

# The MICE<sup>+</sup> *plus*

Meeting Incentive Convention Exhibition

42

2018 Vol.

특집 4차 산업혁명! 사람에게서 길을 찾다 | 김기찬 교수  
4차 산업혁명 시대, 마이스 산업의 변화 | 박원주 이사

정보 한국의 맛과 멋, 한국의집  
엠채널  
디앤디프린팅

쑤민 제8회 한·중·일 관광장관회의  
국제전기자동차엑스포 MICE 산업의 미래를 꿈꾼다  
부산 맞춤형 MICE 관광프로그램

기고 대한민국 전시산업과 마이스산업  
함께 가야 멀리갑니다 | 하윤호 상근부회장

소식 MICE 지식재산콘텐츠 소개  
MICE 에듀케이션 안내



## 해외 홍보 지원

- 한국관광공사와 협력하여 홍보관 운영 지원
- 기념품, 행사 리플릿 등 각종 홍보물 제작 지원
- 참가자 증대를 위한 전차대회 참가 행사 홍보

## 성공적 개최 지원

- 보조금 지원
  - 임차료, 만찬, 관광프로그램 등 지원예산 내에서 현물지원
  - 외국인 참가규모 고려하여 지원
- 홍보물, 수송, 숙박 등 행사 성격에 따른 특별지원 가능

문의 : 대전마케팅공사 컨벤션유치팀

Tel. 042)250-1325 / e-mail : hjhan@dime.or.kr

## 국제회의 유치 지원

- 국제회의 유치 자문
- 한국 및 대전 관광홍보물 제공
- 유치제안서 작성 및 제작
- 영상물, PT 자료, 리플릿 등 홍보물 제작지원
- 국제기구 대표단 등 방한 답사 지원
- 해외 프리젠테이션 등 유치 활동 지원

# 성공적인 국제회의

대전마케팅공사가  
도와드립니다

**DIME**

대전마케팅공사  
Daejeon International Marketing Enterprise

**Stand by  
your MICE**

대한민국 대표 전시컨벤션산업 종합 비즈니스의 장  
www.excon.or.kr

산업의  
**꽃길**  
무역의  
한 국 전 시 컨 벤 션



KOREA  
**EXCON** WEEK  
2019  
한국전시컨벤션산업위크

2019. **1.16**(수) - **17**(목)  
**coex** Hall C

동시개최 | 제15회 아시아전시컨벤션포럼 (2019. 1. 15)

주 최 한국전시산업진흥회, 한국전시장운영자협회, 한국전시주최자협회, 한국전시디자인설치협회, 한국전시서비스업협회

후 원 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 서울특별시, 대한상공회의소, kotra, 한국무역협회, 소상공인시장진흥공단, KBIZ 중소기업중앙회, 한국MICE협회, 한국전시문화산업융합동조합



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



## 계간 더 마이스 통권 제42호

발행	(사)한국MICE협회
발행일	2018년 11월 28일
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

\* The MICE Plus는 문화체육관광부와 한국MICE협회에서 제작한 'MICE 고딕체'로 작성되었습니다.

## CONTENTS

### vol. 42

- 004 **특집1** 4차 산업혁명! 사람에게서 길을 찾다 | 김기찬 교수
- 008 **특집기고** 4차 산업혁명 시대, 마이스 산업의 변화 | 박원주 이사
- 012 **정보1** 한국의 맛과 멋, 한국의집
- 014 **정보2** 엠채널
- 015 **정보3** 디앤디프린팅
- 016 **중인1** 제8회 한·중·일 관광장관회의
- 020 **중인2** 국제 전기자동차엑스포 MICE 산업의 미래를 꿈꾼다
- 024 **중인3** 부산 맞춤형 MICE 관광프로그램
- 026 **기고** 대한민국 전시산업과 마이스산업 함께 가야 멀리갑니다 | 하운호 상근부회장
- 028 **뉴스브리핑**
- 030 **소식1** MICE 지식재산콘텐츠 소개
- 032 **소식2** MICE 에듀케이션 안내
- 034 **소식3** MICE 통합 컨시어지 데스크& MICE 행사 보험
- 036 **지식창고** 한국MICE협회 도서 소개





# 4차 산업혁명! 사람에게서 길을 찾다. 결국은 사람이다.

김기찬 / 가톨릭대학교 교수, 세계중소기업협의회 회장  
대통령직속 국민경제자문회의 혁신분과위원장



가을 낙엽이 떨어지는 가톨릭 대학교 교정에서 김기찬 교수를 만났다. 한참 인터뷰를 진행하다 교정을 함께 걸었다. 4차 산업혁명에 대한 설명을 듣고서야 왜 교정을 걸어야 하는지 이해하게 되었다. 가을 바람에 흩날리는 낙엽 사이를 걸을 수 있는 사람이 바로 4차 산업혁명을 리드하는 사람이다. 4차 산업 혁명의 핵심은 사람이다.

“지금은 대격변기입니다. 기술이 아니라 사람을 믿어야 합니다. 기술은 사람이 만드는 것입니다. 꿈을 가지고 기술을 활용하고 즐겨야지 기술을 따라가면 힘들어 죽습니다. 4차 산업 혁명 시대의 기업은 꿈을 만들고 구성원들과 그 꿈을 공유해야 합니다. 그러면 4차 산업 혁명은 두려움의 영역에서 새로운 기대와 희망의 영역이 될 것입니다.”

비즈니스 역시 마찬가지이다. 4차 산업혁명 시대의 비즈니스 모델은 공감을 이끌어 내는 모델이어야 한다. 그 것에 기반한 서비스와 비즈니스 모델의 싸움이 될 것이다. 새로운 면도기 제조업체인 달러 셰이브 클럽은 좋은 품질의 면도날을 착한 가격에 공급하는 마케팅을 펼쳤다. 그 결과 4년 만에 10%의 시장 점유율을 달성했다. 5종류의 안경을 집에서 써보고 구매하는 방식을 도입한 와비파커 역시 마찬가지이다. 이들은 2015년에 100만개 이상의 안경을 판매했고 매출액 1억불을 달성했다. 아마존과 알리바바는 기존과 완전 새로운 형태의 쇼핑몰과 유통 서비스를 제공 한다. 사람들과 공감을 만들어 내는 제품은 어마어마한 성장을 하고 있다.

그런 측면에서 기업의 생태계도 신속하게 변화되어야 한다. 관리자로 남지 말고 플랫폼 경영자가 되어야 한다. 그 핵심 방향이 바로 사람 중심과 중소기업 경제이다. 1960년대 이후 유지해온 대기업과 사업 중심 경제 모델은 이제 더 이상 작동하지 못하고 있다. 중국과 신흥 개발국들의 등장으로 글로벌 경쟁력을 잃어가고 있다. 조선이나 자동차에서 가전, 휴대폰까지 대한민국만의 차별화가 사라지고 있다.







지금 이 추세라면 오히려 일본의 잃어버린 10년 이상의 커다란 위기가 올 수도 있다. 이제는 현상을 유지하고 사업을 지속하는데 중점을 두는 관리자형 경영 전략에 변화를 주어야 할 시간이다. 이제는 변화를 수용하고 미래를 대비하는 방식으로 전환되어야 한다. 사람이 핵심이다. 사람과 사람, 사람과 공간, 사람과 콘텐츠의 초연결을 통해 사람 중심의 모델로 전환시켜야 한다.

4차 산업 혁명 시대는 변화의 핵심을 먼저 이해하고 어떻게 바라보고 접근 하느냐가 굉장히 중요하다. 비즈니스 모델의 혁명적 변화가 필요하다. 4차 산업혁명은 기계와 기술의 싸움이 아니다. 오히려 인간과 인간의 상상력이 핵심이다. 기술이 중요하지만 기술을 가진 사람이 더 중요하다. 사람이 아이디어와 기술경쟁력의 원천이다. 이런 사람들을 키워내는 일이 중요하다.

그런 면에서 4차 산업 혁명 시대에 위기를 기회로 만들 수 있는 핵심은 '사람중심 기업가 정신'을 중소기업에 확산할 수 있느냐에 있다. 사람중심의 기업가 정신은 구성원의 아이디어와 헌신을 이끌어낼 수 있다. 그러면 젊은이들도 대기업이 아닌 중소기업으로 몰려간다. 훌륭한 인적자원이 모이게 되면 중소기업도 혁신으로 4차 산업 혁명 시대를

선순환으로 선도할 수 있다. 사람에 투자를 아끼지 말아야 한다. 중소기업의 혁신은 바로 여기에 달려있다고 해도 과언이 아니다.

4차 산업 혁명은 MICE 산업에도 최고의 기회를 제공한다. MICE 산업은 전시, 회의, 박람회, 대회, 이벤트 등을 통해 고부가가치를 창출하는 산업이다. 아쉬운 점은 아직까지 한국의 MICE 산업은 단회성의 이벤트로 진행되어 왔다. 게다가 MICE 산업 종사자들조차 아직도 MICE를 관광 산업의 하위 분야나 공간 임대 사업으로 생각하기도 한다. 이제는 이벤트라는 단순한 저부가가치를 넘어서야 한다. 독자적인 기획을 통해 서비스 분야에서 새로운 시장이 만들어지도록 해야 한다. 가치사슬에서 전방과 후방인 개발과 서비스가 튼튼해야 MICE 산업의 경쟁력이 만들어진다.

4차 산업 혁명 시대 MICE는 사람중심과 융복합 산업의 플랫폼이 되어야 한다. 이를 위한 핵심과제는 MICE 산업의 기획과 실행을 할 수 있는 PCO(Professional Convention Organizer, 국제 회의 기획업)를 양성하는 것이다. 이런 측면에서 볼 때 MICE 산업 역시 공간보다 사람이 중요하다. 독특하고 창의적인 기획을 하는 젊은이들을 키워내는 것이

중요하다. 이렇게 모인 젊은이들이 사람들이 '와야 하는 이유'와 '머물러야 하는 이유'를 기획 단계부터 구현해 내어야 한다. 먼저 오고 싶고 와야 하는 기대감을 심어주어야 한다. 그리고 단순히 보러 온 사람들이 체험을 통해 머무르도록 만들어야 한다. 그 때 사람들이 모여든다. MICE 산업은 사람을 모으는 것이다. 사람을 모으려면 컨셉이 좋아야 한다. 사람들이 오고 싶게 만드는 기대(Expectation)'와 와서 머물게 하는 '체험(Experience)'이 필요하다. 이 두 가지가 바로 MICE 산업의 본질이라 할 수 있다.

일자리 창출과 지역 경제 활성화 역시 마찬가지이다. 기획을 잘하면 사람이 모인다. 사람이 모이면 먹고 마시고 말하는 3M이 시작된다. 올해 온 사람을 내년에 또 오게 하려면 어떻게 해야 할까? 뭐가 있어야 할까? 지난해 한 것을 올해 또 한다면 더 기대를 가지도록 해야 한다. 사람이 몰려와야 지역경제에 파급효과가 일어난다. 이것이 중요하다. 호텔과 여관을 생각해보면 쉽게 이해가 된다. 호텔은 예약하기 전부터 머물고 퇴실한 이후에도 고객을 관리한다. 고급일수록, 고부가가치 산업일수록 더욱 그렇다. 반면 여관은 방에 들어가면서 서비스가 시작된다. 방을 나오면 서비스가 종료된다. 부가가치도 낮고 이를 활용해 수익을 창출할 수 있는 것이 없다. 이제는 단순 이벤트에서 고부가가치, 일자리 창출까지 가능한 기획이 필요하다. 그 때에 지역 경제도 활성화 된다.

MICE 산업은 이제 지평을 넓혀야 한다. 그래야 시너지가 만들어진다. 호텔이나 관광을 전공한 사람만 모여서는 MICE 산업이 성장하지 못한다. 가장 우선적으로 참신하고 능력 있는 기업가들이 뛰어들어야 한다. 그리고 사회 혁신을 꿈꾸는 청년들이 들어와야 한다. 특히 타 분야의 능력 있는 인재들을 대거 영입할 필요가 있다. 그때 새로운 시각으로 창조적인 콘텐츠가 기획되기 시작한다.

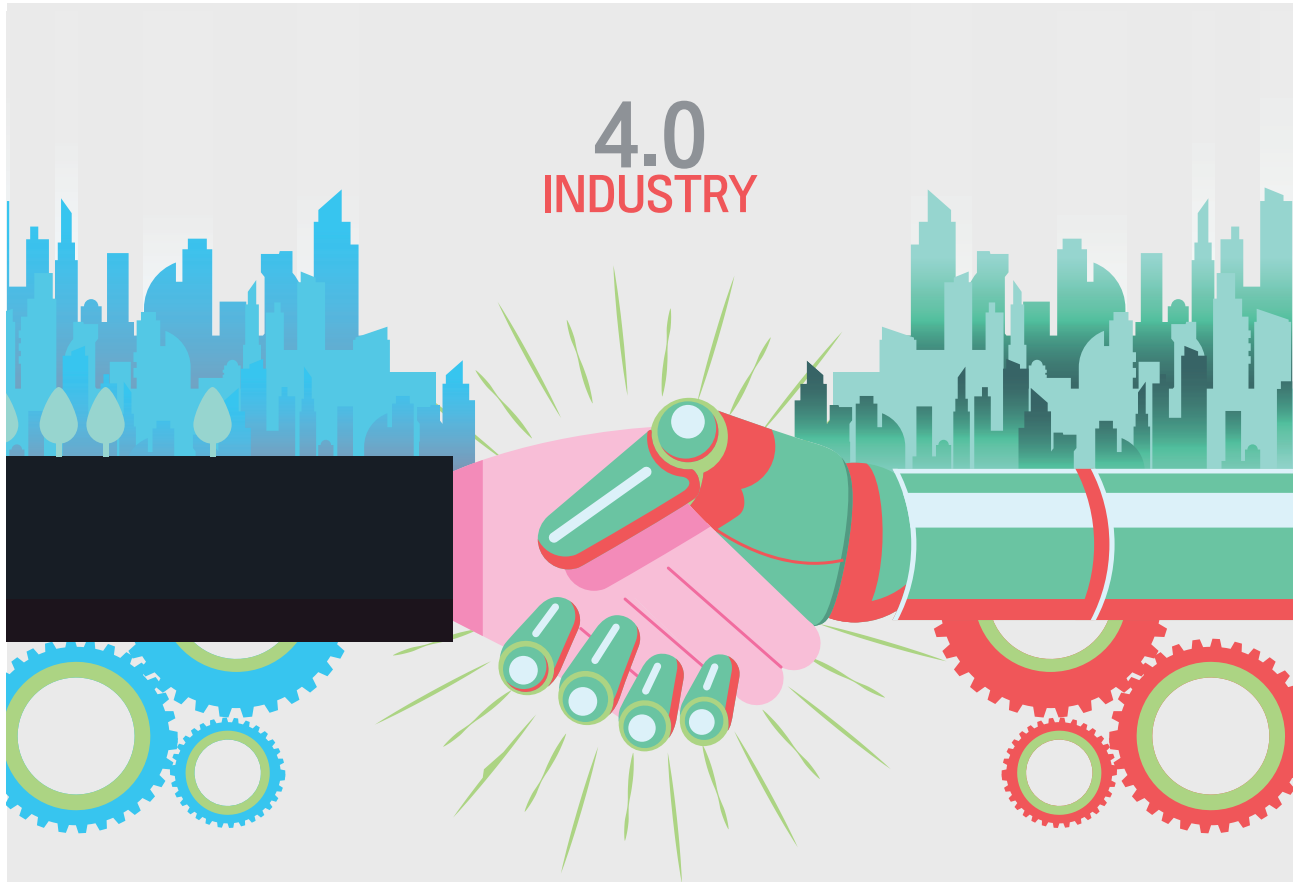
기업가가 필요한 이유는 그들은 꿈꾸는 사람들이기 때문이다. 청년이 필요한 이유 역시 마찬가지이다. 청년들은 꿈을 꾸고 그 꿈을 현실에서 만들어 내려는 열정이 있는 사람들이다. 이런 사람들이 모여야 창의적 혁신이 일어난다. 다른 분야의 전문가들을 적극 영입해서 다양한 새로운 각도에서 큰 그림을 그릴 수 있도록 해야 한다. 그리고 그런 사람들이 자기 일을 할 수 있는 환경을 조성해 주어야 한다. 열린 생태계를 만들어야 한다. MICE 산업은 무한대로 넓어질 수 있고 그렇게 무한대로 열려있을 때 엄청난 일들을 할 수 있을 것이다.

“4차 산업 혁명 시대 대한민국의 미래는 MICE 산업에 달려있다 해도 과언이 아닙니다. 우리나라는 전 세계에서 가장 안전한 나라 중 하나입니다. 누구나 와서 안전하고 즐거운 경험을 할 수 있는 나라입니다. 또한 분단국가라는 위기도 이제는 남북이 평화 공존하는 시대로 진입하면서 특수성으로 인정받을 수 있습니다. 분단의 아픔이 불러온 DMZ 등을 창조적인 기획으로 평화의 전당으로 만들어 나가야 합니다. 이를 위해서는 인재가 필요합니다. 기존의 틀에 매이지 않고 자유롭게 상상할 수 있는 인재가 필요합니다. 지역경제와 중소기업의 활성화, 일자리 창출 역시 바로 여기에 달려있습니다. 사람이 중심이 되어 사람과 사람이 연결되는 일을 하는 것이 MICE 산업입니다. 우리나라의 미래가 여기에 달려있다고 해도 과언이 아닙니다.”





# 4차 산업혁명 시대, 마이스 산업의 변화 방향 제언



박원주 / E3 Global 대표, 한국 인더스트리 4.0 협회 이사

4차 산업혁명이라는 단어가 우리나라에 본격적으로 알려지기 시작한 시기는 바로 지난 2016년 1월 스위스의 다보스에서 열린 세계경제포럼(World Economic Forum)에서 이 행사의 주최자인 클라우스 슈밥 WEF 회장의 기조 연설이 전 세계 미디어에 공개되면서부터라고 할 수 있다. “인류에게 4차 산업혁명이라는 쓰나미 같은 피할 수 없는 커다란 변화가 오고 있다” “인공지능과 자동화로 인해 기존의 일자리가 많이 없어질 것이다”라고 역설한 그의 연설 내용이 물고 온 파장은 생각보다 컸으며 특히 조선, 자동차 등, 기존 주력 산업이 크게 흔들리기 시작한 우리나라에서는 많은 사람들에게 피부에 와 닿는 위기의식을 불러일으켰다.

4차 산업혁명에 대해 다양한 개념이 회자되고 있지만 한마디로 말하자면 ICBM(IoT사물인터넷), Cloud(클라우드), Big data(빅데이터), Mobile(모바일)에 AI(인공지능)을 더한 디지털 기술(Digital enabler)로 제조, 의료, 금융, 교육 등, 기존 산업에 디지털 전환(Digital Transformation)을 통해 새로운 비즈니스 모델을 확보하기 위한 국가 간, 기업 간의 무한경쟁의 새로운 산업 시대라고 할 수 있다.

현재 전 세계에서 4차 산업혁명을 가장 바람직한 비즈니스 모델을 만들어가며 승승장구하고 있는 나라가 바로 독일이라고 할 수 있는데 독일은 마이스 산업, 그 중에서

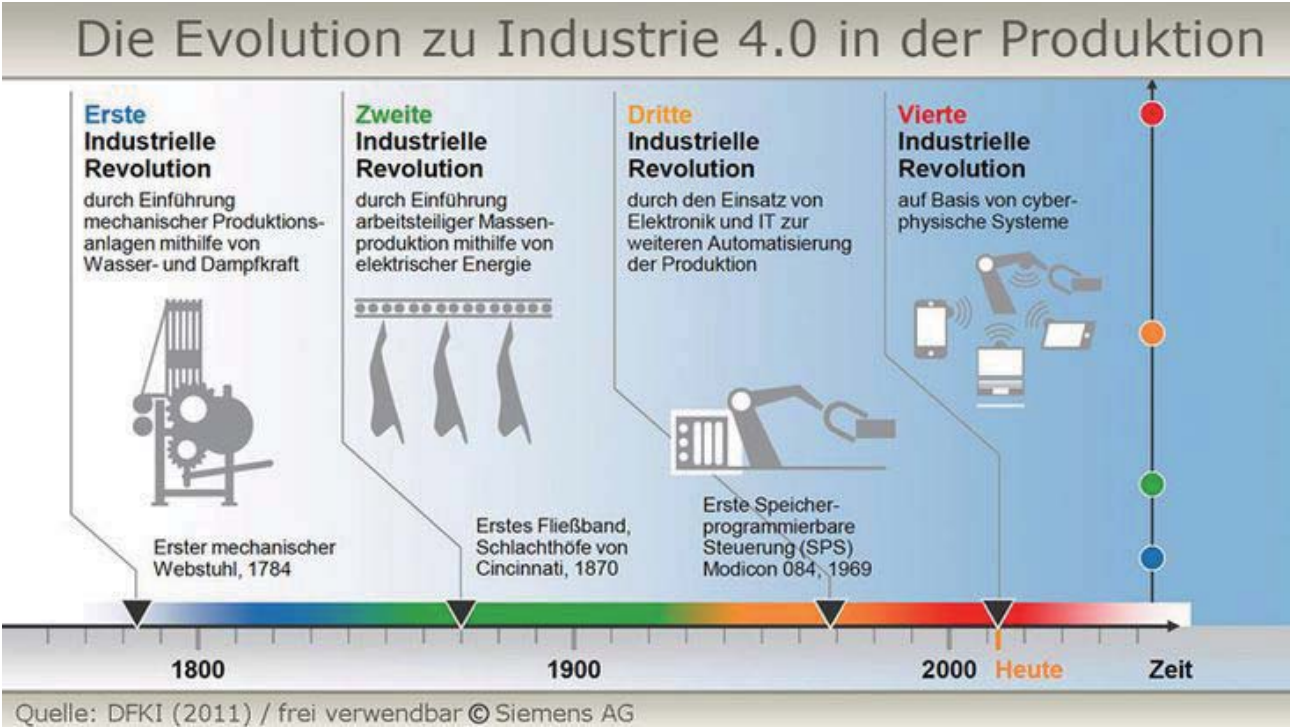
특히 전시산업에서 세계 최고의 경쟁력을 갖고 있다. 이러한 점에서 필자는 4차 산업혁명의 실증적 사례로서 독일에서 벌어지고 있는 4차 산업혁명으로부터 시사점을 도출하여 국내 마이스 산업의 변화 방향에 대해 제언하고자 한다.

필자는 15년간 독일과 한국을 오가며 하노버 세빗, 베를린 IFA 등의 세계적인 전시회 참가와 함께 딜러 컨벤션, 이벤트, 산업관광 등의 독일 마이스 산업을 경험 해 왔다. 이러한 여정을 통해 독일에서 일어나고 있는 4차 산업혁명의 환경 변화와 마이스 산업 간의 시너지 창출에 대해 시사점을 얻을 수 있었다.

독일은 어떻게 4차 산업혁명의 글로벌 선도 국가가 되었을까? 이에 대한 해답은 제조업과 수출 중심의 독일과 유사한 산업 구조를 갖고 있는 우리나라에 커다란 시사점을 주는 부분이라고 할 수 있다.

## 독일 4차 산업혁명 성공의 열쇠 ‘3C’

현재 4차 산업혁명을 선도하고 있는 독일은 사물인터넷, 인공지능 등의 디지털 기술에 자국의 기존 산업 강점인 제조 기술을 융합하여 독일 정부에서 4차 산업혁명을 ‘인더스트리 4.0’이라는 국가 슬로건으로 명명하였고 정부와 기업, 산업협회, 연구기관, 공과대학 등의 전문가 집단으로 구성 된 ‘플랫폼 인더스트리 4.0 (Platform Industrie 4.0)’을 조직하여 4차



[산업혁명의 진화 과정 (출처: 독일 인공지능연구소)]



산업혁명을 견고하고 내실있게 장기적 관점 에서 실행하고 있다. 독일이 이렇게 4차 산업혁명을 제대로 준비하게 된 계기는 바로 위기의식이었다.

‘Made in Germany’라는 완벽한 품질을 자랑하는 세계적인 제조업 강국임에도 불구하고 첨단 ICT기술과 소프트웨어 역량을 보유한 미국 제조업의 부활과 풍부한 노동력을 바탕으로 글로벌 제조업 분야에서 무섭게 급성장하고 있는 중국에 대해 위기의식을 갖게 되었고 2011년부터 인더스트리 4.0을 체계적으로 준비하기 시작했다고 한다. 우리나라와 산업구조가 유사하면서 제조업을 기반으로 한 수출주도형 경제대국인 독일의 인더스트리 4.0 추진 현황과 전략을 살펴보면 우리가 가야 할 방향에 대해 가능할 수 있는 잣대가 될 수 있다.

첫 번째 시사점은 ‘맞춤형 제조(Customization)’경쟁 심화에 대한 산업 트렌드를 독일이 깨닫고 이에 대해 인더스트리 4.0을 통해서 준비하고 있다는 것이다. 뉴 노멀(New Normal)시대의 기업 간, 치열한 경쟁으로 인해 고객의 까다롭고 다양한 니즈에 맞춘 제품 개발과 디자인 및 생산 그리고 빠른 스피드로 고객에게 공급하는 물류 혁신을 통해 차별화 할 수 있기 때문에 고객 지향형 상품기획과 제조 역량의 통합이 요구되고 있다. 일례로 벤츠, 아우디와 같은 독일의 세계적인 자동차 메이커의 공장에 가보면 주문 차량마다 각기 다른 선택 사양들을 차량 제작에 신속하게 반영한 생산을 위한 인더스트리 4.0 제조기술을 적극적으로 도입하고 있다.

여기서 주목할 점은 독일은 인더스트리 4.0을 전 세계에 알리기 위해 자국의 마이스 산업을 활용하여 산업 마케팅 플랫폼으로 적극 활용하고 있다는 것이다. 앞에서 언급한 ‘플랫폼 인더스트리 4.0’ 조직에 독일 최고의 산업 전시회인 하노버 메세(Messe)가 참여하고 있다. 매년 4월 독일 하노버 전시장에서 5일간 열리는 이 전시회는 기계, 부품, 센서, 로봇, 자동화 솔루션, 소프트웨어를 총망라한 국제 행사로서 제조업과 관련 된 수 천 여 개의 글로벌 기업들이 참가하며 지멘스, 보쉬, SAP 등 독일의 주요 기업이 총출동하여 자사의 기술을 전시하고 산업계, 학계 전문가들이 발표하는 전문 포럼과 기술 세미나, 산업 협회가 주최하는 중소 규모의 국제 컨퍼런스가 전시 기간 중에 수 백여 개가 진행된다.

하노버 메세에 참석하면 4차 산업혁명의 트렌드를 한 눈에 파악할 수 있고 새로운 기술을 보유한 해외 파트너 및 신규 바이어를 만날 수 있는 기회가 풍부하다. 하노버는 니더작센주의 주도이며 인구 약 30만 명의 소도시 이지만 이 작은 도시에 전 세계의 기업인, 업계 전문가 및 바이어 등, 전문가들이 20만 명 이상 매년 방문한다. 하노버 메세의 성공이 지역 경제 및 일자리 창출에도 큰 기여를 하고 있다.

4차 산업혁명 시대에는 공유와 협력을 통한 개방형 혁신 플랫폼(Open Innovation Platform)이 전제되어야 한다. 이러한 관점에서 두 번째로 독일에서 얻은 시사점은 ‘협업(Collaboration)’의 플랫폼 산업 생태계 조성이다. 독일은



[메르세데스 벤츠 팩토리의 자동차 제조 현장]



[하노버 전시장 전경]

기업과 기업 간, 기업과 연구소 간, 연구소와 대학교 간, 정부와 지자체 간, 모든 산업주체들이 상호 협력을 통해 인더스트리4.0의 개념을 정립했고 표준화와 새로운 프로세스를 만들어가고 있다.

서독과 동독으로 분단되었던 독일은 지난 1990년 통일을 맞게 된다. 이후 약 10여년 간, 독일은 탄탄한 제조업 경쟁력을 보유하고 있음에도 불구하고 통일비용 증가로 인해 힘든 시기를 겪게 된다. 이 때, 노동, 교육, 복지 등, 여러 분야의 개혁을 주도한 사람이 바로 슈뢰더 前 총리였다. 노동계의 지지를 받아왔던 슈뢰더는 결국 국가 개혁을 추진하다가 다음 총리인 메르켈 현 총리에게 말기고 물러났다. 하지만 슈뢰더의 노력은 다른 정당 출신인 메르켈로 그대로 이어졌고 실업률 하락, 경기 회복을 통해 유럽 최고의 경제 대국에 오르게 되며 인더스트리 4.0은 독일 국민들의 신뢰를 얻게 되었다. 여기서 세 번째로 얻은 가장 중요한 시사점은 바로 독일인들의 ‘신뢰와 확신(Confidence)’이라고 할 수 있다. 독일의 인더스트리 4.0은 중앙 정부(경제 에너지부와 교육부, 두 개 부처가 참여)가 지원을 하고 있지만 민간의 산업별 주체들끼리 자율적이고 상호 보완적인 입장에서 끊임없는 소통과 협력을 아끼지 않고 있다. 기업 간에도 개방형 플랫폼 혁신에 적극 참여하고 있는 것은 협력 파트너간의 신뢰와 기업별로 독보적인 기술과 특허에 대한 확신이 크기 때문에 가능하다고 보여 진다. 독일이 4차 산업혁명 시대에 빠르게 적응할 수 있었던 3가지 키워드라고 할 수 있는 3C(Customization, Collaboration, Confidence)를 통해 흔들림 없이 새로운 미래를 준비하고 지속가능한 발전을 추구하고 있다.

4차 산업혁명 시대, 마이스 산업의 변화 방향 모색

앞에서 살펴본 바와 같이 4차 산업혁명 시대에는 산업간 융합(Convergence)이 증가할 것으로 예상된다. 기존의

전통 산업과 인공지능, 빅데이터 등의 IT기술과 결합된 새로운 비즈니스의 탄생으로 과거에는 생각지 못했던 이종 기업 간의 협력이 늘어날 것이므로 마이스 산업계도 이러한 커다란 산업 변화의 트렌드에 대비한 전략이 필요하다. 예를 들면 인공지능 등, 특정 분야와 관련된 컨퍼런스나 전문 전시회를 주최하는 것도 필요하지만 이러한 요소 기술과 관련된 응용 산업은 무궁무진하므로 공급 기업과 수요 기업이 마이스라는 비즈니스 플랫폼을 통해서 함께 만나 토론하고 교류할 수 있도록 해 주어야 한다는 것이다.

4차 산업혁명의 또 하나의 중요한 트렌드는 개인화 및 맞춤형 제품(Personalized Customization)에 대한 트렌드 이다. 3차 산업혁명의 시대에는 소량의 품종으로 대량 생산하는 시대여서 개별 소비자의 취향에 맞춘 제품이 많지 않았다. 하지만 앞으로는 3D 프린팅 등, 맞춤형 제품을 합리적인 가격에 생산해 낼 수 있는 기업들이 등장하고 있기 때문에 마이스 산업도 이러한 산업의 변화를 읽고 기업들의 마케팅 전략 변화와 바이어, 구매자들의 동향을 예의 주시 하면서 새로운 기획을 시도할 필요가 있다.

4차 산업혁명의 가장 큰 특징은 초연결(Connected) 스마트(Smart) 사회와 디지털 전환(Digital Transformation)이라고 할 수 있다. 예를 들면 스마트 시티, 스마트 팩토리, 스마트 팜 등 여러 산업 분야의 디지털 전환을 통해 재탄생하는 가치 창출의 사슬과 생태계 변화를 읽고 마이스 업계도 이에 대한 대비를 해야 한다. 여기서 주의할 점은 너무 광범위하고 경계가 모호하게 기획을 하면 낭패를 볼 수 있다는 것이다. 스마트 시티를 예로 들어보자면 이 분야에서는 에너지 관리, 지능형 교통, 보안, 친환경 등의 주요 영역을 어떻게 나누고 어디까지 마이스 산업에서 커버할 것인가에 대해 마이스 기획자는 고민하고 설정해야 한다는 것이다.

이미 시작 된 4차 산업혁명의 시대에는 입체적, 융합적 사고로 발빠르게 대응해야 한다. 우리나라는 선진국에 비해 4차 산업혁명에 대한 준비가 다소 늦은감이 있지만 과거의 추격자(Fast follower)의 프레임에서 과감히 탈피하여 선도자(First mover)로서 4차 산업혁명을 준비해야 한다. 지금부터라도 산업 간, 생태계 경쟁이 심화 될 4차 산업 혁명의 전혀 새로운 시대를 맞아 유연하되(Flexible) 기민한(Agile) 경영 시스템 구축과 함께 환골탈태 한다는 각오로 이미 시작 된 글로벌 산업계의 커다란 패러다임 변화에 대응할 수 있는 국내 마이스 산업의 발상의 전환과 업계 리더들의 지속적인 노력이 요구된다.



## 한국의 집

안태욱 관장



“한국의집은 음식점이자 전통문화 종합 체험 공간입니다. 대한민국 정부 수립이후에는 한국을 찾는 내·외국인들에게 한 공간에서 우리나라의 전통문화를 소개하고 체험하는 영빈관으로 활용되기도 했습니다.”

한국의집은 세종의 총애를 받았던 조선시대 집현전 학자 박팽년 선생의 사저가 있던 곳이었다. 한국을 찾는 내외빈을 위한 전통 문화 공연과 체험의 장으로 운영되고 있다. 1957년에 개관 후 1981년 1월까지 현재 모습으로 신축, 재개관 하였고 현재는 한국문화재단이 정부로부터 위탁운영을 하고있다. 2012년 전통 예술 공연 150만 명 관람을 기록했고 현재도 궁중음식 체험 등 다채로운 한국의 맛과 멋을 오감으로 경험하는 명소로 유명하다.

“한국의집을 찾는 관객은 70%가 외국인입니다. 이들은 한국의 전통 문화를 직접 보고 경험하고 체험하고 싶어 합니다. 이들은 서울 도심에 있는 현대적인 빌딩 보다 한국적인 요소를 그리고 뒷골목에 있는 한국인들의 살아가는 모습들을 보길 원합니다. 이제는 관광 패턴이 단순히 먹고 보는 것을 넘어서서 참여하는 것으로 바뀌고 있습니다.”

한국의집에서 진행하는 문화 공연은 단순한 볼거리로 끝나지 않는다. 볼거리와 함께 먹을거리를 함께 경험하고 체험하는 공연이다. 보고 듣고 먹는 활동을 통해 한국의 문화를 자연스럽게 수용하고 경험하게 된다. 먼저 판소리와 부채춤, 사자춤, 사물놀이 등의 무용이 있다. 또 궁중 무용인 “가인전목단(佳人剪牧丹)”이 있는데 그 뜻은 예쁜 간(佳)에 사람 인(人)으로 예쁜 사람이 노란 꽃을 꺾는 춤이라는 뜻이다. 이 외에도 태평고 같은 태평성대를 기원하는 차원에서 국왕 앞에서 췌던 춤들이 있다.

“요즘은 저녁 6시 30분부터 7시 30분까지 매일 ‘심청’을 공연합니다. 4년 전에는 옴니버스 형식으로 판소리, 부채춤, 농악, 사물놀이 등을 진행했습니다. 거기에 심청전이 가진 스토리를 더해 전 세계인이 공감할 수 있는 “효”라는 주제를 가지고 재구성했습니다. 또한 각종 공연도 단순히 눈으로 보는 것 뿐 아니라 IT강국 한국답게 영상과 드로잉 쇼 같은 형식을 통해 직접 체험할 수 있습니다.”

한국의집은 궁중을 기반으로 한 정통 음식을 직접 만들고 시식하는 체험으로도 유명하다. 실제로 한국의집은 비빔밥



이나 전과 같은 부침개를 직접 만들고 시식할 수 있다. 조선 후기 왕실에서 먹었던 “구절판(九折函)”도 체험한다. 구절판은 나물을 여러 가지 소스와 함께 밀전병에 싸먹는 요리이다. 일본과 대만 학생들에게는 김장 김치 체험이 인기 있다. 미리 절여진 배추를 버무리고 담근 후 케이스에 넣어 발송할 수도 있다.

한국의집은 2018년 코리아 유니크 베뉴(Unique Venue)로 선정되었다. 유니크 베뉴는 통상적으로 그 나라를 대표하며 그 지역의 독특한 특색을 갖춘 시설을 의미한다. 한국의집은 경복궁 자경전을 본떠 국가무형문화재 대목장 신용수가 지은 건물이다. 가장 한국적인 건물에서 한국의 전통 복장을 하고 한국의 전통 문화와 음식을 직접 보고 듣고 만드는 한국만의 차별화된 경험을 제공할 수 있는 것이 유니크 베뉴의 선정 이유이다.

“MICE와 전통문화는 굉장히 밀접합니다. 요즘은 서로 다른 분야가 만나 새로운 문화를 만들어 내는 시대입니다. 이것을 융복합이라고 합니다. MICE와 관련 된 기반은 단순히 컨벤션센터나 호텔만이 아닙니다. 궁궐, 왕릉도 될 수 있습니다. 이런 전통적인 부분을 MICE 회의나 행사에 함께 접목한다면 국제 행사를 유치할 때에도 차별화가 가능 해지고 실제로 큰 경쟁력이 될 것 입니다. 회의로 오거나 또는 관광으로 온 세계인 모두는 자기가 방문한 나라의 전통 문화를 경험하고 싶어 합니다. 그리고 그런 경험을 제공할 때 그 나라에 대한 강렬한 인상을 가지게 되고 다시 방문 하게 됩니다.”

MICE 산업 역시 마찬가지이다. 그 나라의 역사, 정체성을 알 수 있는 전통 문화를 MICE와 연계시킨다면 차별화된 콘텐츠를 가질 수 있다. 회의장소나 복장, 악기나 음식, 작은 소품에서 전시까지 한국만의 특색을 갖춘다면 회의 참가 그 이상의 경험을 제공해 줄 수 있다. 남이섬, 국립박물관 뿐 아니라 대학도 마찬가지이다. 성균관 대학은 성균관이라는 특징이 있고, 동국대는 많은 서양인들이 신비하게 생각하는 불교를 경험할 수 있다. 또한 서울은 한강이라는 훌륭한

자산이 있는데 이것을 잘 활용 못하는 것 같다. 대학, 한강, 전통시장, 전통문화 등을 잘 접목한다면 새로운 관광 상품, 차별화된 국제회의가 가능해 진다. MICE 산업과 전통문화가 만나게 되면 여기와 관련된 또 다른 일자리가 창출되고 한국의 문화를 자연스럽게 소개하는 기회가 될 수도 있다.

MICE 산업이 발전하기 위해서는 MICE 산업 쪽의 인력을 어떻게 육성하고 활용할 것인지가 관건이다. 결국 MICE 산업이 발전하려면 우수한 인재들이 들어와야 한다. 그래서 우리나라의 MICE 산업을 다른 나라와 어떻게 차별화 할 것인지를 고민하고 기획하는 우수한 인재들을 육성해야 한다. 그 뿐 아니라 지속적으로 안목을 넓혀가는 다양한 경험과 재교육이 필요하다.

“대한민국은 역사도 오래 됐는데 G20 정상회담도 코엑스에서 다 했어요. 일부라도 경복궁에서 경회루에서 했다면 한국의 미를 전 세계에 홍보하고 알릴 수 있는 좋은 기회인데, 그런 부분이 조금 아쉽죠. 어찌 보면 MICE 산업이라는 것이 세계 모든 산업이 다 들어갈 수 있는 것 같아요. 음식, 공연, 패션, 등등을 접목한다면 시너지 효과가 있을 것 같아요. 오늘도 보니까 2017년에 한국이 MICE 유치 건수로 많다고 하는데, 그런 수치적인 부분만이 아니라 내용적인 부분에서도 다른 나라와 다르게 한국인이라는 정체성을 좀 더 내세울 수 있게 하면 참여도나 만족도를 높일 수 있지 않을까 생각됩니다.







# 골프박람회 스포츠마케팅 No.1 엠채널

엠채널은 대한민국 골프박람회 및 골프대회 스포츠 마케팅 / 지역축제 행사기획 업체이다. 1999년부터 행사 기획, 이벤트, 국내 단체 여행, 방송 제작 등 다양한 분야에서 독특한 아이디어로 활약 중이다.

## 새로운 비상

엠채널 표혜원대표는 2019년에는 새로운 비상을 위해 새로운 전시 문화 콘텐츠 제작과 지자체 및 여러 유관단체와의 지역 마이스산업을 이끌어 가기 위한 준비하고 있다. 또한 중국, 일본, 호주, 태국, 말레이시아 등 아시아태평양 지역의 골프 관계자들과의 소싱 및 교류확대를 통해 글로벌 전시 박람회 및 글로벌 헬스케어 시상식을 준비하고 있다.

## 앞으로의 전망과 계획

2019년을 원년 삼아 그동안 타 전시회에서 진행하지 못했던 글로벌 기업간의 매칭 서비스를 진행하며 국내에서는 지역 밀착 마케팅을 수도권 집종의 전시박람회를 중심으로 그로벌 스포츠 교류 확대를 위해 오늘도 엠채널은 바쁜 하루를 보내고 있다.

T. 032-541-3300 / F. 032-232-1045  
E-mail mchannel0122@naver.com  
www.wowbestgolf.co.kr



## 디앤디프린팅



저희 D&D Printing은 전략에 입각한 기획으로 고객의 요구와 기대에 부합하기 위해, 항상 완벽함과 Professionalism을 지향하고 있습니다.

정확한 Target 설정과 고정관념에서 탈피, 디자인 개발에 전력을 다하며 고객들에게 효율적이고 경제적인 서비스를 지원할 수 있도록 모든 기술력과 노력을 다해 최상의 지원을 해드릴 것을 약속드립니다.

좀더 나은 아이디어와 세상과 바꿀만한 아이디어를 찾아드리기 위해 디앤디프린팅은 오늘도 노력합니다. BRAND 가치가 곧 경쟁력이라 믿는 저희 디앤디프린팅은 디자인 연구전담부서를 설치하여 각 제품에 맞는 정확한 TARGET 설정을 시작으로 디자인 및 패키지 개발에서 인쇄, 조립 (포장), 검사 후 납품까지 원-스톱 시스템으로 운영되고 있습니다.

경기도 시흥시 포도원로116번길 19 디앤디프린팅 T.031-312-3892  
E-mail, d\_dprinting@hanmail.net







## 제8회 한·중·일 관광장관회의

한·중·일 동아시아 3국이 ‘관광’을 주제로 모였다.

3년만의 만남이라 더욱 진지했고 더욱 뜻 깊었다.

한중일 관광 장관들과 민간 관광 업계 대표단까지 300여 명이 함께한 2박 3일의 일정을 정리한다.

지난 10월 26일(금)부터 28일(일)까지 중국 쑤저우 시에서 ‘제8회 한·중·일 관광장관회의’가 개최되었다. 우리나라에서는 도종환 문화체육관광부 장관이, 중국에서는 뤼수강 문화여유부장이, 일본에서는 이시이 케이이치 국토교통성 대신이 참석하였다. 2015년 일본 도쿄 개최 이후 3년만이다. 3국의 정부인사와 각국 관광업계 대표단들이 참석했으며, 한국MICE협회에서는 협회 회원사 11개사에서 모두 16명이 본 회의에 함께했다.

‘관광’을 주제로 한 정부 간 회의, 이번 회의의 성과를 결론부터 말하자면 ‘쑤저우 선언’ 채택이다. 쑤저우 선언문은 동북아 지역의 평화와 번영을 목적으로 한·중·일 3국의 관광 교류 확대를 위한 조치들을 골자로 한다. 무엇보다 실질적인 성과를 위해 지속적으로 3국이 노력해 나갈 것을 합의했다는 데에 의의가 있다.

정부 사이드에서 ‘쑤저우 선언’을 통해 3국간 합의를 다질 때, 민간 사이드에서도 활발한 움직임들이 있었다.

### \*쑤저우 선언문

- ① 비자 및 통관 정책 간소화, 항공노선 확대 등, 한·중·일 역내 인적교류 편의 제고를 통한 한·중·일 신관광교류 시대 개막
- ② 각국이 보유한 세계문화유산 및 무형문화재 등 문화자원을 활용한 관광 상품 개발을 통한 인문교류 협력 강화
- ③ 올림픽 연쇄 개최 계기 역내·외 관광객 유치를 확대하기 위한 협력 추진
- ④ 한·중·일 3국 청소년 교육관광을 확대하기 위한 정책 적극 실시
- ⑤ 3국을 공동 목적지로 한 관광 상품 개발 추진 및 이를 통한 역외 관광객 유치 확대를 위한 ‘동아시아 방문(Visit East Asia)’ 캠페인 공동 추진
- ⑥ 한·중·일 3국 지방관광 활성화를 위한 지역 간 관광교류 및 지방 관광 상품 확충 지원

(출처: 문화체육관광부 보도자료)

3국의 관광업계 대표단들은 ‘한·중·일 관광 기업 업계 교류회’와 ‘한·중·일 관광기업 업계 세미나’를 통해 만났다. 교류회는 240여 개 한·중·일 관광 기업들이 참가하여 1:1 비즈니스 상담회 형식으로 진행됐다. 약 2시간 30분 동안 각국의 관광 기업들은 활발한 교류의 시간을 가졌다.







세미나는 '개방·우호·편리'를 주제로 3국의 정책연구기관의 발표와 주토포론으로 구성되었다. 한국MICE협회 김응수 회장과 오성한 명예회장은 '도시 간 문화관광 협력' 주토포론의 패널로 참석했다.

한국MICE협회 김응수 회장은 문화와 MICE 관광을 위한 협력을 강조했다.

“대한민국의 지방 곳곳에는 한국 문화를 접할 수 있는 곳들이 매우 많고, 한류는 한국의 문화를 전파하는데 큰 역할을 하고 있습니다. 한류, 공연 문화 등을 접목하여 대한민국 관광을 확대해야 하며, 이를 위해서는 무엇보다 지방 간 협력과 한·중·일 3국의 협력이 매우 중요합니다.”

“또한, 한국의 MICE산업은 단순히 서비스에 국한되지 않고, 산업적 측면에서 접근하고 있으며 융·복합 서비스



산업으로서 조명 받고 있습니다. 한·중·일 3국이 도시별로 특화된 산업군을 연결하여 민간에서 협의하고, 정례적인 MICE 행사를 만들어간다면 관광과 MICE 산업뿐만 아니라 각국의 관련 산업이 함께 발전할 수 있을 것이라고 생각합니다.”

한국MICE협회 오성한 명예회장은 MICE 산업 발전을 위한 정부의 지속적인 지원 필요성을 언급했다.

“한·중·일 3국의 인구는 전 세계 인구의 20프로에 해당합니다. 관광 산업은 사람의 수가 굉장히 중요한데요, 우리나라가 컨벤션 (MICE) 산업을 정책적으로 성장시키기 위해 노력했던 이유도 관광객의 숫자, 소비액에 있었습니다. 일반 관광보다 컨벤션 (MICE) 목적 관광객의 소비가 3배 이상이라는 통계에 따른 전략적 육성이었지요. 컨벤션 (MICE) 산업의 성장을 위해서는 무엇보다 컨벤션센터와 같은 인프라 구축이 필수적입니다. 공급이 수요를 창출하는 구조이기 때문에 공공의 투자가 매우 중요하지요.”

“다시 말해서, 오늘 같은 ‘한·중·일 장관 관광회의’의 중요성이 매우 크다고 할 수 있습니다. 산업의 성장을 위해 서는 정부의 지속적인 지원이 필요합니다. 그리고 민간의 목소리에 귀 기울여 민간섹터가 더욱 늘어나야 합니다.”

뿐만 아니라, 발표와 토론에서는 3국의 저명한 연구자와 정부 관계자, 기업 대표들이 참석하여 3국의 관광 협력에 대한 고견을 공유하였다. 논의되었던 내용을 키워드로 정리 해본다.

#### #한·중·일연계 #지역관광 #입국간소화 #협력

본 세미나에서 제일 많이 언급되었던 내용은 한·중·일 3국의 협력이다. 동북아시아 3국이 정치적·외교적 이슈와 관계없이 ‘관광활성화’를 목적으로 협력하여 외래 관광객 유치와 지역관광 활성화를 도모하자는 내용이다. 이를 위해 3국 간 비자완화와 같은 입국 간소화에 대한 부분이 언급되었으며, 지속적인 협력관계 구축, 캠페인 추진 등의 구체적인 방안도 논의되었다.

#### #관광상품개발 #체험관광 #문화

관광 상품 개발의 필요성 또한 대두되었다. 특히, 체험 관광에 대한 부분이 강조되며, 3국을 방문한 관광객들이 실제 거주하는 지역 주민과 직접 교류하며 문화를 체험하는 관광 프로그램이 개발되어야 한다는 점에 대부분 동의하였다. 앞으로 문화를 기반으로 한 체험형 관광콘텐츠를 개발해야 하는 이유다. 이제는 단기간 머무는 관광객의 소비에만 집중할 것이 아니라, 관광객의 만족도와 재방문에 더욱 집중해야 한다. 비로소 질적으로 성장하는 관광문화가 만들어질 것이다.

#### #스포츠관광 #올림픽 #교육관광 #마이스관광

이번 회의 때 주목받았던 것 중 하나는 스포츠관광 이었다. 3국은 ‘올림픽’을 공동 분모로 협력 관계를 더욱 견고히 하고 있다. 우리나라는 2018 평창 올림픽과 패럴림픽 성공 개최로 향후 일본, 중국에서 개최되는 올림픽에 적극적인 지원을 할 예정이다. 비단 올림픽과 같은 메가 이벤트뿐만 아니라, 각국의 프로 스포츠단의 교류, 청소년 교육 관광 확대, 기업회의, 국제회의와 같은 마이스 관광 또한 강조되었다. 행사를 주최한 쑤저우 시는 도시 개발을 통해 ‘기업회의 도시’로서 브랜드 이미지를 구축하고 있다. 도시 브랜드와 MICE, 도시 간 연계 등 도시 전체를 관광자원으로 활용하는 움직임도 필요하다.

‘한·중·일 관광장관회의’는 정부가 앞장서서 3국의 관광 협력 분위기를 조성하였다는 데 의의가 있다. 관광, 특히 MICE는 정부의 정책적 지원이 이루어져야 발전 가능한 산업이다. 이러한 여세를 몰아 민간 기업 간 교류가 활발해진다면, 직접적인 관광의 혜택은 각국의 국민들에게 돌아갈 것이다. 가깝고도 먼 나라였던, 한·중·일 3국이 ‘관광’으로 협력하여 인적교류를 확대한다면, 동북아시아의 평화를 넘어 더 큰 시너지를 기대해 볼 수 있을 것이다.





# MICE 산업의 미래를 꿈꾼다.

“말의 고향 제주에서 전기차의 메카로,  
전기차의 다보스포럼을 지향하는 국제행사로 발전시키겠다”

김대환 | 국제전기자동차엑스포 조직위원장



‘당신들이 엑스포를 알기는 하느냐?’ 제주에서 모터쇼를 연다고 했을 때 들었던 말이었다. 하지만 2014년 3월 15일 제 1회 국제전기자동차엑스포는 첫 1주일간 4만 7000명의 관객을 불러 모았다. 업계는 물론 정부의 유관 부처들까지 예상치 못한 성공에 모두가 놀랐다. 2018년 이제 국제전기자동차엑스포는 40개국에서 150개사가 참가하고 5만여명이 관람하는 국제적 박람회이자 학술의 장이다. 특히 올해부터는 사업자간거래(B2B) 상담의 비중을 대폭 늘렸다. 엑스포의 꽃으로 불리는 B2B를 통해 엑스포에 참가한 기업들에게 실질적인 비즈니스 기회를 제공한 것이다.

국제전기자동차엑스포는 청정제주를 지키기 위한 사람들의 작은 모임에서 시작되었다. 10년 전까지만 해도 연중 방문객이 5천명이 되지 않던 가파도라는 섬을 사랑하여 자원봉사 하던 사람들이 뭉치기 시작했다. 기업과 학자, 언론과 금융인, 엔지니어, NGO 등 각계에서 활동하는 사람들이 참여하여 ‘가사모’라는 이름의 단체가 만들어졌다. ‘가사모’는 가파도를 사랑하는 사람들의 줄임말이다. 이들은 천해의 자연환경을 가진 제주를 지켜나가기 위해 제주를 탄소 없는 섬으로 만들기

위한 프로젝트를 추진하였다. 오늘날 제주도가 야심차게 추진하고 있는 ‘카본프리 아일랜드 2030’이 사실 이 제주 남단의 작은 섬 가파도에서 시작되었다는 사실을 아는 사람은 그리 많지 않다.

“제주를 지속가능한 녹색섬으로 만들고 제주의 신성장 동력, 제주가 가진 글로벌 강소기업을 육성하고 싶은 마음은 마침내 전기차를 통해 교집합을 찾게 되었죠. 그리고 자체적으로 포럼도 열고, 세미나도 열면서 국제전기자동차엑스포가 시작되었던 겁니다.”

2012년 제주의 미래비전 카본프리 아일랜드 2030이 발표되었다. 같은 해 세계자연보전총회(WCC)도 열리면서 마침내 분위기가 무르익었다. 제주 녹색섬 포럼과 제주 스마트 그리드 협회 구성원들은 국회와 산업통상자원부, 환경부를 찾아가 설득하기 시작했다. 신재생에너지의 섬으로 알려진 덴마크 본홀름 섬과 가파도 간의 교류도 추진했다. 마침내 2013년 제주광역경제권 선도산업 육성사업 휴양형 MICE 프로젝트의 일환으로 국제전기자동차엑스포가 선정되었다. 서울은 물론 세계를 다니며 제주에서 전기자동차 엑스포를 해야 한다며 수많은 사람들을 찾아가 설득한 결과였다.

“제주도를 지속 가능한 녹색 섬이자 글로벌 강소기업이 나오는 본고장으로 만들기 위해서는 전기차 산업을 지속적으로 육성해 나가야 합니다.”

2014년 3월 15일 제 1회 국제전기자동차엑스포가 마침내 개최되었다. 이제는 40여 개국에서 150개사가 참석하는 연인원 5만 여명 규모의 국제적 박람회로 자리잡았다. 국제전기자동차엑스포와 함께 이제 제주도는 탄소 없는 섬으로, 전기 자동차의 천국으로 완전히 거듭나고 있다. 제주도는 2030년까지 도내 37만 1000대를 전기차로 전환할 방침이다. 한국 GM의 볼트EV가 국내 최초로 런칭된 곳도 제주이다. 올해에도 기아자동차의 니로EV가 제주에서 첫 공개되었다. 말의 고향 제주가 이제는 전기차의 메카, 전기차의 다보스포럼을 지향하는 국제행사를 개최하는 친환경도시로 발전한 것이다. 이를 힘입어 이제는 제주의 청정 자연을 경제 발전의 경쟁력으로 삼은 카본프리 아일랜드 프로젝트가 진행되고 있다.

“카본프리 아일랜드는 제주의 핵심가치인 청정과 공존하는 것입니다. 사람과 자연이 공존하는 청정 제주를 만드는 일입니다. 사람은 자연으로부터 힐링을 얻고 자연은 함께 살아가는 대상으로 보존이 되는 선순환적 생태계를 구축하는 것입니다.”

제주도는 카본프리 아일랜드를 만들기 위해 100% 신재생 에너지와 전기차 생태계를 만들고자 한다. 이는 관광, 감귤 같은 제주의 기존 경제와 상충되지 않고 오히려 청정한 자연 환경을 유지해 더 많은 수익을 기대할 수 있다. 때마침 정부에서도 제주를 세계환경중심도시, 즉 세계환경수도로 조성 하려는 정책이 천명되었다. 문재인 대통령은 지난 6월 15일 제주를 방문하여 ‘천해의 제주를 동북아시아 환경수도로 만들겠다’라고 천명했다. 제주도로 이에 발맞춰 2030년까지 제주의 모든 교통수단을 전기차로 전환하게 된다. 이렇게 되면 내연기관 자동차 및 이와 관련된 산업은 사실상 종말을 고하게 된다.

그래서 제주에서는 MICE 산업 활성화가 더욱 중요하다. MICE 산업이야말로 친환경적이고 사람이 중심 되는 산업 이기 때문이다. MICE 산업을 통해 지방 도시들도 4차 혁명 시대를 이겨낼 수 있는 기회를 가질 수 있다. 예를 들어 포항 이라고 하면 포항의 정체성에 맞는 포항제철이나, 포스텍 이나 같은 이런 것과 연관을 맺는 아이템을 가지고 가야한다. 그런데 비슷한 것 가지고 유사한 것들을 자주 만들어 내니까 이게 잡화점밖에 되지 않는다.

지역에서 MICE 산업을 할 때에 주의를 기울여야 할 부분이 있다. 먼저, 제주, 한국 이런 이름을 붙이는 것에 신중해야 한다. 잘하면 지역의 특색을 살릴 수 있지만 자칫하면 그 지역에 갇혀 버릴 수 있다. 특히 이런 박람회, 엑스포 같은 것을 할 때는 더욱 조심해야 한다. 자칫하면 우리들만의 리그로 전락해 버린다.

“제주에서 전기자동차 엑스포를 기획하면서 그 이름을 ‘국제전기차엑스포’로 이름 붙이고 순수 전기차만을 위한 엑스포를 고집스럽게 유지했습니다. 탄소 연료차들이 후원금을 주면서 참가하려고 했지만 다 뿌리쳤습니다. 이런 고집 때문인지 이제 전기차 관련 행사로서는 우리가 오리지널로 인정받고 있습니다. 인민일보나 블룸버그 통신도 우리와 업무협약을 합니다. 연인원 5백만명이 오는 북경전기차박람회에서도 5월은 제주에서, 9월이나 10월은 북경에서 하자라고 연락이 옵니다.”

국제전기차엑스포를 성공시킨 뒤 세계전기차협의회도 우리나라가 주도하여 만들었고 우리나라가 진행하고 있다. 여기에 한국, 제주 같은 지역 이름을 붙이면 우리만의 리그로 갇히고 만다. 순수 전기차, 카본프리 아일랜드, 스마트 시티의 기초 속에 전기차엑스포를 진행하면서 제주 국제전기차엑스포는 제주라는 이름이 없이 통용되는 명실상부한 국제 엑스포가 되었다.



“4개월 전 기사 찾아보시면 시진핑 주석이 카본프리 아일랜드 하이난성을 발표했어요. 제주에서 하는 것과 같은 내용입니다. 제주를 빼고 하이난성을 집어넣어서 똑같이 2030을 발표했어요. 제주에서 시작해서 이제 하이난 성으로, 중국으로 확장되고 있는 겁니다. 이런 게 언제 있었습니까?”

한국이 만들고 한국에서 시작해서 세계적으로 갈 수 있는 그런 것들을 어떻게 만들 수 있을지 한번 깊게 생각해야 한다. 그런 것들을 뽑아서 정확하게 심사를 하고 키워 나가면서 정책적으로도 반영을 시켜야 한다. 가파도에서 시작한 작은 모임이 국제전기차자동차 엑스포로 발전하면서, 제주도도 국제적인 관광도시가 되었고 이제는 세계적으로 뻗어나가게 된 것처럼 말이다.

지역에서 MICE 산업을 할 때에 주의를 기울여야 할 두 번째 부분은 퀄리티 컨트롤이다. 한 지역에서 성공했다는 소식이 들리면 여기저기서 비슷한 콘셉트로 비슷한 이름으로 카피한다. 그 결과는 하향평준화이다. 관객들도 식상해진다. 여기에 가도 저기에 가도 이름만 다를 뿐 내용은 다 비슷하다. 이런 축제는 한번은 울지 몰라도 두 번 찾지는 않는다. 우리 나라 안에서도 경쟁력이 없게 되면 국제적인 행사로 발돋움 하는 것은 더욱 어려워진다.

예를 들면 요트 산업은 목포에서 시작이 됐다. 그런데 조금 사람들이 모여들고 규모가 커지니까 통영에 또 만들었다, 조금 지나니까 부산 수영만에, 그 다음엔 경기도 화성에 이렇게 만들어 나간다. 근데 요트를 이용하는 사람과 출전할 선수는 제한되어 있다. 그런데 여기 저기서 대회가 열리다 보니까 결론적으로 여기도 안 되고 저기도 안 되고 모두가 하향평준화 되어 버렸다. 철강 축제는 포항이 하게 내버려 두고 오히려 밀어주고 집중해 줘야 한다. 이렇게 밀어주고 집중해 주고 협업하기 시작할 때 실리콘 밸리 같은 산학협력의 대단지 혁신 클러스트도 가능해 진다. 근데 이걸 쪼개고 쪼개서 다 흩어버리고, 비슷비슷한 콘텐츠를 각 지역에서 각자 진행하면 시너지가 나오지 않는다. 안 그래도 추진할 에너지도 없는데 그렇게 분산되는 바람에 되던 것도 안되게 된다.

각 도시마다 MICE에 관련한 새로운 콘텐츠 발굴이 필요하다. 유사한 성격의 일들을 계속 만들지 말고 그 지역을 대표하는 독창적인 것들을 만들어 내야 한다. 이런 일을 하기 위해서는 사람이 필요하다. 독창적인 기획을 할 수 있는 사람들이 MICE 산업에 모여야 한다. 특히 발상의 전환이 가능한 젊은 사람들이 모여야 한다. 이런 일을 자문하는

전문가, 교수 집단이 형성되어야 한다. 호텔, 관광 이런 분야 뿐 아니라 다른 산업 분야에서 완전히 새로운 시각을 가지고 MICE를 바라보는 사람들이 MICE 업계로 들어와야 한다.

이런 여러 분야의 산업과 사람들의 에너지가 한 곳에 모여서 세계적인 것이 나온다. 그런데 지금은 서로 유사한 것들이 오히려 여기저기로 흩어지고 분산되니까 세계적인 것으로 발전할만한 것들도 오히려 사그라지게 된다. 그 결과 우리 MICE 산업이 글로벌 MICE 산업이 될 수 있는 충분한 플랫폼이 있음에도 불구하고 로컬 MICE로 머물고 있다.

“이렇게 하기 위해서는 MICE 산업 각 구성원들의 협업이 중요합니다. 우리 MICE 업계에 있는 사람들이 자주 만나야 합니다. 만나서 생각을 나누고 교류하다 보면 창조적인 아이디어가 나옵니다. 그 때 하향평준화가 아니라 상향 시너지 효과가 나오는 것입니다.”

MICE 산업이 발전하기 위해서는 이런 에너지들이 서로 모여서 서로 선의의 경쟁을 하는 한편으로는 서로 서포트 해주고 서로 힘을 실어야 준다. 그런데 시장 자체가 워낙에 작고 또 당장 눈앞의 작은 이익은 놓치기 어려운 것이 우리의 현실이다. 거기에 새로운 뭔가를 만들 시간과 여건도 부족 한데 치열하게 경쟁하느라 에너지를 다 소비하다 보면 MICE 산업이 앞으로 나아가기 힘들다.

작은 지역 축제를 시작하더라도 전 세계를 바라보고 기획해야 한다. 대한민국은 태생적으로 밖으로 나가지 않으면 살기가 어려운 나라이다. 그래서 우리가 머리가 좋고 사람들이 뛰어나니 이런 인적 자원을 잘 살려 나갈 수 있는 국제적인 일거리를 만들어야 한다. 국제적으로 나가서 함께 할 수 있는 것을 찾아야 된다. 이런 일들을 먼저 일구어 낸 선배들의 도움을 요청해야 한다. 그런 노하우나 인적 자원을 그냥 묻어두지 말고 잘 이어받아야 한다.

“국제전기자동차엑스포를 베이징에서 한번 하자. 그러면 제가 당장 돈을 벌 수 있을 겁니다. 입장료만 받아도 우리가 10만명 모을 때 거기는 5백만명을 모으니까요, 하지만 그러면, 그 다음번에 사람들이 또 우리 제주도로 다시 올 수 있을까요? 이게 겁나는 겁니다. 나 혼자 돈 벌고 우리 단체 하나 성공하는 게 전부가 아닙니다. 함께 성장해야 합니다.”

그래서 다보스를 다시 한번 주목하게 된다. 다보스는 만 명 밖에 살지 않는 작은 도시이다. 그런데 세계 경제인들이 4천만원, 5천만원 회비를 내고 다보스로 포럼에 간다. 거기에

선택받는 것을 영광으로 생각한다. 거기서 향후 몇 십 년간 진행될 경제 분야의 굵직굵직한 안건들이 논의된다. 우리도 이렇게 질적으로 가야한다. 그러기 위해서는 서로가 서로를 지켜줘야 한다. MICE 산업이 발전하기 위해서는 MICE 산업 각 구성원의 협업이 중요한 것이 다시 강조된다.

우리 한국도 MICE 산업을 키우는데 MICE 산업으로 세계적인 강소 기업이 나와야 한다. 그렇게 되면 한국에 있는 기업이나 청년들에게 좋은 선택지를 줄 수 있다. 또 그렇게 되면 그 것에 따르는 전후방 산업들이 자동으로 생겨난다.

“제가 엑스포를 해보니까 알겠더라고요. 엑스포가 만들어져서 한번 두번 하면 전기차 하나 홍보 되고 보급도 되지만 그것으로 끝이 아닙니다. A사 B사가 한 자리에 모이니까 세포분열이 일어나고 새로운 계약이 체결되고 새로운 산업이 C, D 계속해서 생겨납니다.”

제주 국제전기차엑스포 역시 마찬가지였다. 엑스포가 계속 되면서 여러산업들이 파생적으로 만들어졌다. 디자인센터, 글로벌 인증센터, R&D 센터 같은 것들이 만들어졌다. 그런 기업들이 제주도에서부터 만들어졌다. 예를 들어 테슬라 이상의 파워를 가지고 있는 중국 비와이디 코리아(BYD Korea) 사무실은 서울이 아니라 제주도에 설립되었다. 본사가 제주도 에 있는 것이다. 그 이유는 어떤 것을 의미할건가, 또 하나는 제주 국제대학하고 제주 첨단기술단지 거기에는 다음 카카오 있는 것처럼 거기 바로 옆에 실리콘 밸리 처럼 ㄹ밸리가 조성이 되고 있다.

이런 일 들이 일어나는 것에 엑스포는 하나의 기점이 되었다. 매년 엑스포가 열릴 때마다 5월 달에는 그런 논문들이 쓰여지고 그런 논문들이 발표되고 공유된다. 자동차 관련 학과들, 회사들, 미술과 디자인 하는 학과들, 소프트웨어 회사들은 매년 5월이면 이론에서 실제까지 모두를 경험하게 된다. 이런 경험은 서울의 우수한 대학도 하기 힘든 것들이다. 그런데 이 남쪽 끝 제주도에서 자신이 배우는 학문이 실제적으로 어떻게 쓰이고 활용되는지 직접 지켜보고 경험할 수 있는 그런 일들이 일어나고 있다. 제주도의 인재가 깨어나고 있는 것이다.

한 가지만 덧붙이면 그런 자동차 관련 산업이 활성화 되면 그것이 곧 우리나라 전체의 경제 발전에 도움이 된다. 자동차 산업이 활성화 되어 공장을 지어야 한다면 제주에 짓지 않는다. 창원이나 광주나 울산에 짓게 된다. 그런 일들이 일어나면 우리나라 전체 산업구조가 발전하게 된다. 지역 경제가 살아나게 된다. 새로운 일자리도 창출된다. 한 지역 만이라도 제대로 해낸다면 전체 지역이 다 함께 살아난다는

점을 기억해야 한다. 다시 말하지만 MICE 산업에는 협업이 중요하다. 꼭 필요하다.

“평양에서 전기차 엑스포를 열어보려고 합니다. 지금 솔직히 말하면 제주도에서 한라에서 백두까지 라고 하는 일들처럼 저는 그 것을 기본적인 소명 같은 것으로 생각 합니다. 그래서 우리 제주 상공인을 중심으로 감굴 보내기 운동을 지금까지 꾸준히 해오고 그 일로 평양하고 개성도 다녀왔습니다.”

2015년부터 동북아재단과 같이 엑스포를 하면서 언젠가는 이런 전기차엑스포를 북한에서 하겠다는 꿈이 생겼다. 중국은 디젤차나 휘발유차로 기존 업체들을 이기기 어려우니 바로 전기차로 점프했다. 아마 북한도 분명히 전기차로 바로 갈 것이다. 우리 남쪽의 강점과 북한의 장점을 잘 살려서 전기차 산업을 함께 하면 남북 상호 협력과 세계 평화에 상당한 역할을 할 수 있지 않을까 생각한다.

지금처럼 남북교류가 꾸준히 되면 일단 내년 5월에 남북의 전기차 관련 정책 포럼을 우리 제주 엑스포에서 하고 싶다. 그게 잘되면 내년 하반기에는 세계 전기차 총회와 엑스포를 평양에서 하고 싶다. 만약 내년에 못하게 되면 내후년 또 그 내후년에 하면 된다. 이렇게 꿈을 계속 지속하는 것이 중요하다. 평양 전기차엑스포는 대한민국 뿐 아니라 전 세계의 평화를 지키는 일이다. 그래서 오늘 세계전기차협의회 이사회에서 승인 절차를 받으려 한다. 우리 나라 혼자 하는 것보다는 세계전기차협의회에서 하는 것이 뭔가 명분도 있고 탄력도 받지 않을까. 그래서 오늘 승인 절차를 시작한다.

우리 나라의 다음 세대는 ‘다이나믹 코리아’ 같은 구호처럼 참 역동적이고 미래지향적이다. 이럴 때 우리 MICE 패밀리 들도 좀 더 사람에게 선택과 집중을 해야 한다. 그래서 글로벌 시장에 갈 수 있고 통할 수 있는 그런 기획을 해야 한다. 그러기 위해서는 산업계 뿐 아니라 다른 다양한 영역의 사람과 콘텐츠가 서로 만나 창조적 융합이 일어나도록 우리 MICE 업계가 플랫폼을 제공해 주어야 한다. 그 때에 우리 나라도 글로벌 시장에서 어떤 중심적인 역할을 감당할 수 있게 된다. MICE 업계의 역할이 중요하다. 그래서 MICE에 갈수록 더 큰 기대를 건다.







**BUSAN**  
TOURISM ORGANIZATION  
BUSAN, KOREA



it's **BRIGHTER** in  
**BUSAN**  
MEETINGS & CONVENTIONS

**To make it brighter..**

Business and much relaxation  
Four- season attractions, entertainment and  
Great dining await you

We invite you to Busan, a city beloved by the whole world

[facebook.com/MeetInBusan](https://www.facebook.com/MeetInBusan)

<https://www.bto.or.kr>



**부산관광공사**

**팀빌딩 가이드북**

부산 기업회의 & 인센티브 관광  
Corporate meeting and incentive travel  
Team building Guide



**"It's brighter in Busan!"**

**MICE 참가자 맞춤형 관광프로그램 선보여..**

부산은 국제협회연합(UITA)이 발표한 2017년 국제회의 개최도시 순위에서 아시아 4위, 세계 7위 도시로 선정되었다. 국제회의 개최건수 증가와 함께 늘어나는 MICE 참가자의 요구에 부응하고 만족도를 높이기 위해 부산관광공사는 맞춤형 MICE 관광프로그램 개발에 박차를 가하고 있다. 최근 기업회의&인센티브 관광객을 위한 팀빌딩 가이드북 (Team Building Guide Book)과 MICE 참가자 관광 가이드북(Brighten Your Stay)을 신규 제작하였다. 팀빌딩 가이드북은 참가인원 규모와 방문시기에 맞춰 부산에서 진행할 수 있는 팀빌딩 프로그램 50가지를 제안하고 있다. 그 중 부산의 특색이 돋보이는 프로그램으로 '송정에서 부산을 느끼다'가 있다. 송정해수욕장에서 서핑 교육 - 바다를 배경으로 미포철길을 걸으며 보물찾기 미션수행 - 국내 최고 브루어리에서 수제 맥주 만들기 등을 최대 50명이 동시에 진행할 수 있다. 그 외에도 요트·크루즈 체험, 감천문화마을을 배경으로 인증샷 남기기, 어묵만들기, 갈매길 걷기 등 부산의 주요 관광지과 체험프로그램을 연계한 팀빌딩 프로그램을 소개하고 있다.

**PROLOGUE**

**기업회의&인센티브 관광 참가자를 위한  
팀빌딩 가이드북 활용방법**

이 가이드북은 부산을 찾는 기업회의&인센티브관광 참가자들에게 더욱 풍성하고 의미 있는 경험을 제공하고자 제작되었습니다.

**Q. 팀 빌딩 가이드북은 어떻게 구성되어 있을까요?**


참가자가 원하는 테마와 인원에 맞게 프로그램을 추천/활용할 수 있도록 구성되어 있습니다. 부산 전체를 구 별로 나누고 여덟 가지 테마 (명물스테이, 실려체험, 해양레저스포츠, 아웃도어스포츠, 전통문화체험 및 제과, 자연 관광, 사우나 스파, 기타)로 분류하였습니다. 아울러 계절에 맞는 팀 빌딩 프로그램도 가능 합니다.

**Q. 참가인원은 스무 명, 전통문화체험을 원한다면?**

8인 프로그램 '국립부산국악원 국악에 도전'을 추천합니다. 그리고 가이드 북 내에는 여러분의 팀 빌딩에 참고할 수 있는 TEAM BUILDING IDEAS & TIPS가 있으니 고객의 상황에 맞추어 다양한 활용이 가능 합니다.

**Q. 봄에 추천 할 만한 팀빌딩 투어를 찾고 있다면?**

방문하시는 계절이 봄이라면 32인 프로그램 '부산 봄꽃 명소 스텝 투어'가 가능합니다. 또한 부산서동강유채꽃축제, '삼학벚꽃축제', '온천천 벚꽃축제' 등 다양한 봄 축제와의 연계도 가능합니다.



MICE 참가자 관광가이드북(Brighten Your Stay)은 5~6시간 반나절 정도의 테마별 관광코스를 제안한다. 관광코스는 부산 테마별 BEST 관광코스(8개), BTO 협력 여행사 운영코(4개)로 구분된다. BTO 협력 여행사의 경우 하루(7~9시간) 코스를 소개하고 있으며, 부산은 물론 인근 지역 관광을 연계하여 1개 업체당 최소 3개~최대 5개의 코스를 제안한다. BEST 관광코스는 8개의 테마로 구성되어 있는데, 다도체험, 요트투어 등 몸과 마음을 힐링하는 'Healing Tour', 부산 내 전통시장을 돌아보며 오감을 만족하는 'Traditional Market Tour'등이 포함되어 있다.

이번에 새로 소개되는 부산 MICE 신규 콘텐츠는 부산관광공사 홈페이지에서 확인할 수 있다.

[http://bto.or.kr/renewal/07\\_mice/main.php](http://bto.or.kr/renewal/07_mice/main.php)





## 대한민국 전시산업과 마이스산업의 2인3각. 함께 가야 멀리갑니다.



하운호

하운호 / 전시산업진흥회 상근부회장

안녕하십니까, 한국전시산업진흥회 상근부회장 하운호입니다. 직접 찾아 뵙고 인사드려야 하지만 부득이 지면으로 대신 인사를 전하게 되었습니다. 저는 산업통상자원부 서기관, 울산광역시청 정보화담당관, 주멕시코 대한민국 대사관 상무관 등을 역임하고 올해 5월 진흥회 상근 부회장으로 선임되어 근무 중에 있습니다. 마이스업계 대표 정보지인 계간 'The MICE'의 원고의뢰를 받고 어떤 이야기로 풀어볼까 고민했습니다. 업계에서 근무를 시작한 지 얼마 안됐지만 소통이 중요하다는 생각을 했습니다. 전시, 컨벤션을 포함한 마이스산업의 업무라는 것이 결국 사람이 하는 일이고 사람들이 통하지 않으면 소기의 성과를 달성할 수 없기 때문입니다. 그럼에도 불구하고 지금의 전시와 마이스산업은 각각 전시산업발전법과 국제회의산업육성에 관한 법률로 근거법이 다르고, 산업통상자원부와 문화체육관광부로 이원화되어 있어 소통이 많이 부족한 상황입니다. 이러한 비정상적 구조로 인해 많은 협력기회를 놓치고 있기 때문에 중장기적으로 정상적인 구조로 바뀌어야 한다고 생각합니다.

### 외부요인에 의한 이원화의 상황. 업계내부적으로 먼저 일원화를 모색해야

전시와 컨벤션이 함께 하는 성장모델은 이미 CES, MWC 등을 통해 익숙합니다. 흔히 '컨팩스(ConfEx)' 모델이라고도 합니다. 전시와 컨벤션은 대체재 관계가 아니라 보완재 관계이며 시너지(Synergy)라는 단어에 가장 적합한 산업군이 아닐까 합니다. 한국전시산업진흥회가 작성하는 국가승인통계인 국내전시산업통계에 따르면 국내전시회 개최건수는 2012~2016년까지 560~570건 수준에서 정체되어 있습니다. 반면 한국관광공사가 작성하는 MICE산업통계조사·연구에 따르면 컨벤션행사 개최건수는 2012~2016년까지 1,308건에서 5,809건으로 4배 이상 성장했습니다. 다만 내실있는 성장인지에 대해서는 의문이 있는 것으로 알고 있습니다. 양적 성장이 한계에 도달한 전시와 마이스업계 모두 질적 성장에 목마름을 느끼고 있는 것이 현실입니다. 전시회를 '개최'하는 주최자는 컨벤션을 모르거나 혹은 알더라도 별도의 인력을 총원하기가 부담스럽고, 컨벤션 행사를 '유치'하는 PCO는 매출액이 불안정하다는 문제가 있습니다. 따라서 능력있는 PCO와 주최자가 협업

하여 전시회와 동시에 개최되는 고정적인 컨벤션 행사를 기획하고 수익을 창출할 수 있다면 서로에게 이득이 되는 상황이 될 것입니다. 이런 협업이 질적 성장의 토대가 될 수 있을 것이라 생각합니다.

### 남북경협이 더욱 활발해질 것으로 예상되는 지금의 기회를 잘 활용할 필요

앞서 협업모델을 예시적으로 제시했지만 외부적으로 이원화된 상황을 타개하기 위해서는 공동의 이익을 추구할 수 있는 보다 구체적인 대상물이 필요할 것입니다. 첫째는 남북경협이 활발해지는 이 시기를 활용해서 전시회와 마이스 행사를 대대적으로 추진해 보는 것을 계획할 수 있겠습니다. 전시분야에서는 정치적 영향을 상대적으로 적게 받는 생필품 등 경공업 분야와 1차산업 분야에서의 남북간 전시회 공동개최를 추진코자 합니다. 1998년에 시작된 북측의 평양국제무역전시회에 개성공단 입주기업들이 2007년도에 참가하려고 북측과 협의하던 중 남북관계 경색으로 성사되지 못한 적도 있습니다. 마이스분야에서는 최근의 개성공단기업협회 신한용 회장의 발표가 눈에 띕니다. '개성공단에 마이스산업을 도입해 관광 및 컨벤션 산업을 육성하고 기업유치에 힘을 쏟을 필요가 있다'는 제안이 타당해 보입니다. 개성공단지역을 활용한 물품 전시회와 컨벤션 행사의 협업을 기획해 보는 것도 분명 의미있을 것입니다.

### 전시와 마이스가 함께 걸을 꽃길. 2019 한국전시컨벤션산업워크에 적극적인 참여

두 번째는 2019년 1월 16~17일에 코엑스에서 개최되는 한국전시컨벤션산업워크(KOREA EXCON WEEK 2019)의 활용입니다. 업계 내 전시 행사로는 그간 한국전시산업전과 코리아마이스엑스포가 있었습니다. 코리아마이스엑스포의 상황은 알 수 없지만 한국전시산업전에 대해서 고백해 본다면 업계내부 친목도모 행사 수준이라는 평가를 피하기 어려웠을 것 같습니다. 이에 대해 진흥회도 책임을 가지고 있습니다. 전시회에서 비즈니스를 할 수 없으니 의무감으로 참여해야 했고 결국 참가업체도, 참관객도 큰 성과를 얻지 못하는 전시회였다고 자평하게 됩니다. 이런 상황을 타개해 보고자 올해 7월 진흥회를 중심으로 전시장운영자협회·전시주최자협회·전시디자인설치협회·전시서비스업협회 5개 단체가 공동 주최하는 것으로 협약을 체결하고 내년 1월에 엑스콘이라는 전시컨벤션종합워크 행사를 개최하게 되었습니다. 이번 전시회는 내부시장 확대와 외부시장 흡수

라는 목적을 가지고 준비됩니다. 먼저 주최자와 PCO가 만날 수 있도록 한국MICE협회가 함께 하고, 상설전시의 영역이라고 도외시 되었던 전시연출기법 분야에서 한국전시문화산업협동조합이 참가합니다. 또한 전시회 활용에 관심있는 일반 중소기업들이 참관객으로 대거 참가할 것으로 판단됩니다. 전시회를 통해 2019~2020년 국내와 해외의 전시회 정보 2천여건이 제공되고, 지원기관에는 KOTRA·중소기업진흥공단·소상공인시장진흥공단·중소기업중앙회 등이 참여하여 전시회참가 지원사업에 대해 설명하고 상담을 진행합니다. 아울러 전시회 부스상담스킬 무료교육이 진행되어 업체입장에서는 한번의 전시회 참가로 전시회 정보·전시회 지원사업 정보·교육이라는 세 가지 소득을 얻어지게 됩니다. 비즈니스 중심의 전시회로 탈바꿈할 내년 전시회에 업계 전체의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.

### 사회적 자본. 업계내 '신뢰' 구축을 통한 상생의 길 찾기

전시산업과 마이스업계의 가장 고질적인 문제는 저가 경쟁입니다. 여러분도 아시는 것처럼 경제학에 '죄수의 딜레마(Prisoner's dilemma)'라는 것이 있습니다. 서로간의 불신이 서로에게 최악인 결과로 귀결된다는 함의를 담고 있습니다. 부스장치분야의 경우 부품단가와 노임 등 비용 인상 요인이 많았지만 10년 전에 비해 부스당 장치가격은 오히려 떨어지는 기현상이 발생하고 있고 이것이 결국 업계 전체의 쇠락으로 이어지는 악순환 속에 있습니다. 마이스 분야 또한 기획력에 대한 별도의 인정을 받지 못한 채 업계 내부의 가격경쟁만이 격화되어 도산하는 업체가 늘어나는 모습입니다. 정부가 나서서 이를 해결할 수 있는 방법도 있겠지만 규제완화의 시류 속에서 이를 법으로 제도화 하기에는 시간적으로 요원해 보입니다. 그래서 어쩌면 교과서적인 이야기일 수도 있지만 사회적 자본(Social Capital)의 축적에 대해 얘기해 보고자 합니다. '사회적 자본'이란 '개인들 사이의 연계와 이로부터 발생하는 사회적 네트워크의 호혜성과 신뢰의 규범'을 말합니다. 승자 없이 패자만 존재하고 나아가 업계를 왜곡되게 하는 가격 경쟁 대신 디자인 경쟁, 기획력 경쟁으로 전환하는데 대한 업계전체의 신사업 협정을 추진했으면 합니다. 신뢰에 기반한 경쟁은 업계를 건강하게 하고 선순환의 성장구조로 미래를 함께 논의할 수 있도록 합니다. 암울했던 과거에 집착하는 것보다 미래의 희망을 얘기하는 전시와 마이스산업계가 되기를 희망합니다. 감사합니다.



# NEWS BRIEFING



(사)한국MICE협회, Taiwan External Trade Development Council과 Taiwan Exhibition and Convention Association와의 업무협약(MOU)통해

## 대만과의 교류협력 확대

- (사)한국MICE협회와 Taiwan External Trade Development Council(대만무역센터), Taiwan Exhibition and Convention Association(대만전시컨벤션협회) 간 MICE 활성화 업무협약 체결
- 양국 간 MICE를 통한 교류 확대 및 MICE 산업 공동 발전 도모

사단법인 한국MICE협회(회장 김응수)는 2018년 10월 24일(수) 오전 11시 킨텍스에서 Taiwan External Trade Development Council과 Taiwan Exhibition and Convention Association (회장 Walter M. S. Yeh) 두 기관과 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 전시·무역 분야 중심으로 이루어 졌던 기존의 한국- 대만 간의 교류를 국제회의, 기업회의 및 비즈니스 관광 쪽으로 더욱 확대하기 위한 양 국의 노력 방안도 논의되었다. 이번 기회를 통해 앞으로 더욱 다양한 MICE 분야에서의 양국 간의 교류가 기대된다.

- ※ Taiwan External Trade Development Council(TAITRA): 1970년에 설립된 대만정부 산하의 비영리 무역진흥기관으로서 서 무역진흥과 대만기업의 대외무역 지원을 통해 국가 경제 발전에 이바지할 목적으로 설립됨.
- ※ Taiwan Exhibition and Convention Association(TECA): 전시·컨벤션 산업을 통한 국제무역 확대 및 대만 경제 활성화를 도모하기 위해 2008년 설립되어 160 여 개의 회원사로 구성된 협회.



## (사)한국MICE협회-(주)나이스디앤비 기업평가 서비스 업무 제휴 체결

- MICE 기업을 위한 기업신용평가 할인 서비스 제공

○ 사단법인 한국MICE협회(회장 김응수)는 주식회사 나이스디앤비(대표이사 노영훈)와 2018년 10월 2일 기업평가 서비스에 대한 상호 업무협약을 체결하였다. 본 협약을 통해 양 기관 간 상호 유기적인 업무 협력체계가 마련되었으며, MICE협회 회원사를 비롯한 관련 기관, 기업은 '기업평가서비스'를 보다 효율적으로 이용할 수 있게 되었다.

○ (주)나이스디앤비는 국내 기업신용정보사업을 기반으로 공공입찰 기업신용평가에 주력하고 있는 기업이다. 한국MICE협회 회원사들은 공공기관과 정부에서 발주하는 MICE 행사 입찰에 참여하고 있어, 구조적으로 기업신용평가가 반드시 필요하다. 협회는 기업평가 전문 기업과의 제휴를 통해 MICE 기업에게 공공기관 입찰에 필요한 기업신용평가 서비스를 할인된 가격으로 제공할 수 있게 되었다며, 협회 회원사를 비롯한 MICE 기업에게 좋은 기회가 될 것이라고 밝혔다.

○ 기업신용평가 서비스 이용은 한국MICE협회 홈페이지(www.micekorea.or.kr) 온라인 배너(공공기관 입찰용 신용평가 서비스)를 통해 진행된다. 이용절차에 대한 자세한 문의는 나이스디앤비 서비스 이용절차 홈페이지 또는 고객센터 문의(T.02-2122-2308/02-2122-2550)로 가능하다.



## Asia Pacific MICE Business Festival

## 아태 마이스비즈니스페스티벌

2019. 4. 4(목) - 4. 5(금)  
수원컨벤션센터

- 기조강연&다양한 세션을 통한 **MICE 미래 방향 제시**
- MICE 업계 **최대의 네트워킹 기회 제공**
- 다양하고 실질적인 **정보교류와 비즈니스 창출**
- 국내외 MICE 유관 기관 및 협·단체와의 **협력체계 구축**





MICE 산업에는 사진, 음원, 폰트, SW등 다양한 지식재산콘텐츠가 활용되고 있지만 대부분의 행사 예산에 저작권에 대한 부분이 반영되지 않아 분쟁의 소지가 여러 차례 일어나고 있습니다.

세계 각국에서는 이미 지식재산을 둘러싸고 치열한 공방을 벌이고 있는 상황에서 국내 MICE 업계가 글로벌 기업으로 발전하기 위해서는 지식재산에 대한 관심과 문제해결이 필요한 실정입니다.

이에 한국MICE협회는 지식재산에 대한 업계 인식 확산과 MICE 기업이 경쟁력을 갖추는데 기여하고자 MICE 지식재산콘텐츠를 제작하여 업계에 배포하고자 합니다.

협회에서 제작한 MICE음원 35종과 MICE폰트 2종은 모두 무료로 제공되며, 제작된 콘텐츠의 저작권은 협회가 소유하고 있어 개인 및 기업 사용자 모두 안심하고 이용하실 수 있습니다.

MICE 지식재산 콘텐츠는 협회 홈페이지를 통해 다운로드 받으실 수 있습니다. (www.micekorea.or.kr)

MICE음원

MICE 음원은 클래식, 블루스, 재즈, 퓨전락, 국악, 오케스트라 등 폭넓은 음악 장르로 작곡되었으며, 다양한 행사 현장에서 각 장소 또는 상황에 맞게 활용할 수 있습니다.

No.	곡명	활용예시
1	Summer Blues	시상식, 등단
2	Night Train	시상식, 등단
3	Last Cry	선포식
4	Funny Life	시상식, 등단
5	Morning Jazz	장내전환
6	The Great Hall	갈라디너, 리셉션
7	Chinese Wall	갈라디너, 리셉션
8	Forever	폐회식
9	I'll Make Me Smile	폐회식
10	Alone	폐회식
11	Black Car	만찬, 식사
12	Alive	만찬, 식사
13	Summer Party	커피브레이크
14	Sweet Candy	무대 등단
15	Morning Of Music	내빈소개
16	Panorama	폐회식, 엔딩곡
17	Shining Wave	무대등단, VIP 소개
18	Song Of Mountain	폐회식

No.	곡명	활용예시
19	다과회	커피브레이크, 만찬
20	Little Jewel Box	로비, BGM
21	Longing	식전분위기
22	Morning Calm	로비, BGM
23	맑은날	네트워킹 프로그램
24	신명	네트워킹 프로그램
25	Appear	로비, BGM
26	Carnival	커피브레이크
27	River Flow	로비, BGM
28	Small Dishes	분위기 연출
29	Walk	분위기 연출
30	시상식 퓨전	개막식, 선포식
31	Flying(ceremony)	개막식, 선포식
32	Ordinary Morning	로비, BGM
33	Prize	선포식
34	Valse Fantaisie	분위기 연출
35	무도회	연회, 무도회

MICE폰트  
고딕체/명조체

- 한글 11,172자, 영문 94자, 약물 986자(유니코드 기준)  
- 포맷 : Win용 TTF 및 Mac용 OTF



MICE폰트

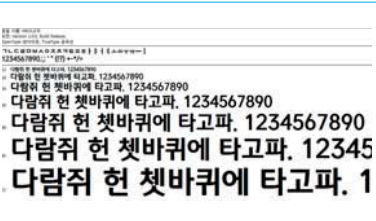
MICE 고딕체는 행사에 많이 사용되는 ID카드, 현수막, 포스터 등 제작물에 특화된 서체로 글자가 굵고 선명하며 무대 통천과 같이 사이즈가 큰 인쇄물에도 깨지지 않는 것이 특징입니다.



〈MICE 고딕 시안〉



〈MICE 고딕 디자인〉



〈MICE 고딕 폰트 사이즈〉

MICE명조

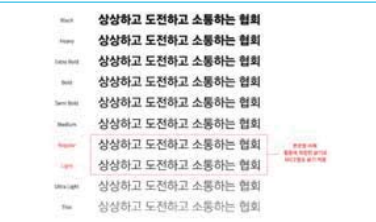
MICE 명조체는 문서, 본문, 서류 등에 적합한 일반적인 서체로 글자 굵기는 보통이며 제안서, 시나리오, 메일 등에 다양한 용도로 폭넓게 사용할 수 있습니다.



〈MICE 명조 시안〉



〈MICE 명조 영문 디자인〉



〈MICE 명조 폰트 사이즈〉

\*MICE 지식재산콘텐츠 라이선스 안내

'MICE 지식재산콘텐츠'의 지식재산권은 (사)한국MICE협회가 소유하고 있습니다.  
'MICE 지식재산콘텐츠' 음원과 폰트는 개인 및 기업 사용자를 포함한 모든 사용자에게 무료로 제공되지만, 무단 재배포는 불가능 합니다.  
'MICE 지식재산콘텐츠' 폰트는 인쇄물, 광고물(온라인 포함) 및 프로모션을 위해 활용될 수 있습니다.  
'MICE 지식재산콘텐츠' 음원은 행사장 운영, 영상 제작 등에 활용될 수 있습니다.  
'MICE 지식재산콘텐츠' 의 수정 및 변형(디지털포맷 변경) 을 포함한 개작, 개명을 통한 사용을 금지합니다.  
'MICE 지식재산콘텐츠' 를 유료로 판매하거나, 복사 및 배포 대가로 요금을 받는 것을 금지합니다.





국제회의전문기구  
Korea MICE Association  
한국MICE협회

글로벌 MICE 인재 양성의 메카,  
온라인 MICE 연수원이  
MICE인의 꿈과 열정을 응원합니다.

온라인 MICE 연수원은 융복합 산업의 플랫폼인 MICE산업의 진흥과 인재양성을 위한 “교육 플랫폼”입니다.

온라인 MICE 연수원은 온/오프라인 MICE 교육과정을 통해,  
'사람' 중심인 MICE산업의 예비 입문자와 재직자들에게 Next-Level로  
도약하기 위한 발판을 제공하고, MICE산업 일자리 창출과 MICE 기업 역량강화를 지원합니다.

Benefit 1. 업계 전문가가 전하는  
MICE 실무교육

MICE산업에 종사하는 전문가를  
강사진으로 구성하여 업계 실무를  
공부하는데 도움될 수 있는  
양질의 이러닝 교육 콘텐츠를 제공합니다.

Benefit 2. MICE 기본과정부터  
심화과정 까지 A to Z

전반적인 MICE산업을 이해할 수 있는  
기본과정부터 실제 업무의 수행 여부를  
평가하는 국가직무능력표준(NCS)을  
기반으로 한 심화과정까지 체계적인 교육  
로드맵을 제공합니다.

Benefit 3. Everywhere, Everytime

PC, 모바일, 태블릿 등 대부분의 기기에서  
제약없이 접속이 가능하며, 언제 어디서나  
온라인 강의를 수강할 수 있습니다.

Benefit 4. 한국MICE협회 수료증 발급

과정 수료 시 한국MICE협회 명의의  
수료증이 발급되며, 추후 MICE업계 구직  
활동에 활용할 수 있습니다.

Benefit 5. MICE 업계 채용 정보 제공

한국MICE협회에는 국제회의기획업(PCO), 국제회의시설업(컨벤션센터, 유니크베뉴),  
국제회의서비스업(여행사, 호텔, 시스템 등), 유관기관(공사, 유료 등)을 비롯한 약 300여  
업체의 회원사가 가입되어 있으며, 관련 채용 정보를 신속히 제공해드립니다.



\*위 사진은 온라인 MICE 연수원 교육 과정 수강 시 보여주는 실제 화면입니다

이용안내

1  
온라인 MICE 연수원  
홈페이지  
회원 가입

2  
MICE 과정 또는  
공동 소양 콘텐츠 신청  
(매주 기수 별 모집)

3  
신청 후 차주에  
교육 콘텐츠  
수강 가능

4  
수료한 교육 콘텐츠는  
이후 자유롭게  
열람 가능

이제 MICE를 온라인에서!

온라인 MICE 연수원 가입을 놓치지 마세요!


온라인 과정 전액 무료 제공

[www.e-micekorea.or.kr](http://www.e-micekorea.or.kr)

온라인MICE연수원 대표번호 1522-9568

32 THE MICE 2018 Vol 42

사람 중심 MICE, 업계 재직자 및 입문자를 위한 2018년 하반기 MICE Education



사람 중심 MICE 산업의 일자리 이슈가 지속되고 있다.  
여러 채용 관련 행사를 통해 MICE 취업 정보 제공과 기업  
매칭이 이루어지고 있으나 구직자의 산업 및 직무에 대한  
이해와 기업 정보가 부족하여 미스매칭이 발생하고, 취업  
후에도 직무 적응이 어려운 사례가 발생하고 있다.

업계 재직자의 경우 업무에 대한 과중, 시간 부족, 비용  
부담 등의 요인들로 인해 지속적인 교육을 받기 어려워  
개인의 역량강화를 기반으로 한 기업성장에 어려움이 있다.

구직자를 대상으로 단기성의 채용을 목표로 한 취업  
프로그램보다는 산업 전반에 대한 교육과 멘토링을 통해  
진로 설정과 향후 직무 적응을 돕고, 재직자 대상의 역량  
강화 교육을 실시하여 향후 미래 리더로서 커리어 패스  
개발을 돕고자 (사)한국MICE협회에서는 다가오는 12월~1  
월 재직자 및 입문자 교육을 개최할 예정이다.

[입문자 대상 교육과정]

- 한국MICE아카데미
- 일정 : 2019/1/7(월)~1/18(금), [주말 제외 10일]
- 대상 : MICE 업계 진출을 희망하는 대학생 및 취업준비자  
50여 명
- 업계 전문가가 전하는 MICE 실무교육과 멘토링을 통한  
교류, 현장견학과 팀프로젝트를 통한 실무경험 기회, 채용  
설명회 및 인터뷰를 통한 취업 기회 제공

자세한 교육 내용 및 신청방법은 '온라인 MICE 연수원'  
홈페이지 '오프라인교육'에서 확인 가능하다. 사람 중심,  
MICE 산업의 인재 양성을 위한 교육과정에 업계 재직자 및  
입문자들의 많은 참가를 기대한다.

[재직자 대상 교육과정]

- MICE업계 신입사원 OJT 교육
- 일정 : 12/6(목)~12/7(금), 12/13(목)~12/14(금) [4일]
- 대상 : MICE 업계 신입사원 50여 명
- MICE 산업 업종별 실무에 대한 이해와 함께, 신입사원의  
업무적응과 역량강화를 위한 비즈니스 글쓰기 및  
프레젠테이션 클리닉 운영
- MICE 중견관리자 양성과정
- 일정 : 1차교육 - 12/19(수)~12/21(금) [3일], 2차 교육  
1월 중 개최 예정
- 대상 : MICE 업계 중견관리자 30여 명
- 글로벌 MICE 이슈, 빅데이터 분석을 통한 MICE 트렌드  
와 함께 기업의 중심인 중견관리자의 리더십 개발과 사람  
관리를 위한 방법 전수



33





# MICE 통합 컨시어지 데스크

# MICE 행사 보험



### 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

| 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)

### 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



가입	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
보상	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		
상품 내용	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

MICE 행사보험 가입에 대한 자세한 내용은 협회 홈페이지를 참고하시기 바랍니다. (www.micekorea.or.kr)



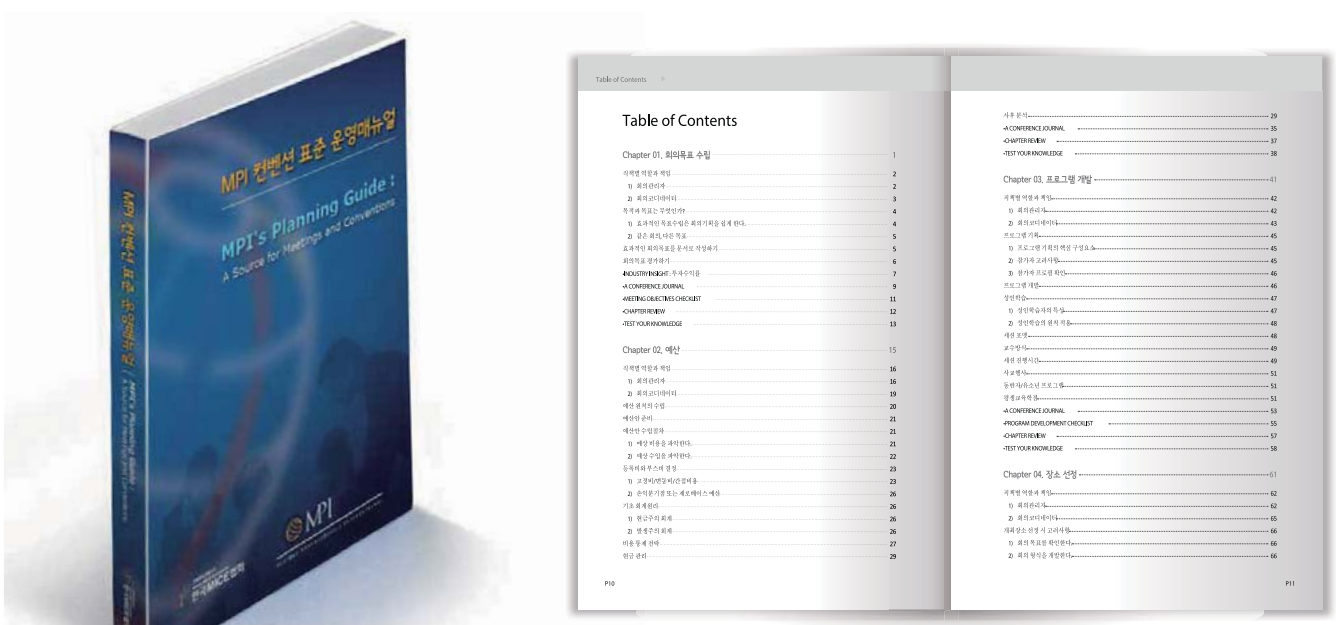
T. 032-715-5646(컨시어지 데스크) | 02-3476-8325(협회 사무국) | F. 032-743-0329  
Email. strategy@micekorea.or.kr | Homepage. www.micekorea.or.kr



# 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.

# MICE

당신은 성공만 준비하세요

나머진 경기도가 준비합니다

국제행사 유치에서 진행, 인센티브 관광까지  
경기도 MICE에는 특별함이 있습니다

국제회의와 국제행사는,글로벌 비즈니스의 꽃입니다.  
행사의 유치와 홍보, 성공적 진행, 인센티브 관광까지  
경기도는 귀사가 원하는 MICE의 모든 것을 제공해드립니다.



포천 허브아일랜드

경기마이스뷰로 031-259-4787 • 홈페이지 [www.gmice.or.kr](http://www.gmice.or.kr)  
\*기타 세부사항은 경기마이스뷰로 홈페이지 참조



# 끼



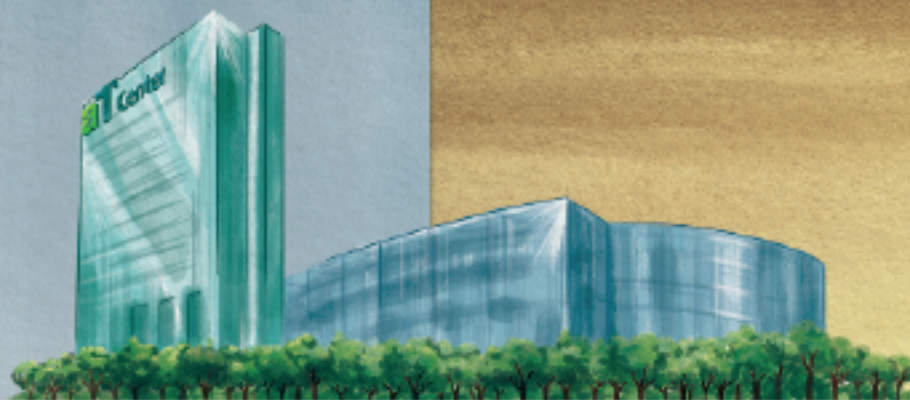
## 당신의 꿈에 가까이

# 췌



## 자연의 숲이 가까이

당신의 꿈을 위한 비즈니스, 전시·회의 공간부터  
자연 속 힐링 정원까지 모두 만날 수 있는 곳!  
여기는 aT센터입니다



**aT Center**

Tel. 전시장(Exhibition Hall) : +82-2-6300-1402 / 회의실(Conference Room) : +82-2-6300-1401 / Web. <http://www.atcenter.at.or.kr>

**aT Center**