

The MICE⁺ *plus*

Meeting Incentive Convention Exhibition

40
2018 Vol.

특집 평창포럼 2018 | 엠더블유네트웍스
 MICE 특화 콘텐츠 기획 | 문화뱅크
 디키디키와 힐링페어 | 이즈월드와이드
 국제문화재보존기술전 | 경주화백컨벤션센터

정보 MICE 행사보험
 MICE 통합 컨시어지 데스크

중인 대전마케팅공사 최철규 사장 인터뷰
 태국전시컨벤션뷰로 홍보로드쇼

기고 사람이 모여면 일자리는 생긴다

이슈 한국MICE협회 고충처리위원회
 MICE 권역별 간담회



The logo features the word "MICE" in large, bold, multi-colored letters (blue, green, orange, red). Below it, the Korean text "인종도시" (In-jong-doo-si) is written in black, and "발흥전략" (Bal-heung-jeon-ryeok) is written in blue. The entire logo is set against a background of stylized clouds.



여수에서 만나는 행복한 특권

YEOSU MICE CONVENTION TOURISM

아름다운 해양경관과 황홀한 야경
 쪽빛 바다에 수놓인 보석 같이 아름다운 섬
 임금님 수라상 부럽지 않는 별미와 진미
 사계절 온화한 기후와 넉넉한 인심
 이충무공의 얼이 살아있는 호국문화와 역사
 2012여수세계박람회 개최로 풍부해진
 컨벤션 인프라까지...

여수는 멋있습니다.
여수는 맛있습니다.
귀한 분들에게 선물하고 싶은 도시,
여수에서 당신만의 행복한 특권을 누리십시오.



MICE와 한류의 만남

KME 2018

2018. 6. 14 | 목 | 15 | 금 | 인천 송도컨벤시아

참 가 규 모 : 300개사 400여개 부스, 국내외 바이어 300여명

| 전 시 대 상 : 공공기관, 컨벤션센터, MICE관련 서비스 제공업체, IT 및 VR 개발업체, MICE 기획 및 교육기관 등

주요 프로그램 - 전시 및 비즈니스 상담회 : 6월 14일(목) | 6월 15일(금)

– 공식행사 : 개막식 : 6월 14일(목) | 폐막식 : 6월 15일(금)

– Knowledge Café : 6월 15일(금) 1부 / 2부

* 자세한 프로그램은 홈페이지를 참고하시기 바랍니다.



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



계간 더 마이스 통권 제40호

발행	(사)한국MICE협회
발행일	2018년 05월 31일
발행인	김응수
홍보위원장	서원준
홍보위원	강도용 김성태 김지환 서영호 신동재 신정미 윤은주 이선형 이정우 이정욱 차종대
주 소	서울시 중구 퇴계로 18 대우재단빌딩 15 (사)한국MICE협회 tel. 02-6366-0716 fax. 02-3476-8449
편집 및 디자인	(주)디앤디프린팅 tel. 031-312-3892

CONTENTS

vol. 40

004	특집1	평창포럼 2018 엠더블유네트웍스
006	특집2	MICE 특화 콘텐츠 기획 문화뱅크
008	특집3	디키디키와 힐링페어 이즈월드와이드
010	특집4	2017국제문화재보존기술전 경주화백컨벤션센터
012	정보1	MICE 행사보험
014	정보2	MICE 통합 컨시어지 데스크
016	zoom인1	대전마케팅공사 최철규 사장 인터뷰
018	zoom인2	2018 태국전시컨벤션뷰로 홍보로드쇼
020	기고	사람이 모이면 일자리는 생긴다
022	이슈1	한국MICE협회 고충처리위원회
024	이슈2	MICE 권역별 간담회
026	뉴스브리핑	
028	소식1	경기 MICE 취업스쿨
030	소식2	강화 섬 2.6 영화제
032	소식3	한국농촌관광자원 국제포럼
034	소식4	MICE 실무자 해외파견 연수지원 후기
036	지식창고	한국MICE협회 도서 소개



S T A R T

강원 지역특화 MICE - 평창포럼 2018

/ (주)엠더블유네트웍스 성민옥 대표

평창포럼은 “포스트 평창 플랜”의 중심에서 올림픽 레거시를 계승할 플랫폼의 한 축을 구축했다는 데 큰 의미가 있으며, 장기적으로 지역특화컨벤션의 성공적인 모델로 자리매김하리라 기대된다.

이는 평창포럼의 브랜드 가치를 창출해낼 수 있는 콘텐츠를 만들기 위한 많은 고민과 노력이 있었기에 가능한 것이었다.

지역 MICE산업이 발전하기 위해서는 어떤 제안이 필요한지 (주)엠더블유네트웍스를 통해 들어보았다.

먼저, ‘The MICE’를 통해 다시 만나 뵈어 반갑습니다!
처음 만나시는 분들을 위해, ‘엠더블유네트웍스’에 대한 간략한 소개부터 부탁드립니다.

저희 회사는 수행하는 매 프로젝트에서 슬로건인 ‘Make it Wonderful’을 실현하고 또 자부심 강한 기획자그룹으로서 삶에서도 균형을 찾을 수 있는 이상적 조직을 만들기 위한 목적으로 설립된 국제회의·공공프로젝트 전문 기획사입니다. 그러다 보니 소속 기획자들의 평균업력과 업무수준이 높아 최근에는 행사의 재설계 개념으로 컨설팅 차원에서 업무들을 많이 진행하고 있습니다.

사업 분야가 국제회의기획 뿐만 아니라 전시기획, 프리미엄 파티기획 또 공공프로그램 개발까지 다양한데요. 각각 어떤 분야로 진행하고 계시고, 추구하고 있는 ‘목표’가 있다면 함께 소개 부탁드립니다.

저희 회사에서만 시도해 보고 있는, 어찌보면 무모해보일 수 있는 도전들에 대해서만 소개 드릴게요. 프리미엄 파티기획은 인생 속의 잊을 수 없는 한 순간을 상징하는 ‘MOMENT’라는 브랜드명을 갖고 창립과 함께 시작되었습니다. 국내 파티시장의 성장세에 대한 오랜 시장조사와 기획 작업 후 ‘파티의 대중화’라는 사회변화를 위해 ‘12개월 동안 진행되는 12가지 기발한 프로젝트’를 목표로 하였습니다. 2015년에는 직장인풀파티를 표방한 ‘Wonder-pool Party’를 통해 브랜드런칭 이벤트를 하였고, 2016년에는 우리끼리 즐기는 할로윈파티라는 컨셉으로 ‘Mad Night - The Spooky Wedding’이라는 할로윈 파티를 진행했습니다. 덕분에 창립 초기 2년여 동안 열정을 쏟아부었던 그 경험과 노후가 이후 컨벤션 프로젝트 수행에서 즐겁고! 기발한! 기획에 많은 도움이 되었습니다. 공공프로그램 개발은 창립 초기 방향과는 많은 변경이 있었습니다. 스티브잡스도 변화가 빠른 시대적 이유로 5년 이상의 계획은 세우지 않는다고 했죠. 현재는 국제회의의 기획 및 운영 과정에서 생성된 고급 콘텐츠를 축적하고 퀵 뉴스 형태로 가공하여 높은 부가가치를 만드는 방법을 찾기 위해 연구과제를 수행중이고, 올 초 사내에 설립된 (가칭)도시마케팅연구소가 큰 역할을 할 것으로 기대

하고 있습니다. 패턴화되어 가격경쟁력이 높은 미디어파사드나 홀로그램 기술을 활용한 회의시스템 등은 장기적으로 사업화 해보고 싶은 모델입니다.

얼마 전 전 세계의 이목을 집중시켰던 평창동계올림픽이 성대하게 치러졌죠. 경기와 함께 다양한 행사들도 진행됐는데요. 그 중 눈에 띄는 행사가 바로 ‘평창포럼’이었습니

다. 어떤 행사인가요?
지금은 미국과 북한과의 정상회담을 앞두고 한반도의 평화와 미래에 대한 기대치가 그 어느 때보다 높지만, 초기 평창포럼 기획단계에만 해도 평창올림픽에 대한 우호적이지 않은 전망이 주여론을 형성하고 있었습니다. 그러다보니 강원도 내에서도 평창올림픽 이후 포스트올림픽 플랜에 대한 많은 걱정과 논의가 있었던 것으로 알고 있으며, 그런 사회적 요구와 여러 조건이 시의적절하게 맞아떨어져 ‘평창포럼’이라는 회의 플랫폼이 탄생하게 되었습니다. 과학콘서트 포맷을 차용한 세션1부터 UN 및 여러 국제기구와 글로벌 시민정신에 대해 다루었던 세션2, 평창의 미래에 대한 세션3까지 평창포럼 출범의 의미를 담은 광범위한 주제의 회의와 출범식이 진행되어, 참가자들에게 호평을 받고 차기 대회에 대한 기대를 키웠던 성공적인 행사였습니다.

‘평창포럼’을 기획하게 된 계기가 있으실 것 같아요. 지난 2013년, 2014년 진행된 ‘제주포럼’도 큰 주목을 받았는데요. 이렇게 ‘지역’이 주제가 되는 포럼을 만들게 된 ‘시작’이 궁금합니다.

제주포럼의 경우, 제주평화연구원이 아젠다 개발과 상설 사무국 역할을 하며 주도적으로 양질의 콘텐츠를 생산하고 시대적 요구에 대응하고 있기 때문에 국내에서는 지역이 주도한 포럼 중 가장 성공적으로 정착된 모델이 아닌가 생각됩니다. 이렇게 지역이 주도하고 지역이 주제가 되는 포럼들은 보통 시작단계에서 모두 ‘다보스포럼’을 벤치마킹 대상으로 할 것입니다. 다보스 포럼만 보더라도 지역경제활성화·고용창출·지역브랜드가치 상승·인재유입 등 지역에서 성공적인 모델을 만들었을 때 파생되는 이익은 투입 자원 대비

다른 사업들과 비교할 수준을 훨씬 넘어서니 매력적인 정책 표출 수단입니다. 하지만 장기적 관점에서 경쟁력 제고와 브랜드 정체성 구축, 양질의 아젠다와 협력 네트워크 개발을 담당할 전담 연구조직이 없이, 단순 대행 위주 행사로 끝나고자 한다면 여러 이해관계의 상충 속에서 정체성이 모호해지고 행사자체도 표류할 수 밖에 없습니다. 이것이 지역 포럼이 자리를 잡기 어려운 이유이기도 합니다. 포스트 평창 플랜의 큰 축이라 할 수 있는 평창포럼의 성공적인 출범은 도지사님의 확고한 의지와 전폭적인 지원, 촉박한 기획과정에서 저희를 신뢰해주신 강원컨벤션뷰로 관계자분들과 아젠다 개발에 많은 시간을 할애해 주신 조직위원장님의 노력이 있었기에 가능했다고 판단됩니다.

‘평창포럼’은 분명 일반적인 컨퍼런스나 특정 전문 주제의 포럼 등과는 차이점이 있을 것 같습니다. 기획하실 때 특별히 염두에 두신 부분 혹은 다른 행사와는 달리, 어떤 부분에 중점을 두고 진행하셨는지요?

첫째는 시기적인 이유로 ‘평창포럼’이 평창동계올림픽 개최 전 붐업 조성에 일조해야 한다는 것 이었습니다. 위에서 언급했듯이 올림픽에 임박해서는 분위기가 급변하며 남북 간 화해모드가 조성되고 있었기 때문에 올림픽이 긍정적인 역할을 하리라는 기대감이 사회 전반에 퍼져있었고, 그래서 평창 포럼도 그런 기대에 부응하도록 재미있고 좋은 콘텐츠로 채울 수 있도록 노력했습니다. 둘째는 ‘평창포럼’이 평창동계올림픽 이후에도 평창에 기여할 수 있는 요소를 분명히 갖추고 있어야 한다는 것입니다. 말하자면, 평창포럼의 브랜드 가치를 창출해낼 수 있는 콘텐츠를 만들기 위해 장기적인 차원에서의 고민과 노력이 있었지요. 평창이라는 작은 도시가 3번의 도전 끝에 동계올림픽을 유치하여 성공적으로 올림픽을 치러내고, 이후 계속될 2020 도쿄하계올림픽과 2022 북경동계올림픽에 이르는 아시아 릴레이 올림픽의 시작점이 된다는 것은 꽤 매력적인 포인트 입니다. 그래서 평창포럼을 단순히 올림픽 전야행사로 그치는 것이 아니라 강원도의 미래와 다양한 기회를 탐구하고, 지식을 대중화하며, 교육적인 콘텐츠 등을 보유한 지속가능하며 가치 있는 포럼으로 키워나가는 것이 관계자들의 공통된 희망입니다.

열심히 준비하신 만큼 행사성료 후에 많은 것들을 느끼셨을 것 같은데요. ‘제 2의 평창포럼’, ‘제 3의 지역포럼’ 등이 나올 수 있도록 노하우를 공유해주신다면 어떨까요? 어떤 것들을 느끼셨는지, 향후 준비할 때는 어떤 노하우가 필요한지 공유 부탁드립니다!

첫째, 사회적 요구와 제반여건의 성숙에 따른 타이밍을

읽는 것이 중요하고, 둘째, 행사 주최도시가 정확히 무엇을 원하는지에 대해 파악하는 것입니다. 셋째는 수준 높은 컨텐츠겠죠. 그리고 마지막으로 차별화된 아젠다 개발을 담당하는 연구 집단의 존재 유무가 포럼의 장기적 존속에 상당한 영향을 끼치므로, 상설조직의 발족이 중요하다고 다시 한번 강조하고 싶습니다. 해당 년도의 행사만 맡아서 진행한다고 하더라도, 훌륭한 기획자라면 ‘이 행사가 앞으로도 지속적인 경쟁력을 가지려면 어떤 특성을 갖춰야 하는가’를 늘 고민할 것 이라 생각합니다.

이번 호의 주제는 ‘지역특화컨벤션’입니다. 지역과 관련된 행사를 경험해 보셨다면 어떤 행사가 있었고, 대한민국의 지역 MICE산업이 발전하기 위해서는 어떤 제안이 필요한지 현업의 목소리를 부탁드립니다.

여러 프로젝트가 있겠으나 2016년 전주포럼과 2017년 영월포럼을 사례로 말씀드리겠습니다. 전주포럼의 경우, 전주시가 유네스코 음식 창의도시로 지정된 4주년을 기념하여 개최한 포럼으로, “음식창의도시 전주”라는 도시정체성을 바탕으로 도시의 지속가능성에 대해 논의하고 유네스코 창의 도시 간 네트워크 구축을 통해 도시발전의 기반을 확고히 하는데 기여한 성공적인 모델로 평가받았습니다. 영월포럼의 경우, 4회차까지 진행되는 동안 포럼의 정체성과 장기적인 발전방향에 대한 로드맵이 구축되어 있지 않은 상태였습니다. 도시마케팅관점에서 접근하여 단계별 발전 전략을 수립하고 예술가들과의 콜라보레이션을 통해 뮤지엄스테이, 강원유스포럼 등 7개의 신규프로그램을 도입하여 포럼의 다양성과 대중성을 확보한 행사였습니다. 지역 MICE산업이 발전하기 위해서는 지역적 특징(특화)을 고려한 주제와 포맷선택이 선제적이며, 지역 내 참여를 이끌어 내는 것이 반드시 뒷받침 되어야 합니다. 지역발전과 지역민과의 상생이 최우선적으로 고려되어야 일관된 지지와 흔들리지 않는 정체성을 유지할 수 있습니다. 더불어 MICE 관련 업무를 추진할 수 있는 지역 내 전문인력 양성도 중요한 과제입니다. 장기적인 관점에서의 교육, 국제교류 활성화, 인식 확산이 수반되어야 한다고 생각합니다.

추가로 업계에 전하고 싶으신 말씀, 혹은 하고 싶은 말씀이 있으시면 말씀해주세요.

우리 업계가 통역사나 변호사처럼 전문직종으로 인지되고 대우받는 것은 몇몇의 기획자, 소수 기업의 힘으로만 이루어 질 수 없습니다. 업계 모두가 부가가치 향상, 고품질 서비스에 대해 함께 고민하고 실질적인 방안들을 각자 행동으로 옮겨 유럽과 미국 등의 동종업계와 같은 파트너 개념의 전문가로써 독립적인 영역이 구축되기를 기대합니다.



“잘 알아야 한다. 그게 무엇이든, 잘하기 위해서는 대상에 대한 철저한 연구와 탐구가 반드시 필요하다. 공부하고, 도전하고, 찾아내고, 다시 도전하고. 지치지 않는 열정으로 푹푹 뭉친 마이스 토탈 서비스 기업. (주)문화뱅크를 만나보자.”

대구의 MICE는 바로 이곳으로부터 시작된다 MICE 특화 콘텐츠 기획

/ (주)문화뱅크 전종하 대표

대한민국에서 가장 뜨거운 도시. 대구행 KTX에 오르며 문득 든 ‘대구’에 대한 단상은 (주)문화뱅크 전종하 대표(이하 전 대표)를 만나는 순간, 확신이 들었다. 말 한마디 눈빛 하나에 느껴지는 열정. 더할 나위 없이 매순간 뜨거운 도전으로 대구의 MICE 또한 함께 성장한다.

“문화뱅크는 MICE산업과 관련된 모든 것을 한번에 제공하는 업체입니다. MICE산업 토탈 서비스 업체라고 할까요? 기획부터 행사 주최 및 운영, 전시디자인 서비스, 장치업까지 모두 이 안에서 가능하죠. 분야도 다양합니다. 컨벤션 뿐만 아니라 전시회, 이벤트까지 다양한 역할을 하죠. 여러 곳 갈 것 없이 한 회사에서 모두 끝낼 수 있다는 것, 아주 큰 장점입니다.”

대구 지역에서 MICE산업으로 뿌리내리기까지 전 대표 또한 많은 고민과 시행착오를 겪었다. 그 결과, 지역 특화 컨

벤션을 운영할 수 있는 가장 효율적인 방법은 바로 기업 내 많은 역할을 하나로 담는 것이었다.

“처음엔 PEO로 시작했어요. 할 수 있는 역할이 정해져 있다 보니, 다른 업체들과의 원활하지 않은 협업은 늘 걸림돌이었죠. 그래서 사업방향을 바꾸었습니다. 부스 설치, 그래픽 디자인까지 (주)문화뱅크 안에 각 분야 전문가를 모두 두었죠. 직접 챙기는 행사는 아무래도 다릅니다. 고객니즈가 빨리 반영되죠. 우리가 직접 확인하니까 책임감도 남다르고요. 좋은 퀄리티의 행사를 제공할 수 있다는 것만큼 기본일이 또 있을까요.”

시간과 비용 절감뿐만 아니라 인지도와 신뢰도도 충분히 얻게 됐다. 상대적으로 좁은 지역사회에서는 구전효과만큼 중요한 홍보도 없다. 그렇게 대구 행사라면 믿고 맡기는 업체가 됐다. 전시산업의 불모지에 가까웠던 대구를 ‘영어교

육’과 ‘커피’, ‘치킨’의 메카로 만든 것도 팔 할이 전 대표의 역할이었다.

“아마 대구에서 처음 열린 민간주최 행사였을 거예요. 행사를 직접 만들어보고 싶다고 생각했었죠. 그때 문득, 대구는 ‘교육’의 도시라는 슬로건을 갖고 있으니까 ‘영어교육’이라는 콘텐츠를 활용해보면 어떨까 싶었습니다. 행사를 준비하는 기간은 짧지 않았죠. 마침내 행사가 막을 올렸을 때, 하필 대한민국에 영어열풍이 불었어요. 시기가 딱 맞아 떨어진 거죠. 되겠다, 싶었습니다.”

우연도 실력이다. 트렌드를 읽는 안목이 탁월했다. 지역과 관련 있으면서도 대중적인, 지역민이라면 누구나 관심 가질 만한 콘텐츠가 바로 지역 특화컨벤션의 핵심이라고 전 대표는 강조한다. ‘영어교육 박람회’를 통해 영어마을이 생기고, 영어홍보관이 운영되었던 것처럼 지역 산업과 경제에도 좋은 영향을 줄 수 있기 때문이다.

“6회까지 진행했죠. 더 이상은 어려웠습니다. 행사가 성공하자 인근 지역에서 우후죽순으로 유사 전시회들이 생겨났어요. 좋은 콘텐츠는 그 자체로 존중받아야 하지만 현실은 그렇지 못하죠. 안타깝습니다.”

영어교육도시로서의 대구는 끝났지만 전 대표의 손에서 대구는 다시 커피의 도시, 치맥의 지역으로 재탄생했다. 대구 지역민들이 커피와 치킨 토종 브랜드를 애용하고 즐긴다는 점에서 착안, 대중성과 흥미를 이끌낸 대표적인 행사로 바로 “대구커피&카페박람회”와 “대구치맥페스티벌”이다. 문화행사든 전시회든 지역을 구성하는 것들에서 새로운 경쟁력을 찾는 것. 전 대표의 성공 노하우다.

“지역 특성상 저의 아이디어가 지역에 왜 필요한지를 설득하는 과정이 쉽지 않아요. 하지만 신선한 콘텐츠를 활용한 행사는 지역 브랜드를 알리고 많은 사람들이 대구를 찾게하는 원동력이 되죠. 올해 문화뱅크 주최로 8회째 개최하는 “대구커피&카페박람회”와 4회째 개최하는 “대구커피포럼”이 그렇습니다. 타 지역보다 커피 토종 브랜드가 많으며, 인구 대비 카페 수가 가장 많은 대구의 인프라를 적극 활용하여 기획하고 주최하는 행사로서 지역을 대표하는 MICE행사가 되었습니다.

전 세계 커피 전문가들 및 대표 기업들이 전시회와 세미나, 컨퍼런스에 참가하여 비즈니스와 네트워킹을 통해 매년 내실있고 알찬 행사로 거듭나서 대구를 대표하는 행사로



각인된 것이 보람이라고 한다. 또한 금년도에 새롭게 기획하고 론칭하는 행사로서 벌써부터 관심을 받고 있는 “대구 디저트쇼”가 올해 12월에 개최된다.

사업성과 대중성, 그리고 지역의 이야기. 이 세 가지가 어우러질 때 지역을 대표하는 MICE콘텐츠가 탄생한다. 대구의 산업과 문화, 시정 방향까지 매순간 공부하고 고민하는 전 대표는 지역 MICE산업이 지속적으로 성장하기 위해 ‘공익성’을 고려해야 한다고 언급한다.

“반짝 아이템이 아니라 지역을 활성화 하고 도시 브랜드 이미지를 높일 수 있는 그런 콘텐츠로 행사를 기획했으면 좋겠어요. 특히 지역에 특화한 콘텐츠들이라면 더욱 그 지역만의 색깔이 담겨야겠죠. 더 많은 관심과 지원이 필요할 겁니다. 아, 덧붙여 MICE업계 인재들은 정말 못하는 게 없는 만능이죠. 우리 지역 MICE산업의 가치를 높이려면 만능 인재들의 가치도 같이 올라가지 않을까요? 지역으로도 인재들이 많이 찾아오는 날이 곧 올 겁니다. 함께 비전을 그려야죠.”

MICE業의 노하우, 끊임 없는 R&D로 만들어진 브랜드 “디키디키”와 “힐링페어”



(주)이즈월드와이드는 (주)이즈피엠피의 지주회사로 그간의 다양한 이벤트, 전시, 엑스포, 컨벤션 등의 공공프로젝트를 진행해오면서 축적된 노하우와 네트워크를 기반으로 자체 브랜드사업까지 마이스 영역을 확장해가고 있다. 우선, 공공 이벤트·엑스포 등에서 수반되는 가족단위 집객을 위한 콘텐츠를 집대성해서 어린이 놀이터 사업에 진출하는 한편, 젊은 소비자층을 대상으로 하는 컨슈머쇼를 개최하고 있다.

국내 최초 IOT기반의 어린이 놀이터 “디키디키”

2017년에 개관한 국내 최초 IOT 기반 놀이터 ‘디키디키’이다. ‘디키디키’는 디지털키즈, 디자인키즈를 축약하여 만들어졌는데, 디지털시대의 창의적인 어린이를 일컫는 의미를 담고 있다.

서울디자인재단과 손잡고 만들어진 디키디키 1호점은 DDP의 이용율이 낮은 공간을 가족문화공간으로 탈바꿈하여, 4개월 만에 입장객 5만 명을 돌파하며 DDP공간 뿐 아니라 동대문 지역상권을 활성화하는 성과를 나타내고 있다.

어린이 방문객에게 위치기반 IoT기술을 접목한 개인 놀이 리포팅 서비스를 제공하여 개개인의 흥미도와 적성을 발견할 수 있도록 하고 있으며, 이는 4차 산업혁명의 국내 유일의 모델로 평가받고 있다. 그밖에 친환경 에코존, 작가 아틀리에 등 우수한 창의 콘텐츠를 발굴하고 개발하며 지속적으로 새로운 놀이 콘텐츠 창출하고 있다.

‘디키디키’의 큰 특징으로는 ‘살아있는 놀이터’로 운영된다는 것이다. 매일 매일 새로워지는 놀이터로, 다양한 작가들과의 협업프로그램, 지속적으로 변화하는 디지털 콘텐츠, 어린이 프로그램 개발자들의 신규 개발 프로그램 등으로 늘 새로운 놀이터가 만들어지고 있으며, 살아있는

식물을 활용한 생태환경 제공은 물론, 공기정화시스템으로 미세먼지치수가 제로인 ‘숨쉬기 좋은’ 살아있는 놀이터로 제공되고 있다.

‘디키디키’에서는 지속적인 어린이놀이 연구, 개발, 운영을 위해 전문가 네트워크 모임인 ‘놀이 메이커스 포럼’, 놀이 메이커들의 오픈공방 ‘플레이 마켓’ 등의 연계 행사로 이어지고 있으며, 아이들의 감성과 창의력을 키워주는 건강한 놀이문화를 정착하고, 다양한 놀이메이커들이 참여할 수 있는 놀이플랫폼의 사업화를 위해 노력하고 있다.

미세먼지, 층간소음으로 최근 실내놀이터에 대한 필요성이 증대되면서, 지자체·공공기관 및 중국 등 해외 투자자의 디키디키 유치조성 및 벤치마킹을 위한 방문이 이어지고 있다.

‘힐링’을 테마로 한 유일한 전시회- “나를 찾는 여행, 힐링페어”

힐링페어는 ‘체험형 전시회’로서, ‘힐링’을 테마로 하고 있는 국내 유일의 전시회이며 ‘K-라이프스타일’, ‘K-힐링’을 이야기하는 전시회이다. 힐링페어의 프로그램들은, 힐링페어에서는 유기적이며 복합적인 체험형 프로그램으로 운영되지만, 각 프로그램들이 ‘스핀오프’형으로 독립 분화되어 개최될 수 있다는 것이 큰 특징이다. 힐링페어 2018에서 선보인 ‘요가저널라이브 아시아’는 각 지역에서 독립 개최를 요청하는 제안을 받고 있고, 진단과 처방의 체험으로 진행되는 ‘힐링 클리닉’도 각 지자체와 백화점에서 별도 개최 문의를 받고 있다.

[힐링이란 무엇일까?]

누구에게는 수면이 힐링이지만, 다른 이에겐 운동이 힐링이다. 누구에겐 침묵이 힐링이지만, 다른이에겐 수다가 힐링이다. 누구에겐 먹는 것이 힐링이지만, 다른 이에겐 단식이

힐링이다. 나에게서는 어떤 것이 힐링일까? 나에게 맞는 힐링은 무엇일까? ‘나’에게 맞는 ‘힐링’을 찾으려면, ‘나’는 무엇을 할 때 가장 기쁘고, 무엇을 할 때 가장 싫은지, 그리고 지금의 ‘나’는 어떤 상태인지 알아야 현재의 ‘나’를 위한 힐링을 찾을 수 있다. 이렇게 ‘나’를 찾아가는 여행이 바로 ‘힐링페어’이다.

[‘힐링’으로 전시가 될까?]

2017년에 이어 2018년에도 ‘힐링 페어’가 개최되었다. 힐링페어가 2017년에 처음 개최될 때에는 ‘힐링’이 전시가 돼? 라는 의문을 여러 곳에서 제기했지만, 2018 힐링페어에서 훨씬 더 뜨거워진 ‘힐링’의 열기를 찾을 수 있었다.

[전시의 50%이상이 체험프로그램인 전시회]

“힐링페어”에서는 기업 부스뿐 아니라 전시장의 50%이상이 체험프로그램으로 구성되어있다. ‘힐링페어’에서 관람객은 자신에게 맞는 힐링 아이템과 솔루션을 비교 체험하며 나만의 ‘힐링’을 찾게 된다. 통계적으로 전시회에서 사람들이 체류하는 시간은 1시간~1시간 30분 가량인데, ‘힐링페어’의 관람객들은 2시간~2시간 30분 가량을 체류한다. 이는 사람들이 얼마나 ‘나’를 위한 힐링을 목마르게 찾고 있는 지에 대한 반증이 아닐까 한다.

[우리에게 힐링이란?]

수많은 사람들이 더 큰 돈을 벌기 위해 애를 쓰고 있고, 더 많은 사람들이 더 큰 돈을 벌기를 원하는데, 십억, 백억, 천억 이라는 큰 숫자에 맨 앞에 있는 숫자가 0이라면 그 숫자는 아무 의미가 없어진다. 우리에게 ‘건강’이란 모든 숫자의 맨 앞에 있는 숫자와 같다. 현대인에게 ‘힐링’이란 곧 ‘건강’과 직결되는 이야기이고, “힐링페어”는 ‘나’를 건강하게 하고 행복하게 하는 방법을 열어주는 플랫폼이다.

현재, 중국의 협·단체와 기업에서 ‘힐링’ 프로그램 개발과 ‘힐링페어’ 협력 문의를 받고 있으며, 머지않아 중국에 ‘K-힐링’을 선보일 수 있을 것으로 보여진다.



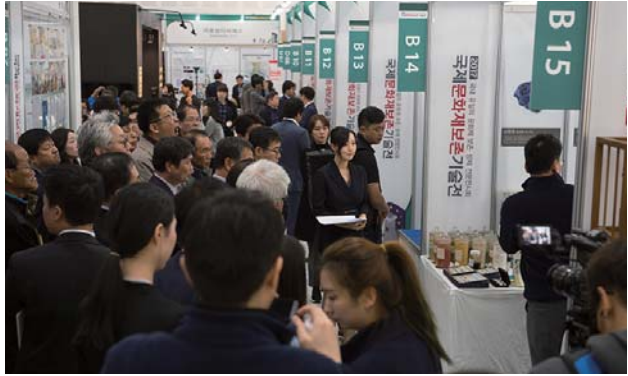


MICE 산업은 지역 성장의 중요한 동력으로, 지역 인지도 제고 및 경제 성장에 기여할 수 있는 효과적인 도시 마케팅의 수단이다. 지역의 특성을 정확히 파악하고, 그에 적합한 브랜드를 발굴해 기획한 MICE 행사는 그 지역에서 사회·경제·문화적으로 긍정적인 파급효과를 가져온다. 따라서 전시주최사, 컨벤션센터는 해당 지역의 주요 산업과 고유 콘텐츠를 활용한 박람회, 전시회를 기획 및 실행해왔다. 이 흐름에 편승하여, 경주화백컨벤션센터(HICO)도 경주의 특성을 반영한 주관전시회 기획에 나섰다. 경주는 도시 전체가 문화재와 박물관이라 해도 과언이 아닐 만큼 문화유산의 보고로 알려져 있다. 이를 바탕으로 HICO는 국내 최초로 문화재 관리 분야 전문 전시회를 기획했다.

경주의 지역특화 MICE - 2017 국제문화재보존기술전

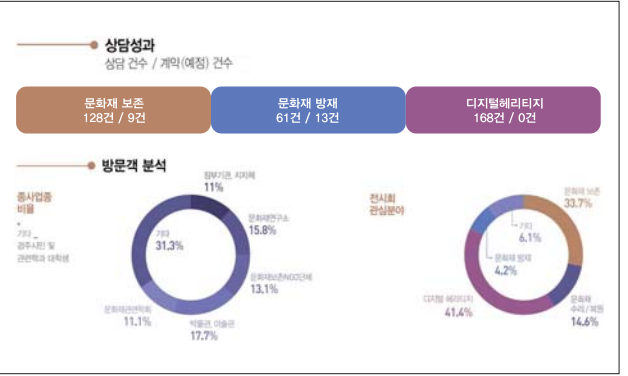


/ 기고자_HICO MICE 사업팀 이성호 팀장



2017 국제문화재보존기술전

2017년 11월 1일부터 3일까지 3일간 HICO에서 개최되었던 2017 국제문화재보존기술전은 경주 특화 콘텐츠인 문화재를 전면에 내세운 전시회로, 문화재 보존·관리·활용 분야의 새로운 비즈니스 플랫폼 구축을 목표로 개최되었다. 특히, 2017년 행사는 제14차 세계유산도시기구 세계총회와 동시 개최되었으며(55개국 1,500여명 방문), 총회 홍보관 18개국 36개 부스, 전시회 참가업체 36개사 54개 부스 등 총 100여개 부스로 운영되었고, 3,000여명의 참가객이 방문했다. 각계 인사가 참석한 개막식, 참가업체와 바이어 간 1:1 비즈니스 미팅인 구매상담회를 함께 진행했으며, 전시회에서는 참가업체들이 업계 종사자들을 대상으로 문화재 관리 분야의 최신 기술과 장비를 선보였다. 행사 마지막 날인 11월 3일 오전에는 문화재청 관계자들과 참가업체가 한 자리에 모여 문화재 분야의 현안을 토의하고, 정책에 대한 의견을 수렴하는 '문화재 정책 워크숍'을 진행했다. 전시회 개최 3일간 참가업체들은 총 20건 이상의 계약과 360여건의 현장상담을 진행하였다. 약 60%의 업체가 전시회에 대해 대체로 만족한다고 답변했으며, 45%는 2019년 행사 참가를 현장에서 확정지었다. 박물관, 문화재연구소, 정부기관, 지자체, 관련 학회 등에서 전시회를 방문했으며, 전체 참관객 중 약 80%가 2017년 행사에 만족하며 2018년 행사 참관 예정이라고 답했다. HICO의 첫 주관전시회



국제문화재보존기술전의 개최는 지역 MICE 산업 성장 및 지역 경제 활성화에 이바지하며, 경쟁력 있는 지속 가능한 전시회의 첫 걸음이라는 호평을 받았다.

2018 국제문화재산업전

국제문화재보존기술전은 더 세분화된 전시 분야(문화재 보존, 문화재 방재, 문화재 수리/복원, 디지털 헤리티지, 박물관)와, 국제문화재산업전이라는 새로운 명칭으로 오는 9월 새롭게 개최된다. 국내 유일의 문화재·박물관 전문전시회라는 국가적인 차원에서 올해부터는 문화재청이 주최하고, 국립문화재연구소와 공동주관하여 컨퍼런스, 포럼 등 다양한 프로그램을 선보일 예정이다. 이외에도, HICO의 두번째 주관전시회이자 경주의 또 다른 특화 콘텐츠인 한옥을 활용한 한옥문화박람회는 오는 10월 초에 첫 개최되며, 한옥 관리·유지 관련 기술 및 장비와, 신한옥에 대한 이슈를 다루며 경주에 자리한 많은 한옥의 올바른 관리 및 발전 방향을 제시할 계획이다.



MICE 행사 보험



MICE 행사 보험이란?

- MICE 행사 보험은 국내에서 개최되는 MICE 행사에 대해 (사)한국MICE협회가 'MICE행사보험사 (한화손해보험)'와 '회원사'를 연계 함으로써 회원사에게 보다 효율적이고 안정적인 행사 보험을 제공해주는 서비스
- MICE 행사 보험을 가입함으로써 행사를 운영하는 과정에서 발행할 수 있는 위험을 관리할 수 있으며, 협회 회원사는 행사에 대한 기본 지식을 가진 보험 담당자와 협의를 통해 보다 신속한 절차로 보험 가입 및 지급이 가능

운영 프로세스



가 입	① MICE 행사 보험 안내	영업배상책임보험(행사배상) 설문서 제공
	② 보험가입 의뢰	설문서 (행사 개요 및 인원내역 등) 이메일 송부
	③ 각 행사별 보험료 안내	선택 가입 담보 및 가입금액에 근거한 행사별 보험료 안내
	④ 보험료 납입 및 계약 확정	각 행사 보험료 납입 후 계약 확정 및 증권전달
보 상	① 사고 접수 및 보험금 청구	사고발생 내역 및 보험금 청구 접수
	② 사고조사 및 보험금 지급	접수 내역에 대한 사고 조사 실시 및 손해액 산정 보험금 지급

혜택 및 상품 내용

보험 가입 혜택	다양한 RISK 담보	스텝 및 참여 고객에 대한 각종 상해 및 주차장배상, 행사취소시의 위험분산, 입출국시 위험(여행자보험) 등		
	손해사정 신속성	MICE 협회 전담 보상직원 및 손해사정인 배정		
	보험료 절감	향후 개별보험의 단체성 보험가입 프로그램 구축으로 할인요소 반영		
상 품 내 용	상품	보험기간	납입	비고
	행사종합보험	행사기간	일시납	관람객 담보
	영업배상책임			관람객 담보
	여행자보험(국내,국외)			국외행사 및 외국인 참여행사
	단체상해			행사 준비요원 담보

가입 방법

영업배상책임보험(행사배상) 설문서를 작성하여 제출 후 계약이 완료되면 MICE 행사 보험 서비스를 받으실 수 있습니다.

- ▶ 가입대상 : MICE 행사 주최 및 운영 기관 또는 단체
- ▶ 제출서류 : 영업배상책임보험(행사배상) 설문서, 사업자등록증 사본 1부
- ▶ 가입방법 : 설문서를 작성하여 제출 후 서류와 함께 이메일(insurance@micekorea.or.kr)로 제출
- ▶ 문 의 : 한국MICE협회 민다미 파트장 (02-6366-0715)

한화손해보험 소개



- 1 신용과 의리를 소중히 여기는 기업**

한화그룹의 정신인 '신용'은 고객에게 지켜야 할 것을 지킬 때 생기는 믿음이며, '의리'는 고객과의 인연을 소중히 여겨 도리를 다하는 것을 의미합니다. 한화손해보험은 고객에게 신용과 의리를 지키는 기업이 되겠습니다.
- 2 사회 공헌에 앞장서는 기업**

2009년 부터 해온 임직원 사회봉사단 운영, 전직원 사회공헌 기금 후원(매칭그랜트). 그리고 안전문화 캠페인과 재난 구호 활동 등 고객과 '함께 멀리'라는 한화손해보험의 고객동반 성장 슬로건을 계속 실천해 나가겠습니다.
- 3 고객서비스 우수기업**

한화손해보험은 국가기관이 주관하는 3대 서비스 품질 인증 (CCM, 콜센터서비스, 한국서비스품질 우수 기업인증)을 모두 획득하였습니다. 앞으로도 고객에게 서비스로 인정받는 기업이 되겠습니다.
- 4 재무 건전성 우수기업**

세계에서 가장 권위있는 AM Best社로부터 재무건전성 A-(Excellent)를 획득하였고 국내 신용평가사로부터 보험금 지급능력 평가 AA-를 획득하였습니다. 한화손해보험은 고객이 안심하고 거래하실 수 있도록 건강한 재무구조로 보답하겠습니다.

사업영역

재산종합, 건설공사, 선박/적하, 배상책임, 단체상해, 해외여행, 사이버, 신종보험 등 기업의 모든 위험 보장

고객과 함께 동반하며 고객의 가치발전에 공헌하는것 한화손해보험의 목적입니다.

“고객 입장에서 위험을 진단하고 최적화된 솔루션을 제공해 드리겠습니다”

사회공헌활동
실천우수기업

고객서비스
품질우수기업

A.M. Best
A-
(Excellent)

MICE 통합 컨시어지 데스크 안내문

MICE CONCIERGE DESK

MICE 통합 컨시어지 데스크?

(사) 한국MICE협회는 MICE 산업 발전이라는 목표 하에, MICE 개최지로서 대한민국의 경쟁력을 높이고, MICE 행사 참가자들의 편의를 도모하고자 MICE 통합 컨시어지 데스크를 운영하고 있습니다.

MICE 산업 및 글로벌 기업들에게는 저렴한 비용으로 최고의 운영 기회를, 참가자 및 방문 외국인에게는 최고의 환대 서비스를 제공합니다.

데스크 주요 효과

- MICE 행사 주관사 및 PCO, 비즈니스 기업 등의 영접 비용 절감
- 데스크 전문 인력이 상주하고 있어 추가 인력 비용 절감, 원활한 행사 운영 및 환대 서비스 지원
- 국내 MICE 행사 참가 외국인 및 비즈니스 관련 방문객 환대 서비스 제공으로 MICE 유치 경쟁력 강화 및 성공적인 비즈니스 효과 기대
- 접근성이 어려운 지역의 교통 및 숙박 정보 제공으로 원활한 참가 안내
- 성수기 기간 동안 개별 데스크 임차 공급 부족 해결

주요 서비스

- 행사 또는 기업소개 리플렛 비치 가능
- PDP 활용하여 행사명 또는 환영 문구 표시
- 접수된 주관단체 요청사항에 맞는 참가자 교통 안내
- 리무진서비스 및 렌터카 예약 정보 안내 지원 서비스
- 행사별 지정된 숙박 관련 정보제공 및 기타 숙박 정보안내
- 행사 참가자 요청에 의한 비즈니스 안내 지원 서비스
- 각 지역 안내 패키지 제공
- 기타 공항 주요 서비스 안내
- 각종 투어 및 쇼핑, 문화공연 안내 지원



데스크 이용 신청서 작성 및 제출

- * 제출처: strategy@micekorea.or.kr
- * 행사 개최일 기준 1달 전~14일 전까지 신청 가능
- * 신청서 양식 한국MICE협회 홈페이지 다운로드

이용 요금 납부 후 사용 확정 안내

- * 납부처: 698537-00-000393 (국민은행)
- * 사용일 기준 7일 전까지 이용 납부
- * 납부 순으로 선착순 사용 확정
- * 기준일까지 미납시 데스크 사용 자동 취소

데스크 이용

사용 완료 후 정리 및 설문 참여

- * 사용한 물품 정리정돈 및 폐기
- * 이용 만족도 설문지 제출

| 운영시간 : 성수기(07:00~21:00)/비수기(09:00~18:00), 연중 무휴

| 장소 : - 인천국제공항 제1여객터미널 도착층 1층 63번 데스크(13번 출입구 부근)
- 인천국제공항 제2여객터미널 도착층 1층 동편 중앙데스크(4번 출입구 부근)



제1여객터미널

제1여객터미널 1층 서편 63번 데스크(13번 출입구 부근)



제2여객터미널

제2여객터미널 1층 동편 중앙데스크(4번 출입구 부근, 파리바게트 맞은편)

| 사용대상 : 협회 회원사 및 인바운드 여행사, 학회 및 협회 주최자, 국내소재 글로벌 대기업 및 국제기구, 기타 MICE 관련기업 등

| 이용대상 : MICE 관련 행사 참가자, 기업 비즈니스 관련 방문자, 기타 VIP 등

| 이용요금 : 행사 별 외국인 참가자 수에 따라 상이함

| 이용방법 : 신청서 작성 후 이메일 접수(strategy@micekorea.or.kr)

| 주요 서비스

- 개최 행사 내용 안내(리플렛, 기업소개 등 홍보 가능)
- 교통 및 숙박, 쇼핑 안내
- 참가자를 위한 대한민국, 각 지역 안내 패키지 제공
- VIP, 일반 기업 비즈니스 관련 방문자 환대 서비스

| 문의 : 인천공항 컨시어지 데스크 (Tel: 032-715-5646)

사전 신청시

- 선착순 접수이며 행사 성격에 따라 복수의 업체가 공간을 공유 할 수 있습니다.
- 신청서 접수 전 유선으로 이용 희망일 가능 여부를 확인하여 주십시오.
- 신청서와 유의사항은 날인하시어 제출하여 주십시오.
- 행사시 사용할 행사 홍보물 및 안내사항은 담당 직원에게 세부 내용을 확인하여 주십시오.
- 부득이하게 현장 파견인력이 있을 시 가능 여부를 담당 직원에게 확인하여 주십시오.
- 현장 파견인력은 데스크 상주 전 행사 정보, 데스크 이용 주의사항 등을 교육 후 업무를 할 수 있도록 해주시고, 복장은 정장 또는 행사 유니폼을 착용하여 주십시오.
- 데스크 연락처(032-715-5646)를 행사 관련 문의번호로 사용 할 수 없습니다.

행사 진행 및 사후

- 데스크 내 컴퓨터 및 물품 이용 시 데스크 담당 직원에게 확인 후 사용하여 주십시오.
- 데스크 공용 PC는 행사 목적에 맞는 용도로만 사용하여 주십시오.
- 물품 보관은 분실 우려가 높아 도와드리지 않습니다.
- 행사 종료 후 행사물품은 꼭 이용업체에서 폐기하여 주십시오.
- 이용 종료 후 이용 결과보고서(설문양식)를 제출하여 주십시오.
- 데스크 직원은 원활한 행사를 위해 도움을 드립니다. 이는 사전 협의된 시간과 업무에 해당하는 것으로 MICE 데스크 고유의 업무를 수행할 수 있는 범위 내이며, 현장요청은 데스크 상황에 따라 진행여부가 확인되오니 참고하여 주십시오.

T. 032-715-5646(컨시어지 데스크) | 02-3476-8325(협회 사무국) | F. 032-743-0329

Email. strategy@micekorea.or.kr | Homepage. www.micekorea.or.kr

“전 세계가 주목했던 1993년 대전엑스포. 그 영광의 시대가 다시 열린다.”



“끝날 때 까지는 분명 끝난 게 아니다. 무려 25년 전. 전 세계의 주목을 받으며 뜨겁게 열광했던 대전엑스포의 불씨가 다시 살아나고 있다. 긴 시간 국민의 기억에서 잊혀졌던, 그러나 영원히 잊을 수 없는 그 영광의 순간이 지금 펼쳐진다.”

대전마케팅공사

/ 대전마케팅공사 최철규 사장



우리나라를 대표하는 교통의 중심. 단연코 대전이다. 전국 어디서나 쉽게 닿을 수 있는 곳. 대전의 지리적 요건은 그 어떤 지역보다 탁월하다. 그래서일까. 지난 1993년. 전 세계가 주목했던 엑스포 또한 대전에서 개최됐다. 넘치는 차량 행렬이 대전엑스포 정문에 줄을 서 입장하던 그 감동적인 모습을 어떻게 잊을 수 있을까.

“대전의 역사는 엑스포와 함께 흘러왔습니다. 벌써 25년이 훌쩍 지났죠. 대전마케팅공사 사장으로 부임해 가장 역점을 두고 있는 부분이 바로 ‘엑스포재창조’ 사업입니다. 93년 대전엑스포는 끝이 났지만 그 역사가 사라지는 것은 아니죠. 지역과 국가를 대표하는 메가 이벤트였으니까요.”

대전마케팅공사 최철규 사장(이하 최 사장)의 목소리에 힘이 묻어 있다. 대덕연구단지, 카이스트뿐만 아니라 특성화 대학 등 많은 교육기관과 연구기관이 대전에 자리한다. 인적 자원과 가능성은 이미 충분하다. 다만 대전엑스포 이후 다소 주춤했던 대전의 도시브랜드 및 마케팅 사업, MICE사업 등 새로운 과제들이 최 사장을 기다리고 있다. 도약의 시점이다.

“2021년이면 대전의 엑스포가 새롭게 탄생합니다. 기존 엑스포 과학공원에 첨단과학문화 복합공간을 조성하는 중이죠. 국제전시컨벤션센터도 들어서게 됩니다. 완공되면 국내 MICE산업에도 큰 도움이 될 것이라 생각합니다. ‘대전’이라는 지역의 특성을 살려 과학 분야에 집중한 국제행사 유치에 기획 중입니다. 대전만의 특화 콘텐츠가 되겠죠.”

대전엑스포가 열렸던 1993년을 기념하기 위해 193m 높이의 새로운 랜드마크도 건설 중이다. 이제 ‘대전’, 하면 떠올릴 한빛탑을 대신할 상징이다. 최 사장의 표정에서 설렘과 기대감이 물씬 느껴진다. 많은 고민과 시행착오 끝에 나온 계획을 망설임 없이 하나씩 실행하고 있다.

“대전마케팅공사 사장으로 부임한지 5개월 정도 됐어요. 할 일이 많죠. 대전엑스포가 과거에서 본 미래를 보여줬다면, 이제 다시 25년 뒤 미래를 그려봐야겠지요. 아직은 대전의 한계보다 미래 가치가 더 많이 보여요. 멋진 곳입니다. 이번 사업이 잘 추진되면 지역 활성화에 기여할 수도 있고, 나아가 대전시에 새로운 활력을 불어넣을 수도 있어요. ‘과학’이라는 대전만의 콘텐츠를 지역 주민과 사회가 더욱 친숙하게 느낄 수 있는 계기도 되겠죠.”

과학뿐만이 아니다. 최근 대전은 새로운 별명 하나를 얻었다. 와인의 도시. 꾸준히 와인행사를 개최한 결과다.

아시아에서 국제 공인을 받은 유일한 와인 품평회, ‘아시아 와인 트로피(Asia Wine Trophy)’를 포함해 매년 ‘대전국제 와인페어’가 대전에서 열린다. 해를 거듭할수록 공신력과 대중성을 더해가고 있다. 행사의 높은 퀄리티는 매해 대전을 짚은 포도 향으로 가득 채운다.

“상당히 좋은 콘텐츠죠. 한빛탑 로고가 붙은 인증마크를 와인에 붙여 유통합니다. 인증 받은 제품이죠. 아, 행사 기간에는 국산 와인뿐만 아니라 와인 문화와 음식 등을 소개하는 프로그램도 준비합니다. 전 연령층이 함께 하는 행사로 자리 잡고 있어요. 특히 공사에서 운영하는 대전MICE서포터즈와 SNS기자단이 많은 역할을 하고 있죠.”

젊은 청년들이 보는 대전의 미래와 바람은 어떤 모습일까. 최 사장은 서포터즈 활동에 기대가 크다. 지난 해, 전국 MICE서포터즈 워크샵에서는 최강의 단결력을 자랑하며 최우수상을 받았다. 대전의 든든한 지원군인 셈이다. 최 사장은 지역에 대한 젊은 세대의 애정이 대전 도시마케팅의 원동력이라고 언급한다. 다양한 시각을 제공하는 SNS기자단 역시 마찬가지다.

“내 · 외국인 및 다양한 직종과 연령층으로 구성했죠. 대전의 행사 소식을 전하면서 동시에 대전만의 특화된 가치를 찾는 역할도 합니다. 지역을 향한 관심과 애정 없이는 할 수 없는 일이지요. 저도 그 노력에 큰 보탬이 되고자 합니다.”

다시금 타오를 대전의 뜨거운 열정이 기대된다. 이제 준비는 끝났다. 더 높이, 멀리 도약하기 위한 우리 모두의 진심 어린 응원이 필요한 시점이다.

“외교부에서 오래 근무했습니다. 다양한 문화와 생각을 접하며 대한민국만큼 역동적인 나라가 또 없구나, 느끼곤 했죠. 열린 마음과 열린 생각으로 넓은 시각을 공유했으면 합니다. 산업과 지역의 발전은 ‘함께’ 할 때 시너지 효과를 낼 수 있어요. 상생하는 방법을 찾아가다보면 더 큰 그림을 같이 그릴 수 있지 않을까요?”





새로운 MICE시장, 태국을 주목하라.

2018 태국전시컨벤션뷰로 홍보로드쇼

/ Ms. Nichapa Yoswee Senior Vice President



“한국인이 사랑하는 관광지 중에 태국을 빼놓을 수 있을까. 화려한 색채와 뜨거운 태양, 친절함 미소 그리고 맛있는 음식. 태국의 첫인상은 다시 찾고 싶은 나라로 기억된다. 그래서일까. 최근 태국을 찾는 한국 MICE관광객이 점점 늘고 있다. 함께 일구어 나갈, MICE산업의 파트너로서 태국이 손을 내밀었다.”



“우리는 동료니까요.” 그 한 마디로 모든 것이 정리된다. 지난 5월 25일, 태국전시컨벤션뷰로(TCEB)가 코엑스 인터컨티넨탈호텔에서 홍보로드쇼를 진행했다. 기대감과 열기로 가득한 현장에서 태국전시컨벤션뷰로 Nichapa Yoswee 부회장을 만났다.

“짧은 만남이라 아쉬워요. 매년 한국에 올 때마다 환대해주셔서 감사합니다. 진행하느라 어려운 점은 전혀 없어요. 워낙 파트너로서 오랜 시간 함께해주신 덕분이죠. 우리는 동료니까요.”

태국에서 열리는 한국 행사와 태국을 방문하는 한국 MICE관광객이 늘수록 한국은 태국 전시컨벤션산업에 있어 중요한 시장이다. 최근에는 ‘태국 4.0’ 정책을 통해 비즈니스 이벤트 산업을 육성하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있다. 차세대 자동차, 스마트 전자뿐만 아니라 의료관광, 미래 식품 등 많은 분야 육성이 포함된다.

“오늘 행사는 앞으로 한국이 태국과 아세안 지역에서 많은 국제행사와 이벤트를 함께 할 수 있도록 알리는 자리예요. 비즈니스 파트너로서 서로를 알아가는 시간이지요. 전시회 인센티브와 컨벤션 지원을 나누어 기획했습니다. 전시회 개최 및 참여, 비즈매칭 등에는 다양한 인센티브를, 또 태국 내에서 비즈니스 행사를 열 경우 행사 홍보나 기획 등을 지원하게 됩니다. 앞으로 더욱 많은 행사가 태국에서 열릴 것 같아요.”

태국과 한국 전시컨벤션산업, 산업 성장을 함께 이끌 파트너로서 서로의 벽을 허무는 것이 홍보로드쇼의 주요 목적이다. 새로운 경쟁력을 찾아 나선 국내 MICE산업은 태국을 거점으로 아시아 시장 진출 기회를, 태국은 국제행사유치 등을 통해 태국 전시컨벤션산업의 새로운 성장 동력을 만든다. Nichapa Yoswee 부회장이 강조한 ‘파트너’임이 틀림없다. 서로의 동반성장을 응원하는, 최고의 동료다.



“태국 전시컨벤션산업의 기반은 한국과 거의 동일한 포맷에서 출발하죠. 물론 어떤 시장을 대상으로 하는가는 조금 다르지만, 최종 목표는 같다고 생각해요. 그래서 공유하고 나눌 수 있는 부분이 더 많죠. 태국 4.0과 함께 앞으로는 더욱 다양한 분야에서 한국과 함께 비즈니스 이벤트를 열 수 있을 거라 기대해요. 산업뿐만 아니라 기관, 기획사, 정부 및 지자체 등 많은 관련 분야들이 함께할 수 있습니다.”

‘협업(collaboration)’의 가치를 다시금 깨닫게 한다. 두 손을 마주 잡아야 더 멀리 함께 나아갈 수 있다. MICE산업이라면 더욱 그렇다. 앞으로 태국과 아시아 지역에 진출을 생각하고 있는 국내 MICE기업이라면 이 협업의 가치를 다시금 새겨보는 것은 어떨까. TCEB은 태국을 방문하는 한국 기업에 다양한 방법으로 지원을 아끼지 않겠다고 강조한다.

“우리는 모두에게 열려 있어요. 특히 한국이라면 더욱 그렇죠. 이 로드쇼를 열 때마다 느끼게 됩니다. 혹시 태국에 와보셨나요? 아직 와보지 않으셨다면 꼭 와보세요. 이미 와보셨더라도 다음번에는 TCEB과 함께 하세요. 태국에서 새로운 비즈니스 기회를 얻을 수 있도록 적극적으로 도움 겁니다. 한국은 저희에게 애정이 가득한 나라죠. 앞으로 어떤 새로운 일들이 펼쳐질까요? 생각만으로도 설렙니다. 태국으로 오세요. 저희는 언제든지 한국 MICE산업을 기다리고 있습니다.”





사람이 모이면 일자리는 생긴다.



/ 서울산업진흥원 일자리본부 정익수 본부장

“축제는 즐겁지만 일회성이고 소비적이다. 박물관은 역사적이지만 현재를 담으려면 오래 기다려야 한다. 박람회는 즐거우며 생산적이고, 역사적이지만 지루하지 않다.”

위 글은 40여년 동안 다양한 국제박람회의 일선 현장에서 기획과 연출 등을 맡아온 일본인 전문가가 펴낸 국제박람회의 역사서, “국제박람회 역사와 일본의 경험”에 나오는 내용이다.

유대인 철학자 발터 벤야민은 '산업-욕구'는 달리 말하면 자본의 욕구이며, 자본주의의 사적 전개과정이라고 표현했다. 요즘 단어로 기업이 정신이 인간의 기본적 욕구라는 말로도 해석된다. 따라서 만국박람회를 조직하고 전시하고

구경하는 일련의 행위들은 바로 자본적 활동이었으며, 욕구를 매개로 한 근대적 프로젝트였다.

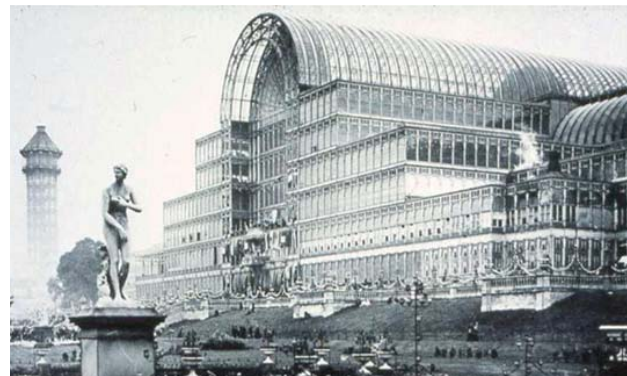
프랑스 혁명으로 기업가 및 중산계층의 보다 자유로운 산업활동이 가능해짐에 따라 1798년 이후 파리에서는 거듭 산업박람회가 열렸다. 그러나 이웃 영국에서 인류역사상 가장 거대한 혁신물결인 산업혁명이 순조롭게 진행되고 있어 프랑스는 이미 산업박람회 개최의 비교우위를 잃고 있었다.

유럽 각국은 앞서 프랑스혁명의 영향으로 오스트리아(1808년), 벨기에(1820년), 독일(1838년)을 필두로 하여 유럽 각국에서 산업박람회가 연이어 개최된다. '산업-욕구'의 뜨거운 열풍이 유럽대륙을 휩쓴 것이다. 물론 유럽대륙이라고 하였을 때, 유럽 내에서도 이른바 '서구'라고 하는 지역적 틀을 벗어나지는 못하였다.

하지만 산업혁명 직후 과거 작지만 비교적 장기지속적으로 이어진 영국박람회의 끈끈한 지속력은 마침내 박람회의 결정판을 만들어냈다. 하이드파크의 수정궁으로 대변되는 런던 만국박람회가 열린 것이다.

열강에 의한 '박람회의 정치학'이 새로운 글로벌 질서 정립을 위한 특별한 형태로 제시되고 있던 절묘한 시점에 산업박람회가 대영제국의 위상을 내외에 과시하는 제전으로 그 모습을 드러내게 된다.

당시 빅토리아 여왕의 남편 앨버트 공은 만국박람회가 개최된다면 외국 생산품이 반드시 포함되어야 한다고 생각했다. 그 결과 32개국이 참여한 1851년의 런던만국박람회가 개최될 수 있었고 세계성을 표방한 만큼 전세계 산업을 한자리에 모았다. 바로 이 전시회에 참석한 많은 세계인들은 영국 산업혁명 결과물들을 보고 부러움과 산업-욕구의 본능으로 전세계에 산업혁명을 전파해 나간 전도사가 된다.



매년 새해가 시작되는 1월초 미국 라스베이거스 소비자가전 박람회(CES)를 필두로 세계적인 전시회들은 전세계 산업계의 '산업-욕구'를 집중 자극한다.

규모가 크건 작건 그 각각의 현장은 160여년 전 런던과 유럽 만국박람회 그 모습 못지않게 세계 여러국가의 대표 기업과 기업인들이 자국기업의 최고상품과 기술을 선보이는 각축장이 된다.

드넓은 전시장에서는 전시회만 열리는 것이 아니다. 수많은 전문 컨퍼런스와 기업인 미팅, 심지어 저녁에는 개최도시 곳곳에서 마음과 방향이 통하는 사람들끼리 밤늦도록 비즈니스 파티가 열린다.

이러한 사람들의 모임과 만남 속에 새로운 아이디어와 사업이 싹트게 되고 그것은 새로운 투자와 일자리로 바로 연결되지 않을 수가 없다. 사람들의 만남과 모임이 국가 성장의 원동력으로 작동하는 것이다.

하지만 이러한 세계 전시회 및 MICE의 현장에서 삼성, LG, 현대, SK 등 세계 최고의 제조기반을 갖추고 있는 대한민국이 차지하는 위상은 너무나도 작다.

우리기업들은 국내 MICE 기반이 너무나도 열악하여 해외로, 해외로만 향하지 않을 수가 없다. 남의나라, 남의도시 잔치에 우리 대한민국이 매우 커다란 후원자가 되고 있는 것이다.

정부와 공공기관들은 여기에 가세해 1960-70년대부터 내세워 왔던 우리나라 제품 해외 수출시장개척이라는 한 방향의 거대한 행렬에 엄청난 혈세를 대고 있다.

이것은 19세기 세계를 경영한 영국왕실, 앨버트공이 주장한 외국생산품의 국내전시 유치방향, 즉 건전한 안방 세계 시장 조성의 중요한 가치를 간과하고 있다.

물론 세계 유수도시의 MICE 현장에서 우리 기업들이 각축을 벌여 끊임없이 새로운 창익과 아이디어, 먹거리 및 거래선을 발굴해오는 것은 매우 중요하다.

하지만 요즘같이 일자리부족 시기에 매우 아쉬운 것은 바로 안방 대한민국에서 그러한 세계도시들과 어깨를 견줄 수 있는 전시, 회의시설 등 MICE 하드웨어와 인재, 개최 노하우 등 MICE 소프트웨어가 어우러져 만들어 질 고급 일자리, 특히 청년일 자리를 놓치고 있다는 것이다.



이는 미국 트럼프 대통령이 미국내 일자리를 만들기 위해 기업 사업장 등의 미국 복귀, '리쇼어링'을 강하게 드라이브하고 무역전쟁까지 불사하는 이유이기도 하다.

kotra 유사조직인 홍콩의 HKTDC(무역발전국)는 자국 중소기업 해외판로지원을 홍콩전시회를 세일즈하는 도시 마케팅 방식으로 한다. 즉 우리나라처럼 사절단, 전시단을 꾸려 남의 도시 전시회 등에의 참가경비를 지원하는 비중 보다는 자국 홍콩전시회에 유료로 참가하는 외국기업인들을 유치 하는데 대부분의 역량을 집중한다.

싱가포르 정부와 공공기관은 이미 오래전부터 영국 앨버트 공이 하던대로 전시회와 MICE를 활용하여 자국내 세계장터를 조성해놓고 우리나라를 비롯한 외국기업들에게 행사 참가비를 받으며 확실한 국내 일자리를 만들어 내고 있다.

2차대전후 독일 군수격납고 등을 MICE시설로 재활용하는데 집중된 마샬플랜, 중국내 지방정부간 전시장-MICE 유치전쟁, 일본 전시회에서 쉽게 볼 수 있는 해외벤더-소상공인 상생생태계 등 더 앞서가고 있는 여러 MICE 강국들의 사례까지는 언급할 필요도 없을 것이다.

우리는 지금이라도 서둘러 세계 MICE의 역사와 선진국들의 전략을 되돌아 보고 정부 곳곳에서 남의 나라와 도시로 향하는 수출지원 예산의 1/4만이라도 우리나라 안방 MICE 활성화에 투자한다면 그 혈세는 대한민국 청년들의 진취적 세계일자리를 대량으로 만들 수 있는 확실한 뉴딜 역할을 하게 될 것이다.

한국MICE협회 고충처리위원회



지속가능 MICE산업을 위한 소통 플랫폼, (사)한국MICE협회 고충처리위원회

한국은 2016년 국제회의 총 997건을 개최하여 국제협회연합(UIA) 집계 기준 세계 국제회의 개최 건수 1위를 달성함은 물론, 2017년 기준 한국을 방문한 외래관광객 수가 전년 대비 30% 증가한 1724만 명으로 사상 최대 규모 및 증가율을 기록하였다. 한국 MICE산업의 규모가 눈에 띄게 성장하였음을 보여주는 수치이다. MICE 참가자의 1인당 평균 소비액은 일반 관광객 3.1배, 체류 기간은 1.4배에 달하는데, 이로 발생하는 경제유발 효과 및 지역경제 활성화의 파급효과를 기대하며 전국 지자체는 MICE산업 육성에 나서며 적극적인 MICE 유치 활동을 펼치고 있다.

정부 주도의 산업육성 정책아래 MICE산업은 단기간에 가파른 양적성장을 이루었으나 그 과정에서 여러 문제점이 수면위로 떠올랐다. 국제행사 유치를 위한 지역 간 과열경쟁, 저가입찰로 인한 기업 간의 출혈경쟁, 관행처럼 이어지는 사후원가정산 등이 그 예이다. 특히 총액확정 계약을 체결하고도 발주기관에서 사후원가정산을 요구함으로써 업체가 비용적인 손해를 떠안는 경우가 빈번히 일어나고 있다. 불공정거래 관행 개선을 위해 정부차원에서의 움직임이 이어지는 가운데, 업계에서 발생하는 애로사항을 수렴하고 권익을 보호하기 위한 소통 플랫폼이 필요한 시점이다.

한국MICE협회(회장 김응수)는 MICE산업을 구성하고 있는 다양한 분야의 회원사와 함께 MICE산업 생태계 구축을 위한 업계 의견 수렴 및 조정의 역할을 수행하고 있다. 보다 실질적이고 적극적인 지원을 위해 지난 2017년 5월 고충처리위원회(Solution Committee)를 발족하였다. 고충처리위원회는 위원장(이오컨벤스 오성한 대표)과 업계 분야별 7명의 위원 및 4명의 전문위원(노무/회계/법무/세무)으로 구성되어 불공정거래 및 부당경쟁 등 사업상 어려움에 처한 회원사의 문제해결을 위해 활동한다.

고충이 접수되면 고충처리위원회는 안건에 따라 위원회를 개최한다. 관련 분야의 전문위원과 함께 의견 수렴, 설문조사 시행 등 문제해결 방안을 논의한다. 위원회가 구성된 이후 다양한 분야에서 고충이 접수되었으며, 접수내용에 따른 후속조치가 이루어져, 회원사의 문제해결에 많은 기여를 하였다.

| 실제 접수사례

구분	접수사례	진행 내용
1	주최측의 일방적인 행사 대행 계약 파기로 인한 피해	▷ 사실여부 및 조치여부 확인 요청(공문발송) ▷ 솔루션 회의 개최 (주최측의 일방적 계약파기에 따른 피해보상방법 논의) ▷ 단계별 대응 진행(회원사) ▷ 합의 도출을 위한 협의 진행, 합의서 작성 ▷ 주최측-대행사 최종 합의
2	국제행사 대행사 민사소송에 대한 민사소송취하 민원제기	▷ 민원제기 접수 건에 따른 조치 요청(공문발송)
3	부가세 영세율 미적용으로 인한 손해 문의	▷ 협회 회계부분 전문위원 자문 진행
4	마이스업계 생태계를 고갈시키는 초저가 입찰행위 근절 대책 마련 요청	▷ 솔루션 회의 개최 ▷ 회원사 설문조사 진행
5	MICE산업 생태계 조성을 위한 방안 요청	▷ 지속가능한 MICE업계 생태계 조성을 위한 제언(공문발송)
6	업무협약서의 공정성에 대한 법적 자문 요청	▷ 자문 답변서 회신 완료(공문) ▷ 양측의 원만한 합의 도출
7	정부기관 수의계약 입찰과정 민원제기	▷ 민원제기 접수에 따른 사실확인 요청(공문발송)
8	저작권 관련 사업상 애로사항 제기	▷ 민원제기 접수에 따른 해결방안 검토 중

이와 같이 사업 운영상 발생하는 다양한 애로사항 가운데, 자체적인 해결이 어려운 경우 협회 고충처리위원회에 문의를 통하여 도움을 받을 수 있다. 도움이 필요한 회원사는 아래의 절차를 통해 신청 접수 가능하다.

| 접수방법

접수신청서 및 공문 작성	신청서 제출	민원 조사 및 심의	솔루션 전달
협회 홈페이지 공지사항 -> 고충처리접수 신청서 다운로드 및 작성 (피해사례 첨부)	1) 고충처리접수 신청서 2) 접수요청 공문 (수신처: (사)한국MICE협회 고충처리위원회) 접수처: kma@micekorea.or.kr	사실관계 조사 및 솔루션 회의 개최	피드백 전달 및 후속조치



- 권역별 MICE 간담회를 통해 지방의 마이스 산업 실태 파악
- 협회 차원에서 마이스 업계가 겪고 있는 애로사항과 건의 사항 등을 직접 듣고 소통하는 자리 마련

○ 한국MICE협회(회장 김응수)는 2018년 6월 5일(화) 대전컨벤션센터에서 '권역별 MICE 간담회(충청·전라·제주권)'를 개최하였다. 이번 권역별 간담회는 국내 유일의 전국 단위 MICE 단체인 협회가 MICE 업계의 소통 창구로서 지역의 애로사항을 파악하기 위해 마련된 자리이다.

○ 본 간담회는 충청, 전라, 제주 지역의 협회 회원사 및 업계 관계자가 참석한 가운데 진행되었으며, 한국MICE협회 김응수 회장, 한국관광공사 대전충남지사 진수남 지사장을 비롯하여, 한국철도공사, 코레일관광개발, 대전마케팅공사, 제주컨벤션뷰로, 여주시청, 지역 PCO와 리조트 등 실무책임자들이 참석하였다.

○ 논의된 이슈들은 주로 지역 업계의 애로사항으로 권역별 간담회 개최의 필요성과 중요성에 대해서 다시금 실감할 수 있었다.

- 주요 이슈들을 요약하자면, 협회에서 시행하고 있는 마이스 재직자 교육에 대한 지방 회원사들의 수요가 많아 향후에는 지방에서 권역별 개최, 혹은 단기간 교육을 자주 시행할 수 있도록 개선해달라는 의견이 많았음
- 또한, PCO 업계 차원에서 지속적으로 문제가 되고 있는 원가 정산의 불합리함과 입찰 제안서에 대한 보전 등의 문제를 협회 차원에서 개선해 달라는 요구가 있었음
- 제주 지역에서는 다국적제약회사의 한국지부인 한국다국적의약품협회(KRPIA)가 보건의료전문가와 제약사간의 윤리성을 제고하고자 마련한 가이드라인에 따라 호화 사치성 6성급호텔이나 오락, 유흥시설이 밀집된 리조트 등에서 제품설명회를 할 수 없게 한 본래의 취지를 벗어나 '리조트'에 대한 지극히 자의적인 해석으로 의학 행사 개최가 과도하게 제한되고 있는 부분에 대해 협회차원의 대응을 요구하였음
- 대전에서는 인천공항과 지방도시간 KTX 연결이 제한되는 부분을 언급하며 지속적으로 해당 노선을 운행할 수 있도록 협의를 요청하였음
- 여주시청 등 지방자치단체에서는 정부의 마이스 관련 통계가 현실성이 떨어지는 부분이 있어, 행사 지원에 대한 적정 기준을 마련하기 어려우므로 이에 대한 개선을 요구하였고, 특히나 기초 지자체에서는 마이스 전담기구나 조직을 설립하거나 컨벤션시설을 도입하는데 따른 어려움이

많은 만큼 주무부처인 문화체육관광부의 가이드라인을 철저히 요구하였음

- 한국관광공사에서도 지역마이스 활성화를 위한 보다 적극적인 지원을 약속하였고, 한국철도공사에서도 마이스행사 참가자를 위한 KTX할인정책과 연계 프로그램을 다각도로 검토하여 시행하겠다고 하였음

○ 협회는 본 간담회를 통해 수렴된 의견들을 협회 차원에서 적극적으로 검토하여 해결 방안을 모색하고, 정부, 국회, 공사 등 유관기관과 협력하며 업계의 의견을 지속적으로 전달할 것이라고 밝혔다.

○ 또한 협회는 오는 6월 8일(금) 부산항국제전시컨벤션센터에서 부산, 대구, 경북, 경남 지역의 회원사 및 업계 관계자들을 모시고 '권역별 MICE 간담회(경상권)'를 개최할 예정이다.



NEWS BRIEFING



'Asia Pacific MICE Business Festival 2018' (아·태 마이스 비즈니스 페스티벌) 성료

사단법인 한국MICE협회(회장 김응수)와 인천광역시(유정복 시장)가 공동 주최하고, 협회와 인천관광공사(채흥기 사장)가 공동 주관하는 'Asia Pacific MICE Business Festival 2018/아태 마이스 비즈니스 페스티벌(이하 마페2018)'이 지난 3월 17일(토) 유니크 투어를 끝으로 성공적으로 마무리되었다.

이번 마페2018은 기존 국내 MICE 중심으로 개최되던 한국 마이스연례총회를 확대하여 아·태 지역 MICE 협·단체들의 참여를 유도하였고, 개막식과 기조강연을 비롯한 공식행사, 전시마켓, 비즈니스 상담회, 국제세션과 MICE를 주제로 한 교육세션, 네트워킹 리셉션 등 다양한 프로그램을 통해 MICE 산업 발전방향을 모색하고 보다 실질적인 '교류'와 '비즈니스'에 초점을 두어 진행되었다.

또한 4차 산업혁명시대의 새로운 비즈니스 모델로서 MICE 산업의 '플랫폼'에 대한 역할과 담겨질 콘텐츠를 주제로 향후 MICE 산업의 방향성을 제시하였고, 이외에도 다양한 산업과의 융복합화를 통해 MICE 산업에 새로운 도약의 발판을 마련하였다.

이번 행사는 호주, 싱가포르, 태국, 말레이시아, 일본, 중국 등 총 6개국의 해외 참가자가 참여하였으며 국내외 바이어 약 30곳과 셀러 약 80곳이 참여하여 약 400여건의 상담이 진행되었다. 또한 110여개 부스가 참여하여 MICE서비스, ICT 시스템, 유니크메뉴, 특산물 등 다양한 콘텐츠를 선보였다.



제14회 한국MICE아카데미 1차 교육'성료

(사)한국MICE협회(회장 김응수)가 주최·주관하는 '제14회 한국MICE아카데미 1차 교육'이 성황리에 종료되었다. 이번 교육은 5월 중 평일 저녁시간 및 주말을 활용한 과정으로 9일간(31시간) 한림국제대학원대학교 및 코엑스에서 진행되었으며, MICE산업 진출을 희망하는 대학생 및 취업준비생 37명이 수료하였다.

한국MICE아카데미는 MICE업계 진출을 희망하는 대학교 재학생 및 졸업생, 취업준비생, 경력단절 여성 등 MICE산업 입문자를 대상으로 MICE산업 구조 및 업계 분야별 실무이해를 위해 진행되는 MICE 전문교육이다. 특히 이번 교육에서는 기존 방학기간에 개설된 과정을 학기 중에 추가 개설함으로써 평일 저녁 및 주말을 활용한 MICE 핵심교육 선보인 것이 특징이다.

업계 실무자를 강사진으로 구성하여 MICE산업 현황 및 동향, 업계 분야별 실무 이해를 위한 교육이 진행되었으며, 교육생과 실무자 간 네트워크 형성 기회(멘토링세션)을 통해 MICE업계 진출을 위한 진로설정 및 실무이해를 위한 시간을 가졌다.

한편, 향후 한국MICE아카데미 2차, 3차 교육은 대학교 방학 기간(8월, 19년 1월 예정)에 10일 과정(60시간)으로, MICE 교육뿐만 아니라 취업역량강화교육, 팀프로젝트, 인터뷰세션(면접) 프로그램이 추가되어 진행될 예정이다.

향후 '한국MICE아카데미' 개최 일정 및 자세한 내용은 www.miceacademy.net에서 확인할 수 있다.

NEWS BRIEFING



(사)한국MICE협회, Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers와의 업무협약(MOU) 통해 말레이시아와의 교류협력 확대

- (사)한국MICE협회와 Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers 간 MICE 활성화 업무협약 체결
- 양국 간 MICE를 통한 교류 확대 및 MICE 산업 공동 발전 도모

사단법인 한국MICE협회(회장 김응수)는 2018년 5월 14일(월) 오후 5시 말레이시아 쿠알라룸푸르에 위치하고 있는 Kuala Lumpur Convention Centre에서 Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers(회장 Dato' Vincent Lim)과 업무협약을 체결하였다.

본 협약은 양국의 MICE산업 성장 및 국가 경제 발전을 위한 국제 친선 및 협력강화를 양협회가 주도하여 추진함이 주 목적이다. 각 협회의 회원사 정보 공유와 교육프로그램 및 강사 교환 등에 대한 실질적인 상호교류 내용의 논의와 Asia Pacific MICE Business Festival 참석 등 각 협회 주최의 행사에 주기적인 교환방문도 하기로 하였다.

또한 아시아 태평양 청년들을 위한 교육 및 교류 프로그램을 아시아 MICE관련 협회들이 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 협조체계 구축이 기대된다.

* Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers: 1990년에 조직된 민간 조직으로 호텔, DMC, PCO/ PEO, 컨벤션센터, MICE 서비스 제공업체 등 130여 개의 회원사로 구성된 협회.



서울시 관광전담기구 서울관광재단 출범

지난 5월 1일 서울관광재단이 새롭게 출범하였다.

서울시 산하 출연기관인 서울관광재단은 기존 「서울관광 마케팅 주식회사」에서 공공성, 전문성, 책임성을 강화한 관광 전담기구이다.

서울관광재단 초대 대표이사 이재성 대표는 관광분야의 풍부한 실무경험과 전문성, 조직에 대한 깊은 이해와 리더십, 글로벌 감각 등을 갖춘 적임자로 판단되어 선임되었다. 또한 한국관광공사에서 33년간 부사장직과 4개 모든 본부장직을 두루 역임한 관광분야 전문가로 알려져 있다.

향후 관광산업 진흥이라는 공익적 기능을 가지고, 급변하는 관광환경에 능동적으로 대응하여 서울 관광산업의 지속적 성장과 서울시 경제 발전을 견인할 것으로 기대된다.

경기 MICE 취업스쿨

2018




**경기인을 위한
MICE 직무 교육부터 인턴십까지!
MICE를 알고싶은 경기인 모여라!**

과정 소개

청년 MICE 직무과정

- 일정: 2018. 7. 9.(월) - 20(금)
- 장소: 가천대학교 글로벌캠퍼스 강의실
- 교육대상: 경기도 거주 대학생 및 취업준비생 40명
(‘경기도 일하는 청년통장’ 대상자 지원 불가)

MICE 재취업 교육과정

- 일정: 2018. 8. 20.(월) - 31(금)
- 장소: 가천대학교 글로벌캠퍼스 강의실
- 교육대상: 경기도 거주 MICE 분야 재취업 희망자 40명

교육 내용

- MICE산업 분야별 이해 및 실무교육
- 업계 실무자의 생생한 멘토링
- MICE 업계 취업 프로그램
 - 자기소개서 작성, 면접 전략, 커뮤니케이션 등 취업 특강
 - MICE 기업 채용정보 공유의 장, 채용설명회 및 인터뷰세션
 - 교육 종료 후 MICE 기업 인턴십 프로그램 지원
(최소 1개월 최대 2개월 인턴십 지원금 지급)
- MICE 현장 경험을 위한 메뉴 및 행사 견학 연계

참가 안내

- 교육비: 무료 (교육기간 중 숙식 제공 사항 없음)
- 신청방법: 홈페이지에서 참가신청서 다운로드 및 이메일 제출
- 모집기간
 - 청년 MICE 직무과정: ~6.21.(목)
 - MICE 재취업 교육과정: ~8.9.(목)
- 선발전형: 서류전형
- 접수처: gmiceschool@gmail.com
- 홈페이지: www.gmiceschool.com





경기 MICE 취업스쿨 사무국

Tel. 02-3476-8327

Email. gmiceschool@gmail.com

(04637) 서울특별시 중구 퇴계로 18 대우재단빌딩 15층



경기인을 위한 MICE 직무 교육부터 인턴십까지!
2018 경기 MICE 취업 스쿨

MICE산업의 양적 성장과 대중화로 다양한 연령층의 MICE산업에 대한 관심은 높아졌으나 업계 지식 및 취업 정보 부족으로 적극적인 업계 진출에 어려움이 있다. 반면 MICE업계는 신규 및 경력 채용 구인난을 겪고 있으며 업계 종사자 수는 지속적으로 감소하는 추세이다.

이러한 MICE산업 일자리 문제해결을 위해 사단법인 한국MICE협회는 인력양성 사업의 일환으로 입문자 대상 ‘한국MICE아카데미’, 재직자 대상 ‘MICE업계 신입사원 OJT 교육’, ‘MICE 중견관리자 양성과정’ 사업을 운영하고 있다.

2018년 상반기 한국MICE협회는 경기관광공사와 협력 사업으로 다가오는 7월~8월, 경기도 거주 대학생 및 재취업 희망자를 대상으로 한 ‘2018 경기 MICE 취업 스쿨’을 개최한다.

경기 MICE 취업 스쿨은 경기도 청년 대상 ‘청년 MICE 직무과정’, 경력단절여성, 조기퇴직자, 재취업 희망자 대상 ‘MICE 재취업 교육과정’으로 대상을 분리하여 가천대학교 글로벌캠퍼스에서 진행될 예정이다.

프로그램은 MICE산업에 대한 기본 이해, 분야별 실무 교육, 취업연계 교육(실무자 멘토링, 자기소개서 작성 및 면접 교육, 채용설명회 및 인터뷰세션), MICE 현장견학 등 체계적이고 다양하게 구성하였으며, 교육 뿐 아니라 참가자

의 실무 경험 확대를 위해 MICE 기업 인턴십 과정을 연계 실시하여 최대 2개월간 지원할 예정이다.

첫 번째 시행되는 과정은 경기도 거주 대학생 및 취업준비생 대상 ‘청년 MICE 직무과정’이며(7/9~20) 참가신청은 6월 21일(목)까지 온라인 접수 가능하다. 프로그램 참가 및 세부 안내는 경기 MICE 취업 스쿨 홈페이지를 통해 확인할 수 있다. MICE산업에 관심이 있고 업계 진출을 희망하는 경기도 청년들의 많은 참가를 기대한다.

*경기 MICE 취업 스쿨 홈페이지 www.gmiceschool.com





주 제	평화, 통일 그리고 섬	시 상 식	2018년 8월 25일(토) 17:00 교동제비집
출품기간	2018년 7월 1일(일)부터 7월 20일(금)자정 까지	총 상 금	1,000만원 (대상 1팀, 최우수상 2팀, 우수상 3팀, 특별상 2팀)
부 문	일반부, 중·고등부	출품형식	2분 6초 의 HD 동영상 (해상도 1280x720 px 이상, 파일형태: wmv, avi, mp4) ※교동도와 황해도연백 간 최단거리 2.6km 의미
출품방법	참가 신청서는 이메일 제출, 영상파일은 공식 홈페이지에 온라인 제출 (신청서와 영상의 팀명 혹은 작품명이 동일해야 함)	문 의	강화섬영화제 사무국 Tel. 02-3476-8326 Email. korea_mice@naver.com
홈페이지	1) QR코드 스캔하여 접속 2) www.ghpeace.com 통해 접속		

| 주치 / 주관 |  강화군  kt  MICE Association 한국MICE협회

강화군은 2,500만 인구의 수도권에 위치하고 있으며, 131개의 문화재가 있는 역사·문화 도시로 수려한 자연경관과 휴양자원을 보유하고 있으며, 특히 강화군의 부속 섬인 교동도는 북한과의 접경지역으로 남북 평화의 의미를 가진 지역이다. 특히나 문화체육관광부가 지정하는 ‘2018년도 올해의 관광도시’로 강화군이 선정됨에 따라 강화군은 군의 독특한 관광자원을 적극 활용하여 매력적인 관광지로 육성할 아이템이 필요했다. 이에 지역적 특색과 평화와 통일의 섬이라는 컨셉을 가진 교동도에서 ‘2018 강화 섬 영화제’를 최초로 개최함으로써 영화제 출품작을 통한 ‘강화’와 ‘교동도’를 소개하는 콘텐츠로 활용 가능 하게 된 것이다. 통일의 마중물이자 미래 통일한국의 동북아 관문이 될 교동도의 숨은 가치를 높여 올해의 ‘강화 섬 영화제’를 시작으로 우리나라의 대표적인 ‘평화, 통일, 그리고 섬’이라는 강화군과 교동도의 지속 가능한 브랜드를 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

강화군과 교동도의 지속 가능한 관광 브랜드와 영화제를 포럼과 패널토론 등 MICE 플랫폼을 활용하여 구성함으로써



관광 콘텐츠 및 평화·통일 전문가와 지역주민, 영화 출품 학생 등의 의견이 ‘평화, 통일, 그리고 섬’이라는 본 영화제의 주제 아래에서 진행될 예정이다. 주최측은 남북 평화의 의미를 강조하기 위하여 통일부를 비롯한 독일의 아덴하우어재단 등 통일과 관련된 기관과 협력하여 세션을 구성하며 전문 영화관계자들의 협조를 받아 영화제의 본선 출품작 멘토링과 심사를 진행함으로써 품격 높은 영화제로 기획 하고자 한다.

오후에 진행되는 포럼 및 패널토론 전에는 참가자들을 대상으로 교동투어도 진행된다. 참가자들은 교동도 곳곳에 구축되어있는 KT워치와 비콘을 사용한 평화스탬프가 설치된 ‘자전거 평화나들길’ 등 KT의 ICT솔루션을 직접 체험해 볼 수 있다. 또한 영화제의 메인 행사장인 ‘교동제비집’은 2016년 KT의 ‘기가아일랜드’ 사업 대상으로 교동도가 선정됨에 따라 설립된 ICT기반 교동홍보 관광플랫폼으로써, 행사 중 지역주민 및 모든 참가자가 함께 즐길 수 있는 강화군 특화 체험 부스도 부대행사로 운영될 예정이다.





MICE 실무자 해외파견 연수지원 후기

/ 코엑스 이선영 매니저

- ▷ 파견국가: 인도네시아 자카르타
- ▷ 파견기관: PT. Jakarta International Expo
- ▷ 근무기간: 2017. 11. 29~2018. 1.26

파견국가 MICE 산업 관련 정보 및 특징

[국가개요]

- 면적 약 190km² 의 면적(남한기준 약 20배),
- 인구: 2억6천만명 (세계 4회, 한국의 약 5배)/거대 내수시장보유
- 종교: 이슬람교 87%, 개신교6%, 기타종교 7%
- 인구의 대다수가 무슬림이나, 종교의 자유가 보장되어있음. 때문에 전시회 및 이벤트시에도 종교관련 제약 없이 다양한 행사 진행가능

[MICE 사업특징 및 현황]

- 인도네시아의 MICE 사업은 주로 관광사업위주로 이루어져 왔으나, 경제발전 수준이 높아짐에 따라 최근 몇 년간 국가차원의 국제회의 및 전시회, 학술대회를 늘려가고 있다. 특히 현 정부는 사회간접자본 투자와 함께 MICE사업에 큰 투자를 하고 있어, 총 16개 도시를 선정하여 MICE 산업 집중 육성도시로 발전시키고 있으며, 전시컨벤션 전문 기관(INACEB: Indonesian Convention & Exhibition Bureau)을 신설하여 MICE사업 활성화에 힘쓰고 있음
- INACEB에서는 전시 컨벤션, MICE 분야의 규모확장을 위해 국고보조 지원과 더불어 전문 인력을 위한 인재육성프로그램을 운영 중에 있음 (2017년도, 인도네시아가 MICE 종사자수 세계1위)
- 아직까지 인도네시아의 MICE사업은 대부분이 관광 및 인센티브, 호텔에서 개최되는 소규모 컨벤션 및 이벤트가 주가 되고 있음. 그러나 인도네시아 경제력 상승 및 거대내수시장에 매력을 느낀 해외주최자의 진출, 기존 전시의 대형화 등으로 점차 전시회의 국제화 및 대규모화가 진행 중에 있음.
- 수도인 자카르타의 경우, JIEXPO(케마요란지역)와 ICE(탄크란 지역), JCC(시내중심가)의 3개의 전시컨벤션센터가 있으며, 이중 JIEXPO와 ICE는 센터 확장을 위한 공사를 진행 중에 있음.
- 2018년의 경우 아시안게임, IMF&World BANK연례회의 등 대규모 국제행사가 계획되어있어 인도네시아 정부는 금년을 기준으로

로 국가의 위상 및 MICE사업을 한 단계 더 도약시키려는 목표를 가지고 있음.

□ 파견기관 (현황, 업종, 업무환경 등)

- JIEXPO는 인도네시아의 대기업인 Central Cipta Murdaya group (이하 CCM)이 설립한 자회사로서 2010년 완공되었음
- CCM은 제조, 유통, 무역, 호텔, 자원개발등 다양한 사업분야에 진출하고 있는 대기업
- JIEXPO 운영 이전에는 Gambir Expo라는 이름으로 쇼핑몰과 소규모회의실을 갖춘 이벤트시설을 운영
- JIEXPO는 4개의 전시홀(Indoor: 4만sqm)과 야외전시공간(총 6만sqm) 을 보유하고있음. 현재 3만sq에 달하는 신규 컨벤션센터(공연장/회의실/연회장)를 신축 중에 있으며 금년 7월 오픈 예정 임
- 장기계획으로는 전시장을 중심으로한 케마요란지역에 신규호텔 및 대형쇼핑몰, 주거공간까지 개발하는 계획을 수립중에 있음
- 전시장 대관 및 관리, 전시장치사업, 가구비품임대서비스, 전시회개최(자카르타페어), 연회서비스(F&B), Flower 케이터링서비스 등 전시개최와 관련된 모든 분야의 서비스를 제공하고 있음

□ 연수 참여 목적 및 필요성

저는 전시컨벤션 회사에 12년째 재직 중이며, 회사에서 해외마케팅 및 해외전시 업무를 담당하고 있습니다. 특히 주로 베트남지역에서의 전시운영 및 동남아시아의 국가관 사업을 진행하고 있습니다. 동남아시아에서의 마케팅 및 베트남지역에서의 전시개최담당을 진행하며 참여하는 많은 한국기업 및 정부기관들이 동남아시아에서 베트남과 함께 다음으로 많은 관심을 가지고 있는 국가가 인도네시아라는 점을 알게 되었습니다. 풍부한 인적자원 및 내수시장을 보유하고 있으며, 아직까지 해외기업의 진출이나 활발하지 않아 국내 중소기업의 POST 베트남 시장으로 진출할 만한 곳이라는 점에서 매력을 느꼈습니다. 또한 이미 전시사업이 충분히 성장된 태국, 싱가포르를 달리 아직 전시사업이 성장단계에 있으므로 국내 주최자에게는 매우 기회가 많을 것으로 여겨졌습니다. 종교적인 부분에 있어서도 이슬람교를 국교로 한 말레이시아와는 달리 종교의 자유를 보장하고 있으며, 상대종교를 비방하지 않는 한 표현의 자유를 인정하고 있어 전시아이템 선정에 있어서도 보다 제약이 적다고 느꼈습니다.

다만 아직까지 우리나라에 인도네시아 관련정보가 적고, 현지의 문화 및 제도, 관습에 대해 습득할 수 있는 기회가 없었기에 이번 한국MICE협회의 해외연수 프로그램을 통해 현지의 전시사업에 대해 꼭 경험해보고 싶었습니다. 특히 중점을 두었던 부분은 전시장 대관 및 운영절차 습득 및 전시운영에 있어서 각종 라이선스 취득부분, 그리고 현장운영에서의 통관등 주의점을 배우기를 희망하였고, JIEXPO에서의 근무경험을 통해 위와 같은 정보를 습득할 수 있어 매우 유용하였습니다. 인도네시아는 아직까지 우리나라에 알려진 현지 정보가 부족하고, 또한 현지 담당자들도 언어적 장벽과, 아직도 인맥에 의해 움직이는 경우가 많아 아무 연구없이 신규

로 사업을 준비하거나 진출 준비를 하는 것은 매우 어려운 상황입니다. 이런 점을 고려하였을 때 60일간의 자카르타 전시컨벤션 시설에서의 인턴쉽은 해외 전시장의 운영현황 및 운영 노하우를 배울 수 있는 동시에 현지의 네트워크를 만들 수 있는 아주 귀중한 시간이었다고 생각합니다. JIEXPO에서는 저의 업무분야를 고려하여 3개 부서에서 근무를 해볼 수 있게 배려해주었으며 그로 인해 다양한 분야를 경험해 볼 수 있었습니다. 전시장에서의 경험뿐 아니라 전시회가 운영되는 모습을 직접 참관할 수 있어 매우 유용한 시간이었습니다.



/ 레드캡투어 이소라 계장

- ▷ 파견국가: 터키 이스탄불
- ▷ 파견기관: 한국관광공사 이스탄불 지사
- ▷ 근무기간: 2017.11.06~2018.01.05

파견국가 MICE 산업 관련 정보 및 특징

[국가개요]

- 인구 : 79,810,000명(2016)
- 면적 : 783,562km²
- 수도 : 앙카라
- 언어 : 터키어
- 화폐 : 터키 리라(YTL)
- GDP : 8,568억 달러(2016) / 1인당 GDP 10,807달러

[MICE 산업 관련(인센티브 시장)]

2016년 기준 터키 방한객은 총 26,541명이며 그 중 기업회의/인센티브 단체는 154명이다. 터키는 여권을 만드는 일이 번거롭고 비용 또한 높은 편이라고 한다. 이로 인해 아직 해외 여행이 보편화되어 있지 않고 실제로 해외 여행이 가능한 터키인들은 고소득층이라고 한다. 터키 주요 인센티브 시장은 그리스, 러시아 등 근거리 유럽국가이며 원거리 시장 중 인기가 많은 지역은 태국, 말레이시아 등 호텔 비용, 물가가 저렴한 곳이다. 한국의 경우 한국 단독 상품이 아닌 한국, 일본, 중국 등 2-3개 국가를 경유하는 일정이 대부분이다.

터키는 과거 그리스로마 문화, 기독교 문화, 오스만제국 등 다양한 역사적 유적지에 천연의 지형과 기후로 인해 여행 목적에 따라 다양한 경험을 할 수 있는 관광지로 유명하다. 이스탄불, 안탈리아, 보드룸, 카파도키아 등 터키 내 특색 있는 도시들이 많이 있다. 터키인 대부분은 이슬람교도이므로, 종교적인 주제에 민감하게 반응할 수 있기 때문에 피하는 것이 바람직하다. 또한 한국에서 만났을 경우에는 이슬람 사회에서 금기시하는 돼지고기 요리는 권하지 않고 동석하는 한국인들 역시 먹지 않는 것이 좋다. 또한 터키인들은 과거 오스만제국의 후손임을 자랑스럽게 여기고 있고, 국가적인 자부심이 강하다. 따라서 터키나 터키 사회에 대한 의견 및 견해를 이야기할 때에는 부정적인 이야기는 바이어의 반감을 사며, 상담 결과에도 좋지 않은 영향을 미치므로 보다 주의가 필요하다. 더욱이 대부분의 터키인들은 국부인 초대 대통령 아타튀르크를 존경하므로 그를 비방하거나 명예를 훼손하는 것은 삼가야 한다. 터키인들은 세계 3대 음식이라 불리는 자국의 음식에 대한 자부심도 강하므로 바이어를 만났을 경우 자연스럽게 터키 음식을 칭찬하며 미팅을 시작하면 좋다고 한다.

□ 파견기관 (현황, 업종, 업무환경 등)

- 기관명 : 한국관광공사
- 소재지 : 터키 이스탄불
- 설립년도 : 2012년
- 인원 : 주재원 2명, 현지직원 2명
- 관할지역 : 남동유럽 및 서남아시아 총 20개국(터키, 이스라엘, 그리스, 슬로바키아, 알바니아, 마케도니아, 세르비아, 몬테네그로, 보스니아-헤르체고비나, 슬로베니아, 크로아티아, 몰타, 조지아, 아르메니아, 아제르바이잔, 불가리아, 루마니아, 사이프러스, 이란)
- 주요 활동 : 한국 관광 이미지 제고 및 홍보 활동, 한국테마상품/무슬림/FIT 등 다양한 방한 상품 판촉활동, 여행사 모객 지원, 온라인 마케팅 등

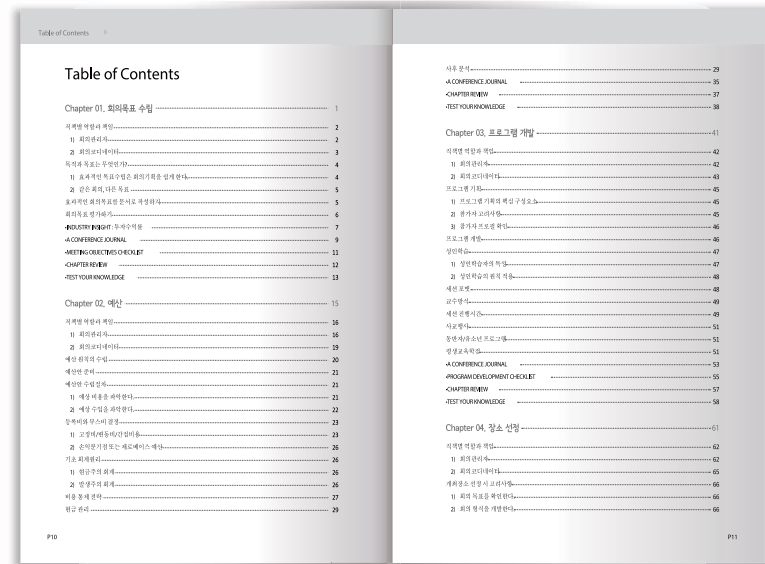
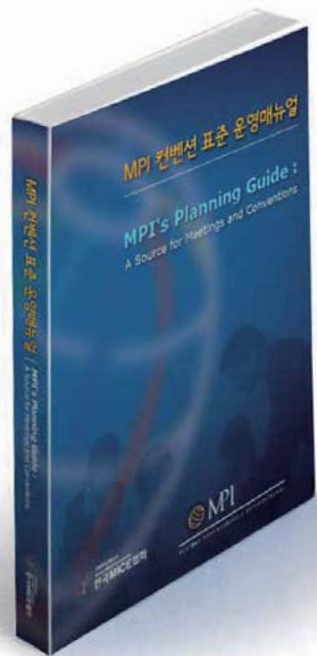
□ 연수 참여 목적 및 필요성

터키 및 관할국가 MICE 및 관광시장 동향 조사와 업계 네트워킹 활동을 통해 글로벌 MICE트렌드를 파악하고 지속적인 네트워킹 구축하고자 함 또한. 지역적, 문화적 특색에 따른 터키 및 관할국가 참가자의 니즈를 파악하여 방한 인센티브 그룹 유치 전략에 반영하여 더 많은 인센티브 그룹 유치에 기여하고자 함. 짧은 시간이었지만, 한국관광공사 이스탄불 지사에서 근무하면서 많은 생각을 할 수 있었던 좋은 시간이었다. 또한 운이 좋게도 한국관광공사 이스탄불 지사에 가장 많은 행사가 진행되었던 11월, 12월에 근무하게 되어 다채로운 경험을 많이 할 수 있었다. 우선 이런 기회를 주신 한국MICE협회에 감사한 마음을 전하고 싶고 앞으로도 이 프로그램이 지속되어 더 많은 분들이 경험할 수 있으면 한다. 터키 내 한국의 이미지는 형제의 나라로 우호적인 편이나 아직까지 MICE 목적지 이미지로는 약한 편이라는 점을 절실히 느낄 수 있었고 그들이 한국 여행에서 기대하는 바에 대해 조금이나 듣고 알 수 있게 되어 매우 유익한 시간이었다.

MPI 컨벤션 표준 운영매뉴얼

컨벤션 운영에 입문하는 대학생이나 신입직원, 업무 관계자들을 위한 실무 컨벤션 학습서

추천 도서



『MPI 컨벤션 표준 운영매뉴얼』 목차

책 내용 살펴보기

‘MPI 컨벤션 표준 운영매뉴얼’은 한국 MICE산업이 지속적으로 발전하면서 인재양성을 위한 매뉴얼을 제공하기 위해 발간된 ‘컨벤션 입문 교재’입니다.

본 교재는 미국 MPI에서 발간한 <MPI's Planning Guide : A Source For Meetings and Conventions>의 글로벌 표준 운영 매뉴얼을 편역하여, 국내 PCO 환경에 맞는 내용과 사례를 추가로 반영하여 독자의 이해의 폭을 넓혔습니다. 총 17장으로 구성된 본 매뉴얼은 컨벤션 입문자가 쉽게 이해할 수 있도록 용어해설과 참고자료가 함께 소개되어 있으며, MICE 업계에 종사하고 있는 전문가들도 현장에서 참고할 수 있도록 수준을 높였습니다. 회의 목표 수립부터 예산, 프로그램 구성, 장소 선정 등의 실무를 미리 학습할 수 있으며 등록부터 실행까지 챕터별로 자세히 소개되어 있습니다.

또한 주요 용어와 학습 결과, 본문, 리뷰, 시험문제, 체크리스트가 단계별로 정리되어 있어, 대학교 수업의 교재, 부교재로도 손색이 없습니다. ‘MPI 컨벤션 표준 운영매뉴얼’은 MICE산업을 이끌 미래 인재를 위한 지침서로 성공적인 컨벤션 운영을 위한 길잡이가 될 것입니다.

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



한림국제대학원대학교
HALLYM UNIVERSITY OF GRADUATE STUDIES

컨벤션.전시분야의 진정한 리더가 되십시오

국내 MICE산업을 주도할 업계 최고의 전문가 양성
컨벤션·전시분야 20년의 전문교육 노하우, 업계 최고의 네트워크를 구축한
한림국제대학원대학교가 여러분의 미래를 위해 함께 땀니다

국내 MICE업계 최대 CEO 배출, 긴밀한 산학연계, 홍콩 Poly U 대학과의 상호학점 인정 등 한국컨벤션전시산업 성장, 발전의 역사와 함께 해 온 한림국제대학원대학교가 2018학년도 후기 컨벤션이벤트경영학과 경영학석사(MBA) 과정 신입생을 모집합니다. 1997년, 국내 최초 컨벤션전시분야 석사과정을 설립하고 운영한 20년의 교육 노하우로 심도 깊은 전문성 확보가 중요해지고 있는 MICE산업에 특화된 핵심인력을 양성합니다.

**(사)한국MICE협회 회원사 임직원
등록금 20% 감면 혜택!**

컨벤션이벤트 경영학과 경영학석사(MBA) 과정 신입생 모집

모집학과	컨벤션이벤트경영학과	컨벤션·전시·이벤트 전공
		관광경영 전공
입학상담문의	전화 : 02-3453-9333 / E-mail : hugs@hallym.ac.kr	
홈페이지	www.hugs.ac.kr	

MICE업계 관계자 대상(업계 임직원, 자격증 보유자 등) **최고의 장학금 혜택** 제공과
회사업무와 학업을 병행할 수 있는 **맞춤화된 교육과정 운영**으로 차별화되는
한림국제대학원대학교 컨벤션이벤트경영학과 경영학석사(MBA) 과정에 많은 관심 부탁드립니다.

GRAND OPEN

ASEM Ballroom

‘18년 4월 코엑스 2층 회의시설 리모델링 오픈

201-203호(아셈볼룸)

현대적 감각으로 새롭게 태어난 코엑스 컨퍼런스룸(북) 2층은
중앙의 201-203호(ASEM Ballroom)를 기준으로 좌우대칭 동일 규모 형태를 가진 회의실입니다.

특히 아셈볼룸은 1층의 그랜드볼룸과 동일한 용도의 다목적홀로,
극장식 기준 900명 이상 수용 가능합니다.

로비의 탁 트인 창으로 계절에 따라 변하는 봉은사를 바라보며
기억에 남을 만한 성공적인 행사를 개최해 보세요.

(대관문의: 1661-9001, 코엑스 배뉴세일즈팀)

