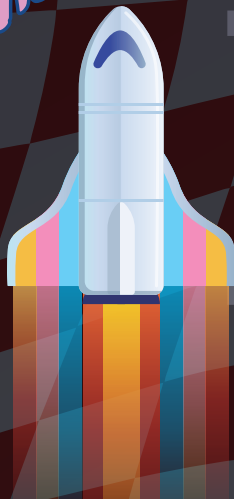


The MICE⁺ Plus

Meeting Incentive Convention Exhibition

50
2022 Vol.

To Infinity
and Beyond!



MICE산업의 무한한 가능성

- 기고 무한한 가능성의 MICE 커리어 패스, 융복합 산업 MICE 안의 다양한 직업
- 특집1 To infinity and beyond! MICE, 무한한 공간 그 너머로
- 특집2 'KMA x KME = Synergy' KME2022 이틀간의 기록
- 인터뷰 It's Daejeon Time! MICE 도시 대전의 시계가 다시 움직이다
 · 대전관광공사 윤성국 사장 인터뷰
- zoom인1 MICE 교육의 로드맵, MICE 인력양성 사업 성과
- zoom인2 남해안 MICE 거점 '전라남도'
- zoom인3 지속가능한 컨벤션센터 운영의 현장, 수원 홍시마켓을 다녀오다
- 트렌드1 공간정보 AI 기술의 현재, 다비오
- 트렌드2 시·공간의 한계를 넘어 전하는 진심, 블루몬미디어
- 트렌드3 MICE인들의 업무프로세스 최적화 및 온라인화 추진을 위한 '위븐'의 제안
- 트렌드4 해외 MICE 동향
- 소식1 대한민국 MICE산업 국제무대로 확대, ICCA x KMA MOU 체결
- 소식2 MICE Check-in, 해외 MICE 박람회 참관기
 · IT&CMA, IMEX America
- 소식3 KMA News Briefing
- 회원사 KMA New Members 2022



국제회의전담기구

Korea MICE Association

한국MICE협회

www.micekorea.or.kr





하늘이 아껴둔 Business Event Destination, 제주!

JEJU

South Korea

KEMI-LEE

- 1999 회사설립 - 한국국제물류주산업협회 가입
- 2002 IELA(국제전시물류협회)가입, 외국인 투자회사
- 2004 ISO 9001 인증
- 2005 재정경제부 장관 "표창장" 수상
- 2006 본사 사업장 확장 이전
경기 일산 포장센터 및 창고 설립
- 2009 베트남 호치민/하노이 사무소 설립
KESPA(한국전시서비스업협회)물류분과 이사
- 2010 본사 사옥 확장 이전(서울 성수동 지식센터)
무역전시산업 발전부분 지식경제부 장관상 수상
- 2011 IELA(국제전시물류협회) 2011 한국총회 유치
IELA KOREA "BEST ON-SITE SERVICE" 상 수상
- 2012 한국 MICE 협회 가입
ELL(Event Logistics Live) 총회 참가
국무총리 "표창장" 수상
- 2013 ISO 9001 갱신
DAVOS Forum 공식운송사
경기도지사 "경가국제보트쇼 유공 표창장" 수상
- 2014 세계수학자대회 공식운송사
Air Cargo Forum 공식운송사
ITU PP 공식운송사
- 2015 세계양식학회 공식운송사
대한무역투자진흥공사 공식 운송통관업체 갱신
- 2016 세계한상대회 공식운송사
ASME TURBO EXPO 공식운송사
KESPA (한국전시서비스업협회) 부회장사
- 2017 세계원전사업자협회총회 공식운송사
IN-COSMETICS KOREA 2017 공식운송사
SPOEX 2017 공식운송사
- 2018 WORLD ECONOMIC FORUM 공식운송사
아프리카개발은행 연차총회 2018 공식운송사
한국망막학회(APVRS) 2018 공식운송사
- 2019 SEMICON KOREA 2019 공식운송사
KORMARINE 2019 공식운송사
ROBOT WORLD 2019 공식운송사
국제당뇨병연맹총회(IDF) 2019 공식운송사
- 2020 KOREA METAL WEEK 2020 공식운송사
GREEN ENERGY EXPO 2020 공식운송사
KPCA Show 2020 공식운송사
KOREA OCEAN EXPO 2020 공식운송사
- 2021 KORMARINE 2021 공식운송사 지정
- 2022 SEMICON KOREA 2022
공식운송사 지정

EXHIBITION FREIGHT FORWARDER

Official Freight Forwarder at Korea Exhibition Site

COEX, KINTEX, BEXCO, CECO, EXCO, ICC JEJU, KDJ, SETEC, SONGDO CONVENIA, SCC



Member of
INTERNATIONAL
EXHIBITION
LOGISTICS
ASSOCIATES



Korea MICE Association
한국MICE협회



ASSOCIATION OF KOREA
EXHIBITION INDUSTRY

KEMI-LEE CO., LTD. EXPO SERVICE & LOGISTICS

(주)캐미리 서울시 광진구 능동로 276. 한성빌딩 502호

TEL 02-565-3400 FAX 02-564-0039 EMAIL info@kemi-lee.co.kr

WEBSITE www.kemi-lee.co.kr

The MICE⁺plus

Meeting Incentive Convention Exhibition

MICE는 세상의 물음표를 느낌표로 만들어 주는 든든한 파트너입니다.
세계인이 만나는 드넓은 세상에서 여러분이 꿈꾸는 내일을 만들어 가시기 바랍니다.



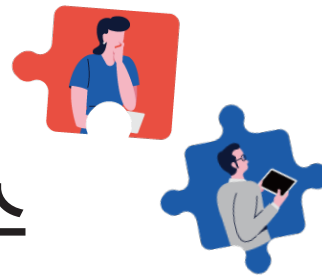
더 마이스 플러스 통권 제50호

발행 (사)한국MICE협회 발행일 2022년 12월 9일 발행인 김춘추
주소 서울시 강서구 마곡서로 133 M7타워 7층 Tel. 02-6958-5924 Fax. 02-3476-8449

C o n t e n t s

T h e M I C E P l u s V o l . 5 0

- 04 기고 무한한 가능성의 MICE 커리어 패스, 융복합 산업 MICE 안의 다양한 직업
- 06 특집1 To infinity and beyond! MICE, 무한한 공간 그 너머로
 - MICE산업(국제회의산업) 법률개정으로 산업 범위 확장
 - 공정한 MICE 생태계 조성으로 산업 기반 강화
 - MICE산업의 무한함을 위한 ESG 실천
- 12 특집2 ‘KMA x KME = Synergy’ KME 2022 이틀간의 기록
- 18 인터뷰 It's Daejeon Time! MICE 도시 대전의 시계가 다시 움직이다
 - 대전관광공사 윤성국 사장 인터뷰
- 20 쏙인1 MICE 교육의 로드맵, MICE 인력양성 사업 성과
- 24 쏙인2 남해안 MICE 거점 ‘전라남도’
- 28 쏙인3 지속가능한 컨벤션센터 운영의 현장, 수원 홍시마켓을 다녀오다
- 31 트렌드1 공간정보 AI 기술의 현재, 다비오
- 32 트렌드2 시·공간의 한계를 넘어 전하는 진심, 블루몬미디어
- 34 트렌드3 MICE인들의 업무프로세스 최적화 및 온라인화 촉진을 위한 ‘위븐’의 제안
- 36 트렌드4 해외 MICE 동향
- 40 소식1 대한민국 MICE산업 국제무대로 확대, ICCA x KMA MOU 체결
- 44 소식2 MICE Check-in, 해외 MICE 박람회 참관기
 - IT&CMA, IMEX America
- 52 소식3 KMA News Briefing
- 54 회원사 KMA New Members 2022



무한한 가능성의 MICE 커리어 패스

융복합 산업 MICE 안의 다양한 직업

관광·MICE산업은 그 어떤 산업보다 융복합 산업으로서의 특징을 가지고 있으며 다양한 이해관계자가 유기적으로 얹혀 있는 산업이다. 다른 산업과의 연계 및 콜라보가 용이해 교육관광, 산업시찰 관광 등 다양한 상품 구성이 가능하다. 특히 홍보·마케팅 측면에서는 제조업이나 금융업보다 상대적으로 무한한 잠재력과 가능성이 있다고 볼 수 있다. 일반적으로 제조업 기업의 제품이 출시되면 제품의 기능과 디자인, 가격 정책 등 일정부분 제약사항이 있고 경쟁제품과의 비교·경쟁에 있어 제한적으로 움직일 수밖에 없다. 하지만 관광·MICE산업의 상품 구성과 브랜딩·마케팅 영역은 거의 무한에 가까운 콘텐츠 생산과 차별적인 마케팅, 그리고 콜라보가 가능하다.



홍주석 수원컨벤션센터 팀장
· 한국MICE협회
· 혁신교육위원회 위원

코로나19 발생으로 해외여행이 불가능해지고 방한 관광객의 급감과 비즈니스 교류가 힘들어지면서 전 세계적으로 관광·MICE 산업은 큰 위기를 맞았고 일부 기업들은 문을 닫을 수밖에 없는 현실에 처했다. 비록 2022년 하반기 들어 조금씩 해외여행 및 관광·MICE산업이 살아나는 조짐이 보이지만, 2019년 코로나19 발생 전과 비교하면 아직까지는 초라한 실정이다.

한때 블루오션이자 우리나라의 새로운 미래 성장 동력으로 일컬어지던 관광·MICE 산업은 코로나19의 직격탄을 맞아 제대로 힘을 못 썼고 이 분야로 뛰어들려는 예비 직장인들에게 외면 받고 있다. 대학교에서도 관련 학과가 없어지거나 통·폐합되는 경우도 발생하고 있으며 지원을 또한 2019년 대비 큰 폭으로 떨어지고 있다.



관광·MICE산업이 대면산업 중심의 산업으로, 특히 코로나, 메르스, 사스와 같은 전염병에 취약한 것은 사실이다. 게다가 국제정세나 금융위기의 영향에도 부침이 잦다. 특히 우리나라의 경우 중국과 일본과의 미묘한 역사적인 이슈나 정치·안보와 관련된 문제 발생시 3개국 간의 여행과 교류는 즉각적으로 영향을 받는다. 관광·MICE산업이 다른 산업에 비해 위기에 취약한 것은 이들과 얹혀 있는 복합적인 업종들이 많기 때문이다.

융복합 산업으로서의 관광·MICE는 항공·교통, 숙박, F&B, 쇼핑, 관광지 등 다양한 업종들이 유기적인 관계를 이루기 때문에 어느 한 쪽의 위기는 다른 쪽에 영향을 주기 쉽다.

하지만 반대로 생각하면 관광·MICE산업의 포괄성과 다양성을 발견할 수 있다. 관광산업은 에버랜드, 레고랜드와 같은 테마파크, 하나투어, 모두투어와 같은 여행사, 숙박을 책임지는 호텔과 리조트, 항공, 교통을 포함해 카지노, 크루즈, 쇼핑과 면세점, 기념품, 공연, OTA, F&B등을 포괄하고 있으며 여기에 CJ ENM, JYP와 같은 엔터테인먼트사도 포함할 수 있다. 관광산업에 포함되어 있는 MICE산업의 주요 구성원인 PCO, PEO, 전시컨벤션센터, 컨벤션뷰로 역시 관광산업 내의 다른 업종과도 유기적으로 연계되어 있다.

관광·MICE산업을 좁은 의미와 시야에서 보면 우리나라 전체 산업에서 차지하는 비중이 매우 작을 수 있으나 서두에서 언급한 바와 같이 융복합 산업으로서 이해하면 그 영역은 매우 커질 수 있다.

특히 4차 산업혁명과 디지털 트랜스포메이션 시대를 맞아 플랫폼 기업의 관광영역으로의 진출과 MICE산업에서의 미팅테크놀로지 활용에 따른 디지털 기업의 포용에 따라 그 범위의 구분도 모호해지고 있다.



타 산업대비 관광·MICE산업의 장점으로 산업 내 업종 간 이동이 비교적 용이한 데에 있다. 테마파크에서의 근무자가 OTA로 이동하거나 PCO에서의 근무자가 컨벤션뷰로나 국제기구로 이동하는 경우도 많다. 호텔에서 테마파크로 이직하는 경우도, PCO에서 대기업 이벤트 담당자로 이직하는 경우도 잦으며 Venue간 이동도 활발하다.

관광·MICE분야에서 본인만의 전문성과 네트워크만 탄탄하게 구축되어 있다면 타 산업과 비교해 비교적 이동이 자유로운 장점과 함께 기회만 된다면 해외로도 발돋움 할 수 있는 가능성이 많다.



전 세계에 호텔을 두고 있으며 우리나라에서 시장 확대를 꾀하고 있는 글로벌 체인인 메리어트 호텔그룹, IHG그룹, ACCOR그룹을 비롯해 우리나라로의 지사 설립을 통해 시장 침투를 꾀하고 있는 익스피디아, 에어비앤비 등의 플랫폼, 우리나라로 진출한 글로벌 전시주최사들을 활용, 향후 해외에서 활동할 수 있는 기회는 다른 산업보다 많다고 본다.

특히 최근의 K-Culture의 성장과 국제적인 위상에 힘입어 우리나라 문화·관광과 관련된 수요가 늘어감에 따라 이제 해외에서도 전문적인 지식과 경험이 있는 인재에 대한 수요가 늘어갈 것으로 기대된다.

관광·MICE산업은 개개인의 의지와 여건에 따라 가장 글로벌하게 세계를 무대로 활동하고 영어 및 기타 외국어를 많이 활용할 수 있는 분야다. 우리나라 문화와 산업, 관광을 최전선에서 전 세계로 홍보·마케팅하고 수출하는 민간외교관이라고 할 수 있다. 여기에 한류의 성장이 기름을 부어, 코로나19의 종식 또는 완화 시 바로 비상할 수 있는 분야다.



관광·MICE산업은 그 어떤 산업보다 다이내믹하고 방송촬영처럼 현장성과 즉시성이 존재한다. 돌발적인 상황과 여러 유동적인 요소에 따라 스트레스가 있을 수도 있지만 동시에 재미나게 창의력을 발휘할 수도 있는 분야이다. 무엇보다 국적과 직업이 다양한 계층의 사람들을 만날 수 있어 사회적인 네트워크 확장에 최적인 직업이다. 이에 MBTI의 성향 중 E(외향성)의 성격을 보유한 사람이 다수 관광·MICE산업에 종사하며 I(내향성) 성격의 소유자도 때로 E로 변화함을 볼 수 있다.

비록 부침이 많은 산업이지만 동시에 잠재력과 경계가 없는 확장성이 무한한 산업적 특성 고려와 함께 국제무대를 누빌 예비 관광·MICE인이 이 분야를 기피하지 않기를 희망한다. 이제 직장의 시대에서 직업의 시대로 넘어가고 개개인의 전문성과 능력이 중심이 되는 시대에, 관광·MICE산업이 다시 한 번 도약하리라고 믿는다.





미국 달 착륙 프로젝트의 무인 우주선 '아르테미스(Artemis) 1호'가 달로 돌아가기 위한 첫걸음을 뗐다. 1972년 첫 번째 프로젝트였던 '아폴로 11호' 이후 50년만의 달 탐사로, '아폴로'가 달 표면을 밟는 것 자체가 목적이었다면, 이번 '아르테미스'는 화성으로 인간을 보내기 위한 준비이자 달에서 사는 법을 배우기 위함이다.
인류의 영역이 무한한 우주로 확장되고 있다.

보통 나이 50세가 되면 '천명(天命)', 즉 하늘의 명을 알았다고 하는 '지천명(知天命)'에 들어섰다고 한다. '천명(天命)'은 우주만물을 지배하는 하늘의 명령, 객관적이고 보편적인 가치를 가리키는 유교 정치사상으로, 주관적이었던 자신만의 세계에서 벗어나 보편적이고 확장된 세계인 '성인(聖人)'의 경지로 들어섰음을 의미한다.

숫자 50은 100의 절반으로 아직 부족한 느낌을 주지만, 위의 예와 같이 100으로 나아가기 위해 다시 시작하는 전환점이자 무한한 가능성으로의 출발과 같다.

50호를 맞은 이번 The MICE Plus에서는 법률, 제도 개선을 통해 다시 출발선에 선 대한민국 MICE산업의 무한한 가능성에 대해 다루고자 한다.

MICE산업(국제회의산업) 법률개정으로 산업 범위 확장

협회는 ‘MICE산업(국제회의산업) 법률개정’을 위해 2021년, 법률개정위원회를 신설했고 각계의 의견 수렴과 검토를 거쳐 법률개정 초안을 마련했다. 이후 정부, 국회와 긴밀히 소통하고 협의한 결과 지난 1월 박 정 의원 등 11인에 의해 개정 법률안이 발의되었고(2022.1.3.) 9월 열린 국회 정기회에서 ‘관광진흥법’과 ‘국제회의산업 육성에 관한 법률(약칭: 국제회의산업법)’ 개정안이 통과되었다.

이번 법률개정안은 코로나19로 촉발된 관광위기 상황에서 국제회의산업의 패러다임이 변화함에 따라 현행법에서 제한적으로 적용되고 있는 국제회의산업의 범위와 국제회의의 기준을 확대하고 국제회의산업을 구성하고 있는 기업에 대한 지원을 강화하는 것을 골자로 하고 있다.

구체적으로 살펴보면, ‘관광진흥법’ 상 국제회의업의 정의에서 기존 ‘세미나·토론회·전시회’ 외에 ‘기업회의’를 추가하고, 국제회의업이 단순히 국제회의를 위탁받아 대행하는 기능에서 벗어나 국제회의를 직접 유치하고 기획하는 ‘주최’의 개념을 담았다. 현행 국제회의업의 범위를 확장함으로써 기업의 성장과 산업의 발전을 가져올 수 있을 것으로 기대된다.

[관광진흥법 개정내용]

제3조(관광사업의 종류)

4. 국제회의업 : 대규모 관광 수요를 유발하여 관광산업 진흥에 기여하는 국제회의(세미나·토론회·전시회·기업회의 등을 포함한다. 이하 같다)를 개최할 수 있는 시설을 설치·운영하거나 국제회의의 기획·준비·진행 및 그 밖에 이와 관련된 업무를 위탁받아 대행하는 업

*출처 : 의안정보시스템 계류의안. 의안번호(2114257). 2022-01-03.

또한 관광업 중 유일한 특별법으로 제정된 ‘국제회의산업법’의 경우 ‘국제회의시설’에서 ‘지원시설’을 추가하고, 국제회의산업육성기본계획 수립 시 국제회의산업 진흥을 위한 제도 및 법령 개선에 관한 사항을 포함하도록 하였으며, 국제회의의 기업 육성 및 서비스 연구개발을 추진할 수 있도록 이를 명문화하였다.

또한 국제회의산업 통계를 위한 정보를 기업을 통해 제공할 수 있는 근거 조항을 마련하였다.

그동안 업계의 문제점으로 지적되었던 국제회의산업의 지역불균형, 기업육성, 통계 개선 등을 해결하기 위한 제도적 뒷받침이 이루어졌다고 볼 수 있다.

[국제회의산업법 개정내용]

제2조(정의)

1. “국제회의란”란 상당수의 외국인이 참가하는 회의(세미나·토론회·전시회·기업회의 등을 포함한다)로서 대통령령으로 정하는 종류와 규모에 해당하는 것을 말한다.
3. “국제회의시설”이란 국제회의의 개최에 필요한 회의시설, 전시시설 및 이와 관련된 부대시설 및 지원시설 등으로서 대통령령으로 정하는 종류와 규모에 해당하는 것을 말한다.

제6조(국제회의산업육성기본계획의 수립 등)

- ① 문화체육관광부장관은 국제회의산업의 육성·진흥을 위하여 다음 각 호의 사항이 포함되는 국제회의산업육성기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립·시행하여야 한다.

(신설) 6. 국제회의산업 진흥을 위한 제도 및 법령 개선에 관한 사항

제8조(국제회의산업 육성기반의 조성)

- ① 문화체육관광부장관은 국제회의산업 육성기반을 조성하기 위하여 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 다음 각 호의 사업을 추진하여야 한다.

(신설) 6. 국제회의의 기업 육성 및 서비스 연구개발

제13조(국제회의 정보의 유통 촉진)

- ③ 문화체육관광부장관은 국제회의 정보의 공급·활용 및 유통을 촉진하기 위하여 필요하면 문화체육관광부령으로 정하는 바에 따라 관계 행정기관과 국제회의의 관련 기관·단체 또는 기업에 대하여 국제회의 정보의 제출을 요청하거나 국제회의 정보를 제공할 수 있다.

*출처 : 의안정보시스템 계류의안. 의안번호(2114259). 2022-01-03.



문화체육관광부는 현재 국제회의산업 육성을 위한 법률 개정 취지에 맞게 국제회의 기준을 완화하고, 국제회의 지원 시설을 포함하는 등의 시행령 개정을 준비 중에 있다.

이번 법률개정은 국제회의산업의 범위, 국제회의의 기준 등이 개선되고 기업 지원을 위한 법률적 근거가 마련되었다는 점, 그리고 협회를 중심으로 업계의 의견이 수렴되고 정부와 국회의 협력적 역할이 이루어졌다는 점에서 제도 개선의 좋은 선례가 될 수 있을 것이다.

한편, 협회는 지난 11월 25일(금), 협회 법률개정특별위원회 간담회를 열어 위원회에 적극적으로 참여하여 법률 개정에 기여한 위원들에게 공로패를 수여했다.



[한국MICE협회 법률개정특별위원회]

(위원장) 고양컨벤션뷰로 이상열 사무국장

(위원) 티에스엠 서원준 대표이사

수원컨벤션센터 박래춘 마이스본부장

인제스피디움 김춘수 대표이사

한국PCO협회 이봉순 회장

한국MICE관광학회 윤유식 회장

한국이벤트산업협동조합 김한석 이사장

대구컨벤션뷰로 김성태 사무국장

한국관광공사 권종술 MICE실장

공정한 MICE 생태계 조성으로 산업 기반 강화

MICE업계에서 해결해야 할 숙원사업 중 하나는 바로 ‘공정한 MICE 생태계 조성’이라고 할 수 있다. MICE 기업의 경우 전문적인 지식 서비스를 제공함에도 불구하고 적절한 대가를 인정받지 못하고, 부당 계약, 사후정산 등이 관행으로 오랫동안 이어져왔다.

문화체육관광부와 한국PCO협회는 지난 2018년 ‘공정 거래 지침’을 배포했으나, 보다 근본적인 불공정 거래 관행 개선을 위해서는 제도적 강화조치가 필요한 바, 한국조달연구원과 함께 지난 2020년 11월부터 공공부문 60건, 민간부문 14건의 계약문서를 수집, 심층적으로 분석하여 국제회의용역 특수성을 반영하고, 발주자와 MICE 기업 그 어느 한 쪽으로 치우치지 않은 표준계약서(안)를 도출했다. 이후 법률, 노무 자문과 국회 공청회, 행정예고 등 이행 절차를 거쳐, 지난 8월 문체부 고시를 통해 표준계약서를 제정했다.

기존에 주로 발생하던 계약 시 불공정 계약 요소는 아래와 같다.

1. 대가 없는 과업수행 요구
2. ‘총액확정계약’에서 부당한 사후정산 요구로 인한 계약금액 변동, 법정 일반관리비 이윤 미준수
3. 부당한 투입인력 교체 요구
4. 불가항력으로 인한 손해보상
5. 하도급업체 대금 지급 지연 등

위와 같은 불공정 계약을 사전에 방지하고 개선하기 위한 ‘국제회의용역 표준계약서’ 주요 내용 및 제정 사유는 [표1]과 같다.



[표1] 국제회의용역 표준계약서 주요 내용 제정 사유

주요 계약요소	주요 내용	제정 사유
계약금액 확정 등	<ul style="list-style-type: none"> ▲총액으로 확정된 계약금액은 기재부 계약예규의 비목별 기준에 따라 계상하고, 계상율과 계상금액은 계약당사자 중 일방의 요구에 따라 임의 변경할 수 없음(안 제6조제1항) ▲발주기관은 산출내역에 계상된 지출항목에 대해 계약상대자에게 협찬, 기부 등의 방법으로 재원을 부담토록 요구할 수 없음(안 제6조제3항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 발주기관이 적정하게 계상된 산출내역서 상의 일반관리비와 이윤을 보장하도록 유도 - 발주기관이 추가 과업에 대해 계약상대자에게 재원을 마련토록 하는 것은 부당특약 소지
계약이행 상황의 감독 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> ▲발주기관은 하도급 계약을 체결하려는 경우 그 적정성을 판단하여 승인여부를 결정하고 그 결과를 계약 상대방에게 통보하도록 함. 낙찰자 선정과제에서 기술 제안서에 포함된 협력업체의 경우 발주기관이 승인한 것으로 봄(안 제9조제2항) ▲계약상대자는 추가적인 하도급 계약이 필요한 경우 발주기관의 승인을 받은 후 용역을 이행해야 함. 단, 당초 승인 받은 내용과 다르거나, 용역 전부를 하도급 하는 경우 승인받지 않은 하도급 계약으로 봄(안 제9조 제3항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제회의는 다양한 하도급 용역(통역, 무대, 방송 등)과 협업 수행하므로, 하도급 관리 절차를 명확히 제시 - 낙찰자 선정과정에 기술제안서에 포함된 협력 업체(분야별 전문용역 제공업체)의 경우 입찰 과정에서 발주기관의 승인으로 간주
휴일 및 야간작업의 요청 및 협의	<ul style="list-style-type: none"> ▲발주기관은 국제회의 용역 투입 인력이 근로기준법 제50조에 정하는 소정 근로 시간을 준수하여 근무할 수 있도록 함(안 제10조제1항) ▲발주기관이 연장근로를 지시할 경우 계약상대자는 추가비용을 청구할 수 있음(안 제10조제2항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 국제회의 용역 시 연장, 휴일 근무가 다수 존재하므로, 적정 근로수당을 보장할 수 있도록 관련 규정 명시
과업내용의 추가, 변경 및 해석	<ul style="list-style-type: none"> ▲발주기관은 과업내용을 추가할 경우에는 계약상대자와 사전 협의 진행(안 제12조제1항) ▲과업의 추가 계약당사자간 협의를 통해 결정하되, 발주기관의 판단에 따라 과업이 변경되어 계약상대자에 추가적인 비용, 손해가 발생한 경우 발주기관 부담으로 함(안 제12조제2항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 발주기관의 일방적 과업변경 요구에 따른 계약이행 부담 해소 - 과업변경 시 비용이 발생될 경우 계약금액 조정 절차를 거쳐 적정대가 확보 가능성 유지
계약기간의 연장	<ul style="list-style-type: none"> ▲계약상대자는 기간 연장 사유 발생 시 계약기간 종료 전 발주기관에 서면으로 연장 신청을 하고, 연장으로 인해 추가비용이 발생하는 경우 계약금액 조정 신청을 해야 함(안 제15조제1항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 발주기관의 대가없는 계약기간 연장요구 예방 - 불가항력 사유에 의한 계약기간 연장 절차와 방법에 대한 규정
일반적 손해	<ul style="list-style-type: none"> ▲계약상대자는 계약 수행 중 용역목적물 및 제3자에 대한 손해를 부담. 단 계약 상대방의 책임없는 사유로 발생한 경우 발주기관 부담으로 함(안 제17조제1항) ▲발주기관은 과업 범위를 명백히 초과하는 경우, 계약 상대방의 관리 범위를 벗어난 안전 및 위험 관리 책임을 부담토록 할 수 없음(안 제17조제2항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 과업 범위를 벗어난 사유에 대해 계약상대자에게 포괄적 책임을 부담토록 하거나 손해 보상 등을 요구할 수 없도록 함
불가항력에 따른 계약관리	<ul style="list-style-type: none"> ▲불가항력 사유(전염병, 감염병 등) 명시(안 제18조제1항) ▲불가항력의 사유로 발생한 손해는 발주기관이 부담(안 제18조제2항) ▲불가항력으로 계약의 해제/해지 시 계약관리 절차, 집행비용(인건비, 경비 등) 부담 주체, 손해금액의 산정 기준 등 명시(안 제18조제3항~9항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 불가항력 사유 발생으로 계약 해지 후 정산을 진행할 경우 비목별 명확한 기준과 절차를 규정
사후정산 절차	<ul style="list-style-type: none"> ▲확정된 계약금액 전부에 대한 사후정산은 금지. 단 특별한 사정이 있는 경우 최소한의 범위에서 시행 가능(안 제20조제1항~제2항) ▲정산을 하는 경우 정산에 소요되는 원가검토, 정산 등의 비용은 발주기관의 부담으로 함(안 제20조제3항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 총액확정계약에서 원칙적으로 사후정산을 금지토록 명시. 단 예외적으로 특별한 사정에 대한 기준을 구체적으로 제시
계약상대자에 의한 계약의 해제 또는 해지	<ul style="list-style-type: none"> ▲계약상대자는 계약내용의 변경으로 계약금액의 40% 이상 감소하는 경우, 용역의 정기간이 계약기간의 50% 초과하는 경우 등 사유가 발생한 경우 해당 계약을 해제/해지할 수 있음(안 제23조의3제1항) 	<ul style="list-style-type: none"> - 계약상대자가 계약의 해제/해지를 요구하였으나, 발주기관이 용역을 정지하는 등 적절한 조치를 취하지 않은 경우 피해 보상 근거 규정

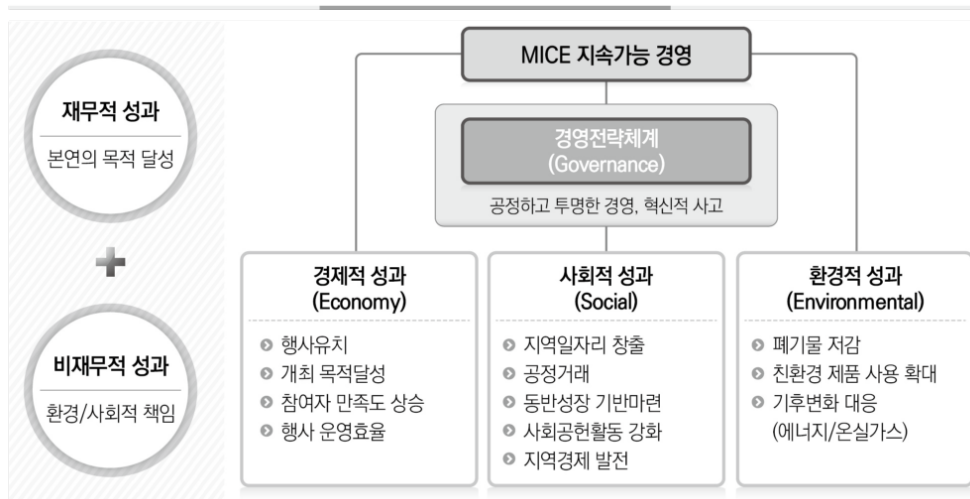
이번 표준계약서 제정은 현장 의견을 최대한 반영하고 민·관·정부가 함께 소통하며 협력한 결과물로, 향후 공정한 MICE 생태계를 조성하고 산업 기반을 강화하는 초석이 될 것이다. 8월 고시한 국제회의용역 표준계약서는 협회 홈페이지(www.micekorea.or.kr)에서 확인할 수 있으며, 공정거래와 관련한 문의, 컨설팅 등 상세 내용은 한국PCO협회 홈페이지(www.kapco.or.kr)에서 확인할 수 있다.

MICE산업의 무한함을 위한 ESG 실천

MICE 행사는 개최지역 경제·관광 활성화, 고용창출 등 직접적 파급효과 뿐 아니라 사회기반시설 확충 촉진, 지역 교류 기반 확대 등 파급효과가 광범위하다. 그러나 대규모 인원이 모이는 행사의 경우 많은 양의 쓰레기를 발생시키고, 물, 전기와 같은 자원을 소모하며, 개최지 인근 지역주민들과 갈등이 생기기도 한다. MICE업계와 정부는 이러한 문제점을 개선하기 위해 ‘Green MICE’, ‘공정거래’ 등 지속가능한 MICE를 목표로 다양한 정책을 이어가고 있다.

그리고 이제 환경뿐만 아니라 기업의 사회적 책임, 투명한 지배구조 등 다방면의 비재무적 요소를 평가하는 측정기준인 ‘ESG’^{*}가 세계적 화두로 자리 잡으며 MICE산업에서 중요한 이슈로 논의되고 있다. MICE 행사 개최지 선정에 있어 국가 및 도시의 인프라, 자원 뿐 아니라 ESG 실천 여부, 수준 등이 중요한 평가 도구가 되고 있으며, ‘ISO 20121’^{**}과 같은 ESG 관련 인증에도 관심이 집중되고 있다. 이제 대한민국 MICE산업에서 ‘ESG’는 필수불가결하다고 볼 수 있다.

[표2] MICE 산업의 지속가능경영과 ESG 구조



[출처: 한국관광공사, MICE산업 지속가능발전을 위한 ESG 운영 가이드, 2022, 4페이지]

^{*}ESG: 기업활동에서의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 투명경영(Governance)을 뜻하는 용어로, 기업이 고객 및 주주·직원에게 얼마나 기여하는가, 환경에 대한 책임을 다하는가, 지배구조는 투명한가를 다각적으로 평가하는 측정기준이 되고 있으며, 대부분의 금융투자기관에서 기업 투자의 지속가능성을 판단하는 기준으로 삼고 있다.

^{**}ISO 20121: 국제표준화기구(ISO)가 제정한 이벤트 관련 국제 표준 인증으로, MICE 주최자, 기획자, 베뉴, 마케팅 조직 등이 경제·환경·사회적 측면에서 지속가능한 경영시스템을 갖추고 있는지를 평가하고 있다. 인증은 한국표준협회 문서 및 현장심사를 통해 받을 수 있으며, 2012 런던올림픽 조직위원회를 최초로, 국내 MICE 분야로는 한국관광공사, 제주컨벤션뷰로, 대구컨벤션뷰로가 인증을 보유하고 있다.

지난 9월 한국관광공사는 ‘마이스(MICE) 산업 공정 생태계 조성 및 지속 가능 선포식’을 열어 ‘MICE ESG 운영가이드’를 발표하고, MICE산업 대표 협·단체의 지속가능경영 실천을 위한 공동선언문 서명식을 진행했다.

‘MICE ESG 운영가이드’는 MICE산업에서 적용되는 ESG의 개념 범위를 정의하고, 컨벤션뷰로·주최자·컨벤션센터(베뉴)·참가자 등 주요 주체별 ESG 핵심 요소와 방향성, 활용 방안을 담고 있으며, 주체별 ESG 실행 여부, 수준을 진단 및 측정하고, 개선 목표 수립을 위한 방안을 함께 제시하고 있다. ‘MICE ESG 운영가이드’는 한국관광공사 K-MICE 홈페이지(k-mice.visitkorea.or.kr)에서 확인할 수 있다.

To Infinity and Beyond!

애니메이션 영화 ‘토이스토리’의 주인공 ‘버즈 라이트이어’의 명대사이다. ‘버즈’라는 이름은 아폴로 11호의 달 착륙 당시 닐 암스트롱과 함께했으며, 달 표면 발자국의 주인공으로 유명한 ‘버즈 올드린’에서 따온 이름으로, 위기 상황에서 늘 ‘무한한 공간 그 너머’를 외치는 용기 가득한 캐릭터이다.

무한한 공간 그 너머에는 무한한 가능성이 있다. 하지만 ‘그 너머’로 가는 것은 결코 쉬운 일이 아니다. 4전 5기 끝에 달로의 재출발에 성공한 아르테미스, 50세에 하늘의 명을 알기위해 술하게 지나온 청춘의 모험, 그리고 친구들과 함께 위기를 헤쳐 나가는 버즈와 같이 끊임없는 도전과 용기, 그리고 협동이 필요한 일이다.

MICE인들은 끊임없는 도전과 공동의 노력으로 법률개정을 주도 하여 산업의 범위를 확장시키고, 제도를 개선하여 오래된 관행을 타파하였으며, 고속 성장 중심이던 MICE산업의 발전 축을 세계 흐름에 발맞추어 지속가능한 발전으로 이동시켰다.

이제 대한민국 MICE산업이 세계 표준이 될 날이 머지않았다. 무한한 공간 그 너머에 또다시 위기와 시련이 있다고 하여도, 우리는 언제나 외칠 것이다.

To infinity and beyond!





‘KMA x KME = Synergy’

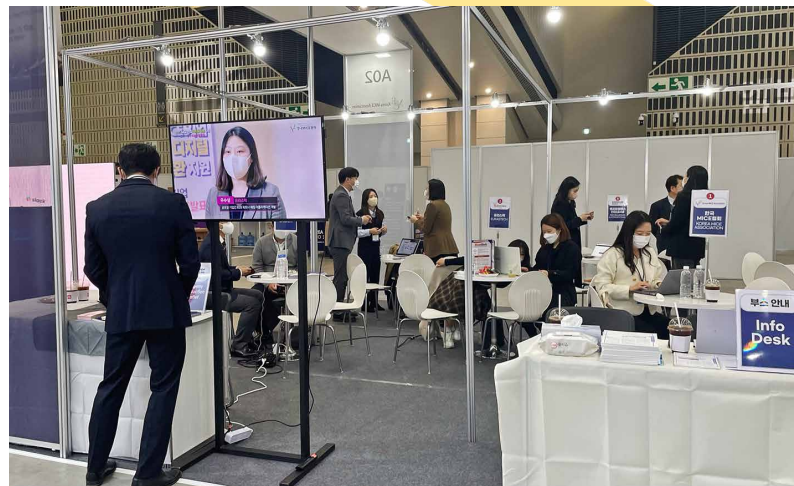
KME2022 이틀간의 기록

지난 11월 9일(수)~10일(목), 인천 송도컨벤시아에서 ‘2022 코리아 마이스 엑스포(Korea MICE Expo: KME)’가 개최되었다. 올해 23회째를 맞은 KME 2022는 ‘Meet the Change, Find the Chance’를 주제로 코로나19 이후 3년 만에 오프라인으로 진행되었다. 한국MICE협회는 이번 KME에서 ‘MICE기업 디지털 전환 지원 사업’ 참여 기업 홍보 부스를 운영했으며, 대한민국 MICE 산업 발전을 위한 ‘Korea MICE Alliance(KMA) Conference’를 주최했다. 협회와 KME의 만남, 이틀간의 기록을 공유해본다.

참여기업의 개발 기술 홍보, 다양한 국내외 바이어와의 매칭을 지원한 부스 운영

협회는 2021년에 이어, 신규 기업을 포함하여 기존 참여기업의 개발 기술을 고도화하고, 글로벌화를 지원하기 위해 ‘2022 MICE 기업 디지털 전환 지원 사업’을 실시하고 있다. 지난 5월 엄정한 심사를 통하여 85개의 기업을 선정하였으며, 개발 중인 기술에 대한 지속적인 모니터링을 통해 기업의 기술 개발 현황을 관리하고 있다. 참여기업의 기술 개발이 마무리되어 가는 시점에서, 협회는 개발된 서비스를 홍보하고 국내외 바이어와의 상담을 지원하기 위해 코리아 마이스 엑스포에 공동부스를 마련했다.

부스에는 그라운드케이, 디그렘, 메이데이파트너스, 웨이프렌즈, 유라스텍, 인제스피디움, 킨터치, 프리미엄패스인터내셔널 8개사가 참여했으며, 참여기업들은 양일 간 PSA를 통한 상담에서 개발한 기술과 서비스를 소개했다. 아울러 협회는 12월 14일 참여기업 우수사례 발표회를 별도로 개최하여 참여기업이 개발한 다양한 기술을 발표하고 함께 네트워킹 할 수 있는 장을 만들 계획이다.



‘콘텐츠’와 ‘ESG’, MICE와의 접목을 논하다. KMA Conference

협회는 대한민국 MICE산업에서 가장 ‘핫’한 ‘콘텐츠’와 ‘ESG’를 주제로 하여 강연, 패널토론, 워크숍 등 다양한 형태의 콘퍼런스를 운영해 KME 참가자의 높은 참여와 호응을 얻었다. 이를 동안 KME Stage에서 펼쳐진 KMA Conference 현장을 만나보자!

Day 1. 콘텐츠와 MICE산업

KME2022 개막식에서 진행된 기조강연은 영화 ‘신과 함께’, ‘광해군’ 등을 제작한 리얼라이즈픽처스 원동연 대표가 맡았으며, 원동연 대표는 ‘한국 콘텐츠의 경쟁력’을 주제로 K-콘텐츠가 발전할 수 있었던 이유를 제시했다.

덧붙여 K-콘텐츠의 직간접적인 체험은 MICE산업에서도 중요한 요소임을 강조하며, 콘텐츠 산업과의 협업을 당부했다. 기조강연에 이은 KMA Conference의 첫 번째 세션에서는 ‘콘텐츠’를 중점적으로 다루었다.

세션 1. K-콘텐츠의 경쟁력과 성장전략

한국국제문화교류진흥원 정길화 원장은 ‘K-콘텐츠의 경쟁력과 성장전략’을 주제로 KMA Conference의 문을 열었다. K-콘텐츠 위력을 새삼 느끼다 보면 한류의 시초가 언제인지, 무엇이 한류를 만들었는지 궁금해진다.

정길화 원장은 한류의 개념과 성장과정을 짚어보고, 한류를 만든 10대 요인을 설명하며 궁금증을 해결해주었다.



K-콘텐츠가 성장하기 위한 전략은 무엇일까? 정길화 원장은 콘텐츠를 제작하는 제작자, 엔터테이너의 역량 등 인적 자원과 함께 불완전한 콘텐츠 시장을 보완하고 지원하는 정부 정책이 필요하다고 말했다. 그리고 현재 이슈가 되고 있는 ‘반한류(혐한류)’를 감소시키기 위해서는 공감을 바탕으로 한 문화교류, 즉 착한한류가 필요하다고 말했다. MICE는 국제문화교류의 장이 되어 궁극적으로 한류가 나아가야 할 방향을 제시하고 K-콘텐츠를 확산시키는 플랫폼이 될 수 있을 것이다.

정길화 원장은 끝으로 영화 레인맨의 대사 “K마트는 지겨워”를 인용해 지겨움은 곧 죽음이라고 말하며, 양보다 질을 우선해야 한다고 말했다. 콘텐츠의 생명력은 다방면으로 응집된 문화에 새로움을 덧붙이는 데에 있다. MICE산업도 더 이상 참가자 수, 부스 개수 등 양에 집중하는 것이 아닌 참가자에게 K-콘텐츠와 같은 새로운 경험을 제공하는 데에 집중해야 할 것이다.



세션 2. 참가자의 참여도와 집중도를 높일 수 있는 콘텐츠의 힘

두 번째 세션은 구글 조용민 실장이 맡아 콘텐츠 기획의 세 가지 요소를 소개했다. 참가자의 이목을 집중시키는 콘텐츠 기획 사례도 돋보였는데, 고객의 경험을 중시하고 재치 있는 콘텐츠 사례를 공유함으로써 참가자의 이해를 도왔다.

조용민 실장은 콘텐츠 기획에 중점을 두어야하는 세가지로 ‘Find Right Why’, ‘Master the Pivot’, ‘Be user-friendly’를 제시했다. 돌체앤가바나가 드론을 활용해 패션쇼를 진행한 것과 같이 기술에 민감하게 적용할 수 있는 인문학적 사고가 필요하며 오레오가 개기일식이라는 단순한 정보를 광고 이벤트로 활용한 것처럼 누구나 알 수 있는 정보를 ‘도구’로 활용하는 피봇팅적 관점이 중요하다. 또한 참가자의 UX Journey가 끊임 없이 즐거울 수 있도록 콘텐츠를 기획하는 것이 중요하고 말했다.



콘텐츠는 결국 참가자를 몰입시켜야 한다. MICE도 마찬가지다. 조용민 실장은 참가자가 몰입할 수 있는 콘텐츠를 기획하기 위해서는 기획자가 더욱 부지런해져야 하며 성과에 부단히 질문하고 자신만의 새로운 성공방정식을 세워야 한다고 말하며 세션을 마무리 했다.

세션 3. 캐릭터를 활용한 MICE 목적지 브랜드 마케팅

우리가 흔히 알고 있는 캐릭터를 한번 떠올려보자.

매력 있는 캐릭터는 MZ세대의 소비를 불러일으킨다. 이렇게 보기만 해도 귀여운 캐릭터는 MICE산업에서 어떻게 활용되고 있고, 또 어떻게 활용해야 할까?

이번 세션은 세종대학교 한창완 교수의 주제발표와 함께 캐릭터 개발, 활용을 담당한 실무자가 패널로 참석해 토론하는 형식으로 진행되었다.

세종대학교 한창완 교수는 주제발표를 통해 OTT서비스의 확장, 키덜트 문화의 확산으로 변화하고 있는 캐릭터 산업에 대해 설명했으며, 캐릭터를 활용한 브랜드 마케팅 사례를 소개했다. K-캐릭터는 IP(Intellectual Property rights: 지식재산권) 비즈니스 확장으로 MICE산업의 콘텐츠로 활용되고 있으며 소비자를 특정 장소로 오게 만드는 공간 마케팅 도구로도 활용되고 있다. 한창완 교수는 MICE산업이 캐릭터를 활용해 대중들이 호감을 가지고 MICE 목적지에 방문할 수 있도록 활용하기 위한 맞춤 전략이 필요하다고 제안했다.



주제발표 다음으로는 캐릭터를 직접 개발하고 마케팅에 활용한 실무자가 패널로 참여하여 각각의 사례를 발표했다. 엑스포콘텐츠플랫폼 정석원 대표는 ‘호돌이’, ‘곰돌이’ 탄생의 주역으로, 개발에 참여한 캐릭터들을 소개하고 높아지는 캐릭터 활용 사례에 대해 발표했으며, 한국관광공사 함창호 차장은 지역 캐릭터와의 협업을 통한 MICE 도시 브랜딩 사례를 발표했다.

이어서 대전관광공사 정한나 과장은 ‘곰돌이’를 활용한 MICE 마케팅 사례를, 롯데홈쇼핑 구본조 과장은 ‘벨리곰’ 사례를 통해 ‘팬덤’을 기반으로 한 브랜드 캐릭터 성장 과정을 발표했다.



이미 전국의 지자체들은 하나씩 캐릭터를 가지고 있다. 하지만 MICE 목적지 마케팅에 활용되는 경우는 극히 드물다. MICE산업의 특성, 참가자의 특성, 활용 방법 등에 대한 전략 없이 개발되었기 때문일 것이다. 앞으로 지역 주민 뿐 아니라 MICE 참가자, 대중들까지 모두에게 사랑받으며, 다양한 방법으로 활용되고 확산될 수 있는 캐릭터 개발이 필요하다. 앞으로 다양한 캐릭터들이 MICE 산업에서 활약하기를 바란다!

Day 2. ESG와 MICE산업

콘퍼런스 이틀날은 국내외 MICE산업에서 ESG를 어떻게 실천해야 하는 지에 대해 논의가 이루어졌다. 어디에서나 들리는 ESG! 업계에서는 잘 지켜지고 있을까?

세션 1. ESG in MICE

국제회의산업연합(JMIC)의 Barbara WEIZSÄCKER 이사는 넷제로*의 최신 동향을 언급하며, 탄소 배출을 줄이기 위해 MICE산업이 할 수 있는 방안을 내세웠다. MICE산업은 많은 이해관계자가 연결되어 있는 산업으로 여러 기관의 협업이 중요하다. 하지만 기관, 지역의 여건에 따라 탄소배출량 감소에 대한 의지가 달라지기 마련이다. 따라서 이를 인지하고 기후변화 대응에 최대한 참여할 수 있도록 이끌어 내는 것이 중요하다고 말했다.

*넷제로(Net Zero): 이산화탄소, 메탄 등 6가지 물질을 포함한 온실가스의 순배출량 자체를 '0'으로 만드는 것. 온실가스 중 배출한 만큼의 '이산화탄소'를 흡수해서 실질적인 배출량을 '0'으로 만드는 '탄소중립' 보다 의미가 넓으며 실현 난이도도 높음. 전 세계적으로 2050년까지 '넷제로'를 달성할 것을 선언하고 법제화, 규제도입 등 다양한 계획을 수립하고 시행하고 있음

세션 2. 국내 MICE산업에서 ESG 실천하기

이어지는 세션은 조금 새로운 방식인 워크숍 형태로 진행되었다. 업계 실무자 약 20명이 모였고, 분야별 그룹으로 ESG 실천에 대해 토론하는 시간을 가졌다. 그룹은 주최자, CVB/DMO, PCO, MICE 시설로 나뉘었고, 그룹별 담론 후 그룹장의 발표를 통해 공통 의제를 도출했다. MICE산업의 각 분야에서는 어떻게 ESG를 실천하고 있을까?



발표1. 주최자 그룹 _ 한국생물공학회 김하나 실장

주최자 그룹은 행사를 개최할 때 ESG의 Environment (환경)에 대한 의무와 인식이 크지 않았으며, 개선점으로 결과보고서 내 ESG와 관련된 평가를 의무화할 것을 건의했다. 환경 개선을 위해 주최 측에서 자발적으로 무엇을 했는지 결과보고서에 포함시킴으로써 주최자의 인식을 제고할 필요가 있다고 말하며, 이를 위해서는 CVB/DMO 차원의 논의가 함께 필요하다고 의견을 모았다.





발표2. CVB/DMO 그룹 _ 제주컨벤션뷰로 조진훈 팀장

CVB/DMO는 행사를 유치하고 개최를 지원하는 분야다 보니 주최자에게 어떤 혜택을 줄 수 있는지, 친환경 행사 개최를 어떻게 유도할 것인지가 주된 고민임을 말했다. 덧붙여 CVB/DMO 그룹에 참여한 기관, 단체가 현재 실시하고 있는 ESG 관련 다양한 활동을 발표했다.

제주컨벤션뷰로는 ‘그린 MICE 매뉴얼’을 제작해 협학회에 배포하고 있으며 수원컨벤션뷰로는 친환경을 고려한 행사 개최 시 추가 지원금을 주는 혜택을 실시하고 있다. 한국관광공사의 경우 ‘MICE ESG 운영가이드’ 배포와 함께 MICE산업에서의 ESG 계량화 사업 추진을 계획하고 있으며, 울산관광재단은 다양한 친환경 행사 개최로 시민의식 개선에 노력하고 있다. 이와 같은 노력에도 불구하고, CVB/DMO의 ESG 실천 확대를 위해서는 더욱 많은 예산 투입이 필요하며, 정부기관의 적극적인 협조가 필수적이라고 말했다.

발표3. PCO 그룹 _ 이즈피엠피 옥효정 본부장

PCO 그룹은 탄소 절감 인증 재료 사용, 비건 음식 활용 등 행사 현장에서의 ESG 실천 사례를 발표하며, ESG의 실천에 있어 지역의 관광 콘텐츠를 축적해 일회성이 아닌 지속 가능한 체험 콘텐츠 개발이 필요하다고 말했다.

또한 업계에서는 ESG 실천에 대한 아이디어도 중요하지만 현재 ESG 측정 기준이 명확히 규정되어 있지 않아, 구체적인 실천 가이드라인도 필요하다고 말하며, 학계를 비롯한 모든 분야가 함께 ESG의 의미를 정확히 인지하고 앞으로 MICE 행사에 어떻게 적용할 수 있는지에 대해 지속적으로 고민하여 가이드라인을 만들어가야 한다고 말했다.

발표4. MICE 시설 그룹 _ 킨텍스 황미선 차장

주최자와 참가자가 함께하는 공간인 MICE 시설은 현재 실천 중인 ESG 활동에 대해 발표했다. 전기 사용량이 많은 킨텍스는 태양열과 같은 재생 에너지를 활용하여 시설 운영에 필요한 전기를 공급하고, 비닐 사용 대신 수건으로 우산의 물기를 닦아주는 빗물제거기를 설치했으며, 인쇄물 없이 회의나 업무가 가능한 페이퍼리스 오피스를 구축했다.

세인트존스호텔에서는 다회용품을 사용하고 있으며, 웨이브파크는 더 이상 사용하지 않는 서핑보드를 조형물로 활용하고, 인근 공단의 폐열을 활용해 온수를 제공하고 있다.



MICE 시설은 이와 같이 다양한 방법으로 ESG를 실천하고 있지만 여전히 더 많은 노력이 요구된다며, 대체 에너지 시설을 확충하고, 폐기물을 재활용 할 수 있는 기술을 수용하는 방안에 대해 의논했다.

끝으로 ESG를 실천하는 주최자, 참가자가 혜택을 받을 수 있는 방안을 마련한다면 공간으로서 더 좋은 역할을 할 수 있을 것이라 말했다.

세션 모더레이터인 동덕여자대학교 윤영혜 교수는 각 그룹별 발표내용을 정리하며, 이번 세션과 같은 MICE업계 분야별 워크숍을 주기적으로 진행해 ESG 실천에 필요한 것들을 함께 의논하고 고민할 필요가 있으며, ESG 실천에 대한 업계 의지를 더욱 강화할 수 있도록 각 분야에서 노력을 지속해줄 것을 당부했다.



이번 워크숍을 통해 MICE업계는 ESG에 대해 충분히 고려하고 있으며, 이미 상당한 노력을 하고 있다는 것을 알았다. 하지만 아직 ESG를 MICE산업에 완전히 접목하여 적용하기에는 한계가 있다.

하지만 이번 워크숍처럼 각 분야가 모여 주기적으로 논의하는 자리를 만든다면 MICE와 ESG의 간극을 좁히고, 접점을 마련해 MICE산업 맞춤 ESG를 실천하는데 좋은 역할을 할 수 있지 않을까? MICE산업에서 적극적인 ESG를 실천하고 고민함으로써 더욱 가치 있는 미래를 함께 실현하기를 기대한다.



It's Deajeon Time! MICE 도시 대전의 시계가 다시 움직이다

인터뷰 · 대전관광공사 윤성국 사장

묘한 설렘과 기분 좋은 긴장감이 감돈다. 오랜 시간 잊고 지냈던 보물상자를 마침내 다시 열었다.
1993년, 대전. 그 시간을 공유한 모두에게 대전은 추억이자, 기쁨이고 대한민국의 자부심이다.
잠시 멈춰 있던 대전의 시계가 이제, 다시 움직이기 시작한다.

눈 깜짝할 새, 두 달이 흘렀다.
부임 이후 지난 두 달의 시간은 대전관광공사 윤성국 사장(이하 윤 사장)에게 그 어느 때보다 치열하고 열정적인 시간이었다.
오자마자 전 세계가 주목하는 굵직한 행사를 성공적으로 유치함과 동시에 대전의 관광·마이에 대해 물음표를 던지는 끊임없는 고민의 시간이었다.

“밖에서 보는 것보다 일이 아주 많더라고요. 관광공사로 거듭나면서 영역이 더욱 확장된 것 같기도 하고요. 무엇보다 지난 두 달간 시민 분들 뿐만 아니라 여러 곳에서 보내주신 관심 덕분에 너무나 바쁘지만 감사한 시간을 보냈습니다.”

최근 대전은 전 세계적 관심을 얻었다. 바로 글로벌 스타 BTS와 함께 한 ‘Feel the rhythm of KOREA - 대전편’ 덕분이었다. 전 세계 각국의 말로 댓글이 달리고, 영상 속 대전의 지역 곳곳은 핫이슈가 됐다. 새로운 방식의 홍보다.



“88년도부터니까, 저도 벌써 대전과 함께 한 지 35년째네요. 93년도 대전 엑스포도 함께 했으니까요. 그땐 대단했죠. 이후 대전의 전성기를 이어가지 못했던 것은 참 안타까워요. 시간이 야속하게 흘렀죠. 그동안 대전 많은 곳의 명칭도 바뀌고, 알려졌다면 좋았을 보석 같은 관광지들도 세월에 묻혔죠. 이제 달라져야 해요.”

말투에서 단호함과 열정이 느껴진다. 반짝이는 눈빛 사이로 대전에 대한 애정이 오롯이 느껴진다. 진심이 담겨 있다. 그간 관광·마이스에 대해 갖고 있던 윤 사장만의 철학과 긴 시간 쌓은 언론인의 노하우가 이제 시너지를 낼 때다.

“홍보 방법도 새로워야 합니다. 우리의 소식을 단순히 한 방향으로만 전달하는 것이 아니라, 요즘 트렌드에 맞게 다양한 방법으로 활용해야겠죠. 미디어도 활용하고, 콘텐츠도 개발하고요. 글로벌 경쟁력을 갖춘 대전이 되려면 뜨거운 관심을 지속적으로 얻어야 한다고 생각합니다. 앞으로 다양한 방면으로 적극적으로 나설 계획입니다.”

대전만의 독보적인 캐릭터, ‘꿈돌이’의 부활 역시 큰 힘이 됐다. 오랜 시간 많은 이들의 가슴 속에만 머물러 있던 추억의 캐릭터는 지난 2020년, 카카오톡의 ‘내 꿈은 라이언’ 예능 프로그램을 통해 재조명됐다. 꿈돌이 스토어를 개관하고, 여러 기업과 협업을 통해 제품 출시 등의 쾌거도 이뤘다. 뿐만 아니라, 지난 10월, 대전을 뜨겁게 달군 <2022 UCLG(세계지방정부연합) 대전 총회>의 홍보대사 역할도 톡톡히 해냈다.

“차별화된 경험이 될 수 있죠. 그런 의미에서 꿈돌이·꿈순이는 대전만의 관광·마이스 행사에 있어 중요한 역할을 합니다. 꿈돌이와 꿈순이는 올해 누구보다 바쁜 한 해를 보냈는데요. 내년 역시 그렇습니다. 대전 오실 일이 많으실 겁니다.”



<2022년 UCLG(세계지방정부연합) 대전 총회>는 국제회의 도시, 대전의 면모를 여과 없이 보여줬다. 145개국 576개 도시 6,152명의 참석자의 쾌거를 기록하며 성공적으로 마무리했다. 다시 방문하고 싶은 도시, 대전의 저력을 수많은 사람들에게 각인시켰다. 윤 사장은 그 공을 직원들에게 돌렸다.



“덕분에 <2023 아시아태평양 국제학술대회>, <2024 아시아 수의사 대회>, <2025 국제핵물리학컨퍼런스>, <2026 세계태양광학회총회> 등 앞으로 달릴 일만 남았습니다. 국제행사와 관광을 연계해 다른 지역에는 없는 대전만의 특별함으로 잘 준비해 보겠습니다. 대전의 새로운 경쟁력을 기대하셔도 좋습니다.”

그간 대전이 고이 품고 있던 이 많은 매력을 어떻게 하면 잘 뉘아 내놓을 수 있을지, 윤 사장의 어깨는 여전히 무겁다. 대전의 도시 이미지를 더욱 정돈하는 것도 윤 사장의 몫이다. 과학MICE도시를 넘어 글로벌 MICE경쟁력을 갖춘 도시로 도약하기 위해 이제, 기지개를 켜 때다. 대전에게 주어진 앞으로의 시간이 더욱 기대되는 이유다.

“무엇보다 업계 분들과 멋진 협업을 기대합니다. 함께 하면 더 많은 것들을 이룰 수 있으니까요. 대전의 내일에 많은 관심과 애정을 기대합니다. 대전에서 뵈겠습니다.”





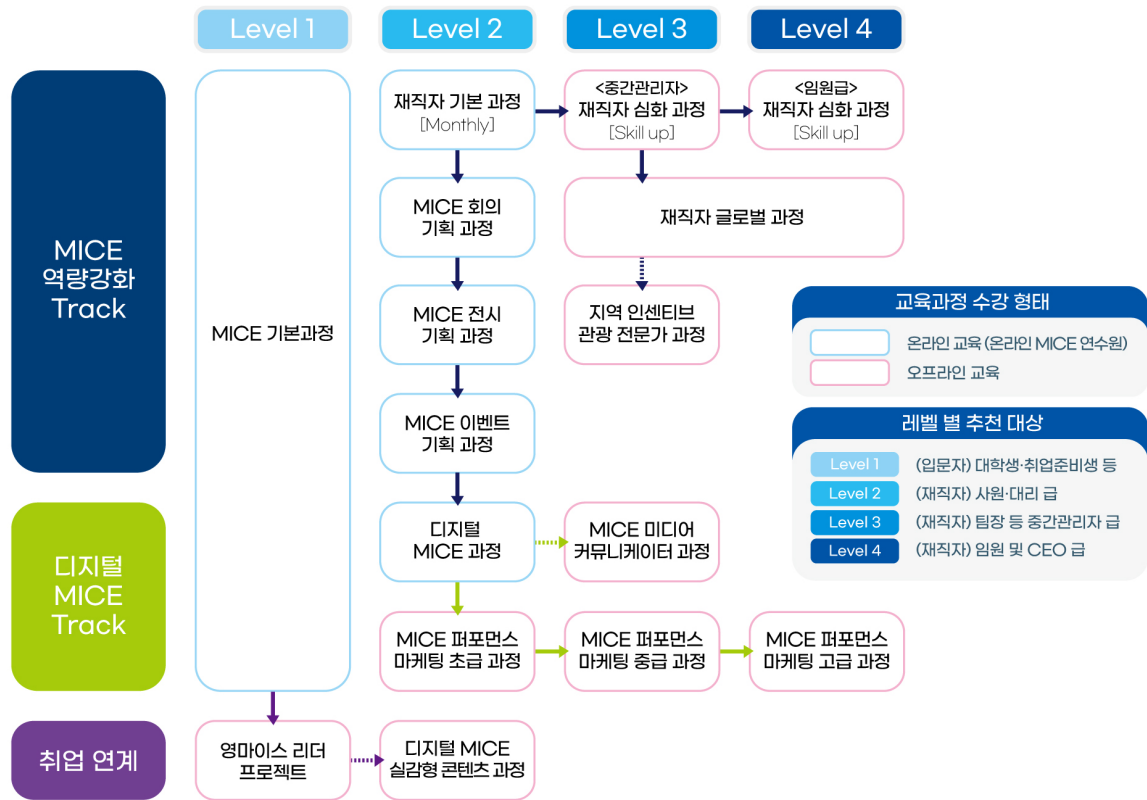
한국MICE협회 주최 ‘2022년 MICE 인력양성 사업’ 참가자가 1,300명을 넘어섰다. 협회는 2003년 설립 이후 매년 업계 입문자와 재직자를 대상으로 MICE 전문교육을 수행하며 업계 인력양성에 힘쓰고 있다. 특히 올해는 참가자 수준과 수요를 반영하여 체계화된 교육과정 로드맵을 마련하고, 변화된 MICE산업 환경에 대응하여 다양한 교육과정을 실시함으로써 주목할 만한 사업성과를 보였다.

체계화된 교육과정 로드맵 제시

협회는 참가자 수준, 교육방식, 트랙(track)별로 교육과정을 목록화하여 업무역량 강화를 위한 체계적인 교육방향을 제시하고 있다. 업계 입문자와 재직자는 교육과정 로드맵에 따라 온라인 및 오프라인 교육 방식을 확인하고, ‘MICE 역량강화’, ‘디지털 MICE’, ‘취업 연계’ 세 가지 트랙(track)의 심도 있는 교육을 수강할 수 있다.



[표1] 2023년 한국MICE협회 교육과정 로드맵



전문성과 참여도 높은 기존 교육

협회는 지역 MICE 활성화를 위해 입문자 대상 ‘영마이스 리더 프로젝트’를 수도권뿐 아니라 부산에서 개최하고, ICCA 주관 국제 공모전을 연계하여 참가자의 글로벌 역량 강화를 주도했다. ‘재직자 기본과정’은 참가자가 선호하는 온라인 방식으로 운영하여 참여도와 만족도를 높였으며, ‘재직자 글로벌 과정’은 해외 MICE 교육 프로그램 지원을 재개하여 글로벌 교류 활성화에 기여하고 있다.



뿐만 아니라 지난 해 처음 실시한 ‘지역 인센티브 관광 전문가 과정’은 높은 만족도와 지속적인 교육 수요로 올해는 상하반기 2회로 확대 실시하며, 참가자 수요를 반영하여 프로그램을 보완함으로써 교육의 전문성을 한층 높였다.

MICE 업계 디지털 교육 강화, 디지털 인재 육성

협회는 디지털 기술 수요 증가에 대응하여 지난해 ‘MICE 디지털 전문가 양성과정’을 신설해 업계에 최적화된 디지털 교육을 실시하고 있다. 뿐만 아니라 지역의 디지털 MICE 교육 수요를 충족시키기 위해 ‘MICE 디지털 All-in-one 과정’을 개편하여, 대전을 시작으로 부산, 인천, 대구, 전주까지 MICE 주요 도시를 순회하고 있다.

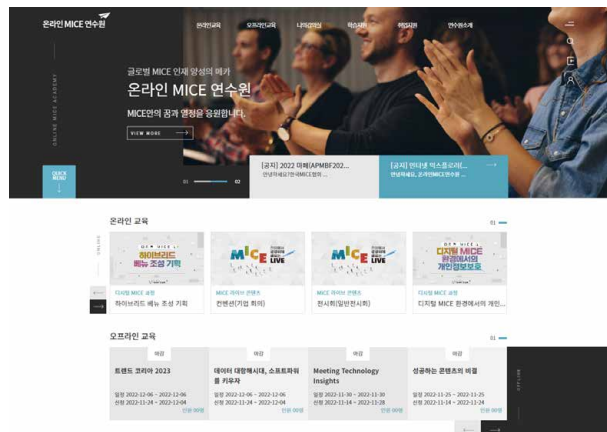


이와 함께 협회는 3억 원 규모의 고용부 지역산업맞춤형 일자리창출 지원사업의 일환인 ‘디지털 MICE 실감형 콘텐츠 전문인력 양성과정’을 실시하여 ‘메타버스’, ‘VR’과 같은 실감형 콘텐츠 기획에 특화된 인재의 업계 유입에 주력하고 있다.



변화하는 교육환경에의 대응

‘온라인 MICE 연수원’은 협회에서 운영하고 있는 MICE 교육 온라인 플랫폼이다. 2018년 오픈 이후 다양한 교육 콘텐츠가 지속적으로 탑재되며 최근 가입자 수 5천명을 돌파하였다. 올해는 ‘온라인 MICE 연수원’ 이용자들의 편의성을 높이기 위해 시스템 기능과 UI/UX를 개편하고, ‘New MICE 기본과정’과 ‘이벤트기획 과정’을 탑재하여 MICE 교육 플랫폼으로서 경쟁력을 더해 나갈 예정이다.



지난 해 개관한 ‘MICE 인재원’은 디지털 교육에 특화된 오프라인 교육장소로, 협회는 편리한 교육환경을 갖춘 교육장을 운영하며 교육 운영의 효율성과 지속성, 참가자의 편의성을 높이고 있다. MICE 인재원에 현재까지 1,000여 명의 입문자 및 재직자가 방문하였으며, 교육 및 네트워킹 장소로 활용되고 있다.



[표2] 2022년 한국MICE협회 MICE 전문인력 양성사업 개요 및 주요성과

교육명	대상	주요내용		주요성과
영마이스 리더 프로젝트	입문자	MICE 분야별 특강, 멘토링, 기업 설명회, 팀 프로젝트 등		· 1기(부산), 2기(서울) 총 73명 수료 · ICCA 주관 국제 공모전 연계로 수상 팀 배출
디지털 MICE 실감형 콘텐츠 전문인력 양성과정		디지털 MICE 트렌드, 메타버스, VR 실습 강의, 현장 견학 및 취업 지원, 발표회 등		· 1~3기 총 29명 수료, 12명 취/창업 · 메타버스 실습 프로젝트와 연계된 유관 공모전 참여 독려로 다수 수상 팀 배출
MICE 재직자 전문가 양성과정	재직자	기본과정	MICE 트렌드, MICE 기획, 카피라이팅, 브랜딩 등 실무자 역량 강화 교육	· 기본과정 총 7차시 376명 수강
		심화과정	경력자 및 경영자를 위한 인사이트 특강	· 심화과정 총 3차시 126명 수강
		글로벌 과정	MPI, ASAE, PCMA 등 해외 MICE 교육 프로그램 참가 지원	· MPI WEC San Francisco 참가 지원 · PCMA DES, EDS 과정 참가 지원 · ICCA Congress 참가 지원
지역 인센티브 관광 전문가 양성과정		인센티브 관광 트렌드, 스마트 관광, 관광콘텐츠 기획, 해외 인센티브 전문 교육프로그램 등		· 1기(강원도 강릉), 2기(경남 창원) 온·오프라인 총 318명 수료
MICE 디지털 전문가 양성과정	입문자/재직자	디지털 MICE 전문 교육장 'MICE 인재원' 운영, 디지털 MICE 실습 위주 다양한 실무 과정 운영		· MICE 웹빌더, 미디어 커뮤니케이터 1기, 미팅테크놀로지, 퍼포먼스 마케팅, 디지털 마케팅 과정 총 272명 수료 · All-in-one 과정 인천, 대구, 전주 개최 총 162명 수료
온라인 MICE 연수원		MICE 기본과정, 회의기획, 전시기획, 디지털 MICE 과정 탑재 운영 중		· 2022년 가입자 수 1,500명(누적 5,400명) · New MICE 기본과정, 이벤트 기획 과정 탑재

12월을 기점으로 협회 주최 '2022년 MICE 인력양성 사업' 교육 참가자가 1,300명을 넘어섰다. 참가자 평균 교육 만족도는 90% 이상을 웃돌고 있으며, MICE업계 교육의 지속성과 확대에 대한 요구가 증가하고 있다.

2022년은 코로나19 엔데믹과 맞물려 MICE 행사들이 재개되기 시작했으며, 하반기의 경우에는 행사 개최를 앞다투고 있을 만큼 뚜렷한 회복세를 보이고 있다.

협회는 업계가 회복을 넘어 확대 성장하는데 필수적인 유능한 인재의 유입에 대한 지원을 아끼지 않을 것이며, 향후 협회 교육과정 로드맵의 부족한 교육 콘텐츠를 개발하고 확장해 나갈 계획이다.

향후 진행되는 교육 과정은 한국MICE협회 홈페이지(www.micekorea.or.kr) 및 온라인 MICE 연수원 홈페이지(www.e-micekorea.or.kr)에서 확인 및 신청할 수 있다.

남해안 MICE 거점 ‘전라남도’

전 세계인에게 감동을 선사한 여수세계박람회의 현장,
여수 엑스포 컨벤션센터를 기점으로 한 다양한 MICE 즐길거리를 소개합니다.



여수 엑스포 컨벤션센터

회의시설

[대] 3개, 400~978명

[중] 5개, 100~150명

[소] 3개, 50~80명

전시홀

[D1] 1,064m²,

[D2] 1,240m²

위치 전라남도 여수시 박람회길 1

문의 061-659-2096

홈페이지 www.expo2012.kr

전 세계인에게 감동을 선사한 여수 세계박람회가 개최됐던 여수엑스포 컨벤션센터는 드넓게 펼쳐진 남해의 아름다운 풍경과 뛰어난 교통 접근성, 회의 및 전시행사를 구현할 수 있는 최첨단 컨벤션 시설, 더욱 새롭고 안전한 해양레저 시설을 동시에 갖추고 있습니다.

여수는 가장 큰 회의시설인 엑스포 컨벤션 센터를 중심으로 중대형 행사와 숙박이 함께 가능한 여러 호텔들이 엑스포단지를 구성하고 있습니다.

다양한 규모의 호텔과 리조트는 30,000개 이상의 객실을 갖추고 있으며, 다양한 현지 음식과 레스토랑이 인근에 배치되어 있습니다.

오늘날 여수는 빠르게 성장하는 회의와 컨벤션의 목적지로 관광객을 위한 스마트 기술이 접목된 스마트 시티 플랫폼을 개발하는 등 디지털 전환에 힘쓰는 미래 지향적인 도시입니다.

해상 갈라쇼 빅오(Big-O) 해상무대



빅오쇼는 세계최고의 해상분수와 레이저 조명을 이용한 멀티미디어 영상 연출이 가능한 여수세계박람회장이 자랑하는 대표적인 공연시설입니다. O구조물 앞의 해상무대와 최대 3,000명까지 수용 가능한 관람석은 대규모 공연을 연출 할 수 있는 특별한 행사 공간입니다.

인근 주요 관광지로는 도심에서 약 15분 거리에 위치한 사원 단지, 해양 테마 공원, 섬 하이킹 투어 등이 있으며, 일부는 걸어서 갈 수 있습니다. 엑스포 오션 파크와 함께 크리스탈 캐빈이 있는 케이블카의 오션뷰는 여수 야경을 환상적으로 보기 위해 밤에 가는 것을 강력히 추천 드립니다.

최상의 서비스를 제공하는 숙박시설



해안 지역의 위치 덕분에, 주요 호텔은 아름다운 바다 전망을 자랑합니다. 311실 규모의 소노캄 여수, 343실 규모의 베네치아 호텔 & 리조트, 131실 규모의 히든 베이 호텔 & 리조트 등 호텔과 리조트가 엑스포 부지에 위치하고 있습니다. 세이지우드 CC 여수 경도는 440석 규모의 100개 객실과 회의실을 갖추고 있으며, 회의 이후 골프와 같은 레저를 즐길 수 있습니다.

한국의 전통적인 생활 방식과 문화를 체험 할 수 있는 오동재라는 한옥 호텔이 위치 해 있습니다.

남도의 맛



여수는 산과 들, 어항이 많아 채소와 산나물, 싱싱한 해산물 등이 매우 유명합니다. 여수의 맛은 갯김치, 장어 샤브샤브, 간장게장 등으로 소개할 수 있습니다.

오늘날 관광객들과 젊은 사람이 가장 많이 찾는 곳은 낭만적인 바다를 앞세운 ‘낭만포차’ 입니다. MICE 비즈니스 여행자들은 해안에 늘어서 있는 술집에서 여수의 전통 향토음식을 맛볼 수 있습니다.

인근 관광지



한국의 전통을 보존하고 있는 조선시대 성곽 도시 중 하나인 낙안읍성을 관람 할 수 있습니다.

이와 함께 유네스코가 선정한 순천만습지와 국내 최대 규모의 정원인 순천만 국가정원에서 회의 이후 지친 몸을 쉴 수 있는 청정하고 자연 친화적인 관광지를 경험할 수 있습니다.

1. 전라남도 휴양형 MICE 소개



- **MICE란?** 회의, 포상관광, 국제회의, 전시회 및 이벤트의 머리글자를 딴 용어로 관광객 유치를 위한 융복합 산업을 뜻함



회의
Meeting



포상관광
Incentive travel



국제회의
Convention



전시회 및 이벤트
Exhibition & Event

● 중소규모 MICE 개최 최적지

- ▶ 다양한 규모의 다용도 회의실 완비
- ▶ 학술회의, 기업회의, 분과회의 등 각종 중소규모 회의에 제격
- ▶ 참가자, 수려한 경관과 천년 전라도 문화 매력에 흠뻑

● 회의·숙박 시설과 고유한 관광·체험 콘텐츠 연계

- ▶ 풍부한 자연·생태 및 역사·문화 관광자원 중심의 유니크 메뉴
- ▶ 중·소규모 인원을 수용할 수 있는 회의실과 숙박시설
- ▶ 개최지 매력도 제고 위한 주요 관광지 인접
- ▶ 참가자 만족도 높여줄 다양한 프로그램 체험 가능

● MICE 행사 최적의 지원 프로그램

- ▶ 다양한 MICE 행사 추진 경험 바탕으로 성공개최지원
- ▶ 국제회의를 비롯한 중·소규모 회의에 이르기까지 다양한 개최 인센티브



2. 전라남도 휴양형 MICE 시설 지정현황 67개소



시 군	시 설	전화번호
목포시 ②	목포국제축구센터	061-274-0171
	김대중노벨평화상기념관	061-245-5660
여수시 ⑬	디아크 리조트	061-643-8790
	아리아 펜션 리조트	061-655-8008
	한옥호텔 오동재	061-650-0300
	여수경도리조트	061-660-1000
	더 호텔 수	061-681-1111
	여수예술랜드	061-665-0000
	골드비치리조트	061-684-8585
	기차와 바다 호텔	061-653-2288
	섬표더하기	010-8865-8665
	알앤비 비즈니스 호텔	061-653-9900
	HS 관광호텔	061-662-9996
	여수비치리조트	061-642-2288
	해맞이펜션	061-644-6789
	포유호텔	061-665-3535
	그림정원 게스트하우스	010-3968-3556
	백패커스인여수	010-2561-2552
순천시 ④	순천만에코촌 유스호텔	061-749-4816
	낙안읍성	061-749-8831
	순천전통야생차 체험관	061-749-4500
	순천자연휴양림	061-749-8948
나주시 ②	홀리어스 관광호텔	061-980-9000
	호텔코어	061-337-0700
광양시 ④	섬진강 끝들마을 휴양소	061-772-5002
	메아리창조마을	061-772-3236
	백운산자연휴양림	061-797-2655
	봉강햇살촌	061-762-6966
담양군 ②	죽녹원	061-380-2780
	담양리조트	061-380-5000
곡성군 ②	심청한옥마을	010-9377-4373
	곡성 아트빌리지	061-362-5559

시 군	시 설	전화번호
구례군 ②	지리산정원	061-780-8028
	구례 자연드림파크	061-783-2200
고흥군 ③	마리안느 마가렛 나눔연수원	061-842-1700
	참살이 조가비촌	070-8835-3139
	고흥 썬밸리리조트	061-830-2900
보성군 ①	제암산자연휴양림	061-852-4434
화순군 ②	화순 금호리조트	061-372-8000
	백아산 자연휴양림	061-379-3737
장흥군 ③	정남진 편백숲 우드랜드	061-864-0063
	장흥통합의학컨벤션센터	061-860-6263
	유치 자연휴양림	061-863-6350
강진군 ③	주작산 자연휴양림	061-430-3306
	다산배아채 골프앤리조트	061-430-9999
	초당 연수원	061-867-8466
해남군 ②	흑석산자연휴양림	061-530-5738
	땅끝향토나라테마촌	061-533-9822
영암군 ③	미암권역 활성화센터	061-472-8116
	가야금산조기기념관	061-470-2799
	한옥호텔 영산재	061-464-4600
무안군 ③	무안향토갯벌랜드	061-450-5636
	바람의바다 펜션	061-453-0730
	휴 관광펜션	010-7763-3381
함평군 ①	주포지구 한옥마을	061-322-0922
영광군 ②	국제마음훈련원	061-353-1043
	영광힐링컨벤션타운	061-353-4476
장성군 ③	국립장성숲체원	061-399-1800
	장성 별내리마을	010-9629-6486
	청백한옥	061-393-9466
완도군 ③	완도해조류스파랜드	061-550-7000
	골드밸리리조트	061-553-4155
	루미아호텔앤리조트	061-554-1000
진도군 ②	진도유스호텔	061-543-5556
	운림삼별초공원	061-543-2002
신안군 ②	증도갯벌생태전시관	061-275-8400
	엘도라도리조트	1544-8865



지속가능한 컨벤션센터 운영의 현장 수원 홍시마켓을 다녀오다



수원컨벤션뷰로는 수원 MICE산업 발전을 위해 대학생 중심 서포터즈인 ‘수원 마이스터즈(MICEters)’를 운영하고 있다. 수원마이스터즈는 수원에 거주하고 있거나 수원에 소재하는 대학교의 재학생, 그리고 수원의 관광·MICE에 관심 있는 청년들로 구성되어 있으며, MICE 전문 교육, 온오프라인 홍보활동, 수원 개최 행사 운영요원 활동 등 다양한 경험을 토대로 수원 MICE를 홍보하고 지원하는 역할을 하고 있다.

수원컨벤션뷰로는 현재 활동 중인 수원마이스터즈 4기 프로그램의 일환으로 ‘수원컨벤션센터를 활용한 시민 대상 행사 기획’ 공모전을 진행했다. 공모전에서 선정된 행사는 실제 개최할 수 있도록 장소와 예산을 지원했는데, 수원마이스터즈들의 손에서 시작되어 시민의 참여로 완성된 행사가 바로 ‘수원 홍시마켓’이다.

시민과 함께 지속가능한 미래를 만든다

가을을 맞아 선선해진 9월, 수원컨벤션센터에서는 수원시민이 참여하는 중고 플리마켓 ‘수원 홍시마켓’이 열렸다. ‘수원 홍시마켓’은 온라인 중고거래 플랫폼을 모티브로 한 시민 참여형 이벤트로, 수원 시민들이 ‘셀러’가 되어 유아용품, 반려용품, 의류 및 잡화, 도서, 소품 등 더 이상 사용하지 않는 물건들을 직접 판매하는 ‘시민 참여’와 ‘환경’을 생각한 행사이다.

홍시마켓 현장은 행사 시작 전부터 분주했다. 시민 셀러들은 팔기 위해 가져온 중고물품들을 직접 진열하고 테이블을 꾸며지며, 눈에 잘 띄도록 가격표를 붙였다. 현장에는 의류부터 장난감, 도서, 직접 기른 식물까지 다양한 물건들이 줄지어 자리 잡았으며, 행사가 열린 수원컨벤션센터 광장에는 어른, 아이 할 것 없이 수원 시민들로 가득했다.



한편 운영본부에서는 참가자들에게 업사이클링 에코백과 텀블러를 증정하고, 아동도서를 기부한 시민들에게 대나무 칫솔을 증정하는 등 제로웨이스트를 실천하기 위한 모습을 보였으며, ‘지구를 사랑하는 마켓’이라는 이름표를 걸고 아이들과 함께 물품을 판매하는 가족의 모습도 볼 수 있었다. 이처럼 수원컨벤션센터와 함께 지속가능한 미래를 만들기 위해 노력한 수원마이스터즈와 수원 시민을 만났다.





1 홍시마켓을 탄생시킨 수원마이스터즈

수원 홍시마켓은 수원을 가장 애정하는 청년들의 모임인 ‘수원 마이스터즈’ 4기 ‘K5조’의 손에서 시작됐다. 경기대학교와 경희대학교 학생들로 구성된 다섯 명의 조원이라는 뜻을 가진 K5조의 신수빈 마이스터즈를 만났다.

“중고거래 플랫폼의 오프라인화 아이디어에서 시작해 시민이 주체가 되는 행사를 만들고 싶었어요.”

K5조는 시민들에게 더욱 친밀하게 다가가기 위해 기존의 중고 거래 플랫폼 이름과 유사성을 띄면서 가을의 풍요로움을 느낄 수 있는 ‘홍시’라는 이름을 붙인 ‘홍시마켓’을 기획했다.

“컨벤션센터를 시민들에게 개방하고, 시민이 참여할 수 있는 이벤트를 많이 할수록 긍정적인 이미지를 줄 수 있을 뿐만 아니라 센터에서 개최되는 행사에도 관심을 갖는 등 수원 컨벤션센터와 수원 MICE 발전의 연장선으로 이어진다고 생각해요.”

지역 MICE를 홍보함에 있어 필수조건은 지역 주민의 인식과 참여도이다. 특히 지역 청년들의 관심과 참여가 관건인데, 수원 마이스터즈는 단순히 수원을 홍보하는 역할만 하는 것이 아닌 기획과 운영에도 참여할 수 있는 값진 경험을 할 수 있어 수원 시민으로서 자긍심을 느끼게 했다.

“시민들이 함께할 수 있어서 더 즐겁고 의미가 있어요. 시민들이 주체가 되는 행사들이 수원 뿐 아니라 전국 컨벤션센터에서 열리면 좋을 것 같아요.”

수원컨벤션센터는 수원의 청년들과 시민들에게 더욱 친근하게 다가갈 수 있도록 최선의 노력을 다하고 있으며, 그 옆에 든든한 지원군인 수원마이스터즈가 있다. 수원 마이스에 대한 애정으로 지역민들에게 선한영향력을 끼치고 있는 수원마이스터즈의 앞으로의 활동이 더욱 기대된다.

2 홍시마켓의 의미를 더한 수원 시민

홍시마켓 현장은 물품을 판매하는 셀러와 구매하는 시민들로 가득했다. 그 중 눈에 띄는 한 부스에는 초등학교 한 아이가 앞치마를 두르고 자신이 입고 쓰던 옷과 장난감을 팔고 있었다. 아이의 엄마이자 행사 개최에 의미를 더한 수원 시민을 만났다.



“수원컨벤션센터에서 열린 행사에 참여한 경험이 만족스러워 인스타그램 팔로우를 하고 있었는데, 마침 홍시마켓 시민 셀러 모집을 하고 있어, 저에게도 아이에게도 좋은 경험이 될 것 같아 바로 신청했어요.”

소극적인 성격의 아이는 부스를 둘러보고 있는 시민들에게 자기물건을 소개하고, 다른 부스를 방문해 가격을 물어보고 구입하면서 그 어느 때보다 적극적이고 밝은 모습을 보여주었다. 뿐만 아니라 자신에게 더 이상 필요하지 않은 물건들을 팔고 다시 자기에게 필요한 물건을 사면서, 경제활동의 가치 뿐 아니라 물건의 가치, 환경의 의미까지 직접 배우고 있었다.

“요즘같이 물건이 풍족한 세상에 서로 나누고 교환하는 플리마켓이 환경 측면에서나 아이 교육 측면에서나 너무 좋은 것 같고, 수원컨벤션센터 광장을 시민들에게 개방해서 이렇게 함께하는 자리를 만들어 준 것에 대해 수원시민으로서 자랑스럽고 앞으로가 기대됩니다.”

컨벤션센터의 지속가능을 위해서는 시민들의 지속적인 관심과 참여가 가장 중요한 것이 아닐까. 어쩌면 격조 높은 행사, VIP, 해외 참가자가 많은 행사보다도 더욱 의미 있는 행사일지 모른다.

‘광장’의 의미, 지속가능한 컨벤션센터

고대 그리스에는 ‘아고라(agora)’라고 불리는 광장이 있었으며, 과거 도시들은 모두 ‘광장’을 중심으로 발달해왔다. 광장에는 회의장, 상업시설 등이 있어 정치, 상업, 사교가 이루어지는 사회 활동의 중심지였으며, 조각, 분수, 연못과 같은 장식도 있어 시민들의 휴식 공간이 되었다.

수원컨벤션센터는 광고호수로 통하는 길인 ‘광장’을 중심으로 백화점, 호텔, 아쿠아리움 등 다양한 관광·상업시설이 인접한 MICE복합단지이다. 수원 MICE복합단지가 바로 수원 시민들에게 고대 ‘광장’의 역할을 하고 있다. 나아가 수원은 현재 수원 컨벤션센터를 중심으로 ‘국제회의복합지구’ 지정을 추진하는 등 시민과 업계와의 지속적인 소통으로 대한민국 MICE산업의 본보기가 되기 위해 노력하고 있다.

시민과 함께 더욱 발전할 앞으로의 수원을 기대해본다.



UNIQUE SUWON BOUTIQUE DESTINATION

Your success
becomes a new brand of Suwon

수원화성 장안문

Suwon
Convention
Center



KOREA
TOURISM
ORGANIZATION
한국관광공사

KOREA, BEYOND MEETINGS
WWW.KOREACONVENTION.ORG

공간정보 SI 기술의 현재, 다비오

코로나19의 영향으로 전시회가 오프라인에서 원활하게 진행되지 못했던 시기를 벗어나 전시 산업이 활성화 되고 있는 요즘, 예전과는 다르게 온오프라인이 동시 개최되기도 하고 메타버스 전시회와 같이 이전에 없던 형식들이 빠르게 도입되었습니다.

온라인에서의 혁신 뿐 아니라 이제는 오프라인 현장에서도 새로운 것이 필요한 시점입니다.

공간정보 SI 기술 기업 다비오는 특화된 공간정보 기술로 스마트하게 전시장을 운영할 수 있도록 전시 산업 관계자들에게 꼭 필요한 내용을 콕 집어서 내용을 소개하겠습니다.

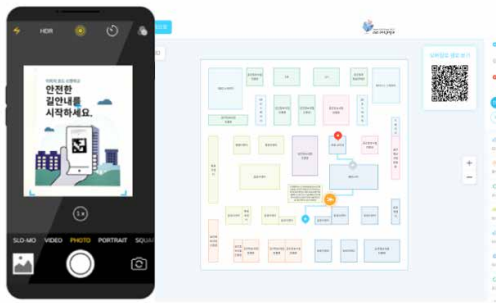


다비오는 지난 11월 킨텍스에서 열린 스마트국토엑스포에서 전시 솔루션으로 디지털맵 키오스크와 E-리플렛을 제공했었습니다.

종이 리플렛 NO! E-리플렛 YES!!

전시장에 가면 늘 펼쳐 보게 되는 종이 리플렛! 작은 글씨로 뽁뽁하게 써 있는 기업명들 사이에서 원하는 부스를 찾기가 쉽지 않습니다. 게다가 종이를 크게 펼쳐보면서 찾아야 하고 들고 다니기도 굉장히 번거롭습니다. 게다가 버려지는 리플렛의 양도 어마어마하니 다음 운영 전시부터는 **종이 리플렛의 양을 줄이고 간편하게 모바일로 사용할 수 있는 E-리플렛**을 사용해 보기를 추천합니다!

01. QR코드를 스캔하니 활성화 된 웹 브라우저! 내 손안에 쏙 들어오는 E-리플렛



02. 전시장 내 행사 정보들과 함께 전시참가기업들을 지도 위에서 확인, 길 안내까지 받을 수 있습니다.



전시장 안내도 화면

목적지 길 안내 화면

03. 행사가 끝나고 나면, 참관객들의 관심도를 파악할 수 있는 통계도 확인 가능합니다.

E-리플렛 사용 통계 - 사용자들은 지도 위에서의 action이 많은 것으로 보여짐

MAP	카테고리	125
지도 위에서 클릭한 경험	POI	76
NAVIGATION	경로안내	74
	모의보행	57
SEARCH	검색 키워드	119
검색창을선택해 키워드를 입력하고 선택한 경우	검색 키워드 팁	10
	검색선택	54
SEARCH_RESULT	검색결과 선택	16

선택된 검색결과 다비오, 이준소프트, 통계청, 나인아트, 메가존 소프트, 지오시스템, 중앙 아산시, 컨퍼런스룸 1&2, 한국축량기검정센터, GEO cafe, UAM특별관



04. 다운로드 없이 모바일로 사용할 수 있는 E-리플렛! 전시운영자&참여자 모두에게 편리함을 제공합니다.



QR코드 스캔해 전시정보 편리하게 확인하세요!

다비오는 어떤 기업?!

2012년 설립된 공간정보 전문 SI 기업. 국내 주요 백화점과 아울렛부터 박물관, 관광지, 병원 등 다양한 곳에 공간정보를 제공해 위치 기반 서비스를 지원하고 있다.

내용이 흥미로우셨나요? 그렇다면 이메일이나 전화로 많은 문의 부탁드립니다~

dabeeo

- 연락처 : sales@dabeeo.com
- 전화번호 : 070-7777-2489
- 홈페이지 : www.dabeeo.com
- 회사 주소 : 서울시 마포구 마포대로 144 마포T타운 8층

사·공간의 한계를 넘어 전하는 진심, 블루몬미디어

인터뷰 · 블루몬미디어 하무근 대표이사

온라인 행사의 가장 큰 장점은 시간과 공간의 구애를 받지 않고 참가할 수 있다는 것이다. 2022년, 코로나19 엔데믹으로 오프라인 행사가 다시 개최되고 있는 추세이지만, 물가상승, 공급체계의 불안정 등 다양한 요인으로 인해 이전보다 예산이 더욱 많이 필요하게 되었으며, 온라인의 편리함과 효율성을 맛 본 참가자, 주최자, 운영자들은 여전히 온라인 행사를 선호하고 있다. 이제 온라인에서의 경험 확장과 안정적인 참가 환경이 더욱 중요해졌다. 여기, 경력과 실력을 모두 갖춘 하이브리드 MICE 행사 전문 기업 ‘블루몬미디어’가 있다. 블루몬미디어를 이끌고 있는 리더, 하무근 대표를 만났다.



“블루몬미디어는 2019년 라이브 스트리밍 사업으로 시작해 현재는 하이브리드 행사 기획 및 대행, 영상 제작 등 사업 분야를 확장하며 성장하고 있는 기업입니다.”

올해로 설립 4년차에 접어든 블루몬미디어는 변화하는 시대에 맞추어 발 빠르게 사업 분야를 넓혔으며, 특히 2022년, 또다시 변화한 흐름 속에서도 약 100건의 행사 실적을 달성하고, 성남시청 의료관광 온라인 설명회 행사, 한국조세재정연구원 30주년 기념행사, 보건복지부 정신건강R&D 성과 보고회 행사 등 굵직한 행사를 운영하며 실력을 입증해나가고 있다.

“디지털화의 가장 큰 특징은 사·공간의 경계가 사라지고 그 한계를 뛰어넘을 수 있다는 것입니다. 블루몬미디어는 클라이언트, 협력업체의 이야기를 전달하는 브릿지 역할을 하고 있는데요, 그들의 진심, 그리고 우리의 진심이 왜곡되지 않고 잘 전달될 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.” 블루몬미디어의 전신은 BSM(Bluemon Sports&Media)으로, 하무근 대표는 방송국 중계 기술팀에서의 경력을 토대로 아마추어 스포츠 중계 사업을 시작했다. 코로나19 이후 온라인으로 대체된 MICE 행사들의 의뢰가 빗발치며, 하 대표는 블루몬미디어의 기술과 능력이 스포츠 분야 뿐 아니라 MICE산업에서도 활용될 수 있다는 가능성을 보았다. 이후 사업 다각화로 MICE업계 전문가도 영입하며, ‘사·공간의 한계를 넘어 전하는 우리의 진심’이라는 블루몬미디어의 슬로건과 같이, 디지털 환경에서 진행되는 MICE 행사의 중점적인 메시지에 블루몬미디어의 진심을 더해 성공적인 행사 운영을 이어오고 있다.



“사실 성공적인 행사 운영에 있어 가장 중요한 것은 직원 간의 협력입니다. 특히 저희가 진행하는 하이브리드 행사, 온라인 생중계, 영상 제작은 결코 혼자서 진행할 수 없고, 각 분야 전문가들의 협력이 필요한데요, 블루몬미디어는 모두가 자유롭게 의견을 제시할 수 있는 업무환경을 바탕으로 최고의 결과를 만들고자 노력하고 있습니다.”

블루몬미디어는 하나의 행사를 추진함에 있어 기획, 현장 중계, 디자인, 마케팅 등 다양한 업무분야의 담당자가 함께 의견을 나누고, 최적의 결과를 만들기 위해 협력하고 있다. 또한 대표를 포함한 감독들의 경력과 전문성에 블루몬 미디어의 주된 세대인 MZ세대의 감각이 더해져 행사 주최자의 높은 만족도를 얻고 있다.

“현재 MICE 행사 운영에서 ‘플랫폼 의존도’가 이슈가 되고 있습니다. 예를 들어 오프라인 행사를 온라인에서 완벽하게 구현할 수는 없겠지만 어느 정도 비슷한 수준으로 구현하고자할 때, 해당 기능들이 플랫폼에 적용 가능한지 여부가 행사를 좌우하는 요소가 될 때가 많습니다. 직접 플랫폼 또는 해당 기능을 개발을 하고자 해도 MICE산업에 특화된 웹 및 앱 개발 기업이나 전문가가 없다보니 커뮤니케이션에 소요되는 시간과 인력 소비가 클 때가 있습니다. 협회에서 실시하는 MICE 기업 디지털 전환 지원 사업과 같이 지속적인 업계의 투자가 활발해진다면, 다양한 플랫폼이 생겨나고 선택의 폭이 넓어지며 다양한 형태의 온라인, 하이브리드 행사를 진행할 수 있지 않을까 싶습니다.”

블루몬미디어는 현재 현장을 그대로 중계하는 온라인, 하이브리드 행사의 한계를 넘어 ‘홀로그램’과 같은 실감 기술에 대해 관심을 갖고, 현재 기술 능력과 접목시킬 수 있는 방법에 대해 고민하고 있다.



“2022년에는 작은 규모지만 행사 입찰에 참여하여 제안서 작업도 해보고 실제 계약까지 성사시켜 행사를 진행했었는데요, 이런 경험과 노하우를 쌓아, 앞으로 MICE업계 전문성을 더욱 키워보려고 합니다. 또한 영상 제작 분야에도 능력 있는 직원들이 많아, 내년에는 영상 제작 분야에서도 조금 더 활약해 보려고 합니다.”

혹자는 코로나19 엔데믹 이후 오프라인 행사로의 회복이 MICE 테크놀로지 기업들에게는 위기라고 말하기도 한다. 그러나 MICE 테크놀로지 기업들은 보유하고 있는 전문적인 기술과 능력을 토대로 새로운 기술과의 융합, 새로운 분야의 확장 등 기존의 MICE 기업들이 그랬던 것처럼 새로운 기회를 위해 노력하고 있다. 블루몬미디어 역시 그렇다.

“코로나19 이후 본격적으로 MICE산업에 뛰어들며 협회 회원사 가입도 하는 등 다양한 노력을 하고 있는데요, 여러 사업을 진행하며 깨달은 것은 MICE는 한 사람이 할 수 있는 것도, 그렇다고 하나의 기업이 혼자 할 수 있는 것도 아닌 협력과 공생이 필요하다는 것입니다. 저희 블루몬미디어도 함께하고자하는 의지를 불태우고 있는 요즘인데요, 블루몬미디어가 함께할 수 있는 기회가 있다면 최선과 진심을 다할 준비가 되어 있으니, 언제 어디서든 블루몬미디어의 문을 두드려주시기 바랍니다!”

MICE인들의 업무프로세스 최적화 및 온라인화를 위한 위븐의 제안

인터뷰 · 위븐 김명구 이사

MICE 행사에서 참가자의 여행은 '홈페이지'에서 시작한다. 행사를 상징하는 키비주얼이 첫화면을 장식해 행사가 추구하는 의미를 시각적으로 전달하고, 참가자는 스크롤 몇 번으로 행사 전체를 사전 답사할 수 있다.

뿐만 아니라 홈페이지를 통해 참가 등록을 하고 세션 발표 자료를 다운로드, 비즈니스 상담을 신청하는 등 MICE 행사에서 '홈페이지'는 참가자가 행사장이라는 여행지에 도달하기 위해 준비하는 가이드맵과 같다.

그 만큼 중요한 홈페이지건만 하나의 행사 홈페이지를 구축하는 데는 시간과 비용, 인력 투입이 만만치 않다.

개발자와의 소통을 위해 사전 설계가 필요하며, 결과물 또한 예측할 수 없어 리스크가 크다. 하지만 이제 '보다 쉽고 아름다운 웹. 위븐'이 있다. '위븐'의 김명구 이사를 만났다.

WEVEN

위븐이 무엇인가요?

위븐은 'NO- 코딩 NO-디자인'이라는 편의성으로 누구나 웹사이트를 만들 수 있게 하는 '웹빌더 2.0 서비스'입니다. 지난 20년간 웹사이트는 전문가의 영역으로, 우리가 쉽게 넘을 수 없는 장벽처럼 인식되어 왔는데요, 최근 다양한 웹빌더 서비스가 출시되며 전문가가 아닌 일반인도 손쉽게 웹사이트를 만들 수 있게 되었습니다.

위븐은 다른 웹빌더 서비스와 달리 웹사이트의 다양한 기능을 제공할 뿐만 아니라 다양한 디자인 템플릿을 제공하기 때문에 사용자는 파워포인트 만들 듯이, 쉽고 빠르게 웹사이트를 만들 수 있습니다.

그래도 저희가 직접 만들기에는 어렵지 않나요?

누구나 한번쯤은 레고 블록을 조립해 본적이 있을 겁니다. 쉬웠나요, 어려웠나요? 접근은 쉽지만, 설명서가 없다면 간단한 건물하나 조립하기도 어려웠을 겁니다. 하지만 우리 기억 속에 레고는 쉬운 블록 조립 놀이죠.

위븐은 레고의 방식을 따라서, 모든 방법을 블록 조립하듯 단순화 했습니다. 어려운 것은 숨기고 블록화된 템플릿을 주어 사용자가 조립만 하면 되게끔 말이죠. 더 나아가 이제는 유사하게 만들고 싶은 다른 웹사이트 주소를 입력하면 AI가 분석해 비슷한 유형의 웹사이트를 만들어주는 서비스도 론칭 계획에 있습니다.



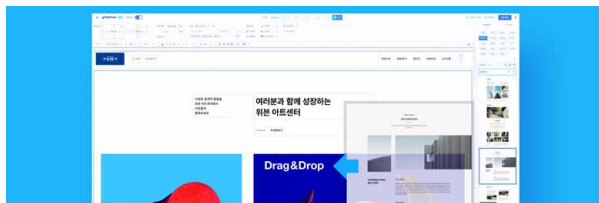
위븐은 어떻게 만들어 졌나요?

위븐의 시작은, 10년 전 웨이전시 운영 경험에서부터입니다. 웨이전시 대표로서 고충을 겪으며 고객사와 담당직원 모두의 입장을 이해할 수 있었죠. 먼저 고객에게 웹사이트 제작이란 언제나 두렵고 막막한 부분이라는 걸 알았어요. 여러 업체와 연락하며 부르는 게 값인 걸 알았을 것이고 결과물, 계약과정에서 분쟁과 스트레스가 많았을 것입니다. 담당직원 또한 이런 과정 속에서 고객의 컨펌을 기다리며 전전긍긍하고, 일정도 맞추면서 고품질의 아웃풋을 내기 위해 늘 야근에 시달려야 했습니다. 늘 새로운 디자인을 해야 한다는 스트레스도 함께 말이죠. 에이전시 대표 입장에서는 이런 직원들의 퇴사를 막기 위해 급여와 상여로 보상할 수밖에 없는데, 결국 돈으로 사람을 붙잡게 되는 거라 더 이상 비전이 없다고 생각했습니다. 결국 서로 입장은 다르지만 모두가 만족할 수 있는 ‘플랫폼’이 필요했습니다. 전문가가 개발하고 디자인해놓은 다양한 테마와 블록을 고객이 직접 선택하고 편집할 수 있는 ‘웹빌더 플랫폼’, 위븐이 탄생하게 된 거죠.

[위븐 주요 기능]



고객은 테마별 미리보기로 다양한 디자인과 기능을 쉽게 비교할 수 있으며 ‘테마 선택 → 사이트 아이디 입력 → 개설하기’ 클릭 세 번만으로 웹사이트 개설을 할 수 있습니다.



위븐 에디터를 사용하면 ‘드래그 앤 드롭’만으로 파워포인트를 사용하듯이 홈페이지를 손쉽게 편집할 수 있습니다. 전문 디자이너, 개발자 없이도 유지보수가 가능합니다.



위븐이 제공하는 마케팅 도구를 통해 사이트 검색등록, 방문자 통계 분석이 가능합니다.

MICE와 위븐의 만남은 어떨까요?

MICE에는 다양한 형태의 행사가 있고, 참가자가 중요한 만큼 홈페이지를 통해 등록, DB관리가 필요합니다. 위븐은 특히 ‘행사/문화/포럼’ 카테고리가 특화되어 있는데요, 산업 박람회, 경제포럼 등 행사에 적용 가능한 테마를 제공하고 있어, 준비하는 행사의 형태와 컨셉이 유사한 테마를 선택해 웹사이트를 개설하고, 테마 및 블록 편집을 통해 틀은 비슷하지만 완전히 다른 홈페이지 제작이 가능합니다. 뿐만 아니라 행사예약관리, PG사 연동 결제기능을 통해 참가자 등록 및 DB관리가 가능합니다.

이 모든 것을 전문가 도움없이 직접 할 수 있다면 어떨까요?



위븐을 저렴한 비용으로 이용할 수 있다고 하던데?

위븐은 현재 중소벤처기업부와 창업진흥원에서 실시하는 ‘비대면바우처’ 사업에 공급기업으로 선정되어 위븐의 서비스와 함께 기업 활용 그룹웨어 서비스까지 사용할 수 있는 ‘위즈웨어’ 서비스상품을 제공하고 있습니다.

비대면바우처란 서비스상품을 제공하는 공급기업과 필요한 서비스를 구매하는 수요기업을 연결하는 오픈마켓 플랫폼 사업으로, 중소기업 사업자가 비대면바우처 사이트(www.k-voucher.kr)에서 수요기업 신청 후 승인을 받으면 최대 400만원(자부담금 30% 포함)의 바우처를 지급받을 수 있습니다. 이후 발급받은 결제수단을 이용하여 위븐의 서비스상품을 저렴한 비용으로 구매할 수 있습니다.

현재 지속적으로 비대면바우처 수요기업을 모집하고 있으니, 위븐과 함께할 기회를 놓치지 마시기 바랍니다.

위븐 서비스와 관련된 자세한 내용은 위븐 홈페이지 (weven.kr)에서 확인할 수 있습니다.

Encore Planner Pulse Fall 2022

발행 • Encore Global



Agenda 하이브리드, 온라인, 오프라인 행사 기획자 대상 MICE 산업에 대한 전망 파악
(응답자 : 기업 및 협회 종사자 등 905명)

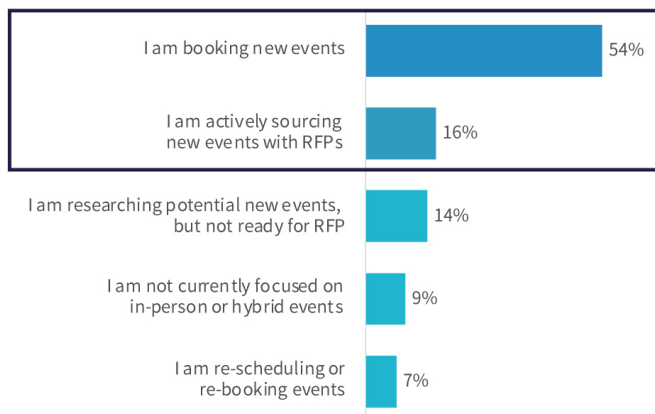
※ 본 내용은 각 보고서 별 주요 정보만 발췌하였으므로 전체 내용은 원본을 참고 부탁드립니다.

***Encore Global**

- 미국 일리노이주에 본사를 두고 있는 전세계 기반의 MICE 행사(온&오프라인, 하이브리드 포함) 기술 & 제작 회사
- MICE 행사 솔루션 제공 뿐만 아니라 행사 기획 및 진행과 교육 세미나와 보고서도 발간하고 있음
- Cvent, PCMA, Intrado 등 MICE 글로벌 기업과 협력

[Chart 1]

Q1. What is your current primary focus as it pertains to in-person or hybrid events?



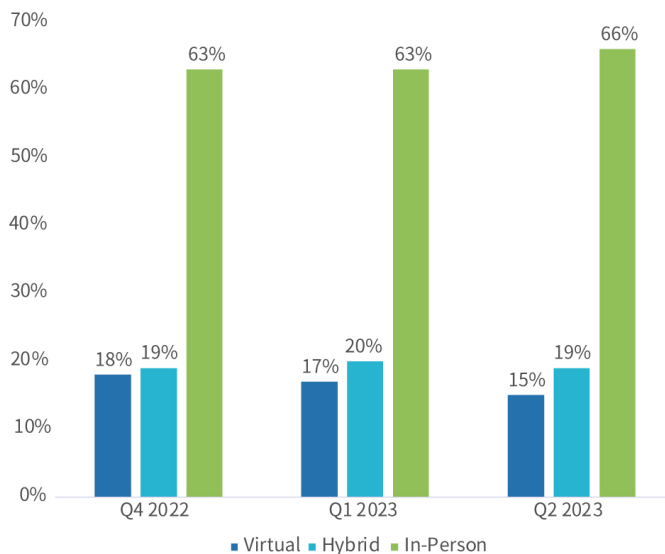
Q1. 오프라인이나 하이브리드 행사 진행 관련 현재 주요 상황은 무엇인가요?

- 응답자의 70%가 새로운 행사를 예약하거나 계획 중이라고 응답함

→ 지난 여름 조사 결과와 비슷하게 지속적으로 오프라인이나 하이브리드 행사는 진행 중이고, 수요도 지속되고 있음을 보여줌

[Chart 2]

Q2. For the upcoming calendar quarters, what delivery format do you expect your events to take?



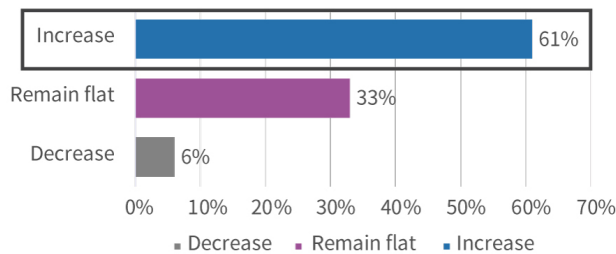
Q2. 다가오는 분기부터 개최 예정인 MICE 행사의 형태는 무엇인가요?

- 2022년 4분기 이후부터는 오프라인 형태의 행사가 지속적으로 증가되는 추세임
(2022년 4분기-63% / 2023년 1분기-63% / 2023년 2분기-66%)
- 온라인 및 하이브리드 행사는 점차 감소되고 있음
(2022년 4분기-18%, 19% / 2023년 1분기-17%, 20% / 2023년 2분기-15%, 19%)

→ 오프라인 행사가 온라인 및 하이브리드 행사에 비해 급증하고 있음

[Chart 3]

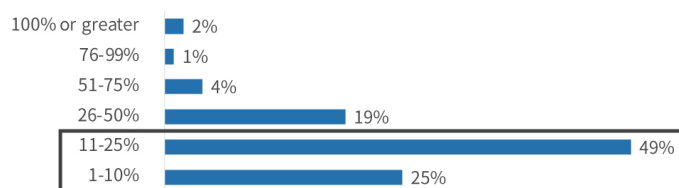
Q3-1. Based on current conditions, how do you expect your events budgets to change in 2023?



Q3-1. 현재 상황으로 미루어 볼 때, 내년 행사의 예산에는 어떤 변화가 있을 것이라 생각하는가?

- 기획자들의 절반 이상이(61%) 증가될 것이라 예상함

Q3-2. Based on current conditions, how do you expect your events budgets to change in 2023?



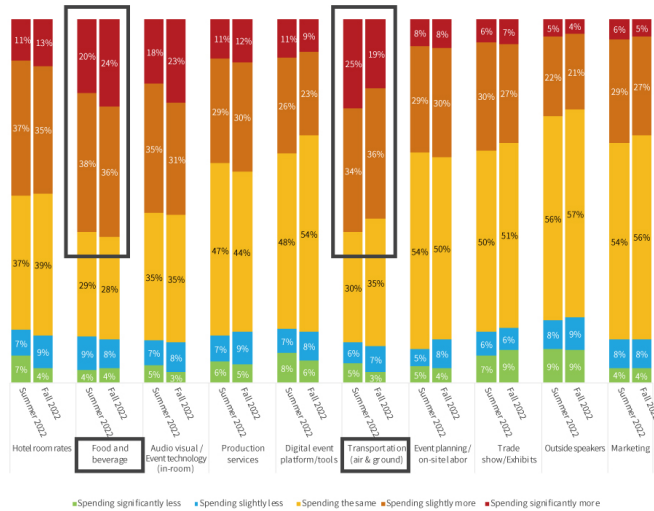
Q3-2. 예산이 얼마나 증가할 것이라 생각되는가?

- 전체 중 약 절반의 (49%) 기획자들이 11-25% 정도 증가할 것이라고 예상함

→ 대부분의 기획자들이 예산이 증가될 것으로 예상하고 있음

[Chart 4]

Q4. How have your budget expectations changed recently for the following areas?

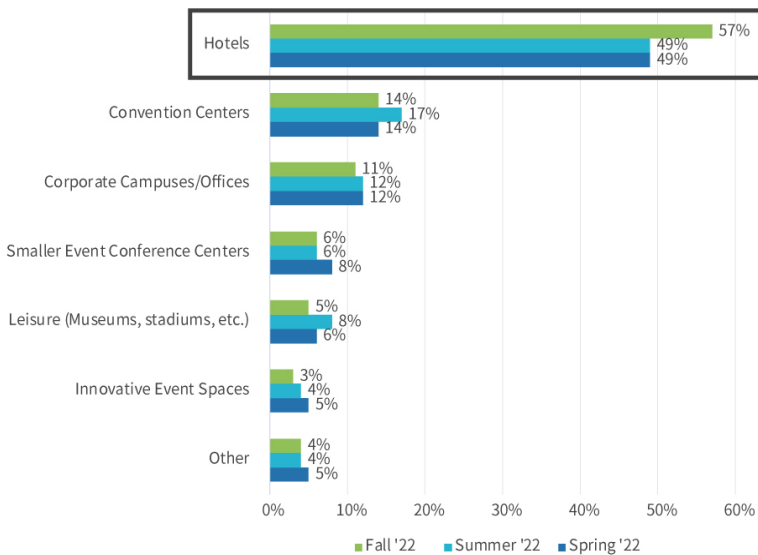


Q4. 다음 분야들의 예산들은 어떻게 변화하였는가?
 - 60%의 기획자들이 식음료에 가장 많은 예산을 투자하는 것으로 변경함
 - 운송(항공 및 국내물류)에 대한 투자는 54%로 두 번째로 가장 높게 나타남

→ 식음료(Food and beverage)와 운송(Transportation)에 대한 예산 변화가 가장 큰 것으로 나타남

[Chart 5]

Q5. Over the next 12 months, what percentage of your in-person events do you believe will be held at the following venue types?



Q5. 앞으로 1년간 오프라인 행사가 가장 많이 개최될 곳은 어디라고 생각되니까?

- ① 호텔 (2022 가을 기준 57%)
- ② 컨벤션센터 (2022 가을 기준 14%)

→ 앞으로 1년간 호텔에서 행사가 가장 많아질 것으로 보여짐

[Chart 6]

Q6. Assuming your basic needs (availability, budgetary concerns, space) are met, please rank the factors driving your selection of a venue.

Driving Factor	Fall '22 Rank	Fall '22 Average Rank
Meeting space layout	# 1	2.59
Meeting space technology and infrastructure	# 2	3.64
Service-level expectations	#3	3.71
Guest room accommodations	# 4	4.31
Food and beverage offerings	# 5	4.42
Destination/off-site activities	# 6	5.01
Preferred venue brand	# 7	5.42

Q6. 기본 사항(활용성, 예산, 공간 등)이 충족되고 가정할 때, 다음 요소 중 개최 장소를 선택하는 우선 순위는 무엇입니까? (2022년 가을 기준)

- ① 공간 배치(layout)
- ② 공간에 구축된 기술 및 인프라
- ③ 서비스 수준
- ④ 숙박 시설
- ⑤ 식음료 제공
- ⑥ 개최지 및 야외 활동 공간
- ⑦ 선호도 높은 메뉴의 브랜드

→ 장소 선택지에 있어서 공간 배치(layout)가 가장 중요한 것으로 나타남

[Chart 7]

Q7-1. How important are the following when selecting a venue?

(Not important at all – Slightly important – Moderately important – Highly important – Extremely important)

Attribute	Top 2%	Top 3%
Diversity, Equity, and Inclusion	41%	69%
Local Legislation aligned with organizational values	30%	65%
Environmental Sustainability	27%	62%
Social Responsibility	25%	58%

Q7-1. 메뉴 선택 시, 우선적으로 고려하는 요소는 무엇입니까? (높은 순)

- 다양성, 형평성, 포용성
- 조직 가치에 부합하는 해당 지역의 규율
- 지속 가능한 환경
- 사회적 책임

Q7-2. How important are the following when selecting a vendor/supplier?

(Not important at all – Slightly important – Moderately important – Highly important – Extremely important)

Attribute	Top 2%	Top 3%
Diversity, Equity, and Inclusion	41%	71%
Environmental Sustainability	30%	65%
Social Responsibility	27%	64%
Local Legislation aligned with organizational values	27%	62%

Q7-2. 공급업체 선택 시, 우선적으로 고려하는 요소는 무엇입니까? (높은 순)

- 다양성, 형평성, 포용성
- 지속 가능한 환경
- 사회적 책임
- 조직 가치에 부합하는 해당 지역의 규율

→ 행사 기획자들의 절반 이상이 메뉴와 공급업체 선택에 있어 ESG 요소를 고려하고 있음
→ 다양성, 형평성, 포용성이 가장 중요한 것으로 나타남



대한민국 MICE산업 국제무대로 확대, ICCA x KMA MOU 체결

한국MICE협회는 지난 11월 7일(월), 폴란드 크라쿠프에 위치한 ICE Krakow Congress Center에서 ICCA*(International Congress and Convention Association)와 업무협약을 체결했다.

업무협약식은 ICCA Congress 기간 중 개최되었는데, 핵심 내용은 2023년부터 협회가 주최하게 된 ‘코리아 마이스 엑스포(Korea MICE Expo: KME)’에 ICCA가 콘텐츠 기획 및 해외 바이어 초청에 협력하는 것과 국내 MICE 종사자 및 청년들에게 ICCA 주최의 국제 행사 및 교육 프로그램 참가 혜택을 제공하는 것이다.

*ICCA(International Congress and Convention Association): 1963년에 설립된 국제회의의 관련 100 개국의 약 1,100개 회원사를 보유한 국제컨벤션협회로서, 세계 국제회의의 통계, MICE산업 관련 교육 및 네트워킹 프로그램 기획과 정기 보고서 발간을 하고 있음

KME는 20여 년 동안 매해 개최되고 있는 대한민국 대표 MICE박람회로, 2023년부터는 MICE기업의 실질적인 글로벌 비즈니스를 촉진하기 위하여 민간주도로 진행되며, 한국MICE협회가 주최·주관한다. 이번 ICCA와의 업무협약으로 KME 개최 시 ICCA가 보유한 글로벌 전문가 네트워크를 활용한 컨퍼런스를 구성하고, 보다 다양한 바이어 초청도 가능해질 것으로 기대하고 있다.



또한 이번 업무협약으로 국내 MICE업계 종사자와 업계 취업을 희망하는 청년들은 ICCA가 개발한 교육 프로그램에 참여할 수 있는 기회를 얻게 된다. ICCA는 청년 대상 자격증인 CICS(Certified International Convention Specialist)와 3년 이상의 경력을 갖춘 종사자 대상 자격증인 CICE(Certified International Convention Executives)를 발급하고 있으며, 최근 'ICCA Skills'라는 자격증 연계 교육 프로그램을 개발했다. 협회는 향후 ICCA와의 협업으로 글로벌 MICE산업에 특화된 맞춤형 교육 프로그램을 제공할 계획이다.

지난 8월, 협회는 ICCA, 고양컨벤션뷰로와 함께 '신흥 도시가 MICE 목적지로서 경쟁력을 높이기 위한 창의적 마케팅 방안'을 주제로 <2022 아시아 태평양 비즈니스 이벤트 유스 챌린지> 공모전을 공동주관했다. 협회는 협회 주최의 청년 대상 MICE 교육인 '영마이스 리더 프로젝트'와 연계하여 참가자들이 공모전에 참여할 수 있도록 지원했으며, 결과적으로 총 3개 수상 팀 중 영마이스 리더 프로젝트 참가팀이 우수상을 수상하여 ICCA가 주관하는 국제 행사에 참가할 수 있는 혜택을 받게 되었다. 협회는 앞으로도 ICCA와 협력하여 미래 인재들이 글로벌 역량을 키우고 MICE업계에 유입될 수 있도록 다양한 기회를 마련할 예정이다.



협회는 다양한 해외 MICE 협·단체와 업무협약 및 Industry Partner 체결 등 협력 관계를 구축하여 해외 MICE산업 최신 트렌드와 정보를 공유하고, 국내 종사자의 해외 MICE 교육프로그램 참가를 지원하고 있다. 다가오는 2023년에는 ICCA 뿐만 아니라 해외 MICE 협·단체와의 협력을 더욱 공고히 하여 업계에 실질적인 도움이 될 수 있는 기회를 확장할 계획이다.



한국 최초 ICCA 이사회 멤버, 그 주인공을 만나다!

협회와 ICCA와의 업무협약식이 있던 당일, 또 하나의 기쁜 소식이 전해졌다. 바로 한국 최초 ICCA 이사회 멤버가 선정된 것이다. The MICE Plus가 한국 최초 ICCA 이사회 멤버, 킨텍스 양주윤 팀장을 만났다.



양주윤 킨텍스 팀장

Q. ICCA 이사회 멤버 선정 소감이 어떠신가요?

한국은 아시아태평양 국가 중 4번째로 많은 28개 ICCA회원사가 활발히 활동하고 있습니다. 20년 전 부산 벡스코에서 ICCA 총회를 성공적으로 개최한 것이 아직도 주요 회원사들의 좋은 기억으로 남아있고 있고, 한국관광공사, 서울관광재단, 부산관광공사 등 국내 주요회원사가 'ICCA 베스트 마케팅어워드'에 출품하고 모범사례로 선정되는 등 국내 주요 회원사의 적극적인 활동이 ICCA와의 긴밀한 협력체계를 구축하고 한국의 MICE산업이 국제무대에서 주목받을 수 있는 기틀을 마련해주었다고 생각합니다.

Q. 이사회 멤버가 되기 위해서는 어떤 절차를 거치나요?

ICCA 이사회는 업종별, 지역별로 대표자를 선발하게 되어 있습니다. 임기는 2년이며, 후보자가 지원하는 업종별, 지역별 회원의 투표를 통해 다수득표자가 ICCA 이사회 멤버로 당선됩니다. 이사회 후보가 되기 위해서는 복수 이상의 회원사로부터 후보로 추천받아야 하는데요, 저는 뉴질랜드관광청(Tourism New Zealand)과 태국 QSNCC컨벤션센터의 운영사(N.C.C. Management and Development)로 부터 추천을 받아 후보로 지명될 수 있었습니다.

ICCA 이사회 후보로 지명되면 ICCA 총회 개최 한 달 전부터 회원을 대상으로 선거활동을 할 수 있습니다. 저는 선거기간 동안 회원 참여의 온라인 회의 발제에 참여하고, 스피치 영상 및 뉴스레터 발송 등을 통해 서로 윈윈하고 발전할 수 있는 비전을 회원들에게 제시하기 위해 노력했습니다.

저는 앞으로 대한민국 MICE산업이 국제무대에서 더욱 인정받고 영향력을 발휘하기 위해 ICCA가 주최하는 AP Summit이나 ICCA Congress가 한국에서 개최할 수 있도록 유관기관과 협력하고, 국내 유능한 MICE 전문가들이 국제무대에서 발표와 토론할 수 있는 기회를 만들도록 노력하겠습니다.



Q. 협회는 이번 ICCA와의 업무협약으로 글로벌 역량이 강화되기를 기대하고 있는데요,

협회가 국제무대에서 영향력을 확대하기 위해 필요한 역량, 그리고 중점적으로 해야 할 것들은 무엇일까요?

협회가 국제무대에서 인정받기 위해서는 협회의 활동과 노하우를 공유하고 꾸준히 네트워킹 하는 것이 중요하다고 생각합니다. ICCA, IMEX와 같은 업계 관계자들이 모이는 행사에 꾸준히 참석해서 협회의 활동을 널리 알리고 업계관계자들과 네트워킹을 해야 하는데, 여기서 중요한 것은 책임자급이 수년간 꾸준히 동일 행사를 참석해야 한다는 것입니다.

국내 많은 기관들은 종사자의 교육을 목적으로 매년 다른 직원을 파견하는 경우가 많은데 이럴 경우 신뢰 있는 네트워킹을 구축하기가 어렵습니다. 수년간 만나 인사하고 대화를 나눠야 서로 하는 일에 대해서 이해하고 상호 시너지를 낼 수 있는 기회를 만들 수 있다고 생각합니다.

앞선 답변처럼 이번 ICCA 이사회 멤버 선정은 한국 MICE 업계의 꾸준하고 적극적인 활동과 킨텍스와 양주윤 팀장의 신뢰감 있는 네트워크가 더해진 결과라고 할 수 있다. 끝으로 양주윤 팀장은 20년 이상 한 우물을 파오며 배우고 쌓은 노하우와 경험을 후배들과 공유하고 함께 발전하겠다는 목표를 밝혔다.

대한민국 MICE산업의 무대는 이제 아시아를 넘어 전 세계로 확대되고 있다. 코로나19로 주춤했던 해외 교류가 재개되며 국내 MICE 기업 및 단체들은 해외 MICE 박람회, 교육 참여 등 활발한 활동을 보이고 있으며, 다양한 국제 행사들의 한국 유치 소식이 들려오고 있다. 협회는 ICCA와의 업무협약과 같이 국제협력을 강화하고 지속적인 해외활동과 정보교류, 네트워킹에 집중하여 향후 KME의 성공적인 개최와 더불어 국제무대에서 협회와 회원사의 영향력을 확대하기 위해 노력할 것이다.





MICE Check-in, 해외 MICE 박람회 참관기

• IT&CMA, IMEX America

KMA in **IT&CM Asia**
Incentive Travel & Conventions, Meetings

[행사 개요]

- 일정: 2022. 9.20(화)~22(목) / 3일
- 장소: Centara Grand & Bangkok Convention Centre at Central World, 방콕, 태국
- 주최: TTG Events
- 후원: TAT(Tourism Authority of Thailand), TICA(Thailand Incentive & Convention Association), TCT(Tourism Council of Thailand), AOT(Airports of Thailand), BMA(Bangkok Metropolitan Administration)
- 파트너: ICCA, IAPCO, IMEX, MPI, MCI
- 주요 프로그램: 전시회, Knowledge Session, 개회식, TTG Awards 등
- 출장자: 김규리 파트장(Hosted Media)

[Fact Check]

- 행사개최 30주년
- IT&CMA 최초의 하이브리드 행사
(오프라인: 9.20~22, 온라인: 9.20~28)
- 참여부스: 325개(오프라인: 121개 / 온라인: 204개)
- 가장 큰 규모 참가국: 태국(300㎡) → 필리핀(144㎡)
→ 대만(102㎡)
- 참가 바이어: 387명(오프라인: 170여명)
→ 55개국 (아태 69%, 유럽 17% 등)
→ MICE (85%), 기업(10%), 협회(5%)
- 미디어: 64개
→ 26개국 (아태 63%, 유럽 31% 등)
→ 'The MICE Plus'로 host media 참여

IT&CMA는 코로나19 팬데믹으로 2년간 중단되었다가, 2022년 IT&CMA 역사 상 최초의 하이브리드 행사로 재개되었다.

The MICE Plus는 Host Media로 참가해 행사 현장 취재 뿐 아니라 IT&CMA의 주최사인 TTG Events의 그룹사 TTG Asia Media의 총괄매니저 Darren Ng과 TCEB의 Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya 회장을 만나 IT&CMA의 개최 스토리와 태국의 MICE산업 현황에 대해 들어보았다.

[Check-in IT&CMA]



매년 행사 첫째 날 ‘Opening Keynote’ 시작 전, 전체 Host Media에게 필수참석으로 안내되어 진행되는 ‘Press Conference’ 본 행사 관련 공식적으로 집계된 Fact Sheet를 나누어주고 질의응답을 받으면서 미디어로서 기사작성 시, 꼭 알아야할 내용을 사전에 알 수 있는 유용한 시간



첫째날 저녁 Opening Keynote 이후 진행되는 ‘Opening Ceremony & Welcome Reception’ 2018년까지는 다른 호텔로 이동하여 퍼포먼스와 함께 더욱 큰 규모로 진행되었으나, 올해는 여전한 코로나 여파로 행사 규모가 줄어들어 같은 호텔의 다른 홀에서 스탠딩형식으로 태국의 대표음식을 간단히 맛볼 수 있는 부스가 준비됨



IT&CMA의 ESG 실천

- 행사장 곳곳에 Water bottle과 종이컵 및 + 유리컵 배치
- TTG Media 신문 배치를 제외한 종이 리플렛은 앱 활용으로 대체
- 행사 중 제공되는 음식에서 남은 음식은 따로 도시락으로 재포장되어 사전에 주최측과 협의된 저소득층 어린이들에게 식사로 제공됨



전시장에 마련된 공동부스



*출처: IT&CMA 공식 홈페이지

[Interview1]

- Darren Ng 총괄 매니저 / TTG Asia Media



Q1. 오프라인으로 IT&CMA를 다시 개최하게 된 소감이 어떠신지 궁금합니다.

지난 코로나19 팬데믹 동안 MICE 관계자 모두가 너무나도 기다린 오프라인 행사 개최이기에 매우 기쁘게 생각합니다. 그동안 온라인으로 행사를 진행하고 있었지만, 결국 오프라인 행사를 대체할 수는 없기 때문에, 환경적 요인이 허용하는 한, 앞으로도 오프라인 행사는 계속될 것이라고 확신합니다.

Q2. IT&CMA는 올해 최초로 하이브리드로 개최되고 있는데요, 앞으로의 계획은 무엇인가요?

전 세계 국가들은 현재 각국의 상황에 맞게 다른 속도로 국경을 개방하고 있습니다. 하지만 대규모의 정책 조정이 있기 전까지는, 여행 및 검역 제한으로 물리적인 행사 참석이 어려운 사람들이 여전히 많을 것입니다. 이에 IT&CMA도 참가자를 모두 수용하기 위해 온-오프라인 하이브리드 형식으로 개최하게 되었는데, 차기 IT&CMA 2023은 100% In-Person (오프라인)으로 진행해 비즈니스 기회를 극대화하고, 참가자들이 오프라인 행사만의 매력을 느낄 수 있도록 만반의 준비할 할 예정입니다.

Q3. IT&CMA는 태국 정부의 방침과 함께 친환경, ESG를 누구보다 잘 실천하고 있는데요, 이번 행사에 반영된 ESG 실천 내용을 소개 부탁드립니다.

올해 IT&CMA에서 발생하는 잔여 음식들은 비영리 단체인 '태국 SOS 어린이 마을'에 기부되며, 기부 활동을 위한 전시부스도

제공하고 있습니다. 또한 출력물 발생을 기존 대비 약 20% 감소시키기 위해 행사 앱을 통해 정보를 제공하고, 일회용품 사용을 줄이기 위해 정수기, 유리병, 유리컵을 사용하여 식수를 제공하고 있습니다. 덧붙여, 행사 중 'Walking The Sustainability Talk'라는 주제와 'SDGs 목표에 맞는 MICE 공급 업체들의 실천 사례 및 협력방안'을 주제로 한 세션들을 통해 MICE산업에서 ESG를 도입하기 위한 방안들을 다루고 있습니다.

Q4. 행사 주최자로서, 코로나19 팬데믹 기간 동안 겪었던 가장 큰 어려움은 무엇이었나요?

팬데믹은 MICE 및 관광산업 종사자 모두에게 매우 어려운 시기였습니다. TTG 역시, 사업이 축소되는 동안 비용 관리에 가장 집중했고, 불확실한 상황 속에서 유연한 경영방침을 세워야 했습니다. 정부 정책에 따라 직원들의 재택근무와 유연근무제를 도입하고 현재까지 지속하고 있습니다. 하지만 무엇보다도 행사 주최자로서 가장 힘들었던 것은 여행제한으로 글로벌 네트워크가 단절되고 원활한 소통이 어려웠던 것이었습니다.

Q5. 엔데믹 시대를 맞이한 MICE 관계자들에게 전해주고 싶은 메시지가 있으시다면 한마디 부탁드립니다.

지난 사스(SARS)부터 이번 코로나19까지, 우리는 수많은 전염병으로 인해 발생한 어려운 상황을 함께 극복하고 있습니다. 앞으로 더 많은 어려움이 발생할 수도 있지만, 우리 업계는 강한 의지로 계속 적응하고 결국엔 또 살아남을 것입니다. 이제 재결합과 재건에 집중하여 이전보다 더 강해지도록 모두 노력합시다!

Darren Ng은 현재가 그 어느 때보다 강한 의지가 필요하며, 이전으로의 단순한 회복이 아닌 더 큰 발전과 결속력이 필요하다고 말했다. TTG는 행사 주최자로서 사람들을 모아 함께 교류하고 다양한 주제로 토론하며 비즈니스 확대를 할 수 있는 기회를 더욱 만들기 위해 고군분투하고 있으며, 지속가능한 MICE를 위한 ESG 실천 등 MICE가 상생하기 위한 다방면의 노력을 기울이고 있다.

IT&CMA가 개최되는 태국은 기존에 지속가능한 MICE를 위한 선도적인 실천을 하고 있었으며, 엔데믹이라는 상황 변화에도 정부의 빠른 대응과 강력한 정책 실천으로 최근 M&C Asia Stella Awards 2022에서 'The best meeting and incentive destination of Asia'로 선정되었고 Agoda 선정 'The world's most popular destination in 2022'로 채택되는 등 다방면의 성과를 보이고 있다.

위와 같은 성과가 정부의 강력한 정책만으로 이루어졌었다고는 할 수 없다. 관련 정책이 업계 실정에 맞는지, 업계에 필요한 규제 완화는 무엇인지 등 업계의 이야기를 정부에 전달하고, 정부 정책의 효과적인 실천을 위한 가이드를 만들고 민간에 전달하는 등 정부와 민간을 연결하는 브릿지가 필요하다.

태국은 정부와 민간을 연결하는 브릿지 역할을 하는 TCEB (Thailand Convention and Exhibition Bureau)이 있다. TCEB의 Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya 회장을 만나 태국 MICE산업의 현재를 들어보았다.

[Interview2]

- Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya 회장
/ TCEB(Thailand Convention and Exhibition Bureau)



Q1. 코로나19 팬데믹 이후 MICE 행사를 재개하면서 겪었던 가장 큰 어려움은 무엇인가요?

행사가 안전하게 개최될지, 그리고 해외 참가자를 모을 수 있을지였습니다. 다행히 TCEB은 정부와 민간 모두와 긴밀한 관계를 맺고 있어 행사가 안전하고 원활하게 진행될 수 있는 방식을 함께 찾을 수 있었습니다.

태국은 2022년 6월부터 약 52개국에서 600명이 참가한 'Global Summit of Women'을 시작으로 MICE 행사의 정상화를 실감하고 있습니다. 또한 코로나19 감염 역제를 위해 2년 동안 시행된 태국 정부의 비상사태 선포가 지난 9월 말 종료되면서, 앞으로 MICE 행사의 정상화가 더욱 가속화 될 것으로 예상됩니다.

Q2. 엔데믹을 맞이한 시점에서 MICE 목적지로서의 방콕만이 가진 경쟁력은 무엇입니까?

태국은 오래전부터 의료관광, 웰니스, staycation*, 블레저(Business + Leisure), 문화, 쇼핑, 엔터테인먼트, 숙박, 편리한 접근성 및 세계적 수준의 환대 서비스 등으로 MICE 목적지로서의 명성을 유지해 오고 있습니다. 뿐만 아니라 새로운 베뉴와 호텔, 명소, 관광, 교통 인프라, MICE 참가자를 위한 현지화 된 경험 등 다방면의 지속적 재발을 통해 강점을 더욱 극대화 하고 있습니다.

덧붙여, 산업을 더욱 성장시키려는 태국 정부의 강력한 정책도 태국만의 경쟁력으로 꼽을 수 있는데요, 정부는 2022년 10월부터 내년 3월까지, 관광비자 유효 기간이 30일인 국가에서 입국하는 관광객은 거주 기간을 15일 늘려 총 45일간 머물 수 있도록 하는 등 한시적인 비자 연장 조치도 시행했습니다.

엔데믹 이후 해외여행이 재개되며 실시된 여러 관광 관련 연구 및 설문조사에서 태국은 최고의 여행지로 채택되고, 각종 국제 상도 수상하는 등 많은 성과를 보이고 있습니다.

*staycation: '머물다'라는 뜻의 stay와 '휴가'를 뜻하는 vacation의 합성어로, 휴가를 먼 곳으로 가지 않고 집이나 집 가까운 곳에서 보내는 사회현상을 뜻하는 용어

Q3. 태국을 방문하는 한국 MICE 참가자들에게 전하고 싶은 메시지가 있다면 말씀 부탁드립니다.

태국은 전통과 현대의 세련미가 독특하게 조화를 이루는 매력적인 MICE 목적지입니다. 또한 정부에서 입국 제한 조치를 풀며 대규모 국제 MICE 행사가 많이 개최되고 있는데요, 이 같은 사실은 태국에 대한 국제적 신뢰와 자신감을 보여준다고 생각합니다.

더불어 태국은 부가가치가 높은 경제 발전을 위해 한국의 비즈니스 여행객에게 다양한 비즈니스 기회를 제공하고 있습니다. 전국의 교통 및 물류망 고도화에 투자하고 있으며, 전기차, 항공, 바이오 연료, 의료, 방위산업 등의 산업에 대한 투자를 유치하고 있습니다. 이와 관련하여 정부는 최근 해외의 고급인력에게 10년 체류비자를 허용하는 방안을 시행했습니다.

TCEB은 비즈니스 이벤트의 편리성을 높이고 비즈니스 여행자의 만족을 충족시키기 위해 해외 MICE 방문객에게 ‘MICE Lane Service*’를 제공하며, 태국에서 MICE 행사를 개최할 때 필요한 모든 서비스를 한 번에 확인하고 준비할 수 있는 ‘Thailand MICE One Stop Service’(www.thaimiceoss.com)를 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 하이브리드 행사, 지속가능성, 탄소 발자국과 같은 분야에서 태국 MICE 공급업체의 전문 서비스 표준을 향상시키는데도 노력하고 있습니다.

*MICE Lane Service: MICE 행사 참가자가 공항에서 빠른 입국심사를 받을 수 있도록 별도의 lane을 제공하는 서비스(단, TCEB에서 제공하는 MICE행사 기준에 부합하며 미리 신청 후 승인이 되어야함)

태국은 그 어느 국가보다도 MICE·관광산업에 있어 정부의 의지가 강한 나라이다. 다양한 정책으로 나타나는 정부의 의지는 TCEB을 통해 TTG Events와 같은 민간 기업에게 전달 되고, 그들만의 단단한 결속력은 그 어떤 위기 상황도 슬기롭게 극복할 수 있는 힘이 된다.

현재 태국 정부는 태국에서 개최되는 행사의 가치를 높이기 위해 새로운 MICE 도시를 개발하고, 지역 사회의 문화 자원을 최대한 활용하는 등, 다방면의 노력을 기울이고 있다. 고도화 되는 태국의 MICE산업과 한국의 MICE산업이 만나 새로운 가치를 창출하고 참가자의 경험을 극대화 시킬 수 있기를 바란다.



[행사 개요]

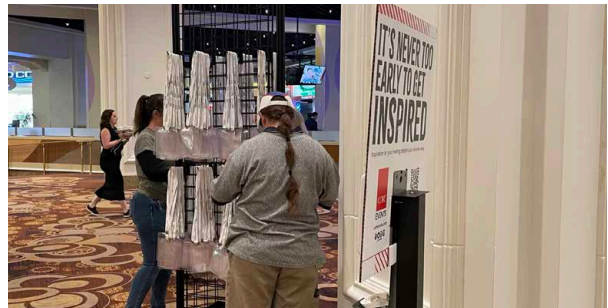
- 일정: 2022. 10. 11(화)~13(목) / 3일
- 장소: Mandalay Bay Convention Center, 라스베가스, 미국
- 주최: IMEX Group
- Strategic Partner: MPI
- Supporting Partners: ASAE, DELTA, Destination International, ICCA, PCMA, SITE, U.S.TRAVEL Association
- 주요 프로그램: IMEX America show, Inspiration Hub program, Keynote, Reception 등
- 출장자: 김이나 선임파트장

[Fact Check]

- Exhibitor: 3,331개(180개 이상 국가)
- Total Buyer: 4,339명
- *Hosted Buyer: 3,379명
 - 55개국(US 71%, Canada 5% 등)
 - Agency 56%, Corporate 20%, Independent Planner 13%, Association 9%
- Press: 81개(5개국)

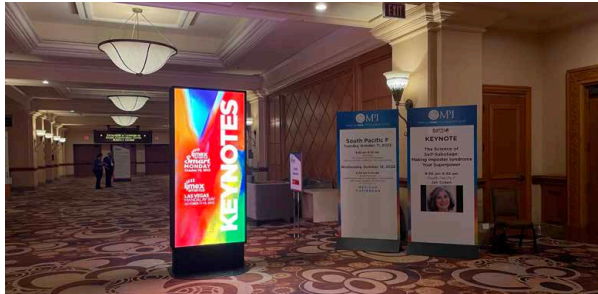
2021년 미국이 여행금지를 해제한 이후 처음 열린 IMEX America 2021에는 3,420명의 바이어와, 8,500여명의 참가자가 함께했다. 그리고 2022년, 전 세계적인 코로나19 엔데믹 이후 개최된 IMEX America 2022에는 4,339명의 바이어, 12,068명의 참가자, 62,000건의 상담이 이루어지는 등, 작년 대비 45% 이상의 성과를 보이며 글로벌 MICE 대표 박람회로서의 저력을 다시금 보여주었다.

IMEX America 2022 현장을 함께 만나보자!



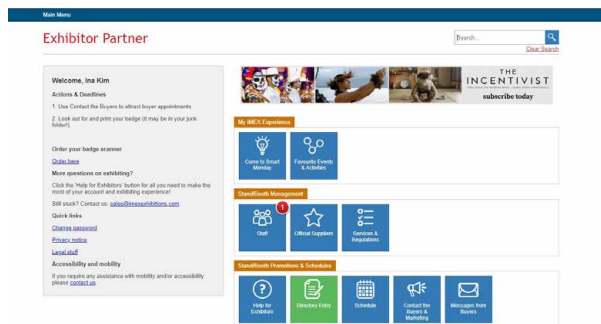
1. 환경을 고려한 현장 운영

IMEX 참가자는 바코드가 삽입된 명찰 내지를 사전에 직접 출력할 수 있어, 별도의 등록 정보 조회, 출력 없이 바코드 스캔만으로 행사장 입장이 가능했다. 또한 명찰케이스 반납함을 설치하고 종이배너를 설치하는 등 환경을 생각한 현장 운영이 돋보였다.



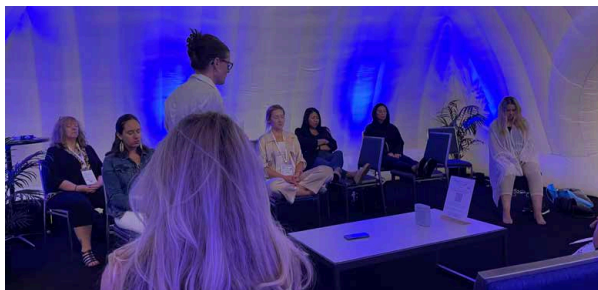
2. Keynote Session

Keynote Session은 부스 오픈 30분 전인 8시 30분 진행되었다. 300석 규모로 세팅된 세션장은 이른 시간이었음에도 불구하고 만석이 될 만큼 호응과 참여가 높았으며, 세션을 기획하고 주최한 MPI의 담당자가 직접 세션 내용과 스피치 연사를 소개하여 친밀하고 집중도 높은 세션을 이끌어갔다. Keynote Session은 행사 기간 동안 매일 다양한 주제로 진행되었는데, MICE산업에 대한 트렌드, 실무에 대한 내용보다도 업무를 하는 종사자의 직업적 삶, 리더십에 집중하여, 박람회 참가를 통해 기업의 역량 뿐 아니라 개인 역량을 키울 수 있는 기회가 되었다.



3. 비즈니스 기회 창출을 위한 전시 상담 운영

IMEX America 2022에 참가하는 전시사들은 별도의 플랫폼을 통해 기업 홍보 내용을 업데이트할 수 있으며, 상담을 희망하는 바이어의 지역, 업종, 직급, 예산 등을 선택한 Marketing List를 세팅하여 기업 홍보 내용을 프로모션할 수 있는 'Marketing Activity'를 할 수 있었다. 이후 상담 신청 현황은 실시간으로 담당자가 확인할 수 있으며 확정된 스케줄은 엑셀 파일로 다운받아 손쉽게 관리할 수 있었다.



4. 참가자 리프레시를 위한 세션

박람회 기간 동안 전시 상담 뿐 아니라 라스베이거스 전역에서 IMEX America 교육 프로그램이 진행되었다. 세션은 세미나, 캠프파이어, 워크숍, 팟캐스트, 토크 등 13가지 포맷으로 나뉘어 8개 메뉴에서 열렸으며, 크게 'Respect for People and Planet', 'Future Self', 'Event Planner toolkit', 'Innovation and creativity'를 주제로 진행되었다. 세션장은 포맷에 따라 다른 형태로 구성되었고 동시에 여러 세션이 진행되었는데, 참가자가 많아 마이크와 스피커가 필요한 세션은 헤드폰을 활용 해 소음을 발생시키지 않도록 진행되었다. 또한 원활한 정보 전달을 위한 실시간 통역 시스템, 질의응답 시스템을 활용하여 효율적으로 세션을 운영했다.

뿐만 아니라 쉴 새 없는 사람들과의 만남, 쏟아지는 정보들에 지친 참가자들을 위해 'Be well lounge'를 만들어 마사지, 명상 세션을 운영함으로써 참가자들은 잠깐 동안 피로를 풀고 다시 비즈니스에 집중할 수 있었다.



5. 다양한 비즈니스 활동이 가능한 전시 부스

이번 박람회에 다양한 국가와 다양한 미국 주에서 참여한 만큼 각각각색의 전시 부스로 가득했다. 할리우드의 명성과 같이 극장을 컨셉으로 한 Los angeles와 음악도시를 주제로 한 Nashville 부스에는 음표모양 의자와 앰프들이 설치되었다. 한국의 경우 한국 문화체험 이벤트를 진행하고 서울은 넷플릭스 드라마 ‘오징어게임’에서 인기를 얻은 ‘달고나’ 이벤트를 진행해 다양한 해외 참가자의 적극적인 참여를 이끌었다. 현장에는 전시 부스 뿐 아니라 전시장 내에서 개인 업무를 할 수 있는 ‘Work Lounge’를 설치해 예약제로 운영하고, 따로 1:1 미팅을 할 수 있는 ‘Listening Lab’을 운영해 효율적인 비즈니스를 지원했다.

이번 박람회에 참가하며 알게 된 것은 다양한 매체에서 한국의 콘텐츠가 급부상하고 세계무대에서 활약하고 있음에도 대한민국 MICE에 대해서는 잘 모르는 바이어가 아직 많다는 것, 그럼에도 많은 관심을 갖고 있다는 것이다. 이들을 한국으로 유입시킬 수 있도록 하는 ‘창구’가 필요하다.

이제는 한국의 MICE 박람회가 아시아의 중심이 되고 나아가 세계의 중심이 될 수 있도록 공동의 노력이 필요하다. 지속적으로 해외 MICE 박람회에 참가하여 대한민국 MICE산업을 홍보하고 기존의 아시아 중심의 교류에서 더 나아가 미주, 유럽 등 글로벌 네트워크 확대가 필요하며, 궁극적으로는 대한민국 MICE 박람회가 글로벌 MICE산업의 비즈니스 플랫폼이 되어 국가 간, 기업 간 MICE 비즈니스의 장이 될 수 있도록 투자와 지원을 아끼지 않아야 한다.

이제 그토록 기원하던 ‘대면’, ‘만남’이 다시 일상이 되고 있다. 그러나 지난 The MICE Plus 49호 기고에서의 한 문장과 같이 더 이상 ‘돌아갈 과거는 없다’. 이번 IMEX America 2022가 전년도 행사에 비해 40% 이상 성장한 것과 같이 이제 과거로 돌아가는 것이 아닌 더 큰 성장이 필요하다. 대한민국 MICE산업도 과거를 뛰어넘어 더 큰 성장을 할 수 있기를 바란다.



**MICE Check-in,
해외 MICE 박람회 참관기**
• IT&CMA, IMEX America

KMA News Briefing

한국MICE협회 소식을 알려드립니다

MICE산업 온라인 교육의 메카, 온라인 MICE 연수원 가입자 5,400명 돌파!

MICE산업 인재양성을 위한 ‘교육 플랫폼’ 온라인 MICE 연수원 가입자가 최근 5,400명을 돌파했다. 이제 온라인 MICE 연수원은 MICE산업이 궁금한 사람이라면 가장 먼저 찾는 플랫폼이 되었다고 해도 과언이 아니다.

협회는 ‘어서와 MICE는 처음이지?’ 라는 주제로 온라인 MICE 연수원의 오픈과 함께한 ‘MICE 기본 과정’을 시작으로, 5년 동안 ‘MICE 회의 기획 과정’, ‘MICE 전시 기획 과정’, ‘디지털 MICE 과정’까지 60여개가 넘는 차시를 개발하고 탑재했으며, 업계 입문자의 채용정보 전달을 위한 ‘커리어 뉴스’, ‘라이브 콘텐츠’ 개발 등 다양한 부대 과정들을 탑재했다. 뿐만 아니라 온라인 MICE 연수원은 입문자, 재직자, 디지털 전문가 양성과정 오프라인 교육 참가 신청을 위한 플랫폼으로 활용되어 80개가 넘는 오프라인 교육을 홍보하고 신청을 받는 등 체계적인 교육 관리 시스템으로서 활용되고 있다.



2022년 협회는 NCS 컨벤션 분야의 ‘이벤트 기획’ 과정 10 차시를 개발했으며, 코로나19 이후 다변화한 업계 실정과 비전을 반영해 기본 과정을 업데이트한 ‘NEW MICE 기본 과정’을 개발해 12월 중 탑재할 예정이다. 특히 이번 NEW MICE 기본과정에는 ‘직업으로서의 MICE’와 ‘MICE 취업 성공 전략과 커리어’ 주제를 포함하여, 업계 취업을 희망하는 학생들이 업종별 업무와 필요한 역량을 파악할 수 있도록 했으며, 친환경 MICE 실천 등 현재 산업에서 이슈가 되고 있는 주제를 포함하여 시의성을 높였다.

온라인 교육의 한계를 극복하기 위한 문제유형 개발

온라인 교육 과정의 한계로 손꼽히는 것은 수강자에게 강의 내용이 제대로 전달되었는지 확인하기 어렵다는 것이다. 이를 극복하기 위해 온라인 교육을 실시하고 있는 기업, 기관에서는 문제시험을 통해 수강자의 이해도를 파악하고 자격 시험과 연계하는 등 다양한 방법을 활용하고 있다.

협회는 수강자의 온라인 교육 참여도를 높이고 나아가 자격 운영에 대한 기반을 마련하기 위해 2021년 개발된 ‘디지털 MICE 과정’을 우선으로 하여 문제유형을 개발했다. 개발진은 디지털 MICE 과정 집필을 맡았던 업계 실무진으로 하여 총 20개 주제, 각 주제별 8가지 문제유형을 개발했다. 개발된 문제유형은 향후 디지털 MICE 과정 민간 자격 운영의 기반으로 활용될 예정이다.

2023 아태 마이스 비즈니스 페스티벌 열한 번째 만남, 4월 창원에서

지난 5월, 대전컨벤션센터에서 10주년을 맞은 ‘아태 마이스 비즈니스 페스티벌’이 다가오는 2023년 4월 창원에서 개최된다. 아태 마이스 비즈니스 페스티벌은 2013년 ‘한국 마이스연례총회’로 대전에서 시작되어 전국을 순회하며 개최되었다.

아태 마이스 비즈니스 페스티벌은 2023년 4월 창원에서 피날레를 장식한다. 11년간 업계가 참여하고 소통하는 MICE 인의 무대였던 아태 마이스 비즈니스 페스티벌은 24년부터 KME와 확대 통합된다. 협회는 기존의 코리아 마이스 엑스포, 아태 마이스 비즈니스 페스티벌의 장점과 각각의 역량을 한데 모아 더욱 내실 있는 행사를 만들기 위해 노력할 예정이다.

2023 아태 마이스 비즈니스 페스티벌은 마지막인 만큼, 새롭고 다양한 프로그램을 준비하고 있다. End to And, 끝이 곧 시작이 되는 아태 마이스 비즈니스 페스티벌의 마지막에 함께하기를 바란다.

[2023 아태 마이스 비즈니스 페스티벌 개요]

- 일정 : 2023년 4월 20일(목)~21일(금)
- 장소 : 창원컨벤션센터
- 주요프로그램: 개회식 및 기조강연, 세션, 전시, MICE 주최자 상담회, 유니크투어 등
- ※ 2023년 1월 사전등록 오픈 예정



한국MICE협회-그랜드코리아레저(주) 관광·MICE산업 발전을 위한 업무협약 체결

지난 12월 7일, 그랜드코리아레저(주) 본사에서는 협회와 그랜드코리아레저(주)(이하 GKL) 간 업무협약 체결식이 진행되었다. 이번 업무협약의 핵심내용은 국내 관광·MICE 산업의 발전과 공익 차원의 사회적 책임을 위해 상호 협력하고자 함이다.

이번 협약에 따라 양 기관은 인적·물적 자원 협력과 홍보·마케팅 교류, 업계 현안 조사·연구 협력, ESG 실천을 위한 상호 지원 및 협력 등을 추진하게 된다.

업무협약식에는 협회 김춘추 회장과 GKL 김영산 사장이 참석하여, 코로나19 엔데믹 이후 MICE 시장 회복에 대응하고, 관광·MICE 분야의 인력난 해소, ESG 및 공익 차원의 사회적 가치 실현을 위해 상호협력 방안을 마련할 것을 약속했다.



KMA New Members Briefing

한국MICE협회 신규회원사를 소개합니다! (2022. 07~ 12)

국제회의기획업



(주)브로스그룹

- 대표자 최성열
- 대표전화 02-0827-0827
- 홈페이지 broslab.co.kr
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시 컨벤션, 공공홍보, 디자인/영상 기획 제작



주식회사 씨에이치에이컴퍼니

- 대표자 차경민
- 대표전화 02-6478-1030
- 홈페이지 chacompany.co.kr
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 이벤트 프로모션, 학술연구용역 등



주식회사 씨포스트

- 대표자 정상용
- 대표전화 02-542-5948
- 홈페이지 cpost.co.kr
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 행사대행, 광고대행, 공연사업 등



(주)아이더스

- 대표자 김원욱
- 대표전화 02-3144-4957
- 홈페이지 iduscom.co.kr
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 전시 및 PR, 비디오물 제작업, 공연기획 및 공연배급업, 프로모션 기획업, 광고대행업



주식회사 탑플래너스

- 대표자 김률희
- 대표전화 02-566-1727
- 홈페이지 top-planners.com
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 영상 제작, 인센티브투어, 의전, 마케팅PR



주식회사 포유커뮤니케이션즈

- 대표자 박효정
- 대표전화 051-552-7978
- 홈페이지 foryoucom.com
- 업종 PCO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 지자체 공공기관 및 기업 행사대행, 디자인 기획, 의전, 일반여행업 등



주식회사 프리미어플랜

- 대표자 박진현
- 대표전화 02-865-0100
- 홈페이지 premierplan.kr
- 업종 PEO
- 사업영역 국제회의, 전시컨벤션, 홍보, 디자인, 기획, 영상제작

국제회의시설업



(주)안동테마파크

- 대표자 김명섭
- 대표전화 02-857-9919
- 홈페이지 andong.go.kr/adco
- 업종 컨벤션센터
- 사업영역 안동국제컨벤션센터, 한국 문화테마파크, 세계유교문화박물관 운영

유관기관



강릉관광개발공사

- 대표자 최상현
- 대표전화 033-640-9825
- 홈페이지 gtde.or.kr
- 업종 CVB
- 사업영역 강릉시 마이스 전담기구 (국제회의, 전시컨벤션, 공공홍보 외)



뉴스빅

- 대표자 김동현
- 대표전화 070-5143-7010
- 홈페이지 newsbig.kr
- 업종 언론
- 사업영역 인터넷뉴스 서비스, 광고대행



(재)보령축제관광재단

- 대표자 김동일
- 대표전화 041-935-1521
- 홈페이지 mudfestival.or.kr
- 업종 CVB
- 사업영역 컨벤션센터운영



이데일리(주)

- 대표자 박재선, 이익원
- 대표전화 02-3772-0114
- 홈페이지 edaily.co.kr
- 업종 언론
- 사업영역 신문발행업, 인터넷뉴스속보 및 정보제공, 옥외광고업, 광고대행

국제회의서비스업



(주)다비오

- 대표자 박주홍
- 대표전화 02-7777-2489
- 홈페이지 dabeeo.com
- 업종 시스템/장치/기자재/솔루션
- 사업영역 전시회 운영 및 관리의 효율성을 높일 디지털 디렉토리 맵 서비스 제공



레고랜드코리아 유한회사

- 대표자 Matthew Paul Jowett
- 대표전화 033-815-2300
- 홈페이지 LEGOLAND.kr
- 업종 숙박/연회/식음료
- 사업영역 테마파크 및 호텔 운영



(주)시스포유

- 대표자 장상훈
- 대표전화 02-539-3313
- 홈페이지 sysforu.co.kr
- 업종 시스템/장치/기자재/SI
- 사업영역 참관객 등록시스템, 행사 홈페이지 제작, 온라인전시관 구축



주식회사 에이피스토리지

- 대표자 손진경
- 대표전화 02-322-7816
- 홈페이지 apstorage.co.kr
- 업종 디자인/무대/인쇄/제작물
- 사업영역 이벤트 전시 방송 세트, 목공 제작업, 방송장비임대업, 전시컨벤션 및 행사대행업, 문화행사기획



(주)이투어리즘

- 대표자 이희
- 대표전화 02-323-6850
- 홈페이지 koreaetour.com
- 업종 여행/항공/관광
- 사업영역 인센티브투어



지더블유퍼시픽

- 대표자 제태호
- 대표전화 051-714-7127
- 홈페이지 gwpacific.com
- 업종 컨설팅/마케팅/자문
- 사업영역 온/오프라인 전시회 기획 및 운영, 마케팅, 컨설팅, 홍보, 디자인기획



(주)청구미디어

- 대표자 최인혁
- 대표전화 031-968-3801
- 홈페이지 chunggoo.co.kr
- 업종 이벤트/공연/광고/홍보기획
- 사업영역 영상장비 렌탈, LED 렌탈 및 시공



주식회사 파란디앤에스

- 대표자 엄유성, 김선일
- 대표전화 070-4848-1598
- 업종 디자인/무대/인쇄/제작물
- 사업영역 전시컨벤션, 디자인기획, 무대제작, 전시부스제작, 행사대행업, 이벤트공연, 광고 기획등

인천공항 속 작은 MICE 사무국

MICE 컨시어지 데스크, 코로나19 이후 새로운 기회 맞아



해외 참가자 수송, 의전을 담당하는 사무국 직원은 이것저것 신경 쓸 일이 많다. 다양한 국가, 다양한 항공일정으로, 각기 다른 시간에 인천공항에 도착하는 MICE 참가자들. 행사명과 참가자 이름이 적힌 피켓을 들고 하루 종일 그 많은 입국장 출구에서 하염없이 기다릴 수도 없는 노릇이다.

한국MICE협회는 이 같은 불필요한 인력 낭비를 줄이고, MICE 전문 인프라를 구축하여 편의서비스를 제공하기 위해 2015년 1월, 인천공항 제1여객터미널 도착층에 ‘MICE 컨시어지 데스크’를 오픈했다. 이후 제2여객터미널에도 데스크를 오픈하며, MICE행사 참가자들이 거쳐 가는 플랫폼 역할을 이어 오고 있다.

<MICE 컨시어지 데스크>는 MICE행사 참가를 위해 방한하는 해외 참가자를 위한 공간이다. 일반적으로 MICE행사는 각 국가의 오피니언리더가 초청되거나 산업을 주도하는 주요 관계자가 참석한다. 그들을 위한 특별한 환대서비스가 필요한 이유이다. <MICE 컨시어지 데스크>에는 전문 인력이 상주하며, 행사 정보 제공은 물론 참가자의 동선과 일정을 고려한 교통, 숙박, 관광, 쇼핑 등 맞춤형 정보를 제공한다.

2020년 코로나19 팬데믹으로 하늘길이 닫히며 컨시어지 데스크 활용 또한 전무하게 되었지만, 최근 코로나19 거리두기 해제, 해외 입국 관련 규제완화와 더불어, 기존 63번 데스크에서 40번 데스크로 입지가 더욱 좋아지는 등, 새로운 기회를 맞아 MICE 컨시어지 데스크의 활용이 확대되기를 기대하고 있다.

운영시간 - 09:00~18:00(상시운영) *행사 시간에 따라 운영시간 협의가능

장 소



제1여객터미널 도착층 1층 40번 데스크(9번 출입구 부근)



제2여객터미널 도착층 1층 동편 중앙데스크(4번 출입구 부근)

신청대상 - 회원사, 인바운드 여행사, 협·학회 주최자, 국내소재 글로벌 대기업, 국제기구, 기타 MICE 기업 등

이용대상 - MICE행사 참가자, 기업 비즈니스 관련 방문자, 기타 VIP 등

이용요금 - 행사별 외국인 참가자 수에 따라 상이

주요서비스 - 행사 내용 안내(PDP 활용, 리플렛 비치, 기업소개 등 홍보 가능)

- 행사장, 지역까지의 교통 정보, 숙박 및 쇼핑 정보 안내

- 참가자를 위한 대한민국, 지역 관광 안내 패키지 제공

- VIP, 기업 비즈니스 관련 방문자 환대 서비스 제공

신청문의 - 인천공항 컨시어지 데스크(Tel. 02-2063-3545) *사용가능 일정 확인 및 신청 접수 가능

안심하고 무료로 사용가능한 MICE 글꼴과 음원

MICE 지식재산콘텐츠, 이제는 MICE의 대표 콘텐츠로

한국MICE협회와 문화체육관광부는 MICE 업계 지식재산권에 대한 인식확산과 MICE 경쟁력 강화를 위해 MICE 글꼴과 음원을 제작했다.

MICE산업의 섬세함과 글로벌 아이덴티티가 담겨있는 'MICE 글꼴'

MICE 고딕

행사에서 많이 사용되는 ID카드, 현수막, 포스터 등 제작물에 특화된 글꼴로, 글자가 굵고 선명하여 무대 통천과 같이 사이즈가 큰 인쇄물에도 깨지지 않는 것이 특징이다. Regular, Bold 2종으로 개발되어 제목과 본문에 모두 활용하기 좋다.

마이스의 미래를 선도하는
상상하고 도전하고



MICE 명조

문서 작성에 적합한 일반적인 글꼴로, 글자 굵기는 보통이며 제안서, 시나리오, 메일 등에 다양한 용도로 폭넓게 사용할 수 있다.

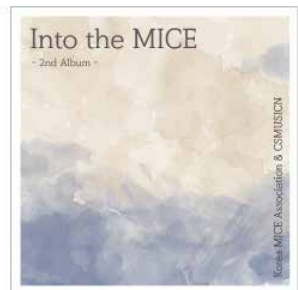
마이스의 미래를 선도하는
상상하고 도전하고



다양한 장소와 상황에서 감동을 주기 위한 'MICE 음원'



1st Album MICE Blossom



2nd Album Into the MICE

‘MICE 음원’은 행사에 보다 풍부한 음악을 제공하기 위한 프로젝트로, 1집 앨범 ‘MICE Blossom’은 블루스, 락, 클래식, 재즈, 알앤비 장르의 경쾌한 느낌의 곡들로 행사장의 밝은 분위기와 화려한 모습을 담았다.

이어 제작된 2집 앨범 ‘Into the MICE’는 한국적인 악기를 활용하여 퓨전국악과 오케스트라를 연주하였으며, 서정적이며 고풍스런 한국의 감성을 MICE 시각에서 유려하게 표현하기 위해 심혈을 기울였다.

협회에서 제작한 MICE음원 35종과 MICE폰트 2종은 모두 무료로 제공되며, 제작된 콘텐츠의 저작권은 협회가 소유하고 있어 개인 및 기업 사용자 모두 안심하고 사용할 수 있다. MICE 지식재산 콘텐츠는 홈페이지에서 다운로드 받을 수 있으니 많은 활용을 바란다.

(www.micecontents.or.kr)

The MICE Plus ?

(사)한국MICE협회는 2007년, MICE 전문 계간지 'The MICE' 1호를 창간하여 MICE 업계와 협회 소식을 전해왔습니다.

2017년 'The MICE Plus'로 제호를 변경하며 MICE 지식과 트렌드, 국내외 산업 동향, 지역과 행사 등 다양한 주제로 MICE 업계와 협회 소식을 전달하고 있습니다.

'The MICE Plus' 는 MICE 업계의 역사와 현재, 그리고 미래를 담고 있는 MICE 커뮤니케이션 채널로 자리매김하고 있습니다.



[The MICE Plus 주요 배포처]



• **MICE 기업** (PCO/PEO, 컨벤션센터·호텔 등 MICE 배뉴, MICE 서비스, CVB, DMO 등)



• **MICE 주최기관, 협·학회**



• **정부 부처, 지자체 MICE·관광 부서, 관광청**



• **MICE·관광 특성화고, 대학, 교수**



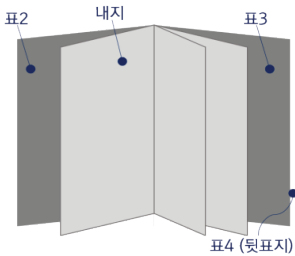
• **미디어, 유관기관**

- 정부부처, 유관기관, 지역 DMO/CVB, 컨벤션센터, 지자체 등 **300여 곳** 책자 배포

- 뉴스레터 동시 발행으로 **20,000여 곳** 온라인 웹진 배포

The MICE Plus 매체 소개 · 광고 지면 안내

[The MICE Plus 광고 안내]



1. 전면광고

내용	구분	내용	단가(부가세 별도)
전면광고	표지광고(1p)	겉표지인 표2, 표3, 표4에 게재되며 광고 시안 별도 제작 필요 <i>*신청 전 지면 확인 필요</i> <i>*온라인 배포 뉴스레터 내 배너 게재 제공</i>	표4 - 3,000,000원 표2,3 - 2,500,000원
	내지광고(1p)	책자 내지에 게재되며 광고 시안 별도 제작 필요	1,000,000원

**(사)한국MICE협회 회원사의 경우 20% 할인 적용*

2. 기사광고

내용	구분	내용	단가(부가세 별도)
기사광고	MICE 탐방(2p)	기업 또는 행사 등에 직접 방문하여 인터뷰 또는 행사 내용을 다루는 지면 <i>*기사 작성비, 사진 촬영비, 디자인비, 교통비 등 기사에 소요되는 비용 일체 포함</i>	2,000,000원
	MICE 소식(1p)	기업 소개, 행사 소식, MOU 소식 등 자유롭게 홍보하고 싶은 내용을 게재할 수 있는 지면	1,000,000원
	특집기사(4p 이상)	지자체나 조직위원회와 같이 특별한 주제를 다룬 기사를 통해 MICE업계에 홍보가 필요할 경우 <i>*기사 작성비, 사진 촬영비, 디자인비, 교통비 등 기사에 소요되는 비용 일체 포함</i>	별도 협의

**(사)한국MICE협회 회원사의 경우 20% 할인 적용*

MICE 업계의 역사와 현재, 그리고 미래를 담고 있는
MICE산업 대표 커뮤니케이션 채널!

The MICE⁺ Plus 와 함께 하세요!

발행 (사)한국MICE협회 Tel. 02-3476-8325

문의 김이나 선임파트장 (Tel. 02-6958-5924)

Homepage. www.micekorea.or.kr

국제회의전문가기구
Korea MICE Association
MICE 한국MICE협회

협회 회원가입 안내

(사)한국MICE협회는 MICE 산업 발전이라는 목표 하에 다양한 협력과 역량 강화 사업을 시행하고 있으며, 융복합 산업의 플랫폼으로 자리매김하고 있습니다.



협회 주요기능 및 역할

1 업계 이익 대변



- **업계 의견 수렴**
 - 협회 회원권익위원회 운영
 - 회원사 방문
 - 위기상황 발생시 업계 현황 파악
 - 위원회 간담회 개최
- **정책 반영**
 - 정부/관광유관협단체 주재 간담회 참석
 - 국회/정부 등 조직별 정책활동 추진

2 업계 지원



- 관광공제회 운영 및 관광기금 용자 신청 접수
- MICE 기업 신용평가 지원
- 관광업계 포상 추천 기관
- 해외 박람회 바이어 초청
- MICE산업 지식재산콘텐츠 제공(폰트, 음원)
- MICE통합 컨시어지 데스크 운영
- 업계 디지털 전환을 위한 지원 사업 운영

3 교육



- **재직자 역량강화를 위한 MICE 전문교육**
 - 온라인 MICE연수원: NCS기반 3개 과정 개발(회의·전시·이벤트기획)
 - 디지털 MICE 과정, MICE행사 현장 교육과정 및 취업콘텐츠 제공
 - 재직자 교육: 연차별/업무별 차별화된 커리큘럼 제공
 - 기본/심화/글로벌 과정 운영, 해외 MICE교육세션 참가 지원 (PCMA, MPI, Singapore MICE Forum 등)
 - 지역 인센티브 관광 전문가 양성을 위한 하이브리드 과정 운영
- **디지털 역량강화를 위한 디지털 전문가 양성 과정 운영(MICE 인재원)**

4 네트워킹 정보공유



- **정보 공유 책자 발간**
 - 회원사 디렉토리 발간
 - MICE 산업 전문지 The MICE Plus 발간
- **온라인 홍보 운영**
 - 협회 홈페이지MICE 동향 및 입찰, 채용 공고 알림
 - SNS(facebook/instagram/블로그) 운영
- **해외 MICE 유관 협단체 교류**
- **‘아태 마이스 비즈니스 페스티벌’ 개최**

회원가입 절차

- 회원가입 신청서 작성 및 제출* → 위원회 검토 및 승인
- 연회비 납부 → 회원가입 완료

*협회 홈페이지를 통한 온라인 가입 신청

- 회원가입 신청서 작성, 사업자등록증, 법인등기부등본, 관광사업자등록증, 로고, 회사소개서 등 첨부
- ※ 자세한 내용은 한국MICE협회 홈페이지를 참고하시기 바랍니다.

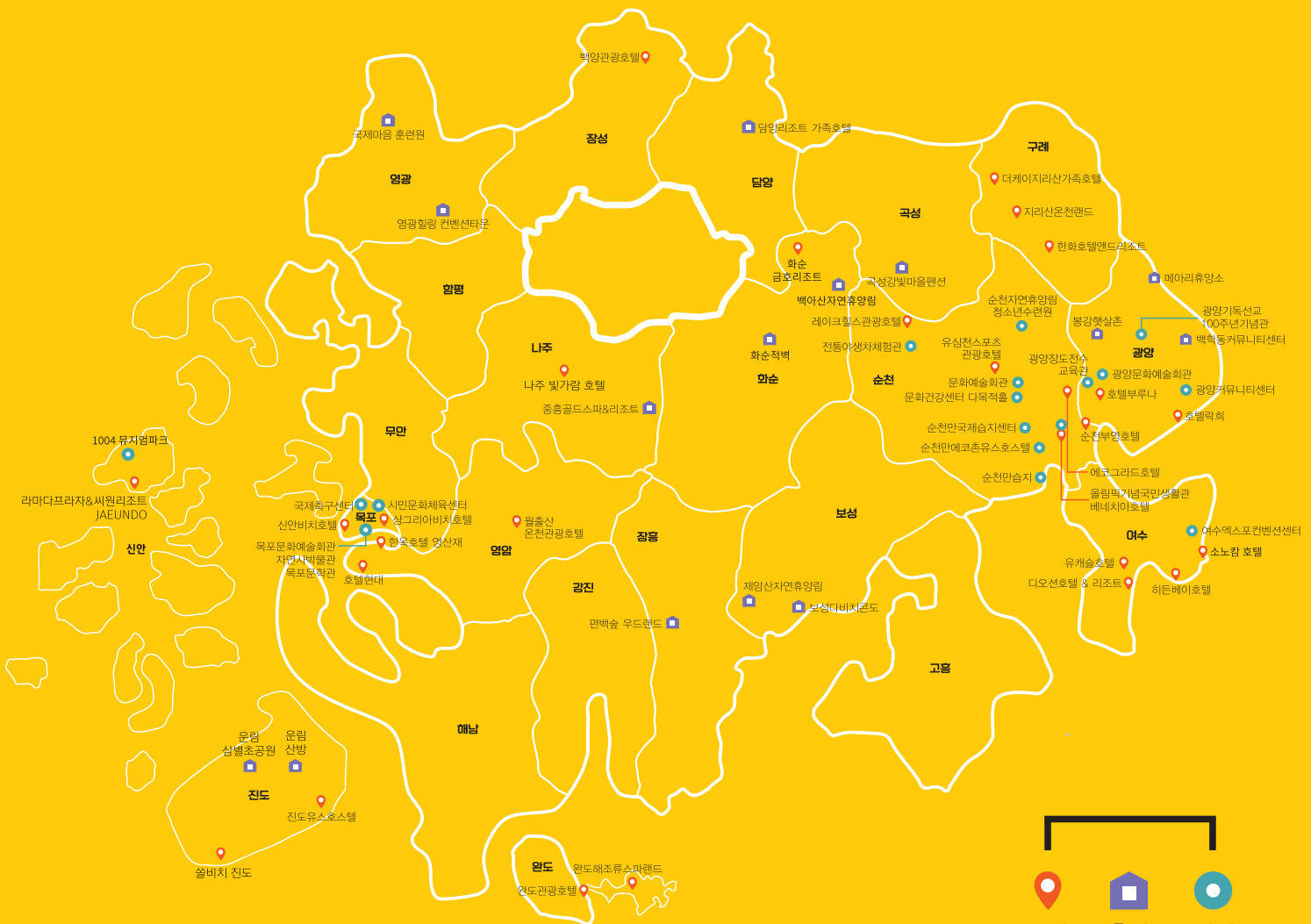
연회비

구분		연회비
회장사		1,000만원
부회장사, 전국·광역 관광 및 유관공사, 광역 관광 재단, 전문회의시설		500만원
이사사, 기초 관광 및 유관공사, 기초 관광 재단, 광역/기초 컨벤션(관광)뷰로, 준회의시설		200만원
일반회원사		100만원
특별회원	기부회원	500만원
	광역자치단체	500만원
	기초자치단체	200만원

대한민국 융복합 글로벌
산업의 플랫폼, 마이스!
한국MICE협회가 함께합니다!

Tel. 02-3476-8325
Email. kma@micekorea.or.kr
Fax. 02-3476-8449
Homepage. www.micekorea.or.kr

전라남도 MICE MAP



MEET JEOLLANAMDO

쉼이 있는 회의, 전라남도에서 영감을 얻다

피톤치드가 가득한 숲내음에 취해
복잡한 일상의 스트레스는 날려 보내고
새로운 생각들과 마주하세요.

다름이 만드는 묘미
개성 넘치는 섬에서의 특별함.
공간이 다르면 생각도 달라집니다.