

PROLOGUE

국제 해양관광도시 여수의 매력을 느껴보세요
주철현 여수시장

ISSUE

지속가능MICE의 해답을 찾다
2016 지속가능관광 국제회의(GSTC)
2016 서울공정관광 국제포럼(SIFT)

MEMBER

고급택시의 신세계_하이엔
의약분야 최고의 파트너_비엠엠코리아
MICE를 통한 새로운 길_넥스나인

FOCUS

제주 MICE산업대전 및 Asia Pacific MICE 비즈니스 교류회
2018 평창동계올림픽과 강원도 MICE
서울의 새로운 MICE 기지_국제교류복합지구 조성
도시의 MICE 브랜드와 세일즈킷
지역 축제와 MICE 융복합 사례_청송 사과축제
2016 UIA 라운드테이블 아시아퍼시픽



Gyeonggi

당신의 마이스 성공 파트너

GOOD TO GREAT

Make your Story
Innovate your Business
Celebrate your Event
Enhance your Network



편집장 노트

지속가능한 MICE와 우리의 역할

최근 MICE산업에 있어서도 지속가능한 MICE (Sustainable MICE)가 무엇이고 어떻게 해야하는가에 대한 논의가 부각되고 있다. 이는 우리나라 MICE산업이 성장가도에 있는 시점에 과연 이대로 계속해서 성장할 것인가 아니면 성장을 하면서 사회, 문화적, 환경적인 문제를 간과하지 않았나에 대한 의견이 반영된 것이라고 할 수 있다. 사실 지속가능한 성장은 관광지의 관광개발과 더불어 관광지의 경제적 발전을 추구하면서 동시에 사회, 문화적, 특히 환경적 문제를 최소화하고 미래세대를 위한 성장을 하자는 것이 주요 내용이다. 이는 지금까지 한국의 MICE산업이 지속적인 전시컨벤션 시설건립과 더불어 관련 MICE관련 기업과 조직, 인재육성, MICE 행사유치 및 개최에만 중점을 둔 상황에서 MICE의 지속가능성에 대한 검토가 필요하다고 볼 수 있다. 특히, 지속가능한 MICE에 대하여 어떻게 정의해야 하며, 그 특성과 의미와 향후 지속가능한 MICE와 관련한 이해관계자들이 어떻게 해야 하는가에 대한 고민이 필요한 시점이다.

지속가능한 MICE산업을 위해서는 우선 먼저 해야 할 것은 '우리의 상황이 어떠한가?'에 대한 고민이 필요하겠다. 그동안 전시컨벤션센터 건립과 앞으로 지어질 또 다른 전시컨벤션시설에 대한 운영과 발전방향, 지역 CVB 등 도시마케팅 기구들의 역할과 기능, 중앙 및 지역의 MICE 정책공급과 실행에 대한 효율성 등을 지속가능성의 관점에서 재해석 및 검토가 필요하다고 본다. 특히, 그동안 MICE산업의 발전을 위한 노력들이 지역 및 국가의 발전을 도모할 수 있는 경쟁력 있는 MICE 산업 생태계를 조성했는가에 대한 심도 있는 논의가 필요하다고 본다. 지역 및 도시, 국가를 발전시키고자 하는 MICE산업의 뚜렷한 목표아래 우리가 놓친 부분이 무엇인가에 대한 검토가 필요하다고 본다.

현재 우리나라가 MICE선진국으로 들어가고 있다고는 하지만 아직도 MICE산업의 생태계가 MICE기업이 기업 활동을 안정적으로 할 수 있는지에 대한 의구심, 지역의 관련 산업과 기업에 종사하는 종사원 및 지역주민들이 MICE산업에 대한 이해가 포괄적으로 잘 이루어졌는가에 대한 의견, 중앙 및 지역 공공정책이 적극적이

고 효율적으로 정책이 수립되고 실행되고 있는가에 대한 의견, MICE행사 유치 및 실행에 있어서 기업의 권리와 의무가 계약상 '을'이라는 미명하에 불이익을 받을 수 있다는 의견, 'MICE전문인력'으로 기업에 활동하고 있는 종사원들이 진정한 전문인으로 직업의 안정성을 가지고 지속적으로 근무할 수 있는 가에 대한 의견 등등, 우리 MICE 산업 관계자들 및 정책실행자 등이 위와 같은 의견을 같이 고민하고 해결하려는 노력이 있을 때 지속가능한 MICE산업을 이끌 수 있다고 본다.

결과적으로 지속가능한 MICE산업을 위해서는 MICE산업의 모든 자원 및 자산을 현명하게 활용할 수 있어야 하며, 또한 모든 MICE이해관계자들에게 경제적 가치뿐만 아니라 사회문화적 공유가치를 창출하고 제공해야 할 것으로 본다. MICE산업의 생태계를 지역주민, 기업, 지자체 및 정부를 중심으로 더욱 경쟁력 있게 갖추어야 하며, 우리나라 MICE상품의 매력성 증진 및 국제 경쟁력 증진에 힘을 쏟아야 할 것이다. 이러한 노력들은 모두 상호이해와 협력을 기반을 이루어진다고 할 수 있으며 지역 및 정부정책에 있어서도 MICE산업의 자생적 성장과 발전을 위하여 적극적인 정책개발과 지원이 절실히 필요하다고 본다.

「The MICE」연구편집위원장 경희대 윤유식 교수

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



계간 더 마이스 통권 제37호

발행	(사)한국MICE협회
발행일	2016년 10월 28일
발행인	김응수
편집위원장	윤유식
편집위원	강다은 권명희 김상윤 김지희 서영호 신동재 신정미 오세훈 이선형 조진훈 최열기
주 소	서울시 중구 퇴계로 18 대우재단빌딩 15 (사)한국MICE협회 tel. 02-6366-0716 fax. 02-3476-8449
편집 및 디자인	(주)코리아엔터테인먼트미디어 tel. 02-3148-1010

CONTENTS *vol. 37*

PROLOGUE / ISSUE

- 004 만나고 싶었습니다 주철현 여수시장
- 008 커버스토리 지속 가능 MICE
- 010 특집 1 2016 지속가능관광 국제회의(GSTC)
- 012 특집 2 랜디 더반 GSTC 대표이사 인터뷰
- 014 특집 3 2016 서울 공정관광 국제포럼(SIFT)
- 018 특집 4 국제적 불안상황에 대한 MICE산업의 생존전략

MEMBER

- 022 회원사 1 (주)하이엔
- 024 회원사 2 (주)비엠엠코리아
- 026 회원사 3 (주)넥스나인(넥스페어)

FOCUS

- 028 지역 지역 MICE 소식
- 036 사례(국내) 제주 MICE 산업대전 및 ASIA PACIFIC MICE 비즈니스 교류회
- 040 사례(국내) 2020 세계 하천·호수·습지 학술대회
- 042 사례(해외) 선진 컨벤션 참가후기 [DMAI]
- 044 기고 1 2018 평창동계올림픽과 강원도 MICE
- 046 기고 2 서울의 새로운 MICE 기지, 국제교류복합지구 조성
- 048 해외저널 도시의 MICE 브랜드와 세일즈킷
아시아 최초 MPI Chair's Award 수상
- 052 중인 1 지역축제와 MICE 융복합 사례 [청송 사과축제]
- 056 중인 2 MICE 인식 확산 교육 사례
- 060 중인 3 2016 UIA 라운드테이블 아시아퍼시픽

COMMUNICATION

- 064 뉴스브리핑
- 066 라운지 신규회원사 소개
- 068 행사일정 MICE Calendar
- 072 지식창고 MPI 컨벤션 표준 운영 메뉴얼





“국제 해양관광도시
여수의 매력을 느껴보세요.”
주철현 여수시장

세계박람회의 도시 전남 여수시(시장 주철현)는 올해 8월 대규모 민간투자 유치에 성공하며 국내 관광·마이스 업계의 이목을 집중시켰다. 미래에셋 컨소시엄이 전라남도과 전남 개발공사가 실시한 여수 경도 해양관광단지 투자 우선협상 대상으로 선정되며 2021년까지 총 1조1000억원을 투입하는 아시아 최고 수준의 리조트 단지 개발사업이 가시화됐기 때문이다. 관련 업계에서는 벌써부터 2012년 여수세계박람회 개최로 관광·마이스 도시로 변신에 성공한 여수시가 새로운 성장동력을 확보하며 글로벌 해양 관광·마이스 중심도시로 도약하게 될 것이라는 전망이 이어지고 있다. 2012년 세계박람회 개최 이후 관광객 1000만 시대를 연 여수가 2000만 시대로 접어드는 것도 시간문제라는 얘기도 나온다.

주철현 여수시장(57·사진)은 이같은 외부의 기대와 평가에 대해 '이유있는 결과'라고 강조했다. 2012여수세계박람회 이전부터 관련 시설에 대한 사후 활용을 고려해 관련 조례와 제도를 정비하는 등 오랜 기간 꾸준히 공들여 준비해온 결과라는 이유에서다. 주 시장은 “세계박람회 이후 연속

4년 1000만 관광객 유치라는 성과에 만족하지 않고 마이스 인증도시, 기업회의 명소 선정 등 콘텐츠와 시설 경쟁력을 높이는데 총력을 기울이고 있다”며 “원도심이 살아나고 세계박람회장에 1100억원의 민간자본을 유치하는 등 전반적으로 지역 관광·마이스 산업의 기반이 2년 전 구상했던 그대로 갖춰져 가고 있다”고 평가했다.

여수 관광·마이스 산업의 경쟁력은 무엇일까. 주 시장은 “일단 한번 여수를 와 보면 말로 설명하지 않아도 여수의 저력을 저절로 알게 될 것”이라며 “최근 여수 관광·마이스 산업의 가파른 성장세는 한번 여수를 와 본 사람들이 여수의 가치를 인정하고 두 번이고 세 번이고 찾아오면서 만들어진 결과”라고 강조했다. 대한민국을 넘어 아시아 최고 해양 관광·마이스 도시의 청사진을 그려 나가고 있는 주철현 시장을 『The MICE』에서 만나봤다. 다음은 주철현 여수시장과의 일문일답.

글. 한국경제신문 이선우 기자
사진. 텐아시아 이승현 기자

“MICE로 새로운 꿈을 꾸고 있는 낭만도시 여수. 그 멋진 계획들을 하나씩 이뤄가고 있는 여수는 또 다른 도약을 꿈꾸고 있다. 오늘은 여수의 내일을 이끄는 주철현 여수시장을 만났다.”

2012 여수세계박람회 이후 4년 연속 1000만 관광객 시대를 이어오고 있습니다.

지난해 여수를 찾은 관광객이 1358만 명입니다. 서울과 제주 그리고 에버랜드가 있는 용인 다음으로 많은 숫자예요. 여수밤바다를 배경으로 한 국내 최초의 해상 케이블카, 해양 레일바이크, 해상 유람선, 2층 시티투어버스 등에 민간투자가 이어지면서 지역 관광 콘텐츠가 풍부해진 덕분입니다.

	마이스유치 현황	관광객 현황
2013	100건 / 56,921명	10,413,876명
2014	434건 / 154,502명	9,889,789명
2015	813건 / 347,620명	13,585,275명
2016(9월 말 기준)	576건 / 337,016명	10,020,899명

〈여수시 관광마이스 유치실적〉

여수세계박람회 이후 관광·마이스 분야에서 가장 큰 변화를 꼽는다면 어떤 것들이 있을까요.

무엇보다 여수세계박람회 성공 개최로 도시 브랜드가 크게 높아지면서 심리적, 시간적 거리감이 대폭 줄었습니다. KTX가 개통되면서 수도권까지 2시간 40분, 순천-여수 간 자동차 전용도로가 개통되면서 4시간 정도면 여수에 닿을 수 있습니다. 항공편도 김포공항에서 여수까지 하루 6차례 왕복 운항되고 있어요.

특히 지난해 여수시가 마이스 분야에서 눈에 띄는 성과를 올렸다고 들었습니다.

지난 한해에만 813건의 마이스 행사가 열려서 35만 명이 다녀갔습니다. 2년 새 8배가 넘는 가파른 성장세를 보이고 있어요. 올해 2월 국내 마이스 업계 관계자 1500여 명이 한자리에 모이는 한국 마이스 연례총회 및 마켓플레이스 행사가 여수에서 열렸습니다. 5월에는 참가자 규모가 5200여 명에 이르는 전국 임상병리사 종합학술대회가 열렸고, 8월에는 한국 농업경영인 전국대회가 열려 3만 명이 여수를 찾았습니다.

마이스 행사 개최지로서 여수의 매력은 무엇이라고 생각하십니까.

여수는 일도 하고 휴식도 취할 수 있는 최적의 환경을 지닌 곳입니다. 하늘, 땅, 바다를 통해 어디서든 만나절이면

달을 수 있는 곳이지요. 시설 인프라 경쟁력도 대도시에 결코 뒤지지 않는다고 자부합니다. 여수세계박람회장을 포함해 8개의 컨벤션 시설은 1만 2000여 명까지 수용이 가능합니다. 호텔, 콘도미니엄 등 고급 숙박시설도 17개소에 이르고 객실은 1407개에 달합니다. 세계박람회를 치르면서 쌓인 지역민들의 선진 시민의식도 여수시의 강점 중 하나로 꼽을 수 있습니다.

관광객은 물론 마이스 행사를 유치하기 위한 도시 간 경쟁이 치열해지고 수도권 집중화 현상은 좀처럼 해결의 기미를 보이지 않고 있습니다.

그렇습니다. 앞으로 도시 간 경쟁은 피할 수도 없을 뿐더러 더욱 심해질 게 분명합니다. 경쟁에서 뒤처지지 않으려면 차별화된 전략이 필요하죠. 수도권 집중화 문제의 경우 전적이지는 않지만 지방 도시들이 자신들만의 차별화된 매력 요소를 발굴하지 못한 것도 이유로 꼽을 수 있습니다. 철저한 분석을 통해 과연 우리 지역의 킬러 콘텐츠가 무엇인지 고민해야 합니다.



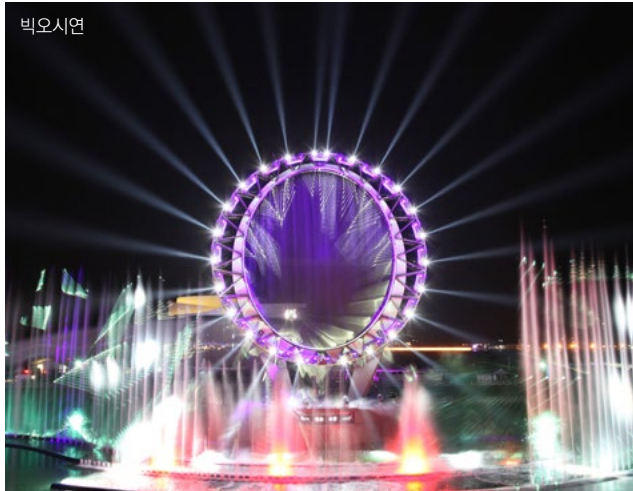
여수세계박람회장



여수해상케이블카



여수의 야경



빅오시연

그렇다면 이런 문제를 타파하기 위한 여수시의 전략은 무엇입니까.

해양관광 도시라는 도시 브랜드를 알려 나가며 고급화시켜 나가는 것이 우리의 전략입니다. 한 번 여수를 방문한 관광객들의 재방문율을 높이고 여수만의 매력을 담은 관광상품 개발도 필수입니다. 여수에 오면 뭔가 특별하고 대접받는 느낌이라는 서비스의 고급화와 더불어 오직 여수에서만 즐기고 볼 수 있는 콘텐츠를 통한 고급화 전략도 중요한 부분이지요. 교통, 음식, 거리 등 지역 전반의 문화수준을 한 단계 끌어 올리는 질적 변화도 지속적으로 주문하고 있습니다.

시설·서비스 인프라 뿐 아니라 콘텐츠 개발의 중요성도 강조해 주셨는데 여수시의 대표 콘텐츠로 어떤 것들을 꼽을 수 있을까요.

아시다시피 여수시는 365개의 보석 같은 섬 등 천혜의 자연환경을 갖춘 곳입니다. 온화한 기후에 진남관, 흥국사 등 유서 깊은 역사 유적지도 여럿입니다. 전국 최초의 해상 케이블카와 레일바이크 그리고 세계 유일의 빅오쇼, 여수밤바다와 함께 즐기는 낭만버스킹과 낭만포차, 2층 시티투어버스, 해상 유람선 등이 대표적인 여수의 관광·마이스 콘텐츠입니다.

최근 여수시에 해양도시 특징을 살린 해양레저 스포츠 관련 시설들이 속속 들어서고 있는데요.

맞습니다. 해양레저 스포츠는 해양도시인 여수시 입장에서 가장 활용가치가 높은 콘텐츠임이 분명합니다. 웅천 신도심지에 150선석의 마리나를 개장한데 이어 500선석의 남해안 최대 마리나 단지를 조성하고 있습니다. 또 매년 5~9월까지 소호요트장 등 4개소에서 스쿠버와 딥기요트, 윈드서핑, 카약 등 9개 종목의 무료 체험 프로그램도 운영 중입니다.

지역마다 마이스 단체나 행사를 유치하기 위한 지원제도를 운영하고 있습니다.

우리 시에서도 이미 마이스 조례를 제정하고 포상관광단체와 기업회의, 학술회의 등 행사에 대한 지원제도를 운영하고 있습니다. 숙박인원이 80명 이상인 단체가 이틀 이상 여

수에서 회의를 개최할 경우 최대 2000만원까지 지원하는 파격적인 인센티브 제도입니다. 여기에 마이스 전담팀에서 원스톱 서비스 제공 시스템을 통해 행사 개최 시 불편을 최소화 하기 위한 지원 서비스도 제공합니다.

시 차원에서 관광·마이스 산업 육성을 추진하는데 있어 지역 구성원들의 지지와 이해도 필요하지 않을까요

맞습니다. 관광·마이스 산업은 사람이 사람을 맞이하는 대표적인 서비스 산업이라는 점에서 무엇보다 시민들의 이해와 참여가 필수적입니다. 이런 점에서 여수는 다른 도시에 비해 한 발 앞서 있다고 할 수 있습니다. 2012여수세계박람회 개최를 통해 이미 국제도시 시민으로서의 자질과 역량을 대외적으로 인정받았으니까요. 물론 이것을 유지해 나가기 위한 제도적 장치와 노력도 필요합니다. 정기적으로 음식, 숙박업소, 교통 관계자에 대한 친절질서 의식 교육을 실시하고 지난해 음식문화 서비스 개선을 위해 160명의 시민평가단을 구성하기도 했습니다. 내년부터는 숙박, 음식, 여행업 등 지역 관광·마이스 관계자를 대상으로 하는 역량강화 교육도 준비 중입니다.

시장 취임 2년이 지났습니다. 앞으로 여수시의 관광·마이스 산업 육성을 위해 어떤 그림을 그려나갈 계획입니까.

궁극적인 목표는 대한민국을 넘어 국제 해양관광 중심 도시로 성장하는 것이라고 할 수 있습니다. 지금은 그 과정

일 뿐이고 산업기반을 강화하기 위한 중장기 계획이 필요한 시점이에요. 먼저 국제회의 도시 기준에 부합하는 컨벤션센터 등 시설인프라를 지속적으로 확충해 나갈 계획입니다. 이를 위해 민간투자를 유치하고 이를 통해 대형 국제회의와 전시회가 지역에서 열릴 수 있는 환경을 조성해 나갈 계획입니다. 보다 체계적이고 효율적인 도시마케팅을 추진하기 위한 지역 컨벤션뷰로 설립과 지역 마이스 얼라이언스 구축도 구상하고 있습니다.✧



오동도



경주_월정교

“지속 가능한 발전, 지속 가능한 MICE.”

앞으로 더욱 지속 가능한 MICE를 실현하기 위해
공동의 책임과 역할, 행동이 필요한 지금

1987년 유엔이 발표한 ‘우리 공동의 미래’ 보고서에 따르면, 지속 가능한 발전이란 ‘미래 세대가 그들의 필요를 충족시킬 능력을 저해하지 않으면서 현재 세대의 필요를 충족시키는 발전’이다. 실제로 ‘지속 가능한’이라는 말 그 이면에는 ‘개발 등으로 인해 환경이나 자연의 해침을 최소화하는’이라는 의미가 숨어 있다.

화려한 속도로 성장을 거듭해 온 대한민국 MICE 산업. 황무지에 쌓아올린 멋진 성에서 시선을 떼지 못했다면, 이제는 눈을 돌려 더 멀리, 더 큰 그림을 그려야 할 때다. MICE 산업의 성공을 가능케 하는 척도는 이제 더 이상 눈에 보이는 결과와 수치가 아니다. 우리의 미래를 위해 나무가 아닌 숲을 볼 때다.

사실 대한민국 MICE 산업은 그동안 개발, 성장, 발전으로 축적된 역사를 갖고 있다. 새로운 센터를 짓고, 커뮤니티 시설을 확충하며, 자연과 어우러진 숙소를 찾기 위해 많은 공을 들이고 있다. 덕분에 국제회의 개최도시, MICE 도시 등 세계 속의 MICE 강국으로 자리매김해왔다. 많은 것들을 이루었고, 얻었고, 해냈다. 그러나 분명 얻은 것이 있으면 잃는 것이 있다. 앞으로, 앞으로 나아가는 동안. 끊임없이 떠오르던 물음표 하나.

“그래서 다음은?”

이제 우리는 이 물음에 답을 해야 한다. 우리 다음 세대는 어떤 MICE를 꿈꾸게 될까? 그들을 위해 우리는 어떤 유산을 남길 수 있을까? 우리의 꿈이 다음 세대의 희망으로, 그 다음 세대의 삶으로 이어지도록 우리 모두의 책임과 역할, 행동이 필요한 시점이다. 모두가 행복한 삶을 영위할 수 있도록, 우리가 남길 수 있는 선물이 무엇인지 진지한 고민이 필요한 때다.

“지속 가능한 발전, 지속 가능한 MICE.”

너와 나, 우리 모두의 MICE가 바로 지금 시작된다. ✨

Global Sustainable Tourism Conference 2016

2016 지속가능관광 국제회의

“지속 가능한 관광의 미래를 논하다.”



모든 것에는 흐름이 있다. 바뀌고 달라진다. 새로운 것을 만들고 개발하는 데에 집중하던 우리 MICE 산업에도 이제 새로운 흐름이 찾아왔다. 지속 가능한, 우리 모두가 함께 누릴 수 있는 MICE는 어떤 것일까? MICE 산업의 핵심 축을 이루고 있는 ‘관광’ 분야에서도 지속 가능한 관광의 미래를 찾는 시간이 펼쳐졌다. 우리 모두의 행복한 고민이 시작됐다.



2016 지속가능관광 국제회의(Global Sustainable Tourism Conference 2016)가 지난 10월 5일부터 8일까지 경기도, 수원시, GSTC 주관, 경기MICE부로 주최로 노보텔 앰배서더 수원에서 열렸다. 무려 3일 동안 열린 공식행사에서는 세계 30여 개국 450여 명의 전문가들이 참여해 열띤 토론이 진행됐다.

GSTC(Global Sustainable Tourism Council·세계지속가능관광위원회)는 지금까지 세미나 형태로 진행하던 행사를 처음으로 국제행사로 확대했다. ‘지속 가능’, ‘책임과 공정’ 등이 최근 MICE 업계의 화두로 떠오르고 있는 만큼 개최 전부터 많은 주목을 받았다. 이번 행사를 공동으로 주최한 세계지속가능관광위원회 GSTC는 UNWTO(유엔세계관광기구), UNEP(유엔환경계획) 등의 32개 국제기구가 설립한 NGO(비정부 국제기구)다. ‘지속 가능한 표준’을 개발해 도시와 자연환경 등이 적절한 지속 가능성을 갖고 있는지를 평가하고 승인한다.

도시 관광 Urban Tourism

지속가능관광 마케팅 Marketing Sustainable Tourism

지속가능 MICE Sustainable MICE

문화유산관광 Cultural Heritage Tourism

이번 행사에서는 더크 클레서 UNWTO 지속가능 관광개발 이사, 자비에 폰트 영국 서리대학교 교수의 기조연설을 비롯해 랜디 더반 GSTC 대표이사의 특별연설과 총 네 가지 주제(도시 관광, 지속가능관광 마케팅, 지속가능 MICE, 문화유산관광)에 대한 강연과 토론으로 진행됐다.

뿐만 아니라 다채로운 부대행사도 함께 진행돼 눈길을 끌었다. 올해가 ‘수원화성 방문의 해’인 만큼 수원화성 방문 및 DMZ투어, 의료관광과 한국민속촌 등으로 구성된 포스트 투어도 준비됐다.

수원시, 전 세계 도시 최초 ‘지속가능 도시관광 표준’ 인증

최근 MICE 산업뿐만 아니라 사회 전반적으로 지속 가능한 성장에 대한 필요성이 대두되면서 ‘성장’에 대한 정의가 재정립되고 있는 만큼, 이번 2016 지속가능관광 국제회의의 수원 개최는 특별한 의미를 갖는다.

특히 수원은 올해 전 세계 도시 가운데 최초로 세계지속가능관광위원회로부터 ‘지속가능 도시관광 표준’을 인증 받았다. 개막식에서는 인증서 전달식도 함께 진행됐다. 생태교통 캠페인, 생물 다양성 실천사업 등 지속 가능한 도시 생태계 조성을 위해 노력해 온 공을 인정받은 수원은 앞으로 지역 시민을 대상으로 한 교육 프로그램을 지원받는다. 더불어 도시 브랜드 가치를 높일 수 있는 기회를 마련했다. ✨

글. 텐아시아 장선영

“지속 가능한 MICE의 해답을 찾다.”

랜디 더반 GSTC 대표이사 인터뷰



반갑습니다. 한국은 첫 방문이신가요. 첫인상이 궁금한데요.

아니요. 그동안 하도 자주 와서. 친근합니다.(웃음) 이번 행사를 준비하면서도 방문했죠. 수원엔 정말 멋진 곳입니다. 수원화성도 대단하고요. 역사적인 콘텐츠가 많은 곳이지요. 이런 곳에서 2016 지속가능관광 국제회의를 개최하니, 여러 가지로 의미있는 일이 될 것 같습니다. 이 인터뷰 후에는 드디어 수원화성에 방문합니다. 세계문화유산인 만큼 기대가 많이 됩니다.

많이 기대하셔도 좋을 것 같아요. 현재 GSTC(Global Sustainable Tourism Council·세계지속가능관광위원회)의 대표이사로 계신데요. 먼저 GSTC는 어떤 곳인지 소개해 주시죠.

GSTC는 다소 생소하실 수도 있습니다. GSTC는 Global Sustainable Tourism Council의 약자죠. 말 그대로 관광 분야에서 지속 가능한 가치를 찾기 위해 국제적으로 기여(contribution)하는 커뮤니티입니다. 지속 가능한 가치를 ‘인증’하고 보다 건설적인 일을 하도록 돕는 역할을 하죠. 우리는 강제성을 두지 않아요. 건물과 시설을 짓는 과정에 어떤 개입도 하지 않죠. 다만 생산자의 입장에서 어떻게 하면 더욱 건강한 도시환경을 조성할 수 있을지를 돕습니다. 이런 부분은 MICE 산업과도 깊이 연관돼 있어요. 이 모든 일들은 혼자만의 힘으로 할 수 없기 때문이지요. 정부와 지자체, 개발자, 소비자가 모두 노력해야 합니다. 서로의 긴밀한 협조가 필요하죠. 글로벌 MICE 커뮤니티를 만들어야겠다는 계획도 여기서 출발했습니다. 이번 컨퍼런스 역시 이러한 계획의 일환이고요. 경기도와 수원시의 적극적인 지원에 감사합니다. 완벽한 타이밍에 더 완벽한 장소이지요.

그렇다면 GSTC가 추구하는 지향점은 무엇인가요.

우리는 기업이나 호텔 등이 ‘지속 가능성’을 추구하도록 돕습니다. 자격이나 제도를 주는 것이 아니라 ‘평판’과 ‘신뢰도’를 부여하죠. 이를 통해서 여행 에이전시나 기업, 호텔 등 다양한 곳에서 스스로 자정활동을 할 수 있도록 하는 것이 궁극적인 목적입니다. 지속 가능한 관광을 실현하기 위해 교육과 훈련을 실시하는 것도 저희의 주요 업무 가운데 하나이고요. 그 밖에도 지속 가능한 관광, MICE를 위해 많은 전략을 세우고 있습니다. 중요한 것은 ‘지금 우리의 상황은 어떠한가?’를 함께 인식하고 개선하는데 있겠죠.

행사 3일째, 막 토론을 끝내고 나온 랜디 더반 GSTC 대표이사를 만났다. 사진 촬영장소를 물색하던 취재진에게 ‘완벽한’ 곳이 있다며 행사장 구석구석을 안내하던 그에게서 ‘남다른 열정’이 느껴졌다.



그렇군요. 최근 전 세계적으로 ‘지속 가능한(Sustainable)’이라는 말이 큰 이슈인데요. MICE산업에서도 지속 가능한 MICE를 이루기 위해 여러 가지 노력을 하고 있습니다. 물론 중요하다는 것은 알지만 아직 체감할 수 없어서 ‘지속 가능성’이 왜 중요한지에 대해 다시 한 번 짚어봐야 할 것 같습니다.

지구는 하나이고, 인구는 많죠. 자원은 한정되어 있습니다. 모든 산업과 분야에서 언젠가는 고갈의 문제를 겪게 됩니다. 관광분야도 그럴 겁니다. 개발과 성장에는 모두 ‘계획’이 있어요. 짧은 계획만을 놓고 보자면 ‘지속 가능한’ 개발은 필요가 없어요. 그러나 우리에게선 긴 계획이 더 중요합니다. 지금 당장의 이익이나 계획만으로는 더 이상 함께 할 수 없어요. 나아가서는 생존의 문제이지요. 때문에 ‘지속 가능한’ 개발과 발전은 아주 중요합니다.

이번 수원에서 열린 2016 지속가능관광 국제회의, 매 토론회마다 열기가 대단하다고 들었습니다. 주제도 다양하던데요.

아시다시피, 네 가지 주제로 진행됐죠. 맥락은 같아요. MICE 이슈를 이끌어가고 있는 리더들이 어떻게 ‘함께’ 할 수 있을지를 고민하는 자리였습니다. 수원시도 그중 하나고요. 다양한 행사들이 많이 열리고 있는 만큼, 앞으로 어떤 역할을 할 수 있을지를 얘기했죠. MICE 마케팅부터 시설 관리 및 개발까지, ‘지속 가능’이라는 주제 안에서 다양한 이야기들이 오고 갔습니다. 특히 한국의 MICE에 대해 많은 논의가 진행됐죠. 사실 우리가 제시하는 지속 가능한

개발의 이론들을 적용하는 것은 한국 MICE 업계의 과제라고 생각합니다. 다만 이번 컨퍼런스를 통해 희망을 봤습니다.

한국의 다양한 MICE 실정에 적용할 수 있을 것 같아요. 사실 MICE 산업만큼 외부요인과 변화에 민감한 분야가 또 있을까 싶은데요(랜디대표는 “전적으로 동의합니다.”라고 덧붙였다). 다음 관광 트렌드는 어떻게 전망하시나요.

크게 두 가지로 볼 수 있어요. 다양한 관광 니즈가 생길 겁니다. 여행을 하는 사람들은 더욱 많은

곳을 찾겠죠. 그들만의 니즈를 충족시킬 독특한 관광 콘텐츠를 고민해야 합니다. 다른 하나는 단연코 중국이죠. 중국 관광객들의 움직임은 실로 대단합니다. 특히 한국은 이웃나라니까 영향을 받을 수 밖에 없습니다. 이들의 흐름을 읽는 작업이 필요합니다.

이번 컨퍼런스로 한국 MICE 사례들을 많이 접하셨죠. 앞으로 한국의 MICE 산업 발전을 위해 특별히 제안하고 싶은 부분이 있으신가요.

‘디테일’입니다. 작은 것이 큰 것을 결정한다는 말이 있어요. 한국은 짧은 시간 많은 발전을 이루어왔으니 이제 작지만 놓쳤던 것은 없는지 찾아봐야할 때라고 생각합니다. 사소해 보이지만 작은 관심과 배려가 한국 MICE를 더욱 빛나게 하지 않을까요.

〈The MICE〉도 ‘디테일’에 더욱 집중하도록 노력할게요. 마지막 인사 부탁드립니다.

한국에 올 때마다 ‘부지런함’에 반하곤 합니다. (옆에 앉은 스텝을 보며)저 때문에 정말 바쁘게 정말 열심히 일했어요. 진심으로 감사합니다. 이런 ‘부지런함’이 지금 한국 MICE의 성공을 이끈 비결이라고 생각해요. 가장 인상적인 부분입니다. ✨

인터뷰 및 글. 텐아시아 장선영

서울 공정관광 국제포럼

Seoul International Fair & Sustainable Tourism Forum 2016



“지속가능, 공정, 책임. 최근 관광산업의 흐름을 보여주는 세 가지 키워드다. 세계적인 관광 도시, 서울의 매력을 알리기 위한 서울 공정관광 국제포럼이 지난 9월 20일, 홍제동 그랜드 힐튼에서 개최됐다. 그 뜨거웠던 현장을 MICE서포터즈가 소개한다.”



‘공정관광의 핵심가치는 존중이다.’

지난 9월 20일, 21일. 서울 그랜드힐튼 호텔에서 개최된 ‘2016 서울공정관광 국제포럼’에서 발표된 ‘서울 공정관광 선언문’의 한 부분이다.

최근 대중관광이 확산되면서 지역주민과 관광객 간의 갈등도 늘어나고 있는 추세이다. 이에 대한 해법으로 공정관광과 같은 사회적 관광이 화두가 되고 있다. 그러나 공정관광(Fair Tourism)이라는 개념은 쉬운 개념이 아니다. 철학적인 개념인 ‘공정’과 현실적 개념인 ‘관광’의 접점이 바로 ‘공정관광’이다. 때문에 먼저 공정관광의 개념에 대해 생각해 보아야 한다.

공정관광은 분명 새로운 트렌드다. 공정관광을 논의하기에 앞서 관광의 트렌드를 짚어봐야 한다. 과거 전근대적인 관광의 시대에서 대중관광(Mass Tourism)의 시대를 거쳐 대안관광(Alternative Tourism)이 주류를 이루던 시대를 넘어 현대는 이제 사회적 관광(Social Tourism)의 시대에 접어들었다.

세계적인 추세로는 1999년 칠레 산티아고에서 개최된 제13차 WTO총회에서 ‘세계관광 윤리강령(Global Code of Ethics for Tourism)’을 발표함으로써 전 세계적으로 관광이 공정하고 지속가능한 방향으로 진행될 수 있는 기준점을 마련한 것이다. 또한 UN에서는 2017년을 ‘지속가능한 관광의 해(2017 International Year of

Sustainable Tourism for Development)’로 지정하였다. 이렇듯 세계적으로는 공정하고 지속가능한 관광이 확산될 수 있는 기반이 마련되고 있는 반면 우리는 아직도 이러한 측면에서 대비가 부족한 것이 사실이다.

이러한 시대적인 흐름에 발맞추어 서울특별시와 서울관광마케팅에서는 UNWTO의 후원으로 ‘2016 서울공정관광 국제포럼’을 개최했다. 이번 포럼은 서울국제트래블마트(SITM)와 연계하여 진행해 서울의 관광성장에 대하여 양적, 질적 방향에 대한 방안을 모색하였다. 이번 포럼에는 UNWTO 등 국제기구, 지방정부, RTO, 국내외 학계, NGO 등 다양한 분야의 전문가들이 함께 모여 서로의 정보를 공유하고, 대도시 중심 공정관광의 방향성에 대해 전문가들의 지식을 나누는 자리였다.

박원순 서울시장의 환영사로 문을 연 서울 공정관광 국제포럼은 개막식부터 열기가 대단했다. 작년 메르스 사태로 관광업에 어려움을 느끼고 있는 서울시의 관광을 장려하기 위해 이 자리를 마련했다는 박원순 시장은, “서울은 세계적인 관광지로 손색이 없다.”며 서울의 강점을 소개했다. 특히 중국인 관광객이 대다수인 만큼, 중국에 대한 홍보가 중요하다고 언급했다. 또한 이제는 관광업이 양적인 성장을 넘어 질적인 도약을 이루어야 함을 강조하면서, 서울이 공정하고 지속 가능한 관광이 이루어지는 도시가 되기 위해 앞으로도 많은 노력을 기울일 것을 약속했다. 이어지는 기조연설은 ‘책임여행’ 분야의 최고 권위자, 맨체스터 메트로폴리탄 대학교 책임여행과정의 헤롤드 굿윈 교수가 진행했다. 헤롤드 굿윈 교수는 ‘지속 가능한’ 개발의 중요성을 언급하며, 관광이야말로 지속 가능한 개발을 이끄는 원동력을 강조했다. 뿐만 아니라, 책임 관광과 지속 가능한 개발의 차이를 이해해야하며, 지속 가능한 관광이라는 목표를 달성하기 위한 책임을 지는 것이 바로 ‘책임관광’이라고 설명했다. 결국 우리 모두가 책임의 주체로 당면한 문제를 함께 해결해야 한다는 것이다.

SIFT 서울공정관광국제포럼



책임관광은 자연, 문화적 자원들에 긍정적인 영향력을 미치고 의미 있는 연결고리를 만들어 관광객과 주민들을 연결한다. 더불어 장애인이나 사회적 약자에게 기회를 제공하고 관광객과 주민 사이의 유대감을 형성해준다. 이러한 책임 관광을 올바르게 행하기 위해서는 관광업계뿐 아니라 국가, 지방정부, 지역주민들, 관광객까지 모두 협력해야 함을 제안하였다.

이어지는 세션에서는 뱅 생 찬 아시아 태평양 YMCA 연맹 APA Y의 글로벌 대안관광네트워크 코디네이터의 강연이 있었다. 그에 따르면, 글로벌 관광은 여전히 성장 중에 있으며, 지속 가능한 관광을 위해 ‘환경을 생각한 지속성인가? 문화 보존을 위해 힘쓰는가? 누구를 위한 경제적 이익이 있는가?’를 생각하며 이끌어 가야 한다고 언급했다. 또한 그는 공동체 중심의 지역 연계, 통합적인 접근, 세계 시민 홍보, 자연 보호 등을 언급했다.

한편, 크리스티나 캠프 투어리즘 와치 편집장은 도시화로 인해 나타나는 여러 문제점들을 소개하며, “예전에는 관광을 굴뚝 없는 산업이라고 불렀지만, 이제는 그렇지 않다. 도시가 관광지 주민의 권리를 보장해야 한다.”고 주장하며, 대도시 관광 성장으로 관광 업소가 지역 주민의 거주지를 위협하고, 항공과 기후변화, 소음공해, 교통, 대기오염까지 수많은 과제가 산적해 있다고 지적했다. 또한 그녀는 자신이 어

릴 적 베를린에서 경험한 바와 같이, 서울도 관광도시로 발전하면서 빈곤층이 교외로 밀려나는 것을 막을 수 없을 것”이라고 언급하였다. 조용한 거리에 카페가 들어서고 밤에 길거리가 시끄러워지는데 정부 규제가 없으면, 주민들이 관광객과 외국인에게 반감을 품고 거주 지역의 출입을 통제하는 등 저항이 일어날 수 있다”고 덧붙였다.

독일 베를린에서는 무분별한 관광지화를 막기 위해 주택상업적이용금지법이 시행됐다. 베를린에서 2만8000여 채의 아파트가 관광용으로 사용된다는 것이 사회적 문제로 대두되었으며, 이에 따라 정부에서 50% 이상의 면적은 집주인이 사용해야 하고, 월세는 지역 평균가보다 낮아야 한다는 등의 제도적 규제를 실시한 것이다. 또 다른 규제로는 지역고유특색유지법이 있다. 아파트 두 채를 터서 하나로 만드는 등의 건물개조와, 건물의 전통 및 고유성을 훼손하지 못하도록 하는 법이다. 베를린에서는 이러한 제재가 좋은 전략이 되고 있음을 소개했다. 그녀는 관광으로 인한 도시 성장은 좋은 일이지만 그 이면에 우리가 간과하고 있는 문제가 있지는 않은지, 창출한 일자리가 좋은 일자리인지, 계절성 일자리는 아닌지 잘 살펴야 한다고 마무리했다.

경희대학교 김철원 교수는 새로운 도시 관광의 패러다임을 소개했다. 지속 가능한 개발 목표를 언급하며 지속 가능성



이란 사회적, 경제적, 환경적으로 이익을 주어야 함을 강조하였다. 또한 서울은 지속가능한 성장을 위해 협력, 참여, 공유, 그리고 조화로운 사회를 만들기 위해 “우리”를 강조하고 있다고 언급했다. 김교수는 경쟁과 지속성을 같이 가지고 가는 것이 도시 관광임을 강조하면서 경험이 중요하고, 그를 통해 경험 경제를 이끌어 나가야 한다고 말하였다. 경험 경제는 지속 가능성, 현지 경험, 가치 등을 통해 차별화 전략이 가능하기 때문이다. 김교수는 또한 Mass tourism이 대안 관광으로 패러다임이 바뀌어야 하며, 관광 효과에 대한 재평가, 사회/문화적 트렌드 반영, 관광 수요의 다양화, 관광 환경 자체의 변화(윤리, 책임 관광)가 중요하다고 강조했다. 마무리로 공정 관광의 세 가지 원칙인 공정성, 활용성, 행복을 강조하며 공정 관광이 나아가야 할 방향에 대해 언급했다.

이번 서울 공정관광 국제포럼에서는 관광업계의 최근 흐름에 대해 심도 있는 논의가 이루어졌다. 관광 산업의 발전과 함께 발생할 수 있는 여러 문제점들과 현안을 짚어보고 그 대안을 모색하는 의미 있는 시간으로 채워졌다. 다음 세대가 더욱 건강하게 영위할 수 있는 관광산업. 그 소중한 노력을 만날 수 있었던 시간이었다. 뿐만 아니라 UNWTO 수장(Xu Jing) 아.태 국장과 서울관광마케팅 김병태 대표 이사는 공정관광 확대를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다. 세계적인 메가시티 서울에서 공정관광의 정책적인 기

초를 마련하는 자리인 만큼, UNWTO와 서울시 관광전담기구 간 맺은 MOU는 무엇보다 의미 있는 일이다. 앞으로 서울의 관광정책이 향후 국제적인 무대로 나아가는데 있어 중요한 기초가 마련됐다는 평가다.

2016 서울공정관광 국제포럼의 마지막은 발제자와 토론자들이 함께 모여 총 11개 조항의 ‘서울선언문’을 발표하면서 마무리됐다. 서울선언문은 이번 포럼에 참가한 모든 전문가들의 의견을 수렴하여 작성됐다.

주요 내용으로는 ①지속가능한 관광은 지속가능한 삶과 병행, ② 관광은 관광객과 지역주민 모두에게 행복한 활동 ③ 2016 서울공정관광 국제포럼은 서울특별시 관광정책의 새로운 출발점 ④ 공정관광의 핵심 가치는 존중 ⑤ 관광산업은 관광객과 지역주민을 연결하는 중요한 역할 수행 ⑥ 도시의 공정하고 지속가능한 관광을 중소도시로 확산 ⑦ 공정하고 지속가능한 관광의 패러다임을 아시아 지역 대도시(mega-cities)와 공유 등을 담고 있다.

이번 포럼은 UNWTO를 비롯하여 학계, 업계, NGO 등 각 분야 전문가들이 모두 모여 대도시(Mega-cities)에서 공정관광이 어떻게 구현될 수 있을지 미래를 대비하는 역사적인 자리였다. 서울선언문에서 제시되었듯이 ‘2016 서울공정관광 국제포럼’은 서울의 관광정책에 있어 커다란 전환점이 될 것이다. 기존에는 양적 성장에 더욱 많은 관심을 두었다면, 앞으로는 관광의 질적인 성장을 함께 도모하는 균형 잡힌 정책과 산업육성을 하게 될 것이다. 이번 포럼과 같이, 서울시와 서울관광마케팅은 관광·MICE 분야에서 지속가능한 상품과 서비스를 발굴하고 지원하는 정책을 통해 서울의 관광·MICE 산업이 공정하고 지속가능한 산업이 될 수 있도록 꾸준한 노력을 할 것을 약속했다. 이러한 노력을 통해 더 많은 국가와 지역에서 공정한 관광·MICE 활동이 확산되기를 기대해본다. ✨

취재 이도은, 선지은 MICE 서포터즈
정리 텐아시아 장선영



이도은MICE서포터즈 선지은 MICE서포터즈

SIFT 서울공정관광국제포럼

국제적 불안상황에 대한 MICE 산업의 생존전략

최근 한국경제는 심각한 변화의 위기에 직면해 있다. 대외적으로는 미국 금리인상에 대한 고민, 환율 변동, 중국과 사드(Thaad. 고(高)고도 미사일 방어체계)에 대한 갈등, 북한 핵실험 등으로 경제환경의 위기가 불투명해지고 있으며, 세계경제를 대표하는 중국경제도 경제 침체의 늪으로 빠져 들고 있다.

이러한 경제적 상황의 위기는 관광산업의 위기와 연계되어 전체 외래 관광객의 감소, 아웃바운드 여행시장의 축소를 통해 고용불안 및 관광산업관련기업의 불황으로 이어진다. 특히 관광부문에서 관광객과 관광산업에 부정적인 영향을 주는 사건으로는 2015년 메르스사태, 대지진, 북한 핵실험, 사드배치, 영국의 EU탈퇴 등 특정지역의 관광위기는 국제관광시장과 MICE 산업 유치전략에도 막대한 피해를 가져다준다.

위기관리의 개념을 보면 죽음이나 심각한 부상, 위협, 자연·재산·정보 등의 피해, 정책 및 경영 집행의 단절, 이미지 타격 등을 동반하는 치명적인 사건이나 개인이나 국가가 어떠한 위협을 받아 위협에 처했음을 인식하고 즉각적인 대응 조치를 취해야 하는 상황이라는 것에 공감하는 행위를 말한다. 또한 기업에서는 경영 조직의 일상적인 업무를 뒤흔들고, 조직의 미래 활동에 위협을 주며, 주요 이해관계자들 간의 관계에 부정적인 영향을 주는 사건을 말한다.

관광위기 영향 및 관리의 필요성

관광위기는 직접적 영향으로는 숙박업, 교통수단, 관광시설 및 식당 등에 영향을 주며, 간접적으로는 객실 수 및 객실 이용률의 변화, 관광 시즌 대비 관광 교통 이용률 차이 등의 변화를 가져온다. 경제적으로는 국민총생산의 감소와 같은 경제활동의 변화, 외화수입 감소, 관광기반시설 붕괴 및 복구로 인한 공공재정의 압박, 위기의 불확실성에 의한 관광투자의 감소로 인해 고용상태의 불안을 통한 실업 증가 및 소득 감소로 이어진다.

최근 불거진 경주 지진사태와 같이 관광인프라 파괴보다 관광이미지의 훼손이 그 심각성을 더할 수 있다.

위기 유형별 사례

질병 및 전염병의 위기이다. 2002년 11월에 발생한 중증 급성 호흡 증후군이라고 불리는 SARS는 2003년 7월까지 대유행하며 8,096명의 감염자가 발생했고 774명이 사망하였다. SARS로 인해 2003년 한국의 내국인 출국자 수와 외래객 입국자 수는 급감하

며 관광산업은 엄청난 손실을 가져왔다. 또한 2015년 5월 20일 첫 확진자가 발생한 메르스 사태는 온 나라를 공포로 몰아넣으며 여행 취소와 한국 관광관련 산업에 이미지 타격을 주며 관련 산업의 패닉현상을 초래하였다. 보건복지부 현황 보고에 따르면 2015년 국내 메르스 감염 확진자는 186명, 사망자 38명, 격리조치 16758명으로 우리 사회에 막대한 상처를 남겼다.

관광위기관리 대응체계

최근 100년 만의 초강력 허리케인이라는 매슈에 대한 미국 정부의 대응 전략을 지켜보며 많은 생각을 하게 되었다. 2005년 허리케인 카트리나에 심각한 피해를 입었던 미국 연방정부와 지방정부는 매슈가 도달하기 전에 이해관계자 협의를 통해 한목소리로 신속히 비상사태를 선포한다. 대통령차원에서 비상사태를 선포하며, 초기 대응을 통해 재난대응팀(TF팀)을 꾸려 연방정부차원에서의 즉시 구호인력과 물자지원, 허리케인센터의 정확한 예보 시스템, 주정부의 상륙 사흘 전 비상상태 선포, 주민 200만 명의 일사불란한 대피를 통해 피해자의 규모를 최소화 하였다. 미국 정부가 '카트리나의 교훈'을 잊지 않았고 매슈 대응을 통해 미국 정부는 10여 년의 준비과정을 통해 명예를 회복했다.

관광위기 극복을 위한 제언

MICE 산업부문에서 위기관리는 이제 시작단계에 있다고 할 수 있다. 이에 유형별 위기 대응 매뉴얼의 개발과 관광부문의 위기경보 체계 등이 후속적으로 개발될 필요가 있으며, 이를 통해 MICE 산업 이해관계자들의 협의와 정부기관의 정책적 의지가 매우 중요하다. 위기관리란 위기 이전에 상시적인 모니터링을 통해 위기징후를 얼마나 빨리 포착해 낼 수 있는가가 관건이라고 할 수 있으며, 이를 통해 위기관리와 선제적인 위기대응을 통해 MICE 산업의 관련업체 피해를 최소화하는 전략이 필요하다.

마지막으로 MICE 부문의 효과적인 위기관리를 위한 정책 과제를 전담할 전담조직의 구성, 민간참여형 거버넌스 구축, 관광업계 지원 강화, 타 부처 위기관련 자금 활용, 홍보 및 커뮤니케이션 강화, 유형별 매뉴얼 개발을 추진해야 한다.

중요한 것은 위기관리는 복구보다는 예방이 중요하다는 사실이다.



(사) 한국지역문화콘텐츠연구원 원장
대림대학교 호텔관광학과 서병로 교수

경희 MICE 창조아카데미

KyungHee MICE Creative Academy

경희 MICE 창조아카데미에서는 미래 사회를 선도할
컨벤션·전시·이벤트 인재를 육성하고자 교육생을 모집합니다.

강의 전액 무료

컨벤션·전시·이벤트에 관심이 있다면, 취업과 자기개발의 꿈을 펼치고 싶다면,
컨벤션·전시·이벤트의 전문가가 되고 싶다면, 경희 MICE 창조아카데미에 여러분을 초대합니다!

프로그램

취업연계

- 공통 프로그램
 - 경희 MICE 아카데미 (컨벤션전시이벤트) 3기 (16년 8월)/ 4기 (16년 10월)/ 5기 (17년 3월)
 - 경희 MICE Pre-OJT 1기 (17년 1월)
 - 경희 창조 NCS 활용 취업과정 1기 (17년 3월)
- 컨벤션 : 경희 MICE 컨벤션운영 실무과정 2기 (17년 1월)
- 전 시 : 경희 MICE 전시운영 실무과정 2기 (16년 10월)
- 이벤트 : 경희 MICE 이벤트운영 실무과정 2기 (17년 1월)

재 직 자

- 공통 프로그램
 - 경희 MICE Pre-MBA 2기 (16년 8월)
- 컨벤션 : 경희 MICE 빅데이터분석, SNS활용, 인포그래픽, 홍보스킬up 2기 (17년 1월)
- 전 시 : 서울형 전시 전략 마케팅 세미나 2기 (16년 12월)
- 이벤트 : 경희 창의적 이벤트 기획과 운영과정 2기 (17년 2월)

참여대상

- 취업연계 프로그램 : 대학 졸업예정자 (2년제/4년제) · 대학원생 · 미취업 졸업생
- 재직자 프로그램 : 컨벤션전시이벤트 분야에 관심 있으신 재직자 분 누구나

수 강 료

- 강의 전액 무료

문 의 처

- 전 화 : 02-965-3330
- 이 메 일 : khumiceacademy@khu.ac.kr

- 홈페이지 : www.khumiceacademy.com
- 카 페 : http://cafe.naver.com/khumice

신청방법

- 홈페이지 접수(www.khumiceacademy.com)에서 회원가입,
로그인 후 수강신청

특 전

- 수료증 수여, 취업 지원 등 철저한 사후관리, 이력서 특강, 모의면접 제공
- 현업 연계 네트워크 구축

Blue ocean
in your heart

수백개의 섬들과 흐드러지는 꽃,
어디 그뿐이라



> 창원컨벤션센터 (CECO)



> 성산아트홀



> 연잎밥

Gncvb MICE bridge!
경남컨벤션뷰로

경남의 MICE 산업 발전 및 국제회의 유치 전담기구

경남 창원시 의창구 원이대로 362 창원컨벤션센터(CECO) 6F

Tel : 055 212 6712~4 E-mail : gncvb@gncvb.or.kr www.gncvb.or.kr

“프로페셔널 드라이버와 함께 하는 고급택시의 신세계를 만나보세요.”

김진규 (주)하이엔 대표

정확한 시간에 예상되는 서비스를 적절히 제공받는 것.

늘 예기치 않은 변수와 싸워야 하는 MICE 업계에서 어쩌면 가장 중요한 부분이 아닐까. 때문에 ‘교통’과 ‘의전’은 행사 진행의 성패를 좌우하는 핵심요소다. 공항에서 행사장, 다시 호텔까지 고객의 마음을 읽는 세심한 서비스로 남들과는 다른, 차별화된 ‘택시 서비스’를 제공하는 곳이 있다.

“정확히는 ‘고급택시’죠. 겉으로 보기엔 일반 자동차와 똑같아요. 방법등이나 택시표시도 없는 번호판만 노란색이죠. 택시를 탔는데도 개인 의전차량을 이용하는 것처럼 고급 서비스를 제공받을 수 있습니다. 덕분에 고객들의 만족도가 매우 높죠.”

(주)하이엔 김진규 대표(이하 김 대표)는 ‘고급택시’를 택시와 자가용의 장점을 결합한 새로운 교통수단이라고 소개한다. 택시공제조합에 가입돼 있어 보험처리가 가능하며, 모범택시보다 높은 사양인 벤츠 등의 2800CC 이상 고급차량을

로 운영 중인 점도 큰 장점으로 꼽는다. 무엇보다도 수준 높은 교육을 받은 운전기사의 서비스는 대단한 매력 포인트다.

“운전기사를 흔히 ‘기사’라고 부르죠. 하지만 저희는 이분들을 ‘승무원’ 혹은 ‘Professional Driver’, 즉 ‘PD’라고 불러요. 그만큼 일에 대한 자부심이 커지죠. 책임감도 생기고요. 작년에만 250여분 정도 교육을 했습니다. 저희 회사에서 가장 중요한 분들이에요. 에티켓과 매너교육까지 많은 신경을 쓰고 있습니다. 이렇게 철저한 교육과 사명감이 있어야 성공적인 서비스를 진행할 수 있죠.”

깔끔한 복장에 도어 서비스, 라디오는 물론 사담도 나눌 수 없고, 시시각각 변하는 도로사정에도 불구하고 정확한 스케줄을 책임져야 하는 승무원의 역할은 고객에게 행사의 첫인상이자 업무의 중요한 연결고리다. 김 대표는 ‘스스로 중요한 업무를 하고 있다.’는 전문가 마인드야말로 하이엔의 경쟁력을 강조한다. 승무원의 자부심은 곧 수준 높은 고객 서비스로 이어진다.



“택시 사업자와 실질적인 고객을 연결하는 상생 법인이라고 보시면 될 것 같아요. 국제행사나 기업행사가 열리면 방문하는 VIP의전, 비즈니스 및 해외 바이어 방문 의전서비스는 저희가 책임지죠. 행사에 가장 중요한 분들 아닌가요?(웃음) 기본적으로 콜 전용 예약택시라서 고객 맞춤 서비스를 미리 준비할 수 있어요. 주기적으로 이용하고 있는 고정고객도 많습니다.”

뿐만 아니라 어린 자녀의 통학을 담당하는 자녀 안심 귀가서비스, 연로한 부모님의 병원 통원 등 택시 서비스의 수요도 다양해지고 있다. 하이엔 승무원들이 제공하는 서비스가 그만큼 ‘믿음직스럽다’는 얘기다. 최근에는 젊은 층이 선호하는 세련된 차량(벤츠 등)을 운영하다보니 웨딩카 수요도 늘고 있는 추세다.

“저희는 시간제, 구간제로 예약 서비스를 진행합니다. 특별한 날을 위해 하루를 모두 예약하지 않아도 되니까 비용 부담이 훨씬 덜하겠죠. 필요한 순간에 최고의 서비스를 제공하는 것이 하이엔 만의 차별화라고 할까요. 요즘 MICE 행사들도 다양하잖아요. 저희 차량을 이용해 다양한 이벤트도 진행하고 있어요. 차량에 탑승할 고객의 사연을 미리 녹음해 뒀다가 이동 중에 라디오 사연처럼 틀기도 하고요. 파티나 디너 행사에도 활용 가능합니다.”

합리적인 가격으로 고급 차량과 숙련된 승무원의 서비스를 누릴 수 있다는 것은 MICE 행사의 만족도를 높여줄 성공적인 팁이다. MICE 업무의 특성을 잘 파악해 승무원에게 체계적인 교육도 진행 중이다. 행사 진행시 렌터카나 일반 택시로 해결할 수 없는 법적인 제재도 ‘고급택시’에서는 가능하다. 덕분에 김 대표는 MICE업계와 앞으로의 ‘협업’이 무엇보다 중요함을 강조한다.

“국제행사 의전의 경우, VIP분들이 주요 대상이죠. 행사를 정신없이 진행하다보면, 곁에서 세심하게 케어할 수 없는 경우도 있어요. 이런 경우에 승무원의 역량이 빛을 발하죠. 충분한 교육을 받은 MICE 전문승무원은 그만큼 ‘프로 의식’도 생기고요. 물론 인재발굴은 쉽지 않아요. 하지만 MICE 업계에 일조할 수 있다는 것, 그만큼 보람 있죠.”

가야할 길은 아직 멀지만, MICE 업계와 끝까지 같이 갈 ‘동료’가 되는 것이 김 대표의 꿈이다. 지속적인 발전을 위해서는 사람과 서비스의 가치도 제고돼야 함을 강조한다. 대한민국 MICE가 꿈꾸는 미래가 곧 하이엔의 미래다. 김진규 대표가 환한 미소로 덧붙인다.

“이제 시작이죠. 함께 합시다!” ✨

글. 텐아시아 장선영
사진. 텐아시아 이승현

“의약 분야 최고의 파트너가 바로 여기 있습니다.”

이병수 (주)비엠엠코리아 대표

하루가 다르게 급변하는 시대에 대체 불가능한 전문성을 갖고 있는 것은 분명 경쟁력이다. 의약 마케팅 분야에 특화된 서비스를 제공하며 최고의 파트너로 성장하고 있는 (주)비엠엠 코리아의 내일이 밝은 이유다. 우직하게 걸어온 지난 10년간의 경험들은 빛을 발휘하고 있다.

“제약협회와 의료정보를 다루는 글로벌 회사에서 오랜 시간 일했어요. 자연스럽게 의약 홍보나 행사, 이벤트 등에 관심을 갖게 됐죠. 덕분에 비엠엠코리아가 출발했습니다. 그동안 헬스케어 전반을 아우르는 서비스를 제공하기 위해 부단히 노력했어요. 의약 분야 학술대회, 컨벤션, 전시회, 교육상담까지. 이 모든 것들을 기획하고 실행하는 일이 제 손에서 이뤄지죠.”

이병수 대표(이하 이 대표)의 눈빛에서는 자부심이 느껴진다. 국제학술대회나 회의, 전시회 등이 많은 의약 분야 특성

상, 관련 업무 경험은 큰 자산이다. 분야의 특수성과 내용을 잘 이해하는 것이 중요하기 때문이다. 이 대표의 성공비결은 바로 ‘맨파워’다.

“쉬운 분야는 아니죠. 그래서 ‘사람’이 중요합니다. 직원 교육에 관심을 갖는 이유죠. 10년 이상의 경험을 갖고 있는 직원도 많아요. 교육도 그렇고요. 실제 임상경험을 수년간 갖고 있는 직원으로 팀을 구성해 교육상담 업무도 하죠. 이런 직원들은 업무를 진행하다 겪게 되는 어려움을 쉽게 극복할 수 있다는 장점이 있어요. 리스크 관리가 충분히 가능하죠.”

그 분야에 대해 잘 알고 있다는 것은 결국 자신감으로 이어진다. 힘든 순간 그 고비를 함께 넘어서고, 뚜렷한 목표를 설정하고 하나씩 완벽하게 이뤄가고 있는 직원들은 이 대표에게는 가장 감사한 선물이다. 대표의 진심은 직원들을 움직이는 원동력이 된다. MICE도 결국 사람이 하는 일인 것이다.



“처음엔 4명으로 시작했어요. 우리 힘으로 국제회의를 진행해보고 싶다, 그렇게 꿈꾸던 시기였죠. 점점 늘어나는 직원만큼 꿈이 가까워졌어요. 결국 해냈죠. 국제행사니까 한국을 알리는 이벤트를 기획했는데, 사물놀이패 무대가 오프닝이었어요. 공연을 하며 행사장 안으로 들어서는데, 참석자들이 모두 기립해 ‘코리아! 코리아!’를 외치는 겁니다. 울컥했어요. 그 순간의 감동은 아직도 잊지 못합니다.”

그 이면에는 이 대표와 직원들의 뜨거운 열정이 담겨 있다. 최근에는 노벨 화학상 수상자를 초청해 국내 투어를 진행했다. 방문하는 VIP에게는 비엠엠코리아가 한국의 첫인상이기에 더욱 조심스럽게 세심하게 준비했다. 결국 투어는 성공적으로 마무리됐고 가슴 벅찬 기억이 됐다.

“한 우물을 판다는 건 큰 강점이지요. 하지만 시장 환경이 변할 때 잘 대처하는 것도 중요합니다. 특히 업계가 힘들 때는 저희도 어렵죠. MICE는 모두가 유기적으로 연결된 산업입니다. 저희 회사뿐만 아니라 유관기관과 함께 어려움을 이길 수 있는 방법을 모색해야겠죠.”

이 대표는 ‘함께’를 강조한다. 메르스와 같은 예기치 못한 상황이 생길 때마다 ‘상생’의 중요성을 절실히 느꼈기 때문이다. 우선 시장 상황에 흔들리지 않도록 제도와 지원을 마련해 두는 것이 무엇보다 중요하다. 신약이 개발돼 시장에

소개되는 중요한 순간, 변수가 발목을 잡는 안타까운 상황은 없어야 하기 때문이다. 업계와 일에 대한 이 대표의 애정이 느껴진다.

“신제품 런칭은 50%이상이 비엠엠코리아를 통합니다. 글로벌 제약회사와의 프로젝트도 그렇고요. 책임감을 갖고 일해야겠죠? 다만 세상은 빠르게 변하니깐요. 저희도 변화려고 노력하고 있습니다. IT와 의약분야를 접목한 웹 세미나 나란지 환자를 원격으로 관리하는 시스템, IT기술을 활용한 교육도 진행할 계획입니다. 의사들은 충분한 자료 제공을 환자는 실시간 관리를 받을 수 있겠죠.”

목표 없는 도전은 무의미하지만 MICE는 충분히 도전해 볼 가치가 있는 분야이다. 이 대표는 예비 MICE인이라면 ‘남들과는 차별화된 나만의 것’이 필요하다고 말한다. 업계에 대한 관심과 충분한 교육도 필요하다고 덧붙인다. 그는 모두가 한 마음 한 뜻으로 함께할 때 MICE 산업의 미래는 좀 더 밝아질까 전망한다.

“경쟁사회지만 경쟁이라고 생각하지 않았으면 합니다. 실력적인 부분의 공정경쟁이 아닌 소모적인 경쟁은 서로에게 마이너스죠. 우리는 모두 MICE인이니까”

글. 텐아시아 장선영
사진. 텐아시아 이승현

“내가 가는 곳이 곧 길이 됩니다.”

김유림 (주)넥스나인(넥스페어) 대표



이름 소개부터 남다르다. 소개할 이름이 하나 더 있다. MICE 업무를 주로 진행하는 넥스페어와 마케팅 컨설팅이 주 업무인 넥스나인, 두 회사는 모두 김유림 대표(이하 김 대표) 손에서 일궈진 회사다.

“MICE 업계에서는 ‘넥스페어’가 익숙하시겠지만 해외사업을 할 때는 ‘넥스나인’으로 알려져 있어요. 시작은 넥스페어로 했죠. MICE로 시작해 마케팅 컨설팅까지 사업영역을 확장하면서 조금 더 넓은 의미로 넥스나인을 사용하게 됐습니다.”

두 개의 이름만큼이나 두 배로 다양한 사업을 추진 중이다. 최근에는 대한민국 중소기업의 해외시장 개척을 돕는 일에 주력하고 있다. 다양한 제품과 기술이 해외시장에서 인정받기를 바라는 김 대표의 간절한 마음에서 실크로드를 만드는 일이 시작됐다. 김 대표는 앉아 있던 의자 뒤로 전시돼 있는 수백 개의 제품들을 가리키며 말을 이어갔다.

“이 제품들, 퀄리티가 상당히요. 해외 전시회나 박람회에서 많이 만났죠. 그런데 해외시장과 실질적인 비즈니스 기회가 만들어지지 않더라고요. 작은 규모의 회사들은 해외 업체와 커뮤니케이션, 마케팅 과정이 쉽지 않아요. 또 박람회 등에 참여하고 싶는데 어떻게 하면 좋을지 고민하는 분들도 많았고요. 안타까웠어요. 그래서 그 가교 역할을 하자, 하며 뛰어들었습니다.”

집중하는 해외 시장은 분명히 있고 주로 중국과 중동 지역에 포커스를 둔다. 현지 사정에 대한 수많은 노하우와 풍부한 경험은 넥스나인의 든든한 자산이다.

아무 것도 없던 시절 중국에서 천막을 치고 진행했던 전시는 지금 수십만 스퀘어미터의 중국 대표 MICE 행사로 성장했다. 함께 시작한 덕분이다. 현지에서 김 대표의 방문은 아무리 바쁜 스케줄도 미룰 만큼 중요한 업무가 됐다. 살아 있는 중국 MICE의 역사다.

“남들이 하지 않는 걸 해야죠. 중국뿐만 아니라 레바논, 멕시코 같은 중동 지역도 정말 많이 갔어요. 인도도 주 사업 무대죠. 직접 돌아다니며 각 나라를 느끼고 경험했죠. 사실 MICE로 창업을 하게 된 계기도 배낭여행에서 시작했어요.”



학창 시절 우연히 떠난 인도 배낭여행은 그렇게 인생에 중요한 전환점이 됐다. 현지 토산품이나 게임기 등을 한국에 팔아 용돈을 벌었다. 김 대표에게 전시회장은 또 하나의 인도였다. 모든 제품과 기술이 오가는 곳인 MICE의 매력에 흠뻑 빠져 들게 되었다.

“사실 제가 이 일을 시작할 때만 해도 20대 초반의 여성이 한국에서 창업을 하는 일은 아주 드물었죠. 보이지 않는 장벽이 있었습니다. 그에 비해 중국이나 중동 시장은 창업에 대한 선입견이 비교적 적었어요. 여성이기 때문에 경쟁이 아니라 동지처럼 편안히 다가설 수 있었던 것도 장점이었어요. 술을 마시지 않는 곳(중동)이라 더욱 편했어요(웃음).”

사고의 전환이 결국 기회가 됐다. 먼저 문을 두드린 용기 덕분에 찾아오는 곳들도 늘어났다. 인도의 정부기관인 섬유부도 그랬다. 한국에서 섬유 엑스포를 열고 싶었지만 마땅한 회사를 찾지 못해 애를 먹던 중 넥스나인과 연이 닿았다. 한 통의 전화로 계약을 체결해서 진행했던 행사였다. 인도에 체류했던 경험과 인도문화에 대한 높은 이해도 덕분에 가능했다. 이러 김 대표의 성공 밑바탕에는 수없이 고민하고 넘어서야 했던 어려움도 있다.

“우여곡절도 많았습니다. 한번은 멕시코에서 전시물품을 모두 도난당했어요. 권총강도였죠. 레바논에서는 현지에서

묵었던 호텔 앞에서 폭탄테러가 난 적도 있어요. 그때 느꼈죠. 이런 일 때문에 일정에 차질이 생기면 결국 신뢰도가 떨어지겠구나. 무서웠지만 그 생각이 먼저 들었어요. 중국에서 사스(급성호흡기증후군)가 유행했을 때는, 리스크 관리의 필요성을 절실히 느꼈습니다. 모든 게 경험에서 나온 노하우죠.”

김 대표의 뻘뻘한 스케줄을 비울 수 없는 이유다. 김 대표는 중국 하이테크 엑스포 등도 함께 준비 중이다. 현지 사정과 문화 차이를 잘 이해하지 못하면 성공적인 비즈니스 기회를 만들기 어렵다고 강조한다. 넓은 MICE 무대에서 다양한 제품과 기술이 돋보이도록 만드는 자신의 역할에 큰 보람을 느낀다고 했다.

“공부해요. 새로운 분야를 만날 때마다 공부하죠. 단어장도 들고 다니고 신문 스크랩도 하고요. 신기한 건, 3년 전 제가 스크랩 했던 기사대로 지금 제가 그 일을 하고 있더라고요. 노력하는 게 결국 경쟁력인 것 같아요. 참, 여행을 많이 다닌 것도 큰 도움이 됐어요. 지금 MICE 업계를 준비하는 분들이 계시다면 분명하게 목표를 두고 시작했으면 좋겠어요. 절실히 그게 간절함이 결국 성공으로 이끌테니까요.”

글. 텐아시아 장선영
사진. 텐아시아 이승현

국내 최대 모바일 기반 IT 비즈니스 플랫폼 ‘2016 글로벌 모바일 비전’ 개최

- 10월 6일부터 8일까지 고양 킨텍스에서 역대 최대 규모로 개최
- IoT, 클라우드, VR/AR, 웨어러블 등 국내외 기업 ICT분야 혁신기술 전시 펼쳐져
- 해외 ICT 바이어 및 해외 VC 340개사 참가, 국내 업체와 1:1 수출상담회로 해외진출 지원

모바일 기반 IT산업을 선도하는 ‘2016 글로벌 모바일 비전 (Global Mobile Vision, 이하 GMV 2016)’이 오는 10월 6일부터 8일까지 3일간 고양 킨텍스 제2전시장 6, 7홀에서 개최된다.

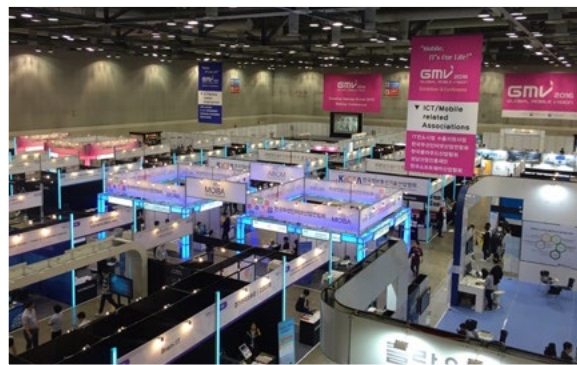
관련분야 최대 규모 행사로서 9회째를 맞는 수출상담회와 3회차 전시회가 동시에 개최되는 ‘GMV 2016’은 미래창조과학부와 산업통상자원부 공동주최 및 KOTRA(사장 김재홍)와 KINTEX(사장 임창열)가 주관하는 행사이다. 국내외 ICT 분야의 이슈를 한데 모은 글로벌 컨퍼런스와 모바일 융합 기반의 ICT 전문 국제전시회, 수출상담회, 스타트업 컨퍼런스 및 IR 등 다채로운 프로그램으로 구성되어 있다.

산업전시회와 함께 개최되는 ‘GMV 2016 수출상담회’에는 Sprint, NEC 등 글로벌 바이어와 헝가리 및 우즈베키스탄의 스마트시티 프로젝트 발주처 등 340여 개사가 참여하여 바이어와 국내 350여 개사와의 맞춤형 수출상담이 진행된다. 특히, 각국 정부 및 공공기관이 직접 발주한 보안, 솔루션, 광통신망 등 대규모 ICT 프로젝트 담당 정부부처 및 기업 20여 개사가 대거 방한하는 점은 올해의 가장 큰 이슈가 되고 있다. 전시회 현장에서 프로젝트 설명회가 개최되며, 해당 ICT 프로젝트의 규모 뿐 아니라 장래성에서도 국내기업들에게 매우 큰 기회가 될 것으로 기대된다.

GMV 컨퍼런스는 모바일 산업의 가장 뜨거운 이슈의 조명으로 매해 관심이 집중되고 있다. 개막 첫날인 6일에

진행되는 컨퍼런스는 ‘Mobile, IT’s Our Life’라는 슬로건으로 ‘제 4차 산업혁명을 이끄는 초연결사회로의 도래’에 따른 구체적인 전략과 대표적인 사례들을 제시할 예정이다. 그밖에도 IoT, VR, 빅데이터 등의 전문가들이 모여 혁신기술들이 가져올 사회 및 산업환경 변화 속에서 기업이 나아갈 방향을 토론하는 시간이 마련되어 있다.

모바일 산업 종사자 뿐 아니라 일반인에게도 모바일에 기반한 IT 생활의 미래를 VR이나 스마트 기기를 통해 직접 체험하는 좋은 기회가 될 것이다. 현장에서 각종 체험 코너 운영 및 경품이 대거 제공되는 ‘GMV 2016’은 현재 홈페이지를 통한 사전 등록시 무료입장이 가능하며, 자세한 신청방법 및 행사 정보는 GMV 공식 홈페이지(www.gmv.or.kr)에서 확인할 수 있다. ✨



(사)경남컨벤션뷰로 경남마이스루키 4기 현장견학 실시

실시한 “고품격 국제·국내 회의 장소” 공모에서 명소로 선정된 창원솔라타워를 방문하여 견학을 실시하였다. 그리고 경남을 대표하는 전시·컨벤션 시설인 창원컨벤션센터를 방문하여 시설투어 및 행사 진행과정 관람 등의 시간을 가졌다.

(사)경남컨벤션뷰로 최열기 사무국장은 “이번 경남마이스루키 4기의 경남지역 베뉴 및 산업현장 견학은 전시·컨벤션·관광 등 MICE 산업 관련 학과 재학생들이 보다 생생한 현장의 실무지식을 습득할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.”라고 밝혔다.

MICE란 회의(Meeting)·포상관광(Incentives)·컨벤션(Convention)·전시회(Exhibition)의 머리글자를 딴 용어로, 국가 차원의 종합서비스산업으로 발전시키고자 폭넓게 정의한 전시·컨벤션을 뜻한다. ✨

- 경남대학교 관광학부와 공동으로 경남지역 베뉴 및 산업현장 견학

(사)경남컨벤션뷰로(이사장 최만림)와 경남대학교(총장 박재규)는 9월 21일 경남마이스루키사업(4기) 학생들을 대상으로 경남 소재 베뉴 및 산업현장 견학을 실시하였다.

이번 경남마이스루키사업(4기)는 (사)경남컨벤션뷰로와 경남대 관광학부가 공동으로 『마이스실무』라는 전공과목을 개설하여 경남 MICE 산업의 전반적인 이해, 관련업계에 종사하는 현장 전문가 초빙강의, 경남 베뉴·산업현장 견학 등으로 구성된 교육 프로그램이다.

이번 경남 소재 베뉴 및 산업현장 견학에서 지역을 대표하는 자동차 회사인 ‘한국지엠 창원공장’을 방문해 쉼보레 홍보 동영상을 보고 홍보관을 관람한 후, 생산 현장에서 자동차가 만들어지는 제조과정을 직접 눈으로 확인했다.

또한 지역의 대표적인 유니크베뉴로써 문화체육관광부와 한국MICE협회가 전국 지방자치단체를 대상으로



“2022 국제음향학술대회(ICA 2022)” 경주 유치 확정

중국 베이징, 이집트 카이로와 경합 끝에 경주 유치 성공

경주컨벤션뷰로는 “2022년 국제음향학술대회 (24th International Congress on Acoustics 2022, ICA 2022)”를 경주로 유치 확정하였다.

국제음향학술대회는 음향학 분야의 최상위 학술대회로, 1953년 네덜란드 델프트에서 처음 개최된 후 유럽, 아시아, 미주 지역 등을 순회하며 3년 주기로 개최되며, 전 세계 50개국 1,500명 규모의 학술행사이다.

경주컨벤션뷰로는 한국음향학회 회장 고한석(고려대) 교수와 한국유치단을 구성하여 9월 4일 아르헨티나 부에노스아이레스에서 개최된 국제음향위원회 이사회에서 중국 베이징, 이집트 카이로와의 최종 경합 끝에 압도적인 표 차로 2022년 대회 유치에 성공하였다. 이번 행사 유치는 한국음향학회 ICA 2022 유치추진위원회(위원장 이정권 교수(KAIST), 부위원장 한찬훈 교수(충북대)), 경주시, 경주컨벤션뷰로, 한국관광공사의 체계적인 유치 지원 활동으로 가능하였다. 특히, 경쟁국이었던 중국과 이집트에 비해 전문성과 신뢰성을 갖춘 유치제안서 및 유치 발표는 개최지 결정에 참여한 이사회 임원들의 마음을 사로잡은 또 다른 성공요인이었다.

행사를 경주로 유치하는 데에 성공한 것은 학회의 임원진들의 도움도 컸지만 학회와 끊임없는 커뮤니케이션을 통한 유치제안서 작성 및 발표 준비와 행사 유치에 필요한 지원을 아끼지 않은 경주컨벤션뷰로의 마케팅 활동 또한 큰 힘이 되었다는 평가를 받았다. 경주의 풍부한 숙박 시설과 관광자원 그리고 경주로 행사를 유치하고자 했던 경주컨벤션뷰로의 부단한 노력이 있었기에 이러한 성과를 거둘 수 있었다.

약 2년간 추진해 온 “2022년 국제음향학술대회” 유치 성공으로 경주컨벤션뷰로는 국제회의도시 MICE 개최지

로서의 경주를 세계에 알리고 나아가 아시아를 대표하는 국제회의도시로 도약하는 발판을 마련하였고, 추진 중인 다른 여러 국제행사의 향후 유치에도 적극적인 지원을 해 나갈 예정이다. ✨



‘ICEF 2016’, 수출계약·MOU 2020만달러 체결

또한 부대행사로는 ‘Post2020 산업계 대응전략’, ‘2016지속가능발전정책포럼’, ‘물순환도시 조성의 과제와 대응전략’, ‘기후변화대응 융합워크숍’ 등 다양한 기후·환경 관련 포럼과 학술행사가 열려 환경 산업전에 걸맞은 환경 관련 전문 지식을 교류하였다.

전시회와 함께 진행했던 ‘2016 호남권 환경산업 일자리박람회’는 기업체와 취업 희망자 간 일자리매칭 및 취업컨설팅과 환경부 산하 공공기관 채용설명회가 열렸으며, 박람회가 끝난 후에도 취업 희망자들에게 온라인을 통해 지속적으로 일자리 관련 정보를 제공할 예정이다.

특히 이번 산업전은 광주와 중국 광저우 자매결연 20주년 기념사업의 하나로 중국과 친해지기 정책에 따라 중국의 환경업체와 바이어 참가를 유도하기 위한 ‘중국 특별관’이 운영되었다. 개막일인 7일 열린 수출상담회에서 51명의 해외바이어가 참석해 지역기업과 상담이 이루어졌다.

그 결과 수출계약 20만 달러, 수출 MOU 2000만 달러를 체결하고 196건 3억 9000만달러의 상담 실적을 거뒀으며, 전남환경산업협회와 중국 의흥환경기업 간 환경산업 교류 협력을 위한 MOU 체결로 중국 간 교류 확대에 많은 도움이 될 것으로 보여진다.

이 밖에도 산시성, 요녕성 등 참가 바이어들이 광주시와 적극적인 교류를 희망해 기후환경산업전을 통해 중국과 환경산업분야 교류가 활발히 진행되는 등 민선 6기 역점시책인 ‘중국과 친해지기’ 사업이 탄력을 받을 전망이다.

광주시는 이번 전시회에 참가한 MOU 체결 및 상담업체 등에 대한 기업홍보를 전략적으로 지원해 대중국 수출지원을 강화할 계획이며, 이로 인해 지역 환경산업을 육성하는 계기가 되도록 하겠다는 방침이다. ✨



- 131개사 400부스 규모의 해외기업 18개사와 해외바이어 50명 참석

지난 9월 7일부터 9일까지 호남 유일의 환경·기후 분야 전문 전시회인 ‘국제기후환경산업전’이 광주 김대중컨벤션센터에서 개최됐다. 광주시와 전라남도가 공동주최하여 광주·전남 상생발전과 호남권 환경산업 육성방안의 일환으로 지난 2009년 이후 매년 개최돼 오고 있다. 이번 산업전에는 7개국, 131개사 400부스 규모의 해외기업 18개사와 해외바이어 51명이 참석했다.

이번 제8회 국제기후환경산업전은 환경·기후 분야 최신 기술을 공유하고, 환경산업의 미래를 제시할 수 있는 ‘1:1 맞춤 수출상담회’, ‘2016 호남권 환경산업 일자리박람회’, ‘2016 하반기 물관리 심포지움’, ‘국내외 참가업체 및 바이어 간 네트워킹 프로그램’ 주요행사로 채워져 진행됐다. 광주·전남 상생발전과 호남권 환경산업 육성을 최대 목표로 하여 산업통상자원부로부터 ‘지역특화전시회’로 선정되기도 했다. 이에 따라 전시장 메인 부스에는 수처리, 음식물처리, 폐기물처리, 가축분뇨처리시스템, 집진설비 업체 등 활발하게 성장하고 있는 광주·전남기업들로 채워져 자체 보유한 신기술이 국내·외에 적극 소개되었다.

2018년 아시아태평양 환경독성화학 학술대회 대구에서 유치

2018년 아시아태평양 환경독성화학 학술대회 (The 11th Asia Pacific Meeting of the Society of Environmental Toxicology and Chemistry - SETAC Asia Pacific 2018) 가 대구에서 개최된다.

아시아태평양 환경독성화학 학술대회는 2년마다 아시아·태평양 지역의 국가를 순회하며 개최되는 행사로 환경 분야의 연구자 및 산업종사자 등 20여 개국 500여 명이 참가하여 지속가능한 환경 관리와 생태계 보전을 위한 학문을 연구·개발한다.

환경독성보건학회 (회장 임종한, 인하대학교)의 국제협력위원장인 건국대학교 안윤주 교수와 학회 수석부회장인 광주과학기술원의 김상돈 교수는 지난 9월 16일 싱가포르에서 개최된 제10회 아시아태평양 환경독성화학 학술대회에 참가하여 2018년도 SETAC Asia Pacific대회를 대구로 유치하는데 성공하였다.



국제기구 내부적으로는 이미 중국 광저우에서 차기대회를 개최하는 것으로 의견이 모아지고 있었지만 준비가 잘된 대구 유치제안서와 대구시 및 한국관광공사의 적극적인 지원으로 경쟁도시를 13대 8의 차이로 누르고 유치를 성공시킬 수 있었다. 특히 이번 행사의 유치와 개최지 홍보를 위해 싱가포르 현지에서 대구 홍보부스를 운영, 차기대회 개최지인 대구에 대한 기대감을 높이기도 하였다.

SETAC Asia Pacific 2018의 개최를 통해 최근 몇 년간 심각성이 대두되고 있는 미세먼지와 수질오염 등 생활과 밀접한 환경 이슈를 연구함으로써 우리의 환경 관련 정책 수립과 산업 육성에 기틀을 마련할 수 있을 것으로 기대한다. 또한 분야의 전문가들이 참가하는 학술대회가 긴 하지만 대시민 행사와 활발한 홍보를 통해 많은 시민들이 환경에 대해 관심을 가지며 “푸른 도시, 대구”를 가꾸기 위한 움직임에 동참할 수 있기를 희망한다. ✨



전세계 지진 올림픽 2024 세계지질과학총회 부산유치

제37차 행사는 오는 2024년 8월 25일부터 31일까지 7일간 부산 벡스코에서 개최될 예정이다. 각국의 지질 전문기관, 업체들이 참여하는 전시회(GeoExpo)를 비롯해 세계적 석학들의 강연과 전문가 토론회, 우리나라와 동북아시아 주요 지질탐사, 영화도시 부산의 특성을 살린 지질영화제(Geo Film Festival) 등으로 구성된다.

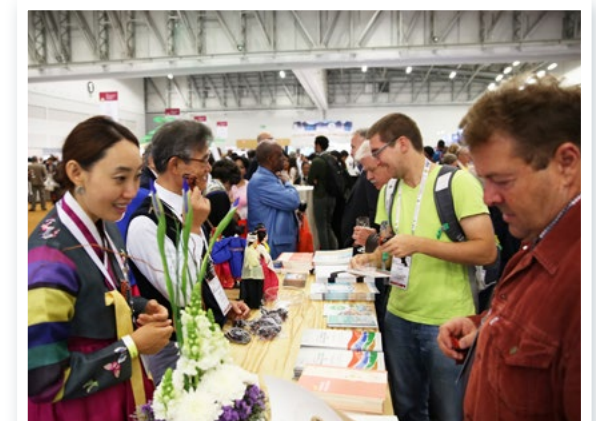
서병수 부산시장은 "이번 총회 유치를 통해 전 세계 참가자들을 대상으로 부산의 국가지질공원을 홍보할 수 있게 됐고, 나아가 세계지질공원 선정을 위한 발판을 마련할 기회가 될 것"이라고 말했다. ✨



우리나라가 지질 분야의 올림픽인 2024년 제37차 세계지질과학총회(IGC)를 유치하는 데 성공했다. 부산시와 부산관광공사는 지난 1일 남아프리카공화국 케이프타운에서 개최된 국제지질과학연맹(IUGS) 위원회에서 독일(베를린), 러시아(샌피츠버그), 터키(이스탄불)와 치열한 경쟁 끝에 제37차 IGC 개최지로 부산을 확정지었다고 밝혔다. 4년마다 개최되는 IGC는 120개국 6000명이 참가하는 지질학 분야 국제회의 중 세계 최고 권위의 행사다.

한국은 2014년부터 함께 유치 활동을 전개해온 대한지질학회, 한국지질자원연구원, 관광공사, 부산시, 부산관광공사, 벡스코 등과 긴밀한 협업과 전략적인 유치 활동, 현장에서의 열정적인 득표 활동 등으로 한계를 극복하고 한국 유치 성공이라는 쾌거를 거뒀다.

여기에 한·중·일 3국 지질자원 연구기관 간 국제회의인 '한·중·일 지오썬밋(GeoSummit)' 및 '아시아지질자원위원회(CCOP)' 회원국들의 후원을 받았으며, 지난 4월에는 IUGS 사무총장과 부회장을 초청하여 부산의 컨벤션 인프라에 대한 답사를 진행하였다. 아울러 외교부에서는 전 세계 해외공관을 통해 IUGS 회원국들의 지지를 요청하는 등 치밀하고 적극적인 유치 활동을 펼쳐왔다.



인천시, 중국 보리위엔 그룹 기업회의의 3,000명 유치

지속발전 가능한 맞춤형 기업회의·인센티브관광 모델 구축 차별화 성공

인천광역시(시장 유정복)와 한국관광공사(사장 정창수), 인천관광공사(사장 황준기)는 중국 기업과의 지속적인 교류 확대 및 MICE를 통한 한-중 기업교류 활성화를 위해 인센티브 단체인 '중국 보리위엔 미장과기 기업회의'를 인천에 유치했다.

중국 보리위엔 그룹의 장징야오(张景耀) 회장과 탕용홍(唐永红) 사장 그리고 임직원 3,000명은 9월 23일부터 9월 28일까지 5박 6일의 일정으로 인천을 방문한다. 보리위엔 그룹은 지난 6월 방문한 청충 뉴미디어 그룹과 동종업계 기업으로 광저우에 위치한 미용화장품, 건강보조용품 제조 및 판매업체이며 오프라인 판매와 모바일 전자상거래를 하고 있다.

중국 보리위엔 그룹은 이번 방한기간 중 24일에는 문학경기장내 인천한류관광콘서트 및 음식문화축제 참관, 25일에는 송도컨벤시아 자체 기업회의행사, 27일에는 월미전통공원 한국문화체험 투어 및 엔타스 면세점 쇼핑 등 주요 일정을 인천에서 진행했다.

특히, 방문단에게 다시 찾고 싶은 도시가 되도록 인천시는 유관기관 간 긴밀한 협조체계를 구축하여 인천 공항 입국환영행사부터 인천한류콘서트 및 음식문화 축제 관람, 월미전통공원 한국문화체험 투어 마지막 출국시까지 추억과 감동을 줄 수 있도록 보다 다채로운 행사를 진행할 계획이다.

한편, 이번 행사는 인천시 「인센티브 관광 Hub 도시 전략」으로 중국 기업 및 국·내외 전담여행사를 상대로 직접 마케팅(DM)을 추진하여 유치한 결과이며, 향후 방문기업과 인천 소재 관련 회사(미용 화장품 등) 간 상호교차 방문 및 판매 활성화에도 역점을 둘 방침이다.

백현 시 마이스산업과장은 “금번 중국 보리위엔 그룹 기업회의의 유치는 고객 눈높이에 맞춘 인천만의 차별

화 전략이 이룬 성과라고 생각한다. 인천이 기업 인센티브 관광 최적지로 부상하고 있는 만큼 유관기관과 긴밀히 협력해 외국 인센티브 기업회의의 유치에 보다 최선을 다하겠다.”라고 말했다 ✧



제주컨벤션뷰로, 제주 전시산업 육성에 앞장선다

제주 유망 및 신규 전시회 육성지원 실시



제주컨벤션뷰로는 전시산업 불모지인 제주가 경쟁력 있는 전시산업 생태계를 구성하고, 제주의 지역적, 환경적 특성을 살리고 지역산업과 연계된 전시회가 활성화될 수 있도록 지원에 나선다.

제주컨벤션뷰로는 '경제협력관산업육성사업 - 지역밀착형 전시산업 생태계 육성지원'의 주관 사업기관으로 선정되어, 3년간 3,735백만원의 국비를 확보하였고, 올해 2차년도 계속사업으로 지난 8월 제주지역 유망전시회 2건과 신규 전시회 2건을 선정하였다. 이번 사업을 통해 제주의 유망 및 신규전시회 직접 지원은 물론, 전시전문가 양성교육, 전시회 발전 및 국제인증을 위한 컨설팅, 전시장치 및 서비스 개발지원, 관련 컨퍼런스 기획 및 지원, 유관 관광상품 개발지원 등 말그대로 제주의 전시산업 생태계를 육성할 수 있는 다양한 사업을 직·간접적으로 수행한다.

제주의 유망 전시회로는 '로하스 박람회', '국제전기자동차엑스포'가 선정되었고, 신규 전시회로는 '천연화장품 & 뷰티박람회', '대한민국 길 박람회'가 선정되어 집중 육성될 예정이다.

지난 9월 2~4일까지 개최된 제5회 로하스박람회는 제주의 청정헬스 푸드, 뷰티향장, 힐링 체험프로그램을

중심으로 웰빙 라이프를 제시하는 전시회로 작년에 이어 올해 역시 유망전시회로 선정되었다. 제주컨벤션뷰로는 해외바이어 초청, 국내외 홍보비, 관련 컨퍼런스 개최 등의 지원을 실시하였으며, 이번 박람회를 통해 9개국 60여명의 해외 바이어가 제주를 찾았고, 이를 통해 수출상담액 170만달러, 수출계약추진액 16만달러, 현장매출 2억1800만원의 성과를 거두었다. 또한 이번 박람회에는 인도네시아 할랄식품/의류 기업 8개사와 말레이시아 제과기업, 말레이시아 할랄심사기관 HMD, 독일 EMAS환경인증 컨설팅사, 홍콩로하스박람회주관사 등 총 12개 해외기업이 출품하는 등 국제화된 모습을 보였다.

제주컨벤션뷰로는 향후 개최될 유망 및 신규전시회 역시 국제적인 경쟁력을 갖추고 장기적으로 국비 및 도비의 지원이 없이도 민간이 주도하는 제주형 전시회로서 성공할 수 있도록 지원할 계획이라고 밝혔다. ✧



제주 MICE 산업을 한자리에서 만나다

제2회 제주MICE산업대전 및 Asia Pacific MICE 비즈니스 교류회 동시개최



오는 11월 24일부터 26일까지 제주특별자치도 주최, 제주컨벤션뷰로 주관으로 제2회 제주MICE산업대전이 제주국제컨벤션센터에서 개최된다.

본 행사는 제주 MICE 산업 위상제고와 지역업체 경쟁력 강화를 위해 기획되었으며 국내외 유력 바이어를 초청하여 제주 MICE 관련업체 65곳과 실질적인 비즈니스 상담을 진행하게 된다.

또한 한국MICE협회와 공동으로 주관하는 Asia - Pacific MICE 비즈니스 교류회를 동시개최 하여 국제교류를 강화하는 전환점을 맞이할 것으로 전망된다.

제주 MICE 산업 대전 일정은 24일(목) 국내외 바이어 환영 리셉션을 시작으로 25일(금) 본 행사에는 초청된 바이어와 참가한 제주 MICE 업체와의 1:1 비즈니스 미팅이 진행되고 개막식, 주제강연, 국제 세미나, 공식만찬, 포스트 투어 등 다양한 행사가 개최되어 제주 MICE 지역업체 뿐만 아니

라 Asia - Pacific MICE 비즈니스 교류회에 참여하는 국내외 MICE 관계자들에게 제주를 즐기며 함께 교류할 수 있는 행사로 진행될 예정이다.

한국MICE협회와 공동으로 주관하는 Asia-Pacific MICE 비즈니스 교류회는 작년 12월 서울에서 개최되었던 한중 MICE 비즈니스 포럼을 Asia-Pacific 국가로 확대하여 개최되는 행사이다.

최근 MICE관련 기업회의 및 인센티브투어 수요가 증대됨에 따라 Asia-Pacific MICE 주요 국가 간 MICE 민간단체의 협력체계를 바탕으로 정보교환 및 상호 비즈니스 촉진에 필요한 시점에 아시아 최고의 휴양형 MICE 목적지인 제주도의 이미지 구축 및 MICE 전문가들의 정보 및 비즈니스 기회를 제공하는 네트워크 장을 구축하고자 기획되었다.

본 행사는 MICE 업계 관련 국내·외 연사로 구성된 포럼과 일본, 싱가포르, 중국, 태국 등 한국MICE협회와 MOU

를 체결한 해외의 MICE협회 회원사 중 핵심 buyer를 초청하여 제주 지역 및 한국MICE협회 회원사로 구성된 seller 와 1:1 비즈니스 상담회로 구성될 예정이다.

이를 통해 우리나라가 아시아 MICE 산업 구도를 리드하는 발판을 마련할 수 있으며, Asia-Pacific 국가의 MICE협회와의 유대강화로 인센티브투어 유치 강화 및 실질적인 교류 활성화를 기대된다.

제주MICE산업대전은 지역에서 최초로 개최되는 MICE 산업전으로 작년 1회 대회를 시작으로 올해 2회째를 맞이하고 있다.

제주의 MICE 산업이 지속적인 성장을 이루고 있는것에 반해 제주지역 MICE 업체들은 성장에 따른 충분한 혜택을 보지 못하는 실정과 섬이라는 지리적 특성으로 인해 국내외 신규시장을 개척하는데 있어 수도권 업체들에 비해 기회가 제한되어 왔던 약점을 극복하고자 제주특별자치도와 제주컨벤션뷰로는 본 행사를 진행하고 있다.

날짜	시간	일 정	장 소
1일차 11/24(목)	09:00~17:00	부스 set up 완료, 참가자 등록	ICC JEJU
	18:00~21:00	환영만찬	특별 오만한 장소
2일차 11/25(금)	10:00~18:00	상설전시 및 비즈니스 상담	ICC JEJU
	10:00~11:00	개막식	
	11:00~18:00	Asia Pacific MICE 비즈니스 교류회	
	12:00~13:30	바이어 및 VIP 오찬	
3일차 11/26(토)	18:00~20:00	공식만찬	별도선정
	10:00~17:00	포스트 투어	

※ 행사일정 변경가능





JEJU MICE EXPO 2016

2016. 11. 24 ~ 11. 26
제주국제컨벤션센터(ICC, JEJU) 및 제주도 일원



주관기관인 제주컨벤션뷰로는 국내외 MICE 박람회, 로드쇼, 세일즈콜을 통해 발굴한 제주에 MICE 행사 개최를 예정하고 있거나, 유치할 계획인 바이어로 엄선하여 초청을 준비하고 있으며, 충분한 1:1 비즈니스 상담기회를 제공하여 실질적인 성과로 이어지는데 초점을 맞추고 있다.

제주컨벤션뷰로는 국제회의의 유치 활성화 뿐만 아니라 인센티브 투어의 경우 동남아 시장 확대를 목표로 하고 있어, 이번 산업전에는 인도, 인도네시아, 말레이시아 등 동남아

바이어 초청에 집중하고 있으며, 한국MICE협회와 공동 개최하는 'Asia Pacific MICE 비즈니스 교류회'와 연계하여 제주지역 MICE 업체들의 신규시장 개척에 도움이 될 수 있도록 행사를 구성하고 있다.

작년 11월에 개최된 제1회 제주MICE산업대전은 한국관광공사 주관 Korea MICE Alliance Conference&Awards와 동시에 개최되었으며, 제주 MICE 관련 업체 61개사 직원, 국내외 바이어 포함 총 444명이 참여했다.

행사기간 동안 총 947건의 비즈니스 상담이 진행되어 실질적인 성과로 연결되었고, 행사에 참여한 국내외 MICE 관계자들과 상호 교류할 수 있는 기회가 제공되었다.

또한 행사의 메인테마를 유네스코 인류무형유산으로 추진 중인 제주해녀로 선정하여 해녀 사진을 전시 부스에 구성하고, 제주홍보관을 해녀사진 특별관으로 운영하는 등 행사장 내를 제주해녀 분위기로 연출하였다.

공식만찬 공연 역시 전현직 해녀들로 구성된 공연단을 초청, 참가자들이 공연에 참여하여 제주해녀 공연단과 함께 직접 공연을 이끌어 가는 기회를 제공하여 제주의 독특한 문화를 경험할 수 있도록 했다. 환영만찬에는 현장에서 제주 특산물인 방어를 해체하여 그 자리에서 신선한 방어회를 맛볼 수 있도록 하고, 공식만찬 또한 흑돼지 돔베고기, 은갈치구



이 등 제주향토 음식을 제공함으로써 제주만의 맛과 공연을 즐길 수 있는 기회를 마련했다.

국내외 바이어 대상으로 진행한 포스트 투어는 제주 대표 명소인 성산일출봉, 해녀박물관, 돌문화공원 코스로 구성되어 제주의 자연과 역사를 경험할 수 있도록 했다. 동남아시아 바이어에게는 11월 제주의 날씨가 추운 겨울이었음에도 불구하고 성산일출봉 경관에 추위를 잊고 정상까지 올라 제주의 매력을 만끽하는 시간을 제공하였다.

특히 올해 대회는 제주감귤을 테마로 진행되며 행사기간 동안 제주의 감귤을 충분히 맛볼 수 있도록 제공할 뿐만 아니라, 행사장 곳곳에 제주 MICE와 함께 제주감귤을 알릴 수 있는 공간을 마련할 예정이다. 그리고 제주에서만 가능한 MICE를 알리기 위해 리셉션, 만찬, 포스트 투어 등을 진행하는데 있어 제주만의 음식과 문화를 체험할 수 있도록 구성하고 있다.

제주컨벤션뷰로는 매해 제주MICE산업전을 개최할 때마다 제주의 특징을 주제로 정하여 제주의 참모습을 참가자들에게 효율적으로 홍보함은 물론 개성있는 행사로 구성해 나갈 계획이다.

제주컨벤션뷰로 관계자는 "제주MICE산업대전은 지역단위로 개최되는 유일한 MICE 산업전으로 제주만의

MICE를 알릴뿐만 아니라, 제주 MICE 업계가 다양한 바이어들과 만나고 국내외 MICE 관계자들과 교류를 통해 MICE 시장변화에 능동적으로 대응하고 새로운 시장을 개척하는데 도움이 될 수 있는 행사로 발전시켜 나가겠다."고 밝혔다. ✨



2020년 세계 하천·호수·습지 학술대회 광주 유치성공

17:16, 극적으로 이뤄낸 반전의 성공스토리

“한국 17표, 이스라엘 16표, 2020년 제 35차 세계 하천·호수·습지 학술대회 개최지는 대한민국 광주입니다!”

한국하천호수학회, 광주광역시, 광주관광컨벤션뷰로는 2016년 7월 31일~8월 5일 이탈리아의 토리노에서 열린 제 33차 대회에 참석하여 경쟁국인 호주의 브리즈번, 이스 라엘의 텔아비브를 상대로 치열한 경합을 벌였다. 총 33명으로 구성된 각국 대표단이 두 차례의 투표를 거쳤는데 결선투표에서 한국은 17표로 16표를 획득한 이스라엘을 제치고 최종 선정되었다.

세계 하천·호수·습지학 전문가가 모이는 2020년 세계 하천·호수·습지 학술대회는 1923년에 설립된 국제육수학회(The International Society of Limnology/SIL)에서 3년

주기로 개최하는 육수학 분야에서 세계 최고의 역사와 명성을 유지하고 있는 행사이다.

특히 이스라엘은 전통적인 호수 연구 분야의 세계적인 강국으로 많은 학자들이 이 학회에 지난 100여 년 간 깊이 관여하여 당초 한국, 광주 유치는 상당히 어려울 것으로 예측됐으나 이를 극복하고 대회 유치를 성공시키게 되었다.

오랜 유치준비로 투표권자들을 사로잡다

이 행사를 공동으로 유치한 한국하천호수학회는 1967년에 설립되어, 내년이면 50주년을 맞는 우리나라에서 하천, 호수, 습지 분야의 최고의 권위를 자랑하는 학회로서 지난 4년간 대회 유치를 위해 노력해왔다. 사실 한국하천호수학회는 지난 2013년 헝가리 대회에서 한차례 유치 실패한 경험이 있다. 이번 유치비딩에서는 일전의 실패 경험을 토대로 행사가 개최



사진 1. 광주 유치조직위와 함께



사진 2. 2016 SIL 총회

되는 동안 투표권이 있는 33개국 대표단을 일일이 만나며, 한국 지지를 호소하며 적극적인 유치활동을 펼쳤다.

한편, 광주관광컨벤션뷰로는 학회 참가자들의 한국 지지를 유도하기 위해 이탈리아 학술대회장에서 광주 홍보관을 설치, 운영하였으며, 기념품으로 배포한 무등산 주상절리대를 형상화한 팝업포스트카드는 참가자들에게 광주에 대한 많은 관심을 불러일으키는 등 호평을 받기도 하였다.

또한 홍보관을 운영하는 동안 ‘한복입기 체험 및 포토 이벤트’를 진행하여 국외 참가자들에 한국 개최에 대한 기대를 불러일으키는 한편, 국제본부 관계자들은 한국의 체계적인 국제회의 유치, 개최지원 서비스에 만족을 표하기도 하였다.

물순환 선도도시 광주의 도전

이번 2020년도 대회 한국 유치 성공은 2016년 6월 환경부로부터 물 순환 시범도시로 선정된 광주광역시에서 개최되어 더욱 의미가 깊다. 광주시는 그 동안의 도심 물순환 체계 회복을 위한 노력과 성과를 전 세계 하천·호수·습지학 분야 국내·외 석학, 전문가들과 공유하는 계기가 될 것으로 내다보고 있다

이번 세계 하천·호수·습지 학술대회 유치를 통해 지역의 생태환경 및 물자원에 대한 인식을 되돌아보고 시민들의 의식을 개선하여 물에 대한 소중함을 더욱 느낄 수 있는 계기가 되길 바라면서 2020년의 세계 하천·호수·습지 학술대회의 성공 개최 또한 기대해본다.

아울러 2017년 10월에 개최 예정인 한국하천호수학회 50주년 대회는 2020 SIL 광주 유치 성공을 기념하여 광주에서 개최될 예정이며 50주년 기념행사와 2일간의 국제 심포지엄을 통해 전국적인 관심이 집중될 것으로 예상된다. ✨



사진 3. ‘한국 전통의 美’ 참가자들을 사로잡다 (사진 중앙:이탈리아 대회 조직위원장)



DMAI(Destination Marketing Association International) Annual Convention은 Destination Marketing 전문가들을 위한 업계의 선두적인 이벤트로 DMAI 교육담당자들과의 미팅, 교육세션 그리고 해외업계의 대표업체들과 즐거우면서도 유용한 네트워킹 시간을 보낼 수 있다. 본 행사는 DMC 전문가들만 참가가 가능하도록 등록에 제한을 두는 만큼, 북미 중심의 환경이 많이 반영된 감이 있긴 하지만 보장된 DMC 전문가들만의 참가로 전문성이 돋보이는 행사라는 점에서 국내의 DMC 전문가들도 관심을 가질 만하다.

DMAI Annual Convention 2016 참가후기

넥스퍼 대표이사 김유림



미국 미네아폴리스컨벤션센터 및 일대에서 8월 1일부터 4일까지 DMAI 행사가 개최되었다.

특히 'It's a brand new day'라는 주제로 열린 매우 미국적인 행사였는데 40여개의 교육 세션을 통한 교육 및 참가자 대부분이 책임자 및 경영자 위주여서 네트워킹을 할 수 있는 좋은 기회였다. 특히 한국에서도 유관기관 및 기업에서 4명이 참여하여 특별한 시간과 생각들을 함께 나눌 수 있어 그 의미가 더욱 깊었다. 그간 주로 제2의 실크로드(중국, 중동)에서 활동하다보니 상대적으로 미국에 대한 경험은 많지 않아 기대 반 설레임 반으로 출발하였는데 생각보다 많은 울림을 느끼고 돌아왔다.

1. 감성호소

미국이라는 나라가 다양한 인종-이민자, 다민종-이 혼재하는 국가라 그런지 마케팅에 있어서 보편적 가치나 감성 코드를 동물 등으로 투영시켜 모두가 함께 공감할 수 있도록 풀어간다는 점이 인상 깊었다.

2. 네이밍

호주관광청의 소셜미디어 및 콘텐츠 책임자의 세션 강의가 있었는데, 프레젠테이션 내용이나 구성도 매우 훌륭했지만 특히 사용자 입장의 관점에서 기관명이 매우 인상깊었다. 'Tourism Australia VS Korea Tourism' 수요자 중심의 관광이 먼저인지, 아니면 공급자 입장의 국가가 먼저인지에 대

한 차이에 대해 생각해 보게 되었다. 어쩌면 아직은 관광 산업에 있어서 변방이기에 한국을 더 내세워야 하는 속사정이 있었을지도 모르겠다. 그리고 책임자의 나이가 너무나 젊은 것도 인상적이었다. 우연히 옆자리에 앉게 되어 이런 저런 이야기를 나눌 수 있는 기회가 있었는데 본인의 프레젠테이션 자료를 직접 만들고 영상 편집까지 하는 매우 '실무형' 책임자라는 것, 그러다보니 프레젠테이션 발표 내용과 자료가 혼연 일체되어 너무도 자연스러운 발표가 되었다. 특히 소셜 미디어와 콘텐츠 관련된 부서가 별도로 호주관광청 내에 구성되어 있고, 조직 내에서 매우 중요시 여긴다는 점 또한 인상 깊었다. 'Landscape < Contents'

3. 웃을 준비

미국식 교육 때문인지 강연자의 발표에 매우 interactive한 반응과 사소한 유머에도 큰 웃음으로 즐거움을 함께 만들어가는 모습에 이런 부분은 우리 세대부터 아니 우리 다음세대부터라도 좀 더 시도해 봤으면 싶었다. 강연자도 청중도 신이 났다.

4. 아직은 변방

대한민국이 세계 문화 관광 산업에 있어서 아직은 변방으로 인식되어서 북한, 아프가니스탄, 수단, 시리아 등이 언급될 때 가끔씩 북한과 헛갈려한다는 현실에 좀 속상하기도 했다. 그러나 한편으로는 노력 여하에 따라 아직 발전의 여지가 남아있을지도 모른다는 생각이 들었다.

5. #@

소셜 미디어의 전지구적 발전과 재생산 그리고 확장성 때문인지 대부분 강연자의 PT material에는 @와#이 존재한다.

6. 캐릭터

남미나 호주의 문화 관광 산업의 경우 코끼리, 캥거루, 코알라 등 해당 국가를 상징하는 귀여운 캐릭터를 전면에 내세워 'landscape <contents'를 개발하고 의인화하여 감성을 자극하는 모습을 하고 있다. 항공사의 광고에도 비글을 출연시켜 항공사의 특성상 다양한 국적, 다양한 인종이 타더라도 터부가 되지 않는 동물을 내세워 보다 친근한 광고 효과를 누린다. 문득 아름답고 젊은 여성 승무원을 전면에 내세우는 기존의 항공사들도 좀 더 깊이 있는 콘텐츠를 부여하면 어떨까라는 생각을 해본다. 최근 포켓몬고의 전지구적 열망과 더불어 일본의 요괴 백서 등과 함께 캐릭터의 무한 중요성을 다시 한 번 깨닫는 계기가 되었다.

7. 계급장

행사 진행에 있어 리더(경영자)들이 직접 사회를 보고 다음 게스트를 소개하는 토크쇼(talk show)형식으로 진행

되었기에 좀 더 전문적이고 좀 더 신뢰할 수 있는 분위기였다. 또한 소개 영상을 띄울 때, 소속과 이름 그리고 사진으로만 보여주는 것도 매우 수평적이란 느낌을 받았다.

8. 무대배치

무대배치의 경우 배경을 제대로 하나 고급지게 만들어 두드러진 조명과 BGM을 사용하여 새로운 내빈(guest)이나 연사를 보다 드라마틱하게 등장시키며 영상 장비의 경우에도 3개를 전면 배치하되 가로형, 세로형을 고루 배치해서 연사의 역할과 캐릭터를 부각하며 집중시키는 효과를 줬다. 패널 디스커션에는 자리배치나 가구배치가 현실적으로 배치되어 자유로운 분위기와 수평적 분위기를 연출했다.

9. 디제잉

컨벤션센터 메인홀 중앙에 디제이를 배치하여 음악을 들려주며 중간 중간 인포메이션을 하는 기능을 하게 해서 자연스러우면서도 효과적이었다. 무엇보다 신이 났다.

10. 중국 중국 중국

각 세션의 연사마다 중국에 대한 이해와 스테디의 중요성과 구체적 데이터(평균 미국 방문 구매액: 영국인은 700불, 중국인은 2000불)와 발전 가능성(성장18%이상)에 대해 말했다. 특히 트위터나 페이스북이 불가능한 중국 시장을 위해 웨이보나 위챗 등을 공부하여 프로모션에 적극 사용해야 한다고도 했다. 심지어 미국도 이렇게까지 중국 고객을 연구하고자 노력하는데, 한국은 지리적 문화적 이점을 충분히 가지고 있으면서도 쇼핑이나 저가 여행, 성형관광 등으로 흘러보내고 있는 건 아닌지 걱정이 됐다.



2018 평창동계올림픽과 강원도 MICE

2018 평창동계올림픽의 메시지,
MICE 후발주자 강원도의 도약

2018 평창동계올림픽의 메시지, MICE 후발주자 강원도의 도약

이미 MICE 육성 체계가 어느 정도 정립된 서울, 부산, 대구 등의 광역시와 지역특화적 매력을 필두로 MICE 시장을 개척해나가고 있는 제주와 창원 등에 비해 강원도의 MICE는 이제 시작단계라 할 수 있다. 강원도 입장에서는 앞서 MICE를 도입하면서 타 지방자치단체들이 겪었던 많은 경험을 심층 분석하여 실패로 가는 위험 요인들을 제거하면서 보다 가속적인 성공모델로 나아가는 것이 중요한 시점이다.

2018년은 강원도 MICE의 성장과 발전을 도모하는 역사적인 무대가 될 것이다. 최근 올림픽과 같은 글로벌 메가 이벤트는 단순한 행사 운영으로 끝나기보다 이와 관련된 각종 행사와 이벤트 개최를 통해 지역 MICE가 다양한 경험을 축적할 수 있는 기회들을 마련해줬기 때문이다. 강원도 역시 올림픽 이전과 이후 전 세계 미디어들이 집중되는 ‘순간의 역사’를 MICE의 도약 계기로 활용할 채비를 갖추고 있다.

올림픽 이전 : 올림픽 붐업과 MICE

이제 평창올림픽이 400여 일 앞으로 다가왔다. 경기장과 도로 공사가 올림픽 개최 전까지 빠르게 진행되고 있으며, 각 기관과 주체들마다 올림픽에 대한 관심과 이해를 증폭시켜 나가고 있다. 단순하지만 중요한 2017년의 과제는 최대한 많은 내국인들로 하여금 강원도를 바라보고 모이게 하는 올림픽 붐업이라 하겠다.

〈평창동계올림픽과 MICE의 유사성 비교〉

	평창동계올림픽의 주요 구성요소들	평창동계올림픽과 MICE의 유사성 (○ : 매우 유사, △ : 보통, X : 유사하지 않음)
5A	공항영접(Airport Reception)	○
	등록(Accreditation)	○
	숙박(Accommodation)	○
	예술공연(Art Programs)	○
	회계관리(Accounting)	○
5C	회의(Conferences)	○
	각종 행사(Ceremony&protocol)	○
	경기운영(Competition)	X
	의사소통(Communication)	△
	미디어 관리 (Coverage-Media)	△
5T	성화봉송(Torch Relay)	X
	수송 (Transportation & Traffic)	△
	기술(Technology)	○
	통신 (Telecommunication)	○
	관광(Tourism)	○
5S	안전(Security)	○
	입장권(Seating)	X
	청소년 프로그램(Scouts)	△
	학술회의(Scholastics)	△
	서비스(Services)	○

자료 출처 : 강원발전연구원 정책메모 265호「생물다양성총회와 강원도 국제회의산업」(2013)에서 인용

올림픽과 같은 글로벌 메가 이벤트는 근본적으로 사람과 물자, 서비스, 미디어 등을 집결시키는 역할을 하기 때문에 MICE의 운영 원리와 맥을 같이 한다. 2017년은 올림픽의 이러한 집결 효과를 강원 MICE 산업의 도약으로 전환시키는 한 해가 되어야 한다. 다시 말해 2017년은 강원도에 있어 각종 서비스산업의 융복합 결정체라 할 수 있는 MICE를 통해 올림픽의 낙수효과를 극대화시킬 수 있는 기회의 시점이라 할 수 있다. 도내 비개최도시들의 올림픽 참여 동기를 유발시키고 그 역할을 확대시킬 수 있는 좋은 계기가 될 수 있다.

2017년을 위해서는 다양한 실험이 필요하다. 우선 맞춤형 MICE 상품과 서비스를 확대해야 한다. 국내 주요 기관들이 주최하는 상징적인 국가규모의 회의나 정부 주최 각종 관계관의 회의장소로 강원도가 채택될 수 있는 전략적 홍보가 중요하다. 수탁여행단을 유치하여 올림픽투어 프로그램을 제공할 필요성도 크다. 동계스포츠 관련 각종 회의와 행사가 운영되는 상황을 사전에 파악하여 「스포츠 MICE」 브랜드를 창출하는 방안도 검토해야 한다. 가장 시급한 과제는 강원도 MICE가 중심이 되어 동계올림픽 붐업 실현을 위한 체계적이고 치밀한 유치계획을 수립하고, 범정부적 관점에서 빠른 시일 내에 협조체계를 만들어 내는 것이다.

올림픽 이후 : 올림픽 레거시와 MICE

2018 평창동계올림픽은 국가와 지역 모두에 다양한 기회를 제공하는 레거시(Legacy), 즉 유산을 남긴다. 국가적 차원에서는 우선 코리아 프리미엄(Korea Premium)을 실현시킬 수 있다. 우리나라는 1988년 서울하계올림픽을 통해 ‘조용한 아침의 나라’라는 이미지를, 2002년 한일월드컵을 통해 ‘다이나믹 코리아’로의 이미지를 얻는데 성공하였다. 이제 2018년을 기점으로 새로운 한류의 독창성과 우수성을 확산시키는 계기를 만들 수 있다. 또한 관광품질의 글로벌 스탠다드를 확립하는 기회가 될 수 있다. 이를 통해 한국은 세계 명품도시 국가로 진입할 수 있고, 성숙한 세계 시민의식의 발현과 정착을 유도할 수 있다.

강원도 차원에서도 다양한 발전 기회가 마련될 수 있다. 우선 강원도만의 지역(region) 스타일을 강조함으로써 글로벌 메가 이벤트를 개최하는 지역으로의 자부심과 장소성을 부각시킬 수 있다. 또한 올림픽을 앞두고 다양한 전략 실행을 통한 교훈을 습득할 수 있다. 협력과 소통을 극대화하기 위한 여러 가지 전략을 실행하는 과정에서 각 조직과 기관, 단체들은 향상된 능력을 축적하게 된다. 뿐만 아니라 지금까지와는 다른 경쟁 우위요소들을 새롭게 발견할 수도 있다. 마지막으로 적극적인 홍보·마케팅을 실행해 구체적인 인지도 개선, 방문 효과, 상품과 서비스 노출 등의 기회를 확보할 수 있다.

MICE 분야도 어떤 유산을 남길 것인지에 대한 구체적인 목표를 세우고 이를 달성하기 위한 레거시 전략들을 마련하는 치밀한 자세가 필요하다.

첫째 관광지의 자연재해 위기이다. 2011년 3월 11일은 전 세계가 잊을 수 없는 비즈니스를 통한 MICE 경쟁력 강화를 추구해야 한다. 「2014 MICE 산업통계조사 연구(2015)」에 따르면, 강원도는 국내 전체 사업 실적의 7.2% 비중을 차지하고 있으나, 주로 리조트나 호텔의 MICE 메뉴를 통해 사업하는 문제점이 나타났다. 시설 운영도 중요하지만 국제회의 및 전시기획, 인센티브 여행 추진 등 비즈니스 측면에서 MICE 산업구조를 튼튼하게 만들도록 해야 한다. 이를 위해 올림픽 개최를 위한 각종 행사 운영과 자원봉사 참여의 경험치들이 강원도 MICE 산업의 현장과 연계되도록 전략을 마련해야 한다.

둘째 강원도 MICE 얼라이언스의 협력을 강화시켜야 한다. MICE 얼라이언스내에서는 제각각 이익단체로서의 목소리를 내기보다 협력을 통해 얻어낼 수 있는 결과를 만들어내는 것이 중요하다. 올림픽 전후 개최되는 많은 행사와 이벤트에서 강원도 MICE 얼라이언스가 협력의 빈도와 강도를 향상시켜나갈 수 있는 가능성을 실험해보고, 협력의 수준을 유지하도록 노력해야 한다.

셋째 평창군의 국제회의도시로서의 존재감을 확대시켜야 한다. 국제회의도시란 전문화된 MICE 목적지로서 도시 인지도 및 브랜드 가치를 향상시키고 대한민국 국제회의 거점지역으로 성장을 기대한다는 의미다. 평창군의 경우 올림픽 개최지로서의 특수성을 인정받아 군 지역으로서는 국내 최초로 국제회의도시로 지정된 경우이다. 2015년 1월 국제회의도시로 지정된 평창은 지정 이후 활동력이 다소 저하된 상태로 그 존재감을 확대시키는 데 주력해야 하며, 올림픽 개최가 그 기회가 될 수 있을 것이다.



강원발전연구원
이영주 연구위원

서울의 새로운 MICE 기지 국제교류복합지구 조성

서울시는 코엑스와 종합운동장을 잇는 166만㎡에 달하는 지역을 국제교류복합지구로 지정하고 서울의 미래 경쟁력을 담보하는 공간으로 육성하고 있다. 현대차 부지를 비롯해 영동대로 지하공간, 옛 서울의료원, 잠실종합운동장 일대 등 대규모 개발사업들이 준비하지만, 이 대형 프로젝트들을 관통하는 서울시의 고민과 해법은 MICE 산업이다.

왜 MICE 산업인가?

MICE 산업은 경제적 파급효과와 일자리 창출효과가 뛰어난 고부가가치 미래성장 산업이다. MICE 관광객의 1인당 평균 지출액은 일반 관광객에 비해 약 1.8배 높다고 한다. 또한 교통, 숙박, 공연, 연회 등과 연계된 관련 산업 분야로의 파급효과로 고용창출면에서 제조업의 2배, 정보기술(IT) 산업의 5배 규모에 달하는 등 서울의 지역적 여건을 감안할 때 미래 먹거리를 책임질 핵심 동력인 것이다.

더구나 업종 특성상 청년인력 고용이 필수적인 관계로 심화되고 있는 청년실업 문제의 대안이 될 것으로 기대된다. 싱가포르 마리나베이샌즈 사례를 보면 40대 이하 고용자가 약 77%에 달하는 것으로 나타나고 있다.

또한, MICE 산업은 지식의 창조, 발전, 공유와 확산, 융합을 매개하는 플랫폼 산업이다. MICE가 플랫폼이 돼, 서울에서 신제품, 신기술, 무역사업 관련 정보가 교류되고 거래되는 등 무역상거래가 증진된다. 산업 및 기업의 최신 동향의 상호교류로 정보네트워크의 중심이 되며, 국내 중소기업의 국제화를 촉진하는 효과를 거두기도 한다. 이와 함께 각종 국제행사, 이벤트 개최를 통해 주민의 인식과 도시 이미지가 제고로 국제도시로의 성장을 이끄는 역할을 한다.

서울의 MICE 인프라

서울은 MICE 산업의 성장가능성이 높다. 도시의 매력이 곧 MICE 경쟁력과 직결된다고 볼 수 있는데 서울은 이미 세계적인 관광도시로 평가받고 있다. 서울의 역사자원, 한류와 첨단 IT기술, 뛰어난 교통체계, 치안, 활력 등은 경쟁력 높은 강점이자 매력이다.

하지만, 정작 MICE산업에서의 핵심 생산요소라 할 수 있는 전시·컨벤션 시설은 빈약하다. 서울에서 1,000명 이상 국제회의 개최가 가능한 시설은 코엑스가 유일하다. 코엑스(4.8만㎡)가 서울시 전시컨벤션 시설 면적(6.5만㎡)의 73%를 차지하나, 규모면에서 세계 190위 수준으로 대형 전시나 회의 유치에 제약이 크다.

[국내외 주요 전시장 규모]	
- 해외 : 독일 하노버 메세(46만3,275㎡), 프랑크푸르트 메세(36만6,637㎡), 라스베이가스 CES(20.4만㎡)	
- 국내 : 코엑스(4만7,130㎡), 경기도 킨텍스(10만8,483㎡)	

이마저도 가동률이 72%를 상회해 이미 포화상태를 기록하고 있어 전시 컨벤션 행사의 이탈이 나타나고 있다. 서울의 경제규모나 연관 산업 성장과 달리 지난 10년간 신규 시설 확충이 전혀 이루어지지 않아 현재의 심각한 공급부족 상태를 야기한 것이다. 대형전시장의 부재는 더욱 뼈아프다. 10만㎡ 이상 대형 전시장 부재로 10만~20만㎡의 전시장 규모가 필요한 국제수준의 글로벌 전시회 및 해외바이어 유치에 한계가 있는 실정이다. 게다가 최근 중국은 광저우(34만㎡), 충칭(20만4,000㎡), 상하이(20만㎡) 등에 초대형 컨벤션 센터를 개장하여 MICE 육성에 박차를 가하고 있는 상황으로 서울시가 MICE 산업 인프라 구축에 적극적으로 나서지 않으면 중국에 수요를 뺏길 우려가 크다. 따라서 서울이 MICE 산업을 발전시키기 위해 가장 시급한 것이 대형 컨벤션센터 조성이다.

국제교류복합지구 개발과 MICE인프라 확충

코엑스~현대자동차 부지~잠실종합운동장으로 이어지는 국제교류복합지구는 우리나라 컨벤션의 중심인 COEX와 무역센터, 호텔 등 주요 국제적 집객시설과 쇼핑, 문화, 식음 등이 복합되어 있는 국내 최대의 MICE·엔터테인먼트 집적지이다. 지하철 9호선을 통한 공항과의 접근성이 양호하고, KTX/GTX 계획 등 광역철도교통 인프라 요충지로서 경제효과의 확장 잠재력을 보유하고 있다. 서울시는 한전 등 공공기관 이전적지, 잠실운동장 등 대규모 가용부지를 활용, MICE 인프라의 글로벌 기능과 국제업무 기능 확충으로 국제경쟁력의 핵심공간으로 조성하는 작업을 해오고 있다.

특히 잠실운동장 부지의 MICE 시설은 우리의 MICE 산업 성장에 획기적인 계기가 될 것이다. 전용면적 10만㎡ 이상 대규모 전시·컨벤션 시설과 1,500실 규모의 특급호텔을 대거 신설할 계획이다. 10만㎡ 규모의 MICE 시설이 추가되면 인근 코엑스와 세텍(SETEC), 현대차 GBC에 이어지는 것까지 포함하여 총 19만5천㎡에 달하는 전시·컨벤션 시설이 조성된다.

〈국제교류복합지구 배치도 및 조감도〉

	
전시·컨벤션/호텔/수익형시설	실내 스포츠 콤플렉스
전시·컨벤션 : 전용면적 10만㎡ 호텔 : 특급 500, 비즈니스 1천실 수익형임대시설 : 19만㎡	실내체육관 : 11,000석 규모 수영장 : 200석 규모
야구장 이전·신축	수상레저시설
35,000석 규모	카페, 문화·레저시설 등

MICE 시설 주변 한강과 탄천변 도로는 지하화하고 휴식공간으로 변모한다. 잠실주경기장은 박물관, 스카이드크 같은 부대시설을 설치하고, 야구장은 한강변으로 자리를 옮겨 한강을 배경으로 야구 관람을 즐길 수 있는 이색명소가 될 것이다. 실내체육관과 수영장은 스포츠 콤플렉스로 통합된다. 삼성동~종합운동장을 잇는 탄천 보행교는 '건축물과 교량이 일체화된' 형태로 조성, 랜드마크가 될 것이다. 즉, 천혜의 자연자원, 경제도심의 활력, 스포츠, 한류, 대중교통이 어우러지는 세계 유일의 MICE 복합공간이 되는 것이다. 이렇게 되면 서울 동남권 일대가 MICE 선진도시들과 견줘도 손색없는 국제적 규모의 도심형 전시·컨벤션 클러스터가 될 전망이다.

지하철, KTX, GTX, 버스전용차로 등은 물론, 태양광·풍력 등 신재생 에너지, 빗물, 자전거 교통, 수상대중교통, 종합운동장과 삼성동을 잇는 트램 등 탄소발자국을 최소화하는 개발도 이루어질 것이다. 외형적으로는 국내 최초로 세계적인 친환경 인증제도인 LEED-NC '골드' 이상 달성을 목표로 하고 있다.

성공적 사업수행을 위해 공공의 지원과 민간의 창의, 혁신이 결합을 도모한다. 도로·하천, 경기장 등 공공성이 강한 기반시설은 공공주도로, 전시·컨벤션, 호텔, 야구장 같이 창의적 아이디어가 필요한 시설은 민간 중심으로 진행된다.

국제교류복합지구 개발이 완성되는 2025년이면 비즈니스 MICE 핵심 시설이 집약돼 국제회의와 전시가 늘 열리는 등 고부가가치 MICE 산업 유치가 늘어 서울경제 활성화, 일자리 창출과 직결되고 새로운 성장동력을 갖추게 될 것이다. 아울러 시민들은 여가공간으로 재탄생한 탄천에서 휴식을 취하고, 한강에 들어선 문화·레저시설을 이용하는 등 MICE 서울의 기반시설을 세계인들과 함께 누릴 수 있을 것이다.



서울시 지역발전본부
최경주 동남권사업단장

도시의 MICE브랜드와 세일즈킷

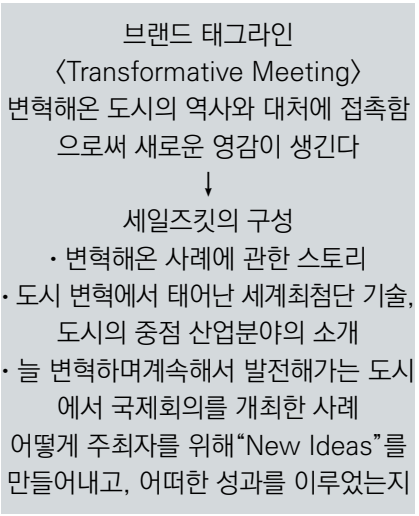
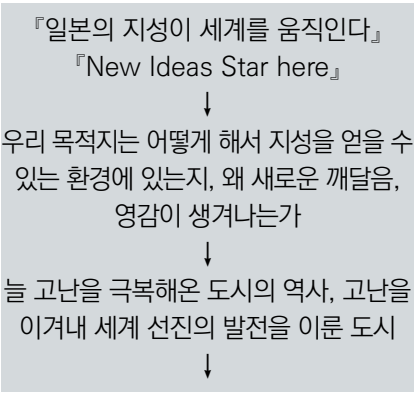
지난 해, 일본 관광청에서는 <일본의 문화, 일본 최첨단 기술, 커뮤니티의 새로운 교류가 참가자에게 영감과 깨달음을 주고 학술과 산업을 더욱 진화시킨다>라는 의미를 담은 “New Ideas Start Here”의 태그라인을 바탕으로 MICE 브랜드를 런칭했다. 최근 진행된 IMEX Frankfurt에서도 이 브랜드를 바탕으로 한 프로모션이 진행되었다. 그렇다면 일본 각 도시의 MICE 브랜드는 어떨까?

일반적으로 국가 MICE 브랜드를 이루는 것이 각 도시에 있는 MICE 브랜드다. 각 도시가 국가 MICE 브랜드를 어떻게 구성하고 있는지를 보여주는 소재가 트레이드쇼나 세일즈콜에서 사용되는 세일즈킷이다. 최근 진행된 IMEX에서도 각 도시에서 세일즈킷을 개발하고 다양한 제안을 진행했지만 과연 어떤 도시들이 국가 MICE 브랜드를 바탕으로 한 세일즈킷 개발을 할 수 있을까?

지난 3월말, 일본 관광청이 주최한 MICE 심포지엄이 개최되었다. 일본 MICE 브랜드에 대한 설명 및 일본 MICE 브랜드, 그리고 각 도시가 이것

을 어떻게 운영해왔는지에 대한 발표가 진행됐다. <일본의 지성이 세계를 움직인다>라는 일본 MICE 브랜드의 메시지를 각 도시가 이해하고 동시에 도시의 MICE 브랜드를 어떻게 확립할 수 있을지에 대해 논의했다. 또한 주최자가 원하는 성과를 어떻게 얻을 수 있을지에 주목한 브랜드 개발이 필요함에 의견을 모았다. 이 MICE 브랜드는 나아가 국가 MICE 브랜드를 이루는 근간이 된다.

MICE 재팬에서는 과거에 세일즈킷 개발에 참가한 적이 있는 도시로 일본 내셔널 MICE 브랜드에 대해 다음과 같은 포지셔닝을 했다.



이것은 일부에 불과하지만 MICE 재팬은 일본 각 도시가 국가 MICE 브랜드를 이해하고 그것을 지원하는 도시 MICE 브랜드를 확립했을 때 미디어 프로모션, 트레이드쇼, FAM Trip에서 보다 큰 성과를 이룰 수 있다는 데에 동의한다. 때문에 앞으로도 지속적으로 일본 지방도시의 MICE 브랜드 확립을 지원해 나갈 계획이다.

출처 MICE JAPAN 컨설팅 사업부 카네다 쇼고
번역 텐아시아 마에다 야수요



아시아 최초 MPI Chair’s Award 수상



(왼쪽)MPI Japan Chapter 회장 야마모토마키코, (오른쪽)MPI 회장 Fiona Pelham

MPI Japan Chapter의 야마모토 마키코(Bank of America Merrill Lynch Event Marketing Senior Vice-President)회장이 세계 17,000여명의 회원 가운데 1년에 한 번, 한 사람에게 수여되는 Chair’s Award를 수상했다.

MPI는 1972년 미국에서 설립되었으며 현재 세계 24개국 90개의 Chapter와 Club, 17,000여명의 MICE 비즈니스 전문가들이 가입한 세계 최대 비영리단체다.

Chair’s Award 시상식은 지난 6월11일(토)~14일(화), 미국 애틀랜타에서 개최된 <World Education Congresses (WEC)>에서 진행되었다. 아시아 최초 수상의 쾌거에 2000명의 참가자들은 기립박수를 치며 환호했다.

회원 수를 40%이상 늘리는 등, Japan Chapter 활동은 지난 몇 년간 두드러진 성과를 보였다.

야마모토 회장은 “제가 Chair’s Award를 수상할 수 있던 것은 아주 명예로운 일이며 동시에 Japan Chapter가 글로벌하게 평가된 결과라 생각된다. Japan Chapter는 올해 창립 20주년을 맞이했다. 앞으로 Japan Chapter 활동이 MPI에 있어서 아시아와 이어주는 가교가 되기를 바란다.”고 수상소감을 전했다.

WEC는 MPI가 1년에 한 번 개최하는 교육, 네트워킹, 비즈니스 매칭 이벤트다. 미팅산업의 트렌드, 테크놀로지, 혁신적인 미팅과 이벤트 실시를 위한 영감, 그리고 미팅이 가진 가능성 발견 등을 테마로 세계 최상위권자가 강의하는 세미나를 비롯, 글로벌 네트워크를 활용한 다양한 프로그램으로 구성되어 있다. 회원들은 물론 세계 MICE 비즈니스 전문가들에게 정보 교류의 기회가 되고 있다.

이번 야마모토 회장의 수상은 MICE 목적지를 향한 일본의 존재를 향상시키는 기회이자, 국제 경쟁력을 더욱 강화해 줄 기회라고 평가된다.

출처 MICE JAPAN 대표이사 모리구치 미츠히로
번역 텐아시아 마에다 야수요



2016. 11. 4 (금) - 11. 7 (월) 4일간
청송사과테마공원

■ 사전축제(Pre-festival)

사과예식 맛의 마을축제 (음명순회 10월 27일 ~ 11월 3일)

현서(27일), 안덕(28일), 현동(29일), 부남(30일), 부동(31일), 진보(1일), 파천(2일), 청송(3일)

www.csapple.kr

주최 | 청송군

주관 | 청송군축제추진위원회, (사)한국MICE협회

후원 | 보건복지부, 경상북도, 청송군의회, 청송경찰서, 청송교육지원청, 청송관광진흥협, (사)청송사과협회, 청송사과유통공사, 한국경제신문



주 제 "사과"
출품기간 2016년 10월 12일 (수) ~ 10월 28일 (금)
출품자격 제한없음 (국내외 누구나)
총 상 금 500만원
시 상 식 2016년 11월 5일 (토) 18:00
청송사과축제 행사장 메인스테이지 (예정)
출품방법 7초광고제 홈페이지 (www.7sfil.com)
온라인 출품 (업로드)

출품규격 7초 길이의 모든 영상 (제목, 크레딧 제외)
• 해상도 : 1920x1080, 1280x720
• 프레임 : 24fps, 29.97fps
• mp4(권장), mov, mpg, avi, wmv 등 표준코덱 지원
주 최 Cheong Song 한국경제신문 한국MICE협회
주 관 편집국 영상콘텐츠전략본부
문 의 전화 02-360-4029

지역축제와 만난 MICE

청송 사과축제, 11월 4일(금)부터 7일(월)까지 열려



경상북도 청송군. 산 좋고 물 좋은, 빼어난 경치로는 대한민국 으뜸인 이 곳.
가을이 한창 무르익어 가는 계절, 청송의 가을은 여름마냥 뜨겁다.
빨갭게 잘익은 사과로 가득한 축제가 관광객을 기다리고 있기 때문이다.
청송에서 날아온 초대장에 이미 마음이 설렌다면 떠나자. 올가을에는 청송으로.



벌써 12회째다. 경상북도에 위치한 청송군에서는 해마다 잘익은 사과를 주제로 축제가 열린다. 말 그대로 지역을 대표하는 지역축제다. 지역에서 열린다고 해서 언뜻 떠올리게 되는 ‘보통의 지역축제’라고 생각했다면 서운하다. 지난해까지 무려 4년 연속 경상북도의 최우수 축제로 선정된 ‘특별한 이력’은 청송 사과축제가 가진 저력과 인기를 방증한다. 산 좋고, 물 좋고, 사람 좋고 거기에는 최고의 축제 콘텐츠도 갖춘 청송. 올가을 청송의 매력에 흠뻑 빠질 준비를 마친 관람객들은 벌써부터 가슴이 설렌다.

“청송 사과축제 11월 4일부터 7일까지”

올해는 11월 4일(금)부터 7일(월)까지 청송읍 송생리 사과공원에서 제12회 청송 사과축제가 개최된다. 이번 축제는 예년보다 더욱 특별하다. 더욱 특별하고 다양한 프로그램들을 준비 중이다. 이뿐만이 아니다. 사실 올해 축제가 좀 더 의미 있는 이유는 바로 축제와 MICE 산업을 연계한 새로운 콘텐츠들을 대거 선보일 예정이기 때문이다. ‘관광 청송’과 청송 사과’가 만들어낼 시너지, 그 아름다운 하모니가 보여줄 함창이 기대된다.

인구 약 2만 6천여 명의 작은 지역. 그러나 최근 청송은 MICE 업계가 주목하고 있는 곳 중 하나다. 지역에 대한 남다른 애정이 지역 홍보와 경제 활성화 정책에 고스란히 드러난다. 대부분의 지역에서 갖고 있는 고민들은 비슷할 것이나 그 해결책을 찾는 길은 제각각이다. 청송은 지역의 경제와 미래를 위한 대책으로 MICE를 택했다. MICE의 잠재력 속에서 ‘새로운 가능성’을 보았기 때문이라. 이번에는

축제다. 축제와 결합한 MICE는 대한민국 MICE 산업에 또 하나의 역사가 된다.

사실 청송이라고 하면 ‘사과’를 먼저 떠올린다. 물론 청송 사과는 지금의 청송을 있게 한 최고의 농산물이다. 그러나 절경을 자랑하는 청송국가지질공원(주왕산국립공원 포함), 국제슬로시티 등은 청송의 진짜 매력을 고스란히 전해준다. 뿐만 아니라 송소고택을 비롯해 조선시대의 고택들과 청송백자, 청송한지, 청송옹기 등의 우리 전통문화는 세계인들의 이목을 끌기에 충분한 콘텐츠다.

올해 처음으로 기획한 ‘사과여신맛이 마을축제’는 청송 사과축제를 본격적으로 시작하기 전, 청송군내 읍과 면을 차례로 돌면서 진행됐다. 가을 수확의 기쁨을 함께 나누고 청송군민의 바람을 전하는 일종의 ‘마을 잔치’다. 독특한 사과여신 조형물을 세우고 풍물패가 농악을 연주하며 모두가 즐긴 흥겨운 만남이었다. 덕분에 청송 사과축제를 사전에 홍보할 수 있는 기회도 되고, 동시에 지역민들의 자발적 참여도 유도한 일석이조의 장으로 평가된다.

올해 새롭게 선보이는 프로그램이 또 있다. 바로 (사)한국MICE협회가 주관하는 ‘한류문화창조포럼’이다. 한류, K-culture가 전 세계에서 큰 인기를 얻고 있는 만큼, ‘한류’를 주제로 1박 2일 동안 축제 연계행사로 개최 예정이다. 뿐만 아니라 젊은 층의 참여를 유도하기 위해 다양한 프로그램도 준비 중이다. 청송과 사과를 주제로 한 노래와 댄스 경연대회인 ‘K-오디션 경연대회’도 행사 기간 내 선보일 예정이다.





“어른부터 아이까지, 모두가 즐길 수 있는 콘텐츠”

요즘 트렌드인 ‘파티형’ 이벤트도 눈에 띈다. DJ가 선곡해 틀어주는 음악을 들으면서 맥주를 마시고, 춤을 출 수 있는 그야말로 ‘파티’다. 청송에 ‘클럽’이 열리는 셈이다. 지역 주민과 관광객들이 함께 어울려 깊어가는 가을밤을 마음껏 즐길 수 있다. 이러한 콘텐츠들은 젊은이들이 청송을 더욱 친근하게 찾을 수 있는 계기가 될 전망이다. 일단 방문하면, 청송의 매력에서 헤어날 수 없을 테니까 말이다.

“청송 사과 7초 광고제”

‘청송사과 7초 광고제’도 올해 행사 기간 내 개최돼 시상을 진행한다. 청송과 사과를 주제로 한 7초 분량의 광고를 응모 받아 시상한다. 벌써부터 뜨거운 참여 열기로 독창적이고 인상적인 작품들이 심사위원들을 기다리고 있다. 짧은 시간인 만큼 신선한 영상으로 국민들에게 청송과 사과를 홍보할 계획이다. 최우수작은 소셜네트워크서비스(SNS)와 전국 대도시의 대형 전광판 등에서 만날 수 있다. ‘청송사과 7초 광고제’를 통해 청송군은 독특한 콘텐츠를 활용한 홍보 서비스를, 참여자는 자신의 작품을 인정받아 새로운 기회를 얻을 수 있는 계기가 될 것으로 전망된다.

관람객들이 직접 참여할 수 있는 프로그램은 축제를 더욱 역동적인 분위기로 이끈다. ‘도전! 사과벨을 울려라!’는 청송과 사과를 주제로 퀴즈를 내 마지막 문제를 맞춰 골든벨을 울리는 관람객을 찾는다. 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 축제인 만큼, 참가자들에게 대한민국의 아름다운 가을과 축제의 설렘을 모두 선사할 수 있다.

‘사과 박물관’에서는 사과 재배의 역사와 방법 등 사과에 대한 모든 것을 만나볼 수 있다. 동음이의어인 사과(謝過)의 의미를 활용해 가족과 친구, 연인, 동료에게 그동안의 미안함을 전할 수 있는 ‘사과나무 이벤트’도 소소한 재미다. 지난 축제에서 큰 인기를 얻었던 프로그램들도 출격 준비를 마쳤다. ‘사과 도깨비 퍼레이드’를 비롯해 ‘사과춤 경연대회’, ‘사과왕 선발대회’, ‘농업인 한마당축제’, ‘사과요리 경진대회’ 등의 다양한 경연행사들도 관람객을 기다린다.

체험행사도 역시 열린다. ‘우수 농산물 품평회’, ‘껍질째 먹는 사과 시식’을 비롯해 ‘사과주스 시음’, ‘공방체험’ 등은 볼거리, 즐길 거리를 제공한다. 품질 좋은 청송의 농특산물을 전시하고 판매하는 장도 물론 준비돼 있다. 생산자와 소비자가 직접 만나는 장으로 지역 축제로서의 제 역할을 톡톡히 해낼 계획이다.



이번 ‘청송 사과축제’의 사례처럼 청송은 앞으로도 MICE 산업을 결합한 ‘청송만의 콘텐츠’로 지역 경쟁력을 갖추어갈 예정이다. 청송의 자랑인 주왕산 국립공원과 한옥 민예촌, 고즈넉한 고택 등을 활용해 소규모 기업회의, 인센티브 관광 등을 적극적으로 유치할 계획이다.

청송 한옥 민예촌의 경우, 문화체육관광부와 한국MICE 협회가 주최·주관한 ‘기업하기 좋은 유니크베뉴’로 선정된 만큼 청송을 대표하는 유니크베뉴로서 인센티브 투자를 이끌어갈 예정이다.

“청송만의 청송을 위한 MICE”

청송은 지역적 특성을 살린 ‘시골형 마이스산업’을 관광 정책의 핵심으로 삼아 적극적으로 추진 중이다. 지역의 장점을 잘 살려 MICE를 엮은 ‘청송스타일 MICE’가 기대되는 이유다. 이제 청송은 황금사과를 낚는 지역으로 도약을 앞두고 있다. 그 소중한 발걸음을 함께 응원한다.

글. 텐아시아 장선영

The 12th Apple Festival Cheong Song

한MICE협회

청송 사과도깨비 마이스와 만나다.

제12회 청송사과축제

애플 청송, 마이스로 세계로!

2016. 11. 4(금) - 11. 7(월) 4일간
청송사과테마공원

■ 사전축제(Pre-festival)
사과예고 맛기 마을축제 (국립5일 10월 27일 ~ 31일)
현서(27일), 안덕(28일), 현동(29일), 부남(30일), 부동(31일), 신포(1일), 피천(2일), 청송(3일)

주최 청송군
주관 청송군축제추진위원회, (사)한국MICE협회
후원 보건복지부, 경상북도, 청송군의회, 청송경찰서, 청송교육지원청, 청송군민체육회, (사)청송시과협회, 청송시과농협, 한국경제신문

www.csapple.kr

“MICE의 가치, 혹시 알고 계십니까?”

- MICE 산업 인식확산교육 -



MICE는 우리 미래의 삶을 이끌어 갈 새로운 열쇠다.
M.I.C.E. 이 네 글자 안에 담고 있는 잠재가치는 실로 대단하다.
그동안 업계는 한국의 MICE 산업이 시작된 이후, MICE를 알리기 위해 많은 노력을 해왔다.
하지만 아직도 MICE의 가치와 중요성에 대한 인식은 부족한 것이 사실이다.
MICE의 매력을 알리기 위한 업계의 새로운 도전이 다시 시작된다.

“MICE가 무엇입니까?”

라고 묻는다면, 한 마디로 섣뚱 대답하는 것이 쉽지 않을 것이다. MICE는 셀 수 없이 많은 것들을 내포하고 있다. 산업과 산업이 만나 새로운 것들을 이루고, 분야들의 융·복합이 또 다른 창조물을 선보인다. 과학, 기술, 산업에서부터 문화, 예술, 엔터테인먼트까지. MICE가 닿지 못할 곳은 없다. MICE가 가진 미래 가치는 이미 많은 분야에서 증명되고 있지만, 그 가치를 ‘제대로 알고 있는가?’에는 여전히 물음표가 남는다.

지금 MICE는 창조경제를 이끌 새로운 열쇠로 주목받고 있다. 때문에 알아야 하고, 알려야 한다. 그동안 업계는 MICE의 활용가치에 대한 사회적 인식을 이끌어 내기 위해 많은 노력을 해왔다. MICE업계 모두의 땀방울이 스며들어 마침내 황량했던 사막에 ‘새싹’이 돋아났다. 이제 꽃을 피울 차례다. 하지만 이 꽃은 혼자 필 수 없다. MICE업계뿐만 아니라 정부와 지자체, 유관 기관들의 적극적인 참여와

협조가 반드시 필요하기 때문이다. MICE를 활용해 국가산업의 미래를 보다 탄탄히 가꿀 수 있고, MICE가 만든 창의적인 콘텐츠들이 산업을 이끌 수 있다는 사실을 이해하는 것이 무엇보다 중요하다. 황금알을 낳는 거위. MICE가 낳은 황금알의 가치를 이제 ‘함께’ 인식해야 한다.

황금알의 가치를 ‘함께’ 이해하도록

최근 지자체에서는 특히 인센티브 투어, 지역 축제, 관광 등 MICE를 활용한 지역 산업 활성화에 집중하고 있다. 지역 사회에서 MICE는 곧 지역 경제에 큰 보탬이 되는 신선한 아이템이다. 때문에 MICE에 대한 관심도 매우 뜨겁다. ‘MICE를 어떻게 활용할 수 있을까?’가 지역 사회에 또 다른 숙제가 된 셈이다. 하지만 숙제를 하기 전에, 먼저 해야 할 일이 있다. 바로 ‘MICE가 미래 산업의 주역’이라는 것을 아직까지 공감하지 못한 사람들에게 MICE를 제대로 알리는 일이다. 그 작은 노력들이 모여 다음 세대를 위한 새로운 문이 비로소 열림을 모두 함께 인식해야 한다.





경주서 'MICE 담당자 워크숍' 열려

지난 9월 1일부터 2일까지 경상북도 경주에서 열린 'MICE 담당자 워크숍'은 이러한 노력의 일환이다. 1박 2일 동안 진행된 워크숍은 경상북도의 각 시·군에서 MICE업무를 담당하고 있는 담당자를 대상으로 개최됐다. 뿐만 아니라 경상북도를 대표하는 국제회의도시인 경주에서 열려 그 의미를 더했다.

이번 워크숍은 경상북도가 주최하고, 한국관광공사, 경주컨벤션뷰로, 경북관광협회가 주관했다. MICE산업이 미래를 이끌 신성장 동력산업으로 주목받고 있는 만큼, 고부가 가치 산업인 MICE산업을 경상북도 각 시·군이 적극적으로 활용할 수 있도록 하는 계기가 되도록 마련된 자리였다. 특히 지역 MICE산업의 경우, 각 지역마다 특화된 콘텐츠가 지역 MICE의 핵심인 만큼, 각 시·군이 그들만의 개성 있는 MICE 콘텐츠를 개발하도록 돕기 위해 마련됐다.

이번 워크숍에는 경상북도 시·군의 MICE업무 담당자 50여명이 참석해 MICE산업에 대한 뜨거운 관심을 보였다. MICE가 무엇인지, 산업에 대한 전반적인 지식을 습득하고 이해도를 높이기 위해 마련된 행사인 만큼 다양한 교육 프로그램으로 구성돼 호평을 얻었다. 먼저, 경주화백컨벤션센터 임상규 사장의 <MICE산업의 전반적인 이해>와 경희대학교 김대관 교수의 <MICE행사와 지자체의 역할>에 대한 특강을 통해 MICE행사의 '기획자'에 대한 역할과 책임을 공감할 수 있는 기회가 마련됐다. 뿐만 아니라, 메씨인터네셔널(PCO) 김분희 사장, 대구컨벤션관광부로 권명희 팀장의 <국내외 우수 MICE 유치사례>를 통해 MICE행사유치가 지역과 국가

에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 실감할 수 있는 장도 열렸다. 또 MICE메뉴 탐방도 함께 진행됐는데, 문화체육관광부에서 선정한 '기업회의하기 좋은 유니크베뉴' 중 하나인 교촌한옥 마을을 방문해 유니크베뉴의 중요성을 직접 체험했다.

경상북도, 지역특화 콘텐츠 앞세워 MICE 산업 주도

사실 경상북도는 각 시·군마다 특화된 콘텐츠를 내세워 MICE 산업 활성화를 도모하고 있는 대표적인 MICE선도지역이다. 유네스코 글로벌 브랜드와 세계적인 문화유산, 경주화백컨벤션센터를 중심으로 MICE를 이끌고 있는 국제회의도시 경주를 비롯해 하회마을, 유교랜드, 국제탈춤페스티벌 등 한국의 열이 깃든 정신문화와 전통 콘텐츠의 대표 도시, 안동. 구미국가산업단지를 중심으로 산업과 관련된 MICE 특화도시 구미도 경상북도에 있다. 최근에는 경상북도의 '시골형 MICE'를 내세워 새로운 형태의 MICE로 주목받고 있는 청송군도 대표적인 MICE지역이다.

각 지역을 대표하는 콘텐츠와 경상북도가 갖고 있는 천혜의 자연환경, 문화유산과 인프라는 경상북도 MICE 산업 경쟁력의 큰 기틀이다. 여기에 '훌륭한 MICE인력'까지 더해진다면 경상북도의 미래는 더욱 든든해질 것이다. 때문에 이번 워크숍과 같은 MICE산업인식 확산교육은 여러 의미로 중요하다. 경상북도는 앞으로도 경주, 안동, 구미, 청송을 비롯해 경북의 산하 시·군이 MICE와 지역산업의 접점을 찾아 새로운 지역 활성화 콘텐츠를 만들 수 있도록 적극적인 지원에 나설 계획이다. 전문가 강의 및 MICE선진도시 벤치마킹 등 지속적인 MICE교육을 진행할 예정이다.

여주시, '공직자 MICE 역량강화 직장교육' 진행해

MICE로 새로운 도약을 준비하고 있는 곳이 또 있다. 바로 바다의 도시, 전라남도 여수다. 여수시는 지난 2012년 여수세계박람회 이후 관광객들의 발길이 끊이지 않는 대한민국의 대표 관광도시로 자리매김했다. MICE와 함께 성장한 여수는 그 어느 지역보다 MICE에 대한 뜨거운 열정을 갖고 있는 곳이기도 하다. 이 곳, 여수에서 지난 10월. MICE 산업 관련 '공직자 역량강화 직장교육'이 진행됐다. <이제 MICE로 마케팅하라>라는 주제로 진행된 김응수 한국마이스협회장의 강연에는 MICE산업에 대한 이해에서부터 여수의 MICE인프라 및 선결과제 등이 함께 소개돼 큰 호응을 얻었다.

지난 2월, 한국마이스협회로부터 국내 최초, 'MICE도시'로 인증을 받은 여수시는 그동안 2012년 여수세계박람회를 계기로 다양한 MICE인프라를 구축해왔다. 각종 회의장 및 행사장뿐만 아니라 숙박시설, KTX, 해상 케이블카는 관광객들이 여수를 '낭만적인 해양MICE도시'로 기억하게 만드는데 성공했다. 이제 여수는 국제해양관광을 이끄는 선진 MICE도시로 인정받고 있다. 그러나 아직 대한민국을 넘어 세계 속의 여수로 나아가기 위해서는 해결해야 할 과제가 남아 있다. 특히 MICE행사를 유치하고 기획하는 공직자들이 MICE에 대한 충분한 이해와 함께 행사 기획·유치를 계획할 때 보다 성공적인 MICE행사를 진행할 수 있음에 많은 공감이 형성되고 있는 만큼, MICE산업에 대한 교육은 지역 MICE산업을 위해 매우 중요한 일이다. 때문에 이번 MICE 산업 관련 '공직자 역량강화 직장교육'은 여수의 미래를 위해서도 의미 있는 교육으로 평가됐다.

여수만의 특화된 콘텐츠는 곧 경쟁력

이번 교육에서는 여수의 바다, 먹거리, 특산물 등 여수만의 특화된 콘텐츠의 가치를 다시 한 번 되새기고 동시에 여수가 창출할 수 있는 MICE콘텐츠를 모색할 수 있는 기회가 마련됐다. 여수의 경우, 특히 아름다운 바다와 박람회장, 지역 산업이 어우러져 새로운 MICE 융·복합화를 기대할 수 있는 지역이다. 덕분에 여수는 MICE를 통해 다양한 레저활동과 숙박, 교통, 관광, 의전 등의 MICE 연관 산업을 연계해 시너지 효과를 기대할 수 있고, 여수를 홍보함으로써 지역 브랜드 가치를 올릴 수 있는 계기도 마련할 수 있다. 뿐만 아니라 MICE관광객의 소비규모가 일반 관광객보다 월등히 크다는 점을 고려한다면, 지역 관광 활성화에도 큰 도움이 된다. 이번 교육을 통해 참석자들은 융합과 협업을 통해 창조 MICE를 이끌어야 한다는 점에 공감, MICE 산업을 적극적으로 활용할 수 있는 다양한 방안을 모색해 지역 경제 활성화에 큰 도움이 되겠다는 포부를 밝혔다.

MICE, 아는 만큼 보인다.

이제 대한민국에, MICE로 아름다운 꽃 한 송이가 피려한다. 하지만 꽃을 피워 잘 키우기 위해서는 그 꽃에 대해 먼저 알아야 한다. 어떤 토양에서 잘 자라는지, 물은 얼마나 주어야 하는지, 어떤 계절에 피는 꽃인지 말이다. MICE도 그렇다. 아는 만큼 보이고, 보일수록 성공에 가까워지는 법이다. MICE산업의 중요성을 알리는 일. 어쩌면 지금 우리에게 주어진 가장 큰 과제가 아닐까.

글. 텐아시아 장선영



세계의 MICE 전문가가 한국에 모이다

2016 UIA Round Table Asia-Pacific



UIA(Union of International Associations)는 벨기에 브뤼셀에 본부를 두고 있는 비영리 단체로, 세계 300여 개 국가, 68,000여 개의 학회, 협회, 회원사를 보유하고 있는 공신력 있는 MICE 국제기구이다. 주요 활동은 68,000여 개 회원사의 관련 자료 수집 및 발간, 428,000개의 미팅 & 이벤트에 관련된 정보 제공, 협회의 진흥 및 교육 활동 등이 있다.

특히 전 세계 국제회의 개최 실적 통계를 매년 공식적으로 발표하고 있는데, 2015년에 한국은 UIA 기준 국제회의 개최 실적 891건으로 미국에 이어 세계 2위를 달성(세계시장 점유율 7.5%)하여, 국제회의 개최지로 한국의 브랜드 파워를 전 세계에 입증하였다.

UIA Round Table은 유럽과 아시아태평양 지역으로 나눠 연간 1회씩 2일간 개최되며, UIA 멤버로 등록된 학회, 협회, MICE 업계 주요 인사들이 한 자리에 모여 세계 MICE 업계 최신트렌드, 미팅 테크놀로지 등 업계 운영에 도움이 되는 강연으로 꾸며진다. 무엇보다 MICE 미디어, 각국의 컨벤션 뷰로 등도 참가하여 네트워킹을 강화해 나갈 수 있는 만남의 장이기도 하다.

올해로 4회째를 맞는 이번 행사는 부산 파라다이스 호텔에서 9월 27일~28일 양일간 개최되었다. 아/태지역의 UIA Round Table은 2013년부터 시작 되었으며 첫 해 싱가포르, 2014년 서울, 2015년 태국에서 올해 참가자들의 뜨거운 반응을 부른 부산을 거치며 아시아태평양 지역의 주요한 행사로 자리매김 하게 되었다. MICE 업계 전문가들은 행사가 거듭될수록 참가자는 늘어나고, 강연의 수준은 올라가고 있다고 평가했다.

이번 행사의 주요 학회/협회 참가자로는 미국에 본부를 두고 있는 '세계 약물 경제학과 성과 연구 학회'(ISPOR : International Society for Pharmacoeconomics and outcomes research), 말레이시아에 아-태 지부를 두고 있는 세계부동산연맹 (International Real Estate Federation), 베이징에 본부를 두고 있는 디지털지구사회 (International Society For Digital Earth)이 있다. 또한 세계 각국의 컨벤션뷰로도 참가하였는데, 말레이시아 컨벤션뷰로, 태국 컨벤션뷰로, 시드니 관광청, 싱가포르 컨벤션뷰로, 필리핀 컨벤션뷰로, 남아프리카공화국 컨벤션뷰로, 두바이 컨벤션뷰로 및 한국에서도 11개 지역의 지역의 컨벤션 뷰

로가 참가하여 각 정부의 MICE 산업 육성책에 관련하여 정보를 교환하고 아이디어를 얻어가기도 하였다.

특히 눈에 띄었던 젊은 참가자들이 있었는데, 이들은 적극적으로 강연에 참여하고 의견 개진을 하는 모습을 보이는 등 시종일관 밝은 모습으로 강연장에 활기를 불어넣었다. 이들은 한국관광공사에서 운영하는 MICE Supporters 회원이었다. MICE Supporters는 주 요 대학의 MICE 전공자들로 이뤄져 있으며, 온라인에서의 한국 MICE 홍보활동, 오프라인에서는 교육 및 홍보 행사에 적극적으로 참여하는 등 미래 한국 MICE 업계 유망주로 자리매김하기 위해서 열심히 활동하고 있다. 이 날 참가한 계명대학교 정유진 학생은 "행사에 참가하기 전까지 막연하게 컨벤션뷰로, PCO 등의 업계 취직이 목표였는데, 여기에 모여 있는 열정적인 학회나 협회의 운영자들을 보니 한국에 있는 수많은 학회나 협회의 운영에도 관심이 생긴다. 앞으로 이 분야에 대해서도 공부해볼 생각이다." 라고 말했다

강연 중에 가장 호응이 좋았던 시간은 ADFIAP (Association of Development Financing Institutions in Asia And Pacific : 아태지역 10개 개발은행 및 금융 기관을 회원으로 두고 있으며 관련 연구 활동 등이 주요 업무임) 사무총장인 Bobby의 지금처럼 전 세계적으로 학 회 협회가 많이 생기는 시대에서 지속적으로 영향력 있는 조직으로 살아남기 위한 방안에 관련된 내용이었다. World International Studies Committee의 Gunter Hellmann은 "우리 학회의 중요성 지수를 체크해본 결과, 안고 있는 문제점들이 명확히 보이고, 어떻게 해결해 나가야 할지 조직원들과 충분히 고민해서 해결해 나가야 한다는 것이 분명해진다." 라고 말했다.

강연 외에도 MICE 목적지로서 한국을 보여주기 위한 다양한 행사가 병행되었다. 네트워킹 세션을 위하여 한국의 특색 있는 지역 컨벤션뷰로들이 데스크를 운영하며 국제행사를 치를 수 있도록 지역에서 제공하는 다양한 지원책 등에 관련하여 홍보하였으며, 포스트 투어로 진행된 요트 투어는 부산 도심과 어우러진 동백섬, 광안대교, 해운대 등의 아름다운 부산의 미를 참가자들이 즐기기에 충분하였다. 무엇보다 APEC 누리마루에서 진행된 만찬은 소고춤, 부채춤 등의 한국 전통 공연이 진행되는 동안 해외 참가자

들은 눈을 떼지 못했으며 공연이 끝나고 무용수들과 사진 찍기에 바빴다. 밤바다와 어우러진 유쾌한 만남은 저녁 늦게까지 이어졌다.

이번 행사를 주최한 한국관광공사 Korea MICE Bureau 김갑수 실장은 "이번 행사는 파트너인 UIA, 부산시가 모두 만족하는 대단히 성공적인 자리였다. 무엇보다 각국의 참가자들이 다양한 정보와 토론에 참가하여 유익한 정보를 얻어간 것이 가장 큰 행사의 결실이다. 또한 행사 참가자들의 대다수가 부산이라는 도시를 몰랐다고 답했는데, 그들이 그들의 학회 모임으로 한국을 목적지로 고려할 수 있는 계기가 되었다는 것도 중요하다. 이 행사가 향후 태국, 말레이시아 그리고 다른 나라를 거쳐 다시 한국에서 개최될 때는 지금 보다 더 중요한 행사가 되어 있기를 바란다." 고 답했다.





“K-MICE
미래 산업 연결의
중심이 되다!”

2017 한국마이스연례총회 및 마켓플레이스

Korea International MICE Congress 2017

2017. 2. 23(목)~25(토) 강원도 하이원리조트

행사개요

행사주제 K-MICE, 미래 산업 연결의 중심이 되다!
주최/주관 (사)한국MICE협회
후원 문화체육관광부, 강원도, 정선군, 강원컨벤션뷰로, 강원랜드
참가인원 1,500명
주요행사 · 교육세션: 기초강연, 국제세션, MICE 핫이슈, MICE 정책개발
토론회, 채용cafe 등
· 비즈니스: 전시마켓, 상담회마켓
· 공식행사: 네트워킹 리셉션, 개회식, 환영만찬 & Korea MICE 어워즈
· 부대행사: 소위원회 미팅, 관광 등

참가대상

· (사)한국MICE협회 회원사 임직원, 관련 산업 비회원사 임직원
· 협회·학회·기관 등 국제회의 주최자 (바이어 초청)
· 지자체 MICE관광 관련 공무원 및 관련기관 관계자
· 일본, 싱가포르, 중국 등 아시아 지역 MICE 관계자
· 관련 대학 교수 및 학생
· 관광관련 지역별업종별 협회 관계자 등

프로그램

· MICE와 연계된 Leisure & Sports 및 IT 관련 세션 신설
· 대학생, 입문자, 고급자들을 대상으로 맞춤형 MICE 정책 이슈 토론회 개최
· MICE 비즈니스 활성화를 위한 전시 및 상담회마켓 양일 간 개최
· 스키, 카지노 등 강원도만의 특색있는 관광 프로그램



“ MICE 인재 찾기,
다양한 취업 포털이 있지만
직종·직무 선택하기도 힘들시지 않나요?
쏟아지는 이력서, 관련 없는 지원 부문들...
답답하진 않으셨나요?



“ MICE에 관심이 있지만
MICE 기업들의 채용정보는
어디서 찾을 수 있을까요?

저의 경력, 지역에 맞는 채용 정보를
한번에 볼 수 있을까요?

아직은 학생이라 운영요원을 해보고 싶은데
정보는 어디서 찾을 수 있을까요?

MICE Job 이 여러분의 고민을 해결해 드립니다!



MICE Job?

(사)한국MICE협회에서는 MICE산업의 구인업체와 MICE업계 취업을 희망하는
구직자를 연결하는 온라인 채용의 장을 마련하기 위하여 MICE 전문 채용 홈페이지
'MICE Job' 을 운영하고 있습니다.

MICE Job 은

- ✓ MICE 분야에 특화된 채용 정보를 제공
- ✓ 경력별, 지역별, 형태별 등 세분화된 정보를 제공
- ✓ 각종 행사 운영요원 모집 정보를 제공
- ✓ 이력서 상시 지원시스템을 운영

합니다!

여러분의 많은 관심과 이용 바랍니다!

NEWS BRIEFING



(사)한국MICE협회, 태국과의 교류협력 확대

(사)한국MICE협회, Thailand Incentive and Convention Association과의 업무협약(MOU) 통해 태국과의 교류협력 확대

(사)한국MICE협회(이하 협회)는 2016년 9월 29일(목) 태국 방콕 센트럴 월드에 위치하고 있는 방콕 컨벤션 센터에서 협회 김응수 회장(외 5명)과 *Thailand Incentive and Convention Association의 Sumate Sudasna 회장(외 8명)이 참석한 가운데 *Thailand Incentive and Convention Association(이하 TICA)과 업무협약(MOU) 체결식을 가졌다. 이번 업무협약을 통해 양협회 중심의 태국-한국의 MICE 협력 체제를 구성하기 위한 구체적 방안이 논의되었다. 업무협약 체결식에서는 MICE 서비스를 제공하는 각 협회의 회원사 정보 공유와 교육프로그램 및 강사 교환 등에 대한 실질적인 상호교류가 가능한 내용의 논의와 한국마이스연례총회 참석 등 주기적인 교환방문도하기로 하였다. 또한 양국의 청년들을 위한 교육 및 교류 프로그램을 공동 주최하는 방안에 관련된 논의도 진행되었다. 구체적인 내용과 일정은 추후 논의되겠지만 이번 기회를 통해 앞으로 양국이 주최가 되어 아시아 지역의 MICE 산업 발전을 위한 긴밀한 협조체제 구축이 기대된다.

*Thailand Incentive and Convention Association: 1984년에 조직된 민간조직으로 호텔, DMC, PCO/PEO, 컨벤션센터, MICE 서비스 제공업체 등 400개의 회원사로 구성된 협회.

(사)한국MICE협회



(사)한국MICE협회, 청년 일자리 창출에 전력

MICE Job 채용 홈페이지로 MICE 분야의 안정된 일자리 정보 제공 기회 마련

사단법인 한국MICE협회(이하 협회)는 MICE 산업 전문 채용 홈페이지(www.micejob.kr)를 통해 MICE 산업 분야의 청년 일자리 창출 및 구인구직 연결을 위해 전력을 다하고 있다. MICE Job 홈페이지는 MICE 분야에 특화된 채용 정보를 제공하기 위하여 협회 차원에서 구축한 온라인 채용 시스템이다. MICE Job 홈페이지 활성화로 MICE 분야의 일자리 미스매칭, 채용 정보의 적합성, 시기성 등의 문제를 해소할 수 있을 것으로 기대된다.

MICE Job 채용 홈페이지는 타 채용 사이트와는 달리 MICE 산업에 특화된 전문 채용 홈페이지로서 250여 협회 회원사가 채용정보, 인력정보와 각종 행사의 운영요원 정보를 제공하며, 경력별, 지역별, 형태별 등 세분화된 정보를 확인할 수 있다. 특히, 상시 지원시스템으로 지원자가 자신의 이력서를 '인재정보'에 등록해 두면 구인 기업에서 등록된 이력서를 우선 검토할 계획이다. 김응수 협회 회장은 “회원사와 교육기관에 MICE Job 채용 홈페이지에 대한 지속적인 홍보를 실시하고, 참여를 유도하여 안정적인 인력 공급의 기회를 제공하고, 나아가 협회 교육 프로그램과의 연계를 통해 지속적으로 관리해나갈 예정이다.” 라고 밝혔다. MICE Job 채용 홈페이지: www.micejob.kr

(사)한국MICE협회



대전마케팅공사, 2016 대전 MICE DAY 개최

대전마케팅공사는 국내외 협력네트워크를 통한 지속적인 대전의 도시마케팅 추진을 위해 대전의 MICE산업 활성화를 위한 관광명소 브랜드화, 연계관광 활성화 방안 등을 모색하는 '2016 대전 MICE DAY'를 개최했다.

맥키스컴퍼니 조웅래 회장의 기조강연으로 시작해 관광산업연구원의 정치오 원장의 대전 MICE발전을 위한 연계관광 활성화 방안 관련 발표, 한국컨벤션학회 회장인 한남대 윤승현 교수가 좌장으로 전문가들과 열띤 토론도 진행됐다. 또 일본 삿포로컨벤션뷰로의 도요시마 야스히로 사무국장의 축제와 스포츠 마케팅, 장소를 활용한 성공사례 소개, 한국과학기술정보연구원의 조부승 실장의 발표도 이어졌다. 대전충청 MICE얼라이언스 네트워킹 및 교육, 대전 MICE서포터즈 정기발표회, 한국컨벤션뷰로 협의회 출범식 및 간담회, 한국컨벤션학회 MICE 정책포럼도 함께 열렸다.

올해 처음 개최된 '대전 MICE DAY'는 앞으로 매년 개최 예정으로 대전의 도시마케팅 전략수립, MICE 명소 발굴 방안 마련을 위해 대전 MICE산업 발전방안 수립과 지역기관 간 협력 방안을 마련할 예정이다.

대전마케팅공사



한국관광공사, 영문 RFP 페이지 오픈

MICE통합정보시스템(K-MICE) 영문 RFP (Request For Proposal) 페이지 오픈

한국관광공사(사장 정창수)는 한국에서 MICE 행사를 유치하거나 개최하기를 희망하는 해외 주최기관 및 담당자에게 행사 성격과 규모에 맞는 맞춤형 행사지 정보와 기타 다양한 서비스를 제공하기 위해 MICE통합정보시스템(Http://k-mice.visitkorea.or.kr) 내 영문 RFP (Request For Proposal) 페이지를 오픈했다.

해외 주최기관 및 행사 담당자가 RFP 페이지에 행사명, 행사기간, 규모, 개최 희망지역 등을 입력하고, 기타 문의 사항에 대해 의뢰하면 RFP가 접수된다.

RFP 페이지를 통해 접수된 사항은 한국관광공사 담당자 검토 후 적합한 해당기관에 이관하며, 이관 받은 기관에서는 고객 요구에 맞게 답변 작성 후 K-MICE 사이트에 제출하면 해당 RFP는 처리된다. 한국관광공사는 RFP 서비스를 통해 해외 MICE 주최기관 및 의사결정자에게 보다 정확하고 빠르게 한국 MICE 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

한편 RFP 신규 오픈 홍보를 위해 해외 주요 MICE 주최자 및 의사결정자를 대상으로 K-MICE 온라인이벤트(9.1~11.30)를 진행 중이다.

한국관광공사

NEW

역동적인 흐름 속,
시민들의 삶이 곧 문화다.

(재)김포문화재단

2015년 12월, 김포시민의 다양한 문화 향유 욕구에 보다 능동적인 대응과 전문적인 서비스를 제공하기 위해 (재)김포문화재단이 출범했다.

김포는 신도시, 김포도시철도 개발 등으로 2018년도 인구 50만 명을 넘어설 것으로 예상되는 자족도시로서 역동적인 변화를 겪고 있으며 '평화문화 1번지'의 슬로건을 내세우며 문화도시로 거듭나고 있다. 이에 김포문화재단은 기존의 문화와 새로운 문화가 서로 이해와 조화를 통해 발전해나갈 수 있도록 문화·예술·관광·MICE·문화유산 등 다양한 분야에서 노력을 아끼지 않고 있다.

출범 첫해에 이미 수준 높은 기획 공연과 전시, 문화예술 교육 및 행사 기획을 통해 좋은 평가를 받고 있는 김포문화재단은 '시민들의 삶이 곧 문화'라는 철학을 바탕으로 역동적인 변화의 흐름 속에서 그 자리를 굳혀나가고 있다.



대표전화 031-996-7212
홈페이지 www.gcf.or.kr

창조의 중심, 혁신의 중심
그리고 세상의 중심

(주)세종

세종은 '세상의 중심'이라는 의미를 담아 1982년 여행부문을 기반으로 설립되었다. 현재 세종은 신뢰받는 글로벌 여행기업으로서 그 입지를 확고히 굳히고 강재, 정보기술 등 다양한 사업분야에 진출하여 변화와 발전을 거듭하고 있다.

지난 30여 년간 기업의 근간인 여행산업 부문에서 세종은 '업계 1위의 기업 전문 여행사'라는 위치에 만족하지 않고, 다양한 글로벌 기업들과 파트너십을 맺으며 세계의 무한한 가능성을 향해 확장을 꿈꾸고 있다. 또한 자유로운 창조력에 기반하여 IT 등의 다른 산업분야에서 끊임없는 연구와 실천을 통해 미래의 경쟁력 확보에 주력하고 있다.

이제 세종은 고객에게 보다 진화하고 성장하는 모습으로 다가서고자 한다.

고객보다 앞서 고객의 마음을 헤아리고 먼저 변화하여 고객에게 좀 더 풍요로운 사회를 꿈꿀 수 있도록 하겠다. 그리고 고객의 마음속에 항상 더 넓은 세상을 향하는 기업으로 기억되게 하겠다.



대표전화 02-2126-7777
홈페이지 www.sejoong.com

MEMBER Co.

서울 도심 속
성공적인 비즈니스와 휴식

서울가든호텔

매력적인 한강 주변에 위치한 베스트 웨스턴 프리미어 서울가든호텔은 베스트 웨스턴 인터내셔널의 최고 등급을 받은 호텔이며, 글로벌 마케팅을 기반으로 세계 최고 수준의 서비스를 제공하고 있다.

372개의 도시 경관의 장엄한 전경을 조망할 수 있는 12 타입의 다양하고 차별화 된 객실에서의 경험과 휴식뿐만 아니라 성공적이고 우아한 비즈니스가 가능하다.

품격있고 넓은 로비라운지와 다양한 미식을 즐길 수 있는 최고의 요리팀 200석의 뷔페, 세련된 분위기로 연출할 수 있는 다양한 규모의 10개의 소.중.대형 연회홀, 컨퍼런스홀, 아름다운 웨딩홀이 준비되었으며, 투숙객 전용 휘트니스와 비즈니스센터, 24시간 전문 통역 서비스, 투숙객 전용 독서실, 뷰티샵 및 컨시어지 등으로 준비된 고품격 서비스를 즐길 수 있다.

인천공항버스로 첫 정류장, 4개의 지하철 라인이 있는 편리한 대중교통으로 쇼핑과 문화&여가를 원 스톱으로 즐길 수 있으며, 서울 중심에서 쇼핑과 비즈니스를 성공적으로 누릴 수 있도록 동대문, 남대문, 이태원, 여의도, 광화문 등의 장소로 쉽게 이동 할 수 있다.

서울가든호텔은 잊을 수 없는 만족과 편안함을 제공하고, 고객에게 최상의 서비스를 제공하고 있다.



대표전화 02-710-7111
홈페이지 www.seoulgarden.co.kr

단순 인쇄물에서
Total Package 까지

(주)디앤디프린팅

경기도 시흥시에 위치한 (주)디앤디프린팅(대표 정원동)은 일반 인쇄물(브로셔, 카달로그 등)부터 스마트폰 액세서리, 일반 가전제품, 화장품 등의 포장재/포장에 이르기까지 Printing 시장과 Retail Packaging 시장에 속해 있으며, 제품의 특성상 빠른 Life Cycle과 대량 및 소량 다품종까지 각 고객사의 특성에 맞도록 완제품을 만들어 가는 기업이다.

2003년 2인 기업으로 출발하여 2016년 현재 60명으로 성장했다. 삼성전자, 아이리버, 존슨앤존슨, 라인프렌즈, 인바디, 올림푸스 등 주요거래처와 신뢰도를 바탕으로 7~8년 이상 거래를 계속해 오고 있다.

인쇄물이라는 단면만 보고 업무를 진행하는 것이 아닌, 디자인/인쇄/패키지 제작/포장까지의 시스템을 구축하여 고객사에 서비스를 제공하고 있다.



대표전화 031-312-3892
홈페이지 d_dprinting@hanmail.net

강원

대한기계학회 2016 학술대회

행 사 기 간 : 2016. 12. 14 ~ 12. 16
행 사 장 소 : 정선 하이원 강원랜드 컨벤션센터
주최및주관 : 사단법인 대한기계학회
연 락 처 : 02-501-3646
홈 페 이 지 : ksme.or.kr

2016 한국정보과학회 동계학술대회

행 사 기 간 : 2016. 12. 15 ~ 12. 17
행 사 장 소 : 평창 보광휘닉스파크
주최및주관 : 한국정보과학회
연 락 처 : 02-588-9247
홈 페 이 지 : www.kiise.or.kr



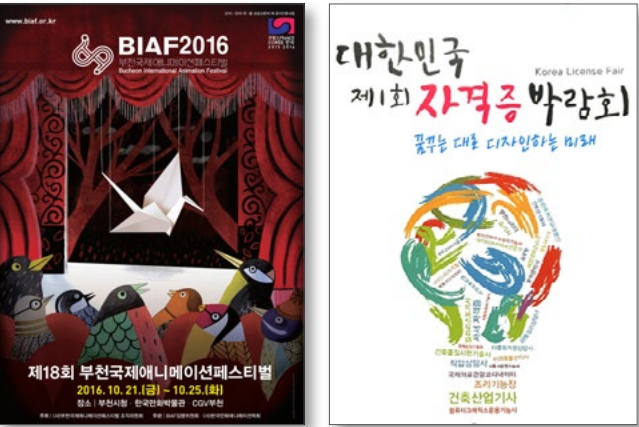
경기

제17회 부천국제애니메이션 페스티벌

행 사 기 간 : 2016.10.21 ~ 10. 25
행 사 장 소 : 한국만화박물관, CGV부천, 부천시청, 메가박스코엑스
주최및주관 : (사)부천국제애니메이션페스티벌 조직위원회
연 락 처 : 032-325-2061
홈 페 이 지 : www.biaf.or.kr

대한민국 자격증박람회

행 사 기 간 : 2016.10.14 ~ 10. 16
행 사 장 소 : 김포 아트홀 및 사우광장
주최및주관 : 김포시
연 락 처 : 031-996-7186
홈 페 이 지 : www.kfl.kr



경남

제3회 나노피아 국제컨퍼런스 & 전시회(The 3rd International Conference & Exhibition for Nanopia)

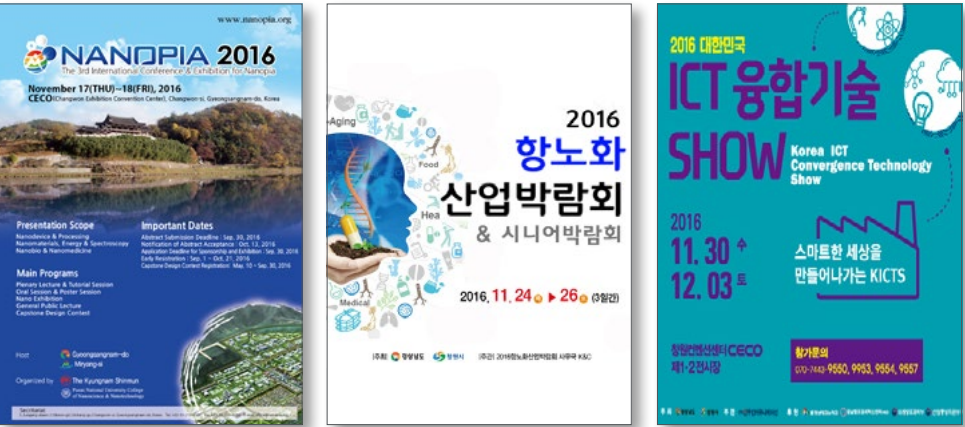
행 사 기 간 : 2016. 11. 17 ~ 11. 18
행 사 장 소 : CECO
주최및주관 : 경상남도, 밀양시
연 락 처 : 055-210-6107
홈 페 이 지 : www.nanopia.org

2016 항노화산업박람회 & 시니어박람회(Anti-Aging Senior EXPO 2016)

행 사 기 간 : 2016. 11. 24 ~ 11. 26
행 사 장 소 : CECO
주최및주관 : 경상남도, 창원시
연 락 처 : 055-265-6401
홈 페 이 지 : www.agse.co.kr

2016 대한민국 ICT 융합기술 쇼(Korea ICT Convergence Technology Show 2016)

행 사 기 간 : 2016. 11. 30 ~ 12. 3
행 사 장 소 : CECO
주최및주관 : 경상남도, 창원시
연 락 처 : 055-212-1227
홈 페 이 지 : kicts.com



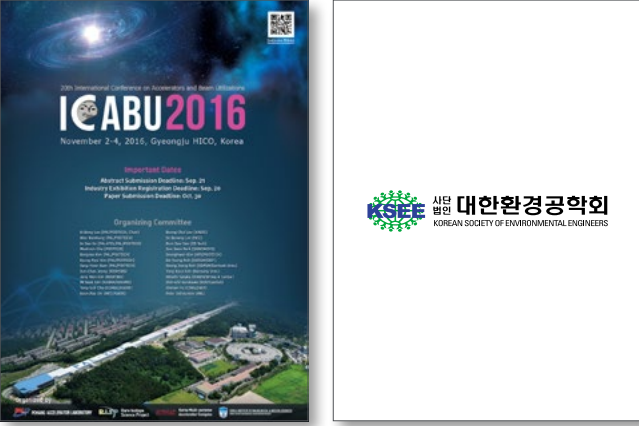
경주

제20회 국제 가속기 및 빔이용 컨퍼런스

행 사 기 간 : 2016. 11. 02 ~ 11. 04
행 사 장 소 : 경주화백컨벤션센터 (HICO)
주최및주관 : 포항가속기연구소
연 락 처 : 054-279-1039
홈 페 이 지 : inside3dprinting.co.kr

2016 대한환경공학회 국내학술대회

행 사 기 간 : 2016. 11. 16 ~ 11. 18
행 사 장 소 : 경주화백컨벤션센터 (HICO)
주최및주관 : 대한환경공학회
연 락 처 : 02-383-9652
홈 페 이 지 : www.kosenv.or.kr



광주

BIXPO 2016 국제 신기술컨퍼런스

행 사 기 간 : 2016. 11. 02 ~ 11. 04.
행 사 장 소 : 김대중컨벤션센터
주최및주관 : 한국전력공사(KEPCO)
연 락 처 : 061-332-8560-3
홈 페 이 지 : www.bixpo.kr

2016 신재생에너지학회 추계학술대회 & 제 26회 IPHE 국제회의

행 사 기 간 : 2016. 11. 02 ~ 11. 04.
행 사 장 소 : 김대중컨벤션센터
주최및주관 : 산업통상자원부
연 락 처 : 02-883-8051
홈 페 이 지 : www.ksnre.or.kr



대구

2016 광주국제식품전(Gwangju International Food Fair 2016)

행 사 기 간 : 2016. 11. 17 ~ 11. 20
행 사 장 소 : 김대중컨벤션센터
주최및주관 : 광주광역시
연 락 처 : 062-611-2213
홈 페 이 지 : www.foodshow.kr

2016 글로벌 지속가능 도시포럼

행 사 기 간 : 2016. 11. 01 ~ 11. 02
행 사 장 소 : EXCO
주최및주관 : Smart Vision international
연 락 처 : 611300108877
홈 페 이 지 : sustainableintegratedcity.com

제2회 대구커피포럼

행 사 기 간 : 2016. 12. 09 ~ 12. 11
행 사 장 소 : EXCO
주최및주관 : 문화뱅크, 한국커피연합회
연 락 처 : 053-384-7245
홈 페 이 지 : www.coffeefair.co.kr



대구

제8차 세계평가기구연합 총회 및 학술대회

행 사 기 간 : 2016. 11. 01 ~ 11. 03
행 사 장 소 : 노보텔엠버서더 대구
주최 및 주관 : 한국감정원
연 락 처 : 053-663-8000
홈 페이지 : wavocongress.kab.co.kr

제2회 글로벌 이노베이터페스타

행 사 기 간 : 2016. 11. 03 ~ 11. 04
행 사 장 소 : EXCO
주최 및 주관 : 대구광역시
연 락 처 : 053-655-5652
홈 페이지 : gifesta.com



부산

2016 국제마린엔지니어링기술 학술대회(ISMT2016)

행 사 기 간 : 2016. 11. 03 ~ 11. 04
행 사 장 소 : 부산국제여객터미널
주최 및 주관 : ISMT
연 락 처 : 053-746-9963
홈 페이지 : sites.google.com/site/ismarineet2016/

2016 글로벌 여성리더 포럼

행 사 기 간 : 2016. 12. 02 ~ 12. 03
행 사 장 소 : 백스코
주최 및 주관 : 글로벌여성리더포럼조직위원회, (주)리컨벤션
연 락 처 : 051-711-0042
홈 페이지 : globalwomenforum.org



서울

코마린 컨퍼런스 2016

행 사 기 간 : 2016. 11. 09 ~ 11. 10
행 사 장 소 : 해운대그랜드호텔
주최 및 주관 : 한국해양대학교
연 락 처 : 02-3414-0205
홈 페이지 : kormarineconferences.org

2016 아시아 의지보조기 학술대회

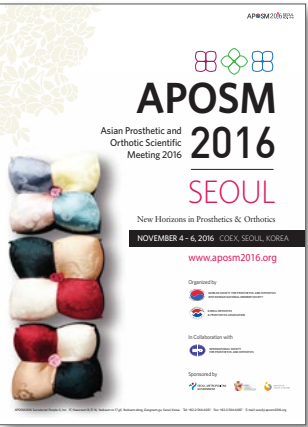
행 사 기 간 : 2016. 11. 04 ~ 11. 06
행 사 장 소 : 코엑스
주최 및 주관 : 한국의지보조기학회
연 락 처 : 02-566-6031
홈 페이지 : www.aposm2016.org/kor

제5회 월드 커피 리더스 포럼 2016

행 사 기 간 : 2016. 11. 10 ~ 11. 12
행 사 장 소 : 코엑스
주최 및 주관 : (주)엑스포럼
연 락 처 : 02-6000-6711
홈 페이지 : www.wclforum.org

2016 인터넷국제표준화기구 회의

행 사 기 간 : 2016. 11. 13 ~ 11. 18
행 사 장 소 : 콘래드 서울 호텔
주최 및 주관 : 인터넷국제표준화기구(IETF)
연 락 처 : 02-6137-7000
홈 페이지 : ietf.org/meeting/97



인천

제5차 아시아각막학회 학술대회

행 사 기 간 : 2016. 12. 09 ~ 12. 11
행 사 장 소 : 웨라튼 그랜드 워커히 호텔
주최 및 주관 : 제5차 아시아각막학회 학술대회 조직위원회
연 락 처 : 02-538-2042~3
홈 페이지 : www.acs2016seoul.com

2016년 포스코 글로벌 EVI 포럼

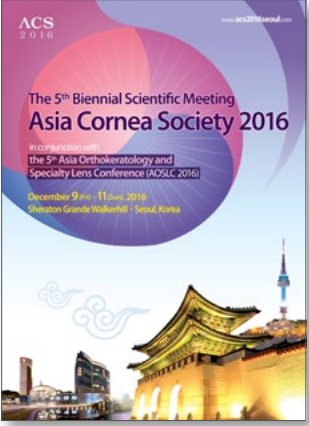
행 사 기 간 : 2016. 10. 31 ~ 11. 02
행 사 장 소 : 송도컨벤시아
주최 및 주관 : 포스코
연 락 처 : 02-564-4367
홈 페이지 : eviforum.com

2016 APSA 한국총회

행 사 기 간 : 2016. 11. 07 ~ 11. 11
행 사 장 소 : 송도컨벤시아
주최 및 주관 : 국립종자원, (사)한국종자협회
연 락 처 : 054-912-0119
홈 페이지 : seed.go.kr

제1회 동아시아일본연구자 협의회 국제컨소시엄

행 사 기 간 : 2016. 11. 30 ~ 12. 02
행 사 장 소 : 송도컨벤시아
주최 및 주관 : 서울대학교 일본연구소
연 락 처 : 02-880-8503
홈 페이지 : ijs.snu.ac.kr



제주

Asia-Pacific Signal and Information Processing Association Annual Summit and Conference 2016

행 사 기 간 : 2016. 12. 13 ~ 12. 16
행 사 장 소 : 라마다프라자 제주
주최 및 주관 : 한국방송공학회
연 락 처 : 02-568-3556
홈 페이지 : www.apsipa2016.org

International Conference of the Genetics Society of Korea

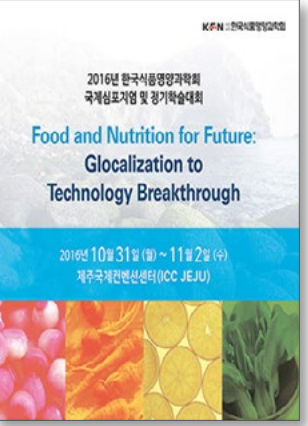
행 사 기 간 : 2016. 11. 09 ~ 11. 11
행 사 장 소 : 라마다프라자 제주
주최 및 주관 : 한국유전학회
연 락 처 : 02-554-3328
홈 페이지 : icgsk.kgenetics.or.kr

2016년도 한국식품영양과학회 국제심포지엄, 정기학술대회 및 정기총회

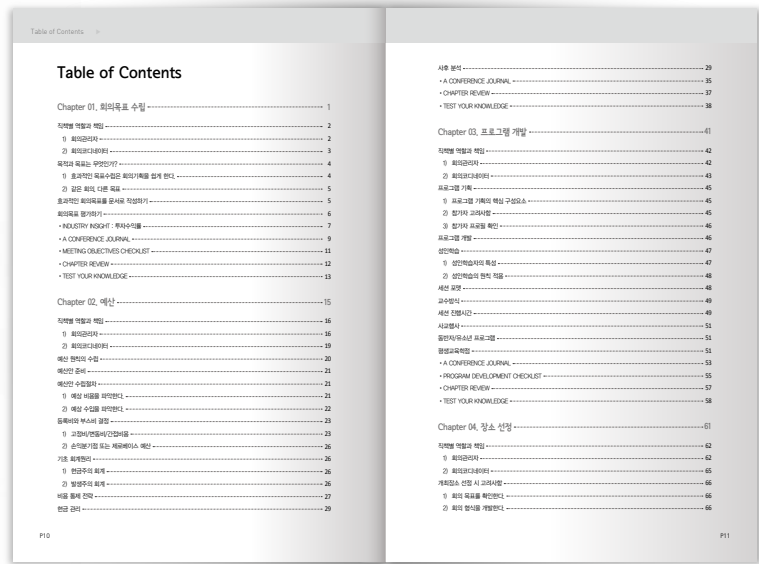
행 사 기 간 : 2016. 10. 31 ~ 11. 02
행 사 장 소 : ICC JEJU
주최 및 주관 : 한국식품영양과학회
연 락 처 : 051-866-3693
홈 페이지 : www.kfn.or.kr

2016년도 한국항공우주학회 추계학술대회

행 사 기 간 : 2016. 11. 16 ~ 11. 18
행 사 장 소 : 라마다프라자제주호텔
주최 및 주관 : 한국항공우주학회
연 락 처 : 02-552-4795
홈 페이지 : ksas.or.kr



추천 도서



책 내용 살펴보기

자세한 내용은 (사)한국MICE협회 담당자 이승우 대리(02-6366-0716, lsw@micekorea.or.kr)로 문의주시길 바랍니다.

A stylized, light blue outline of a car's front view. The car has a rounded hood, a simple grille, and two headlights. The text is centered on the car's body. The top text is in a smaller font, and the phone number is in a large, bold font. The bottom text is in a large, bold font with an ampersand.

소중한 분을 위한 서비스 하이엔

1588-6446

HIGH&

- 서울시내 ~ 공항 정액요금
- 시간대절 가능(최소 3시간)
- 단체 및 행사 이용문의 환영(E-mail : cshighend@high-end.co.kr)
- ※ 한국마이스협회 회원사 대상 맞춤형 서비스 제공 및 협의 가능

“2017 한국마이스연례총회 및 마켓플레이스” 개최지



당신의 몸과 마음이 힐링되는 강원도

천혜의 자연환경과 고품격 리조트가 주는 마음의 안식

레포츠와 웰니스의 파라다이스

스파, 스키와 골프 등의 다양한 체험을 통한 신체적 · 정신적 웰빙 보장

아름다운 자연 경관으로 가득한 사계절 관광지

당신의 Wellness MICE Destination 강원

