주 및 제주도민의 기대에 부응할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.”

제주 MICE산업 발전을 위해 하시고 싶은 일은 어떤 것이 있으신지요?

“지난 저의 이력을 돌이켜 보건데 대학 졸업 이후 10여 년간의 외국계 기업 활동으로 조직 운영과 국제교류 마인드를 익혔고 컨벤션 분야 석·박사 취득으로 학문적 토대를 쌓아왔으며 그 이후 10여 년간 대학교수로 재직하면서 컨벤션 전문인력 양성과 더불어 연구 활동을 통해 국내 컨벤션산업의 현황을 진단하고 새로운 성장을 모색하는 역할에 전념하여 왔습니다.

이러한 저의 경력을 바탕으로 ICC JEJU의 발전을 위해, 그리고 더 나아가 제주MICE산업의 잠재력을 극대화시킬 수 있도록 ICC JEJU 대표 이사로 최선을 다 할 것입니다.

더불어 제주도의 지역적인 특징으로 회의 개최지 결정요인 중에서 가장 중요한 접근성과 예산 문제가 아직까지 문제로 대두되고 있습니다. 제주도까지 항공기를 이

용해야 하며, 기후에 따른 이용 불안정성과 추가 경비 발생으로 행사 유치가 어려울 때가 있습니다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서 예산 지원제도나 다른 지원시스템이 요구되고 있습니다. 언급된 문제점들을 하나하나 해결하기 위해 관련기관과 협력하여 극복해 나갈 수 있는 방안들을 마련하는데 일익을 담당하고자 합니다.”

제주와 더불어 우리나라 MICE 산업의 발전을 위하여 고려할 사항이 있다면?

“저는 지난 수년간 컨벤션시장의 지속적 성장과 지역

컨벤션산업의 균형적 성장을 위한 연구에 매진해 오면서 지역컨벤션의 사업 패러다임을 양적 중심에서 질적 중심으로의 전환을 모색하고 지역과 동반성장할 수 있는 지역 컨벤션산업의 발전 방향을 제시한 바 있습니다.

이러한 일련의 연구와 국내외 컨벤션 전문가, 관계자 등과의 논의를 거치면서 다음과 같은 컨벤션산업의 성장 방향을 확인할 수 있었습니다.

우선 지금까지 컨벤션산업의 양적 성장이 질적 도약으로 이어질 수 있는 패러다임의 변화가 필요하다는 것이었습니다. 컨벤션산업의 성장이 사회적 책임의 실현과



공유가치 경영을 통해 지역의 가치를 구현하고 지역과 함께 동반성장이 실천되었을 때 진정한 의미의 지속성장이 가능해집니다. 또 컨벤션산업이 국제회의를 유치하고 더 많은 방문객의 유입을 촉진하는 수단으로서 뿐만 아니라 본연의 기능, 즉 지식을 전달하고 배분함으로써 사회 혁신과 생산성의 향상, 소통의 증대 등 사회적 가치를 실현하는 사회적 인프라로서의 역할 확대가 필요가 필요해 보입니다.”

제주도 내 MICE 이해관계자와 협력과 네트워크 강화가 중요한데 이에 대한 전략은?

“제주도, 유관기관, 지역기반산업과의 클러스터 및 협력관계를 구축할 계획입니다. 제주지역엔 JTO, 관광협회, JCVB 등 30여 개 기관이 있습니다. 이들을 대상으로 제주 MICE산업 육성을 위한 상품협의, 제도정비 등 상호 협력방안을 수립할 예정입니다. 또 도내 MICE클러스터를 활용한 상품으로 공동개발 하는 것도 한 방안이 되겠습니다. 지역 내 유관기관, 도내 기업 등 제주 MICE 클러스터를 통해 관광, 문화, 레저 등을 MICE 용·복합 상품을 개발할 것입니다. 도내 산학협력을 통한 연구개발(R&D) 및 인재 육성을 위한 협약 체결도 중요한 과제입니다. 제주지역의 MICE관련 연구개발 기관과 산업적 연구와 더불어 제주형 인재육성 강화를 위한 산학협력 MOU를 조속히 체결할 방침입니다.”

더 많은 해외 컨벤션 등을 유치하려면 어떠한 노력이 필요하다고 보니까?

“센터는 앞으로 코리아마이스뷰로 및 KTO 해외 지사 등이 활용한 정보를 수집하고 유관 기관들과 적극적으로 공동마케팅을 실시할 예정입니다.

또한 글로벌 MICE행사의 주최자들을 대상으로 현지 설명회를 개최, 세일즈콜을 실시하는 적극성이 필요해보입니다. 특히 제주도가 아시아시장으로부터 각광받고 있다는 점을 살려 중국 CITS, CYTS, 일본 JTB, 동남아 MICE 전문여행사들과 연계한 유치활동을 전개할 예정입니다.

해외 MICE박람회 및 로드쇼 역시 중요한 유치마케팅 중 하나입니다. 4월 중국 상해에서 열리는 IT&CM박람회와 8월 북경에서 개최되는 CIBTM 및 로드쇼, 10월 싱



가포르의 ITB Asia 등에 참가할 예정입니다.”

학교에서 근무하셨을 때와 현재 컨벤션센터에서 대표이사로 근무하시는 것에 대해 가장 큰 변화는 무엇인지요?

“저는 ICC JEJU 대표이사로 오기 전에는 대학에 있었습니다. 이제 취임한지 한 달 정도여서 학교와 현장의 다른 점을 직접적으로 느꼈다기 보다는 제가 익히고 연구해 왔던 것을 어떻게 하면 현장과 잘 접목시킬지를 고민하고 있습니다. 물론 상이한 점이 분명 있을 수 있겠지만 MICE전문가로서의 역할을 십분 발휘하는 것만이 모든 분들의 기대에 상응하는 길이라 생각합니다. 다만 저도 제주에 와서 굉장히 많이 배우고 있습니다. 서울에서 바라본 제주 MICE산업과 제주에 와서 몸으로 느낀 제주MICE가 분명 다른 점은 있는 듯합니다. 그동안 제가 알고 있던 경험과 제주의 환경을 조화시키는 시간이 필요해 보입니다. 가능한 빠른 시간에 모든 분들이 원하는 궤도에 올려놓을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.” ★

글·사진 강수정

홍보 통한 세계수학자대회 성공 공헌

(주)메씨인터내셔널 PCO 최초 '이벤트PR 최우수상' 수상

(주)메씨인터내셔널은 지난해 12월 12일 서울 플라자호텔에서 개최된 한국PR대상에서 '2014 서울세계수학자대회'의 성공적인 PR에 기여한 공로를 인정받아 PCO 최초로 '이벤트PR 최우수상'을 수상했다.

(주)메씨인터내셔널은 지난해 8월 코엑스에서 열린 '2014 서울세계수학자대회'의 PCO(Professional Convention Organizer)로 지난 2010년부터 4년간 대회의 대행을 맡아왔다.

특히 이번 수학자대회는 1차 대회(1897년) 이래로 가장 많은 국가(123개국)에서 참가하는 등 가장 성공적인 대회였다는 평가를 받았으며 학술대회로는 이례적으로 2만명이 넘는 일반 대중이 문화 이벤트에 참여해 수학에 대한 인식변화와 함께 수학의 사회적, 산업적 가치를 환기시켰다는 공로를 인정받았다.

한국PR대상은 한국PR협회가 한 해 동안 우수 PR활동을 발굴, 시상하는 국내 PR 분야 대표상이다.



제주 MICE의 10년을 돌이켜보다

제주CVB, 창립 10주년 맞이 세미나 개최

제주특별자치도와 제주컨벤션뷰로(이사장 오승익)는 지난해 12월 2일 제주국제컨벤션센터에서 '제주컨벤션뷰로 창립 10주년 맞이 세미나'를 개최했다.

각 지역 뷰로 관계자 및 제주 MICE 얼라이언스 회원사 등 100여명이 참석한 이번 세미나에서는 '제주 MICE산업의 지속가능한 발전 전략'이라는 주제로 김대관 경희대학교 컨벤션경영학과 교수가 주제발표를 맡았다. 이어 홍성화 제주대학교 관광경영학과 교수를 좌장으로 제주 MICE시설 확충, 제주 이미지 제고 및 브랜드 관리, 지역특화 컨벤션 개발 및 MICE전문인력 양성 시스템 확충 등 제주 MICE 발전을 위한 전문가들의 다양한 의견이 쏟아졌다.

제주컨벤션뷰로 관계자는 "이번 세미나를 통해 제시된 다양한 의견을 바탕으로 향후 세계적인 MICE도시로 도약할 것"이라며 "2015년에도 체계적인 계획을 세우고 적극적인 마케팅을 펼칠 것"이라고 밝혔다.



대한민국 MICE 산업 미래의 주역

‘제5회 Young MICE Community’ 개최

‘제5회 Young MICE Community’ 행사가 지난해 12월 17일 명동 프린스호텔에서 개최됐다.

‘Young MICE Community’는 한국MICE협회 회원사의 실무자(주임, 대리급)들을 대상으로 마련된 프로그램이다. 서로 자유로운 의견교환과 소통을 위한 정기 이벤트를 개최하며 지속적으로 협회에서 주최, 주관하고 있다.

이번 ‘제5회 Young MICE Community’는 36명의 MICE업계 실무자들이 참석하여 ‘MICE산업의 현황과 나아갈 방향’ ‘MICE산업의 문제점과 향후 공동발전’에 대해 논의하였고 서로 간 네트워킹 시간을 통해 업계 실무자들이 단합할 수 있는 시간을 가졌다.

행사에 참가한 JC오퍼레이션 이슬기 대리는 “이 행사를 통해 동종업계의 동료들과 교류할 수 있어 좋았고 무엇보다 서로 걱정하고 고민하는 것에 대해 공감하는 시간이 가장 좋았다”고 말했다.



대표 국제회의육성·발전방안 모색

2014 지역대표국제회의의 인큐베이팅 사업성과 보고회

대구컨벤션관광부로(대표이사 백창곤)는 지난 12월 29일 2014년 지역대표 국제회의의 인큐베이팅 사업 성과보고회 및 사업설명회를 개최했다.

지역특화 컨벤션 자문위원, 행사 주최자 및 대구 MICE Alliance(지역 MICE업계), 지역 내 잠재적 주최자 등 약 30여명의 참석자들이 인큐베이팅 선정 행사 성과보고 및 질의응답에 참여하고 지역특화컨벤션의 발전방안에 대해 논의하는 동시에, 지역 대표산업에 기반을 둔 대구경북 국제소셜네트워크컨퍼런스(ICT), 국제로봇전문가포럼(로봇) 등 행사 성과 보고에서 파급효과 및 행사 육성의 어려움 등 주최자들의 생생한 경험을 공유할 수 있었다.

이 자리에서 지역대표국제회의의 인큐베이팅 발전을 위해서는 지역의 잠재 주최자 역량 강화를 위한 지속가능한 지원 시스템 개발로 지역 토착형 브랜드 국제회의를 육성하고, 지역 경제 파급효과 극대화 방안을 접목해야 하는데 참석자들의 의견이 모아졌다.



창조관광의 중심, 융복합 MICE를 말한다

2015 한국마이스연례총회 및 마켓 플레이스

사단법인 한국MICE협회가 주최하고 문화체육관광부, 경상북도, 경주시, 경주컨벤션뷰로가 후원하는 2015 한국 MICE연례총회 및 마켓 플레이스(Korea MICE Association Annual Congress & Market Place 2015)가 ‘창조 관광의 중심, 융·복합 MICE!’를 주제로 2015년 3월 5일(목)부터 7일(토)까지 3일간 경주 화백컨벤션센터(HICO) 일원에서 개최된다. 한국MICE협회 창립 12주년 기념으로 개최되는 이번 행사에는 한국MICE협회 회원사 임직원과 협회·학회·기관 국제회의 주최자, 지자체 MICE 관련 공무원·관련기관 관계자를 비롯한 1200여명의 각계 인사들이 참석해 국내 최대 규모의 MICE 축제로 진행된다. ‘창조 관광의 중심, 융·복합 MICE!’라는 주제에 맞춰 3일간 고급자 아카데미, 융·복합 마켓플레이스(상담회 마켓/전시 마켓), Talk Concert, International Session, Workshop Session, Korea MICE Awards & Gala Dinner 등의 일정이 진행된다.



교육을 통한 업계 경쟁력 강화... 고급자 아카데미

업계 종사자 교육을 통한 업계 경쟁력 강화를 위해 진행되는 고급자 아카데미는 교육 수강자 개개인의 수준에 맞는 강의를 들을 수 있도록 Professional(업계 과장 이상/행사주최 총괄담당), Working-level(업계 사원·대리/행사주최 실무자), Common(업계입문 희망자), Beneficiary(CVB/센터/지자체 담당자)등 4개 세션으로 나누어서 진행된다.

첫날인 5일 오전에 열리는 워크숍 세션에서는 ‘Prezi 제작기법 강의’ ‘자격증 동향(CMP/CEM/SMAT/컨벤

션기획사 1·2급)’ ‘명상/요가를 통한 건강한 MICE人 되기’ 등의 강의를 순차적으로 진행된다. 오후에는 전시마켓 행사와 함께 ‘글로벌 컨벤션 트렌드 : ‘E-convention/활용하면 돈이 되는 빅데이터 경영(Professional Session)’ ‘행사의 성공요인-스폰서십 유치에 달려있다’ ‘청춘을 홀리는 마법의 스피치 (Working-level Session)’ ‘MICE와 썸?!타다 : 인재상,자질, 직무 안내’ ‘행사현장에서 직접 다뤄보는 시스템 기

자재 체험(Common Session)’ ‘문화콘텐츠 개발을 통한 지역 MICE 산업 발전방향’ ‘아는만큼 활용되는 2015 MICE관광정책(Beneficiary Session)’등의 프로그램들이 행사 참가자들의 이목을 끌어당길 것으로 기대된다.

다음날인 6일에는 ‘기업경영의 핵심역량-인적자원’ ‘네트워킹 세션-한국, 일본, 싱가포르’ ‘스마트한 행사홍보 및 정보전달 기법’ ‘세상을 지배하는 브랜드의 비밀’ 강연에 이어 ‘보고서 작성기술-맛있는 보고서 쓰기’ ‘세계수학자대회 유치 및 개최 사례와 ‘IR(복합리조트):MICE가 확장된다!’ ‘Best PM의 노하우 : 팔방미인 퍼실리테이터가 되어라’ 등의 강의를 진행된다.

바이어와 셀러의 직접 만남... 융복합 마켓플레이스

지난해 2월 대구에서 열린 2014 연례회의에서 처음 선보였던 주최자 상담회는 더욱 개선된 상담회 마켓으로 선보인다. 국제회의 주최자인 바이어와 MICE산업 서비스를 제공하는 셀러가 직접 만날 수 있는 기회를 제공한다는 점에서 많은 호평을 받았던 일정이라서 올해도 기대가 크다.

5일부터 6일까지 행사장 1층에서 열리는 전시마켓은 2015 연례총회의 부제인 ‘창조 관광의 중심, 융·복합 MICE!’에 걸맞게 실질적인 비즈니스 기회 창출 및 네트워크 구축을 위한 유익한 정보공유 기회를 제공하기 위해 기존 딱딱한 형식을 탈피한 오픈 부스로 운영될 예정이다. 각 지역 뷰로, 지자체, 관련 협·학회 및 축제조직위원회 등 약 70여개의 부스가 참가해 비즈니스 기회 창출, 네트워크 구축 등 유익한 정보 공유의 장이 마련될 예정이다.

토크 콘서트, 유니크 투어… 다채로운 부대행사

이외에도 다양한 부대행사들이 참석자들의 흥미를 높일 것으로 기대된다. 먼저 첫째날 저녁 네트워킹 리셉션에서는 Pub Party 형식으로 비즈니스 교류가 이루어지며, 둘째날 오전에는 ‘창조관광의 중심, 융·복합 MICE!’와 ‘MICE를 융·복합으로 디자인하라’ 등 기조강연이 진행된다.

둘째날 오후에 진행되는 ‘90분 토론’에서는 ‘창조관광의 중심, 융·복합 MICE-어디로 향할 것인가’라는 주제로 참석자간 열띤 토론이 진행될 예정이다.

또한 토크 콘서트에서는 ‘너에게만 들려주고 싶은 이야기, 대표님 할 말 있습니다!’라는 주제로 신입직원·대학생들이 궁금해하는 점에 대해 이야기를 들려준다.

이밖에도 한국 MICE협회 정기총회와 Korea MICE Awards & Gala Dinner 등이 진행되며, 행사 마지막날

인 7일에는 경주 일대에서 유니크 투어가 진행된다.

MICE협회 관계자는 “업계 관계자들의 정보공유를 통해 실질적인 비즈니스 기회를 만들어내는 것이 협회의 최대 목표이며 역량 강화 또한 관심사항”이라며 “작년보다 알찬 교육을 통해 수강자들이 만족감을 가질 수 있도록 강사 및 교육 내용을 준비했다”고 말했다.

협회 관계자는 또 마켓플레이스 행사와 관련 “2014년 연례총회에는 행사 현장에서 많은 상담이 이뤄지는 등 긍정적인 결과를 보였다”며 “올해는 전년보다 더욱 발전된 형식으로 진행될 예정이어서 보다 내실있는 만남이 이뤄질 것”이라고 말했다. ★

문의 : 한국MICE협회 사무국 (02-3476-8325, kmaac@micekorea.or.kr)

등록비 안내				
구분	사전등록 [2015년 2월 13일(금)까지]		현장등록 [2015년 2월 13일(금)이후]	
	숙박일	등록비	숙박일	등록비
KMA 회원사	무박	100,000원	무박	120,000원
	1박	03.05일(목) 140,000원 03.06일(금) 140,000원	1박	03.05일(목) 160,000원 03.06일(금) 160,000원
	2박	180,000원	2박	200,000원
KMA 비회원사	무박	150,000원	무박	170,000원
	1박	03.05일(목) 190,000원 03.06일(금) 190,000원	1박	03.05일(목) 210,000원 03.06일(금) 210,000원
	2박	230,000원	2박	250,000원
초청주최자(상담회)	등록비 면제, 숙식 1박 제공			
기타 초청자(연사/토론자)	등록비 면제, 숙식 1박 제공			
대학생/대학원생	무박	30,000원	※ 사전등록 150명 선착순 마감	
	1박(03.05일 목)	50,000원		
객실타입 변경 요청 (선택사항)	2인실(1박)	+20,000원	*객실타입을 변경하실 경우 등록비에 추가금액이 더해집니다.	
	2인실(2박)	+40,000원		
	1인실(1박)	+60,000원		
	1인실(2박)	+120,000원		



2015년 글로벌 MICE 시장 전망

장태순 부산관광공사
MICE본부장



1. 들어가는 말

2015년의 세계 경제 전망은 어떨까? 결론부터 말하자면 2014년보다 좀 더 좋아질 것 같다. 세계 통화기금(IMF)에 따르면 2015년 세계 경제 전망은 3.5% 성장으로 전년 3.3% 보다 다소 높아져 관광, MICE부문 사업의 활성화가 기대된다.

또한 미국, 선진 경제국, 개발도상국의 경제 성장률이 전반적으로 상승 곡선에 있어 올해 전망을 더욱 밝게 하고 있다.

[표 1] 2015년 경제성장 전망

구분	세계 평균	한국	미국	선진경제국	유로국가	아세안-5	일본	중국	인도
2014(%)	3.3	3.7	2.4	1.8	0.8	4.5	0.1	7.4	5.8
2015(%)	3.5	3.8	3.6	2.4	1.2	5.2	0.6	6.8	6.3

(자료, IMF (2014,7,24), World Economic Outlook)

단, 2010년 10.3% 증가율 이후로 성장률이 둔화되고 있는 중국과 2011년 이후 2% 이하의 경제 성장률을 기록하고 있는 일본 등 이웃 국가의 경제 성장 둔화는 한국 MICE업계에 다소 부정적인 영향을 줄 것으로 전망된다.

2. MICE 시장별 전망

가. 회의 시장(Meetings & Conventions)

2015년 회의의 시장은 다양한 방법으로 전 세계의 회의 형태가 발전할 것으로 American Express는 전망하고 있다(American Express, 2014,10).

오늘날 회의는 학회나 조직의 판촉 또는 마케팅에 매우 중요한 수단으로 활용되고 있으며 이러한 추세로는 이행(Compliance), 리스크 관리(Risk management), 전 세계로의 확장(Global expansion), 표준화된 과정(Standardized process) 등이 이벤트 관리(Governance)에 매우 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

여기에서 중요한 키워드 중 하나는 기존의 서부 유럽 중심, 미국 중심으로 개최되던 각종 회의가 그 목적지를 점점 넓혀 라틴 아메리카, 아시아, 오세아니아에서 개최될 수 있다는 말이다.

이러한 추세에 초점을 맞추어 기존 유럽 중심의 각종 회의, 북미 위주로 순회 개최되는 회의 등에 대한 자료 분석(Data mining)을 통해 마케팅 전략과 계획을 수립하는 것이 필요할 것으로 분석된다.

나. 기업 인센티브 시장(Corporate Incentives)

인센티브 여행 경영자협회(SITE)의 보고서에 따르면 2014년 기업 인센티브 여행시장은 높은 성과가 있었으며 2015년에도 매우 긍정적인 결과가 예상된다고 밝혀졌다. 동 보고서 설문 조사에 답한 52%의 응답자는 기업 인센티브 수



요가 실질적으로 높아질 것이고 80%의 응답자는 기업 인센티브 시장에 낙관적인 입장을 피력하였다.

영국에 본부를 둔 AYMTC사는 2015년 5대 인센티브 관광지로 남아프리카 공화국 케이프타운, 베트남 주요 도시, 브라질 리오데자네이로, 스웨덴 북극 지역, 터키 이스탄불을 꼽았다. 호주에 본부를 둔 Incentive Connect사는 5대 인센티브 목적지로 남아프리카, 뉴질랜드, 싱가포르, 이태리, 중국을 뽑았으며, 모험적인 크루즈 인센티브 목적지는 호주, 뉴질랜드, 유럽국가, 카리브, 남극을 뽑았다.

최근 한국의 인센티브 시장은 중국 및 대만에 그 의존도가 매우 높은데, 2015년도에는 그 시장이 말레이시아 인도네시아 등으로 넓어질 것으로 전망된다.

다. 전시 시장(Exhibitions)

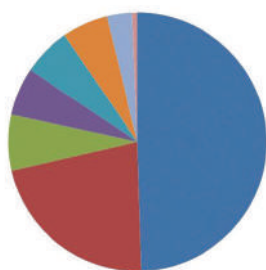
세계 전시협회(UFI)의 세계 전시 지표에 따르면, 응답자의 56%가 2015년 말에는 경제 위기가 끝나 사업에 영향을 미치지 않을 것으로 보고 있다. 사업에 영향을 주는 3가지 이슈로는 세계 경제 불안정성, 역내 경쟁, 내부 경영의 문제 등을 꼽았다.

전시산업연구센터(CEIR)에 따르면, 2014년 전시 산업은 약 2% 성장하고, 2015년도에는 약 3% 성장 할것으로 전망된다.

독일전시협회(AUMA)의 자료에 따르면, 독일은 총 315개의 해외 전시회를 개최하는데 이는 2014년 306개, 2013년 227개에 비하여 늘어난 수치이다.

2015년 독일 해외 전시와 개최지역은 아시아 156개(49.5%), 비 EU국가 69개(21.9%), EU국 22개(7%), 북미 19개(6%), 남미 19개(6%), 중동 18개(5.7%), 아프리카 10개(3.2%), 오세아니아 2개(0.6%) 순이며 가장 빠르게 성장하는 지역은 중동 및 아프리카로 나타났다.

2015년 독일 전시협회가 해외에서 계획 중인 주요 전시회는 기계류, 섬유, 식품, 농업, 의료기술, 자동화/건축 기술 등으로 나타났다.



■ 아시아(49.5%)
■ 비EU국가(21.9%)
■ EU국(7%)
■ 북미(6%)
■ 남미(6%)
■ 중동(5.7%)
■ 아프리카(3.2%)
■ 오세아니아(0.6%)

3. 대륙별 시장 전망

가. 아시아·태평양 지역

아시아태평양 지역 컨벤션 산업은 하이브리드 형태의 회의가 증가하고 있으며 전체적인 수요가 급증하고 있는 지역이다. 특히 중국의 컨벤션 산업은 경제 성장과 더불어 컨벤션 목적지로서의 위상이 점점 높아지고 있으며 컨벤션 시장 자체도 안정적 성장하고 있다. 호주에서의 컨벤션 개최가 축소되는 등 그 위상이 위축되고 있으며, 홍콩은 2014년 데모 등 정치적 불안정성 증가로 컨벤션 수요가 다른 곳으로 분산 개최될 가능성이 높다.

아시아, 태평양 지역의 컨벤션 개최지를 보면 아시아의 경우 85% 이상, 호주의 경우 94% 이상이 대도시에서 개최될 것으로 전망되고 있다. 아시아, 태평양 지역에서의 컨벤션 수요는 2015년 약 2.1% 상승할 것으로 전망된다.

나. 유럽 지역

유럽지역 컨벤션 전망은 전반적으로 경기침체로 회의 형태나 참가자 수 감소가 예상된다. 2014년 컨벤션 산업이 좋았던 독일이나 영국도 소폭의 감소가 예상되며, 스페인이나 프랑스 역시 다소의 침체가 예상된다.

유럽 국가 중 스페인은 특이하게도 회의 시간이 늘어나고, 기업 인센티브나 스페셜 이벤트도 5일 이상 지속돼 유럽 평균 2일보다 훨씬 높게 나타날 것으로 보인다. 이는 좋은 날씨, 음식과 더불어 물가, 볼거리 등이 영향을 주는 것으로 분석된다.

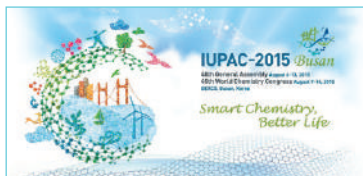
다. 북미 지역

2014년 컨벤션 산업에서 좋은 결과를 보인 북미지역도 2015년도에 0.3% 이상 수요가 증가할 것으로 전망된다. 지난 수년동안 컨벤션 규모는 작아졌으며 공항 시설에서의 컨벤션 수요가 늘어났다. 2015년도에도 많은 참가자가 거주하는 도시로 컨벤션 목적지가 결정될 가능성이 높으며, 특히 교육 훈련 부문의 회의 수요가 급증하고 있다. 기업 인센티브, 스페셜 이벤트 등이 회의 다음으로 체류 기간이 긴 이벤트로 나타나고 있다.

라. 남미 및 중미 지역

2015년 중남미 지역의 컨벤션 산업도 북미와 같이 매우 긍정적인 것으로 보이며, 교육훈련 회의는 2.4%, 기업 인센티브 및 스페셜 이벤트는 1.3% 증가할 것으로 전망된다. 2014년 브라질에서 개최된 FIFA 월드컵 및 2016년 리우데자네이루(Rio de Janeiro)에서 개최 예정인 2016년 하계 올림픽 등의 후광효과에 힘입어 중남미 지역에서의 컨벤션 수요는 2014년 65%에서 2015년 72%까지 상승할 것으로 전망된다.

[2015 주요 국제행사]



4. 2015 한국 MICE 시장 전망

유가 하락, 경제성장률 상승 등에 힘입어 국내 MICE산업은 탄력을 받을 전망이다.

2015년 예정된 큰 행사로는 철도 국제회의(서울), 미주개발은행(IDB) 연차총회(부산), 세계 화학총회(부산), 세계 교육총회(인천), 국제만화가 대회(대전), 세계 물 포럼(대구) 등이고, 대도시를 중심으로 2021년 세계 천문연맹총회 등 크고 작은 많은 국제회의 제안서가 세계 학회, 협회에 제출된 상태이다.

해외 대도시를 중심으로 IBTM, IMEX 등 글로벌 MICE 전시회 참가 마케팅, 해외 도시 MICE로드쇼가 개최될 예정이며, 각종의 MICE 의사결정권자 유치 설명회, MICE 유력 매체 방한 초청 등도 계획되어 있다. 따라서 2015년 한국의 MICE 시장 전망은 매우 낙관적일 것으로 관측되고 있다.

5. 맺는 말

American Express, CWT, GBTA, IBTM 등 각종 기관의 2015년 글로벌 MICE산업 전망은 긍정적이다. 유가의 하락에 따른 항공료, 숙박료 등 각종 물가 인상 요인이 없으며 세계 경제 성장률도 4% 정도로 상승할 것으로 보이므로 많은 국제회의, 인센티브 관광, 기업 회의 등이 새로 개발될 것으로 보인다.

한국은 핵무기 위협 등 북한 이슈에 따라 해외 참가자들의 심리적 위축이 우려되는 상황이나 한국 정부가 이러한 리스크를 잘 관리해 오고 있어 해외 컨벤션 의사결정권자(Buying center)들의 한국에 대한 이미지는 그리 부정적인 지 않다.

또한 한류(Korean wave)현상과 삼성, 현대, LG 등 글로벌 기업 제품의 선호도 증가에 따라 관광 목적지 이미지의 동반 상승을 의미하는 원산지 효과(Country-of-origin(COO) effects)의 혜택을 누리고 있다.

2015년에는 MICE의 거시적 개념인 상용관광(Business tourism)시장에 대한 조사와 연구가 활성화되어 MICE산업의 전체 파이를 키우는 한해가 되기를 바란다. ★

〈참고자료〉

IMF(2014.1), World Economic Outlook

M&C(2014.12.01.), Forecast 2015

UFI(2014.7), Global Exhibition Barometer

GBTA(2014), 2015 Global Travel Price Outlook

American Express(2014.10.14.), 2015 Global Meetings Forecast

MasterCard(2014), 2014 Global Destination Cities Index

CWT(2014.11), 2015 Meetings and Events Forecast

MPI(2014, Fall), MPI Meeting Outlook

EIBTM(2014.11), 2014 Trend Watch Report

인센티브 관광의 이해와 유치 활성화 전략

최근 증가하고 있는 한국 방문 인센티브 관광의 이해를 돕기 위해 '2014 Korea MICE Alliance Conference & Awards' 행사에서 발표한 '인센티브 관광 유치전략' 강연 내용을 중심으로 유치 활성화 전략을 살펴본다.

정의

인센티브 관광산업은 전 세계적으로 2400억 달러에 이르며 관광업 중 15%에 달하는 규모로 240만개의 일자리를 창출하며 매년 130억달러 규모로 성장하고 있지만, 다른 MICE산업에 비해 뒤늦게 정립된 개념이라 기관마다 정의가 약간씩 다르다.

'조직원들의 성과에 대한 보상 및 동기 부여를 위한 순수 보상여행 및 보상관광회의(한국관광공사, 2009)'와 SITE·Incentive Magazine 등 국제 인센티브 관광관련 기관들의 정의를 포함하는 '기업이 업무 성과를 향상시키기 위해 직원에게 포상·특별 상여금의 일환으로 인센티브를 주는 여행'으로 정리할 수 있으며, 최근에는 단순한 관광을 넘어 우수직원 시상식·워크샵·파티·팀 빌딩 등의 프로그램을 같이 진행하면서 업무 효율 및 성과를 높이도록 진화하고 있다.

근대적 인센티브 관광은 1906년 미국 에이톤社가 실적우수 직원을 대상으로 시행한 관광으로 보고 있으며, 1970년대 경제성장기에 인센티브 관광이 대중화됐고 걸프전·아시아 금융위기 등으로 일시 침체를 보였으나 2000년대 이후 세계화 및 경기회복으로 인해 인센티브 관광은 다시 증가 추세에 있다.

특징

인센티브 관광은 타 MICE 요소와 비교했을 때 높은 부가가치와 품격있는 시설과 양질의 프로그램 콘텐츠를 요구한다는 점에서 차이를 보인다.

먼저 경제적 환경·경기 변동에 민감하다는 점이다. 2008년 미국 서브프라임 모기지사태의 여파로 미국의

인센티브 프로그램 및 이벤트산업 규모가 35% 감소했으며, 신종플루·에볼라 바이러스 등 위험한 전염병이 발생하는 경우에도 규모가 축소되는 경향을 보인다. 다음은 수요자 중심 관광으로, 다른 관광과는 달리 정해진 패키지 상품에 맞춰 진행되는 것이 아니라 참가자의 동기 부여·성과향상 프로그램 등 기업 요구에 맞춰 여행사들이 상품을 구성하는 형식을 취하는 형태이다

또한 행사 자체가 동기부여 수단이기 때문에 기업·참가자 모두에게 효과적인 매출 증진수단으로 활용될 수 있다. 마지막으로 일반 관광객 대비 지출액은 1.8배 높고, 고용 측면에서도 제조업의 2배·IT산업 5배 정도로 추정될 정도로 고부가가치 산업이라는 점이다.

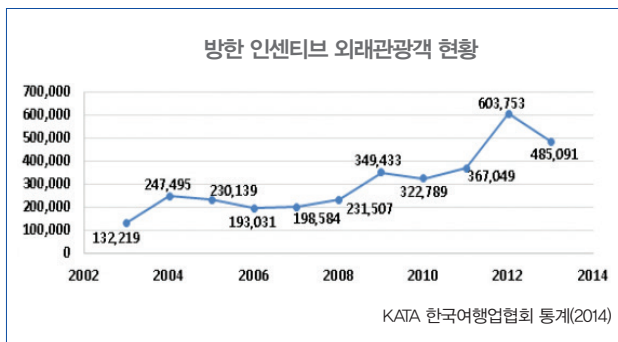
국내 인센티브 관광 유치현황

한국 방문 인센티브 관광의 트렌드로 크루즈이용 관광객이 늘고, 지자체별 인센티브 관광 유치경쟁이 치열해지고 있으며, 인센티브 관광 목적지로 한국의 위상이 높아지고 있다는 점을 꼽을 수 있다.

국가별로는 태국(396회/4만2970명)과 중국(64회/2만7006명)이 높은데, 특히 중국이 2011년 9월 바오젠(1만860명)을 비롯, 2013년 11월 산둥진펄파(1만3772명), 2014년 5월 암웨이(1만7556명) 등 1회 방문시 많은 인원 으로 방문한 것으로 나타났다. 2003년 이후 인센티브 관광객 숫자와 전체 관광객 비중이 지속적으로 증가하면서 2013년 현재 48만 5091명(12.5%)를 기록했다. 특히 2010년 이전까지는 전체 관광객 중 6~7% 수준이었으나, 2011년 이후로는 비중이 10%를 넘어섰다.

한편 2012년 국내 MICE관련 행사 건수는 총 14만 4786건으로 외국인 참가자는 총 139만 2991명을 기록했다. 이중 인센티브 관광 목적 방문 외국인은 전체의 43.2%인 60만 2412명으로 나타나 외국인 비율이 월등히 높다는 점을 확인할 수 있다.

또한 한국관광공사에서 유치한 인센티브 관광은 꾸준



히 증가해 2013년에는 여행객수 16만 3278명, 유치진수 2366건으로 2006년 대비 각각 403%와 559% 증가한 것으로 나타났다. 다만 중화권(748건/8만 6486명)과 아시아 대양주(1478건/6만 7658명)의 비중이 일본 및 구미주를 포함한 전체의 80% 이상을 차지해 지역별 전략이 필요하다는 것을 확인할 수 있다.

인센티브투어의 경제적 효과를 파악하기 위해 한국관광공사 조사자료(인당 지출비용 94.3천원(2012 인센티브 여행 실태조사) 60.2만명(2013 MICE 산업통계 조사))를 토대로 한국을 찾은 인센티브 관광객 개인별 지출비용을 추정한 결과 총 568,085백만원으로 예상됐으며, 주최기관 지출 경비 추정액(주최기관 1인당 지출비용 총 참가자수)은 787,395백만원이며 개인 지출비용과 주최기관 지출경비를 합산한 경제적 이득은 2012년 한해에만 1,355,481백만원으로 추정된다.

국제기구/국가별 지원제도

홍콩, 마카오, 대만 등 아시아 각국은 인센티브 관광객의 규모에 따른 지원을 통해 자국으로 유인하는 것을 강화하고 있다.

싱가포르의 경우 싱가포르 관광청 산하에 BT MICE(Business Traveler MICE) 전담부서를 설치해 인센티브 관광 제안서 모집부터 후보도시 선정~최종 심사까지의 전 과정에서 정보파악 및 답사비용 지원 등

체계적인 지원하고 있다. 일본도 Japan Convention Bureau를 통해 인센티브 관광 유치 및 세일즈 사업을 진행하고 있으며, 타겟시장조사-정보제공-국내외 세일즈 네트워크 활동/인센티브관광 Key-Person 초청사업 등을 주요업무로 해 전략을 세워가고 있다. 또한 삿포로·교토 등 도시별 CVB에서 인센티브 관광단에 규모에 따른 환영행사를 진행하고 있다.

인센티브관광 유치 프로세스

인센티브관광 유치는 사전준비→수요파악/정보수집→유치전략 수립→유치마케팅 실시→협상 및 유치결정→인센티브관광 실시→사후관리 및 관리 단계로 진행된다.

먼저 사전 준비단계에서는 인센티브 관광 제공자로서의 환경을 분석하고 유치대상 수용가능 여부를 파악하는 것이 필요하다. 다음으로 MICE 전문박람회, 설명회 등을 통한 해외 여행사와의 교류 및 해외 홍보사무소 등을 통한 정보교류를 통한 수요를 파악하고 인센티브 투어에 대한 기업정보를 수집하고, 전단계에서 획득한 정보를 통해 경쟁국가·선호사항·유치프로세스 등을 분석 후 맞춤형 제안서와 홍보물을 제작한다.

다음으로 해당 기업에게 인센티브 관광 유치를 위한 홍보물/제안서 전달과 함께 해외여행사 또는 기업체 직접 방문을 통한 세일즈콜을 실시하며 현장답사 및 팸투어 지원을 통해 유대 관계를 확립한다.

인센티브 관광의 시행 및 지원을 위한 협의 및 지원체계를 구축한 후 기업의 선택을 돕기위한 각종 정보를 제공하는 한편, 행사 계약에 대한 구체적인 조건을 조율하며, 인센티브 관광 실시 단계에서는 규모 및 체류 일정에 따른 개최지원과 불편함이 없도록 행정 서비스를 제공한다.

마지막 사후관리 단계에서는 만족도 평가 및 행사종료 보고서를 작성하고 재방문 추진을 위해 홍보활동과 정기적인 네트워킹을 통한 기업관리를 실시해야 한다. ★

윤유식 · 경희대 관광컨벤션학과 교수

지역 강점분야 국제회의 유치와 파급효과 극대화

세계클러스터경쟁력총회

세계클러스터경쟁력총회(TCI Annual Conference)의 유치 과정은 일반적인 국제회의의 유치 과정과는 사뭇 달랐다. 우선, 국내 도시간의 경쟁을 피할 수 있었다. 대구 계명대학교의 류건우 사회과학대 학장이 발의했고, 국제기구(The Competitiveness Institute)의 한국 회원이 한국산업관리공단(KICOX)인데 2015년 2월에 대구로 이전하기로 되어 있었기 때문이다.

그렇다고 국내 도시로 대구가 선정되기까지 쉽지만은 않았다. 류건우 학장이 클러스터가 대구의 산업 발전에

큰 영향을 끼칠것으로 판단, 동떨어진 분야의 국제교류 사업을 수주하기 위해 수개월을 노력했다. 어떻게 보면, 이 과정에서 컨벤션관광광부의 역할과는 다소 동떨어진 업무였지만 컨벤션으로 육성할 수 있겠다는 생각에 여러모로 지원을 했다.

이러한 과정에서 정작 국제교류 사업 공모에서는 탈락하고, TCI의 회장인 하버드대 크리스티안 케텔스 교수를 통해 2013년도 덴마크 TCI 대회의 참석 권유를 받게 되었다. 클러스터경쟁력총회를 알게된 것은 류건우 학장이 이 회의에 다녀와서 부터이다. 그리고 이 행사의 참가자들이 그야말로 정책입안자와 클러스터내에 입주한 다국적 기업 등 전 세계의 중요한 산학연 관계자 500여명임을 알게 되었다. 처음 류건우 학장을 만난지 거의 10개월이 흘렀다.

한국산업단지공단은 우리나라 제조업 총 생산의 66%, 수출의 76%를 차지하는 산업단지(클러스터의 일종)를 통해 국가의 총체적 경쟁력 강화를 위한 제반 업무를 보는 곳이다. 직원수만도 300명이 넘는다. 유치의향서를 12월말까지 제출해야하는 것으로 파악되었는데 자격이 되는 곳은 산업단지관리공단 밖에는 없었다. 본격적으로 추진해보자는 내부 판단이 내려지고 10일이 채 남지 않은 시점에서 느닷없이 국제회의를 유치하기 위한 의향서 제출을 설득하기가 쉽지 않았다. 1년 후에는 여러 상황이 또 바뀔 수 있다. 한데, 뜻이 있으면 길이 있다고 이에 대한 가치를 인정하고, 수차례의 내부 보고를 통해 결국 연말에 의향서를 보냈다. 공단의 윤창배 팀장의 열린 마음과 적극적인 의지가 아니었다면 어려웠을 일이다. 2013년 12월 26일 저녁에 어쩔 수 없는 사정으로 영하의 날씨에 야외에서 1시간 정도 통화한 일이 아직도 기억에 남는다.





유치의향서를 제출하기 위한 과정에서도 대구에서 개최해야 하는 당위성에 대한 의문들이 제기되었지만, 대구가 먼저 제안했고 본사가 대구로 이전했기 때문에 참가자들에게 대한 홍보효과가 있을 것이며, 물론 대구시와의 지속적인 협력 관계 등이 어필되면서 대구로 개최가 어렵지 않게 확정이 되었다. 그 이후 크리스티안 케텔스 회장의 한국 방문 및 실사가 잇따랐고, 한국관광공사와 대구시의 답사 지원 시스템이 케텔스 교수에게 감동을 주게 되면서 한국 개최는 2주 후에 임원들의 만장일치로 확정이 되었다.

2000년대 초에 국제행사를 유치하던 상황과 현재는 많은 부분에서 큰 차이가 있는 것 같다. 우선, 국가의 브랜드가 높아져서 브랜드가 비교적 낮은 대구도 많은 혜택을 본다. 유치, 답사 지원 등의 시스템이 타 국가와 도시에 비해 뛰어나다는 생각도 든다. 한국관광공사의 적재적소의 지원 시스템이 큰 보탬이 되었다. 대구시의 경우, 10년이 훨씬 넘는 노하우가 축적되어 답사를 오게 되면 시장님을 비롯한 시의 환대와 서비스에 감동을 받아 거의 확정이 되는 경우가 많다. 금번에도 쉽지 않은 일을 아주 쉽게 진행할 수 있었던 배경에는 이러한 시스템의 도움이 컸다.

일을 하면 할수록 여러 가지 유치 절차의 국제행사들이 있음을 알게 된다. 국내 도시 선정에서부터 치열한 경쟁이 있고, 4, 5개국을 예상고, 심지어 10개국에 이르

는 경쟁을 이겨야만 하는 경우도 있다. 하지만 이번처럼 대구의 강점, 즉, 대구시 혁신도시로 이전하는 산업공과 지역의 한 교수님의 의지, 그리고 지원시스템이 합쳐져 효율적으로 국제회의를 유치하고, 추진하게 되었다.

유치도 순조로웠지만 산업단지공단이 직접 주최하므로 단발성 행사로 끝나지 않고, 지속적인 발전도 기대할 수 있게 되는 등 미래도 밝다. 즉 TCI는 유럽과 미국 중심의 총회이므로 아시아 지부 강화를 위한 아시아 사무국이 필요할 수 있을 것이다. 또한, 클러스터 선진국과의 교류를 위한 지속적인 국제협력 창구로서의 지역 브랜드 국제회의도 기대할 수 있다. 그밖에 지역의 산업 정책의 발전과 빅데이터센터 등의 건립 등 여러 가지 사업들은 우리가 하기 나름일 것이다.

국제회의의 가치를 규모만으로 판단할 수는 없다. 유치 과정도 국가들과의 치열한 경쟁을 통해서만이 능사는 아니다. 물론, 세계가스총회, 기생충학회총회 등 대규모 행사의 경우 경쟁이 불가피할 수 있다. 하지만, 최근 지역을 대표하는 특화컨벤션의 육성에 대한 중요성이 증가하면서 국제회의의 유치 분야에서도 지역의 차별화된 산업과 강점을 활용한 집중과 선택이 중요시 되어야 한다고 본다. TCI 총회와 같은 사례가 여러 도시에서 더 많이 생겨나서 우리나라 MICE산업에 순풍이 지속적으로 일어나길 기대해본다. ✨

김성태 · 대구컨벤션관광광뷰로 사무국장



지역 최초로 개최되는 정부간 국제기구 주최 각료회의 2015 OECD 과학기술장관회의 유치

2015년 10월 대전에서 ‘OECD 과학기술장관회의(Meeting of the Committee of Science & Technological Policy at Ministerial Level in 2015)’가 개최된다.

OECD(경제협력개발기구)와 미래창조과학부의 공동 주최로 2015년 10월 19일부터 22일까지 4일간 대전컨벤션센터(DCC)에서 개최될 ‘OECD 과학기술장관회의’ 및 ‘세계과학정상회의’는 OECD 국제기구 수장, 34개 회원

국 및 20여개 초청국의 장·차관급 고위 공무원, 과학자 및 글로벌 기업 CEO 등 과학기술계 정상급 인사 약 500여명이 모여 과학기술 정책과 공동협력 방안 등에 대해 논의하는 최고위급 과학행사이다. 특히 올해 대전에서 개최될 OECD 과학기술장관회의는 OECD 이사회의 승인을 받아 11년 만에 개최되는 과학기술 관련 OECD 회원국 및 초청국 정부간 공식행사라는 점에서 역사적인 의의가 더욱 깊다.

OECD 과학기술장관회의는 그 자체로 대전에 상징적인 행사다. 이는 대전에서는 최초로 개최되는 정부간 국제기구 주최 각료회의로서 1년여의 유치 노력 끝에 이루어낸 성과이다. 국제회의는 주최기관, 주제, 분야, 행사의 유형 및 성격 등에 따라 여러 포맷으로 분류되며, 국가별(대륙별) 또는 ICCA, UIA 등 관련 기관에 따라셔도 분류 기준이 조금씩 다르다. 그러나 그 중 소위 ‘국제회의다운 국제회의’라 한다면 정부간 국제기구의 고위급 회의를 빼놓을 수 없다. 한국은 그동안 2000년 ‘ASEM 정상회의’ 2005년 ‘APEC 정상회의’ 2010년 ‘G20 정상회담’ 2011년 ‘핵안보정상회의’를 비롯한 국가 정상회담과 정부간 고위급 회의를 수없이 많이 주최하였으나, 대전에서는 아직까지 개최된 바가 없어 대전의 도시마케팅 전문기구인 대전마케팅공사 입장에서는 늘 아쉬움과 풀어야 할 과제로 남아 있었다.

‘2015 OECD 과학기술장관회의’를 유치 추진 중이라는 정보를 접하고 담당부처인 미래창조과학부에 처음 연락을 취했을 때, 담당자는 어디냐고 다시 물을 정도로 전혀 예상하지 못했던 도시인 대전의 연락에 적잖이 놀라는 반응이었다. 아마 검토 대상에서 제외하고 있었던 거 같다. 그러나 과학기술 도시인 대전의 컨셉과 행사의 성격이 부합하는 점, 대전의 컨벤션 시설과 인프라의 가격 경쟁력, 지방자치단체인 대전광역시의 적극적인 유치 및 개최지원 의지 등을 열심히 설명한 후 방문 면담을 청하자 흔쾌히 약속을 잡을 수 있었다.

미래창조과학부와와의 첫 면담은 꽤나 성공적이었다. 무엇보다 대전의 적극적인 유치 의지와 진정성을 긍정적으로 평가하는 듯 했다. 대전마케팅공사는 대전광역시와 협력하여 곧바로 개최지 심사에 필요한 모든 소개 자료를 준비하고 국·영문으로 정리하여 빠르게 전달하였다. 그러나 한국내의 분위기와는 다르게 프랑스 파리에 있는 OECD 본부에서는 장관회의 개최지로 대전을 선택하는 것을 우려하는 분위기였다. 공항에서의 각국 VIP 수송 및 숙박 그리고 행사장 등 하드웨어적인 인프라 뿐만 아니라 해외에서의 대전에 대한 인지도가 큰 관건이었다.

대전마케팅공사는 즉각 이를 설득하기 위한 논리 개발과 자료준비를 시작하였다. OECD 과학기술장관회의 개최에 최적화된 컨벤션 시설과 VIP 참가자 의견·수송에 필요한 세심한 개최 지원 서비스를 강조하며 OECD

본부와 미래창조과학부를 꾸준히 설득하였다. 또한 ‘2009 국제우주대회(IAC)’ ‘2010 IAEA 핵융합에너지컨퍼런스(FEC)’ ‘2015 세계컴퓨터총회(WCC)’ ‘2015 국제우주운영총회(SPACEOPS)’ ‘2016 세계지능시스템로봇총회(IROS)’ ‘2016 국제항공공학협회 총회(ICAS)’ 등 과학 관련 대형 국제행사를 성공적으로 개최·유치한 풍부한 경험과 자신감을 적극적으로 피력하였다. 아울러 대전의 과학 인프라를 활용한 테크니컬 투어, 비즈니스 미팅 등도 함께 소개하였다. 그리고 각료회의 개최지로서 손색없는 곳을 직접 확인시키기 위하여 끈질기게 대전으로의 사전 답사를 요청한 끝에 답사단의 대전 방문을 이끌어 낼 수 있었다.

답사단의 바쁜 일정으로 짧은 시간에 많은 것을 보여 주기는 사실상 힘든 실정이라 의사결정에 꼭 필요한 대전컨벤션센터(DCC)의 시설과 신규 개관한 주변 호텔 등을 중점적으로 답사하였다. 답사단은 회의장, 호텔 같은 시설 인프라에 상당히 만족하였을 뿐 아니라 특히 유치하고자 하는 대전의 열의에 고마움을 표시하기까지 하였다. 마침내 2014년 4월, 미래창조과학부로부터 한 장의 공문이 날아왔다. ‘2015 OECD 과학기술장관회의’ 대전 개최 확정.

대전은 OECD 과학기술장관회의 유치와 성공적인 개최를 바탕으로 복합적인 MICE 인프라를 확충해야 하는 타당성 등을 확보하였으며 또 인프라 확충을 통해 대형 MICE행사를 유치함으로써 세계적인 컨벤션도시로 한 단계 발돋움 하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

다소 부족하지만 대전에서 ‘OECD 과학기술장관회의’ 및 ‘세계과학정상회의’를 유치할 수 있었던 배경에는 무엇보다 발빠르게 수집한 개최정보, 대전에서 개최되어야 하는 설득 논리 개발, 지방자치단체와의 긴밀한 정보공유를 통한 즉각적인 상황대처, 그리고 무엇보다 대전으로 유치하고자 하는 열의를 주최자에게 인식시킨 것이 유치 성공의 열쇠가 아닌가 한다.

대전마케팅공사가 ‘OECD 과학기술장관회의’ 및 ‘세계과학정상회의’ 개최를 통해 세종시에 새로 등지를 뜬 정부부처와 공공기관에서 주최하는 수많은 국제회의의 대전 유입에 긍정적인 신호탄이 될 수 있도록 최선을 다해 지원할 예정이다. ✧

박수현 · 대전마케팅공사 MICE사업처 컨벤션유치팀 과장

2014년 마이스산업 성과와 질적 성장을 위한 과제

이창현 경영학박사
한국컨벤션전시산업연구원
(ICEM) 부원장



2014년 국내 MICE산업의 대표적인 특징 혹은 성과

2014년의 대한민국 MICE산업의 가장 두드러진 특징이자 성과 중 하나는 지방도시가 올해 국내에서 개최된 최대 규모의 국제행사와 컨벤션 개최를 독점하면서 그 어느 해보다 지방도시의 국제행사 및 컨벤션 개최 역량을 대외적으로 과시했다는 데 있다. 앞으로 지방도시의 초대형 국제행사 개최 양상은 더욱 두드러질 것으로 보인다.

그간 국내에서 개최된 초대형 국제행사는 거의 대부분 서울을 중심으로 개최되어 왔다. 가장 최근 개최된 초대형 국제행사인 2010년 G20정상회의와 2012년 핵안보정상회의는 모두 서울에서 개최되었다. 반면, 올해 국내에서 개최된 가장 큰 국제행사라 할 수 있는 제12차 생물다양성협약 국제총회는 9월 29일부터 10월 17일까지 3주 동안 강원도 평창에서 개최되었다. 당사국 대표, 각계 전문가, 시민단체, 산업계 등 164개국에서 회의 및 부대행사 등에 약 2만 5,000여명(외국인 7,000여명)이 참가한 이번 행사는 ‘평창로드맵’과 ‘강원 선언문’을 채택하고 폐막했다. 평창은 최근 국제회의 도시로 지정되면서 향후 국제회의 도시로 발전할 가능성이 더욱 높아졌다. 특히 동계올림픽 준비과정에서 인프라가 새롭게 구축되고, 교통망이 정비되면 평창은 보다 경쟁력 있는 국제회의 도시로 많은 국제회의를 성공적으로 유치할 수 있을 것으로 보인다.

올해 개최된 또 하나의 초대형 국제행사인 2014 ITU 전권회의는 10월 20일부터 11월 7일까지 3주간 부산 벡스코에서 개최되었다. 이번 ITU 전권회의에는 중국, 러시아, 호주, 일본 ICT 장관 등 170여개 국가에서 3,000여명이 참석하여 역대 최대 규모로 개최되었다. 본회의, 분과회의, 현장에서 결정된 특별작업반회의 등을 포함하여 총 800여회의 회의가 열렸다. 특히 이번 회의에서는 ICT 전시회와 컨퍼런스, 다양한 문화행사 등의 특별행사를 함께 개최하여 우리 ICT 기업과 제품의 해외진출 증대, 국가 이미지 제고, 개최도시 부산 홍보 등의 효과를 함께 거둔 것으로 평가받고 있다. 부산은 연이어 12월 11일부터 12월 12일까지 현 정부가 국내에서 처음 개최한 2014 한-아세안 특별정상회의마저 성공적으로 개최함으로써, 명실공히 세계적인 국제회의 도시로서의 위치를 공고히 하고 있다.

한편, 2015년 최대 규모의 국제행사라 할 수 있는 제7차 세계물포럼은 2015년 4월 12일부터 17일까지 6일간 대구와 경주에서 개최될 예정이다. 1997년 제1차 대회 이후 3년마다 세계 물의 날(3월 22일) 전후로 일주일간 개최되는 세계물포럼은 물 분야에 있어 국제적으로 가장 큰 행사로 주제별로 100여개 이상의 회의가 민관산학 공동으로 펼쳐지는 복합적인 형태의 대규모 국제회의이다. 주요 국제기구인 물론 전 세계 150개국 이상의 각료, 국회의원, 지자체장의 참여가 이루어지며, 참가인원만 20,000여명에 달하는 매머드급 초대형 국제행사가 대구와 경주에서 개최된다는 것은 우리나라가 지방도시의 국제행사 개최역량이 점차 높아지고 있다는 것을 시사한다.

2014년은 국내에서 개최된 초대형 국제행사 개최를 지방도시가 독점함으로써 그 어느 해보다 지방도시의 국제행사 개최역량이 대외적으로 과시된 해라

할 수 있다. 이러한 양상은 2015년엔 대구와 경주가 이어받게 되는데 지방도시의 국제회의 개최역량이 강화되면서 이제 국제회의는 더 이상 서울이 아닌 지방도시를 중심으로 개최될 가능성이 높은 것으로 전망된다. 특히 공공기관이 지방도시로 이전하면서 새로운 국제행사 수요가 지방의 혁신도시를 중심으로 창출될 것으로 보인다.

국내 MICE산업의 국제경쟁력은 세계 몇 위?

MICE산업이 질적인 측면에서 어느 정도의 국제경쟁력이 있느냐 하는 것은 MICE를 통해 부가가치를 창출할 수 있는 역량과 관계가 있다. 단순히 회의나 전시회 개최를 많이 하는 것으로는 충분하지 않고, 그러한 행사 개최로 인해 지역경제, 국가경제, 고용창출에 얼마나 높은 경제적 부가가치를 창출하느냐가 중요한 것이다. 이를 위해서는 부가가치 창출이라는 관점에서 MICE산업의 경쟁력 요소를 살펴볼 필요가 있다.

최근 우리나라의 국제회의 개최건수가 증가하면서 2013년 국제협회연합(UIA) 기준으로 635건의 국제회의를 개최하여 세계 3위를 기록하였고, 국제컨벤션협회(ICC) 기준으로는 260건을 개최하여 세계 12위를 차지하였다. 하지만 우리나라 MICE산업의 (질적) 경쟁력이 세계 3위 혹은 세계 12위라고 보기는 어렵다. 이러한 순위는 특정 기준에 따른 국제회의 개최건수에 대한 정보일 뿐, 얼마나 많은 회의참가자가 우리나라를 방문하였고, 얼마나 많은 소비지출이 이루어졌는지, 회의 개최를 계기로 우리나라의 브랜드가 얼마나 세계적으로 알려졌는지, 사회문화적 혹은 정치·외교적 파급효과와 같은 부가가치를 얼마나 창출하였는지에 대해서는 어떠한 정보도 제공하고 있지 않기 때문이다.

MICE산업의 경쟁력을 간접적으로 추정해볼 수 있는 지표들을 살펴보면 우리나라의 실질적인 MICE산업 경쟁력은 세계 20위권 수준으로 추정된다. 국가별 MICE산업 경쟁력을 직접 분석한 자료는 없지만, 몇몇 관련성있는 지표가 발표되었는데 이를 통해 우리나라 MICE산업의 경쟁력을 추정할 수 있다. 우선, MICE 산업 인프라 관련 지표로 전시컨벤션센터 현황을 살펴볼 수 있다. 세계전시산업협회(UFI)는 2012년 국가별 전시컨벤션센터 인프라 현황에 대한 보고서를 발표하였는데, 우리나라의 전시장 면적은 약 28만 평방미터로 세계 18위에 랭크되었다. 미국이 671만 평방미터로 1위, 중국이 476만 평방미터로 2위였고, 다음으로 독일(338만 평방미터), 이탈리아(228만 평방미터), 프랑스(209만 평방미터) 순이었다. 이들 국가는 우리나라보다 적게는 7배에서 많게는 24배나 넓은 전시면적을 보유하고 있는데, 이는 이들 국가의 인프라 투자규모가 크고 대규모 국제전시회 개최여건이 우리나라보다 훨씬 좋다는 것을 시사한다.

다음으로, 세계지식포럼이 발표한 2013 관광경쟁력보고서의 주요 지표를 통해 MICE산업의 국가별 경쟁력을 살펴볼 수 있다. 이 보고서에 따르면 우리나라의 관광인프라 경쟁력은 세계 51위 수준이며, 환경적 지속가능성(69위),

자연자원(89위), 가격경쟁력(91위) 등에서 매우 낮은 평가를 받았다. 특히 관광 인프라와 환경적 지속가능성 부문은 관광연계를 통한 MICE산업의 부가가치 창출 및 지속성장과 연관성이 매우 높은 지표인데 이 부문에서 우리나라의 경쟁력이 매우 낮은 것으로 나타났다. 교통접근성 평가에서는 항공운송 경쟁력이 세계 31위, 지상수송은 16위로 평가받았다. 접근성은 국제회의 유치 및 원활한 개최에 중요한 요소로 우리나라는 항공운송에 비해 지상교통의 경쟁력이 상대적으로 더 높다고 볼 수 있다.

우리나라의 인적자원 경쟁력은 세계 31위로 평가받았고, 문화자원의 경쟁력은 이보다 높은 세계 10위, 그리고 정보통신기술(ICT) 인프라 경쟁력은 세계 1위로 평가받았다. 참고로 이 보고서에서 우리나라의 종합적인 관광경쟁력은 세계 25위로 평가되고 있다.

앞서 언급한 자료를 통해 우리나라 MICE산업의 글로벌 경쟁력을 평가하자면 관광인프라, 환경적 지속가능성, 자연자원 및 가격경쟁력은 하위권, 시설 인프라와 접근성(항공운송 및 지상교통), 인적자원 경쟁력은 중상위권, 문화자원과 정보통신기술 인프라 경쟁력은 최상위권에 속한다고 볼 수 있다. 이는 기존의 전통적인 문화자원과 더불어 한류와 같은 최신의 문화자원을 MICE산업과 연계함으로써 부가가치창출을 높이고 상호간 시너지 효과를 창출할 수 있는 기회가 많다는 것을 시사한다. 또한, 최신의 정보통신기술을 MICE행사 운영에 접목함으로써 최근 부상하고 있는 하이브리드 회의(온라인과 오프라인 행사가 결합되어 운영되는 새로운 유형의 회의)의 결합된 형태를 선도하거나 회의운영의 효율성을 높이고, 정보와 지식 창출 및 전달의 효과성을 높여 회의운영 효과를 극대화시키는 형태로 회의운영의 부가가치를 높일 수 있을 것으로 보인다.

국내 MICE산업의 질적성장을 위한 과제

MICE산업의 질적성장은 결국 부가가치를 얼마나 높일 수 있느냐와 관계가 있다. 아무리 많은 컨벤션행사와 전시회를 유치하고 개최한다 하더라도 이들 행사의 부가가치와 관련 서비스를 제공하는 업체의 부가가치를 높이지 못한다면 자칫 MICE산업은 빛 좋은 개살구로 전락할 수 있다.

우리나라 MICE산업의 질적성장을 위해서는 우선 전시컨벤션 인프라의 집적화 혹은 복합화를 통해 인프라의 경쟁력과 부가가치창출 역량을 높이는 것이 필요하다. 아무리 크고 좋은 국제행사를 유치하더라도 컨벤션센터 외에 숙박, 식음료, 쇼핑, 오락 등의 연계시설이 충분하지 못하다면 결국 행사를 유치하는 데에도 불필요한 예산과 에너지가 소모되고, 그렇게 행사를 유치해서 개최하더라도 높은 부가가치창출, 즉 회의참가자의 체류기간이나 소비지출을 늘리기는 어렵다. 오히려 유치비용만 많이 쓰고 실질적인 경제효과는 별로 없는 속 빈 강정이 될 가능성이 높은 것이다. 최근 많이 알려진 싱가포르의 물론, 런던, 시드니, 뉴욕, 브뤼셀 등 유수의 세계적인 컨벤션도시들이 이미 컨벤션센터 주변을 숙박, 식음료, 쇼핑, 오락 기능을 연계하여 복합화 하였다.

다음으로, 서비스를 제공하는 국제회의기획업체(PCO), 전시기획업체(PEO)와 관련 서비스업체의 경쟁력과 부가가치를 높이는 것이 필요하다. 우리나라의 조선산업, 전자산업, 정보통신산업의 글로벌 경쟁력이 높은 것은 결국, 관련 기업의 경쟁력과 부가가치창출 역량이 높기 때문이다. 국제회의기획업체의 경우, 규모나 숫자면에서 과거보다 성장하긴 했으나 여전히 업체의 수익성이 낮은 편이고, 직원들에게 요구되는 업무수준이나 역량은 높은 반면, 제공되는 급여, 복지, 근무시간과 같은 근로환경은 아직 열악하여 이직률이 높고, 점점 우수인력을 유치하기가 어려운 환경이 되고 있다. 서비스업체 역시 마찬가지이다. 이들 업체의 경쟁력을 높이기 위해서는 업체의 수익성이 개선되어 근로환경 개선과 직원에 대한 투자로 이어지고, 이를 통해 직원의 만족도 제고 및 우수인력 유치라는 선순환 구조가 만들어져야 한다. UIA기준 세계 3위라고 이야기하지만 세계 30위권에 근접한 회이나 전시기획업체가 단 하나도 없는 것이 우리의 현실이다. 세계 최대의 전시회사인 리드(Reed)의 연 매출규모는 우리나라 돈으로 1조원이 넘는 반면, 우리나라에서는 매출 1,000억원이 넘는 MICE기업이 단 한군데도 없는 것이 현실이다. MICE 관련 업체의 경쟁력과 부가가치를 높이는 문제는 산업구조와 관련된 문제이기 때문에, 정부와 업계가 공동으로 대응할 필요가 있다.

마지막으로, 국제회의전담조직이자 도시마케팅기구인 지역컨벤션뷰로의 조직과 기능이 확대되어야 한다. 현재 국제회의의 수요창출을 주로 정부와 지자체, 그리고 지역컨벤션뷰로가 중심이 되어 진행하고 있고 유치한 행사의 원활한 개최를 위한 지원과 서비스, 관광과의 연계 등을 통한 부가가치창출 기능 역시 컨벤션뷰로가 담당한다. 그러나 현재 국내에서 운영되고 있는 지역컨벤션뷰로는 주로 국제회의의 유치와 홍보 등의 기능에만 치우쳐있고 컨벤션 서비스, 관광연계 및 세일즈, 방문객지원서비스, 인적자원관리 등의 기능은 미약한 편이다. 이는 그간 우리나라가 MICE산업 성장을 위해 주로 회의유치에 중점을 두었기 때문인데, 이제는 단순한 회의 유치를 넘어 회의 개최의 부가가치를 높이는 쪽으로 방향전환을 해야 한다. 이를 위해서는 무엇보다 지역컨벤션뷰로의 조직과 기능을 확대하여 관련 서비스를 제공할 수 있도록 해야 한다. 컨벤션뷰로는 새로운 컨벤션 수요창출과 서비스 지원이라는 공공서비스를 제공하고 있기 때문에 주로 정부와 지자체의 재원으로 운영되는데, 현재 국내 컨벤션뷰로의 조직, 인력, 예산은 해외컨벤션뷰로와 비교하면 너무 열악한 상황이다. 이를 위해서는 지역컨벤션뷰로에 투입되는 인력과 예산을 지금보다 대폭 확대해야 한다.

우리는 이제 국제회의 순위만 자랑할 게 아니라, 세계적인 MICE선진국과 비교하여 무엇을 얼마나 투자하고 있고, 실질적으로 어떠한 성과를 내고 있는지 파악할 필요가 있다. 열악한 환경에서 고군분투하는 것이 더 이상의 미덕은 아닐 것이다. 국제회의 개최순위가 세계 3위라면 관련 마케팅과 서비스를 담당하는 컨벤션뷰로나 관련 업체의 수준도 그에 걸맞도록 적절한 투자와 경쟁력 확보가 필요하지 않을까? ★

오랜 전통과 새로운 도전이 공존하는 행사

올해 SITE (Society for Incentive Travel Excellence)의 Gloval Conference는 네덜란드의 조용하고 아름다운 도시 로테르담에서 개최되었다. SITE는 1973년에 설립되어 90개국 2000여명의 회원으로 구성되어 있으며 전세계 28개 지사들이 로컬 정보들을 생생하게 교류 제공하고 있다.

전통있는 연례 학회인 만큼 각 Chapter별로 정감있고 오래된 친구를 만난듯한 회원들의 편안하고 열정적인 토론이 인상적이었다.

Incentive Travel을 기획하고 운영하기 위해서 다양한 분야에 능통해야 하는 만큼, 서비스 디자인 기자재 및 실무에 유용한 최신 트렌드 아이템 등 광범위하고 다양한 분과세션이 구성되어 있었다. 또한 우리에게 아직까지 생소한 테크놀로지 기획이나 Sustainability

tour에 대해 맞볼 수 있는 기회였다.

고품스런 호텔에서의 웅장하고 아름다운 런천이 감동적이었으며 특히 올해의 Incentive Travel상 수상식을 보며 우리나라에도 이런 시상식을 벤치마킹 한다면 마이스 분야의 더 많은 붐업과 발전이 있겠단 생각이 들었다.

3일차 런천에서는 차기 대회 개최지인 인도의 홍보 프로그램이 진행되었는데, 인도의 전통음식과 환상적인 공연이 참가자들의 흥미를 이끌어 냈다. 또한 이탈리아 회원국의 와인 찬조와 인도식 테이블 세팅으로 조화롭고 세련된 분위기를 연출해 냈으며 그들의 섬세한 디테일에도 한번 감동을 받았다.

매일 저녁에 개최한 연회프로그램은 모두 스탠딩으로 캐주얼한 분위기에서 네트워킹 중심으로 이루어졌고, 굿은 날씨와 추위만 빼면 도시는 활기찼고, 주최자와 참가자 모두가 함께 즐기며, 삼삼오오 모여 올해의 site 프로그램에 대한 평가를 나누기도 하였다.

한국에서도 SITE관련 교육 및 네트워킹 프로그램이 활성화되길 기대해 보며 차기 SITE Global Conference를 공약 해야겠다는 목표를 준 훌륭한 컨퍼런스였다. ✨

이서하 · 아이컨벤션 대표이사



로테르담에서 인센티브투어 변화를 체감하다

유럽 최대의 항구도시이자 세련된 건축미를 갖춘 빌딩이 유명한 네덜란드 로테르담에서 2014 SITE Global Conference가 개최되었다.

로테르담은 네덜란드 제2의 도시로서 11월 14일부터 16일까지 3일간 회의가 개최되었던 Mainport 호텔 뿐만 아니라 도보 거리에 WTC(World Trade Congress Center), 둘란국제센터 등 전문국제회의시설과 고품적인 교회와 유기적으로 운영되어 국제회의를 세련되게 진행하였다. 또한 유럽 최대의 항구 도시로서의 매력과 세련된 건축미의 빌딩을 관광 상품으로 활성화시켰고 1시간 거리 이내의 헤이그(네덜란드 행정수도로 왕립미술관 투어) 또는 킨더라이크(풍차도시)등의 투어를 선택 관람할 수 있도록 하여, 참가자들이 네덜란드에 대한 매력을 즐길 수 있도록 한 점이 인상적이었다. 또한 인센티브

투어의 최신트렌드 및 업계 동향에 대한 세미나, 다양한 교육 세션, 참가자들의 네트워킹 등이 진행되었고 전 세계 300여명의 회원 및 지역 Chapter가 참석하였다. 다양한 교육 세션 중 MICE산업과 모바일에 대한 강연이 인상적이었다. 모바일과 사물인터넷을 통해 정보 전달과 마케팅활동을 하는 향후 패러다임 변화에 주목하라는 내용이었다. 매일 저녁에 개최되는 네트워킹 프로그램은 해변가, 선상 등 새로운 장소에서 스탠딩의 캐주얼한 분위기에서 진행되었는데, 전 세계 참가자들과 자유로운 분위기에서 소통할 수 있는 좋은 기회였다.

주로 SITE 회원은 미주와 유럽의 인바운드 여행사와 CVB 위주라서 실질적인 유치를 위한 바이어를 만나기는 어려운 부분이 있었다. 또한 중국, 인도, 태국, 일본은 방문한 경험이 있으나 한국관광에 대한 경험이 없는 참가자들이 대다수였다. 그러나 인센티브 투어 최신 트렌드가 미주와 유럽에서 벗어나 2015 SITE Conference 개최지로 인도가 확정되고, 아프리카의 봉사 활동 투어가 각광 받는 사실을 미뤄 볼 때, 새로운 메뉴 및 문화로서 한국에 대한 마케팅을 지속적으로 활발히 한다면 MICE의 한 축을 담당하는 인센티브 투어 역시 활성화 될 것을 기대해본다. ★ 김준성 · 인천도시공사 MICE사업처 대리



“검증된 솔루션 저렴한 가격에 공급, MICE산업 기여 자부심”

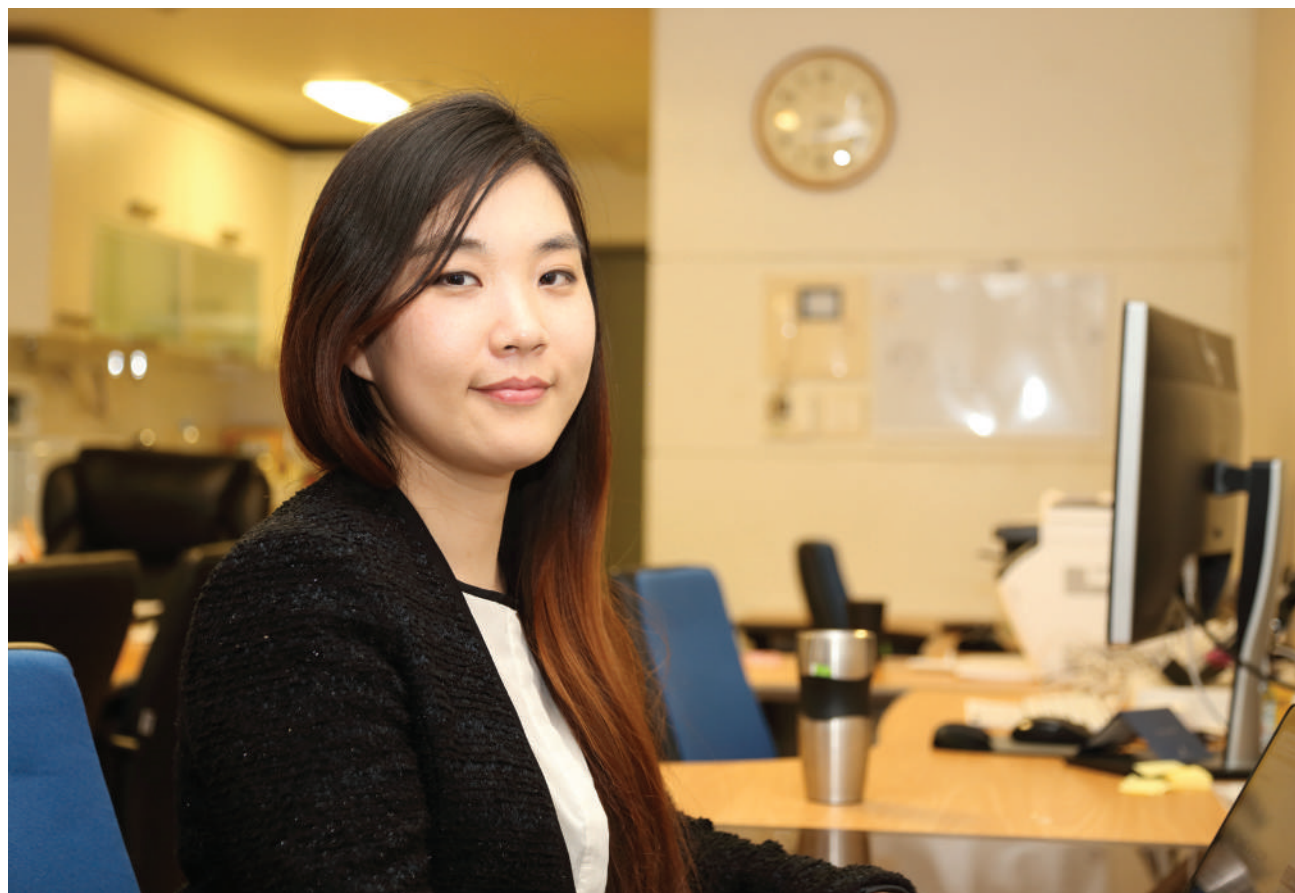
“초보자가 봐도 좋은 제품이라면 전문가들은 더 쉽게 알 수 있지 않겠어요?”

MICE행사 어플리케이션 가이드북이 2013년 국내 서비스를 시작한 2년째인 올해 ‘세계수학자대회’ 등 30여 개 행사에서 사용되며 성공적인 성과를 거둔 이유에 대해 조아라 가이드북 지사장은 이렇게 대답했다.

“전시회나 컨퍼런스에 참가해서 자료를 받아와도 행사가 끝난 후 보관이 어려운 경우가 많아 정작 자료가 필요할 때 찾지 못해 불편했다”는 조 지사장은 가이드북 앱을 사용해보고 그 편리함에 놀라게 됐다. 전문가들인 현직 종사자들이 앱의 가치를 금방 알 수 있을 것으로 판단한 그는 다양한 산업군에 여러 형태로 진행되는

MICE시장의 규모는 충분하고 ‘이건 꼭 필요한 앱이다’라는 생각이 들어 한국지사를 만들 수 있었다고 설명했다.

스마트폰이 일반화되면서 행사 참석자들은 언제 어디서 자신이 원하는 정보를 모바일로 찾을 수 있기를 원하고 있다. 연사 소개나 논문 초록, 참가업체 리스트 등의 텍스트 정보뿐만 아니라 행사장 지도·홍보 영상 등 멀티미디어를 보거나 사진을 찍고 행사 관련 SNS에 접속하는 것 등이 모바일을 통해 이뤄지기를 희망한다는 것이다. 조 지사장은 “전용 모바일 앱 제작에는 금액·시간 부담이 크기 때문에 소규모 기업이나 단체가 만들기는 쉽지 않다”며 “이런 분들에게 저렴한 가격으로 솔루션을 제공하는 역할을 가이드북이 맡고 있다”고 설명했다.



조 아 라 가 이 드 북 지 사 장

“행사 기간이 짧은 MICE 행사 특성상 중간에 오류가 발생하면 끝입니다. 하지만 새로 만든 앱에서 오류가 없으려면 충분한 검증기간이 필요하고 제작 비용이 높아지게 됩니다.”

조 지사장은 가이드북이 이미 검증된 솔루션을 행사별 커스터마이징을 통해 저렴한 비용으로 사용할 수 있게 함으로써 MICE산업 전반의 퀄리티를 높이는데 일조하고 있다는 점을 뿌듯해했다. 그는 “한국이 국제회의 유치에 노력하면서 글로벌 스탠다드에 맞는 서비스를 제공해야하는데 저희가 그 역할 중 일부를 담당한다는 점에서 자부심을 느끼고 있다”고 말했다.

“국내에서 가이드북 앱을 처음 사용한 것은 매년 열리는 스타트업 컨퍼런스 전시회인 ‘비론치 2013’였습니다. 행사 성격상 모바일 서비스 기획·개발자가 참석하는 경우가 많아 사전 경험 없이도 서비스 이용에 제약이 적어 앱의 장점을 쉽게 인식할 수 있을 것이라고 생각했습니다.”

이후 2013년 성균관대학교에서 열렸던 디자인·공학 관련 학술대회인 ICED운영 측에서 서비스를 요청해왔다. 해외 학회 참석 경험이 많았던 교수님들이 행사용 앱을 운영하고 싶었지만 개발 비용·시간 부담이 너무 커서 고민 중이었는데, 가이드북 앱을 앞서 비론치 행사에서 사용했던 것을 알고 연락이 왔던 것. 그후 2014년부터 본격적으로 사용됐는데 벌써 30여개의 행사에서 사용됐다.

“국제학술대회로는 앞서 소개한 세계수학자대회 외에도 세계내과학회학술대회, 세계과학수사학술대전 등이 있습니다. 세계수학자대회에서는 행사기간동안 참석자 1인당 1일 15회 정도 사용했으며 사용 후기에서도 긍정적인 반응을 보였습니다. 이밖에도 전시회(국제포장기자재전)을 비롯해 비즈니스 포럼(세계지식포럼), 기업행사(삼성 SDS 사내 컨퍼런스) 등에서도 많이 사용됐습니다.”

가이드북은 국내에서는 우선 PCO쪽 분들에게 제품을 알리는데 주력하고 PEO 등 다른 영역으로도 확장하고 있다. 소규모 행사에서는 무료로 사용이 가능하나 기

존에는 운영프로그램이 영문이라 사용하기 어려울 수 있지만 올해 상반기에는 운영 프로그램도 한글화 될 예정이다.

다른 앱과는 다른 가이드북의 장점을 묻는 질문에 조 지사장은 “다양한 유형의 정보를 모바일에서 제공하는 동시에 실시간 질의응답·실시간 투표 등 상호 작용이 가능하고 행사 정보를 실시간으로 수정할 수 있으며 각종 검색이 쉽다는 점”을 들었다. 가능하면 인터넷이 없는 곳에서도 사용 가능하도록 1회 다운로드를 받아서 오프라인 상태에서도 볼 수 있다는 것도 장점으로 꼽았다.

“또한 앱을 통해 행사 관련 콘텐츠 운영이 손쉬워지고 경비도 절감할 수 있습니다. 기존에는 행사 디렉토리 제작·검수를 위한 인건비, 인쇄·발송비용이 대표적인 경우죠. 선도적 이미지를 구축할 수 있고 참석자들을 대상으로 빅데이터 수집이 용이하다는 점도 강점입니다. 특정 페이지 노출 빈도 체크가 가능해서 어떤 콘텐츠가 참석자들의 관심 대상인지 확인할 수 있는데 모두 종이 책으로는 불가능했던 기능입니다.”

현지 서비스를 담당하는 경우가 많은 지사 특성상 신규 기술개발보다는 서비스 프로바이더로 그치는 것이 아니냐는 질문에 대해 조 지사장은 “미국에서 가이드북이 처음 개발됐지만 한국은 스마트폰 보급률이 높고 앱 사용 빈도도 높기 때문에 테스트마켓으로서는 충분한 잠재력이 있어 비영어권 지역으로는 한국 지사가 최초로 설립됐다”며 “다양한 경쟁상대가 늘어나면 사용자들에게도 유익하리라고 생각하기 때문에 긍정적으로 생각하고 있다”고 말했다.

올해 2월 전 세계 가이드북 직원들이 실리콘밸리에 모이는 행사가 예정돼 있다. 조 지사장은 “가이드북 최초의 비영어권 해외지사인 동시에 한국의 급격한 성장세와 이용자 의견 피드백 등으로 가이드북 본사에서 큰 기대를 가지고 있다”고 말하고 “한국의 MICE산업에 대해 전 세계 직원들에게 널리 알리도록 하겠다”며 환한 웃음을 보였다. ★

글·사진 박태진

지역 간 컨소시엄 통해 MICE 시너지 극대화

“아직 수도권을 제외한 지역은 컨벤션 시장이 넓지 않습니다. 설상가상으로 PCO를 이용하지 않고 자체 홍보 인력으로 행사를 치러내는 경우도 늘고 있습니다. 지역은 지역만의 네트워크를 강화한 컨소시엄을 진지하게 고민해야 합니다.”

지역 MICE시장의 열악함을 지적한 한상돌 텍스코 대표는 수도권 외 도시의 MICE시장이 확장되려면 지역 내 업체 간 얼라이언스가 강화돼야 한다고 강조했다.

한 대표에 의하면 텍스코가 치러낸 행사 가운데 40%만이 대구 내 행사며 나머지 60%는 그 외 지역에서 개최되는 행사다. 지역 MICE시장이 열악하다보니 지역 내 행사만으론 어려움이 많다는 것. 게다가 상대적으로 행사 기회와 대형 행사를 치러낸 경험이 많은 수도권 업체들이 지역 행사도 주관하는 경우가 빈번해 지역업체들의 영세함이 더욱 깊어지고 있는 실정이다.

“MICE는 지역경제 파급효과가 막대하다고 평가받고 있는데 객관적 행사 개최 건수가 많지 않다면 무의미한 일이지. 거기다 지역에서 개최되는 행사도 지역 업체들이 소화할 기회조차 갖지 못한다면 지역 MICE업계의



한 상 돌 텍 스 코 대 표

발전은 물론 일자리 창출의 미래도 밝지 않습니다.”

그가 주장한 해결방안은 수도권 업체와 지역 업체 간의 컨소시엄을 구성하는 것. 수도권 업체는 쌓아온 경력을 통해 행사를 유치하기 수월하고 지역업체들은 MICE 행사에 필요한 서비스, 장치, 숙박 여부를 빠르게 파악할 수 있어 융합을 통한 시너지가 상당할 것이라는 분석이다.

그는 또 “지역 간 컨소시엄은 지역업체들로 하여금 행사 경력을 쌓을 수 있도록 하면서 과열된 경쟁을 완화할 수 있다”며 “지역 MICE인력 양성과 경제파급효과 극대화도 노릴 수 있다”고 강조했다.

컨소시엄의 한 예로 제시된 사례는 오는 4월 개최될 세계물포럼이다. 수도권 업체와 지역 PCO간의 컨소시엄을 구성, 지역 업체도 국가적 규모의 행사에 참여할 수 있도록 한 것. 한 대표는 이를 통해 “특히 지역은 수송, 숙박, 관광 서비스에 강점을 보이고 있기 때문에 이번 세계물포럼의 컨소시엄은 큰 의미를 가질 것”이라며 “세계물포럼을 계기로 서로의 강점을 토대로 상생하는 구조가 자리 잡길 바란다”고 말했다.

지역 MICE업체 발전을 위해 한 대표는 인력체계의

매뉴얼도 조속히 수립돼야 한다고 주장했다. 지역에서 PCO업무를 수행해 온 인력들이 일정 경력을 쌓은 후 더 나은 환경을 쫓아 수도권으로 빠져나간다는 것. 이같은 현상은 결국 지역 MICE시장 규모와 맞닿아 있다. 행사가 부족한 지역업체들은 인력구조 면에서 약점을 가질 수밖에 없다는 지적이다.

한 대표는 “지역 간 컨소시엄 활성화와 PCO 전문성 인식 증대로 지역 PCO들이 보다 많은 경험을 할 수 있도록 하는 인력 선순환 구조가 촉구된다”며 “지역 PCO인력도 직장인으로서 꿈꾸는 인간다운 삶을 응당 영위할 수 있는 시대를 기대한다”고 말했다.

텍스코는 창조적 컨벤션을 목표로 달리고 있다. 대형업의 한계를 타파하기 위한 전략이다. 텍스코는 최근 로봇포럼을 새로이 개발, 주최기관으로서 첫 선을 보인 바 있다.

한 대표는 “앞으로 PCO업무는 대형뿐만 아니라 컨벤션 개발로도 확장돼야 할 것”이라며 “물론 첫 도약엔 많은 투자가 필요하겠지만 자체적 컨벤션은 업체에게 부동의 자산이 될 것”이라고 강조했다. ★

글·사진 강수정



“인도네시아 암웨이 행사를 진행할 당시 삼백분이 오셨어요. 체감온도 영하 18도의 날씨여서 굉장히 추웠지만 10리터짜리 주전자 3개를 두고 제가 직접 커피 300잔을 한분 한분 타드렸어요. 평범한 직원인줄 알았다가 대표가 직접 타준다는 사실에 대해 말단직원분들부터 사장까지 굉장히 감동하시더라구요”

제인투어&DMC는 따뜻한 서비스를 최우선시 하고 있다. 직원을 뽑을 때도 무엇보다도 사람의 됴됨이와 마음을 본다는 것이 한정규 제인투어 대표이사의 설명이다.

“마음과 정성으로 승부, 한국만의 독특한 문화로 관광시장 선도할 것”

“초창기에 직원은 2명이었습니다. 제가 직접 다년간 해외에서 발로 뛰며 수많은 거래처들을 만나고 다녔습니다. 그 덕분에 지금은 25명의 직원들과 함께 뉴스킨, 씨티은행, 여수엑스포 등 큰 행사를 성공적으로 마칠 수 있었습니다.”

한정규 대표이사의 MICE업계 입문은 사실 좀 늦은 편이다.

“오십이 넘어 남들은 은퇴하는 시점에 이쪽 업계에 처음 발을 디게 되어 하루하루 시간이 정말 간절하고 소중했습니다. 인바운드 업체들이 한 나라를 새롭게 개척하는데 보통 3~5년의 시간이 걸립니다. 게다가 업체들 간의 경쟁도 치열합니다. 한 행사를 가져오기 위해서 55개 이상의 업체와 경쟁해야 하죠. 거기서 살아남아야만 행사를 유치할 수 있습니다. 그런 상황에서 시간이 너무 아깝기 때문에 차별점을 두기 위해 노력했어요.”

그렇다면 다른 회사와 다른 제인투어만의 차별점은 무엇일까. 어떤 상황에서도 일 본연의 모습으로 승부한다



제인투어 & DMC 한정규 대표이사

는 것이 한 대표의 설명.

“한 번에 많은 고객을 욕심내서 유치하기 보다 고객 한분 한분 마음을 열기 위해 오랜 기간을 잡고 다가가기 위해 노력해요. 11월초 김장축제 때 직접 350포기를 담궈 거래처들에게 직접 전달해주곤 했어요. 저는 따로 밥 접대나 술 접대를 절대 하지 않습니다. 일로써 승부하되, 대신 조금이라도 한국의 고유의 맛과 멋을 접하면 좋을 것 같아 그렇게 하죠.”

한 대표는 경험의 중요성도 강조했다. “제가 직원들에게 늘 중점을 두어 교육시키는 부분은 경험을 최대한 많이 하기를 원해요. 그렇기 때문에 술이나 밥값을 제공하기 보다는 차라리 경험을 해보라며 출장비용을 지원하기도 해요.”

제인투어는 가이드를 교육하는 방식도 독특하다. 한 대표는 21년 동안의 가이드 경력이 있다. 그렇기 때문에 고객의 마음을 누구보다도 더 잘 이해한다는 자부심을 가지고 있다. 남이섬도 단순히 겨울연가 촬영장소가 아니라 남이장군에 대해 스토리텔링을 입혀 설명해주게 한다. 그래야 관광객들도 더 감동을 느끼기 때문이다.

한 대표는 덧붙여 MICE업계에 지금 가장 필요한 것은 독특한 프로그램이라는 점을 강조했다.

“MICE여행업 쪽에서 관광객들의 수요를 충족시키기 위해서는 한국에 꼭 오고 말겠다는 동기부여를 심어주는 것이 중요해요. 한국에서만 체험할 수 있는 특색 있는

프로그램들을 개발해야 하죠. 해녀가 직접 해삼 명게를 따와서 손질하는 모습, 막걸리를 만드는 과정, 갈라행사, 송어축제는 정말 한국에서만 할 수 있는 것들이죠.”

인바운드 여행 업체들이 처한 현실과 관련 “노력대비, 인원대비 마진이 너무 없다는 것이 지금의 상황”이라며 “사실 동남아쪽 MICE사업은 마진이 거의 남지 않는다고 보면 되는 상황이다보니 경제가 많이 좋아졌으면 좋겠다”고 말했다.

여성대표로서 많이 흔들렸던 점도 있었다. 한 대표는 인바운드 여행업체 여성들에게도 조언을 아끼지 않았다.

“제가 새로운 국가의 관광객 유치를 할 때에도 많은 견제가 있었습니다. 여성대표여서 어느 정도는 더 그런 견제가 많았던 것 같아요. 하지만 인바운드쪽은 특히 여성이 하는 것이 적합하다고 생각해요. 섬세하고 정확한 시각으로 진행되는 일이 많거든요. 많은 후배들이 이쪽 업계로 들어왔으면 좋겠어요”

정부에게 바라는 점에 대해 한 대표는 공연장 등 인프라 구축의 시급성을 강조했다.

“정부에서 제공해주는 인프라가 턱없이 부족해요. 특히 K-POP 전용극장을 국내에 빨리 지었으면 좋겠어요. 공연을 국내에서 진행하게 되면 주변 상권도 연달아서 큰 이익을 볼 수 있을 것이라고 생각합니다.” ✨

글·사진 한영선





“본연의 기능에 충실한 산업체계 필요하다”

“경영상의 굴곡을 3년 주기로 느껴요. 상승하는 시기가 있는가 하면 저조한 시점도 반드시 뒤따라오죠. 그러나 어려운 때일수록 기업에겐 가장 중요합니다. 잠시 움츠리게되는 반면 새로운 도약을 준비할 여유가 생기기 때문입니다. 지난 2014년은 누리커뮤니케이션에게 준비를 위한 시간이었습니다.”

2014년의 소회엔 으레 다사다난이라는 수식어가 붙었다. 지난해 업황에 대한 유영신 누리커뮤니케이션 대표의 의견도 마찬가지였다. 유 대표는 “MICE업계는 업무 특성상 일이 한꺼번에 몰리면 거의 휴가를 즐기지 못하게 된다”며 “다음 상승세를 기약하며 시간적 여유가 생긴 틈을 타 휴식도 취하고 새로운 사업 아이템을 구상하는 것이 누리커뮤니케이션의 경영전략”이라고 말했다.

이런 경영방침에 따라 지난해 누리커뮤니케이션은 ‘제주천연향장산업대전’을 처음 선보였다. 제주의 천연자원을 활용, 뷰티산업이 제주의 특화산업이라는 점을 앞세워 제주만의 전시산업에 뛰어든 것. 제주 특유의 아이템을 활용함과 동시에 중국인 관광객이라는 큰 시장을 겨냥한 전시회다. 뷰티산업을 위한 산업 교류의 자리가 될

유영신 누리커뮤니케이션 대표이사

은 물론 우리나라 화장품에 관심이 많은 중국인 관광객 에겐 좋은 관광콘텐츠가 될 수 있다는 유 대표의 분석이다.

유 대표는 “제주도엔 천연생물자원이 풍부하고 제주도가 뷰티산업을 중점을 두고 육성하고 있다보니 도내 화장품 제조업체만 70여개에 달한다”며 “첫 회임에도 불구하고 많은 기업과 참관객들의 많은 관심을 받아 좋은 성과를 기록할 수 있었다”고 말했다.

누리커뮤니케이션의 천연화장품박람회는 관광객 방문률이 가장 높은 9~10월경 개최된다. 중국인 관광객의 방문이 정점을 향한 시즌을 노린 전략이다. 또 일반적으로 사용되는 조립부스가 아닌 친환경 소재를 활용한 부스를 새로이 개발해 앞으로도 천연화장품 박람회에선 친환경 부스만을 이용할 계획이다. 유영신 대표는 “누리커뮤니케이션은 친환경 행사에 상당한 노하우를 가지고 있어 친환경 주제를 최대한 살린 행사기획이 가능하다”며 “주제에 충실한 행사만으로도 향후 상당한 마케팅효과를 불러온다”고 말했다.

누리커뮤니케이션 역시 일반적 PCO업무와 마찬가지로 대협업에 주력해왔다. 그러나 기업의 자산이 될 자체적 행사가 없다면 미래 MICE시장에서 살아남기 힘들다는 판단 아래 주최사업을 시작하게 됐다는 것. 유 대표는 “대협업은 파이가 한정돼 있어 업체 간의 치열한 경쟁이 불가피 하다”며 “그동안의 노하우를 발판 삼아 자체 행사를 기획·운영한다면 기업적 이익은 물론 업무 집중도까지 남달라진다”고 말했다.

유 대표에 의하면 해외에선 주기적으로 행사를 개최하는 협단체들 사이에선 이미 코어PCO를 두는 것이 트렌드다. 당초 기획했던 행사성격을 유지할 수 있으며 계획안을 기반으로 더 나은 프로그램이나 운영안을 고민할 여유 또한 가질 수 있다는 것.

유 대표는 장·단점이 분명히 나뉘는 입찰제도도 대협업의 한계점을 드러낸다고 지적했다. 특히 정부나 지자체행사일수록 과정상의 투명성을 위해 입찰이 시행되고 있지만 업체가 자주 바뀌면 당초 진행돼 온 계획안은 무

산되기 때문이다. 게다가 행사를 담당하는 업체수가 많아질수록 행사는 결국 원래 취지와 맞지 않은 방향으로 나가는 경우도 부지기수라는 것이다. 또 컨소시엄을 맺을 경우에도 커뮤니케이션이 원활하지 않아 행사운영에 차질을 빚는 경우도 많다고 덧붙였다.

기본적 예산부터 한정적인 문제는 늘 골칫거리라는 것이 유 대표의 주장이다. 그는 “MICE행사엔 수많은 기술과 역량, 인프라들이 요구되는데 아직 서비스를 거래한다는 인식이 확립되지 않아 터무니없이 낮은 예산이 책정되기도 한다”고 호소했다.

유 대표는 MICE산업 전반에 대한 인식 개선과 제주 지역 MICE업체 간의 실제적 협력구조를 촉구했다. 성장가도에 선 MICE산업이 한단계 더 도약할 수 있으려면 묵인해 온 산업 내부적 문제를 조속히 해결해야 한다는 주장이다. 같은 맥락에서 유 대표는 업체에 지나치게 많은 인원이 있을 필요가 없다고 한다. 외형적 몸집을 유지하려다보면 행사를 치러내기 급급한 상황이 오기 마련이라는 것이다. 행사에 필요한 서비스를 다루는 업체들이 각 분야별로 있기 때문에 단독적 통합서비스보다는 다른 업체들과 협력한 구조가 업체를 살리는 길이라는 설명이다.

유영신 대표는 “MICE산업은 그동안 지속적 성장을 보여왔지만 아직 갈 길이 멀다”며 “각업체별 고유한 기능에 맞는 서비스에 충실할 수 있는 시스템이 필요하다”고 강조했다. ★

글·사진 강수철

국제기구 유치에 따른 파급 효과 MICE 업계의 발전으로 이어져야

김민혜 인천도시공사
컨벤션뷰로 팀장



국민적 관심을 받으며 인천 송도국제도시에 사무국을 오픈했던 GCF(녹색기후기금)가 개소 1주년을 맞았다. GCF에 따르면 현재까지 미국, 일본 등 22개국으로부터 GCF 초기 재원으로 총 97억달러 공여 약속을 이끌어 냈고 초기 재원이 마련된 만큼 15년부터는 개발도상국들을 대상으로 기후변화 대응 사업을 본격적으로 전개한다고 한다. 또한 이사회 외에 GCF 주최 국제회의도 매년 개최할 계획이라고 밝혀 국제기구에 대한 관심이 다시 고조되고 있다.

인천에는 GCF를 비롯해 세계선거관리협의회(A-WEB) 사무국 등 2개의 본부 사무국과 아시아태평양경제사회위원회(ESCAP) 동북아시아사무소 등 지역 사무국을 포함해 총 13개의 국제 기구가 송도국제도시에 밀집해 있다.

2006년 유엔 아태정보통신기술교육센터(APCICT)를 시작으로 국제기구 유치에 뛰어들었던 인천시는 GCF 유치로 1단계 성과를 거둔 셈이다. 국제기구 유치에 따른 파급효과에 대한 기대감으로 타 지자체에서도 국제기구 유치에 적극 나서고 있는 것으로 알고 있다.

그러나 UN 가입이 상대적으로 늦은 대한민국의 경우는 다른 나라에 비해 국제기구 유치에 열세를 가질 수 밖에 없다. 지난해 11월 인천에서 개최된 국제기구 도시 포럼에 참석한 전문가들은 현재로써는 GCF와 같이 신생 국제 기구나 국제 기구의 지역 사무소를 유치하는 것이 유일한 방법인데 그 수요가 극히 제한적이라고 했다.

또한 국제기구 유치는 정부나 지자체 입장에서 많은 예산 지원이 요구되는 만큼 이제는 유치가 목적이 아니라 이에 따른 가시적인 경제 효과, 즉 유치를 통해 지역과 국가가 무엇을 얻을 것인가를 고민해야 할 때라는 것이다.

국제기구 유치의 파급효과를 분석할 때 보통 국제기구에 근무하는 직원의 수를 평균 연봉을 기준으로 지역에서 발생할 소비액과 국제기구가 파생시키는 회의의 수에 따른 방문객 수 등이 주요 정량적 지표로 반영된다.

한국관광공사가 국내 소재하고 있는 국제 기구를 분석한 자료에 따르면 국내에 총 42개의 국제기구가 있고 GCF를 제외한 평균 국제기구별 근무인원은 11.3명이며, 이중 외국인인 1.8명에 불과했다. 인천의 경우도 최근 조사한 바에 따르면 13개 기구에 약 130명 정도가 근무하고 있고 이중 외국인인 비중은 절반 정도인 것으로 드러났다. GCF 사무국과 A-WEB 사무국에 본격적으로 가동되면 상주 인력은 더 늘어나겠지만 결국 국제기구 유치에 따른 가시적인 경제적 효과는 MICE에서 찾아야 한다는 결론인 셈이다.

그러나 현재까지 국제기구가 개최하는 회의는 수적으로나 규모면에서 기대감을 충족시키지 못하고 있다. 총회의 경우는 지역을 순회하며 개최하게

되고, 지역 사무소의 경우는 소규모 내부 회의가 주를 이루기 때문이다.

그렇다면 MICE 산업측면에서 어떻게 이들 국제회의의 수를 늘리고 규모를 키워갈 수 있을까?

우선 국제기구와 함께 한국을 대표할 수 있는 국제회의를 기획하자는 것이다.

국제기구가 자체 재원을 들여 새로운 국제회의를 만들어 내기는 힘들지만 전세계 오피니언 리더들과의 네트워크 연결을 통해 프로그램의 콘텐츠를 기획하고, 연사를 섭외하고, 관련 기관과의 협업 등을 지원하여 참여하고자 하는 의지가 있다. 또한 자체 개최하는 국제회의를 타 기관과 연계해 확대시키는 것에 대해서도 열려 있었다. 송도에 위치한 기구를 중심으로 예를 든다면 지속가능발전(UNOSD), 환경 기술·금융(GCF), 재해경감(UNISDR) 등의 분야에서 국제기구-비정부기구 또는 관련 산업 협·단체, 연구소-PCO 3자가 파트너가 되어 공동으로 국제회의를 만들어 낼 수 있지 않을까? 또한 기존 국제회의의 국제화를 위해 국제기구의 참여를 이끌어 내면 어떨까 싶다. 이러한 아이디어가 실현되기 위해서는 무엇보다 국내 PCO들의 관심과 적극적인 참여가 중요할 것이다.

또한 국제회의 기획 및 유치에 국제기구와 관련 협·단체의 참여를 이끌어 내기 위해서는 확장된 개념의 통합 MICE지원센터가 필요하다.

두바이의 경우 몇 년전부터 두바이 상공회의소와 두바이 관광청, MICE업계 공동으로 두바이 어소시에이션 센터(Dubai Association Center)를 설립해 국내외 협회들을 한 빌딩에 모으고 설립(유치)부터, 사무 공간, 비즈니스 서비스(운영), 국제 회의 개최, 관광까지 원스톱으로 지원하기 시작했다. 일종의 협·단체를 위한 비즈니스센터인 셈이다. 또한 국제 협회를 이곳에 유치하기 위한 활발한 공동 마케팅을 전개하고 있다.

국제기구 유치에 따른 MICE산업 활성화를 위해서는 국제기구와 연계된 협회, 산업 등이 함께 집적화되어야 하며, 이들을 유인할 수 있는 통합 지원 서비스가 이루어져야 한다. 그런 의미에서 두바이 어소시에이션 센터가 시사하는 바가 크다.

한국의 MICE산업이 한 단계 도약하기 위해서는 행사 유치에 주력했던 전략에서 기 유치된 국제기구를 적극 활용하여 이와 연계한 국제협회를 함께 유치하고 이들을 통합 지원할 수 있는 시스템 마련을 통해 전세계 국제회의 기획의 중심에 서야하지 않을까 생각된다.

또한 국내 MICE업계가 국제기구 유치로 인한 경제적 효과를 견인하고 그에 따른 최대의 수혜자가 되어야하지 않을까 싶다.

MICE 서포터즈, MICE 산업의 미래다

홍주석
경기컨벤션뷰로 대리



얼마전 친분이 있는 경기 MICE 서포터즈 친구로부터 연락을 받았다. 경기컨벤션뷰로 직원으로 최종 합격 통지를 받았다고. 나는 내 일 같이 기뻐다. 2013년 경기 MICE 서포터즈로 활동한 아가 같던 그 학생이 수백대 일의 경쟁률을 뚫고 뷰로 직원으로 합격한데에 대해 뿌듯함과 고마움에 가슴이 쿵쾅거렸다. 그 친구의 개인적인 노력, 전시컨벤션 운영요원으로서의 활동도 컸지만, 경기 MICE 서포터즈로 활동하면서 취업준비에 제일 많은 도움이 되었다는 말에 그 동안의 노고도 다 보람됨을 느꼈다.

MICE 인적자원 육성 및 경쟁력 제고, 현장체험 및 기회제공을 통해 청년구직활동에 기여, 대학생 서포터즈 홍보활동을 통한 MICE 인식제고 및 지역 MICE 홍보라는 취지로 2010년대 들어 전국 지자체에서 MICE 서포터즈를 운영하기 시작하였다. 현재 8개 지자체에서 비슷한 배경 및 목표를 가지고 서포터즈를 운영하고 있으며 콘텐츠와 운영프로그램도 다양화되고 있다.

경기 MICE 서포터즈는 'G-MICEters'라는 이름으로 2013년 운영을 시작하였다. 사회공헌측면, 대외협력측면, 교육측면, 홍보측면의 총 4가지 측면에서의 기대효과를 바라보며 시작하였는데 이는 다음과 같다. 지역 행사 운영요원 참가·실무 교육기회 제공을 통한 지역사회 인력 양성에 기여하는 점이 사회공헌 측면이며 경기컨벤션뷰로-경기 MICE Alliance 회원사간 중간다리 역할을 통한 공동마케팅 활동 강화가 대외협력 측면이다. 교육측면에서는 정기적인 워크숍을 통해 대학생 대상 체험 및 현장에서의 학습 기회 제공이 있으며 홍보측면으로는 대학생들의 참신한 아이디어를 활용한 경기지역별 색다른 구성안 공유, 단발성 사업이 아닌 경기컨벤션뷰로 산하의 새로운 브랜드로 구축이라는 점이 있다.

실제로 경기 MICE 서포터즈와의 대화를 통해 서포터즈로서의 역량강화 및 구직활동에의 기여도를 느낄 수 있었다. 서포터즈들은 경기컨벤션뷰로가 제공하는 다양한 교육프로그램을 통해 MICE업계 선배들로부터 한국 MICE 업계의 현황, 실제 업무 사례, 역량강화를 위한 Skill에 관한 교육을 받을 수 있으며 쉽게 만나기 힘든 필드의 업계 선배들을 만나 멘토링 코치 및 생생한 현장경험을 들을 수 있는 기회가 많다.

그리고 경기도에서 개최되는 대형 국제 컨퍼런스 및 전시회에 운영요원으로 실제 참가하여 현장에서 주최자·PCO·PEO의 경험을 할 수 있다. 2014년 KOREA MICE EXPO, Global Mobile Vision의 운영요원으로 참가한 서포터즈들은 사무국과 경기도 부스를 중심으로 등록, 통역, 전시부스 및 부대행사 안내를 하며 경기도와 MICE를 더욱 이해하는 시간을 가졌으며 스스로 PCO가 된 듯한 기분으로 참여할 수 있어 좋았다고 말했다.

또한 학교 울타리 안에선 접할 수 없었던 새로운 경험과 지식을 얻을 수 있어 좋았으며 업계에서 활동하고 있는 분들을 직접 만날 수 있는 기회나 실제 구직에 필요한 내용을 들을 수 있어 유익했다고 한다.

실제 경기 MICE 서포터즈로 활동하던 한 친구는 경기컨벤션뷰로의 소개로 국내 유명 PCO에서 인턴을 하고 있으며 다른 친구는 서포터즈로서의 경험을 통해서 실제 한 PCO에 취업하여 대규모 국제회의의 만찬 부분을 맡아 운영하였다. 또한 최근에는 수원에 새로 오픈한 Novotel에 인턴으로 취업한 친구의 연락을 받고 무척 기뻐다.

경기컨벤션뷰로외에 다른 지자체 뷰로들도 서포터즈를 운영하며 다양한 혜택을 제공하고 있다. 경남 MICE 서포터즈 마이스루키에서는 최우수 활동자에게 해외컨벤션 참관 연수기회를 제공하고 있으며 대전 MICE 서포터즈 MICE Youth에서는 대전마케팅공사 사장상 및 부상을 제공하고 있다. 또한 광주 MICE 서포터즈 MICE Harmony는 ‘동아리’ 운영 체제라는 독특한 방향으로 시작하여 MICE 업계 취업 희망시 뷰로 대표이사 추천서를 제공한다. 이밖에도 서울 컨벤션 서포터즈, 제주MICE 서포터즈(가온누리), 광주MICE 하모니(MICE Harmony), 대구MICE 서포터즈(MICE Youth), 부산 MICE 서포터즈(Young MICE단)등 전국적으로 8개의 마이스 서포터즈가 운영중되고 있다.

필자는 2013년 상해에서 열린 ICCA 총회에서 경남 마이스루키 최우수 활동자를 만날 수 있었는데, 그는 전세계에서 모이는 MICE 업계의 최대 모임인 ICCA Congress 참가를 통해 MICE에 대해 글로벌적인 시각에서 볼 수 있게 되었으며 MICE가 가지고 있는 무한한 가능성을 볼 수 있었다고 했다. 그리고 실제 참가자들과의 대화를 통해 한국 MICE와 다른 나라의 MICE를 비교할 수 있는 기회가 되었다고 하였다.

서포터즈에게만 혜택이 있는 것은 아니다. 지자체 뷰로들도 서포터즈들의 활동을 통해 각 지자체 및 뷰로 홍보의 효과를 얻고 있다. 경기컨벤션뷰로도 경기 MICE 서포터즈들이 온라인 카페, 개인별 블로그, SNS, 뉴스레터 발간 등을 통해 경기도 및 경기도 MICE행사, 경기도 관광지 및 MICE Venue 등을 홍보하고 있다. 그리고 실제 대규모 국제행사 운영에 있어 부족한 인력수급을 잘 교육된 서포터즈들을 통해 해결할 수 있다. 더 나아가 전국적으로 서포터즈들을 통해 MICE 인지도가 제고될 수 있는 효과가 있다고 할 수 있겠다.

2009년 MICE는 정부로부터 신성장동력산업으로 선정되어 지속적인 투자와 주목을 받았으며, MICE에 관심 있는 많은 학생들이 MICE 관련 교육

및 자격증 시험, 업계취업을 시작하였다.

2014년 현재 전과 비교하여 MICE에 대한 인식은 많이 제고됐으며 MICE 관련 구직자 수도 많이 증가했다. 하지만 국제회의라는 거창한 이름과 개개인이 생각한 장밋빛 미래에 대한 좌절을 접한 많은 젊은 직원들은 MICE 업계를 떠나거나 다른 분야의 덜 힘든 직종을 알아보고 있다. MICE 업계 종사자로서 이러한 현실을 보면 마음이 아프며 MICE 서포터즈가 이러한 괴리감의 완충역할을 할 수 있으리라 본다.

MICE 서포터즈로 활동하게 되면 여러 교육 및 멘토링을 통해 MICE 업계의 현실을 좀더 자세히, 깊숙이 들여다 볼 수 있으며 실제 운영요원으로서의 활동을 통해 본인이 앞으로 어떠한 업무를 하게될지 본인에게 어떠한 회사와 역할이 적합할지 실제 체험해보고 생각해 볼 수 있게 해준다. 즉 본인이 기존에 생각하고 있던 업무와 실제 현장을 비교해 볼 수 있는 것이다. 본인이 목표로 하는 회사에서 인턴으로 활동하는 것이 가장 좋은 방법이긴 할 수 있으나 실제로 인턴의 기회를 잡기는 쉽지 않으며 본인이 뷰로, 센터, 호텔, PCO, 관광지 등 어떠한 분야를 선택할지 갈피를 못잡고 있을 때 서포터즈로서의 활동이 최적의 기회라 생각된다.

경기컨벤션뷰로에서 향후 생각하고 있는 큰 그림이 있다면 전국의 MICE 서포터즈들을 한자리에 모아놓고 MICE에 대한 공감대 형성 및 네트워킹 시간을 제공하는 것이다. 이는 한국관광공사에서 주최하는 ‘MICE네트워크숍’에서 착안한 것인데, 대학생 서포터즈들에게도 이러한 기회를 제공하여 다른 지역에 대한 이해와 공감을 형성하여 본인이 속한 지자체 MICE 뿐만이 아닌 전국단위로 MICE에 대한 생각의 틀을 키워주는데에 그 의의가 있다고 하겠다.

이를 통해 서포터즈들은 자신이 속한 서포터즈내에서의 네트워킹을 넘어서 전국단위로 그 범위를 향상시킬 수 있으며, 향후 MICE 업계에 입문했을 때 이들은 분명 다시 마주할 수 있을 것이다.

MICE산업을 둘러싼 환경이 더욱 복잡하고 예측하기 어렵게 변화해가고 있으며 MICE산업은 기존의 인식이나 사고체계를 벗어나 타 분야와의 융복합화가 일어나고 있다. 이러한 시점에 창의성과 글로벌적 시각을 가진 MICE 서포터즈들의 성장은 필수적인 요소라고 할 수 있으며 더 나아가 이들이 MICE산업에 새로운 패러다임을 제공할 수 있으리라 믿는다. 또한 MICE 업계에서 향후 한축을 담당할 수 있는 서포터즈들을 통해 뷰로-MICE Alliance-MICE서포터즈로 이뤄지는 MICE 생태계가 구축되지 않을까 생각해본다. ★



구독 및 광고문의

02-6000-6718

info@miceweek.com

Meeting

Incentives

Convention

Exhibition

www.miceweek.com

www.facebook.com/miceweek



감성테마공원으로 힐링 격외문원

사단법인 격외문원은 이외수감성테마문화공원으로 알려져 있으며, ‘문학을 사랑하는 모임’이란 전신에서 비롯된다. 2012년 8월 이외수문학관이 개관되며, 춘천역에서 54km 떨어진 강원도 화천군 상서면 감성마을길 99번지는 문학을 사랑하고 현대의 문학대가인 이외수 작가와의 소통을 위한 사람들에 의해 각광을 받기 시작한다.

문화 및 집회시설로 등록된 감성테마공원은 강의식 150명, 음향, 조명시설과 더불어 리셉션과 체험장이 가능한 옥외공간을 갖추었으며, 오감체험행사 문학강연, 군부대 관심사병 강연, 각종 기관 단체 연수시 문학강연 등 이벤트, 공연, 전시가 수시로 개최되고 있다.

가을의 단풍과 겨울의 하얀 눈을 감싸안은 계곡이 지나가는 이곳은 문학과 예술 그리고 문화를 통해 세상을 아름답게 만들고자 하는 비전을 갖고 있으며, 매년 세계평화안보 문화축전 및 감성마을 5일장을 주관하여 지역의 유니크메뉴의 역할을 톡톡히 하고 있다. 강원도의 힐링과 레저 이미지는 이외수감성테마공원의 문학을 통해 레저브랜드로 승화한다.



전통한옥문화를 체험한다 화천한옥학교

화천 읍내와는 떨어진 유촌리의 어느 산 밑, 화천한옥학교가 터를 잡고 있다. 한두 개의 건물이 아니라 몇 개의 건물이 겹겹이 있는 모습이 꽤 웅장한 이곳은 2004년 6월, 화천 읍내에 있는 한 폐교에서 처음 시작됐다.

이곳은 꿈을 현실로 만들 수 있는 공간일 뿐 아니라, 우리 전통 한옥 문화를 직접 체험할 수 있는 공간이다.

화천의 유명 관광지로 떠오른 화천한옥학교는 관광진흥기금의 도움을 받아 저렴한 가격으로 숙박을 제공한다. 단체 1인 1만 5천 원, 가족 단위로 찾았을 때는 개인 2만원이면 숙박뿐 아니라 식사와 체험을 모두 경험하고 갈 수 있다. 또 아이들이나 외국인들을 위해서는 ‘떡메 치기’ ‘한복 입기’ ‘비빔밥 만들어 먹기’ 등 우리 전통 문화를 알리는 체험도 진행하고 있다.

동시통역시설 및 영어, 중국어, 일본어 외국어 안내서비스가 구비되어 있으며 120여대의 주차시설, 1박2일 한옥체험프로그램이 운영되고 있다. 강원도에는 화천한옥학교와 더불어, 홍천한옥학교, 평창한옥학교가 주변의 숙박지이자 관광매력물인 리조트와 함께 중소규모 미팅, 팀빌딩 문화체험과 연회공간으로 변화될 수 있다.



문화중심 MICE도시 광주의 대표 유니크베뉴 시간을 걷는 곳 自怡堂

광주 양림동 양촌길의 좁은 골목 끝에서 마주하는 최승효 고택은 1921년 지어진 집으로, 자이당이라 이름붙여진 안채의 웅장하고 기품있는 그 멋스러움은 국내 유명한 한옥들을 두루 둘러봐도 드물다하여 그 건축적, 미학적 가치가 최근 대두되며 유명세를 타고 있다.

이 집의 건립자인 최상현 선생은 중국과 무역을 하여 막대한 부를 쌓았던 재력가로 당시 최고의 품질을 자랑하던 백두산과 압록강 인근의 목재로 만들었으며 격조높은 건물을 지을 때만 사용하는 동판을 모든 서까래 끝에 박아 100년이 다 되어가는 세월에도 뒤틀림 없이 견고한 모습을 유지하고 있다.

이후 1965년 집을 인수한故최승효 선생은 개인소유의 문화재가 아니라 모든 이들이 향유할 수 있는 광주 문화예술의 사랑방으로 거듭날 수 있도록 노력했다. 그리고 현재 선친의 뜻을 그의 아들 설치미술가 최인준씨가 이어받아 3천여평의 대지에 자리한 고택 곳곳에 아버지가 수집한 고서화, 골동품과 함께 자신의 작품들도 전시하고 이곳을 찾는 이들에게 개방하고 있다.

방에서 내다 보이는 집안 곳곳의 풍경은 말 그대로 한 폭의 그림이다. 과거와 현재, 전통과 현대의 조화를 이뤄내고 있다. 시간을 넉넉히 잡고 고택을 천천히 둘러보면 좋다. 지나치듯 구경하면 의미가 없다. 처음 집을 지은 최상현 선생이 독립운동을 숨겨줬다는 이층 다락도 둘러보고 대청에 올라 바깥 풍경도 내다보아야 한다. 혹시 방문할 때 최인준 작가를 만나면 집안 안내를 부탁해도 좋다. 매우 유쾌한 최인준 작가는 고택을 찾아준 이들을 반기며 흔쾌히 동행이 되어준다.

소박한 산책길같은 최승효 고택의 매력은 구부러진 소나무가 지붕을 이루는 장독대길, 편백나무 향기를 맡을 수 있는 편백나무길, 사직공원을 감싸고 있는 옹벽길, 그리고 광주 시내와 무등산을 한 눈에 바라볼 수 있는 무등산 전망 포인트를 말할 수 있다. 넓은 대청에서는 현대 음악연주회도 열렸고, 갤러리 옆 타임 아트 스페이스, 조각보 뜰에서는 2014 FSU 집행위원회 공식리셉션과 같은 소규모 행사가 치러졌다. 2009년 광주 디자인비엔날레 장외 전시 공간으로도 활용된 바 있다.

전시회가 음악회가 열리지 않아도 찾아가 둘러보면 좋은 집. 집이면 집, 길이면 길, 보고 밟는 곳곳이 근대와 현대를 넘나드는 양림동에 위치한 최승효 고택은 조용히 그 자리에서 방문객들을 기다리고 있다.

가장 한국적인 문화 체험이 가능한 곳 (췌진진바라

(췌진진바라는 궁중요리를 기반으로 현대인의 입맛에 맞도록 각색한 15~20가지 코스식 한정식이 제공되는 대한민국 대표 한정식 브랜드다.

2006년 강남점을 시작으로 현재까지 서울점, 여의도점, 가산점, 서초점 등 서울시 내 총 5개 직영 매장을 운영하고 있으며, 각 지점별 200~500석 규모의 대형 행사와 중소 행사를 진행할 수 있어서 MICE 만찬 장소로 각광받고 있다. 정갈하고 푸짐한 췌진진바라의 한정식을 맛보는 것이야말로 한국을 방문한 외국인 관광객이 즐길 수 있는 '가장 한국적인 문화체험'이라 할 수 있겠다.

또한 한정식과 어울리는 전통 문화 콘텐츠의 개발을 위해 지난 8월, 공연단 오디션을 통해 상설 국악 공연 '眞(JIN)'을 선보이는 등 문화 기업으로서의 면모를 갖춰 가고 있다. MICE 행사 등을 위한 전담 지원팀을 운영할 만큼 유니크메뉴로서의 자부심이 남다른 (췌진진바라는, 향후 한정식과 더불어 그간 시도되지 않았던 다양한 전통 문화의 상품화와 차별화로 한국 MICE 시장에 새로운 활기를 불어 넣기 위해 노력하고 있다.





한국 정원문화와 전통음식의 만남 월미전통정원

인천의 대표적인 관광지인 월미도에 한국의 전통 정원을 한 곳에 모아 놓은 월미전통정원이 있다. 월미전통정원은 정원공원으로 옛 조상들의 정원문화를 알아볼 수 있는 특별한 공간이다. 재밌는 것은 정원하면, 양반가나 또는 궁궐만 생각하게 되는데 여기는 서민적인 집 앞 마당까지 꾸며놓아 재밌는 모습들을 연출해 놓았다. 이곳은 국제회의나 크루즈 단체 관광객들을 위한 특별한 오만찬 장소로 활용이 가능하다.

또한 월미 공원내에 우리나라 전통 음식에 대한 역사와 문화를 소개하는 음식문화관이 있고 문화관 지하에는 한국 전통 음식을 직접 만들어 보고 먹어 볼 수 있는 색다른 체험 공간인 한식체험관이 자리하고 있다. 한식체험관은 미추홀 전통음식문화연구원(www.jfood.or.kr)에서 운영하고 있으며, 본원 진영환 원장은 대장금 촬영 궁중음식 팀장, 서울 국제요리 경연 대회 궁중음식(수라상) 금상, 부산 APEC 궁중음식 시연, UN 반기문총장 만찬 및 MBC, KBS, 경인방송, T-broad 등 다수 출연할 만큼 전통음식 전문 연구가이다. 이곳에서는 진영환 원장님이 직접 우리나라 대표 음식인 김치, 궁중삼계탕, 오색비빔밥, 불고기 등 음식 조리방법을 설명하고 체험할 수 있도록 지도해 주신다. 월미전통정원에는 인천의 가장 아름다운 전망과 야경을 자랑하는 월미전망대가 위치하고 있고 물범카라는 재미있는 교통 수단을 통해 전망대까지 올라 전경과 함께 커피를 즐길 수 있는 공간이 마련되어 있다.



진정한 심을 이야기하다

HS VILLE

서울 도심에서 40분 거리의 가평 화야산 아래 자연과 인간이 어울어진 고즈넉한 공간에 위치한 HS VILLE은 맞춤형 기업연회·하우스웨딩 토털 서비스 공간이다.

휴식의 중요성이 늘고 있지만 단순히 놓고 즐기는 여가에서 벗어나 몸과 마음에 쌓인 묵은 찌꺼기와 에너지를 비워내고, 새로운 에너지를 채워넣을 수 있는 마음으로 HS VILLE은 시작됐다. 삼성 에버랜드 워크샵을 비롯, 샤넬코리아, 현대자동차, 조선히otel 등 다수의 기업·단체 워크샵과 기업 세미나(CJ광고사업본부, 이베이) 및 드라마 촬영(‘별에서 온 그대’ ‘엔젤 아이즈’) 등 다수의 행사가 진행됐다.

다목적 시설 1층에 위치한 누보 클래스홀에서는 150인 규모의 연회 진행이 가능하며, 2층 귀빈석과 야외 테라스 등 3층의 30석·16석의 회의실을 활용한 격조 있는 회의를 진행할 수 있다. 야외 잔디밭을 활용한 하우스웨딩·가든 파티도 진행이 가능하다. 이밖에 ‘강가의 집’ ‘사과집’을 비롯한 총 10개의 숙박공간과 헤드마스터스 오피스·레스토랑·운동시설 등 방문객들의 편의를 위한 부대시설을 갖추고 있다.

또한 인근에 가평베네스트 CC·영인 레전드 승마클럽과 남이섬·아침고요수목원 등 다수의 관광지가 있어 다양한 볼거리를 선사한다.



MICE와 예술을 하나로

대전 이응노미술관

대전 이응노미술관은 지역이 낳은 세계적인 작가인 고암 이응노(1904~1989) 화백의 예술정신을 확장하고 계승할 목적으로 2007년 5월 개관했다. 고암 이응노 화백의 작품과 자료 총 1237점을 보유한 공공미술관이자, 세계 유일의 고암 연구센터로서 전시, 연구, 출판, 교육 등 복합적인 기능을 수행하고 있다.

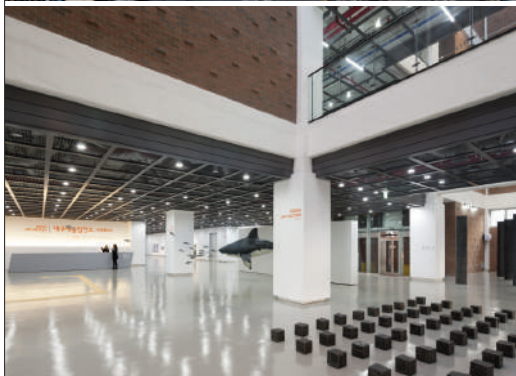
‘문턱 없는 입구, 유리 천장으로 소통을 강조한 유럽풍 열린 미술관’을 목표로 한 이응노미술관은 대전의 대표적인 MICE메뉴 중 하나인 한밭수목원, 예술의전당, 시립미술관 등과 인접해있어 시민들 뿐만 아니라 대전 방문객들이 자주 찾는 명소다.

프랑스 출신 세계적인 건축가 로랑 보두앵이 설계한 이응노미술관은 미술관 건물 자체가 하나의 예술작품이기도 하다. 로랑 보두앵은 존경하는 미술가 이응노를 기리는 미술관 의뢰를 받고 작가의 대표작 중 하나인 ‘수(壽)’에서 영감을 받아 미술관을 설계했다. 설계자의 의도대로 이응노미술관은 단아하고 정갈한 공간에서 이응노의 예술에 빠져 사색과 명상을 즐길 수 있는 현대미술을 위한 사원과 같은 느낌을 준다. 미술전시관 뿐만 아니라 미술관의 특성을 살린 카페, 외부 정원 등이 마련되어 있어 지난 MWA2014(Museum and the Web in Asia) 행사 당시 야외 리셉션장 등으로 활용하여 뜨거운 반응을 얻은 바 있다. 2007년에는 한국건축문화대상 우수상과 한국건축가협회상을 수상했으며, 매년 전 세계 건축가들과 건축학과 학생들이 미술관 건축물을 보기위해 끊임없이 방문하고 있다.

구도심이 예술창작공간으로 재탄생 대구예술발전소

대구예술발전소는 대구 구도심을 예술창작공간으로 재탄생시킨 곳이다. 작가들에게는 실험적인 작품활동을 펼칠 수 있는 작업 공간으로, 관람객에게는 다양한 예술작품을 경험할 수 있는 새로운 공간으로 환영받고 있다.

유동적으로 활용가능한 넓은 전시실과 공연장, 문화예술 정보와 아카이브 자료를 한눈에 볼 수 있는 예술정보실이 마련되어 있다. 또한 지역의 신진작가들에게 창작활동 공간을 제공하는 레지던시 프로그램을 통해, 다양한 문화예술작품을 관람할 수 있는 공간으로 구성되어 있다. 대구 예술발전소에는 다양한 형태의 공연이 가능한 총 120석 규모의 1개의 공연장과 다용도로 활용가능한 2개의 전시실과 세미나실, 회의실들은 사용용도와 참가규모에 맞게 중소규모 회의공간으로 활용이 가능하다.



말(馬)과 함께하는 야외연회 렛츠런 парк 제주

일반적으로 경마장으로 알려진 제주의 렛츠런 파크가 새로운 MICE 유니크 메뉴로 변신을 거듭하고 있다.

제주 토종 조랑말을 이용한 세계 유일의 경마가 진행되는 곳인 렛츠런 파크는 약 6400명(실내외 포함)을 수용할 수 있는 관람석과 실내외 행사장소로 변경 가능한 다양한 공간을 보유하고 있어 특별한 MICE 행사를 구성할 수 있다. 그리고 경마상황을 알려주는 대형 LED 컬러 전광판(27m X 6m)은 행사의 동영상이나 환영문구 등을 보여주는 행사전용 스크린으로 변신한다.

또한 경주마 육성목장인 렛츠런 팜과 연계를 통해 드넓은 들판에서 뛰어노는 말들과 함께 할 수 있는 야외연회와 이벤트, 그리고 시설투어 및 목장을 활용한 각종 투어프로그램도 다양하게 운영할 수 있다.

특히 새로운 그리고 독특한 MICE개최지로서 경쟁력 및 전문성 강화를 위해 지역 대표 MICE업체인 몽치마이스와 협업을 통해 유니크 메뉴로서 변신은 물론 체험프로그램 구성까지 기획하고 있다.

렛츠런 파크의 관람대와 전광판을 활용한 1000명 내외의 국제회의, 세미나, 포럼 등이 가능하며, 마주 전용실을 활용한 50명 내외의 소규모 회의, 렛츠런 팜 및 렛츠런 파크의 야외공원 및 운동장을 활용한 각종 스포츠 행사 및 특별한 연회구성이 가능하다.

한국마사회 제주지역본부는 MICE개최지로서 필수요소인 케이터링 부분을 보강하고 제주지역 MICE업체들과 동반 성장을 할 수 있는 방안을 모색하고 있다며, 대한민국 유일의 말산업 특구인 제주의 특징을 보여주는 진정한 유니크 메뉴로서 역할을 하겠다고 밝혔다.



람사르협약 보존습지인 경남 창녕군 우포늪은 수많은 생명을 보듬는 별천지다. 귀하거나 흔하거나, 작거나 크거나 그 생명을 차별하지 않고 품어준다. 늪을 활주로 삼아 이륙, 착륙하는 철새들의 아름다운 비행, 황홀한 날갯짓 소리를 뭐라 표현할 수 있을까.

우포늪을 지키는 노용호 박사는 이를 표현하는 생태춤을 창시했다. 생태춤은 바람난 나무춤, 마름춤, 뿔논병아리 사랑댄스, 곤충 더듬이춤, 거미춤, 부들춤 등 동식물의 움직임을 자세히 관찰하고 모방해 만든 춤이다. 노용호 박사가 우포늪 생태관 관장으로 있던 2008~2010년에 20여 개의 생태춤으로 태어났다. '생태춤'은 2013년 9월에는 경남컨벤션뷰로의 홍보대사 특별강연에 특별공연으로 시연을 비롯하여 10월 강원도 춘천

천 남이섬의 국제원맨쇼 페스티벌 공연에 이어 국회 행사, 여성인권영화제 등에 생태춤을 선보여 생태춤 뿐만 아니라 우포늪에 대한 많은 관심도 이끌어 냈다.

생태춤 창시자인 노용호 박사는 대학에서 학생들을 가르치다 생태학자로 변신했다. 또한 2008년 창원에서 열린 람사르총회 유치 자문위원, 대구생태유아협회 이사 등으로 활약한 이력이 있다. 현재는 우포늪을 찾는 관광객들에게 생태관을 안내하고 우포늪을 자전거로 달리며 설명해준다. 외국 유학 경험도 활용하여 2008년 람사르협약 당사국 총회가 성공적으로 열린 후에는 외국인 방문객들도 늘어나 이들을 위한 통역 및 해설에도 도맡아 하고 있다. 또한 박사는 생태춤에 그치지 않고 생태춤 연극으로 발전시키겠다는 꿈을 갖고 있다. 주민들이 참여하는 생태춤 연극을 통해 즐거움을 주고 관광객원으로 활용하려 한다. 이에 40년 연극의 장인인 장두이 교수(서울예술대학교)는 그에게 '우포늪이단'이라는 이름을 선물하였다.

국제회의등의 행사를 기획할 때 한국전통 공연이나 연주회, K-pop과 같이 뻔한 공연 콘텐츠에 싫증이나 새로운 공연 콘텐츠를 찾고 있는 기획가라면 한 번쯤 찾아봐야 할 공연이 아닌가 생각한다. ✨

살아있는 생명들의 움직임 포착, 춤사위로 우포늪 생태춤





오페라마는 이탈리아에서 탄생한 오페라와 미국에서 시작된 드라마가 융합된 현대예술 장르로 우리나라에서 첫 선을 보였다.

무대공연이 주로 이뤄지는 오페라와는 달리 오페라마는 현대 미디어와 연계되는 춤, 연기, 조명, 전자음향 등 멀티미디어 콘텐츠를 이용해 관객이 더욱 몰입할 수 있도록 한다. 2013년 3월 오페라마는 브랜드 파워를 인정 받고 오페라공연업, 음악공연제작업, 가수공연업, 대본 작성업, 뮤지컬제작업, 무용공연업, 합창단운영업, 음반 제작업, 콘서트공연업, 연극공연업, 영화제작업, 오케스트라공연업, 쇼 제작업, 텔레비전제작업 등 총 102여건에 달하는 공식 허가를 특허청으로부터 취득한 바 있다.

오페라마의 콘텐츠는 대표적으로 극과 콘서트, 음반을 비롯해 교육, 도서까지 연계돼 있다. 지금까지 관객에게 감동을 전해준 작품은 ‘카사노바! 바람둥이 사장님’ ‘Sogno’ ‘Sing for you’ ‘후마니타스’ ‘경쟁률 3.87!’ ‘베토벤의 운명’ ‘코피노’ 등이 있다.

코피노는 한국 남성과 필리핀 현지 여성 사이에서 태어난 혼혈자녀를 일컫는 말로 오페라마 코피노는 편모 가정에서 극심한 가난과 사회적 냉대 속에서 자라는 아이들과 이를 비롯한 사회적 문제를 꼬집는다. 공연은 모차르트의 오페라 ‘돈 조반니(Don Giovanni)’의 ‘서곡’으

사회 이면의 아픔을 오페라로 치유한다 오페라마

로 시작된다. 한량이자 무신론자인 스페인 귀족 돈 조반니 이야기를 기반으로 그려지는 오페라마 코피노는 방탕 생활의 말로와 무책임한 행위에 대한 응징을 강조하며 ‘코피노’ 문제와 절묘한 조화를 이루고 있다.

정경 오페라마 예술경영 연구소장은 “오페라와 드라마가 만나 새로운 장르로 탄생한 오페라는 융·복합의 훌륭한 예로 꼽을 수 있다”며 “기존 오페라나 공연 등이 서양 국가를 중심으로 했다면 오페라마는 우리나라를 대표할 예술·문화 콘텐츠”라고 말했다.

그는 또 “사회와 인류 문제를 지적하고 예술을 통해 아픔을 치유하는 오페라마는 MICE 콘텐츠로도 강점을 가지고 있다”며 “우리나라에서 탄생한 오페라마가 우리나라 MICE 브랜드가 될 수 있도록 노력을 경주할 것”이라고 덧붙였다. ★

글·사진 강소정

문의: 오페라마 예술경영연구소 소장 정경(010-3422-8548)

대구컨벤션관광뷰로, 최고의 영예를 안다

2014 Korea MICE Alliance Awards '우수 MICE Alliance 상' 수상



대구컨벤션관광뷰로(대표이사 백창곤)는 12월 11일(목)~12일(금) 군산에서 열린 2014 Korea MICE Alliance Conference & Awards에서 '우수 MICE Alliance상'을 수상했다.

'2014 Korea MICE Alliance Conference & Awards'는 한국관광공사·(사)한국MICE협회 주최, 문화체육관광부의 후원으로 한국MICE산업 관계자 500명 참가해 회원사 및 MICE 업계 네트워크를 강화하고 MICE 산업 민관 상생 협력방안을 모색하는 행사이다. 대구컨벤션관광뷰로는 이 행사에서 전국 11개 지역 MICE Alliance 중 4개의 도시 중 하나로 결선에 진출해 가장 성과가 우수한 협력사례를 보인 최우수 도시로 선정돼 '우수 MICE Alliance상'과 상금 200만원을 부상으로 받았다.

부산관광공사, 제주컨벤션뷰로, 경기관광공사와 함께 4개의 도시가 최종 결선에서 경쟁하였으며 대구MICE Alliance의 '대구 MICE 브랜드(RED HOT Daegu) 공동마케팅' 협력사례를 발표, 창조적인 아이디어와 산관 상생협력의 모범사례가 높은 점수를 받았다.

대구컨벤션관광뷰로는 대구의 더운 날씨, 매운 음식, 화끈한 대구사람의 성격, Hot한 미인을 하나의 컨셉으로 대구의 MICE 브랜드, 'RED HOT Daegu'를 지난 2014년 5월 독일 프랑크푸르트에서 열린 세계최대 MICE 관련 전시회인 'IMEX 2014'에서 도시마케팅 홍보 활동을 펼친 바 있다.

또한 대구 MICE Alliance인 호텔인터불고 대구는 한국관광공사 MICE Alliance 대상 '컨벤션 호텔 상'을 수상해 더욱 의미를 더했다. ✨

Alliance, 네트워크샵 등 다양하게 구성

2014 대구 MICE Day 개최

대구컨벤션관광뷰로(대표이사 백창곤)는 지난 12월 22일(월) 대구MICE관광진흥센터에서 '2014 대구 MICE Day'를 개최했다.

대구컨벤션관광뷰로가 주최하고 한국MICE협회에서 후원하는 이번 대구 MICE Day는 국내 MICE관계자, 대구지역 MICE얼라이언스, 지역업체 및 유관기관, 지역 대학 교수 및 대학생, 언론사 등이 참석한 가운데, 최신 MICE산업 트렌드 및 정보 공유 및 대구지역 MICE 산업 관계자들간의 네트워크를 강화하고, 대구 도시브랜드 발전방안을 논의했다.

기조 강연으로는 순천시청 도시건설국 최덕림 국장이 도시브랜드 마케팅 성공사례로서 2013 순천만 국제정원 박람회 및 순천만 브랜드 마케팅 내용을 강연하였다. 또한 한국컨벤션전시산업연구원 이창현 부원장이 해외 도시마케팅 사례를 주제발표하고 지역 업체 및 전문가와 언론인으로 구성된 패널들이 대구 도시마케팅 발전방향에 대해 토론했다. 대구 MICE Alliance 네트워크샵에서는 지역 MICE업체별 홍보 프리젠테이션도 함께 진행

했다.

이번 행사를 통해 대구컨벤션관광뷰로는 주요 MICE 전문가와 지역 업체의 의견을 적극 수렴하여 도시브랜드 홍보와 지역 MICE 산업발전을 도모하는 동시에 실질적인 지역 MICE업체의 네트워킹 활성화 및 지역 Alliance와의 긴밀한 협력관계 구축을 통한 지속적인 지역 업계 경쟁력 강화를 위해 적극 노력할 계획이다.

한편 대구컨벤션관광뷰로는 지난 3월, '대구컨벤션뷰로'의 명칭을 '대구컨벤션관광뷰로'로 변경하고, 도시브랜드 팀과 관광팀을 신설하여 기존의 국제회의 유치 및 개최업무 뿐만 아니라 지역의 주요 관광사업과 도시마케팅 활동을 적극 강화하여 도시홍보마케팅기구로 거듭나고 있다.

대구컨벤션관광뷰로는 국내 MICE산업의 선도주자로서의 자긍심을 갖고 활동해 오고 있으며, 앞으로도 지역의 도시마케팅 전담기구로서 도시브랜드 이미지를 높이고, 지역MICE 산업 발전에 중심적인 역할을 할 것으로 기대된다. ★



안전과 인프라 모두 갖춘 도시로 자리매김

2014 한-아세안 특별정상회의



2014 한-아세안 특별정상회의가 지난해 12월 11일, 12일 이틀간 부산에서 성공적으로 마무리됐다. 이번 한-아세안 특별정상회의는 부산시가 2005년 APEC 정상회의 이후 거의 10년 만에 정상회의를 유치한 것으로, 특히 이번 정부에서 우리나라에서 열리는 첫 번째 다자 정상회의를 개최하게 되었다는 점에서 의미가 크다.

이번 한-아세안 특별정상회의의 참가국인 아세안 10개국은 5.9%의 높은 경제성장률을 기록하고 있으며, 실제 부산과 아세안의 무역은 2013년 기준으로 34만 달러, 아세안 투자는 2005년 8천만 달러에서 2013년 3억 8천만 달러로 지난 8년간 3억 달러가 급증하고 있으며 내년 '아세안 공동체'가 출범하면 인구 6억4천만명, 국내총생산(GDP) 약 3조 달러 단일 시장이 생겨나고, 지난해 말 기준 한국의 제 2의 교역, 제 2의 건설수주 시장, 제 3의 투자대상 지역으로 우리의 미래 성장 동력이 될 가능성이 높은 아세안 국가들과의 관계 다지기에 기여했다.

이번 회의는 어떠한 사고도 없이 무사히 진행되었으며 한아세안 정상들은 이번 정상회의를 통해 자유무역협정

(FTA) 활용을 최대화하고 오는 2020년까지 상호 교역량을 2000억 달러로 확대한다는 내용 등을 담은 '전략적 동반자 관계의 미래 비전 공동성명'을 정상회의를 통해 채택했다.

부산시와 부산발전연구원이 발표한 '한아세안 특별정상회의 경제적 파급 효과 분석자료'에 따르면 한-아세안 특별정상회의 개최 경제파급 효과는 655억 5400만원으로 생산액 유발 효과가 465억 2600만원, 부가가치 발생 효과가 190억 2800만원으로 분석된다. 그리고 12월 11~12일 이틀 행사기간 동안 지출액은 외국인 참가자는 33억 5534만원, 내국인 참가자는 42억 311만원 지출로 총 75억원 가량을 지출한 것으로 분석된다.

한-아세안 정상회의의 성공적인 유치를 통해 부산은 APEC 이후 다시 한 번 국제회의 개최시 안전과 인프라 모두를 갖춘 도시라는 점을 다시금 세계에 알릴 수 있는 좋은 기회가 되었으며 이번에도 '다자 정상회의'를 성공적으로 개최함으로써 '정상회의 도시' '글로벌 도시'로 확실히 자리매김하는 성과를 얻었다는 평이다. ✨

지역 MICE를 빛낸 19인 선정

부산관광공사, 부산MICEambassador 위촉식 가져

부산관광공사는 ‘2014부산ITU전권회의’ ‘한-아세안 특별정상회의’ 등의 성공적인 국제행사 개최를 기념하고 부산 MICE산업을 지속적으로 성장시키는 데 공로가 큰 주요인사 19명 선정해 부산파라다이스호텔에서 부산 MICEambassador 위촉식을 가졌다.

부산MICEambassador는 ▲대형 국제회의 부산 유치, 개최에 기여한 인사 ▲국내학회·협회 임원 및 국제기구의 회원으로 활발하게 활동하는 인사 ▲국제회의 유치 정보를 부산에 지속적으로 제공하고 기여한 인사로 올해는 국제회의부문, 기업회의부문, 국제기구활동부문에서 총 19명이 최종 선정됐다.

국제회의의 부문 선정된 인사로는 2015국제태양광광학술대회를 유치한 한국태양광발전학회 송진수회장, 2016국제해양플랜트 및 극지공학학술대회를 유치한 부산대학교 조선해양공학과 백점기 교수를 비롯해 서울대학교병원 김승협 교수, 서강대학교 김철민 교수 등 14명. 기업회의의 부문으로는 카야니코리아, 암웨이, 허벌라이프가 최종 선정됐다.

국제기구 인사로는 전 외교부 주OECD대표부 대사를

역임한 박동선 부산대학교대학원 교수와 부산외국어대학교 박장식 동남아지역원장이 선정돼 위촉식에 참석했다. 부산MICEambassador로 선정된 인사는 위촉패와 더불어 부산관광공사로부터 2015년 MICE유치개최와 관련된 연간활동을 지원받게 된다. 이날 위촉식 행사에는 부산시 관계자를 비롯해 벅스코, 영화의 전당, 더베이 101, 지역PCO 등 부산MICE관련 유관기관 대표들이 함께 참석해 MICEambassador들과 간담회를 갖고 부산MICE 발전을 위한 협력방안을 모색했다.

위촉식 행사에는 아시아마술연맹 한국회장인 세계적인 마술사 이제민씨가 펼치는 마술무대와 재즈콘서트 등 축하공연도 함께 열렸다.

부산관광공사 관계자는 “MICE핵심인사들의 노력으로 올해 굵직한 MICE행사들이 부산에 개최돼 도시의 위상을 높이는 데 크게 기여했다”며 “MICEambassador 위촉을 통해 부산 MICE산업 발전에 기여한 인사들에 대한 보상을 제공하고 향후 지속적인 사명감과 자부심을 가질 수 있도록 하기 위해 매년 선정할 계획”이라고 말했다. ★



체험상품 위주 테마별 상품 안내 브로셔 발행

국제회의 참가자 위한 '인천 MICE 테마 관광'

인천컨벤션뷰로(ICVB)는 국제회의 참가자들을 대상으로 다양한 체험을 통해 인천의 역사문화를 경험할 수 있는 이색적인 관광프로그램(Incheon Business & Activities)을 선보였다.

인천컨벤션뷰로는 인천아시아경기대회 후광효과를 지속하고 지역 MICE산업 활성화를 위해 국제회의 참가자를 대상으로 2시간, 4시간, 6시간, 종일 코스 등 소요 시간 별로 즐길 수 있는 30개 테마관광 프로그램을 개발해 도보 여행 지도와 테마 여행 가이드 북 형태로 제

작해 배포하고 있다.

이들 상품 중 특히 ▲한국의 해장 음식을 체험할 수 있는 舊송도지역의 해장코스(Hangover), ▲자연 속에서 만찬행사를 즐길 수 있는 시티 캠핑(City Camping), ▲독보적인 시뮬레이션 기술을 자랑하는 한국 스크린 골프(Screen Golf) 체험, ▲짜장면, 냉면, 쫄면 등 원조 누들을 맛 볼 수 있는 누들 파이터(Noodle Fighter), ▲야생 산나물을 채취해서 직접 비빔밥을 만들어 먹을 수 있는 덕적도의 야생 비빔밥(Wild Bibimbap) 등 독특한 체험 활동이 포함되어 있어 한국의 라이프 스타일을 체험하고 싶은 외국인 참가자들에게 인기가 있을 것으로 기대된다.

인천컨벤션뷰로는 또한 송도센트럴공원의 '9경 스탬프 레이스(9 Spots)', 송도해돋이공원의 이인삼각(二人三脚)으로 진행되는 '그린 바이크 레이스(Green Bike)' 등 이색적인 팀빌딩 프로그램을 개발하여 인센티브 단체, 기업회의 등을 적극 유치할 계획이다.

인천컨벤션뷰로는 이들 테마 관광 상품외에도 국제회의 성격과 참가자들의 관심을 반영한 다양한 맞춤형 테마 관광 상품들을 제공해서 큰 호응을 얻고 있다. 지난 10월 개최된 「제3차 세계동물보건기구 표준실험실 및 협력연구센터 회의(OIE 2014)」의 참가 외국인의 60%는 인천 강화 여행을 통해 DMZ강화평화전망대에서 북한을 육안으로 조망하고 인삼 한 뿌리가 들어간 강화삼계탕의 매력에 푹 빠졌으며 화문석 만들기 체험을 하였다. 또한 도심생물다양성(URBIO) 국제회의의 2014의 참가자들을 위해서는 저어새 관찰, 갯벌 체험 등 도심생태관광 프로그램을 기획해 지원했다.

인천컨벤션뷰로 관계자는 “국제회의 참가자의 특성을 고려한 다양한 인천MICE테마관광을 지속적으로 개발하고 테마관광서를 운영을 통해 실질적인 지역경제 활성화에 기여하겠다”며 “지역상권과 연계하여 개발한 인천 시티패스(Incheon City Pass) 활성화에도 주력할 계획”이라고 밝혔다. ★



최고 국제 비즈니스 미팅 도시로 우뚝

비즈니스 트래블러誌, 서울 3년 연속 선정



서울시가 미국의 유명 글로벌 잡지인 비즈니스 트래블러(Business Traveler, USA)지에서 개최하는 ‘2014 Best in Business Travel Awards’에서 ‘최고의 국제 비즈니스 미팅 도시상(Best International Business Meetings Destination)’을 3년 연속 수상하는 영광을 안았다.

‘Best in Business Travel Awards’는 1988년부터 매년 세계 최고의 비즈니스 미팅 도시 및 항공사, 호텔, 공항, 운·수송 관련 60개 분야를 시상하는 MICE·관광분야의 권위 있는 상으로, 선정은 전 세계 주요 비즈니스 관광객인 독자들의 투표로 이루어진다.

비즈니스 트래블러지는 2012년 “이 상을 수상하기 위해서는 까다로운 고객들로부터 최고임을 인정받아야만 가능하며, 우리 독자들은 전 세계 비즈니스 관광객을 대표하여 엄중한 평가를 내리기 때문에 수상결과는 더욱 의미 있다”며 “행사 참가자와 주최기관에 있어 그 행사가 개최될 도시를 선정하는 것은 매우 중요한 일인데 이 부분의 수상대상은 풍부한 경험, 뛰어난 기술과 다양한 엔터테인먼트를 바탕으로 당신의 행사를 멋지고 성공적으로 이끌 수 있는 노하우와 능력을 갖추고 있다”고 강조했다.

서울시는 국제협회연합(UIA, Union of Intranational Association) 기준, 2010~12년까지 3년 연속 5위 컨벤션 개최도시에서 올해 6월에 발표한 2013년 결과에서는 세계 4위로 상승하는 등 ‘세계적인 MICE 개최지’로서의

국제적 인지도가 지속적으로 상승하고 있다.

이러한 성과를 기반으로 서울시는 세계 3위의 MICE 도시로 도약하기 위하여 공격적인 유치마케팅을 시행한 결과 ‘2018 세계비노기과 총회’ ‘2018 제10회 세계헌법학회 세계대회’ 등 각 분야별로 권위와 규모를 자랑하는 MICE 행사를 유치하는 성과를 거뒀다.

또한 서울에서 지속적으로 개최되며 미래 성장 가능성이 높은 대표 MICE를 선정하고 향후 3년간 집중 육성하는 한편, 해외 홍보마케팅 활동 및 해외 비즈니스 방문객 환대를 강화해 나갈 계획이다. 특히 서울에서 개최되는 MICE의 성공적인 개최와 참가자 만족도 제고를 통한 재방문율을 높이기 위하여 지원금을 통한 재정 지원뿐만 아니라 『서울 홍보관 운영 및 전통문화 체험』, 『맞춤형 서울 관광프로그램 개발』, 『프리미엄 해설 전문가 운영』 등 다양한 정책을 마련해 지속적으로 지원할 예정이다.

서울시 강태웅 관광정책관은 “이번 수상을 비롯해 최근 MICE도시로서 서울이 주목받고 있는 것은 세계에 MICE도시로서의 매력을 알리기 위해 서울시가 발로 뛴 결과”라며 “서울을 방문하는 외국인들이 편리하고 성공적으로 회의와 비즈니스를 하는 동시에 편히 쉬고 즐겁게 관광할 수 있는 도시가 되도록 지속적으로 관광 인프라를 확충하고 서울만의 매력적인 관광 상품을 개발하는 등 세계 최고 MICE도시로 도약하기 위한 기반을 다질 것”이라고 말했다. ★

강연과 다채로운 이벤트로 생생한 네트워킹

2014 서울 MICE WEEK

MICE산업에 대한 시민의 관심을 유도하고 업계 관계자 및 학생들에게 교육 현장을 제공하기 위해 서울시 주최 ‘2014 서울 MICE WEEK’가 지난해 12월 3일부터 4일까지 서울시청에서 개최됐다.

이번 행사는 일반 시민을 비롯해 중고생 및 대학생과 업계 및 학계 관계자들을 대상으로 개최됐으며 각종 포럼과 TED강연, 업계 토크콘서트 등이 마련됐다. 개막과 함께 진행된 ‘대학생 서울 MICE 클러스터 발대식’에선 대학생 연합 MICE학술단체인 ‘DYME’이 그간의 활동내역을 소개했으며 체계적 클러스터를 확장해 갈 것을 다짐했다.

청소년 멘토링 세션은 고교생팀과 외국인팀, 대학생팀 등 3개 팀으로 나뉘어 각자 주제에 따라 발표를 하고 멘토의 조언을 듣는 시간으로 구성됐다. 팀별 발표

는 20분간 진행됐고 멘토로 참여한 김대관 경희대 교수와 민민홍 한국관광공사 실장의 조언이 10분간 이어졌다. MICE TED강연에선 MICE업계 종사자들의 경험담이 공개됐으며 포럼에선 MICE산업의 지속가능성에 대해 논의했는데 국내 관계자뿐만 아니라 해외에서 방문한 MICE관계자들도 지속가능성에 대한 의견을 공유하기도 했다.

토크 콘서트에선 다양한 각도에서 우리나라 MICE산업을 객관적으로 바라볼 수 있도록 했다. 메뉴에 대한 이야기와 외국인이 본 서울의 매력, MICE산업의 미래주역에 대한 주제에 맞춰 해외 전문가들의 진솔한 이야기가 이어졌다. 강연행사 뿐만 아니라 서울 MICE사진 공모전과 MICE사진 전시회, MICE멘토링 홍보부스, 서울 MICE희망나무 이야기 이벤트 등도 부대행사로 마련됐다. ★

다양한 프로그램으로 170개 회원사 협력 다져

2014 Seoul MICE Alliance 연례회의

2014 서울MICE얼라이언스 연례회의가 지난해 11월 27일 JW메리어트 동대문스퀘어에서 개최되었다. SMA 회원사 임원 및 실무자 등 266명이 참여한 본 행사는 교육세션과 연례회의 순서로 진행되었으며, 서울MICE얼라이언스 170개사 회원사간 협력을 다지는 다양한 프로그램들이 마련되었다.

교육 세션에서는 SMA 회원사 경쟁력 강화를 위해 ‘문화의 시대와 우리문화유산’(고려대 변영섭교수)과 ‘Mining Minds - 빅데이터, 욕망을 읽다’(다음소프트 송길영 부사장)등 강연이 진행되었다.

이어 연례회의에서는 서울시의 MICE 정책 소개, 2014년도 서울MICE얼라이언스 활동보고와 내년도 주요 사업계획이 공유되었다. 또한 우수 활동회원사 7개사

대상 감사패 시상 및 MICE유치(시설/운영)분과, MICE 지원분과, 유니크메뉴분과 등 각 분과대표 소개가 있었다. 총괄대표로 선정된 MICE지원분과 TSM의 서원준 대표는 서울 MICE산업 발전을 위한 SMA의 역할이 중요하다고 말하면서, 최고의 MICE 도시를 만드는데 협력할 것을 강조하였다.

SMA는 서울의 MICE 산업체 간 공조체계를 강화하고 MICE 유치 경쟁력을 높이기 위해 2011년 결성되었으며 해마다 회원사 수가 확대되어 올해 30개사가 신규 가입해 총 170개사로 확대됐다. 서울 MICE 얼라이언스는 해외 MICE 전문박람회 공동참가, 국제기구 서울 현장 답사 지원, 미디어 초청 팸투어 공동진행 등 MICE 유치를 위해 공동협력 사업을 전개 해오고 있다. ★

전세계 복싱 권위자들 제주서 한자리

국제복싱협회총회 및 세계여자복싱선수권대회



제주특별자치도와 AIBA(국제복싱협회), 대한복싱협회가 공동으로 주최하는 ‘2014 AIBA 세계총회’와 ‘AIBA 세계여자복싱선수권대회’가 제주에서 연이어 개최됐다.

AIBA 세계총회는 지난해 11월 9일부터 15일까지 7일간 ICC JEJU에서 141개국 1000여명이 참가한 가운데 AIBA 차기회장 및 부회장 등 집행부 임원선출, 4년간의 사업보고, 정관 및 관련규정 개정승인 등의 안건회의로 진행됐다.

매 4년마다 개최되는 AIBA 총회는 전세계 복싱을 관장하는 각국 대표들이 참가, 복싱의 부흥과 발전을 논의하는 회의 이외에도 국제 스포츠 교류의 장으로서 스포츠 외교행사 역할을 하고있다.

세계여자복싱선수권대회는 11월 13일부터 25일까지 75개국 600여명이 참가한 가운데 치러졌다. 경기에는

45kg에서 85kg까지 9개 체급별로 진행되었으며, 선수 334명과 코치진 146명등이 참가하였다.

한편 AIBA는 IOC 산하기구로서 복싱종목 올림픽 및 아시안게임 출전권을 관장하는 유일한 국제기구로 지난 1946년 창립되었다. 우리나라는 1947년 가입하였으며 회원국은 아시아 44개국, 유럽 51개국, 아프리카 48개국, 아메리카 40개국, 오세아니아 19개국 등 총 196개국이다.

제주컨벤션뷰로 관계자는 “이번 총회와 선수권대회를 통해 제주가 스포츠 분야 MICE개최지로서 충분한 강점을 가지고 있다는 것이 입증되었다”며 “향후 스포츠 외교분야 총회를 지속적으로 유치해 제주의 스포츠 외교력 향상 및 스포츠 관광객 창출을 통한 지역 경제 활성화에도 기여할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다. ★

최근 몇 년간 우리나라 산업계 화두는 융·복합이다. MICE는 각기 다른 산업과 사람들이 만나 완성되는 대표적 융·복합산업이다. 그 속에 존재하는 사업체들 역시 융·복합으로 완성될 때 경쟁력과 의미를 더한다.

융·복합 트래블센터 ‘명동트래블센터&비즈니스라운지’가 개관했다. 내·외국인을 위한 비즈니스라운지를 겸한 트래블센터인 명동트래블센터&비즈니스라운지는 서울의 대표적 상업, 관광, 금융, 쇼핑, 비즈니스 등 서비스산업 중심 지역에 위치한 명동 프린스호텔 2층에 자리 잡고 있다.

‘명동트래블센터&비즈니스라운지’가 융복합으로 불리는 이유는 다양한 서비스 때문이다. 우선, 트래블센터 서비스다. 서울시 명동 관광 특구에 위치해 내·외국인

관광객에 대한 여행지 안내 및 여행상품 예약, 티켓판매 등 신개념 종합여행 서비스를 제공하고 있으며 영·중·일 등 외국어가 가능한 직원이 상주해 국내외 방문객들에게 최고의 여행정보를 제공한다. 두 번째는 비즈니스 서비스다. 호텔 뷔페식 조식을 제공하고 미팅룸 및 회의실, 간담회실이 준비돼 있어 많은 이들이 봄비는 명동 가운데서도 비즈니스 회의는 물론 직장 모임, 회식, 송년회, 가족모임 등 소규모 연회가 가능하다.

세 번째는 성형, 건강, 미용을 위해 한국을 찾는 관광객을 위한 의료관광센터 서비스다. 이 곳에서는 고객 개인의 니즈를 고려한 맞춤 의료기관을 추천하고 이용에 불편함이 없도록 메디컬컨시어지(예약, 상담, 접수) 서

명동트래블센터 & 비즈니스라운지

PREMIUM *Travel* CENTER
BUSINESS
LOUNGE



비스를 제공하고 있다.

마지막으로 내·외국인 관광객이 보다 편리하고 알뜰하게 여행을 즐길 수 있도록 선불식 관광카드인 Kpass를 판매한다. Kpass는 교통과 쇼핑, 숙박과 관광을 하나로 연결하는 원스톱 투어서비스를 제공하고 주요 관광지에 위치한 약 200여 개의 Kpass 특별할인 가맹점에서 최저 5%~60%까지 할인 받을 수 있어 트래블센터를 방문하는 관광객에 제공하는 편의서비스를 한 단계 업그레이드 했다. 명동 트래블센터에서는 외국인을 위한 Wifi, 심카드, 시티투어 등 여행상품 안내 및 판매 그리고 항공권 예약발권, 숙박예약 등 다양한 컨시어지 서비스를 제공하고 있으며 인천공항, 김포공항, 서울역, 홍대 등 주요 거점을 연계한 외국인들의 편의 서비스로 수화물 보관 서비스를 제공해 주고 있다.

이와 함께 국내 롯데 등 주요 카드사와 제휴를 통해 VIP이용자들에게 트래블센터 이용권을 제공하고 있다.

“2014년 8월 오픈 준비에서부터 현재까지 쉼 없이 달려 왔습니다. 한국에서 처음으로 시도되는 트래블센터와 비즈니스 라운지를 겸하는 종합서비스인 만큼 새로운 분야를 개척하는 개척자의 심정으로 시작했습니다.”

지난해 9월 개관한 명동트래블센터&비즈니스라운지. 첫해 소회를 묻는 질문에 대한 김응복 본부장의 대답이다. 그는 오픈과 동시에 연말을 맞아 각종 연회 행사를 진행하면서 힘든 점도 있으나 최초인 만큼 긍지와 자부심을 갖고 임하고 있다고 덧붙였다.

기억에 남는 행사를 묻자 김 본부장은 “개관한지 채 6개월이 되지 않았지만 융복합에 걸맞은 행사가 이어지고 있다”며 “지난해 10월에 있었던 MICE연계 복지관광이 특히 기억에 남는다”고 답했다.

“문화관광 예술의 활동이 높아지면서 상대적으로 문화생활을 누리기 어려운 사회계층을 대상으로 일자리 창출 및 지역경제 활성화에 기여하고자 치른 연회행사로 융복합 시설답게 단순 관광이 아닌 다양한 프로그램을 준비해 저희 시설의 특징을 다시 한 번 확인할 수 있었죠. 문화생활을 누리기 어려운 사회계층을 대상으로 해 더욱 큰 보람을 느꼈습니다.”

완벽한 서비스는 없는 법. 언제나 부족하다는 생각으로 더 나은 서비스를 고민한다는 김 본부장은 “최초로 운영되는 융복합 트래블센터기 때문에 시행착오가 많



다”며 “첫해를 무사히 보낸 만큼 올해 더 나은 서비스로 고객을 만나기 위해 고민하고 있다”고 밝혔다.

“2015년은 서울을 찾아온 많은 관광객들이 단순한 여행정보 서비스만이 아닌 서울 명동에 가면 편안하게 관광안내를 받고 휴식할 수 있는 공간으로 거듭나기 위해 부단한 노력을 계속 할 것입니다. 또한 금융기관, 외국계 항공사, 공공기관, 기업체 등에 최적의 솔루션을 제공하여 실용주의에 기초한 서비스 확산을 통해 차별화된 서비스, 지속 가능한 아이디어 실현을 구현해 대한민국 최고의 트래블센터가 되도록 노력하겠습니다.” ★ 글 박기범

관광객 중심의 호텔은 투숙객이 편하게 쉴 수 있도록 객실과 편의시설 중심으로 운영되어 왔지만, MICE산업의 비중이 높아지면서 호텔은 변화의 압력을 받고 있다. 국내 호텔들의 변화 방향을 외국인의 관점에서 살펴보기 위해 경력 27년차인 노보텔 앰버서더 수원(이하 NAS) 총지배인인 티에리 르 포네(이하 티에리)씨를 만났다. 티에리 지배인은 프랑스 출신으로 파리 호텔스쿨 졸업 후 10년간의 유럽 근무를 비롯해 캄보디아, 베트남 등 총 27년간 근무경험을 가지고 있으며 2008년 노보텔 앰버서더 대구 오픈을 계기로 한국과 인연을 맺기 시작했다.

MICE산업의 확산에 따라 호텔 업계에서 어떤 변화가 있는가?

“2000년대 이후 한국에서도 MICE 산업이 급격히 발전하면서 양적인 증가 외에도 투숙객의 구성이 변화하고 있다. 인센티브 투어의 경우, 예전에는 임원진 중심의 소규모 인원이 4~5일간 한 곳에서 일정을 소화했지만, 최근 과장급 이하로 확대된 대규모 인원이 여러 곳을 방문하면서 체류 기간이 2~3일로 줄어들었다. 또한 1회 미팅·행사시 방문하는 인원 규모도 늘어나 행사시설 면적이 증가되는 등의 환경 변화가 발생하고 있다. 이러한 변화에 맞춰 호텔이 생존하기 위한 변화의 압력도 높아지고 있다.”

그렇다면 MICE 특화 호텔에서 갖춰야 할 시설이나 서비스는 어떤 것인가?

“먼저 호텔 객실 종류를 단순화해야 한다. 관광업 중심이라면 투숙객들이 자기 수준에 맞춘 객실 선택을 할 수 있도록 다양한 유형의 객실이 필요하지만, 대규모 인원이 방문하는 MICE행사시에는 방 배정 작업을 단순화하고 표준화된 서비스를 제공하기 위해 임원용 스위트룸과 일반 참가자용 트윈룸·킹 베드룸 중심의 2~3개 유형으로 구성되는 것이 유리하다.

두 번째는 접근성이다. 숙소가 외진 곳에 있거나 회의장-숙소까지 거리가 너무 멀면 외국이나 타 지역에서 방문하는 참석자들은 불편함을 느끼게 된다. 또한 단체 이동이 많은 행사 특성상 버스를 이용하는 경우가 많지만 버스 주차장을 별도로 보유한 호텔은 드물어서 실질적인 접근성이 떨어지는 경우가 많다. 우리 NAS는 설계

“급변하는 환경에 맞는 호텔의 진화 필요”

티에리 르 포네
노보텔 앰버서더
수원 총지배인



부터 이러한 점을 고려해 버스 주차장이 설치됐으며, 호텔 바로 옆의 수원역(KTX)을 이용한 국내 접근성 및 인천공항(공항 리무진)을 통한 국외 접근성도 높다.

마지막으로 행사가 직접 진행되는 연회장(볼룸)뿐만 아니라 연회장 주변의 Pre-Function 공간이다. 행사

경험이 적은 사람일수록 연회장 면적 및 수용 가능인원만을 중시하는데 커피타임 네트워킹, 참가자 등록대·기업홍보부스 설치 공간 등으로 다양한 활용이 가능하기 때문에 충분한 면적의 Pre-Function을 확보할 필요가 있다.”

MICE산업에서의 한국이 가진 장점이라면.

“문화(한류)와 안전성이라고 생각한다. 태국의 경우 2000년대 초반에는 한국에 대한 정보를 얻기 힘들었으나 최근에는 태국 젊은이들 사이에서 한국을 동경하는 분위기가 확산됐다. 태국 등 동아시아를 넘어 전 세계로 한류가 확산되면서 한국에 대한 긍정적인 이미지가 형성돼 인센티브 투어 목적지로 한국을 선택하는 경우도 늘고 있다.

K-pop 중심의 한류뿐만 아니라 5천년의 역사를 가지고 있어 전국에 문화유산이 분포됐기 때문에 어느 지역에서 행사를 개최해도 쉽게 옛 문화를 접할 수 있다는 점도 장점이다. 또한 한국이 안전한 나라인 것도 MICE 산업에서 큰 장점이다. 외국인들에게 적대적인 문화를 가지고 있는 나라라면 국제 행사를 치르기 어렵기 때문이다. 또한 밤 10시만 넘어가도 도보 산책이 곤란한 몇몇 국가와는 달리, 밤 12시가 넘어서도 안전하게 돌아다닐 수 있는 국가는 많지 않다.”

그렇다면 한국이 MICE산업에서 부족한 것은?

“한국은 이미 현대식 행사장·기술 지원 등 외형적인 면은 잘 갖췄지만 사회적으로 경직된 문화 탓에 가지고 있는 문화적 잠재력을 잘 발휘하지 못하고 있다. 다양한 문화체험 프로그램을 운영해서 참가객들이 문화체험·액티비티에 참여할 수 있도록 해주면 좋다고 생각한다.

고층 빌딩이나 대형 쇼핑몰 등 모던함도 한국이 가진 장점이지만, 어느 나라에서나 볼 수 있기 때문에 외국 관광객을 끌어오려고 하면 한국의 매력을 좀 더 잘 전달할 수 있는 프로그램을 운영할 필요가 있다.

예를 들어 조선시대에 건축된 수원화성은 수원 시민에게는 일상적이겠지만 외국인들에게는 충분히 인상적이기 때문에 수요는 충분하리라 생각된다. 잘 구성해서 상품으로 만들면 좋은 결과가 기대된다. NAS와 거리도 멀지 않아 호텔 투숙객들은 점심식사 후 화성 구경 후

커피를 마시고 호텔에 복귀해도 3~4시면 충분하다. 마찬가지로 대구 사람에게 좋은 관광지를 물어보면 없다고 이야기하지만, 외국인인 내 눈으로 보면 멀리 떨어지지 않은 경주 왕릉 등 다양한 문화재료가 있다. 또한 제주도가 중국인 대상으로 비자를 면제함으로써 중국발 인센티브 투어 유치가 쉬워진 것처럼, 하드웨어를 확보하기 위해 많은 시간과 비용을 들이는 것 보다, 정책·규칙 등 소프트웨어를 바꿔서도 동일한 효과를 얻는 것도 좋은 방법이라고 생각한다.”

NAS는?

쇼핑몰·엔터테인먼트·영화관·복합교통시설이 갖춰진 한국 최초의 호텔로 위치 면에서 한국 최고라고 생각한다. 예를 들어 투숙객이 급하게 기념품을 구입하기를 원할 때 우리는 바로 옆에 있는 백화점으로 안내해 원하는 제품을 구입할 수 있게 도와줄 수 있다. 이밖에도 여행·영화관람·연회 등 모든 것들을 한 장소에서 해결할 수 있다. 이렇게 우수한 접근성을 잘 살려 서울을 비롯한 안양·과천·평택·분당 등 인근 지역의 행사 유치에도 적극 노력할 예정이다. 물론 이 지역에도 좋은 호텔들이 많이 있지만 경쟁을 통해 더 발전할 수 있다고 생각한다.

또한 새로운 노보텔의 컨셉(뉴 제네레이션)과 컨템퍼러리적인 요소를 많이 반영해 다른 국내 노보텔 호텔들보다 인테리어나 건축적인 면에서 훌륭하다고 생각하며, 호텔 초기 디자인 단계부터 충분한 논의를 거쳐 MICE 산업에 필요한 시설들이 잘 반영됐다. 물론 삼성전자가 큰 고객이지만 BASF R&D 센터·LG 클러스터 등을 비롯해 40여개 외국계 기업들이 경기남부·수원·화성에는 있다는 점을 고려하면 유일한 고객은 아니다. 실제로 12일 그랜드 오픈 후 19일 그랜드오픈 세레모니까지 1주일 동안 기업행사들로 예약이 완료될 정도로 기업 행사들이 많이 진행된다.

최근의 여행 트렌드는 숙박비를 절감하고 식비·활동비를 증가하는 추세이다. 우리 브랜드를 이용하는 것은 편리성과 경제성을 동시에 살릴 수 있는 좋은 기회이다. 노보텔이라는 브랜드를 믿고 찾아오는 고객들의 기대를 충족시켜주는 것이 최고의 마케팅 전략이라고 생각한다. ★

도쿄의 새로운 시도와 국제본부 주도형 회의의 과제 세계변호사협회 (IBA)연차 총회

고다 가쓰코(戸田加壽子)
동경관광재단
컨벤션 사업부 차장



해외참가자 5650명을 포함해 6300명이 참여한 IBA(세계변호사협회) 연차총회가 성공리에 끝났다. 도쿄에서 개최된 이번 회의는 비즈니스 회의로서는 최대급 국제 회의였다. 이번 회의는 런던에 있는 IBA(International Bar Association)와 Judy Lane Consulting(JLC)이 모두 책임지고 관리했다는 점이 통상적인 국제회의와 달랐다.

최근 도쿄에서는 국제본부가 해외의 코어(Core) PCO를 사용해 운영 전체를 책임 지고 관리하는 '국제본부 주도형 회의'가 증가하고 있다. 국제본부 주도형 회의에서 는 국제본부가 운영 방법에 관해 정해진 기준(standard)을 개최지에 요구해 온다. 그들의 기준에 맞출 수 없는 도시는 이후 국제 경쟁에 나갈 자격이 없게 된다. 유럽, 미국, 호주의 도시는 물론, 아시아에서도 싱가포르, 상해, 서울, 쿠알라룸푸르, 두바이 등의 도시는 이미 이러한 모델로 대응을 진행하고 있다. 이에 따라 도쿄도 세계 로부터 글로벌한 국제회의 개최 도시라는 인정을 받기 위해 IBA 연차 총회를 성공 시키지 않으면 안되는 상황이었다. 본 원고에서는 IBA 연차 총회에 즈음해 도쿄가 실시한 새로운 시도(trial)를 소개함과 동시에, 개최 도시 컨벤션뷰로의 입장에서 보는 과제를 담고자 한다.

〈회의 개요〉

회의장 도쿄 국제 포럼

회기 10월 19일 (일) ~ 24일 (금)

주최 국제 법조 협회(International Bar Association [IBA], 본부 : 런던)

- Core PCO : Judy Lane Consulting(JLC, 본사 : 런던)
- Working Session 수 : 200
- Welcome Reception 참가자 수 : 약 4,000명
- 멤버 등록비 : £1,690 ~ £2,280 [약 30~40만 엔] (등록비는 신청시기에 따라 다르다.)
- 등록자수 : 6,300명 (그 중 해외 5650명)
- 공식 Social Function 수 : 60+
- VISA 신청 건수 : 약 1500건

유치 경위

2014 IBA 연차총회는 시드니와의 격렬한 유치 경쟁 결과 2008년 3월 IBA 이사회에서 도쿄가 개최지로 선정됐다. 외무성, 관광청, 도쿄도, JNTO, 도쿄 국제 포럼(forum), 도쿄 관광 재단이 조직위를 구성, 유치 활동을 전개한 것은 도쿄로서는 최초의 일이었다. 투표 전에 작성된 본부의 리포트에서는 상대적으로 회의장 비용 등의 원가(cost)가 싸고 언어와 상(업)관습의 벽도 없는 시드니가 단연 우위인 상황이었다. 도쿄는 수상, 법무대신, 외무대신, 도지사가 초청장을 보냄과 동시에 도쿄개최의 의의와 개최지 매력에 대한 페이지, 시찰시의 프레젠테이션, 재외공관 등에 의한 로비 등을 통해 어필함으로써 역전 승리를 할 수 있었다.

세 가지 시도(trial)

도쿄 국제 포럼의 로비 갤러리(lobby gallery)와 전시홀을 이용한 첫 리셉션(reception)

IBA 연차총회 이벤트 중에서 가장 중요한 것이 웰컴 리셉션이다. 1년 만에 법조 관계자가 모여 개최지에서 다양한 기획과 함께 참가자들이 네트워킹을 즐긴다. 웰컴 리셉션이 성황리에 치러질 경우 회의 전체의 평가가 결정된다고 해도 좋을 것이다. 이전에 치러진 보스턴 대회에서는 보스턴 미술관이 웰컴 리셉션 회의장이 되고 약 4000명이 보스턴 미술관의 그림 앞에서 파티를 즐겼다.

그런데 도쿄는 어떨까? IBA는 보스턴 미술관에 필적하는 유니크 메뉴로 건축적으로 훌륭한 도쿄국제포럼 유리(glass) 용마루의 로비 갤러리(lobby gallery)와 지상 광장에서 리셉션을 희망했으나 이제까지 파티가 열린 적이 없고 로비 갤러리와 지상 광장을 이용하기 위한 조정이 관계기관과 협의되지 않은 상황이었다.

운 좋게 도쿄 올림픽·패럴림픽의 개최 결정 직후였던 것도 있고, 관계 기관의 전례 없던 대응이 적극적이었기 때문에 특별히 협력해주었다. 덧붙여 회의 장소에 대한 주변 관계자와의 끈질긴 조정 역시 결정에 영향을 미쳤다.

기상 상황을 고려해 전시홀을 주요 회의장소로, 로비 갤러리를 위성(satellite) 회의장소로하기로 결정했으나 3000명이 넘는 파티 공간으로는 비좁았다. 로비 갤러리, 2000 전시홀 전 공간(런치 회의장으로 설립하여 운영), 3000 전시홀(등록, 전시 회의장으로 설립하여 운영)의 전시회 통로 부분을 개회식 중간에 파티 회의장으로 변경시킬 필요가 있었다. 참가자는 개회식 전까지 전시회장과의 통로였던 장소가 개회식 후에 파티 장소가 되어있는 것을 보고 놀랐을 것이다. 회의장을 짧은 시간에 전환시킨다고 하는 이번 DMC 'MCI-JCS Japan'의 아이디어는 일본인의 치밀함과 뛰어난 솜씨를 어필한 기회가 되었던 셈이다.

실제 회의장은 사람으로 넘쳐나는 대성황을 이루었다. 도쿄 도는 옛 세공, 일본 옷을 만드는 사람을 리셉션 회의장에 파견, 참가자들의 호응을 얻기도 했다. 그 외 가부키를 흥내 낸 요사코이소런 팀, 사자무(사자춤), 켄다마(죽방울) 퍼포먼스로 리셉션의 흥을 돋구는 등 첫 이벤트는 대성공이었다.

도쿄도는 재단과 연계해 '유니크 메뉴를 활용한 리셉션'으로 다양한 지원을 했다. 더구나 이번 로비 갤러리에서의 리셉션은 시험적인 것으로 규정돼 다음에도 같은

형식으로 이뤄질 수 있을지 어떨지는 미정이다.

丸の内(마루노우찌) 비즈니스 이벤트 선진지역의 전면 지원

6300명의 회의 참가자를 환영하는 일에 마루노우찌 지역도 함께 움직였다. IMF/세계은행총회가 연달아 열린 마루노우찌 지역은 도쿄도의 '비즈니스 이벤트 선진 지역'으로 지정을 받았고 새로운 시도로서 마루노우찌 사이 대로(통로)의 오픈카페 이벤트를 개최함과 동시에 IBA 행사용으로 '마루노우찌 가이드'를 제작했다. 오픈 카페는 회의기간 중에 지속적으로 열렸고 참가자는 중간에 개방적인 공간에서 네트워킹을 즐겼다. Marunouchi Walking Paradise라고 명명돼 IBA 회장을 비롯한 임원들은 크게 기뻐했다. 기획도 그렇지만 외국인에게 어필하는 매력적인 네이밍도 중요한 일이다. 마루노우찌의 36개 점포를 지도와 함께 소개한 마루노우찌 가이드도 참가자를 기쁘게 했다. 이번 시도는 도쿄 국제 포럼을 옹호하는 마루노우찌라는 지역을 세계에 알리는 좋은 기회였음에 틀림없다.

참가자로부터 호응받은 학생 봉사자(Volunteer)

재단은 JLC로부터의 의뢰를 받고 학생 봉사자에 의한 회의장 및 주변 안내를 처음으로 시도했다. IMF 세계은행총회 때도 많은 학생 봉사자가 활약했지만 이것은 재무성이 모집하고 PCO가 운영했던 것이다. IBA는 국제 본부가 주최하는 회의이기 때문에 인적 자원(man power)을 가지지 않은 일본에서 자원 봉사자를 모으는 것은 어렵다. 재단 담당자가 다섯 대학에 의뢰해 학생 봉사자를 모집한 결과, 28명의 학생 봉사자가 협력하게 되었다. 학생에게는 교통비와 점심만 지급했지만 학생들은 안내 대응을 훌륭하게 마쳐줬다. 휴식 시간을 제외하고 거의 선 채로 안내를 해서 피곤했겠지만 싫은 내색 한번 한 적이 없었다.

참가자·JLC·IBA 모두가 학생 봉사자를 칭찬했는데, 이번 대회를 가장 인상 깊게 한 것이 학생 봉사자라고 해도 과언이 아니다. 도쿄의 환대(hospitality)를 세계의 법조계 관계자에게 인상 깊게 할 수 있던 계기라고 생각한다.

본부 주도형 회의 개최에서 나타난 일본의 과제

국제회의의 VISA 문제는 여전한 과제

국제본부 주도형 회의인 까닭에 우선 떠오른 문제가 비자 신청이다. 이번에는 해외 5650명의 참가자 중 1500명에게 비자 신청수속이 필요했다.

일본은 현재 66개국을 비자 면제국으로 하고 있다. 그 외의 나라에서 온 참가자는 비자 신청이 필요하다. 근래 중국과 동남아시아 여러 나라로부터의 관광 비자가 완화되는 경향에 있지만 국제회의 참가라는 관점에서는 거의 완화되어 있지 않다. 따라서 비자 면제국 이외에서 회의 참가 목적으로 초빙할 경우, 소위 '3점세트(신원보증서, 초빙 이유서, 체재 일정표 등)'를 일본의 주최자가 준비해야 한다.

통상 국제회의를 주최할 경우 비자 신청을 위한 서류 작성은 국제회의 전체 예산에 편성되고 PCO와 여행회사가 서류작성을 하는 것이 일반적이다. 이번에는 일본

의 주최자가 서류 작성 경비를 예산화하고 있지 않을 뿐 아니라 IBA 본부도 예산화를 하고 있지 않다.

비자 신청 수속 대행업무가 공중에 뜨게 된 상황이었다. 국내 주최측의 강한 움직임 덕분에 관계 기관이 협력했고 일본인에 의한 신원 보증서가 회의 전체에 대해 한통으로 끝나는 방식(통상은 한 사람에 한 통)이 되었다. 국제 본부 주도형 회의라 하더라도 개최지 주최자 단체와의 협력과 원조는 불가결하다는 것도 명확해졌다.

IBA 연차 총회의 경우 국내 주최측과 일본변호사연합회의 여러 기관에 대한 영향력이 대부분의 불가능을 가능하게 했던 것도 인상 깊다. 국제회의의 비자 취득에 관한 것은 국제 본부 주도형의 회의가 증가하는 중이므로 신청수속의 간단화 등을 관계기관과 함께 검토해 갈 필요가 있는 것은 아닐까 생각한다.

PCO에서 DMC로

국제 본부 주도형의 회의에서는 해외의 Core PCO가 운영을 도맡아하기 때문에 개최지에서 필요로 하는 것은 PCO가 아니라 DMC이다. IBA 연차 총회에서는 런던의 JLC가 Core PCO, 도쿄의 MCI-JCS Japan이 DMC의 역할을 담당하게 되었다.

국내 DMC에는 영어대화능력은 물론, 회의장 기재, 음료, 수송 등의 노하우가 요구된다.

주체별 역할분담

Player	주요 역할					
IBA (국제 본부)	· 전체 관리 · 전시	· 등록 업무 · 스폰서 모집	· 회의 프로그램 · 사고 행사	· 연설자와의 조정 · 예산 관리	· 각종 제작물	
JLC (Core PCO)	· DMC 담당 업무의 관리		· 조정	· 숙박관리	· 본부와 호스트 코미티와의 연락 조정	
MCI-JCS Japan (국내 DMC)	· 회의장과의 연락 조정 · 회의장 내 싸인 · 설비	· 기재 수배 · 위원회마다의 런치·디너의 운영(메뉴 관리 포함) · 요원	· 수송 · 통역수배	· 사교행사(개·폐회식, 각종 리셉션)	· 일부 제작물	

국제본부에 의한 도쿄의 평가와 컨벤션 뷰로의 역할

이번 회의는 대성공이었고 참가자로부터 일체의 불만이 없었던 회의였다. JLC와 IBA 전시 담당 디렉터는 도쿄 국제 포럼의 서비스 레벨에 'Excellent'라는 평가를 내렸다. 한편 IBA의 컨퍼런스 디렉터가 도쿄 전체의 운영을 평가한 코멘트는 "You are almost there"였다. 도쿄는 서비스 레벨은 높지만 IBA가 생각하는 글로벌 스탠다드에 비추어 보면 도달하고 있지 않은 부분도 있다. 우리들은 IBA 연차 총회로부터 무엇을 배워야 할까?

앞으로 국제 본부 주도형 회의가 점점 더 증가하고 2020년 올림픽·패럴림픽에 향해서 해외의 미팅 플래너와의 비즈니스도 증가해갈 것으로 예상된다. 해외 주최자나 미팅플래너의 비즈니스 스타일을 이해할 필요가 있다. 컨벤션 뷰로는 이번 IBA 연차 총회와 같은 케이스를 통해 업계 간에 과제를 공유함과 동시에 해결을 위한 의논을 깊이 있게 하는 것이 중요하다. 국제회의의 유치 경쟁을 함께 해준 국내의 주최자에 대해서 정확한 어드바이스를 할 수 있는 존재가 되어야 한다. ★

“등을 돌린 고객의 마음을 열어 결국 MICE행사 유치에 성공하고, 행사 마지막 날 함께 포옹하게 됐을 때의 가슴이 벅차오르는 기분을 아시나요?”

호텔업계에 발을 디딘지 9년차인 심지연 웨스틴 조선호텔 지배인. 국내 유수의 호텔을 거쳤고 노무라 증권회사에서는 행사 유치업무를 맡기도 했다. 현재는 세일즈 마케팅 지배인으로 근무하며 MICE행사의 연회와 객실업무를 총괄 담당하고 있다.

심 지배인은 MICE업계에서 성공적으로 살아남기 위해서는 진심이 바탕이 된 ‘건강한 커뮤니케이션’이 무엇보다 중요하다고 강조했다.

“사실 이론적인 면은 어느 정도 노력하면 트레이닝이

가능하다고 생각해요. 시간이 좀 걸릴 뿐이죠. 하지만 사람의 마음을 얻는 것은 정답이 없기에 늘 고객에게 정성을 쏟아야 해요. 한 번 만난 인연의 고리라도 튼튼하게 쇠로 된 고리로 만드느냐, 실오라기 같은 고리로 만드느냐 하는 것은 본인에게 달렸어요.”

그렇다면 그 끈을 이어나가기 위해 어떤 노력들을 기울여야 하는 걸까. 심 지배인은 고객을 대할 때 ‘이 고객들을 우리 호텔에 꼭 유치시키겠다’라는 생각을 절대 하지 않는다. 오히려 업무 얘기는 최소한으로 한다.

“제가 어디에 소속된 사람이라는 것 이외에는 업무관련 얘기는 하지 않아요. 오히려 사적인 얘기를 많이 하죠. 안부를 묻고 건강을 챙기고 기념일을 챙겨요. 그러다 보면 조금씩 마음이 열려요.”

그녀는 진심이 통하는 지배인이 되기 위해서는 섬세함과 꼼꼼함의 필요성을 강조했다. 고객이 요구하는 것을 협업해서 처리해주는 건 당연한 일이고 그것을 뛰어넘어 고객이 미처 생각하지 못했던 부분까지 미리 섬세하게 챙겨줄 때 마음이 활짝 열린다는 설명이다. 그러기 위해서는 기록이 가장 중요하다고 덧붙였다.

“처음 호텔 업계에 들어와 업무를 시작할 때 화이트보드 큰 것을 하나 샀어요. 하나라도 놓치고 싶지 않은 마음에서요. 하나하나 다 세세하게 기록했죠. 그렇게 모은 자료들이 9년이나 쌓였어요.”

MICE행사에 참석하는 외국인이 자신을 보고 한국의 전체적인 이미지를 결정한다는 생각에 그녀는 자신의 일에 막중한 책임감을 느끼고 있다. 한국을 대표하는 홍보대사라고 생각해 복장, 영어, 비즈니스 매너 등 세세한 것까지 끊임없이 점검한다. 여행지에 가서도 각 나라의 호텔들을 꼭 방문해 새로운 트렌드를 늘 관찰한다.

마지막으로 심 지배인은 업계 종사자들이 멀리 내다보았으면 한다는 소망을 나타냈다.

“MICE는 무한한 성장가능성이 있는 산업이기에 꾸준히 지켜봐야 합니다. 같은 업종에서 일하는 사람들이 각각의 자리에서 서로 복돋아주며 최선을 다했으면 좋겠어요. 자신이 근무하는 호텔이 행사를 유치하게 되면 당연히 좋겠지만, 다른 호텔이 행사유치를 하게 되더라도 나라전체로는 큰 이익이 되어 관광산업이 계속 발전하게 될 것이라는 마음을 갖는 게 중요하다고 생각합니다.” ✨

글·사진 한영선

“건강한 커뮤니케이션, 고객 감동의 원천이죠”

심지연 웨스틴 조선호텔 지배인





“사람과 사람을 연결하는 MICE산업을 사랑하세요”

강도용 레드캡투어
MICE사업부 수석부장

“사람과 사람의 만남을 풍요롭게 해주는 촉매제 역할을 하는 MICE산업. 행사를 총괄할 때 각 분야와 얼마나 아름다운 하모니를 내느냐가 행사의 성공여부를 결정하는 핵심 요소죠.”

인센티브행사 영업업무를 담당하며 MICE산업과 처음 만난 강도용 레드캡투어 MICE사업부 수석부장은 인센티브 행사 이외에도 기업에서 진행하는 많은 행사들을 보며 사업의 확장성을 발견, 2008년 MICE팀을 새롭게 신설해 지금까지 일하고 있다.

“제가 여행도 좋아하고 사람 만나는 것을 굉장히 좋아해요. MICE행사들도 결국은 사람과 사람을 연결해주는 네트워크의 일환이잖아요. 이것이 바로 나를 위한 일이 바로 일이다 싶었죠.”

그는 MICE산업의 가장 큰 매력을 매번 새롭고 다양한 일들을 경험할 수 있다는 점을 꼽았다. “겉으로 보면 비슷비슷한 행사처럼 보여도 하나부터 열까지 같은 행사가 없어요. 2013년도에 베트남에서 300여명 규모의 야외 이벤트를 진행할 때 행사시작 1시간 전에 무대와 스크린이 기울어졌었죠. 급하게 보강공사를 한 후 행사에 성공했을 때 스스로 굉장히 뿌듯하고 정말 짜릿했어요.”

행사를 진행할 때는 사람들의 마음을 상치입하지 않는 것이 무엇보다도 중요하다고 귀띔했다. “일 년에 약 700여건의 크고 작은 행사들을 진행하다보면 다양한 주최자, 참가자, 대행사분들을 만나게 되요. 주어진 시간 안에서 업무처리를 하다보면 마음의 여유가 없어지기도 하죠. 그럴 때 마다 스스로 상대방의 입장을 한 번 더 고려하고 유연성을 가지고 임하자고 스스로에게 다짐해요. 그렇게 진심과 정성을 다해 행사 하나하나를 진행하다보면 어느 순간 돈독한 관계가 되어있더라구요”

그는 급변하는 환경에 잘 적응하기 위해 늘 동분서주하며 새로운 지식들을 습득하기 위해 노력한다. MICE 관련된 공개강좌나 포럼에 정기적으로 참석한다는 강 부장은 최근에는 MICE어플리케이션을 활용한 주최자 참가자간의 쌍방향 커뮤니케이션과, IT, IoT와 연계한 MICE 행사에 관심을 두고 있다.

그는 후배들의 양성에도 힘을 쓰고 네트워킹도 꾸준히 한다. 강 부장은 “회사로 하계, 동계 때 학부생들이 실습을 나오는데 그 친구들과 대화하면서 새로운 아이디어도 많이 알게 되고 배울점도 많다”고 설명했다.

“과거는 아름답고 현재는 어렵고 미래는 밝을 것이다” 그의 좌우명이다. 강 부장은 “각 영역의 전문가들이 모여서 아이디어를 내다보니 치열하게 논쟁하는 경우가 많다”며 “어렵게 결정된 프로그램을 우여곡절 끝에 현장에 적용하여 모든 참가들의 만족을 이끌어내고 격려의 말을 들었을 때 자부심과 짜릿한 성취감을 느낀다”고 말했다.

강 부장이 MICE업계를 꿈꾸는 후배들에게 전하는 조언은 담백했다.

“훌륭한 스펙, 정신력, 끈기도 중요하지만 그 무엇보다 육체적인 건강이 가장 중요해요. 프로젝트를 진행하다보면 단기간에 집중적으로 일해야 될 상황들이 많이 오기 때문에 그때마다 건강이 뒷받침 되어야 하죠. 그리고 무엇보다 MICE산업을 사랑해야 합니다.” ★ 글 한영선

코리아 마이스 캘린더

서울

국제 항공 운송협회 심포지움
(IATA)

2014.2.25~27

콘래드서울

국제 항공운송협회

www.iata.org/events/Pages/legal-symposium.aspx

T : +1 203-773-6405



제6회 세계수면대회

2015.3.21~25

COEX

대한수면학회

www.wasmonline.org

T : 02-3410-3592



제3회 MRI 국제학술대회

2015.3.27~28

그랜드힐튼서울

대한자기공명영상학회

2015.ksmm.org/

T : 02-566-6031

31회 IEEE 데이터 엔지니어링
국제 컨퍼런스

2015.4.13~17

COEX

국제전기전자기술자협회 (IEEE)

www.icde2015.kr

T : 070-4820-0408



대구

2015 대구국제섬유박람회

2015.3.11~13

EXCO

대구광역시, 경상북도

T : 053-560-6520

www.previewin.com

2015 글로벌섬유비전포럼

2015.3.11~13

EXCO

대구경북섬유산업연합회

T : 053-746-9965

www.texfo.org

제12회 국제그린에너지컨퍼런스

2015.4.1~3

EXCO

대구광역시, 경상북도

T : 053-601-5371

www.energyexpo.co.kr

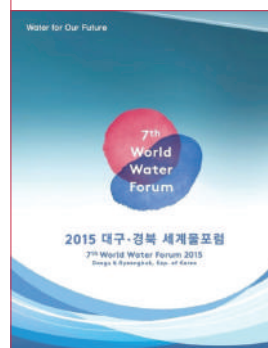
2015 대구·경북 세계물포럼

2015.4.12~17

대구 EXCO, 경주 HICO

국토교통부, 환경부

T : 02-6009-9442

worldwaterforum7.org

대전

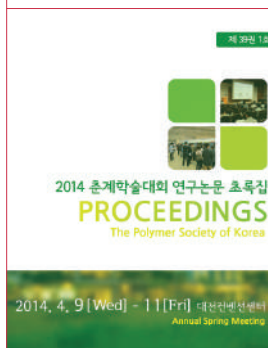
드림닥터

2015.3.12~15
DCC
(주)드림닥터
T: 1544-1657
www.dream-doctor.co.kr



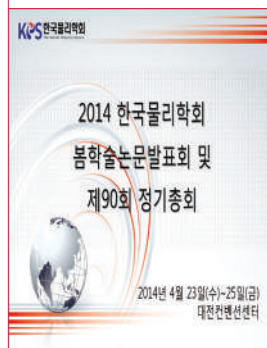
고분자학회

2015.4.8~10
DCC
한국고분자학회
T: 02-568-3860
www.polymer.or.kr



한국물리학회

2015.4.22~24
DCC
한국물리학회
T: 02-556-4737
www.kps.or.kr



광주

국제알코올연료심포지엄 ISAF & IEA AMF · LBF Conference

2015.3.10~14 KDJ센터
전남대 자동차연구소 국제알코올연
료심포지엄 조직위원회
T: 02-564-3971/2
www.2015isaf.org/cms



2015 IEEE AINA 국제학술대회

2015.3.24~27
KDJ센터
한국정보기술융합학회(FTARI)
voyager.ce.fit.ac.jp/cont/aina/2015/



강원

Dream Program

2015.1.25~2.6
평창 알펜시아
강원도, 동계올림픽조직위
T: 033-249-3258
www.dreamprogram.co.kr/index.do



The 3rd IEEE International Winter Conference on Brain-Computer Interface

2015.1.12~14
하이원리조트
고려대학교 뇌공학연구사업단
T: 02-3290-5920
bci.korea.ac.kr



경남

2015 귀농·귀촌·도시 농업박람회

2015.4.10~12
CECO
경상남도, 창원시
T: 070-7443-9554
www.refarmexpo.com



제 6회 영남수의컨퍼런스

2014.4.11.~12
CECO
영남수의컨퍼런스 조직위원회



2015 창원국제부동산금융재테크박람회

2015.4.17~19
CECO
2015 창원국제부동산금융재테크박람회 사무국
T: 055-264-2825
www.refishow.com



대한금속재료학회 2015년도 춘계학술대회

2015.4.22~24
CECO
대한금속재료학회
T: 02-557-1071
www.kim.or.kr



2015 대한민국국제보트쇼

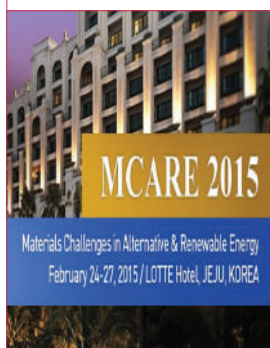
2015.4.30~5.3
CECO
경상남도, 창원시
T: 055-212-1334
www.yachtkorea.co.kr



제주

2015 신재생에너지소재 국제학술대회

2015.2.24~27
롯데호텔제주
한국화학공학회
T: 02-458-3078
www.mcare2015.org



2015 세계수리지질학회 아시아태평양 지역회의

2015.4.9~11
제주그랜드호텔
한국지하수토양환경학회
T: 02-567-6960
www.iah2015jeju.com



2015 아시아오세아니아 신경외과학회

2015.4.15~18
ICC JEJU
AACNS 2015 Organizing Committee
T: 02-538-2042
www.aacns2015.com



경기

2015 국제캠핑페어

2015.2.26~3.1
KINTEX
주식회사 가족사랑전람
T: 031-796-8710
www.campingfair.co.kr



2015 월드문

2015.3.16~20

KINTEX

Harvard World Model United Nation

T: 02-2173-3261

www.worldmun.org



2015 임신,출산,유아교육전

2015.4.23~26

KINTEX

T:1544-6071

cobe.co.kr

2015년 제115회 대한화학회
춘계 학술발표회

2015.4.13~17

KINTEX

T:02-3453-3781

www.kcsnet.or.kr



부산

2015년도 미주개발은행 및
미주투자공사 연차총회

2015.3.26~29

BEXCO

www.idb2015.kr/kor

2015 순환기관련학회
춘계통합학술대회

2015.4.16~18

BEXCO

www.circulation.or.kr

2015 한국공업화학회 춘계
총회 및 학술대회

2015.4.29~5.1

BEXCO

www.ksiec.or.kr



인천

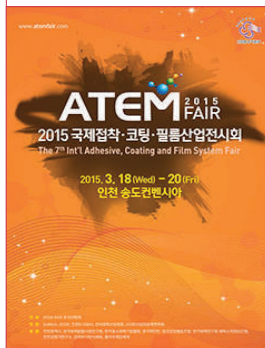
2015 국제접착코팅필름산업
전시회

2015.3.18~20

송도 컨벤시아

T:02-6925-2636

www.atemfair.com/index.php

2015 국제표면처리도금도장
기술산업전

2015.3.18~20

송도컨벤시아

T:031-995-6480

www.surtechkorea.org



전문성있게 작업하여 고객에게 가치를 제공한다

주식회사 링크드식스

주식회사 링크드식스는 2010년 SNS솔루션개발을 시작으로 광고매체를 개발하고 운영하였던 노하우로 많은 정부기관/기업 홈페이지개발을 수주하여 제작하고 있으며 B/C/브로셔/패키지 등 온오프라인관련 디자인을 기업이 원하는 방향에 맞춰 디자이너들이 초기 기획부터 이후 유지보수까지 “전문성있게 작업하여 고객에게 가치를 제공하자”는 일념으로 일하고 있다.

그리고 2013년부터 늘 고민하던 디자인을 시작으로 인쇄까지 모든 공정을 관리/제작하여 고객에 직접 납품을 하며 인쇄지류 뿐만 아니라 골판지박스/ 비닐류까지 제작의 영역을 넓혀가고 있다.

늘 다양한 카테고리의 업무를 가지고 움직이는 회사의 특성에 집중력을 가지고자 최근에는 여러 PCO업체들에 웹사이트와 인쇄물을 제작하고 한국 MICE산업에 하나의 역할을 수행함으로써 새로운 시장과 가치를 창출하는데 대한 직원들의 노력과 기대가 크다. 한국MICE산업이 회사의 미래란 생각으로 오늘도 노력하고 결과를 만들어내고 있다.



동해안의 숨은 보석, 베니키아와 만나다

동해보양온천 컨벤션 호텔

전국 최대길이의 명사십리 망상해수욕장에 위치한 동해그랜드 호텔이 대대적인 증축과 리모델링을 통해 동해보양온천 컨벤션 호텔로 새롭게 태어나면서 행정안전부의 보양온천 승인 심사 위원회 승인으로 2010년 7월9일자로 국민보양온천 지정 승인을 받았다.

보양온천 승인은 온천의 우수한 효능을 적극 활용해 국민 건강을 증진하고, 온도·성분이 우수할 뿐만 아니라 각종 건강 휴양기능의 기본 시설과 주변환경이 양호해 건강 증진 및 심신 요양에 적합할 경우 시·도지사가 행정안전부 장관의 승인을 얻어 지정하는 제도다.

음이온이 발생되는 대리석으로 마감된 정결한 200여실의 객실, 환상적인 전망의 스카이라운지, 망상해변으로 바로 연결된 오버 브릿지와 미니동물원이 있는 동양적인 정원 등 호텔을 방문하는 모든 고객이 내 집처럼 편안히 이용할 수 있는 최상의 시설과 특화된 서비스를 갖추고 있다. 특히, 지난해 11월 국내 대표 토종 호텔브랜드인 베니키아와의 체인협약을 통해 '베니키아 프리미어 동해보양온천컨벤션호텔'로 새롭게 태어나며 강원도 내 대표적인 호텔로 새로운 도약을 알렸다.

