

**PROLOGUE**

MICE로 새롭게 도약하는 광주!  
신환섭 김대중컨벤션센터 사장

**SPECIAL**

상반기 대한민국을 강타한 메르스,  
MICE업계는 어떻게 극복하고 있나?  
데이터로 검증된 광주하계유니버시아드  
정책 | MICE산업, 체계적인 R&D가 필요하다

**PEOPLE**

기고 | 해외도시 마케팅, 선진국은?  
UN조달시장을 공략해보자

**FOCUS**

zoom인 | 지난 10년, 앞으로의 10년  
김호남 창원컨벤션센터 사업단장  
유니크 공연 | 제대로 된 융복합컨텐츠를 만들자  
정해운 닷밀 대표이사

Meeting

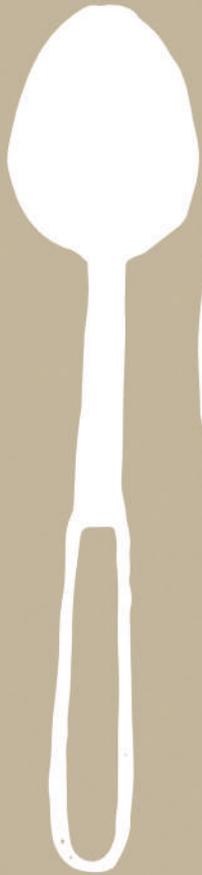
Convention

Incentive  
Tour

Exhibition



회원사들의 꿈과  
함께하는 MICE매거진



제17회  
순천만갈대축제

맛있는 정원

춤은 갈대

2015.11.06(금)~08(일)

순천만, 순천만정원, 문화의 거리



# 업계 모두 협력해 위기 극복

편 집 장 노 트



연구편집위원장 윤 유 식  
(경희대 교수)

최근 우리나라 MICE산업은 메르스(중동호흡기질환) 사태로 인해 홍역을 치렀다. 다수의 국제회의가 취소되거나 연기됨에 따라 MICE 기획업 및 서비스업은 물론이고 센터, 호텔, 유니크베뉴 등 시설에서도 많은 피해를 떠안아야 했다. 이번 사태가 지난해 세월호 사건이 완전히 아물기 전 연달아 발생해 관계자들이 느끼는 체감온도는 더욱 낮았다. 그럼에도 불구하고 메르스 종식과 동시에 국내 MICE산업은 빠른 속도로 회복하고 있다. 정부, 업계 관계자들이 적극 의견을 교류하고 대책마련에 나섰던 성과로 볼 수 있다. 『The MICE』는 이번 메르스를 이겨내고자 노력했던 업계의 협력사례와 위기상황에 대한 정부 지원책, 각 지자체별 메르스 대응방안 등을 상세히 살펴보고자 한다.

이번 『The MICE』에선 김대중컨벤션센터를 방문, 신환섭 신임사장님의 MICE산업에 대한 견해와 입장과 향후 센터운영계획에 대해 들어봤다. 현재 김대중컨벤션센터는 호남권 대표 컨벤션센터로서 업계의 많은 관심을 받고 있다. 또한 KTX, 특급호텔 등 인프라 확충이 대거 진행되고 있어 급진적 성장이 기대되고 있기도 하다. 김대중컨벤션센터는 앞으로도 지역업체와 적극 소통하고 대규모 국제회의를 유치해 광주 MICE산업의 내실을 강화할 방침이다.

아울러 MICE사례분석 또한 눈여겨볼만한 콘텐츠다. 광주가 메르스 위기를 면할 수 있었던 요인으로 꼽히는 유니버시아드 대회와 한국관광을 홍보하는 대표적 행사인 밀라노 엑스포 사례를 담았다. 유니버시아드 대회는 행사를 통해 도출된 데이터를 토대로 분석돼 더욱 의미가 크다. SNS, 블로그 등을 활용해 유니버시아드를 언급한 포스트를 수집하고 그에 표현된 유니버시아드 대회에 대한 반응을 분석, 데이터화 했다. 광주관광컨벤션뷰로는 이같은 참가자 데이터분석을 통해 프로그램 및 도시만족도를 제고할 방침이다. 또한 MICE산업에 긍정적 효과를 가져다 줄 것으로 기대를 모으고 있는 밀라노엑스포의 생생한 현장소식을 통해 현장에 대한 궁금증을 해소할 수 있을 것으로 보인다.

정책적 측면에선 서울관광마케팅의 MICE R&D팀을 소개하고자 한다. 서울 MICE R&D팀은 지난 6월 서울시의 지원을 받아 구성됐다. 주요 역할은 MICE관련 통계조사 및 분석, 신규 MICE 수요탐색 및 발굴 등이며 관광, MICE분야를 전공한 박사급 전문인력이 팀을 구성한다. 국내 MICE산업 통계의 활용성 및 신뢰도를 높이기 위한 개선사업이 시급하다고 지적되는 시점인 만큼 R&D팀에 대한 중요도가 높아지고 있다. 서울 MICE R&D팀에 대한 소개를 기반으로 MICE통계 및 연구에 대한 건설적 논의를 지면을 빌어 시작해보고자 한다.

『The MICE』는 앞으로도 업계 곳곳의 소식을 전달할 뿐만 아니라 핵심적 이슈에 대한 비전과 방향을 설정하는 역할을 할 수 있도록 더욱 노력할 것이다. ★



계간 더 마이스 통권 제32호

발행 (사)한국MICE협회  
 발행일 2015년 8월26일  
 발행인 김응수

편집위원장 윤유식  
 편집위원  
 강다운, 권명희, 김대환,  
 김민혜, 신정미, 서영호,  
 오세훈, 김현, 정정숙,  
 조진훈, 홍재선

주소 서울시 중구 퇴계로 18  
 대우재단빌딩 15층  
 (사)한국MICE협회  
 TEL 02-3476-8325  
 FAX 02-3476-8449

편집 및 디자인  
 (주)오버리지(02-6000-6713)

MICE는 세상의 물음표를

느낌표로 만들어주는

튼튼한 파트너입니다.

세계인이 만나는 드넓은 세상에서

여러분이 꿈꾸는 내일을 만들어가시길 지원합니다.



## Special

- 10 특집\_1 MICE업계 메르스사태 극복노력
- 12 특집\_2 2015 신입사원 OJT 1차 교육
- 14 MICE 사례분석\_1 데이터로 보는 광주하계유니버시아드
- 16 MICE 사례분석\_2 2015 밀라노엑스포 생생현장 이야기
- 18 정책 서울 MICE R&D팀 구성과 운영
- 20 글로벌 선진컨벤션 참가후기 (SMF2015, IMEX)

## Prologue

- 01 편집장노트
- 04 만나고 싶었습니다 신환섭 김대중컨벤션센터 사장
- 08 News briefing

## People

- 24 회원사탐방\_1 인터뷰
- 26 회원사탐방\_2 제이케이컨벤션
- 28 회원사탐방\_3 지엔에이인터내셔널
- 30 회원사탐방\_4 캐미리
- 32 기고\_1 해외 도시마케팅 선진도시 시찰
- 34 기고\_2 창원 MICE산업의 성장과 과제
- 36 기고\_3 국제기구 조달정책과 우리기업의 활용전략

## Focus

- 43 유니크 배뉴
- 48 유니크 공연 정해운 닷밀 대표이사
- 50 인사이드
- 58 줄인\_1 김호남 창원컨벤션센터 사업단장
- 60 줄인\_2 이스타항공
- 62 줄인\_3 서울역프리미엄라운지
- 64 해외저널 JCCB 2015 정기총회, JCMA 설립총회

## Communication

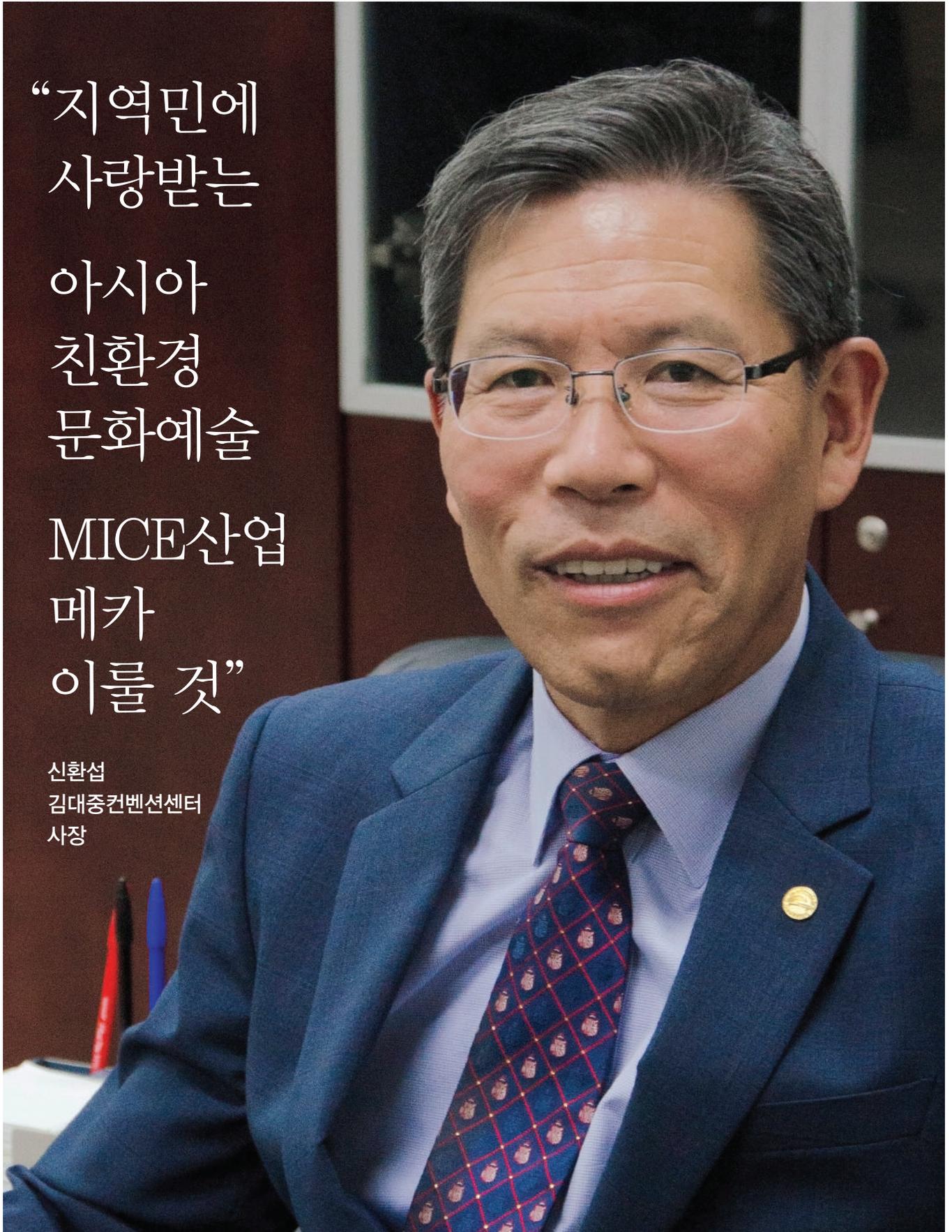
- 66 칭찬릴레이 박현영 밀레니엄서울힐튼 과장  
김재경 늘숨커뮤니케이션 과장
- 68 MICE Day MICE Calendar
- 72 MICE Lounge 신규회원사

“지역민에  
사랑받는

아시아  
친환경  
문화예술

MICE산업  
메카  
이룰 것”

신환섭  
김대중컨벤션센터  
사장



김대중컨벤션센터는 지난 6월 새로운 리더를 맞이했다. 6개월간의 공백은 신입 사장에 대한 기대를 더욱 키워냈다. 취임 석 달째, 신선섭 김대중컨벤션센터 사장은 “현장에 와보니 컨벤션센터는 수많은 이해관계에 얽혀있음을 절실히 느낄 수 있었다”며 “센터를 대표하는 사장이로서 센터를 둘러싼 모든 이해관계의 만족도를 높일 수 있도록 조율자 역할에 충실하겠다”고 다짐했다.

**취임을 축하드린다. 소감을 부탁한다.**

“1984년에 코트라에 입사한지 31년 만에 고향 광주에 돌아와서 지역 MICE산업의 중추시설이자 랜드마크인 김대중컨벤션센터 사장이라는 중책을 맡게 되어 영광으로 생각한다. 개관한 지 10년이 되면서 이름도 장소도 시민과 고객들에게 익숙해진 것 같다. 그동안 직원들의 역량도 많이 커졌고, 가동률도 생각보다 높다. 앞으로 다목적홀이나 회의실 등 새로 증축된 시설의 가동률을 높여야 할 것 같다. 아울러 주관전시회의 국제화와 브랜드화를 통해 경쟁력을 더욱 강화하는 것도 앞으로 우리가 해결해야할 숙제다.

시장 공백이 6개월 가까이 지속되면서 그간 직원들은 어려움을 겪었던 것 같다. 이제 센터 주변의 이해관계자들과도 협업하며 그동안의 경험과 인적 네트워크를 잘 활용해서 주어진 소임을 다하겠다.”

**김대중컨벤션센터는 호남권 대표 컨벤션센터로 인근 지역으로부터 많은 관심을 받고 있는데.**

“호남권 MICE산업은 사실상 지난 2005년 9월 김대중컨벤션센터가 개관됨과 동시에 태동했다고 볼 수 있다. 개관 초기에는 과도한 시설투자라는 우려와 함께 센터가 활성화 될 수 있을지 의구심을 보이는 여론도 상당했다. 그러나 그동안 지속적인 성장을 통해 지난 2013년 6월 3000㎡ 규모의 다목적홀과 19개의 중소회의실을 갖춘 제2센터가 완공됐다. 김대중컨벤션센터가 개관한지 7년 9개월만의 일이었으며 국내 어느 전시장보다도 가장 빠른 성장속도였음을 자부한다.

현재 전시장 가동률이 4년 연속으로 70%를 상회하며 국내 최고수준을 유지하고 있다. 지난해 기준으로 연간 1255건의 크고 작은 회의와 122건의 전시·이벤트가 개최됐다. 연간 방문객은 약 160만명이 방문하는 명실상부한 서남권 대표 전시컨벤션센터로 자리매김하고 있다.

최근 전주, 울산, 수원, 충북 등 타 지자체에서 컨벤션센터 건립을 추진하고 있는데 지방전시장 중 주요 벤치마킹 사례로 우리 김대중컨벤션센터를 꼽고 있는 것으로 알고 있다. 실제로 일부 지자체 공무원들이 수차례 센터를 방문하여 운영현황 등을 살펴보기도 했다.”

**센터에서 주력하고 있는 대표 전시회가 어떤 성과를 거두고 있는지 궁금하다.**

“김대중센터에서는 연간 10건의 주관전시회를 개최하고 있다. 이중 문화콘텐츠 전문전시회인 ‘광주 ACE Fair’, 신재생에너지 분야의 ‘SWEET Fair’, 친환경자동차 관련 ‘국제그린카전시회’ 등이 대표 전시회라고 볼 수 있다. 지역의 주력산업과 연계한 전시회인 만큼 의미도 깊다.

ACE Fair(Asia Content & Entertainment Fair)는 4년 연속 산업통상자원부 유망전시회로 선정된 국내 최대의 문화콘텐츠 전시회다. 지난해 세계 40개국 420여 개의 문화콘텐츠 기업들이 참가해 최첨단 콘텐츠들을 선보이기도 했다. 또한 221명의 바이어들이 1757건의 라이



선싱 상담회(수출상담회)를 통해 2억8000만달러가 넘는 수출 상담을 기록한 바 있다. 앞으로 대한민국을 뛰어넘어 세계적인 문화콘텐츠 전시회로 키워갈 계획이다.

신재생에너지 전문전시회인 SWEET Fair(Solar, Wind, Earth Energy Trade Fair)는 올해 21개국 230개사 500부스 규모로 역대 최대의 성과를 달성했고, 참가업체와 해외바이어간 수출상담회도 439건, 상담액 약 2억불을 기록했다. 특히 한국전력공사가 나주혁신도시로 이전하면서 광주전남 지역에 2020년까지 세계적인 에너지밸리 조성을 추진함에 따라 SWEET Fair에도 긍정적 영향이 상당할 것으로 전망하고 있다.

친환경자동차와 관련한 ‘국제그린카전시회’는 지난해 3000만달러의 수출협약과 1450만달러의 수출상담 성과를 거둔 바 있으며, 전기자동차와 연료전지차, 클린디젤차, 전기스쿠터 등의 완성차와 자동차부품, 자동차용품 등 최신제품과 기술, 정보 등 교류의 장이 되고 있다. 최근에는 광주의 미래전략산업으로 수소자동차산업이 부각됨에 따라, 국제그린카전시회가 광주경제를 견인할 자동차산업을 선도하는 비즈니스의 장으로서 큰 역할을 할 것으로 기대한다.

이외에도 광주국제식품전, 국제기후환경산업전, 국제뿌리산업전시회, 시니어&의료산업박람회 등 지역특화산업 및 미래유망산업과 관련한 전시회도 해마다 성장을 거듭하면서 해당 산업분야의 비즈니스와 정보교류의 장으로 큰 성과를 내고 있다.

아울러, 전시회의 국내외 공신력 제고를 위하여 UFI(국제전시연맹) 인증전시회도 국내전시장 중 가장 많은 5건을 보유하고 있으며 지속적으로 주관전시회의 국제화 및 브랜드화를 추진해 나갈 계획이다.”

광주U대회를 통해 메르스 위기를 무사히 넘어간 것으로 알고 있다. 대규모 국제행사의 중요도가 커질 것으로 보인다.

“최근 메르스 확산으로 인해 많은 행사들이 취소되거나 연기되면서 국내 MICE산업은 전국적으로 충격에 빠졌다. 김대중컨벤션센터도 일부 회의행사가 취소되기도 했다. 그러나 다행히도 광주에서 메르스 확진환자가 한 명도 발생하지 않았고 당시 김대중컨벤션센터는 하계유니버시아드 대회와 관련한 메인미디어센터와 펜싱경기장

으로 활용되면서 사실상 메르스 확산의 충격이 거의 없었다. 오히려 이번 하계유니버시아드 대회를 통해 김대중컨벤션센터 전경이 전세계에 송출되면서 센터의 국내외 인지도가 더욱 높아지는 효과를 거두었다. 오는 2019년에는 세계수영선수권대회가 개최예정이다. 잇따른 메가스포츠 이벤트를 통한 광주의 도시브랜드 향상에 많은 도움이 될 것으로 기대되고 있다.

김대중센터에서는 연간 30여 건의 국제회의가 개최되고 있다. 올해 하반기에도 국제디자인총회, 아시아태평양 스카우트연맹총회, 빛가람국제전력신기술엑스포 등 대형행사가 연이어 개최예정이다. 광주는 국제적인 경쟁력을 갖춘 도시로 발돋움하고 있다. 앞으로도 김대중컨벤션센터도 MICE산업을 통해 글로벌화에 중요한 역할을 계속 해나갈 것이다.”

**최근 용역노동자 전원을 직접고용해 관심을 모았다.**

“지난 7월1일자로 센터 비정규직 용역근로자 71명이 직접고용으로 전환됐다. 시설, 청소, 경비, 주차·안내 등 그동안 민간위탁 용역직원으로 근무해온 비정규직 용역근로자 전원이 포함됐다. 이번 비정규직 직접고용전환은 민선6기 윤장현 광주시장의 시정철학 대원칙인 ‘더불어 함께 가는 삶’ 실현을 위한 ‘공공부문 비정규직 고용개선 대책’에 따른 것. 사회 양극화를 해소하고 사회통합 기반을 마련하기 위해 공공부문에서부터 비정규직의 고용불안 및 임금격차 문제를 선도적으로 해결하고자 추진됐다. 특히 지난 2월 광주광역시 본청의 비정규직 근로자 직접고용전환에 이어 시 산하기관 중에서 최초로 시행한 사례다.”

센터 주변 인프라 미흡은 아직 해소될 점이 많은 것으로 보인다. 시나 관련기관에서 인프라 확충을 위해 논의되고 있는 사안이 있다면 소개를 부탁드립니다.

“그동안 광주전남 지역의 MICE산업 관련 인프라가 여러모로 열악했던 것이 사실이다. 하지만 올해 KTX 호남선 개통, 하계 유니버시아드대회 성공개최, 아시아문화전당 개관, 나주혁신도시 공공기관 이전 등 센터를 둘러싼 광주 MICE산업 환경이 크게 개선되고 있다. 숙박시설도 광주신세계 측에서 특급호텔을 광주터미널 인근에



지방 컨벤션센터로서 해결해야 할 과제를 묻자 신한섭 사장은 사장실 한쪽 벽면을 차지하고 있는 센터 연간 스케줄표를 가리켰다. 행사일정에 따라 표시된 붉은 체크가 빼곡했다. 신 사장은 “최근 메르스로 인해 전국적으로 어려움이 많았다”며 “올해 김대중컨벤션센터는 광주유니버시아드 대회 덕분에 큰 위기를 모면할 수 있었다”고 말했다. 김대중컨벤션센터는 앞으로 대규모 국제행사와 국제적으로 명성이 높은 행사를 대상으로 마케팅을 강화할 방침이다. 외부환경에 취약하다는 산업적 약점을 보완할 해답을 U대회를 통해 찾은 것. 신한섭 사장은 “광주의 문화·예술적 인프라를 기반으로 국제행사 유치에 박차를 가할 것”이라고 밝혔다.

건립을 추진하고 있으며 센터 인근에 비즈니스급 호텔도 계속 늘어나고 있는 추세다. 광주시에서는 우선 광주 MICE산업 육성기본계획을 수립 중에 있다. 향후 관련 조례제정, 김대중컨벤션센터를 중심으로 한 국제회의복합시범지구 지정 등 지원정책을 추진하고 있다.”

**김대중컨벤션센터 운영에 대한 향후 계획이 있다면 알려달라.**

“취임하면서 강조한 주요 내용이 ▲지역 내 MICE산업 메카로서의 김대중센터의 위상 확립 ▲센터 이해관계자들과의 협업 및 시민과 함께하는 홍보 ▲주관전시회 내실강화 ▲최고의 시설과 고객서비스 등 이었다. 이 가운데 무엇보다 가장 중요하게 생각하는 것은 ‘즐거운 조직 문화’를 만들기 위한 마음가짐과 사장으로서는 직원들과 열린 마음으로 소통하겠다는 것이다.

더불어 센터운영 비전으로 ‘2020 아시아 친환경 문화 예술 MICE산업의 메카’를 제시했다. 이에 대한 주요 전략으로 호남권 주요산업과 연계한 MICE 육성통해 지역 경제 활성화, 가동률 70% 유지하여 안정적인 재무기반 구축, 신 조직문화 구축 통해 신뢰획득 및 지속가능 경영기반 마련 등을 설정했다.

현재 비전 실현을 위한 중장기 경영전략 TFT를 구성해서 운영하고 있으며 하반기 안으로 마무리해서 체계적으로 추진해갈 예정이다. 앞으로 김대중컨벤션센터가 국제적 역량을 갖춘 전문가 집단이자 지역에서 가장 일하고 싶은 최고의 직장이 될 수 있도록 만들고 싶다. 그리하여 지역민에게 사랑받는 모범적인 공기업으로 성장시켜 가겠다.” ✨

글·사진 강수정

## MICE업계 종사자들에게 혜택 부여

### 한국MICE협회-이스타항공 MOU 체결

(사)한국MICE협회(이하 협회)는 지난 6월29일 서울역 지하 2층 프리미엄라운지에서 이스타항공(주)(이하 이스타항공)와 업무협약 체결식을 가졌다. 협회 김응수 회장과 이스타항공 최종구 부사장이 참석한 이번 업무협약을 통해 양사간 긴밀한 업무 협조가 이루어질 전망이며, MICE산업 발전에 날개를 다는 기회가 될 것으로 기대된다.

이번 업무협약 체결을 통해 협회 회원사 및 임직원(직계 가족 포함)에 이스타항공 이용시 가격 및 서비스 우대 등 다양한 혜택이 주어질 예정이며, 협회 차원에서 이스타항공의 대외적 보도 및 홈페이지 연동 등 다양한 홍보 활동을 제공하기로 합의했다.

협회는 과거 많은 협약을 맺어 왔지만, 실질적인 회원사 및 임직원에게 직접적 혜택이 주어지는 협약은 이번이 처음이다. 이스타항공의 MICE산업에 대한 그만큼 관심이 있음을 적극적으로 보여주고 있다.



## 해외 MICE단체와 협력 강화 추진

### (사)한국MICE협회-CMC간 MOU 체결

(사)한국MICE협회(이하 협회)는 2015년 8월5일 중국 북경 China CYTS MICE Service 본사에서 협회 김응수 회장(외 7명)과 China Tourism Association Liu Tong Mao 회장(외 8명)이 참석한 가운데 China MICE Committee(이하 CMC)와 업무협약 체결식을 가졌다. 이번 업무협약을 통해 양협회 중심의 중국-한국의 MICE 협력 체제를 구성하기 위한 구체적 방안이 논의되었다.

업무협약 체결식에서는 각 협회의 회원사 정보 공유와 교육프로그램 및 강사 교환 등에 대한 실질적인 상호교류 방안과 한국마이스연례총회 참석 등 정기적 교환방문 등이 협의됐다.

또한 양국 협회가 공동 주최하는 ‘한-중 MICE포럼’ 개최 방안에 관련된 논의도 진행되는 등 향후 한국·중국 공동 주최의 아시아 MICE산업 발전을 위한 긴밀한 협조체제 구축이 기대된다.



## 마케팅PR 및 정책홍보분야 사업진출

지니릴레이션, '베틀카주식회사'로 기업명 변경

(주)지니릴레이션(대표 임영진)이 회사명을 베틀카주식회사로 변경했다. 농식품분야의 전문 PCO로서 활동해왔던 지니릴레이션은 베틀카(주)로 회사명을 변경하고 전시 이벤트뿐만 아니라 본격적인 마케팅PR 및 홍보분야로 사업영역을 확대할 방침이다. 현재 베틀카(주)는 사회적기업에 대한 총괄지원 업무를 맡고 있는 한국사회적기업진흥원의 2015년 통합홍보를 비롯해 농림축산식품부, 환경부, 고용노동부의 다양한 정책 홍보를 대행하고 있다.

베틀카(주)는 농림축산식품부 브랜드 정책과제인 6차산업을 알리는 통합홍보 프로그램 '도시와 농촌의 유쾌한 동행-해피버스데이(Happy Bus)' 팸투어 캠페인을 총괄 기획하여 작년 11월 '2014 한국PR대상 정부PR부문 최우수상'을 수상했으며, 다양한 농식품정책홍보 책자 발간 및 '2013 대한민국 지역희망박람회' 농식품부 정책홍보관 기획 등의 공로를 인정받아 2013년 농식품부 장관 표창을 수상한 바 있다.



## 中 커피문화 활성화 기여

제3회 카페쇼 차이나

중국 화북지역 최대 커피 전시회 '제3회 카페쇼차이나'가 7월2일부터 4일까지 북경 CIEC에서 개최됐다. 세계 최대 규모인 서울카페쇼의 브랜드 전시회로 올해는 지난해 보다 2배 늘어난 16개국 250개사 600부스가 참여했다.

'Inspire The World'라는 주제로 열린 이번 전시회는 세계 최대 잠재시장이자 소비시장인 중국 시장에 선진화되고 트렌드한 한국 카페문화를 전파하고, 이를 통해 중국 커피문화를 더욱 활성화시킨 커피 전문 전시회라는 점에서 눈길을 끌었다.

한국 및 해외 참가업체에게 경쟁력 있는 우수한 제품을 홍보할 수 있는 장을 마련할 뿐만 아니라 현지 유통망 확장 및 파트너를 모색하는 기회를 제공했다. 또한 커피, 차, 베이커리, 아이스크림의 다양한 전시품목 외에도 카페 인테리어, 프랜차이즈, 창업, 바리스타 교육 등 카페 관련 산업 전반을 접할 수 있어 참관객과 비즈니스 방문자 모두에게서 긍정적 평가를 받았다.



지난 5월 사람들로 가득했던 주요 관광지과 컨벤션센터에 낯선 풍경이 보이기 시작했다. 한산한 거리와 안전수칙, 손소독제가 곳곳에 자리하기 시작하더니 메르스 발병이후 사람들이 많이 보이는 대표적 공간인 관광지와 컨벤션센터는 비상사태를 맞았다. 중동호흡기증후군(이하 메르스) 발병 100여 일이 지났다. MICE·관광업계에 큰 상처를 남겼지만 시련을 극복하고 다시금 활기를 찾기 위한 노력을 시작하고 있다.

한국관광공사에 따르면 지난 메르스사태 이후 7, 8월 한국 방문을 예약한 외래관광객 수는 지난해 대비 82.1% 감소한 20만2541명으로 집계됐다. 전국 컨벤션센터에서 취소되거나 연기된 행사는 200여 개에 달했다. 정상대로 진행한 행사들은 효과가 반감됐다. 'KOREA MICE EXPO'는 예상보다 적은 바이어가 참가했으며, 인센티브 관광의 경우 6000명 규모 뉴스킨(Nu Skin)과

왕핑그룹 인센티브 투어 등 취소 사례가 속출했다. 중국 텐스기업 인센티브 투어 역시 대폭 축소(740명→100명) 진행됐다.

정부와 한국MICE협회는 현장의 어려움을 극복하기 위한 다양한 해결방안을 제안했다. 6월10일 한국관광공사 주관 메르스 발생 관련 간담회에는 김기현 코리아 MICE부로 실장, 김분희 한국PCO협회 회장, 윤승현 한국컨벤션학회 회장, 최재길 한국MICE협회 사무총장, 기타 업계 및 기관 관련자 6명 등 총 10명이 참석해 업계 피해현황을 브리핑하고 향후 대책 계획 논의 및 의견 수렴 시간을 가졌다. 11일에는 한국관광공사 배포 해외참가자 안내용 Memorandum, 국내행사 개최시 관리 지침, 다중이용 대응 지침 등이 공유됐다.

12일에는 문화체육관광부 주관 메르스 대비 현장점검 및 간담회가 개최돼 김종 문화체육관광부 제2차관, 김

## 업계 활귀고 간 메르스 사태 상처 딛고 활력 찾기 위한 노력 이어져



철민 관광정책관, 김응수 한국MICE협회 회장, 김안호 한국여행업협회 부회장 등이 다양한 의견을 공유했다. 이 자리에서 김응수 한국MICE협회장은 “관광진흥법에 국제회의 서비스업이라는 게 포함이 안 돼 있기 때문에 MICE산업의 한 축인 국제회의 서비스업은 특례보증 등의 지원을 받을 길이 없다”고 지적하며 “관광진흥개발 기금을 통한 특례보증 지원이 필요하다”고 업계 의견을 정부에 전했다.

정부는 MICE·관광업계 피해가 커짐에 따라 방한 기간 동안 메르스 확진 시 보상금을 지원하는 안심보험을 관광객 입국과 동시에 정부 부담으로 자동 가입되도록 했다. 이에 따라 7월22일부터 1년간 한국을 찾는 외국인 관광객(취업비자 제외)은 메르스에 감염되면 치료비는 물론 여행경비와 함께 보상금으로 500만원을 지급받는다. 사망할 경우엔 최대 1억원까지 보상을 받는다. 또 어려움을 겪고 있는 여행업, 호텔업 등 관광업종을 대상으로 총 720억원의 특별융자를 실시했다. 여행·호텔업 등 17개 관광업종이 그 대상이며 저금리(2분기 연 1.5%)로 특별융자를 지원한다. 융자 한도는 업체당 10억원이다.

한국관광공사는 메르스로 침체된 관광산업의 활성화를 위해 ‘방한시장 회복 100일 작전’에 돌입했다. 중심에는 홍보가 있다. 방한 이미지 회복을 위한 한류스타 광고를 방영하고, 180명 규모의 중화권 주요여행사 초청을 시작으로 일본 10대 여행사 사장단 초청, 동남아 지역에서의 Safe Korea 팸투어, 미국 여행업자 초청 메가팸투어(40명 규모) 등 10월까지 세계 각지에서 총 400여명의 여행업자들을 초청해 방한상품 개발을 적극 유도할 계획이다. MICE분야에서도 7월~9월 기간 중 MICE 홍보 해외광고와 더불어 MICE 전문 언론인 초청사업이 추진된다. 정부는 이 같은 사업을 통해 中 국경절까지 회복에 총력을 다 한다는 방침이다.

지자체도 메르스 극복에 적극 나서고 있다. 해외관광객의 80%를 차지하는 서울시는 지난달 14일 ▲관광·MICE업계 지원 ▲관광전문가 양성 및 소상공인 지원 ▲관광정보 및 서비스 지원 등을 담은 ‘서울 관광·MICE 분야 혁신 방안’을 발표했다.

서울시는 혁신 방안에 따라 9월 중 국내·외 300개 업체를 초청해 트래블마트를 개최하고, 8월 초에는 중국 주



요 도시를 찾아 관광설명회를 개최한다. 또 시내 4000여개 여행사 대상으로 인센티브를 강화하고, MICE 산업 활성화를 위해 국제회의 유치시 최대 1억5000만원, 기업회의·인센티브 관광 유치시 최대 1억원을 지원한다. 이와 함께 24시간 MICE 헬프데스크가 신설됐다. 메르스 이후 해외 바이어들의 관심이 떨어지는 가운데 시차에 구속되지 않고 편리한 문의와 응답이 가능해 향후 MICE산업에 도움이 될 것으로 기대되고 있다.

부산시와 부산관광공사 역시 부산 메르스 종식 선언에 따라 국내외 관광객 유치에 팔걸고 나섰다. 내국인 관광객을 유치하기 위해 ‘올 여름엔 부산가자’ 캠페인을 부산 관광업계와 공동으로 전국에서 펼치고 있으며, 향후 중국과 일본, 동남아를 비롯한 외국인 관광객 유치를 위해 인센티브 지원을 강화하는 한편 찾아가는 설명회와 해외 여행사 팸투어 등을 추진한다.

제주특별자치도는 원희룡 도지사가 직접 관광공사·관광협회·관련 기업·단체와 함께 서울 중심지에서부터 홍보캠페인으로 시작했다. 제주출신 연예인들을 비롯 재경도민회·명예제주도민·홍보대사 등이 거리에서 직접 시민들과 힐링과 청정자연을 주제로 관광제주를 홍보했다. ✨

클 박기범



## 천릿길도 한 걸음부터... 지식은 물론 네트워크도 한번에

한국MICE협회, 2015 신입사원 OJT 1차 교육  
'신입사원 교육을 통한 업계 경쟁력 강화'

“MICE 행사 참가 기업 및 참가자들의 다양한 니즈를 정확히 알아야만, 그들이 만족할 수 있는 서비스를 제공할 수 있습니다”

지난 24일, 전라남도 여수 유캐슬 호텔은 MICE업계 신입직원들의 배움에 대한 열기로 가득했다. 한국 MICE협회 주최로 올해로 5회째를 맞은 2015 신입사원 OJT 1차 교육이 6월24일부터 4일간 진행됐다.

매년 상·하반기 2회에 걸쳐 실시되는 신입사원 교육은 업계에 처음 발을 들여놓은 1년차 미만 직원 43명을 대상으로 MICE산업 이해 및 현장실무에 대한 내용으로 진행된다. 자체 교육이 어려운 중소규모 MICE기업들의 신입사원 대상 통합교육을 통해 빠른 실무적응 및 업체 인력누수 방지하는 동시에, 국제회의의 기획과 직접 관련

있는 핵심분야를 선별해 실습위주 교육을 통한 실무에 대한 통합적 이해를 제고하는 것이 목적이다.

24일에는 크루즈 투어, 호텔(MVL, 히든비치, 오션리조트) 및 레일바이크 견학 등 여수지역 MICE시설 팸투어가 여수시 주최로 진행됐다. 김상규 여수시 MICE유치팀 주무관은 “수도권에서 멀리 떨어져있어 여수지역 MICE시설 인지도가 낮아 평가절하되고 있다”며 “팸투어를 통해 여수시의 MICE 잠재력을 보여주겠다”고 말했다.

팸투어에 참여한 윤대영 BMM코리아 메디컬마케팅부 사원은 “기존 여수에서 행사를 진행했지만 행사장과 숙소, 공항만을 오갔기 때문에 여수의 진면목을 몰랐다”며 “다양한 여수지역 MICE 시설을 견학할 수 있어서 유

익했다”고 말했다. 저녁식사 후에는 교육생간 네트워킹 행사가 진행됐다.

둘째날 첫 번째 교육세션의 강연자로 나온 황희곤 한림국제대학원대학교 교수는 ‘MICE산업 현황 및 동향’이라는 주제와 관련해 “MICE는 단순히 국제행사를 유치·운영하는 것이 아니다”며 “전문성 제고, 여론형성 주도, 경제적 파급효과, 지역마케팅 등 MICE산업이 가지는 의의에 대해 좀더 정확히 알고 업무를 수행할 필요가 있다”고 말했다.

황 교수는 “MICE행사 참가자는 숙박을 진행하기 때문에 일반적인 관광객보다 부가가치가 높다”며 “태국 TCEB은 총리직할 기구로서 적극적인 유치활동을 수행하는 등 동아시아 국가들의 관심이 높아지고 있다”고 말했다. “다만 글로벌 경쟁력을 확보한 국내 컨퍼런스가 부족하다”며 “몇몇 의료관련 컨퍼런스나 언론사 주최 지식 포럼 등을 제외하면 외국 행사를 유치해오는 1회성인 경우가 많다”고 황 교수는 말했다.

둘째날 오후에 진행된 ‘MICE 행사운영 Case Study’에 대해 발표한 구자옥 인터컴 차장은 “모든 국제회의 행사가 같다고 생각하는 것은 잘못이다”라며 “주최기관

의 성격과 논의되는 의제에 따라서 준비시 고려할 사항이 달라진다는 점을 인지해야한다”고 말했다.

구 차장은 ‘2015 IDB-IIC(미주개발은행-미주투자공사) 연차총회’를 예로 들면서 “국제회의는 주최 측과 1차 수주기관 간에 체결한 MOU 내용을 자세히 확인해야 한다”고 말하며 “국제기구의 경우 투입되는 장비 기준이 까다롭고 행사시작 3~5일 전까지 준비 완료 후 사전 리허설을 요구하는 경우가 많아 장비 렌탈, 인원 충원 등도 유념해야 한다”고 말했다.

이어서 정정숙 광주관광컨벤션부로 팀장의 ‘도시를 마케팅하다! 컨벤션부로의 역할과 국내외 MICE 유치마케팅’과 장동원 프리미엄패스인터내셔널 부장의 ‘행사의 품격을 높이는 의전, 얼마나 알고계십니까’라는 주제로 강연이 이어졌다. 저녁식사 후에 진행된 ‘MICE 신입사원 열정콘서트’에서는 신입사원이 가지는 궁금증을 업계 선배에게 질문하고 답하는 시간을 가졌다.

셋째날인 26일에는 서원준 TSM 대표의 ‘컨벤션 시스템 및 기자재 활용 운영 실습’, 조숙은 벅스코 서울사무소 소장의 ‘단순한 시설이 아니다! 컨벤션센터 제대로 보기’, 이윤석 FHL게임즈 부사장의 ‘창의적 문제 해결을 위한 몰입과 비즈니스 커뮤니케이션’ 등의 강연이 진행됐다.

마지막 날에는 김응수 한국MICE협회 회장의 ‘MICE 산업 발전과 융복합관광’ 강연 후 수료식을 끝으로 4일간의 2015 MICE업계 신입사원 OJT 상반기 교육이 종료됐다.

교육에 참가한 이경민 미디어창 사원은 “여수 MICE업체 근로자로 전국단위 MICE 교육행사가 여수에서 열려서 반가웠다”며 “교육뿐만 아니라 타 시도의 MICE업체 직원들과의 네트워킹을 쌓을 수 있어서 큰 도움이 됐다”고 말했다.

행사를 주최한 김수선 한국MICE협회 파트장은 “수도권에서 열렸던 전년도 행사와는 달리, 쉽게 방문하기 어려운 여수에서 개최함으로써 지역 MICE시설에 대한 신입사원들의 견문을 넓히는데 초점을 맞췄다”며 “여수지역은 물론 수도권, 제주 등 전국적으로 매년 참가인원이 늘어나서 담당자로서 뿌듯하다”고 말했다. ✨

글·사진 박태진



“이번 대회는 저비용·고효율 대회, 어려운 국가 선수들에게 희망을 전달한 배려의 대회, 우리 문화 역량을 유감없이 발휘한 ‘컬처버시아드’ 등으로 평가받고 있다. 이번에 광주에서 보여준 시민정신은 앞으로도 광주의 자존심으로 남게 될 것이다.” 박근혜 대통령 (7.23)

광주 유니버시아드, 자원봉사 9300명도 금메달리스트 경기장 청결 유지에 땀방울 / 메르스 우려 없애는 데 앞장 / 서포터스는 홍보대사 활동도 중앙일보 (7.15)

지난 7월14일 폐막한 광주하계유니버시아드 대회(이하 U대회)가 운영과 성적 면에서 성공적으로 마무리되고, 광주의 문화와 예술을 알리는 데도 성공했다는 평을 받고 있다. 김광욱 광주발전연구원 박사가 조사한 ‘SNS 빅데이터 분석을 통한 광주 유니버시아드 대회의 빛과 그림자’에 따르면 2015 광주하계유니버시아드 개최로 인해 광주(Gwangju, 光州)의 도시 인지도가 크게 향상되었고 긍정적 이미지도 증가한 것으로 나타났다.

개막 하루 전인 7월2일부터 14일까지 작성된 트위터

## 데이터로 보는 2015 광주하계유니버시아드 기분 좋고 즐겁고 고마운 도시, 광주



와 블로그를 이용해 올라온 '광주'관련 게시물은 총 39만 4034건으로 하루 평균 3만310건 생성되었다. 이는 대회 전인 지난 6월 일평균 3103건보다 무려 9.8배 증가한 것이다. 대회 개막 전 하루 평균 419건에 불과했던 '유니버시아드'관련 SNS 게시물도 이 기간에는 총 14만1515건으로 일평균 1만886건으로 25.9배가 급증했다.

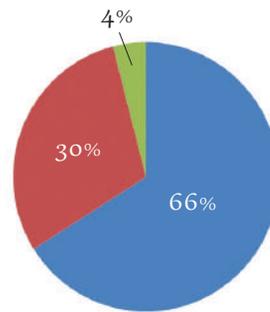
특히, 대회 전 '광주'관련 SNS 게시물 중 부정적 단어의 언급 비중이 높았던 반면, U대회 개막 이후 가장 많이 언급된 단어는 '즐겁다'로 3만7481회 언급되었으며, '기분좋다'(2만3100회), '고맙다'(2만1257회), '좋다'(7299회) 등의 긍정적 비중이 월등히 높아져 U대회가 도시 이미지를 개선하는데 크게 기여한 것으로 풀이된다. 또한 '애정', '멋진', '아름답다' 등의 표현도 많았다. 언급 횟수가 가장 많은 단어 '톱10'의 중 총 횟수 11만1275회 중 긍정적인 단어는 10만5268회 언급되었으며, 부정적인 단어는 6007회에 그침으로써 긍정 표현이 94.6%, 부정 표현이 5.4%로 도시 이미지를 개선하고 광주의 도시 브랜드 제고에 기여했다고 볼 수 있겠다.

또한, 블로그에서 가장 많이 언급된 개막식은 화려하고 멋있어서 광주시민에게 뿌듯함을 선사했다는 담론을 형성하였으며 부대 행사 중 가장 반응이 뜨거웠던 금남로 일대에서 열린 '세계청년축제'는 다양한 음식과 볼거리로 재밌는 난장을 연출하였으며 '대인 야시장'은 시간의 흔적이 낭만이 되어 세계인과 함께 즐겼다는 평이 많았는데, 이를 통해 '세계청년축제'와 '대인 야시장'의 가능성을 다시한번 확인할 수 있는 기회가 되었다.

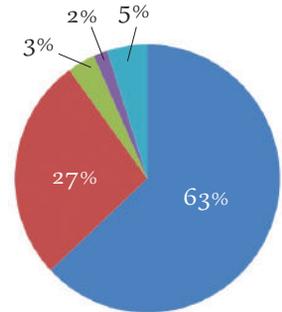
U대회 기간 큰 인기를 끌었던 'U대회 선수단 투어'에 대해 참가자 대부분이 '만족'한 것으로 나타났다.

7월1일부터 15일까지 대회에 참가한 선수단을 위해 오전, 오후, 야간코스 21개로 나눠 가사문화권 누정체험, 양림동역사문화마을, 대인예술시장, 국립아시아문화전당, 국립 5·18민주묘지 등 광주시내권 투어와 인근 담양, 장성, 나주, 전주 한옥마을까지 연계하는 코스를 운영했다. 투어 참가자 총 85개국 3172명 가운데 만족도 조사에 참여한 54개국 717명의 설문 결과 우선 U대회 선수단 투어 전반과 프로그램 만족도 조사에서는 참가자 10명 중 9명 이상이 '매우 만족'하거나 '만족'한 것으로 나타났다.

투어프로그램 만족도



도시 만족도



■ 매우 만족 ■ 만족 ■ 보통 ■ 불만족 ■ 매우 불만족

특히, 광주에 대한 도시 만족도를 묻는 항목에선 전체 응답자 711명 중 ▲5점 448명(63.0%) ▲4점 192명(27.0%) ▲3점 24명(3.4%) ▲2점 12명(1.7%) ▲1점 35명(4.9%)으로 응답자 90%가 높은 만족도를 나타냈으며, 재방문 의향 질문에는 응답자 349명(49%)이 '재방문을 희망한다'고 답했다. 이외에도 시민들의 친절과 평화로운 도시, 전통문화체험에 대한 긍정적 의견이 많았지만 박물관과 주요 관광지 등에서 영어해설 표지판이 부족했다는 의견도 있었다.

또한, 영국의 스포츠 분석 전문매체 <스포츠칼>의 최고경영자 마이크 라플린은 세계 600개 도시를 대상으로 한 국제 스포츠 도시 영향력 평가에서 광주는 24위, 한국의 국가 지수는 10위를 기록했다고 밝혔다.

숙박도 접근성도 부족하다고 모든 이의 걱정 속에 개최된 하계U대회가 이렇듯 성공적으로 치러지는 기간 동안 '광주'는 즐겁고, 기분 좋은 도시였으며, 고마운 도시였다. 기대 반 우려 반으로 시작한 투어는 횟수를 거듭할수록 선수단의 뜨거운 반응과 인기를 얻어 코스를 확대했다.

기존의 관람 위주에서 가야금, 대금, 진도아리랑 등 전통문화체험을 가미한 환벽당, 식영정 투어를 통해 외국 선수들의 뜨거운 호응을 얻었고, 큰 볼거리가 될까 싶던 전통시장과 골목길, 김치와 홍어에 이르기까지 우리 것에 찬사를 아끼지 않는 모습을 보며, 광주와 전남의 관광자원에 아이디어와 정을 덧붙이기만 해도 충분하다는 가능성을 보았고 '다정다감하고 역동적인 국제도시'로 한걸음 도약할 수 있는 자신감을 얻었다. ★



# 세계 3대 축전 열광의 현장, 한국의 뜨거운 문화를 전하다

## 2015밀라노엑스포 생생 현장 이야기

지구촌이 열광하는 세계 3대 축전인 올림픽, 월드컵, 그리고 엑스포. 그 중에서 과학기술과 첨단 산업이 어우러져 각 나라의 문화를 보여주는 밀라노 엑스포가 열리고 있다. (주)유니원커뮤니케이션은 2010상하이엑스포 기업연합관 운영에 이어 2012여수세계박람회에서는 회장 운영, 주제관 운영, 현대자동차 기업관 운영 등을 도맡았고, 이번 2015밀라노엑스포 한국관에서 운영을 담당하고 있다.

### ‘놓쳐서는 안 되는 10가지’로 선정된 한국관

국제박람회기구(BIE)에 등록된 엑스포인 ‘2015밀라노 엑스포’는 2015년 5월1일~10월31일까지 184일간 개최되

며 ‘지구 식량 공급, 생명의 에너지(Feeding the Planet, Energy for Life)’를 주제로 145개 국가가 참가하여 성황리에 운영되고 있다.

한국관은 연면적 3990㎡(부지면적 3880㎡) 규모로 독일, 중국 등에 이어 9번째로 큰 부지에 ‘한식, 미래를 향한 제안: 음식이 곧 생명이다(Hansik, Food for the Future: You are What You Eat)’를 주제로, 3가지 테마인 밸런스, 발효, 저장을 미디어예술 전시를 통해 건강한 한국의 식문화를 미래 먹거리의 대안으로 소개하고 있다.

2015밀라노엑스포 조직위원회에서 밝힌 관람객 2000만명 중 한국관은 10%인 200만명을 목표로 대장정에

돌입한지 82일만인 7월21일 100만번째 관람객을 조기에 달성했다. 이는 당초 예상한 일평균 관람객 1만800명을 훨씬 상회하는 약 1만2000명 이상의 관람객이 다녀간 성과로서 밀라노 현지에서 각광받는 전시관이라고 볼 수 있다. 특히나 밀라노 엑스포 조직위원회의 공식 사이트인 '엑스포그램(Expogram)'에서 선정된 '엑스포장에서 놓쳐서는 안 되는 10가지' 중 하나로 '한국관의 메시지'를 발표했다.

#### 48명의 서포터즈, 한국관의 자랑거리로 발돋움

관람객과 직접 소통하는 48명의 한국관 서포터즈! 그들의 환한 웃음으로 관람객의 마음을 녹이고, 전시물을 통해 한국의 문화를 공유하고, '벨리시모(이태리어로 아름다움의 최상급)'를 외치는 관람객과 포옹하며 공감의 마음을 전하는 서포터즈는 단순 운영 그 이상의 대한민국 민간홍보대사 역할을 하고 있는 진정한 주인공이라 생각한다.

2014년 12월1일~2015년 1월5일까지 약 36일간 1075명이 지원해 약 22대 1의 경쟁률을 뚫고 선발된 서포터즈로, 역대 엑스포 서포터즈 최다 지원 및 최고 경쟁률을 기록하며 48명의 유능한 인재들이 선발됐다. 처음에는 48명 중 이탈리아어 구사자가 10명 남짓하여 이탈리아어에 대한 흥미 및 동기 유발을 위하여 약 10시간의 이탈리아어 교육을 진행했다.

5월1일 개관을 앞두고 본격 리허설에 돌입했을 때 서포터즈 대다수가 개인적으로 이탈리아어를 공부해 전시 설명멘트, 운영에 필요한 멘트 등을 모두 이탈리아어로 구사해서 운영팀 모두가 깜짝 놀랐다. 한국관 서포터즈의 웃음과 친절한 설명은 한국관 전시관을 방문하는 여러 관람객과 타 국가관 등에 회자되어 관람객을 생각하는 한국관의 이미지를 구축했다.

서포터즈의 활약은 여기서 그치지 않는다. 하루 약 150분간 서포터즈 통신원 활동을 진행하며 페이스북 등 SNS를 통해 한국관을 열심히 홍보하고 있다.

#### 생각과 사고를 현지화, 극복하는 자세 필요

외국에서 행사를 진행할 경우 각 나라의 특성을 고려하여 행사를 하는 것이 중요하다. 이번 이탈리아의 경우

도 이에 따른 에피소드가 많았다.

운영 선발대가 약 한달 전 현지에 도착하여 운영 물품을 준비하며 겪은 일화다. 숙소물품 및 가구 등을 구매 후 결제를 하는 과정에서 법인카드로 결제를 요청하였으나 주로 현금과 개인 카드를 사용하는 이탈리아의 특성상 법인카드 결제는 불가하다는 것이었다. 여권의 이름과 명함의 이름으로 신원을 확인하고, 명함의 회사명과 법인카드의 회사명을 비교하여 40분 쇼핑 후 결제하는데 1시간40분을 소요했다.

또한 엑스포 개막 보름 전까지도 서비스센터가 제대로 마련되지 않아 물품 반입 등에 어려움을 겪었다. 조직위원회를 거쳐서 절차를 밟고 있는 도중 담당자의 휴가로 인해 소통이 되지 않아 물품 반입이 안되고, 비표발급도 늦어져서 개관을 앞두고 난감한 상황을 맞이했다. 이때 현지 지인의 도움을 받아 한국식 밀어붙이기와 이탈리아식 버티기를 통해서 새벽에 3시간 정도 출입구를 가로막아 겨우 진입하여 무사히 개관식을 준비할 수 있었다.

MICE업무를 진행하면서 당초 기획한 일들이 추진 과정에서 변경되는 경험들을 수 없이 해보았을 것이다. 국내든 해외든 당황하지 말고 생각과 사고의 현지화를 통해 지혜롭게 넘길 수 있는 센스가 필요한 것 같다.

#### 지속 가능한 한국만의 시스템 구축 시급

과거의 엑스포가 산업에 기반을 두고 과학 기술을 공유하는 무대였다면, 이번 밀라노 엑스포는 각국의 주제 메시지를 음식, 공연, 생활 등 그들의 문화를 통해서 표현하는 문화 엑스포인 점이 특징이다. 미셸 오바마 부모님 및 딸들, 영부인, 아랍 왕자, 국무총리, 장관 등 각국의 많은 VIP들이 한국관을 방문해서 한국의 음식문화를 체험하고, 놀라움과 찬사를 보내고 떠났다.

문화는 우리에게 익숙한 것이지만 타국의 사람들에게는 신기하고 경이로운 것이 될 수 있다고 생각한다. 그렇기에 우리의 문화를 잘 전달하기 위해서는 그들의 시각과 사고를 이해해야 한다. 또한 우리의 문화에 대해서도 객관적이고 냉철한 시선으로 판단해 여러 사람들의 마음을 사로잡아야 한다. 문화 강국 대한민국을 세계에 알리기 위하여 MICE산업에 종사하는 우리 모두가 신경써야 하는 부분일 것이다. ★

# 서울 MICE R&D팀 구성 및 운영

홍재선  
서울관광마케팅(주)  
MICE기획팀장



MICE에서는 R&D분야에 대해 집중적인 투자가 필요하다. 이와 관련하여 The MICE 제29호(2014 가을호)에 ‘MICE, R&D가 필요하다’는 제목의 글을 게재하였다. MICE가 산업으로 확장되기 위해서는 MICE의 독특한 수요, 공급의 이론적 배경과 더불어 구성체계, 파급효과 등 수요자 측면 및 공급자 측면에서 다양한 연구검토가 필요하다. 또한 MICE 시장확대를 위해서는 R&D 기반위에 MICE 수요조사, 개최현황 및 참가자 조사 등 MICE 관련 다양한 연구 분석을 기초로 정책 수립에 따른 기반을 강화해야 한다는 내용이다.

### 서울 MICE R&D팀 구성

지난 6월에 서울관광마케팅 MICE 본부에서는 서울시의 지원을 받아 ‘서울 MICE R&D팀’을 구성하였다. MICE R&D팀은 팀장 1명, 전문연구원 3명(책임연구원 1명, 연구원 2명), 지원인력 1명 등 총 5명을 전문팀으로 구성하였으며, MICE관련 통계조사 및 분석, 신규 MICE 수요탐색 및 발굴 등을 주요 업무를 수행하고 있다. MICE R&D팀에 선발된 전문인력은 관광, MICE분야를 전공한 박사급 인력과 사회조사분석 전문가로 구성하여 MICE업계의 특성과악과 더불어 조사·분석에 대한 경험을 바탕으로 MICE R&D 분야에 새로운 길을 열고 있다. MICE R&D팀이 구성되면서 국제단체의 통계작업은 물론이고 서울에서 개최되는 각종 회의에 대한 종합적인 DB 구축작업이 진행되고 있다. 또한 기존에 분산된 서울 회의DB를 종합하고 이를 분석하여 MICE관련 서울의 특징과 장단점을 분석하는 작업을 진행하고 있다. 물론 이 과정에서 UIA를 비롯하여 ICCA 관련 국제회의의 DB에 대한 조사분석도 병행해서 이루어지고 있다.

### MICE R&D팀 구성으로 전문성과 효율성 증대

CVB입장에서 R&D팀을 구성하고 운영함에 따라 몇가지 장점이 나타나고 있다.

첫째, MICE관련 통계조사 및 수요발굴 전담에 따른 노하우 축적이다. 전문적이고 집중적인 연구분석을 통해 MICE통계관리의 효율성이 증가하고 있으며, 지속적인 업무추진으로 인하여 관련 MICE 통계조사 및 관리 노하우가 축적되는 효과가 발생할 것으로 예상된다. 특히 짧은 시간이지만 UIA 등 제출통계 등에 대한 조사 및 자료정리 노하우를 습득하게 되었다.

서울 MICE R&D팀이 구성된 이후, 개최통계와 관련하여 실질적인 성과가 나타나고 있다. 2015년 2월, 서울의 2014년도 개최통계 집계건수는 349건으로 이를 UIA 제출하였다. 그러나 UIA에서 발표한 통계에는 서울은 249건만 반영되었고, 약 100건의 행사는 반영되지 않은 상황이 발생되었다. UIA 발표이후 MICE R&D팀에서는 제외된 100여 건에 대해 각 행사별로 하나씩 세부적인 분석을 시작하였다. 2013년에 UIA 통계에 인정되었던 회의, ICCA에 반영된 회의 등을 정리하고 추가적으로 각 회의의 포스터, 홈페이지 등 증빙자료를 확보하여 정리하였다. 이렇게 정리된 자료를 기반으로 누락된 회의에 대한 재검토 요

청을 관련 증빙자료를 포함하여 UIA 통계담당자에게 송부하고 수시로 UIA측의 진행 사항을 확인하였으며, 추가 요청을 시작한지 2개월 정도 지난 8월초에 UIA 홈페이지 캘린더에 서울개최건수가 310건으로 확대되는 성과가 나타나게 되었다.

둘째, 기존 마케팅 인력이 통계조사 등으로 분산되었던 업무에서 벗어나 본연의 업무에 집중할 수 있는 효과도 나타나고 있다. MICE 개최통계조사 및 산업통계조사 등의 업무는 관내의 각 센터, 호텔, 주최자들로부터 다양한 정보수집이 필요하며 인력소요가 많은 업무이다. 이에 기존의 마케팅인력을 이용한 조사는 효율성 및 전문성 측면에서 부족한 부분이 있었으나, 전담팀을 통해 조사를 실시함에 따라 기존 마케팅 인력이 본연의 업무에 집중함으로써 업무의 효율성이 증가하고 있다.

통계조사를 비롯한 R&D 업무를 처리하기 위해서는 기존의 관련 자료(Data) 확보 및 집중적인 업무처리가 필요하다. 서울의 MICE본부에서는 각 담당자별로 전문화된 업무를 처리하는데 R&D분야의 업무처리에 많은 시간이 소요되는데 반하여 당면 업무처리와는 분리된 경우도 있었다. 그러나 R&D팀이 구성된 이후, 통계조사 및 수요발굴 등에 있어서 집중적으로 R&D업무 수행하여 MICE본부 전체적으로 업무집중도 및 효율성이 증대되는 성과가 있었다.

#### 전국적인 MICE R&D 기능확대 및 시스템 등 개발 필요

MICE에서 R&D 분야는 미개척 분야이다. 관광분야는 1980년대 이후 관련 대학 및 학과의 증가로 인하여 수 많은 연구들이 이루어진 반면, MICE 분야는 연구된 분야보다 아직도 연구되지 않은 분야가 훨씬 더 많다.

이러한 MICE R&D 분야를 확대하기 위해서는 정책과 실무의 접점에 있는 CVB를 중심으로 집중적으로 R&D에 대한 투자가 이루어져야 할 것이다. 그러나 MICE R&D의 개선은 서울관광마케팅의 노력만으로 이룰 수 있는 것이 아니다. 전국의 CVB들이 공동으로 노력하여 국가적인 MICE R&D 수준을 향상시켜야만 실질적으로 MICE산업이 발전할 수 있을 것이다. 또한 MICE 관련 R&D와 더불어 시스템의 개발 등이 뒷받침 되어야만 실질적인 효율성이 증대될 것이다. 예를 들어 MICE관련 통계조사에 있어서, 가칭 ‘MICE 개최조사 시스템’을 개발하고 전국적으로 활용하여 주최단체, 컨벤션센터, 호텔, PCO 등에서 MICE 통계자료를 온라인으로 입력하고 이를 CVB를 포함한 관련 단체들이 실시간으로 공유할 수 있다면 현재 MICE통계조사에 소요되는 시간과 인력을 좀 더 효율적으로 운영할 수 있을 것이다.

MICE R&D가 모든 문제를 해결하는 만병통치약이 되지는 않는다. 그러나 MICE산업의 현실적인 문제들을 분석하고 대안을 도출하는데 있어서는 꼭 필요하지만 부족한 기능임에 틀림없다. 지금 전국에서 서울관광마케팅의 MICE R&D 팀의 운영상황을 기대에 찬 눈으로 바라보고 있다. 앞서가는 부담과 걱정이 있으나 모든 이의 기대에 어긋나지 않도록 최선을 다해 열심히 노력할 것이다. ★



## 해외 우수 행사 벤치마킹을 통한 국내 MICE산업 향상 도모 [선진컨벤션박람회 참관기](#)

IMEX Frankfurt는 IMEX Group이 매년 독일 Frankfurt에서 개최하는 Incentive travel, Meeting과 Event산업에 종사하는 전문가들이 주로 참여하는 유럽 최대 MICE전문 전시회이다. 세계 각국의 컨벤션부, 호텔 및 DMC 관련 업체들이 주된 참가자라고 볼 수 있다. 특히 IMEX Frankfurt의 주최측에서 초청하는 바이어들과 실질적인 비즈니스 상담 및 네트워킹이 사전 예약 시스템을 통하여 가능하기 때문에 참가업체 및 참가자들이 신규 바이어 발굴과 이들과의 비즈니스 기회 포착에 매우 유력하다는 점이 큰 특징이다.

이러한 비즈니스 관련 기회뿐만 아니라, 알찬 교육 프로그램도 마련되어 있다. 10개의 트랙으로 세분화되어 전문적으로 다루어지는 교육프로그램이 행사기간 중 약 170여 개나 된다. 각 교육프로그램은 참가자들의 적극적인 참여를 유도하는 방식으로 진행되어, 일방적인 교육이 아닌 즉각적인 feedback이 가능하다.

또한 행사장 곳곳에서 즉각적인 이벤트 및 행사를 수시로 진행하여 참가자들의 흥미유발과 적극적인 참여를 유도하는 분위기는 국내의 행사장과는 사뭇 다른 색다른 경험이 될 것이다.

올해 협회 지원 참가자도 각 지역 뷰로와 DMC관련 업

체의 참여도가 높은 것으로 보아, 해외의 인센티브 투어 동향과 이들과의 네트워크 구축이 주 목적이라면 꼭 참여해볼 만한 전시회이다.

Singapore MICE Forum은 SACEOS(싱가포르 컨벤션 주최자 및 공급업체협회) 주최로 2011년을 시작으로 아시아의 Meeting과 Incentive travel산업에 관한 정보교류와 네트워킹이 활발하게 이루어지는 포럼이다. 다양한 국적의 참가자가 모여 하나의 큰 주제에 맞추어 이를 동안 7개의 세션이 진행된다. 매 세션마다 연사와 패널이 참가하는 토론형식으로 진행됨에 따라 실무자들의 다양한 의견과 전문지식이 실시간으로 공유된다는 점이 본 행사의 가장 큰 특징이다.

또한 매년 싱가포르의 유니크베뉴에서 진행되는 Gala Dinner는 본 행사의 하이라이트로 꼽을 수 있다. 참가자들에게 익숙한 컨벤션센터나 전시장이 아닌 색다른 장소에서의 행사 진행으로 참가자들의 더욱 활발한 네트워킹과 친밀감이 형성될 수 있다는 점에서 메뉴의 특색을 최대한으로 활용하는 좋은 예를 경험할 수 있는 기회이다.

스마트폰에 최적화된 행사어플리케이션 구축으로 세션 중 쌍방향소통이 즉각적으로 가능하도록 진행되는 행사 운영 또한 본 행사의 큰 매력으로 볼 수 있다.

## 천혜의 자연환경을 넘어 끊임없이 발전하는 싱가포르

설레는 첫 출장으로 참가하게 된 Singapore MICE Forum 2015는 올해로 5회차에 접어들어 26개국에서 400여 명의 MICE업계 종사자들이 싱가포르의 Marina Bay Sands로 모여들었다.

7월2일과 3일, 이틀 동안 총 7개의 세션이 진행되었으며 MICE 업계 최신 트렌드, 아시아 MICE산업의 발전방향, 회의실 디자인과 공간활용 등의 다양하고 흥미로운 주제로 참가자들에게 보다 폭 넓은 전문지식을 전달해 주었다. 첫날 세션을 모두 끝마친 후에는 싱가포르 대표 관광지인 센토사섬에서의 Gala Dinner를 통해 참가자들간의 네트워킹을 위한 자리가 마련되었다. 거대한 도심으로 둘러싸인 싱가포르 중심의 Marina Bay Sands에서 단 10분거리에 바다가 한 눈에 보이는 해변으로의 이동이 가능하다는 점은 싱가포르가 가지고 있는 베누로씨의 강점이 아닌가하는 생각이 들었다. 또한 부대행사로 진행된 Singapore MICE Challenge는 기존의 업계 종사자들을 위한 전문교육 중심에서 세계 각국 대학생들의 참여까지 이끌어내어 행사의 폭을 더욱 넓힐 수 있었다. 다만 첫날에 주요 행사와 세션들이 몰려있어 이튿날은 참석자가 확연히 줄어들었고, 세션 중간에 전시 관람목적으로 방문한 학생들을 행사장에 출입시키면서 어수선한 분위기로 행사 시간이 딜레이되는 등 행사 진행에 있어서는 아쉬움이 남았다.

행사장인 Sands Expo Convention Center는 방문객들의 편의를 위한 지속적인 시설개발을 통해 경쟁력을 더욱 키워나가고 있었다. 최근에는 전시장의 전기 공급 라인을 천장에서 공급하는 시스템으로 변경하는 등 시설개발을 위해 꾸준히 노력하는 모습은 국내 컨벤션센



터가 적극적으로 벤치마킹해야 할 자세라는 생각이 들었다. 싱가포르는 편리한 교통과 깨끗한 도시 이미지, 그리고 주변 인프라가 잘 갖춰져 있는 MICE에 최적화된 도시이며, 참가자들의 높은 만족도로 인해 재방문을 또한 높다. 한국도 이처럼 가지고 있는 강점을 최대한 활용하고, 계속해서 MICE산업의 인프라 확충을 위해 노력을 아끼지 말아야 할 것이다. ✨

허은지 · 창원컨벤션센터 마케팅팀 주임

## 양방향 소통시스템 구축을 통한 MICE행사 만족도 증대

Singapore MICE Forum 2015는 SACEOS(싱가포르 컨벤션 주최자 및 공급업체협회)의 주최하에 아시아의 Meeting과 Incentive travel 산업에 관한 정보교류와 네트워킹이 활발하게 이루어지는 행사이다. 'MICE 2020: Integration-The New Black'이라는 주제로 열린 본 포럼은 전세계 360여 명의 MICE업계 담당자들이 참가한 가운데 7월2일, 3일 양일간 싱가포르 대표적 컨벤션 센터인 Sands Expo&Convention Centre에서 개최되었다.

개인적으로 아시아의 MICE 강국이라 불리는 싱가포르 방문이 처음인데다가, 융복합, 지속가능성, 스토리텔링 등 가장 뜨거운 이슈로 여겨지는 다양한 키워드들이 MICE라는 범주 안에서 어떻게 적용될 것인가에 대해 많은 기대를 가지고 포럼에 참가하였다. 선진 컨벤션이라는 타이틀에 걸맞게 행사의 진행과 프로그램 구성이 매끄럽고 알찬 느낌이었다. 특히 스마트폰 구현에 최적화된 플랫폼 구축으로 참가자들의 질문, 의견을 실시간으

로 반영하여 연사와 쌍방향 소통이 가능하도록 한 부분이 인상깊었다. 참가자들의 의견이 댓글과 같은 형식으로 게재가 되고 자신이 마음에 드는 의견에 '좋아요' 버튼을 눌러 공감의 의사를 표할 수 있도록 하여 참가자들간의 소통 또한 일어날 수 있었던 부분이 좋았던 것 같다.

센토사 섬에서 진행된 갈라디너는 가장 인상 깊었던 부분이었다. 인센티브 유치개최 지원 업무를 맡고 있기 때문에 요즘 가장 관심을 가지고 있는 부분이 유니크 베뉴 발굴이었는데, 비치컨셉의 행사장 구성과 볼거리 등은 신선한 충격이었다. 석양이 지는 해변가에서 즐겁게 레저 활동을 즐기는 사람들, 분위기 있는 조명과 모래로 빛은 의자가 세팅되어 참가자들간의 어색한 벽을 허무는 최고의 네트워킹 장소로 충분했다. 물론 도심에서 섬까지 육로로 30분 거리에 있다는 하드웨어적인 강점이 가장 부럽기도 하고 탐나는 부분이었지만, 다른 각도에서 생각해보니 서해안과 인접한 경기도의 이색적인 행사 장소를 발굴해볼 수도 있겠다는 생각이 들었다.

공식적인 포럼이 끝나고 한국MICE협회에서 준비해준 마리나베이샌즈 시설투어를 통해 마리나베이샌즈 컨벤션센터, 호텔을 답사했다. 다양한 크기의 회의공간, 편리한 교통, 충분한 객실, 쇼핑몰 및 카지노 등 즐길 곳과의 접근성을 보니 이곳이 왜 아시아의 대표적인 MICE 목적지가 될 수 있었는지 알 것 같았다.

남은 시간을 이용해 Suntec City 컨벤션 센터도 가보았는데 센터 앞쪽에 마련된 시티투어 승강장과 시티투어 버스가 시선을 끌었다. 누구든지 쉽게, 원하는 테마와 코스의 버스를 탑승할 수 있도록 유도하는 부분이 프리·포스트투어 활성화의 고민을 하고 있는 시점에 많은 도움이 된 것 같다.

장사 잘되는 집에는 이유가 있다. 그 비결을 알기 위해선 그 집에 가서 그 물건을 사보거나 음식을 맛보아야 한다. 선진 컨벤션에 가보아야 하는 이유가 여기에 있다. 좋은 물건, 맛있는 음식을 경험하게 해준 한국MICE협회에 감사의 뜻을 전하고 싶고, 앞으로 장사를 잘하기 위한 연구를 더욱 치열하게 해보아야 할 것 같다. ✨

이현경 · 경기MICE뷰로 대리





## 지속가능한 MICE산업의 선두주자 독일의 친환경 전시산업

오랜만에 참가한 IMEX Frankfurt에서는 여전히 미주와 유럽의 도시들은 파티를 열고 아시아는 한쪽 귀를 차지고 있었지만 내가 기억하고 있던 것보다 활기찬 활동을 펼치고 있었다.

IMEX관계자와의 미팅에서 많은 도시와 국가들이 더 큰 공간을 요청하고 있어 전통적으로 8홀에서 개최되던 것을 더 큰 홀로 이동하는 것까지도 고려중이란다. 얼마 전 막을 내린 한국MICE산업전과 비교하면 참 부러운 현실이다.

하지만, 2011년 IMEX에 참가했던 바이어들의 문의는 어쩔 수 없이 PSA 일지의 빈칸을 메우기 위한 미팅이었다면 2015년의 미팅은 확연히 다름을 보여줬다. 더 많은 협회·학회들이 우리를 찾았고 실질적인 수요에 의한 기업회의와 인센티브 미팅들이 이루어졌다. 이는 그만큼 한국이 MICE목적지로서의 위상이 높아졌음을 증명해주는 것이라는 점에서 고무적이다.

또한, 지속가능성에 대한 여러 세션과 다양한 행사들



을 통해 광주관광컨벤션뷰로의 미래 청사진을 그리기 위한 방향성에 대한 여러 가지 아이디어를 얻어 왔다. 물론 이러한 새로운 생각들과 사업들을 실질적 업무에 적용하는 것은 해결해야 할 숙제이지만 현실로 달성하기 위해 최선을 다하겠다. ✨

정정숙 · 광주관광컨벤션뷰로 브랜드사업팀 팀장

1세대. 새로운 변화와 시도를 통해 성과를 이룬 최초의 지칭하는 말이다. 때론 새로움이란 단어가 무색하게 오래된 존재로 인식되기도 한다.

MICE산업이 어느덧 30여 년 맞이한 현재, 한국 MICE산업 성장과 함께한 1세대 기업이 있다. 여전히 새로움으로 가득한 이 기업은 (주)인터컴이다. (주)인터컴은 국제적 소통, 커뮤니케이션의 장인 국제회의란 의미를 담아 1985년 International Communication Convention Services라는 이름으로 창립된 국제회의

전문기획사다. 이후 1987년, 보다 쉽고 인상 깊은 브랜드로 거듭나고자 사명을 (주)인터컴으로 변경한 이래 30년간 국제회의의 기획사업 분야에만 회사의 모든 역량을 집중해 온 한국 MICE산업의 선두주자다.

30년이란 긴 시간. MICE는 물론 컨벤션산업 자체가 낯설었던 시절. 사업 시작은 쉽지 않았다. 낮은 인지도, 부족한 인프라 속 기업과 산업 성장을 위해 당면한 모든 문제를 ‘최선’을 다해 이겨냈다. 이 최선이 모여 레퍼런스가 되고, 이후 인터컴 30년의 역사가 만들어졌다.

최태영 인터컴 대표이사는 “제조업 중심으로 성장한 우리나라에서 서비스업으로 사업을 시작하는 것이 쉽지 않았다”며 “무형의 국제회의 기획서가 만들어지고, 행사가 진행되고, 여기에 참가자들의 만족도가 더해지면서 산업이 자리 잡기 시작했다”고 말했다.

“MICE산업에 대한 개념도 정립되어 있지 않던 시절, 변변한 교육시설이 전무했던 시절이라 어렵게 외국 자료들을 구해 직접 번역하고 밑줄 그어가며 MICE산업과 PCO의 역할, 기능을 공부하고 찾아낸 방법을 프로젝트에 반영시켜보곤 했습니다. 국내 최초로 정부발주 프로젝트를 일괄 턴키방식으로 계약을 수주했던 경험, 우리

## “국제회의의 기획에 전력, 신구 조화 바탕으로 또다른 30년 준비”



# 최태영 인터컴 대표이사

나라 MICE 산업의 저력과 경쟁력을 본격적으로 해외에 알리는 계기가 됐던 G20 서울정상회의, 핵안보 정상회의, 한아세안 특별정상회의 등을 통해 MICE산업에 대한 일반인의 인식을 넓히고 많은 인재들이 MICE산업에 관심을 갖게 됐다는 점은 지난 30년이 준 뿌듯한 선물입니다.”

최 대표이사의 여전히 회의와 행사 현장에서 실무자처럼 일하고 있다. 그는 “돈, 명예와 같은 가치는 최선을 다 하고 뒤를 돌아보면 생기는 선물과 같은 것이라고 생각해왔다”며 “처음부터 끝까지 국제회의 모든 과정을 수없이 시뮬레이션 하며 만에 하나 생길 수 있는 문제까지 고민했다”고 말했다.

“회의는 다양한 사람이 모이는 만큼 언제나 돌발변수로 가득합니다. 작은 것 하나 놓칠 경우 회의 자체, 참가자 만족도가 현저하게 떨어지죠. 이를 대비하는 건 끊임 없는 시뮬레이션을 통해 대응하는 힘을 기르는 것입니다. 여기에 근속년수가 오래된 직원들의 경험과 열정 가득한 젊은 직원들의 조합이 더 해져 회사의 힘이 더욱 강해지는 걸 느낍니다.”

국제회의의 성공은 직원의 숙련도에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 다양한 경험은 돌발상황을 대처할 수 있는 무기가 된다. 인터컴은 많은 수의 30년, 20년, 10년 근속자가 아직도 현업에서 활발하게 활동하고 있다. 여기에 인터커머로 대변되는 80명의 젊은 인재들이 조직문화에 활력을 불어넣고 있다. 이러한 신구의 조화가 인터컴이 ‘변화하고 도전하는’ 새로운 30년을 선포할 수 있게 한 에너지라고 최 대표이사는 평가했다.

인터컴은 지난 30년을 넘어 새로운 시대를 준비하고 있다. PCO의 경험과 노하우 못지않게 전문성과 안목이 요구되는 민간전문가의 시대를 맞아 클라이언트를 앞장서서 이끌고 나갈 수 있어야 하는 시대가 온 것이다.

이 같은 고민의 결과 2000년대 들어 적극적으로 국제회의를 조직하고 있다. 98년 IMF로 인해 실의에 빠진 국민들에게 용기를 주고자 ‘매일경제’신문사와 함께 준비



한 ‘비전코리아 국민보고대회’를 시작으로 ‘세계지식포럼’을 매일경제와 함께 16년째 개최하고 있으며, 2006년 이후 세계유방암학술회의를 직접 조직하고 있다.

이와 함께 인터컴은 산업으로서 보다 큰 역할을 하기 위한 노력을 이어가고 있다. 수출중심 우리나라 산업구조에서 인터컴의 경험과 지식을 해외에 수출하기 위한 노력을 시작한 것이다. 이미 2014년도에 미안마 정부를 대상으로 인터컴의 경험과 노하우를 수출하는 첫 번째 사례를 만들어 냈다. 앞으로 국내를 넘어 세계로 뻗어 나가는 컨벤션산업을 이끌어 대한민국 경제에도 이바지할 계획이다.

최 대표는 MICE산업 선두주자로서 MICE산업 발전을 위한 고민도 이어가고 있다. 컨벤션, 전시, 이벤트(축제)로 대표되는 MICE 내 각 산업간 시너지 효과를 위한 교류가 확장된다면 더 큰 산업으로 성장해 국가경제에 이바지할 수 있을 것으로 최 대표는 전망했다.

“We are smarter than me’란 말이 있습니다. 지금까지 MICE 내 여러 산업들은 각자 전문성을 키우며 놀라운 성장을 기록했습니다. 이 같은 성장을 함께 나눈다면 더 큰 시너지 효과를 발휘할 수 있을 것입니다. 업계간 활발한 소통을 통해 한단계 더 도약하는 MICE산업이 되길 기대합니다” ✨

글·사진 박기범

## “확실한 직업관과 열의, 성장위한 필수요건”



“폭넓은 사업영역을 가지고 있는 기업 JK컨벤션입니다.”

김대원 JK컨벤션 대표이사가 꺼낸 회사 소개의 첫 마디였다. 2001년 설립해 15년째를 맞는 JK컨벤션과 다른 PCO의 차이점은 국제회의 뿐만 아니라 정부행사 대행 및 인센티브 투어 진행 등 다양한 사업 스펙트럼을 가지고 있다는 것이다. 이러한 점을 인정받아 지난 7월 머니투데이 주최 ‘2015 대한민국 우수기업대상’에서 경영혁신 대상을 수상하기도 했다.

JK컨벤션은 한·일 월드컵 조추첨 행사, 부산아시아게임 및 한·일 월드컵 행사, 아시아지역 장·차관 지식경제 포럼, WSBI 아시아·태평양지역총회, 서울역사박물관 국제심포지엄 등의 정부발주 행사대행뿐만 아니라 LG전자와 현대중공업의 해외딜러 초청행사를 10년 넘게 맡아서 진행하고 있다. 실제 JK컨벤션의 매출액 중 국제회의 관련 비중은 40%, 인센티브 투어(40%), 정부관련 행사대행(20%) 등으로 다른 PCO 기업들과는 확연히 다른 매출구조이다.

최근 세계 각국이 적극적으로 유치하는 인센티브 투어를 사업 초반부터 적극적으로 주도한 이유에 대해 김대표는 “좋은 사업기회를 좋은 인연과 만나 열심히 일했기 때문에 가능했다”고 말했다.

오랜 시간 호텔업계에서 일했던 김대원 대표는 “90년대 중반까지 대우그룹에서 매주 2회 동유럽 딜러들을 국내로 초청해 기업 견학 및 관광 프로그램을 정기적으로 진행했다. 군산 누비라 공장, 거제도 대우조선, 경주·서울 관광 등의 프로그램을 진행하면서 많은 경험을 쌓았다”고 말했다.

“90년대 일본이 장악하던 중동지역 전자제품 시장에 LG가 진출하기 위해 중동지역 바이어 초청행사를 준비하기 위해 전문가를 알아보던 중 대우그룹 행사를 성공적으로 진행하던 저에게 연락이 왔다”고 말한 김대표는 “다른 직장에 다니면서 돕기에는 한계가 있어 퇴사 후 창업하게 됐다”고 말했다.

다수의 정부관련 행사들을 진행하다보니 기억에 남는 에피소드들도 많았다.

2002 한·일 월드컵 조별예선 16강 한국-폴란드전을 부산에서 김대중 대통령과 폴란드 대통령이 함께 관람했는데, 경기 종료 후 폴란드의 패배로 기분이 좋지 않던 폴란드 대통령 측에서 화를 가라앉히기 위해 테니스

## 김대원 JK컨벤션 대표이사



를 치고 싶다는 연락을 전해왔다. 이런 업무까지 PCO에서 담당하는 것은 말이 되지 않지만, 상황이 시급함을 감안해 당시 부산시장에게 급히 연락을 취해 테니스장을 수소문하고, 다음날 새벽 부산시장이 직접 폴란드 대통령과 같이 테니스를 치면서 좋은 결과를 이끌어 내기도 했다.

이밖에도 “한·일 월드컵 때 해방 후 일본 황족이 한국을 처음으로 공식 방문했을 때, 일본 황족이라는 의미 때문에 사전준비 미팅만 한 달 가까이 걸렸다”고 말한 김대원 대표는 “예를 들어 황족 부인이 쓰는 모자를 걸어놓을 위치까지 일일이 매뉴얼로 확정하는 등 방문

매뉴얼이 전화번호책 5권 분량에 달했는데 솔직히 그때는 많이 힘들었다”며 웃었다.

JK컨벤션은 얼마 전 메르스의 위협 속에서도 행사를 성공적으로 수행했다.

“6월 8~11일 인천그랜드하얏트호텔에서 열린 ‘한-아세안 교통협력포럼’을 저희 회사에서 맡아서 운영했는데 때마침 발생한 메르스로 관련 국가들이 참석을 꺼리는 기색이 역력했습니다. 상황이 상황이니만큼 발주처인 국토교통부에서도 낙담했으나 적극적인 노력 끝에 성공적으로 마무리했습니다.”

김대원 JK컨벤션 대표가 생각하는 인재상은 일에 대한 직업관이 확립된 사람이다.

“창업 초반에는 영어가 능통해야 국제행사를 잘 할 수 있겠다는 생각에서 직원의 80%가 유학생이었는데, 성장해온 사회·문화적 배경이 다르고 업무수행 능력이 차이가 있어 지금은 국내-해외 비율이 5:5정도”라는 게 김대표의 설명이다.

김 대표는 신입직원들에게 MICE업무가 힘들고 어렵다는 것을 인정하고 성장하기 위해 노력할 것을 주문하고 있다. “국제회의뿐만 아니라 정부행사 대행·인센티브 투어 등 다양한 업무를 경험할 수 있기 때문에 우리 회사에서 3년만 일하면 다른 회사에서 5년 일한 것 이상을 배울 수가 있다”는 김 대표는 “확실한 직업관을 가지고 MICE산업에 대해 배우고자 하는 열의가 있는 직원들은 빨리 성장한다”고 말했다.

“발주처·행사 일정에 맞춰 일을 처리하다보니 정시 출퇴근이 어려울 수 있습니다. 산업 밖에서 봤을 때처럼 화려하고 즐거운 일들만 있는 것은 아니지만, 짧은 시간 동안 더 많은 경험을 쌓을 수 있고, 대행업체 담당자로서 발주처 책임자들과 대등하게 업무를 수행하기 때문에 다른 동기보다 더 많이 성장·성숙할 수 있습니다. 즉 직업을 통한 자아성찰을 이루기에 좋은 직군이라는 뜻이죠. 자부심을 가져도 됩니다.” ✨

글·사진 박태진



**“가능성만 보고 첫 발,  
화려하고 거창함보다  
안정적 행사처리에 중점”**

“맨 처음 2005년 지엔에이인터내셔널을 설립할 당시, 아무 것도 몰랐지만 MICE산업의 성장 가능성만 보고 열정만 가지고 뛰어들었죠. MICE업계에서 가장 베테랑인 분에게 산업 하나하나씩 배워가면서 MICE산업 전반적인 흐름을 익혔습니다. 지금은 매년 40~50개의 행사를 치르며 창원에 위치하고 있는 국제회의 기획업체 중 손꼽히는 업체가 됐습니다.”

창원컨벤션센터에 위치한 지엔에이인터내셔널은 지난 2005년도 창원시 국제회의의 관광사업 제1호로 등록됐다. 기획업이라는 개념을 가지고 시에 첫 번째로 등록한 업체로, 현재 경남에 6개의 PCO업체 중 가장 많은 행사를 치러오고 있다. 과거 김 대표가 창원컨벤션센터에 들어올 당시 MICE산업에 대한 인지도는 지금보다 더 낮

았다.

“그 당시만 해도 창원에는 MICE 개념도 생소한 사람들이 많았지만 MICE산업에 매력을 느껴 성장 가능성을 보고 과감하게 뛰어들었죠. 처음 시작한 몇 년 동안은 일이 없었어요. 정말 하나하나 새롭게 시작하고 일궈낸 덕분에 지금은 국제 자동차 정밀 기기전, 국제 수송 기계부품산업전, 국제표면처리박람회, 대한민국 국제보트쇼 등 굵직한 국제 행사들을 진행해오고 있습니다.”

김 대표는 철저한 시장분석과 수요조사를 통해 성공 가능성 있는 전시회를 기획하고 운영하도록 노력해오고 있으며 직원들에게 늘 ‘나무보다는 숲을 봐야 한다고’ 강조한다. 전시회 특성에 맞는 최적의 장소와 개최 시기를 선정해야 하고, 행사를 진행하는 순간에는 전시회에서

## 김진회 지엔에이인터내셔널 대표

일어나는 모든 사건을 다 점검해내고 감당할 수 있는 능력이 갖춰져야 하는 게 가장 중요하다는 것. 행사를 치르게 될 때 나무 한 그루에만 집착하다 보면 행사 전체를 보는 능력이 떨어진다는 게 그의 설명이다.

“고객을 대할 때는 손해 보는 생각이 들더라도 수요자가 원하는 약속은 어떤것이더라도 잘 지키도록 노력해야 합니다. 회의 시안을 며칠까지 주겠다고 하면 꼭 맞춰서 줘야 해요. 큰 약속부터 작은 약속까지, 며칠부터 며칠까지 연락을 하겠다는 사소한 부분들도 어기지 않도록 해야합니다.”

수요자의 요구를 가장 최상으로 충족시켜 믿음을 주는 행사를 운영하도록 노력해야 한다는 게 지엔에이의 방침 중 하나이다. 그렇기에 김 대표는 혹시라도 고객이 원하는 사항들이 논리적으로 타당하지 않다고 생각들더라도 최대한 맞춰줄 수 있도록 직원들을 교육시켜오고 있다.

또, 지엔에이인터내셔널에서 일어나는 모든 행사의 과정에서의 원칙은 ‘안정적으로 행사를 끝내는게 가장 중요하다’이다. 화려하고 거창하게 행사를 끝내는 것 보다 안정적으로 아무 문제 없이 마칠 수 없도록 기분을 지키는 게 가장 중요하다는 것.

김 대표는 모든 행사장에 직접 참석해서 무선마이크 건전지까지 예비로 직접 챙긴다. “그 덕분에 지엔에이인터내셔널은 2005년 수많은 행사를 치러온 이후로 여태껏 실수 한 번한적 없는 회사로 손꼽힌다”고 김 대표는 자신했다.

김 대표는 MICE산업에 대한 안타까움도 전했다.

“MICE는 제조업이 아니므로 MICE를 산업이라고 보지 않는 경우가 많기에, 사실 시의 정책들이 바뀔 때마다 업체들이 영향을 많이 받는 편입니다. MICE를 산업으로 인식해 MICE에 대한 지원도 대폭 늘어났으면 좋겠습니다.”

지엔에이인터내셔널은 해외 에이전트를 직접 발굴해 확보하고 있다는 게 가장 큰 장점으로 꼽힌다.



“다른 업체들에 비해 해외 에이전트와 매일 접촉을 하는 편입니다. 자체 해외 에이전트를 갖고 있는 게 가장 큰 장점이며, 저희 회사의 큰 자산입니다.”

김 대표는 코트라에 도움 없이 직접 해외로 나가 스스로 바이어를 발굴하고 찾아내고 있으며 스페인, 호주, 일본 등 해외의 인프라를 확보해오고 있다.

또, 지엔에이인터내셔널을 창원을 넘어 세계적인 글로벌 기업으로 만드는 것이 큰 꿈이다.

“경상남도과 같은 지방도시는 도시 전체의 브랜드 가치를 올리는 어렵기에 그 안에 있는 시 단위의 가치를 올리는 게 중요합니다. 동아시아 지역에서 창원의 브랜드 가치를 올리는 발판이 저희 지엔에이인터내셔널이었으면 좋겠습니다.” ✨

글·사진 한영선



## “사람이 재산, 진심은 통해 변함없는 서비스로 전시업계 버팀목 될 것”

“1986년도에 처음으로 전시업계에 첫발을 디뎠습니다. 기술자라면 10~20년 일하면 어느 정도 고수가 되지만 서비스 쪽은 절대 정점이 없다고 생각합니다. 그 끝이 확인되는 순간은 상대방이 감동을 한 순간뿐이죠. 그 정점에 도달하기 위해선 직원들의 노력과 사람들과의 진

심이 담긴 관계가 가장 중요합니다.”

이 대표는 올해로 전시업계에 입문한 지 30년 차며 캐미리의 성장과 함께 했다. 그와 전시업계의 첫 만남은 20살 때 COEX에서 아르바이트 할 때였고, 그 이후 세방기업 입사를 계기로 본격적으로 물류업계에 들어서게 된다.

캐미리 설립 당시엔 4명의 직원이 있었지만, 성장을 거듭해 지금은 20여 명의 직원들이 함께 근무하고 있다.

“캐미리는 전시회 시작 전 상근직원을 현장에 배치하여 많은 정보를 사전에 수집하고 이를 국내 기업에 제공해 주고 있으며, 현지통역 무료서비스와 현지 바이어와의 교류를 알선하는 등 전시품 운송 통관 서비스를 제공하고 있습니다.”

# 이형진 캐미리 대표이사

현재 캐미리는 매년 해외전시회 200여 개 국내 전시회 100여 개 이상을 진행해오고 있으며 호치민, 하노이에도 지사가 있다. 전시용역사업의 세계화를 위해 국내 시장에만 머무르지 않고 2003년 국제 전시 물류 협회 회원(IELA)에 가입을 하였고, 미국 전시서비스협회인 ESCA, GES나 Freeman 등과도 지속적인 업무 교류도 맺고 있다. 특히 해외전시를 오래 진행해온 경험과 노하우를 바탕으로 전시에 필요한 많은 부분의 서비스를 별도로 제공하고 있다는 이 대표는 “회사경영에서도 전시화물의 특성에 따른 운송 방식을 체계화하고 전시화물에 대한 관리방식을 개선해왔다”며 “해외 파트너와 유기적 관계를 형성해 전시화물운송 추적이 가능하게 했고 일반수출입업무도 병행해 2007년 2월에는 전시 물류업체 최초로 ISO 인증도 획득했다”고 말했다.

무역의 날 전시 유공 지식경제부 장관 표창, 부총리 겸 재정경제부 장관 표창장, 국무총리 표창장 등을 받아 온 이 대표의 명함 뒷면에는 ‘이형진’이 아닌 영문이름으로 ‘Super Lee’가 적혀있다. 그 이름은 과거에 독일 순회 전시 당시 지어진 별명이다. 독일 순회전시를 했을 당시 작업복을 입고 현장에 직접 참여한 모습을 보고 외국인들이 열정적이고 집념이 가득하다고 별명이 붙여진 것.

“현장에서 작업복을 입고 같이 뛰는 경우가 많으므로 평사원으로 오해를 많이 받기도 합니다. 현장에서는 대표의 직분을 버리고 직원들과 함께 일합니다. 사장의 역할은 지켜보는 게 아니라 함께 뛰며 직원들이 일하는 것을 같이 보고 느껴 조금이라도 직원들의 짐을 덜어주는 것이라고 생각이 듭니다.”

이 대표가 30년 동안을 전시업계에서 머무르면서 깨달은 것이 있다면 ‘진심은 통한다’와 ‘사람이 재산이다’이다. 캐미리의 든든한 버팀목도 오랜 기간 함께 해온 거래처나 협력업체이기 때문이다.

“저와 지속해서 거래하고 연락하는 고객들은 20년~30년 동안 된 분들이 대부분입니다. 지속적인 네트워크는 일반적인 접대로는 유지되지 않습니다. 물질로 이

어질 인연은 금방 끊어지죠. 마음으로 이어진 업체는 영원히 갈 수 있습니다. 이게 기본이자 밑바탕이 되어야 합니다.”

서비스 업종의 특성상 원래 맡은 일을 뛰어넘어 무언가 특별함을 늘 선사해주는 좋은 서비스들을 제공할 수 있도록 노력한다는 이 대표는 협력업체들과 거래처와의 첫 만남 때의 열정적인 마음을 유지해 변함없는 서비스를 제공하는게 간단해 보이면서도 가장 어려운 일이라고 덧붙였다. 한편 이 대표는 회사 내의 직원들에게 아낌없이 교육 활동을 지원하기도 한다. 한국물류협회를 통해 2년 차 이상의 직원들은 해상·항공 포워딩 기초교육을 수료하게 하고 있으며, MICE와 관련된 교육과 해외연수경험도 끊임없이 제공해 발전할 수 있는 환경을 만들어 주고 있다.

“직원들의 생일에는 연도번호를 맞춰 지폐를 제작해 선물하기도 합니다. 외부 업체와의 점심 약속이나 저녁 약속은 가능한 한 없애고 내부의 직원들과 소통하려고 하죠. 제 가족보다도 직원들을 더 사랑하고 아낍니다. 회사에서 급여를 제외하고 가장 많이 쓰는 게 직원들의 발전을 위한 교육비입니다. 세계적인 물류 브랜드와 견주어도 손색이 없을 만큼 캐미리를 더더욱 발전시키고, 국내 물류산업 발전에 이바지하도록 노력할 것입니다.” ✨ 글·사진 한영선



## 해외 도시마케팅 선진도시 시찰

### 그린 도시를 중심으로

권명희  
대구컨벤션관광뷰로 팀장



도시마케팅, 참으로 막연한 말이다. 마케팅이라는 단어도 다양한 정의나 의미로 혼동을 야기할 수 있는데 그에 더해 ‘도시’라는 단어까지 붙었으니 어디서부터 시작해야 할지 모르는 막막하기만 하다.

대구를 포함한 전 세계의 도시들은 도시간 경쟁에서 살아남기 위해 ‘도시 마케팅’이라고 명명되지도 않으면서도 이미 도시마케팅 업무를 수행해 오고 있다. 방향성과 전략이 다르거나, 일관성이 있거나 없거나 하는 차이가 있을 뿐 각 도시들이 고민하는 문제나 추구하는 목표는 모두 똑같다. 방문객 유치, 투자 유치, 거주민 유치(지역민들이 살기가 좋게 만들어 이주하지 않게 하는 것 포함)의 이 3가지는 어느 도시든 고민하는 문제이고 추구하는 목표이며 각 도시들마다 문제를 해결하고 목표를 달성하기 위해 다양한 전략을 구사하고 있다. 그 중에서도 최근의 화두이자 대구의 속성에도 맞는 ‘그린 도시’라는 키워드로 어떻게 도시마케팅을 하는지 유럽 도시마케팅 선진사례를 통해 살펴보기로 하였다.

최근 EU에서 European Green Capital Awards(유럽녹색수도상)를 수상한 덴마크 코펜하겐(2014년)과 영국 브리스톨(2015년)을 방문했다. European Green Capital Awards는 EU에서 매년 지속가능한 성장과 환경보호를 위해 모범이 되는 도시에 상을 수여함으로써 수상 도시의 국제적 인지도를 제고하고 방문객 유치, 투자 유치, 국제적인 리더십, 국제협력 등의 기회를 해당 도시에 제공하게 된다.

이 도시들은 매년 EU가 주관하여 선정하는 European Capital of Culture에도 지정된 도시였는데 이 또한 문화예술분야를 통한 도시마케팅의 목적을 갖고 30년간 이어오고 있는 프로그램이다.

브리스톨시는 2015 European Green Capital로서 Big Green Week(그린 주간), 관련 국제회의 개최, 시민 대상 캠페인 등으로 이미 1년 내내 일정이 꽉 차 있었고, 마침 방문했던 시기에 Big Green Week가 개최되고 있어서 도시 전체는 축제 분위기로 가득하였다.

Green Capital Awards 업무는 브리스톨시의 미래부에서 담당하고 있는데 미래부는 도시의 투자 유치와 지속가능한 성장, 국제 관계 업무를 담당하고 있었으며 이는 브리스톨시가 어떠한 방향으로 가고자 하는지 명확하게 알 수 있었다.

덴마크 코펜하겐은 100년동안 사회민주당이 집권을 함으로써 그린 도시 정책이 100여 년간 이어오고 있었는데, 2009년에 개최된 COP15(기후변화협약 당사국총회)가 계기가 되어 그린 도시 정책을 더욱 강화했고,

European Green Capital Awards 등 환경 및 지속가능한 도시 분야의 국제적 인증을 획득함으로써 도시브랜드 명성을 쌓아가고 있었다. 이를 보면서 도시 브랜드에서 일관성 있는 정책이 무엇보다 중요하다는 것을 다시 한번 깨닫게 되었는데 과연 우리는 어떠한 키워드를 가지고 도시 브랜드 이미지를 지속적으로 구축해야 할지, 가능할지 조금은 답답해지기도 하였다.

Wonderful Copenhagen(코펜하겐 컨벤션뷰로)은 이러한 도시의 정책에 부합하도록 지속가능한 MICE를 채택하고 'Capital of Sustainable MICE'로 포지셔닝하는데 주력하고 있었다. 유럽의 경우, 기업들의 CSR에 관한 법적인 규제가 있어 지속가능한 MICE에 대한 수요가 상당히 높았으며 이러한 기업고객들의 수요를 충족시키기 위한 노력과 경쟁들은 이미 일반화되고 치열하였다.

이에 반해 아직은 국내 기업이나 학회, 협회의 지속가능한 MICE에 대한 수요가 그리 높지 않아 관련 사업 추진이 다소 느슨할 수밖에 없다. 하지만 한국은 한번 확산되기 시작하면 굉장한 속도를 가지는 특성을 갖고 있어 도시마케팅 실행기관에서는 추이를 잘 지켜보고 차근차근 준비해나가야 할 것으로 보인다.

친환경도시, 지속가능한 도시, 인증 등을 통한 도시마케팅. 모두 먼 나라의 이야기 같다. 그리고 이러한 이슈가 유럽에서 시작된 것이니 낯설기 짝이 없다. 하지만 연말 프랑스에서 개최될 COP21에서 온실가스 감축에 대해 어떠한 발표가 나올지 전 세계가 집중하고 있으며, 이에 앞서 중앙정부에서도 2030년까지 온실가스 감축 37%의 목표를 달성하겠다는 과감한 정책을 선언한 바 있으니 간과할 수만은 없다.

또한, 이러한 국제적인 이슈가 아니라도 환경적으로 쾌적하고 걷기 좋고 안전한 도시에 살고 싶고 방문하고 싶은 것은 변함이 없을 것이다. 게다가 경제적인 효과까지 있다면 얼마나 좋을 것인가?

갑자기 그린에서 지속가능성으로 용어가 바뀌어 헷갈리지만 그린은 곧 지속가능한 성장을 이야기하며 경제효과에만 초점을 맞추어왔던 모든 사안을 환경적인 측면, 사회문화적인 측면도 고려하여 균형에 맞는 성장을 하자는 것이 취지이다.

이것을 어떻게 도시마케팅에 활용할 것인가는 각 도시의 특색에 맞춘 전략이 필요하며, 더군다나 지역발전을 목적으로 하는 지역 컨벤션뷰로는 더 더욱 관심을 가져야 할 이슈라고 여겨진다. ✨

## 창원 MICE산업의 성장과 과제

선종갑  
경남대학교 관광학부교수



창원컨벤션센터가 2005년 개관하여 이제 9월이면 10주년이 된다. 건립당시인 2000년대 초 창원시 인구는 50여 만명으로, 지방의 소도시에 막대한 비용이 소요되는 컨벤션센터 건립은 많은 이견과 우려 속에서 경상남도과 창원시의 미래를 향한 통 큰 결정의 산물이며 이에 찬사를 보낸다.

그동안 창원시 MICE산업은 눈부신 성장을 해왔다. 성장요인으로는 경상남도과 창원시의 적극적인 MICE산업 육성지와 코엑스의 전문성을 비롯한 각계각층의 열정의 결집이었다고 생각한다.

2009년에는 기초자치단체로는 최초로 전국에서는 광주, 대전과 함께 다섯번째로 국제회의 도시로 지정이 되었고 2012년에는 (사)경남컨벤션뷰로를 설립하여 적극적인 도시마케팅 활동을 하고 있다. 2008년 제10차 랍사르 당사국총회, 2011년 유엔사막화방지협약 총회, 2014년 한·아시아 지방정부 경제협력컨퍼런스 등 다양한 국제회의를 개최하였고 2018 세계사격선수권대회 유치를 확정하는 등 국제회의 및 국제행사 유치에도 많은 노력을 하고 있다.

창원시는 2014년에 창원시 MICE산업 육성 기본계획을 마련하고 2020년 국내 MICE 5대도시를 목표로 2020년까지 490여 억원을 투입, MICE산업 인프라 고도화, 지역특화 MICE산업 육성, 글로벌 MICE 창원 브랜드 구축, MICE산업 생태계 기반 조성 등 4대 핵심전략과 16대 추진과제를 계획하고 있다. 이러한 노력을 통해 현재 4222억원, 910명 수준인 MICE산업의 생산 파급효과와 고용파급효과를 2020년 8969억원, 1934명으로 향상시킨다는 목표를 제시하였다. 추진과제로는 기존 컨벤션센터의 증축과 해양신도시 일원의 국제회의 복합지구 지정, 특급호텔건립, 전문인력 양성, 지역특화 전시회 육성 및 국제회의 유치 등이 주요내용이다.

창원시의 MICE산업육성을 위한 중장기 계획은 시의적절하다고 생각하며 몇 가지 제언을 하고자 한다.

첫째, 관광목적지로서의 도시브랜딩을 통한 MICE산업 육성 및 성과 극대화 추구이다. 창원시는 관광목적지로서 이미지보다는 기계공업 중심의 도시로 이미지가 강하여 MICE산업과 연계한 관광부문의 성과가 매우 미흡하다. 관광목적지로서의 핵심 콘셉트를 개발하고 종합적인 도시 관광 마스터플랜을 마련하여 MICE산업과 관광의 동반성장을 추구하여야 한다.

둘째, 지역 특화 유망 전시회 유치 및 발굴이다. 현재 성공적으로 개최되고 있는 전시회를 선별, 전략적으로 도시의 대표전시회로 육성해야한다. 용접, 절단, 로봇 등이 그 좋은 예이다. 미래의 주력산업이나 현재 미진한 전시회 육성으로 수송, 물류 등도 좋은 아이템이라고 생각한다. 또한 국제적으

로 성장하고 있는 전시회를 발굴 국내에서 선점효과를 노리는 한편 창원외 도시브랜드와 부합하는 전시회 개발이다.

셋째, 지역 특화 컨벤션 유치 및 개발이다. 창원시의 주력산업을 주제로 한 국제회의, 특화산업과 관련된 기존 국제회의 유치, 창원시가 가입한 국제기구의 회의 유치, 관내 기업과 관련된 국제회의 개발 및 유치 등도 좋은 방안이 될 것이다.

넷째, 기업회의 및 인센티브투어 시장 개발이다. 창원시는 4000여 개의 기업이 소재한 도시로 미팅과 인센티브투어 대한 공급 및 잠재적 수요기반을 확보하고 있다. 이러한 부문에 제도적 지원 및 정보체계를 구축하고 실행기반을 마련하여 신규시장 개발 및 육성이 필요하다.

다섯째, MICE 전문인력 양성 및 관·산·학 MICE관광 아카데미 개설 운영이다. 창원시 MICE 담당 공직자, 컨벤션센터, PCO·PEO, 컨벤션뷰로, 자원봉사자 등의 전문화를 위한 프로그램 마련 및 지원체계 구축 국내·외 선진도시 견학 및 연수 추진, 관내 신규인력 양성 및 자원봉사자 교육이 필요하며 대학 내 MICE전공트랙 신설 협력 및 관·산·학 MICE관광 아카데미 개설 운영도 좋은 방안이 될 것이다.

여섯째, MICE형 숙박시설 확충이다. 그동안 창원시는 국제회의 유치전에서 숙박시설 부족으로 많은 어려움에 직면하였다. 특급호텔, 비즈니스호텔 유치 및 기존 일반호텔의 시설 개선지원을 통한 등급상향 조정 등 질적 수준을 제고하여 MICE 숙박수요를 충족시켜야 한다. MICE 수요를 토대로 하여 숙박시설을 확충하는 것은 MICE 경쟁력 제고는 물론이며 지역경제 활성화에도 큰 역할을 할 것이다.

마지막으로 컨벤션뷰로의 조직 재정비 및 활성화이다.

(사)경남컨벤션뷰로는 2012년에 설립하여 현재 도·시 파견 공무원 2인, 정직원 2명, CECO겸직 6명으로 구성되어 있고 연간 예산은 5억여 원으로 경남 MICE산업의 지원조직으로는 조직 및 예산상의 한계가 크다. 현재 컨벤션뷰로 활성화 방안에 관하여 연구가 진행되고 있는데 종합적인 검토를 통하여 경상남도의 MICE 유치 및 도시마케팅 전담조직으로서 컨벤션뷰로 기능을 강화할 수 있는 효과적인 안이 마련되어야 한다.

이제 안상수 시장체제의 창원시는 관광산업과 첨단산업을 투-트랙(Two-Track)전략으로 삼고 새로운 도약을 준비하고 있다. 이러한 상황이 창원시 MICE산업 발전의 새로운 전환점이 될 것이라 확신하며 창원시가 야심차게 추진하고 있는 천만 관광의 도시, 아시아의 MICE허브 글로벌 창원을 기대해 본다. ✨

# 국제기구의 조달정책과 우리 기업의 활용 전략

김묘정  
에이스비즈컴즈 대표



KOTRA 취리히 무역관과 조달청 주최로 7월2일부터 7월3일까지 스위스 제네바에서 개최된 제2회 제네바<sup>1</sup> 국제기구 조달플라자 2015 (The International Organizations Procurement Plaza 2015 in Geneva)에 참가하였다. 국내기업 (15개사) 및 9개 국제기구 조달담당관(19명)과 설명회, 상담회 및 개별기업 상담을 실시하였다. UN 조달시장에 대한 사전 정보를 가지고 참가하였으나 상담회 및 개별기업 방문상담에서 얻은 다양한 정보 및 지식은 앞으로 한국MICE산업에 있어서 새로운 블루오션으로 생각되어진다. UN 국제기구와 관련하여 다양한 사업을 추진할 수 있다는 것만으로 스위스 제네바로 향하는 여정이 너무나 기대되었던 만큼 귀중한 시간이었던 것 같다. 또한 새로운 신세계에서 새로운 일을 만들 수 있다는 생각에 흥분되었던 그 순간이 일주일이 지난 지금도 심장을 마구 뛰게 하는 것 같다. 앞으로 국제기구라는 거대한 시장에서 한국MICE산업의 새로운 영역 확대와 역할, 활용방안 등을 제시하고자 한다.

## 1. 국제기구 조달시장 현황 및 특성

2013년 UN 조달시장 규모는 161억달러로 전년대비 4.6% 성장률을 기록하였다. 이중 재화조달은 76.3억달러로 47.5%, 반면 서비스 조달은 84.5억달러로 52.5%를 차지하고 있다. 2013년 제네바 소재 국제기구들의 조달규모는 80억달러로 전 세계 UN기구 조달규모의 약 50% 차지하고 있다. 한편 UN조달시장에서 한국은 77백만달러에 불과하여 차지하는 비중은 0.5%에 불과하여 극히 미미한 것으로 나타났다.

### 서비스 구매 현황 2014

단위: USD

서비스 구매분야	금액
Architectural Engineering, Construction and other technical services	21,135,564
Travel	16,506,689
Maintenance, Rental and Cleaning of Premises	13,990,055
Information Technology Services	3,659,355
Printing and Publishing Services	2,709,278
Insurance Policies	1,942,726
Human Resources Management	1,673,718
Training	441,869

출처 : www.unog.ch

2014년 UNOG(UN Office of Geneva)의 주요 서비스 구매현황을 보면 설계엔지니어링 및 건축기술분야(21백만불), 여행(16백만불), 유지보수 및 렌탈(14백만불), 정보통신서비스(3.7백만불), 인쇄 및 출판(2.7백만불) 순으로

<sup>1</sup> 스위스에는 35개 국제기구가 있으며 그 중 24개 기구의 본부가 위치해 있다. 특히 제네바는 21개의 본부가 집중되어 있는 도시이다.



나타났다. 향후 UN국제기구에서는 실제 상품구매보다 서비스분야의 구매가 더 증가할 것으로 예상되고 있으므로 한국MICE업계에서도 UN국제기구에 서비스 공급업체로 등록하여 한국MICE업계의 우수한 인력 및 서비스를 제공하는 기회를 잡아야 할 것 같다.

## 2. 국제기구 조달 정책 의의

UN을 포함한 다양한 국제기구의 조달시장이 열리면서 해외조달시장은 중소기업이 대규모 조달물자 및 서비스 수출로 이어질 수 있다. MICE산업도 국제기구에서 개최되는 다양한 회의 참여 및 서비스 제공분야에 새로운 기회의 문이 열렸다고 볼 수 있다.

UN국제조달은 해당 국제기구의 성격에 따라 조달정보 공개경로 및 조달규정이 상이하므로 각 업체의 특화분야에 맞게 선택하여 접근하는 것이 필요하다. UN국제기구 성격에 따라 3종류의 UN기구가 있다. 첫째, UN 조달규정 준수하는 UN 직속기구(UNDP, HABITAT, ITC 등)이다. 이들 국제기구는 UN의 공식 사이트인 UNGM(UN Global Marketplace)<sup>2</sup>를 사용하여 정보를 공개한다. 둘째, 준UN기구(WTO, IAEA, ILO등)는 자체 조달규정 활용하며 UNGM을 사용하지만 주로 대형 프로젝트의 경우 UNGM에 광고를 하며 대부분의 경우 자체 홈페이지에 조달공고를 한다. 마지막으로 비

<sup>2</sup> 한국의 나라장터 사이트와 유사한 개념임



UN기구(OECD, EU, APEC 등)는 자체 조달 규정을 활용하며 각 국제기구 홈페이지에 조달정보를 공개하고 있으므로 국제기구의 성격에 따라 조달정보를 공개하고 있음을 숙지하고 있어야한다.

국내 MICE 산업계로서는 UN 및 국제기구의 조달정책, 운영시스템 및 진행과정에 대한 이해를 바탕으로 지속적인 품질경쟁력 제고와 접촉노력이 수반된다면 MICE산업의 해외진출로 연결될 수 있는 기회라고 볼 수 있다. 국제기구 조달사업은 각 국가, 기업간 치열한 경쟁시장이므로 공급업체로 등록되자마자 바로 사업이 진행되는 경우가 없어 블루오션임에는 틀림없지만 길게는 1년 이상 장기간 국제기구의 문을 두드리는 마음과 장기적인 계획을 가지고 접근하는 마음자세가 필요할 것 같다.

### 3. 국제기구에서의 UN 조달 실제 정책 사례

#### UN 조달 등록절차

UN 조달의 경우 UNGM(UN Global Marketplace) 사이트를 통한 온라인 벤더등록이 되어야 조달공급업체로서 활동할 수 있다. 벤더등록은 UNGM 온라인에서 등록하며 공급업체 기본정보 입력으로 10분 이내에 Basic 등급으로 등록 가능하다. 벤더등급은 총 3가지 등급으로 운영되고 있다. 첫째, Basic(4만달러 이하의 입찰에 참가가능하며 UNGM 등록완료 시 Basic 등급), 둘째, Level 1(50만달러 이하의 입찰에 참가가능 및 기타요건), 마지막이 Level 2(50만달러 이상의 입찰에 참가가능 및 기타요건)이다.

#### UN 입찰종류 및 평가기준

조달입찰은 입찰규모와 성격에 따라 몇가지 종류로 나뉘지고 평가기준도 상이하게 운용되고 있다. 먼저 RFQ(Request for Quotation)으로 4만 달러 이하의 입찰을 대상으로 최저가격이 주된 평가기준이다. 그리고 ITB(Invitation to Bid)는 4만달러 이상의 입찰·기술제안서 선정 및 입찰후보 중 최저가격 제시업체가 선정하는 것이 관례이다. 그리고 RFP(Request for Proposal)는 4만달러 이상의 입찰·기술제안서 및 가격제안서 합산평가로 선정하고 있다. 위 입찰종류에서 보듯이 평가기준도 상이하므로 입찰시 유의하여 접근하여야 한다.

#### 한국기업의 UN조달 사례

한국기업의 UN조달은 초기단계로 아직 미미한데, 그마저도 대기업 위주로 이루어지고 있다. 대한항공은 IOG (제네바소재 12개 국제기구, IOG,

GAVI, ILO, ITC, ITU, UNHCR, UNICEF, UNOG, WIPO, WHO, WTO, WMO, TGF 등) 대상으로 글로벌 항공서비스 협약을 맺고 있으며, 기아모터스는 ICRC에 승용차공급, 현대자동차는 UNO를 통해 시리아에 화물트럭 공급하고 있으며, 휴마시스는 WHO와 말라리아진단키트 장기공급계약 체결하였으며, 삼성전자 스위스법인은 WIPO에 스마트폰 공급계약을 체결하였다. 그리고 TARA는 TPC, ITC에 출판서비스 공급을 체결한 바 있다.

#### 4. MICE산업에의 시사점

UN 조달의 경우 그동안 진입장벽이었던 밴더등록이 2014년 시스템개편으로 대폭 간소화 되면서 업체간 경쟁이 더욱 치열해졌다. 치열한 조달 경쟁 시장에서 각 기구의 조달담당관과의 네트워킹 구축을 통한 사전 입찰정보 입수가 조달시장 사업성패를 좌우한다고 볼 수 있다. KOTRA가 운영하는 해외공공조달지원센터를 포함하여 각종 관련행사나 회의에 적극 참가하여 활용할 필요가 있다<sup>3</sup>. 그리고 각 국제기구마다 조달정보를 UNGM 온라인상에 등록하는 경우 외에 각 국제기구 홈페이지상에 조달정보가 공개되는 경우가 있으므로 관심 있는 국제기구 및 각 업체의 특화분야에 맞는 국제기구 사이트를 검색하고 적절히 대응하는 자세가 필요할 것 같다. 국제기구 회의에 참가하고 국제기구에 지속적으로 노출시켜야 할 것이며 지속적으로 국제기구의 문을 두드리고 장기적으로 접근하는 자세가 필요할 것 같다. 이로 인해 한국MICE업계의 많은 업체가 UN국제기구라는 블루오션에서 새로운 활약을 하는 그 날들을 기대해 본다. ✨



<sup>3</sup> 현재 KOTRA에서는 뉴욕, 제네바에서 연간 1회 국제기구 조달시장 관련한 상담행사를 개최하고 있으며 앞으로는 외교부, 조달청을 비롯한 정부부처에서도 많은 관심을 가질 것으로 기대되고 있다.

# MICE+NICE

MICE 행사를 위한 원스탑 MICE지원 솔루션



MICE행사 기획자라면 누구나 하는 고민!  
챙겨야 할 것도, 할 일도 산더미 @.@  
홈페이지나 현장등록은 맡기고...  
행사에만 집중하고 싶은데...누가 좀 도와줬으면...

전시/컨벤션 행사를 위한 온라인서비스 구축의 합리적인 선택!

## 행사 웹사이트 최적화 솔루션

그냥 자료 넘기면 끝나는 거 아냐?  
홈페이지 수정해달라고 하는데도 이리 눈치보며 시켜야해?  
이제 우리 행사 홈페이지는 내가 관리한다!  
템플릿디자인으로 맞춤형완성! 바꾸고 싶은 부분 언제어디서든 OK!



전시/컨벤션 행사 현장관리의 효율적인 선택!

## 현장통합관리시스템

행사시작부터 꼬이면 행사 내 고달픈데...  
인원도 부족하고, 현장 관리 쉽게 안될까...  
네임택 발급, 입장료 결제, 시간대별 입장객수/입장료수익 통계  
실시간 확인! 간단한 교육만으로 현장관리가 가능해집니다!



전시/컨벤션 행사 현장관리의 효율적인 선택!

## 현장등록시스템 총괄기획/운영

의견하라 행사장 내부 준비사항 챙기랴 @.@  
누가 등록파트만 맡아주면 완벽하게 행사운영할 수 있을거 같은데...  
네임택 제작부터 현장 등록, 입장료 결제, 참가자 행사참가여부 확인까지!  
이제 등록은 등록전문가에게 맡기고 행사진행에만 집중하세요!



IT VENTURE COMPANY  
NIEIXIT EZ

솔루션 문의 | ez@nextez.co.kr / www.nextez.co.kr  
제주특별자치도 제주시 중양로 217 제주벤처마루 501호  
TEL : 064)721-8118 / FAX : 064)726-0816

MICE-NICE로  
나이스하게 마이스를  
즐기세요~

# MICE+NICE



## 1. MICE-NICE 솔루션의 필요성

<b>MICE 홈페이지</b> 기간 : 15~30일 소요 비용 : 500~2,000만원 소요	MICE행사 특성상 저비용,단기간내 홈페이지 구축 필요 Online-offline 데이터 통합 반드시 필요 행사 참관객 수 실시간 확인 및 통계 기능 필요	 MICE 행사를 위한 원스탑 MICE지원 솔루션
<b>OFFLine 현장등록관리</b> 별도관리 및 최소500만 소요		

## 2. MICE-NICE 솔루션 주요특징



## 3. MICE-NICE 솔루션 적용사례



# 천년고도, 컨벤션의 부활

경주의 컨벤션은  
이미 천오백 년 전에 시작되었습니다.  
가장 한국적인 컨벤션 문화

국제회의 도시 경주가 다시 시작합니다.



- 2015년 3월 개관, 국제회의 중심형 컨벤션센터
- 컨벤션홀(3,421㎡ / 3,000명 수용, 전시장(2,273㎡) 및 12개 회의실 구성
- 도보 이동 10분 이내 2,700여 개 객실
- 차량 이동 30분 이내 3개 유네스코 세계문화유산(석굴암·불국사, 경주역사유적지구, 양동마을)



(재)경주화백컨벤션센터 경주시 보문로 507 T.054-702-1013



### 다크투어리즘 이승복기념관

시대와 이데올로기에 의해 희생당한 이승복, 이제는 이 이름을 기억하는 대한민국 국민이 적어지고 있다. 네덜란드 안네프랑크의 집, 중국의 난징대학살기념관, 이스라엘의 야드바셈 홀로코스트 역사기념관, 폴란드 아우슈비츠 수용소가 시대의 암울함을 평화메세지 전달의 문화관광 자원으로 훌륭하게 승화해 세계의 관광객 발길을 유인한다면 강원도에는 이승복기념관이 있다.

반공교육이 일반화되었던 시대와는 달리 오늘날의 이승복기념관은 평화의 전도사 역할을 담당할 수 있을 것이다. 전시가 가능한 옥외공간(4만1096㎡)과 전시실(672㎡), 넓은 주차장(6883㎡), 교육홍보관(강당식 100여 명), 세미나실(100여 명) 등은 평화안보 국내외 MICE행사가 개최될 수 있는 장소이며, 강원도의 다크투어리즘의 명소로 재조명되고 있다.



### 신나게 놀며 과학을 이해한다 어메이징파크

어메이징파크에 다다르면 산과 산 사이를 연결한 서스펜션브릿지가 가장 먼저 눈에 들어온다. 어메이징파크의 얼굴과도 같은 서스펜션브릿지는 길이 130m의 국내최초 아치형 현수교로 어메이징파크와 포천시 치유의 숲을 연결하고 있다. 어메이징파크 내의 길이 300m의 하든브릿지는 숲 속에 하늘길로, 나무와 나무사이에 18개의 플랫폼을 통하여 연결한 자연 속 힐링에너지를 얻을 수 있는 곳이다. 또 어메이징파크의 대형분수대는 22m의 초대형 분수로 공학기구의 기본원리를 적용하여 실 새 없이 다양한 형태의 물을 내뿜는다.

장수코끼리를 시작으로 솔라시스템에 이르기 까지 9개의 구역으로 나눈 9ZONE을 가로지르는 물줄기를 볼 수 있으며, 9ZONE 곳곳에 설치되어 있는 쉼터 하나하나에도 과학의 원리들이 숨겨져 있다. 꽃과 나무들 사이에 있는 여러 과학 장치들이 휴식공간을 장식하여 휴식 자체가 아이들에게 배움의 공간이 될 수 있다는 것에 더욱 만족감을 준다. 제1과학관인 어메이징파크 내부에는 200여 가지의 공학 기구들이 전시되어 있다. 그 기구물들을 아이들이 직접 움직여보고, 눈으로 봄으로써 복잡한 과학 원리와 기계의 작동 원리를 알 수 있다.



### 신라 역사와 함께하는 야외연회장 신라밀레니엄파크

고대국가 '신라'를 주제로 건립된 테마파크인 신라밀레니엄파크 내에는 '선덕여왕(2009년, MBC)'과 '대왕의 꿈(2012년, KBS)' 등 인기TV드라마가 촬영된 드라마 세트장이 있다. 이 중 '대왕의 꿈' 촬영세트장은 2014년 8월 개최된 국제수학연맹총회(MUGA 2014)의 만찬장으로 사용되면서 컨벤션 사교행사장으로 주목을 받고 있다. 신라궁궐에서 만찬을 재현하는 듯한 즐거움을 느낄 수 있다. 특히, 가장 한국적인 도시인 경주에서 한국을 느끼고 싶어 하는 해외 참가자들이 많은 국제행사에서 선호하고 있다. 지난 5월에는 부산에서 개최되었던 '국제청각유발반응학회'도 경주까지 이동해서 밀레니엄파크 만찬을 진행했다. 이와 같이 경주의 유치마케팅을 담당하고 있는 경주컨벤션뷰로는 행사 주최자들이 특별한 사교행사를 기획하여 경주에서의 컨벤션을 즐거운 추억으로 남길 수 있도록 다양한 유니크베뉴, 프로그램 발굴에 힘쓰고 있다.



### 디자인이 갖는 가치와 의미 고민 광주폴리

광주폴리는 2011년 개최된 광주디자인비엔날레 프로젝트의 일환으로 시작됐다. 사전적 의미의 폴리(Folly)는 본래의 기능은 하지 못하고 장식물의 의미만 가지고 있는 건축물을 말한다. 하지만 광주 폴리는 아름다운 동시에 건축물로도 활용되고 있다는 점에서 다른 폴리와 차이가 있다. 총장로를 중심으로 광주 도심 곳곳에 폴리 I 작품 11개와 폴리 II 8개가 전시돼 있다.

폴리 I 은 '圖可圖非常圖/design is design is not design'라는 주제로 브랜드나 디자이너의 이름이 있는 디자인과 누가 디자인한지 모르는 디자인을 전시해 디자인 자체가 갖는 가치와 의미를 고민해보게 만든다. 폴리 II는 공용공간(Public Space)에 대한 고민에서 시작됐다. 공용공간은 지금껏 시민들이 의견을 교환하고 소통하는 중요한 역할을 해왔다. 나아가서 5·18민중항쟁 등 정치변화에 중요한 역할을 하기도 했었다. 하지만 전자기기 및 인터넷의 발달은 이런 공용공간의 가치와 역할을 점차 축소시키고 있다. 폴리 II는 공용공간이 갖는 의미와 가치를 다양한 형식으로 표현한 작품으로 우리에게 다시금 공용공간에 대해 생각해보게 한다.

이런 예술 기능과 동시에 폴리는 문화공연의 중심지도 된다. 올해는 Shall we Folly 2015 ; Remember 19200이란 이름으로 7월27일부터 11월까지 매주 첫째주 월요일 열린공간(구시청사거리), 유동성조절(금남로공원), 광주사랑방(광산길), 푸른길문화센터(농장다리) 등지에서 클래식 앙상블 공연과 함께 드로잉 퍼포먼스, 샌드아트 퍼포먼스, 폴리 토크쇼 등의 문화공연이 열릴 계획이다.





### 지역 맞춤형 창조경제 역량강화 대구창조경제혁신센터

대구창조경제혁신센터는 정부가 지역경제 활성화와 지역 맞춤형 창조경제 역량강화를 위해 시·도별로 설립한 지역 창업 거점이다.

2014년 9월에 출범한 대구창조경제혁신센터는 창조경제 창업 지원사업 및 성과 확산사업 그리고 정책네트워크 허브 지원사업 등을 진행하고 있다. 건물 내에 지역 스타트업 기업 및 지원기관이 입주되어 있어 관련 산업 행사 개최 시너지 효과를 누릴 수 있는 장점이 있다.

특히 창조경제혁신센터 1층에는 약 150명 수용가능한 다목적홀(C-Lab)이 있으며 1층과 3층에는 약 20~50여 명 수용가능한 소규모 회의실이 함께 갖춰져 있어 중소기업 행사 개최에 용이하다. 또한 다목적홀(C-Lab)은 자유로운 분위기에서 토크쇼, 스탠딩 리셉션 등 다채로운 행사를 진행 가능하며, 올해는 구글 연구진, 다빈치연구소 미래학자의 강연회 등이 정기적으로 개최되고 있다.



### 전통의 멋 느끼며 네트워킹 인천도호부청사

도호부청사는 한국 전통건축의 단아함과 고요한 분위기 속에서 특별한 웰컴리셉션과 전통놀이 체험을 할 수 있는 곳이다.

도호부는 조선시대 행정기관의 하나로 행정을 담당했던 관청이다. 인천 도호부청사에서는 국제회의에 참가한 외국인들이 한국 전통 건축의미를 느끼며 네트워킹을 할 수 있는 유니크베뉴다. 또한, 전통혼례체험 뿐 아니라 연 만들기, 탈 그리기, 제기차기, 윷놀이, 널뛰기, 투호 등 우리나라 전통 놀이를 함께 체험하며 의미 있는 추억을 쌓을 수 있는 특별한 장소라고 할 수 있다.

- 개장안내 : 하절기 10:00~19:00, 동절기 10:00~18:00
- 수용규모 : 행사(공연, 6개의 부스)시 1000명 정도
- 인천 남구 매소홀로 589 (문학동 349-2)
- 문의 : 032-422-3492



### 부산, 해양레포츠 대중화 시대가 열린다

부산의 새로운 MICE베뉴, 메글리오 센텀 마리나파크

해운대 센텀시티 APEC나루공원에 위치한 '센텀마리나파크(Centum Marina Park)'는 동북아 해양수도 부산의 랜드마크, 해양레포츠·해상관광 중심허브를 꿈꾸며 첫 삽을 뜬지 10년만인 7월1일 공식 개장했다. 센텀마리나파크(회장 김덕환)에는 계류장 및 편의시설을 갖추고 수상자전거, 호비카약, 오리배, 마이보트 등 다양한 해양레포츠를 즐길 수 있는 시설을 갖추고 있다. 강위에 설치된 계류시설(폰톤)을 통해 어린이부터 성인까지 누구나 손쉽게 ▲수상자전거 ▲카누 ▲오리배를 ▲범퍼카 ▲풍차보트 등 다양한 무동력 수상레저기구를 즐길 수 있으며 ▲카페 ▲스낵바 ▲편의점 ▲사위실 등 편의시설이 완비되어 있다.

특히 부산안전생활실천시민연합(사무처장 안광선)과 함께 '어린이 수상안전 체험선'을 공동으로 운영할 계획이며 국가안전처에서 공모한 '수상레저 안전교실' 운영사업자로 선정되어 안전하고 올바른 수상레저 활동에 대한 교육과 실습을 통해 수상레저 활동자의 사고예방 대응역량 향상 및 수상레저활동 사고 감소 실현을 위해 노력할 계획이다.

수영강레포츠와 해양레저를 잇는 해양레포츠·해상관광사업과 다양한 문화콘텐츠를 제공하는 것은 물론, 관련산업성장을 위한 허브역할이 기대된다. 내년 3월부터 독일에서 무원료, 무소음 친환경 태양열 유람선(150인승)을 도입하여 운영할 계획이다. 센텀마리나파크는 이러한 해양레저시설을 토대로 야외공연, 야외웨딩, 마리나 컨벤션, 전시회, 세미나 등 다양한 문화행사를 겸하게 함으로써 여름철에만 국한되어 있는 해양레저 및 레포츠시설의 한계를 극복하고 다양한 문화시설과 복합문화공간을 활용할 계획이다.

홈페이지 : [www.centummarinapark.com](http://www.centummarinapark.com)



### 제주도 바다를 품은 동양 최대규모 법당

제주 약천사

제주도 서귀포시 대포동에 있는 약천사는 동양 최대규모 법당으로 3층 규모 위용을 자랑하는 대웅전과 500명을 수용할 수 있는 앞마당은 야외 연회장으로 활용이 가능하다. 동양최대의 법당이라는 명성으로 중국·동남아 국가 관광객들의 필수 방문코스이다. 잘 갖춰진 템플스테이 프로그램은 영어, 중국어, 일본어로 진행이 가능하다. 또한 한국 사찰음식을 연회행사 메뉴로 제공할 수 있어 템플스테이, 사찰음식과 연계한 차별화된 테마파티가 가능하다. 연회행사에 필수적인 전기시설도 별다른 제약없이 이용가능하며 빔프로젝트와 간단한 음향시설도 자체보유하고 있다. 또한 우천시 큰법당 포산갤러리(지하강당)를 활용하여 행사개최가 가능한 장점을 가지고 있다.



## 서울 힐링명소의 대표공간

### 서울미술관

2012년 8월 개관한 국내 최대 규모의 사립 미술관으로 '모든 것은 예술이다'라는 이념 아래 우리의 삶 속에 녹아 있는 다양한 가치들을 다각적으로 조망하고, 한국 미술과 세계 미술의 다양한 조류를 선보이며 동시대의 문화와 예술을 선도하는 역동적인 공간을 지향한다.

문화의 향기로 삶의 품격을 한층 높여 주는 프리미엄 멀티컬처럴(Multi-cultural)인 동시에, 석파정(서울특별시 지정 유형문화재 제26호)과 흥선대원군별서, 650년의 수령을 자랑하는 천세송(서울시 지정보호수 제60호)이 있는 아외공원은 서울시 지정 <힐링명소>로 선정돼 국내외 언론에 대거 소개될 만큼 서울의 대표 관광지로 각광을 받고 있다.

## 자연채광의 아름다움 조망

### 아라아트센터

아라아트는 한국 예술문화의 중심지인 서울 인사동에서 다양한 전시를 통하여 대중예술의 가치를 높이고 보다 창의적인 전시를 선도하고자 태어난 공간이다.

전시, 공연, 이벤트, 파티 등이 동시에 어우러지는 대규모 복합문화공간으로 연면적이 1500평이며, 40평에서 180평에 이르는 자유롭게 공간 구성이 가능한 지하4개층, 지상 5개층(총 9개층)의 전시실로 구성되어 있다. 전시장의 평균높이가 3.5m이며 최대 14m로서 폭넓은 예술장르를 수용할 수 있다. 특히 지하 4개 층을 관통하는 자연채광(自然採光)의 아름다움은 전시되는 작품들을 한층 돋보이게 하고 풍부한 분위기를 연출할 수 있다.

아라아트의 하드웨어라고 할 수 있는 건물은 콘크리트와 유리로 이루어져있다. 콘크리트의 검은 색은 물을 상징하며, 유리의 빛은 곧 아침 바다의 여명(黎明)을 뜻한다.



## 융·복합콘텐츠 수요 크지만 창의적 결과물 부족, 독보적 브랜드공연 만들 것”

정해운 닷밀 대표이사

“기존 기업들과 직원 구성이나 업무 수행방식이 동일하다면 창의적인 발상을 이끌어낼 수 없겠죠? 저희 운영방식이 성공하고 있다는 건 저희가 수행한 수많은 사례에서 확인할 수 있습니다.”

정해운 닷밀 대표이사가 회사를 소개하면서 보여준 영상은 지난 7월 광주에서 열린 유니버시아드대회 개막식 축하공연 중 한 장면이었다. 우리 전통미가 담긴 국악과

EDM을 접목시킨 음악과 우리의 전통적인 산수화병풍·꽃·한복 등의 이미지를 최첨단 레이저 홀로그램 기술로 녹여낸 2분30초짜리 퍼포먼스에 각국 관계단들은 눈을 떼지 못했다. 이 공연을 담당한 기업이 올해로 창업 4년차를 맞이한 닷밀(dot-mil.com)이다.

“융·복합 콘텐츠가 여러 분야에서 활용되고 있지만, 이를 제대로 실현할 수 있는 기업은 많지 않다고 생각한다. 가장 큰 문제로 기존의 기업 문화를 그대로 유지하고 기술적인 부분만 아웃소싱하면 창의력 넘치는 결과물이 나올 수 있다고 생각하는 점”이라고 정해운 대표는 회사에 대한 소개를 시작했다.

“최상의 결과물은 다양한 문화영역을 결합해서 나올 수 있다고 생각한다”고 말한 정 대표는 “영상제작·공연을 담당하는 chili.mil, 웹 사업 및 전시퍼포먼스 업무를 담당하는 carrot.mil, 디자인 작업 및 대형 프리젠테이션 키노트를 제작하는 corn.mil, 경영지원 업무를 담당하

는 oat.mil 등은 다른 기업과 비슷합니다. 그러나 댄서·배우들이 소속된 leak.mil, 엔터테인먼트 산업 및 음악이 필요한 모든 업무에 음악을 담당하는 beet.mil(작곡가 3명, 아티스트 2명) 등 회사 내에 직접 전문가를 보유하고 있어 퍼포먼스 기획 단계부터 같이 회의에 참여해 아이디어를 내고 결과물을 만들기 때문에 다각적인 방향으로 준비할 수 있습니다”

닷밀의 또 다른 특징으로는 직원 채용시 해당 팀의 팀원이 전부 참여하며 만장일치 되지 않으면 채용하지 않는다는 점이다. “채용할 때 신중을 기한다고 했는데 직원 수가 4년 만에 45명으로 증가해서 대표이사로서 부담이 큼니다”라며 웃었다. 이밖에도 별도의 직급 없이 프로젝트별로 가장 좋아하고 잘 할 수 있는 사람이 팀장이 되어 팀원을 모집해 업무를 완수하는 방식이다. 작가적인 마인드를 가지고 업무를 진행하다보니 더 애정을 가지고 일을 하게 된다. 직급을 없앤 이유도 본인이 가장 오랜 시간을 들인 회사가 즐거워야 일을 더욱 즐겁게 할 것이라고 생각했기 때문이다.

2012년 닷밀을 창업하게 된 동기를 묻자 “융·복합 콘텐츠는 점점 더 필요하지만 국내에서는 그 일을 잘 하는 기업을 찾을 수 없었다. 이유를 생각해보니 많은 작업을 외주에 의존하다보니 퀄리티가 나오지 않는다는 결론에 도달했다”며 정 대표는 “각 분야의 전문가들이 기획부터 공연까지 함께 일을 한다면 좋은 결과가 나오지 않겠는가 생각했다. 닷밀이라는 이름으로 제대로 된 융복합 콘텐츠를 만드는 것이 목표라고 말할 수 있다”고 말했다.

“사람들은 점점 더 많은 자극을 원하는데 한 분야에서 이를 달성하기는 어렵죠. 한 분야를 깊이 잘 하는 것도 중요하지만, 여러 분야 전문가들이 한데 모여 기존에 없던 유형의 콘텐츠를 만든다면 사람들에게서 더 많은 각광을 받지 않을까 생각했다”며 융·복합미디어산업 성장에 대해 강하게 확신했다.

독특한 회사명(닷밀)에 대해 정 대표는 “단어의 뜻 그대로 콘텐츠를 만드는 방앗간”이라며 부서명도 ‘식재료+밀(Mill, 방앗간)’로 꾸며 문화영역을 가공해 콘텐츠로 만든다는 의미로 내년에는 R&D를 담당하는 ‘닷팜’을 만들 계획이라고 설명했다.

“창업 결심도 어려웠지만 운영은 몇 배 더 어렵더군요.”

창업 초기 어떤 뮤지컬 프로젝트에 영상 공급 계약을 체결하고 영상을 납품했는데 운영자가 사기꾼이었다. 공연이 잘 되고 있음에도 대금 지급을 계속 미뤄 참다못해 영상을 회수했더니 영업방해죄가 적용돼 벌금을 물었던 적도 있었다며 힘들었던 에피소드를 말했다.

“닷밀의 모든 콘텐츠에는 확실한 신념이 담겨있다”고 말한 정 대표는 “예를 들어 기업 키노트 발표자료를 만들 때, 다른 제작팀은 단순 발표 자료로 생각하고 만들겠지만 우리는 무대 위에서 펼쳐지는 또다른 융복합 콘텐츠라고 생각하고 접근한다. 미디어 퍼포먼스도 모든 걸 새로 만드는 것이 아니라 미리 3~5분짜리 템플릿을 만들어서 고객에게 보여줌으로써 시간·비용면에서 절감할 수 있다”고 말했다.

“또한 다른 업체와 공동으로 보급형 홀로그램 스크린을 개발해 전문 홀로그램 스크린 설치가 필요한 타 홀로그램 공연과는 달리 일반 스크린처럼 손쉽게 매달 수 있고, 사용 후에도 빠르게 철거할 수 있어 개별 행사에서도 얼마든지 적용이 가능하다”며 회사의 기술력에 대해 강한 자부심을 나타냈다.

정 대표는 내년 목표는 이름만 들으면 아는 브랜드 공연을 만드는 것이다. 정 대표는 “관객들이 제대로 된 체험을 할 수 있는 공연으로써 정해진 극장 등의 공연장이 아닌 실제 경치를 활용한 공연장에서 진행하려는 것”이라며 “내년 초에 담양 죽녹원에서 제일 먼저 시작되니 많은 관심 바란다”고 말했다. ✨ 글·사진 박태진



# 메르스로 시름하는 전통시장 살린다

中 인센티브 방한단 9월 방한

중국에 진출한 국내 기업인 미건의료기 중국법인(중한 미건의료기계유한공사)의 중국 우수고객 약 3000명으로 구성된 인센티브 방한단이 오는 9월 중순 경기도를 방문한다.

방한단은 메르스로 침체에 빠진 전통시장에서 쇼핑, 도내 복지시설 의료기기 기증 등 모국의 어려운 경제상황 타개와 취약계층에 대한 기부 등을 중심으로 한 일정을 경기도 지역에서 소화할 예정이다. 메르스 사태로 인한 국내외 관광객의 급감으로 어려움에 빠진 국내 관광, 유통업계와 취약계층에 온기를 전달하고자 예년에 비해 참가자수가 대폭 커진 인센티브 관광단을 일시에 구성, 수원을 중심으로 한 경기, 수도권 일원에서 4박 5일의 일정을 보낼 계획이다.

수원 전통시장에서의 쇼핑이외에 숙박, 식비 등 최소 17억원의 지역내 소비 지출효과가 예상되는데, 일정 중에는 대형 이벤트 개최 및 도내 주요 유료 관광지 방문 등이 예정되어 있어 경기도의 관광매력을 중국 부유계층 대상으로 구전 홍보하는 효과도 클 것으로 예상된다.

경기 MICE 뷰로(경기관광공사)는 한국관광공사 북경 지사의 적극적인 협조하에 미건의료기와 2017년까지 3개년간 매년 3~4000명씩 총 1만여 명의 중국법인 우수 고객 인센티브 관광단의 경기도 체류와 방문을 추진키로 하는 양해각서(MOU)를 체결한바 있으며, 방한행사가 성공적으로 진행되도록 방문지인 수원시 등과 협력하여 적극 지원하고 있다.

경기도 MICE 산업정책 담당자는 “3000명의 대형 중국 유커 인센티브 단체의 경기도 유치로 메르스로 침체된 지역경제가 더욱 활성화 될 것으로 기대된다”며 “행사와 일정 진행에 차질이 없도록 적극적으로 지원함으로써 기업 인센티브 관광 목적지로서의 경기도의 인지도 제고 및 향후 재방문 촉진으로 이어질 수 있도록 하겠다”고 밝혔다. ★

# 아시아 품질 리더 한국의 품에서 돌아본다

2015 국제품질분임조대회

2015년 10월5일부터 8일까지 4일 간의 일정으로 국제품질분임조경진대회(ICQCC-International Convention on Quality Control)가 개최된다. 국제품질분임조경진대회는 1976년 한국, 일본, 중국 등 아시아 13개 상임이사국이 주축이 되어 기업체 및 공기업 산업현장의 공정개선과 생산성 향상 기법 등에 대한 국제적 공유를 목적으로 창설한 국제기구로, 현재 비상임이사국을 포함한 13개 회원국에서 1300여 명의 품질분야 종사자들이 참가하는 세계적인 국제행사다.

이번 ‘2015 국제품질분임조경진대회’는 ‘Illuminating Our Lives Through the QC Circles(우리의 삶을 빛나게 하는 품질분임조)’라는 주제로 국내 많은 기업들이 품질분임조 활동의 세계적 흐름을 벤치마킹 할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다.

또한 이번 대회 기간 중 대회장을 찾는 많은 사람들을 위해 산업전시회, 향토음식 체험전, 경남 특산물 박람회, 테마별 관광, 산업체 시찰 등을 실시해 경남 홍보는 물론 지역 브랜드 가치까지 높일 수 있을 것으로 예상된다.

특히 이번 대회에는 참가자 증대를 위해 경남컨벤션뷰로와 CECO가 함께 펼친 뛰어난 전차대회 홍보활동으로 인해 참가자들의 관심이 증폭되어 통상 대회 평균 참가 인원인 800명을 훨씬 넘는 1300여 명이 참가할 예정이다.

또한 2005년 CECO 개관 이래 치른 첫 번째 국제행사가 2005 국제품질분임조경진대회였던만큼 10년만에 다시 만나는 이번 행사는 그 의미 또한 남다르다고 할 수 있다.

CECO는 그간 축적된 전문 컨벤션서비스 및 노하우와 함께 최첨단 상향된 전문회의시설을 바탕으로 2015 국제품질분임조경진대회를 성공적으로 개최하기 위해 만만의 준비를 하고 있다. ★

## 인천컨벤션뷰로, 인천 MICE 앱 출시

MICE 인프라 정보 실시간 제공

인천에서 개최하는 국제회의 참가자 대상 지역별 관광 및 숙박 등 주변 MICE 인프라 정보를 제공하기 위한 온라인 웹کم데스크 플랫폼으로 '인천 MICE 앱' 서비스가 7월 출시됐다.



'인천 MICE 앱'은 인천에 처음 오는 국제회의 내·외국인 참가자가 어떠한 MICE 인프라(숙박, 쇼핑, 관광지, 레스토랑 등)가 있는지 확인하고, 현재 위치에서 목적지까지 가는 방법(도보, 대중교통 등)들의 실시간 정보를 쉽게 조회할 수 있다.

각 인프라는 카테고리별 지역(Zone)별 지도, 키워드 검색 등 다양한 방법을 통해 쉽게 찾을 수 있으며, 오프라인에서도 작동하여 인터넷 환경이 여의치 않은 외국인 참가자도 유용하게 사용할 수 있도록 하였다. 그 밖에도 인천에서 개최되는 국제회의의 일정, 사진 갤러리, 설문조사도 실시간으로 안내될 예정이다.

또한 인천 MICE 앱은 단순 주변 인프라 정보 제공을 넘어서, 지역별 호텔, 레스토랑, 카페, 주요 관광지 및 쇼핑몰 등의 인천 MICE카드 가맹점 방문 시 할인을 받을 수 있도록 했으며, 향후 가맹점 수를 늘려 이용자에게 더 많은 혜택을 제공할 계획이다.

인천 MICE 앱은 구글플레이 스토어 및 iOS 앱스토어에서 'incheon mice'를 검색한 후 검색결과상에 'Unforgettable INCHEON' 가이드를 다운로드 후 바로 이용할 수 있다. 또한 인천에서 개최하는 국제회의 행사 주최자들이 국제회의의 행사용 앱(App)을 운용할 수 있도록 '인천 MICE 앱'을 온라인 플랫폼으로 지원할 예정이다. ✨

## 아·태 100여개 도시 정상, 대전에 온다

2017 아·태도시정상회의 유치

대전은 호주 브리즈번이 주최하는 '2015 아·태도시정상회의(Asia Pacific Cities Summit & Mayor Forum)'에 참석, 최종 6개 도시가 유치 경합을 벌였던 2017년 아·태도시정상회의 개최도시로 최종 결정됐다.

대전은 최종 본선에서 부산, 말레이시아, 폐낭 등 국내의 5개 도시와 경쟁 끝에 2017년 유치 도시로 확정됐다. 이는 대전이 2007년 첫 유치 시도 이래 3번째 도전만에 얻은 값진 결실이다. 올해 1월 유치 의향서를 제출한 도시는 모두 9개이다. 대전마케팅공사는 올해 1월 유치의향서 제출을 시작으로 5월말 서면 제안서 제출, 2017년 APCS 유치를 위해 지난 6월 대전시와 대전마케팅공사로 대표단을 구성, 브리즈번에 전격 파견해 유치 마케팅 활동을 다각도로 펼쳐왔다.

2017년 APCS는 해외 참가자가 아시아 태평양 도시 정상을 포함해 1300여 명에 달할 것으로 예상되며, 국내·지자체, 100여 개 기업 등이 전시회 등에 참가해 비즈니스 상담회 개최 및 수출 MOU 체결 등이 진행될 예정이다. APCS는 1996년 호주 브리즈번이 창립한 국제회의로 동아시아, 동남아시아, 태평양열도, 북미지역 100여개 도시가 활동 중이며 시장 포럼, 차세대 전문가 포럼, 비즈니스 전시회를 통해 지역 및 다자간 협력으로 우호 증진 및 지속가능한 발전을 모색하는 행사다. ✨



## 광주에서 문화콘텐츠사업의 미래를 보다

### 광주 ACE Fair 개막

오는 9월17일부터 20일까지 광주 김대중컨벤션센터에서 2015 광주 ACE Fair(Asia Content&Entertainment in Gwangju)가 개최된다. 행사장은 한국콘텐츠진흥원의 ICT 공동관, 한국애니메이션 제작자협회관, 광주정보문화산업진흥원 공동관, 광주디자인센터관 등으로 구성된다. 또 초대형 건담이 전시돼 이목을 끌 것으로 보인다.

행사 기간 동안에는 B2B(기업간 거래) 프로그램과 참관객이 자유롭게 참여할 수 있는 다채로운 체험 프로그램이 진행된다. 먼저 B2B프로그램으로 9월17일부터 이틀간 대규모 수출상담회가 열리게 된다. CCTV 애니메

이션 채널, 디즈니 채널 아시아 등에서 선별해 초청한 해외 바이어 200명과 국내외 참가자간의 문화콘텐츠 사업 관련 바이어 상담이 진행될 예정이다.

또 참관객을 대상으로 다양한 체험프로그램, 게임대회, 만화전시전 등 프로그램도 준비되어 있다. 먼저 체험 프로그램으로 보드게임 체험전, 캐릭터 종이 모형 제작 체험전, 스피드스택스(컵을 쌓고 내리는 기능성 스포츠 게임) 체험전이 준비되어 있어 친구, 가족과 함께 자유롭게 즐길 수 있다. 볼거리로는 e-스포츠 게임대회, 3D 영화를 무료로 상영하는 첨단영상특별전, 유명 캐릭터 인형과 함께 율동도 하고 사진도 찍는 등 볼거리도 풍성하다. 또 3D프린터 체험행사로 3차원 디자인 도면을 바탕으로 사물의 입체적 표현과 원리, 인체의 신비, 색칠 공부, 도장만들기 등의 교육과 체험 프로그램도 진행될 예정이다.

한국만화가협회 광주전남지부에서 만화특별전을 준비해 문화콘텐츠 산업을 즐기고 동시에 유명 만화작가들의 작품도 감상할 수 있다. 올해 행사에는 KBS N, MBC+Media, SBS Mediannet, CJ E&M 등 주요 방송사와 '두다쿵' 제작사 아이스크림스튜디오 등 캐릭터 및 애니메이션 제작사, 게임사 등을 포함해 국내 200개 업체가 참여할 것으로 보인다.

또 유럽 40여개 사, 동남아권 영상 및 애니메이션 제작 기업 40여개 사, 중국업체 80곳 등 문화콘텐츠 관련 40개국 400개 업체가 참여한다.

광주시는 올해로 10회째 맞는 광주 ACE Fair가 첨단영상, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠 산업의 미래를 조망할 수 있는 장으로 자리 잡을 것이라는 기대감을 드러내고 있다.

이번 행사는 문화체육관광부와 광주광역시가 주최하고 김대중컨벤션, 대한무역투자진흥공사, 한국콘텐츠진흥원, 광주정보문화산업진흥원, 광주디자인센터, 한국케이블TV방송협회가 공동으로 주관한다. ★





## 개최지원 서비스 모델, 세계물포럼 통해 구축

대구, Visitor 통한  
경제파급효과 극대화 나서

대구컨벤션관광부로는 Visitor를 통한 경제적 파급효과 극대화를 위하여 「참가자 서비스 지원 프로그램」을 확립하고 지난 4월에 개최된 ‘제7차 대구경북 세계물포럼’ 기간 중에 시행하였다.

그 첫째로는 비즈니스 창출로 인한 투자 및 기업 유치 프로그램으로 ‘글로벌기업 CEO 리셉션’과 ‘Daegu Night’ 행사를 개최하여 지역 물 산업을 홍보하고, 글로벌 기업 투자유치 및 지역 기업과 비즈니스 교류의 장을 마련하였다.

특히 세계물포럼에 참가한 국가별 장·차관 등 정책 결정권자와 국제기구 대표, 글로벌 기업 CEO, 미디어 등 약 400여 명이 참석한 ‘Daegu Night’ 행사를 통해 지역 물산업 클러스터 등 투자환경을 적극적으로 홍보한 결과 Danfoss(덴마크), Veolia, SUEZ(프랑스) 등 글로벌

기업 및 미국 밀워키시 물 위원회와 대구시간 MOU 체결 및 협박약정이 성사되는 등 향후 해외투자 유치의 발판을 마련하였다.

두 번째로는 MICE 참가자의 관광객화와 동반자 유치를 통하여 물포럼 기간 동안 대구 문화와 관광지 및 전통문화 체험을 소재로 한 관광 프로그램, 강정고령보 등 지역의 핵심 산업시설로 구성된 산업시찰, 동반자 프로그램 등 총 17개 코스를 기획·운영하여 총 53여 회, 약 1400여 명 물포럼 참가자들이 참가하였다.

이번 참가자 맞춤형 관광 및 동반자 프로그램의 기획을 통해 MICE 관광객 유치 강화에 역점을 두었으며, 프로그램 참가자 만족도 조사 결과 참가자의 95.7%가 매우 만족했으며 재방문 의사 역시 80%로 높은 수치를 기록했다.

마지막으로 웰컴데스크에서 관광프로그램 운영과 더불어 물포럼 참가자들의 지역 내 소비촉진을 위해 ‘대구카드’(MICE kit) 배포하여 지역 관광지, 쇼핑지, 맛집의 할인 혜택을 제공하였으며, 특히 ‘대구카드’ 제공 시 신청자의 국적·성별·이메일 인적정보를 함께 받아 온라인 DB화 하였다. 또 사용 가맹처에서 온라인으로 사용자 집계 분석시스템을 도입하여 발생하는 데이터를 통해 MICE 참가자들의 소비행태 및 선호도와 이동경로 분석할 수 있어서 향후 MICE행사 개최 시 이를 적극 활용하여 관광 및 소비진작 프로그램 기획에 이러한 빅데이터 결과를 적극 활용할 예정이다. ★



## 2018년 세계마술올림픽이 부산에 온다

핀란드 헬싱키 누르고 개최 확정!  
70여개국 5000명 참석

세계마술올림픽이라 불리는 FISM(세계마술연맹) 세계마술챔피언십 2018년 개최지 최종 선정 투표에서 대한민국 부산이 개최지로 확정됐다.

부산관광공사(사장 신용삼)는 7월11일 이태리 리미니에서 열린 2018년 세계마술올림픽(FISM세계마술챔피언십)의 차기 개최지선정에서 치열한 경쟁 끝에 강력한 라이벌인 핀란드 헬싱키를 누르고 한국 부산이 확정됐다고 밝혔다. 248표 대 141표의 압도적인 승리였다. 핀란드 헬싱키는 마술의 본고장 유럽의 주요 도시이라는 점을 강조, 유럽참가자들의 접근성 등 비용측면의 경제성과 참가자를 위한 무료지원 정책 등을 제시하며 강력하게 어필했으나 세계 각국의 유권자들은 세계 마술의 미래를 보여준 대한민국 부산의 손을 들어 줬다.

부산광역시와 부산관광공사, 한국관광공사, 부산국제매직페스티벌조직위원회 등으로 구성된 부산유치단은

발표에서 '부산이 국제 매직 페스티벌을 매년 개최해 아시아 마술시장의 거점도시로 발전, 세계무대에 크게 기여하고 있다는 점'과 그동안의 노하우를 살려 2018년 세계마술올림픽을 마술인들만을 위한 행사가 아니라 시민들과 함께하는 글로벌 축제로 만들겠다고 제안해 개최도시 평가에서 높은 점수를 받았다. 또한 부산이 우수한 컨벤션 인프라와 바다를 끼고 있는 해양도시라는 점도 위원들의 마음을 사로잡았다.

세계마술연맹 도미니코 단테 회장은 "오랫동안 차근차근 준비해온 부산유치단의 노력과 열정에 감동했고 특히 부산에서 매년 개최되는 국제매직페스티벌에서 마술에 대한 도시와 시민들의 깊은 애정이 느껴졌다"며 "이제 세계마술의 심장은 대한민국 부산"이라고 말했다.

이번 2018세계마술올림픽 하태경 유치위원장(해운대기장을 국회의원)은 "그동안 부산시, 부산관광공사, 한국관광공사 등 각 기관이 힘을 합쳐 오랫동안 준비해왔던 만큼 기쁨도 크다"며 "이번 유치를 계기로 한국마술의 성장과 마술의 도시 부산의 위상을 다시 한번 전 세계에 알릴 수 있는 기회가 될 것으로 기대를 모으고 있다"고 말했다. 이번 세계마술올림픽 유치에 따른 경제 파급효과는 8일간 공식 참가자 5000명 외에도 회의 및 포럼 참석자, 관람객을 포함해 약 10만여 명이 행사장을 찾을 것으로 예상되며 이 대회는 세계 70여 개국 이상에 방송보도 및 프로그램으로 방영 중계권료가 발생한다. 또한 아시아 마술 물류시장을 선점, 2조원 이상의 아시아마술시장 선점을 위한 교두보 확보가 가능할 것으로 기대를 모으고 있다.

세계마술올림픽(FISM)은 3년에 한 번씩 개최되며 마술사 이외에도 마술개발자, 연출가 등 5000명이 참석하며 세계마술연맹 총회와 각종 마술쇼, 세미나, 워크숍 등 100회 이상 함께 열리는 마술계 최대 축제다. 세계마술올림픽의 주요행사 중 하나인 본선 월드챔피언십(WCM)은 세계 6개 대륙 예선을 거친 140명의 마술사들이 출전해 경연을 펼치는 세계 최고의 마술대회다. 1948년부터 2015년까지 총 26차례 열렸으며, 대부분 유럽에서 열렸다. 아시아에서는 1994년 일본 도쿄, 요코하마, 2009년 중국 베이징에서 개최된바 있으며 한국은 아시아에서 세 번째로 개최하는 국가가 됐다. ★

## 인류와 자연의 공존을 위한 약속 2015 세계리더스보전포럼 제주개최

7월7일부터 9일까지 3일간 제주특별자치도는 환경부, 세계자연보전연맹(IUCN)과 함께 2015 세계리더스보전포럼(World Leaders' Conservation Forum)을 개최했다. 세계리더스보전포럼은 지난 2012년 제주에서 열린 세계자연보전총회(World Conservation Congress)에서 처음 도입된 '세계리더스대회'를 발전시킨 형태이며, 당시 채택된 '제주 선언문'에서 이 포럼 개최를 약속한 바 있다.

2015 세계리더스보전포럼에는 잉거 앤더슨(Inger Andersen) IUCN 사무총장, 크리스토퍼 브릭스(Christopher Briggs) 람사르협약 사무총장, 이브 드 보어(Yve de Boer) 글로벌녹색성장연구소(GGGI) 사무총장, 패트리샤 주리타(Patricia Zurita) 버드라이프인터내셔널 대표, 윤성규 환경부장관 등이 참석하여 '자연에서 평화와 공존의 길을 찾다'라는 주제로 논의를 진행했다. 또한 환경분야 관련한 국제기구, 비정부기구, 전문가 집단, 중앙 및 지방정부까지 다양한 분야의 리더들이 참여하여 인간과 자연이 조화롭게 공존하기 위한 해법들을 고민하는 자리였다.

원희룡 제주지사는 개회식 인사말에서 세계자연유산, 세계지질공원 등 4개 국제보호지역을 세계 유일로 동시

에 갖고 있는 '사람과 자연이 공존하는 청정 제주'가 이제 나눔의 정신을 공식가치로 함으로써 세계에 인간과 자연의 대공존을 보여주는 시범지역이 될 것이라고 선언했다. 잉거 앤더슨 IUCN 사무총장은 "인류의 진보와 자연의 보전은 제로섬 게임이 아니다"고 강조하면서 이 포럼이 다양한 이해관계자들이 토론을 통해 미래를 위한 의사결정에 참여하는 성공적인 자리가 될 것이라고 기대했다.

마지막날인 9일에는 참가자들을 대상으로 제주의 생물권보전지역, 세계자연유산, 람사르습지 등을 주제로 생태관광 프로그램을 운영하였으며, 최근 메르스로 인해 경제활동이 위축된 제주 지역경기 활성화에 보탬이 되도록 민속 오일장, 농촌교육농장, 토속음식 만들기 등 지역주민들과 함께 하는 프로그램을 추가하여 높은 관심과 만족을 이끌어냈다.

2012 세계자연보전총회의 후속조치로 개최된 이번 2015 세계리더스보전포럼은 생태관광, 녹색경제, Carbon Free Island 2030 등 자연가치를 높이고 지속가능한 발전을 가속하기 위한 제주의 시책들을 세계환경리더들이 인정하고, 세계환경수도를 지향하는 제주의 브랜드를 높이는 계기가 되었다는 데 큰 의미가 있었다. ✨



# 유니크베뉴 현장답사 통한 활용도 증가 기대 2015 서울유니크베뉴 현장답사



서울 MICE Alliance (SMA) 회원사 중에서 유니크베뉴는 총 43개소이며, 2015년 7월에 유니크베뉴 5개소가 심사평가를 거쳐 신규로 추가되었다. (2014년 기준 총 38개소)

서울의 유니크 베뉴는 수변전경시시설, 전통시설, 현대시설, 공연문화시설, 체험시설, 박물관·미술관 등 특 징별로 구분해 정리되고 있다.

이러한 유니크베뉴에 대한 실질적인 활용도를 높이기

위해는 MICE업계의 실무자들에게 먼저 관련 정보를 제공하고 이해도를 높여야 각종 회의시 활용할 수 있는 가능성이 높아진다. 따라서 MICE업계 실무자를 대상으로 한 유니크베뉴 현장답사계획을 수립하게 되었다.

2015 유니크베뉴 발굴 및 활용 사업을 활성화하기 위해 전체 170개 SMA회원사를 대상으로 유니크베뉴 답사 구상 및 선호하는 답사희망 메뉴를 조사하였다. SMA회원사들의 설문조사에 따라 선호하는 유니크베뉴를 조사하였고 답사를 위해 선호도에 따른 8개소를 선정하게 되었다. 선정된 유니크베뉴는 국립중앙박물관, 나인트리, 루카511, 봉래현, 서울마리나 클럽&요트, 세빛섬, DDP, 한국가구박물관 등 이었다.

선호도 조사결과를 바탕으로 시설답사계획을 수립하였다. 전체 8개 시설 중 국립중앙박물관은 SMA실무자 회의를 개최하면서 SITE Inspection을 진행하였으며 기타 7개소에 대해 답사일정 및 코스를 구성하게 되었다. 이번 답사는 5월28일, 6월3일 이틀에 걸쳐 강남코스(4개소) 루카 511, 세빛섬, 서울마리나 클럽&요트, 봉래현, 강북코스(3개소) DDP, 나인트리, 한국가구 박물관으로 구분하여 진행하였다.

전제적인 답사계획은 서울관광마케팅에서 수립하고 각 시설별(유니크베뉴)로 현장 세부안내로 진행하였다. 답사를 위해 각 유니크베뉴에 대한 시설규모, 가격, 접근성, 제공가능 메뉴 등 세부적인 정보를 제공하여 실질적인 이용에 활용할 수 있도록 안내하였다. 추가적으로 SMA 유니크베뉴를 활용시 서울시의 지원프로그램에 대한 소개를 첨부하여 유니크베뉴 활용을 촉진시키는 계기를 마련하였다.

금번 처음으로 실시된 유니크베뉴 현장답사 프로그램에 대한 참가자 설문조사 결과 금번 유니크베뉴 현장답사 프로그램은 향후 MICE 관련 행사를 유치하는데 유용하다는 의견이 4.7점(5.0만점)으로 유용성에 대한 높은 만족도를 나타냈으며, 향후 지속적으로 유니크베뉴 답사 프로그램을 운영하였으면 좋겠으며, 지속 참가할 의향이 있다는 의견은 4.8점(5.0만점)으로 관련 프로그램의 지속운영에 대한 요청 또한 높게 조사되었다.

또한 유니크베뉴 선정시 고려사항으로는 수용규모 35%, 접근성 25%, 가격 21%, 메뉴 10%, 주변환경 9%

#### 신규 선정 서울 유니크베뉴

구분	내용
뽕부하우스	현대적인 독특한 건물 양식과 정갈한 한식의 조화 지극적인 한식 양념과 간에 익숙하지 않은 외국인들을 위한 깔끔하고 재료 본연의 맛을 살린 조리법 2층, 3층 단체 연회시설, 단독 행사를 위한 전체 대관 서비스
빌라드베일리	이국적인 분위기와 세심한 서비스, 고급스러운 연회장 셋팅으로 행사의 품격을 높이며, 각 분야 전문 셰프가 직접 만드는 음식을 통해 특별한 가치를 더 한다.
서울미술관	서울미술관은 2012년 8월 개관한 국내 최대 규모의 사립 미술관이다. 미술관 옆의 석파정(서울특별시 지정 유형문화재 제26호)과 흥선대원군별서, 650년의 수령을 자랑하는 천세송(서울시 지정보호수 제60호)이 있는 자연의 복원하는 방식으로 대한민국 녹색건축대전에서 수상을 한 서울미술관의 건축양식이 독특하다. 서울미술관은 인왕산과 북악산의 경관과 잘 어울리는 친환경적(eco-friendly)모티브를 기반으로 하여 전통과 현대의 조화로운 어울림을 느낄 수 있는 공간이다.
아라아트센터	전시, 공연, 이벤트, 파티 등이 동시에 어우러지는 대규모 복합문화공간으로서 연면적이 1500평이며, 40평에서 180평에 이르는 자유롭게 공간 구성이 가능한 지하4개층, 지상5개층(총 9개층)의 전시실로 구성되어 있다. 전시장의 평균높이가 3.5m이며 최대 14m로서 폭넓은 예술장르 수용가능하며 특히 지하 4개 층을 관통하는 자연채광(自然採光)의 독특한 분위기 연출할 수 있다.
아름지기	일부는 관람 편의를 위해 입식 한옥으로 설계, 나머지는 전통한옥의 모습을 그대로 살려 좌식으로 꾸밈. 현대적 빌딩과 전통 건축을 동시에 경험할 수 있어 외국인 손님들에게 호응도 높음. 행사의 구성에 따라 1층, 2층으로 공간을 구분할 수 있어 1층에서의 주요행사 진행 후 2층 공간을 디너 및 Mingling 공간으로 사용 가능.

등의 순으로 조사되어 향후 유니크베뉴 선정 및 활용시 관련 사항을 적극 활용할 수 있는 기준을 마련하기도 하였다.

SMA유니크베뉴 현장답사 프로그램을 통해 현재 보유한 자원에 대한 발굴과 적극적인 활용의 필요성이 부각되었으며, 향후에도 지속적으로 유니크베뉴 발굴 및 활용확대를 위해 노력을 기울여야 하겠다. ✨



경상남도 대표 공업도시 창원에서 MICE산업을 지켜온 창원컨벤션센터. 인터뷰 당시 창원컨벤션센터는 KMA 리더십 네트워크숍이 한창이었다. 앞으로 MICE 산업이 나아갈 길을 논의하기 위해 전국 업계관계자들이 창원으로 모인 자리였다. 참가자들은 열띤 토론을 나누며 창원컨벤션센터가 보유한 시설, 인프라를 직접 체험할 수 있는 기회를 갖게 됐다며 만족스러워했다.

센터가 지역 MICE업계의 중심을 지켜온지 10주년이 된 올해, 김호남 창원컨벤션센터 사업단장을 만나 센터

운영의 현황과 향후 계획을 들어봤다.

**창원 MICE산업 현황이 궁금하다.**

“창원의 MICE업계 현황은 창원컨벤션센터의 현황과 크게 다르지 않다고 생각한다. 창원컨벤션센터는 연간 방문객수 130만명, 회의 1400건, 전시박람회 60건 정도 개최되는 경남지역 대표 전문회의시설을 표방하고 있다. 창원시가 5년전 마산, 진해를 통합하면서 인구 108만명의 통합창원시가 됐지만 아직 기초자치단체의 인지도나

# “이공계 분야 지역특화산업 자산삼아 미래 10년 기약”

김호남 창원컨벤션센터 사업단장



규모면에서 후발주자임엔 틀림없다고 생각한다. 이런 이유로 ICCA나 UIA기준 국제회의 개최건수는 연간 5건 이하로 미미한 수준이다. 그러나 최근 창원시는 ‘관광산업유치T/F’를 조직하고 관광마케팅 분야 전문가를 채용하는 등 MICE산업 활성화를 위해 적극 노력하고 있다. 첫 술에 배부를 순 없겠지만 이런 일련의 노력들을 시작으로 수년 내 국내 여타도시와는 다른 차별된 강점을 부각시킬 수 있을 것으로 기대하고 있다.”

#### 최근 창원 MICE업계 및 CECO의 이슈가 궁금하다.

“경남도는 진해 글로벌 테마파크 조성을 위해 미국 FOX사와 직접 업무협약을 체결했다. 또한 창원시는 미래 주요 먹거리 산업으로 첨단산업 유치와 관광산업 활성화에 집중하기로 했다. 최근 시는 관광마케팅전문가를 채용함과 더불어 창원의 수려한 해안선을 비롯한 관광자원개발과 특색 있는 관광상품을 개발하는 작업에 주력하고 있다. 이에 지역 MICE업계도 함께 힘을 보태고 있다.

창원컨벤션센터의 현안은 당연히게도 증축이다. 현재 창원시에서 조달청의 시공업체 선정을 위한 심의가 진행 중에 있다. 연말 착공을 목표로 추진 중이다.”

#### 2011년 이후 4년 연속 흑자 경영의 근간이 무엇인가?

“창원컨벤션센터의 성공비결은 바로 우리 지역의 우수한 산업인프라라고 생각한다. 경남은 공업한국의 요람이다. 국가산업단지와 지방산업단지를 포함해 190여 개가 넘는 산업단지와 5000개가 넘는 입주업체가 있다. 기초산업부터 기계, 중공업, 조선, 항공 등 지식기반 첨단산업의 발달로 대규모 산업벨트를 형성하고 있다. 이런 우수한 산업기반이 유관분야 전시컨벤션이 활성화되는 현상으로 자연스럽게 이어지고 있다. 창원컨벤션센터는 이런 지역적 특징을 잘 활용해 전시·컨벤션을 유치하는데 노력을 경주하고 있다. 실제 센터에서 개최되고 있는 주요 전시회는 기계, 자동차, 로봇, 조선 등 관련 특화산업으로 타지역과 차이점을 보여주고 있다. 센터에서 개최된 일반 회의도 70%가 기업교육, 세미나 워크숍, 연회이며 학술회의도 대한금속재료학회, 대한조선학회, 한국전기화학회 등 공학분야의 행사가 주를 이루고 있다. 지역

내 수요가 동반되지 않고서는 센터의 경영성과를 논하기 힘들다.”

#### 창원컨벤션센터의 증축 및 인프라 확충사업에 대해 자세한 설명을 부탁드립니다.

“증축사업은 2013년 9월 시작해 2017년 7월 준공을 목표로 하고 있다. 사업비는 490억원이 투입될 예정이다. 기존 연면적 6만242㎡에 증축 연면적 1만8571㎡가 추가될 예정이다. 주변 인프라의 경우 일반적 행사를 위한 숙박시설을 충분한 편이나 대형컨벤션행사를 앞두면 늘 우려되는 부분이 숙박시설이다. 올해 안으로 500실 이상 특급호텔을 유치할 계획이다. 볼거리, 놀거리를 위한 엔터테인먼트 시설을 확충하기 위해 진해 글로벌 테마파크 설립이 추진 중인 것으로 알고 있다. 또한 100년 전통 마산어시장을 명품 야시장으로 조성하고 마산 로봔랜드와 거제, 통영, 남해를 잇는 해양관광벨트도 구상 과정에 있다.”

#### 지역업계와 상생하는 경영전략도 필요해 보인다.

“현재 CECO사업단장과 경남컨벤션부로 사무국장을 겸직하고 있다. 경남컨벤션부로 사무국장을 겸직하면서 지역 업계와 함께 MICE Alliance를 구성하기 위해 노력 중에 있다. 지역업계와의 교류를 통해 MICE산업 활성화를 향해 함께 동행하고자 지역업계와 적극 소통하고 있다. 또 ‘유관기관장협의회’라는 지역 부서장(기관 대표자) 모임도 참석하면서 고객이자 동업자인 업계의 목소리를 항시 들으며 창원컨벤션센터 경영에 반영하기 위해 노력하고 있다.”

#### 창원컨벤션센터의 향후 계획을 설명 부탁드립니다.

“CECO는 올해 개관 10년차를 맞이하는 전환점에 서 있다. 개관당시 주변의 우려와 달리 10년 만에 강소컨벤션센터로 자리 잡았음을 확신한다. 아울러 향후 10년도 또한 중요하다. 이·공학 중심의 지역특화산업을 토대로 컨벤션센터의 위상을 더욱더 강화하고 지역민에게는 지역의 자랑거리이자 명소로 자리매김할 계획이다. 이를 위해 문화행사와 시민참여행사를 적극적으로 추진해 나갈 방침이다.” ✨

글·사진 강수철



## “짜릿한 가격으로 추억을 파는 항공사, 나용길 영업본부 본부장 MICE와 시너지 낼 것”

“한국MICE협회 최초의 항공산업 회원사로서, MICE 산업과 저희 회사가 시너지 효과를 거둘 수 있도록 최선을 다하겠습니다.”

슬로건. 단순 외침에 불과할 수 있는 이 슬로건 지향점 삼아 발전해나가는 회사가 있다. ‘짜릿한 가격으로 추억을 파는 국민 항공사, 이스타항공’이다.

“항공여행의 대중화를 실현하고자 하는 목표를 갖고

있습니다. 이를 위해 짜릿한 가격을 준비했습니다. 단순히 가격만 저렴한 것이 아닌, 항공에서의 즐거움을 시작으로 추억 가득한 여행을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 이스타항공의 저렴한 가격과 추억을 더해 국민항공사가 될 것입니다.”

나용길 이스타항공 본부장이 밝히는 이스타항공의 포부다. 이스타항공은 대한민국 대표 저비용항공사다.

2009년 1월7일 첫 비행을 시작한 이래 2015년 7월 기준 12대의 항공기를 보유하고 있다. 짧은 시간 발전을 거듭한 이스타항공은 현재까지 1400만명의 누적 탑승객을 기록하며 국민들의 안전하고 즐거운 여행의 시작과 끝을 맡고 있다. 17만km 무사고 안전운행이란 훈장은 이스타항공의 자랑이다.

최다 중국노선을 보유해 한국관광산업의 큰 손인 요우커 유치에 큰 힘을 보태고 있다. 한중 FTA 발효로 더욱 긴밀해질 양국간 교류에도 이바지할 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 홍콩, 인천, 방콕, 푸켓, 코타키나발루 등 16개 국제노선을 운영해 아시아 전역에서 활동하고 있다. 오는 9월3일부터 청주-홍콩 노선을 주 2회(목, 일), 10월26일부터 부산-오사카(일본), 부산-방콕(태국), 부산-제주 운항을 계획하고 있다.

이스타항공은 항공사로서는 최초로 MICE협회 회원사로 등록했다. 나 본부장은 “이번 협약이 MICE산업과 이스타항공 모두에게 도움이 되길 기원한다”며 앞으로 회원사로서 다양한 활동을 할 것임을 알렸다.

우선 안전과 친절을 통해 고객의 만족도 제고는 물론 주최자들에게 저렴한 가격으로 항공권을 제공함으로써 시너지 효과를 노린다. 이를 위해 이스타항공은 한국 MICE협회 회원사를 대상으로 국내선의 경우 주중 최대 30%, 주말 최대 15% 할인 혜택을 제공하고, 국제선에는 이스타항공이 현재 판매하고 있는 운임에서 5000원 추가 할인혜택을 제공한다. 이스타항공이 실제 판매되고 있는 운임은 짜릿한 가격이란 슬로건에 맞게 최대 70% 할인된 가격이기 때문에 추가로 5000원 할인된다면 MICE 유치하고 진행하는 기업들에게 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

할인 혜택은 정기편에 국한되지 않는다. 나 본부장은 “업계에서 필요한 경우 부정기편을 편성할 것”이라며 “행사규모, 개인 활동, 비즈니스 등 다양한 활동을 하는 MICE업계 지원을 통해 회원사와 이스타항공이 시너지 효과를 가질 것”이라고 말했다.

“항공사와 MICE산업은 밀접한 관계입니다. 전시, 컨벤션 등 다양한 MICE산업을 위한 여행이 항공사에서 시작되죠. 저렴한 가격과 추억을 선물하는 능력, 여기에 안전성까지 갖춘 이스타항공이 MICE와 함께해 주최자

들은 물론 한국을 방문하는 이들에게도 큰 만족감을 드릴 것으로 기대하고 있습니다.”

이스타항공은 이 같은 혜택을 넘어 MICE산업에 더욱 가까워질 계획이다. 협회원사의 가장 큰 혜택은 다양한 사업체가 함께하는 MICE 업체들과 네트워킹을 넓힐 수 있다는 것이다. 나 본부장은 “적극적으로 네트워킹에 참가해 MICE산업 이해도를 높이고 이 이해도를 바탕으로 MICE산업과 호흡할 것”이라며 “MICE산업에 적합한 내부서비스, 향후 서비스 등을 구성해 만족도를 높을 수 있을 것”이라고 말했다.

“MICE협회가 항공사 최초로 이스타항공과 협약을 맺은데 대해 감사를 드립니다. 업무협약이 상호 시너지효과를 낼 수 있도록 많은 혜택을 회원사분들과 공유하겠습니다. 행사가 있을 때 연락을 주시면 최대한 지원하기 위해 노력하겠습니다. 회원사로서 역할을 통해 산업 전체가 성장하는데 도움이 될 것입니다.” ✨

글·사진 박기범





# Premium Lounge

## 품격있고 편안한 휴식, 프리미엄라운지에서

프리미엄패스인터내셔널  
대외협력실 변보경 실장

관광객을 유치하는 방법은 다양하다. 호텔을 많이 짓고 저렴한 관광상품을 만들어 해외 매체에 집중적인 홍보를 펼치는 것도 좋은 방법이다. 그러나 한국을 찾는 관광객이 단체 관광 중심에서 FIT 관광으로 바뀌면서 개별 방문자도 편안하게 관광을 즐길 수 있는 기반시설을 곳곳에 갖추는 방향으로 바뀌고 있다.

이러한 트렌드 변화에 발맞춰 서울역을 찾는 방문객들에게 라운지 서비스와 트래블 컨시어지 서비스를 제공하기 위한 서울역 프리미엄 라운지(이하 프리미엄 라운지)가 지난 6월16일 오픈했다. 인천공항과 서울을 연결하는 공항철도의 종착역인 서울역 지하 2층에 위치한 프리미엄 라운지는 80평 규모로 최대 20명까지 회의를 할 수 있는 사파이어룸(8명), 토파즈룸(8명)과 다이아몬드룸(8명)과 과자·음료 등 다과서비스 및 프린트·복사·팩스·인터넷을 사용할 수 있는 복합 서비스 공간이다.

프리미엄패스인터내셔널 대외협력실 변보경 실장은

프리미엄 라운지에 대해 “국내 최초로 도심에 위치한 시티 라운지”라며 “접근성이 좋은 서울역에서 이용객들이 편안하게 쉴 수 있고 비즈니스 미팅 진행이 가능할 뿐만 아니라 지방 행사 참가 외국인에게 경로를 안내하는 등 종합적인 서비스를 제공하는 공간”이라고 설명했다.

“연 1400만명의 외국방문객이 우리나라를 찾고있는 상황에서는 관광안내에 대한 마인드도 달라져야 한다”는 변 실장은 “단순한 교통·관광안내를 넘어 숙박·식당·공연 등의 예약서비스 및 심카드 구매·인터넷 이용 등 통신서비스, 수화물 보관·딜리버리 서비스 및 에스코트 서비스 등 관광객이 필요한 모든 서비스를 한번에 처리할 수 있는 공간이 필요하다”고 말했다.

프리미엄 라운지가 오픈한 지난 6월은 메르스가 우리나라를 강타하고 있던 시점이다. 변 실장은 “외국 관광객들의 한국 방문 감소뿐만 아니라, 내국인들도 사람들

이 많이 모이는 서울역 방문을 기피하다보니 예상보다 적은 인원이 찾은 것은 사실”이라면서도 “메르스가 찾아 든 7월 중순을 넘어서면서 방문자가 꾸준히 증가하고 있다”고 말했다.

현재 프리미엄 라운지는 영어·중국어·일어가 가능한 직원 5명이 순차적으로 근무하고 있어 외국관광객 안내에 지장이 없으며, 2014년 출시된 K-PASS 카드 등 다양한 결제수단을 사용할 수 있다. 서울역 도심공항터미널 탑승수속시간을 고려해 운영시간(08:00~20:00)이 결정됐으나, 행사 주최자의 사전 연락시 탄력적인 운영이 가능하다

변 실장은 “2014년 오픈한 명동 비즈니스 라운지(관광 중심)에 이어 교통 중심지인 서울역프리미엄 라운지를 오픈했고, 올해 11월 오픈하는 합정동 라운지까지 연계·운영함으로써 한국-서울을 찾는 외국인들이 편안한 관광을 즐길 수 있도록 돕는 것이 목적”이라고 말했다.

프리미엄 라운지에서는 이용객들의 편리함을 제공하는 각종 서비스 제공뿐만 아니라 일반인들을 대상으로 MICE인지도를 높이기 위한 팟캐스트를 8월13일 시작했다.

변 실장은 “일반인들의 MICE인지도가 너무 낮다는 생각에 MICE를 모르는 사람(개그맨 2명)에게 MICE가 어떤 것인지 장선영 아나운서(한경 마이스광장 진행)가 설명하는 토크 콘서트 형태의 MICE전문 팟캐스트”라고 설명했다.

시즌 1에서는 아주 쉬운 내용으로 10화 정도 진행해서 사람들의 관심을 끌고, 시즌 2(중급)-시즌 3(고급) 등 단계적으로 어려운 내용을 다룬다는 계획이다. 1주일에 한 번씩 50분~1시간정도 분량으로 진행한다.

“‘Incentive Tour’를 ‘포상 관광’이라는 사전적 정의로 설명한다면 어떤 뜻인지 이해할 수 있을까요? MICE를 모르는 일반인들에게는 ‘무료 관광’으로 설명한다면 호기심이 생겨서 들게될 겁니다.”

변 실장은 “MICE산업에 대한 전반적인 설명 외에도 국내개최 대형 국제행사도 홍보함으로써 MICE업계에도 직접적인 도움이 될 것으로 생각한다”며 우선 서울역 프리미엄 라운지와 11월 오픈 예정인 합정동 라운지(380평 규모)에서 진행하지만 성공여부에 따라 지방에서도 순회



개최도 염두에 두고 있다고 설명했다.

“2015년 메르스는 MICE-관광업계에 큰 타격이 확실합니다. 그러나 1998년 경제위기가 한국 경제 내실을 다지는 계기가 된 것처럼, 경쟁력 강화에 큰 도움이 될 수도 있다고 생각합니다. 모두 기운내시기 바랍니다!” ✨

글·사진 박태진



# 다음 10년 내다보며 새로운 무대 꿈꾼다

## JCCB 2015 정기총회 개최

일본콩그레스컨벤션뷰로(JCCB)는 지난 6월15일 게이오플라자 호텔에서 2015년도 총회를 개최했다. 130여 명이 참석한 이날 총회는 이노구치 쿠니코 회장의 개회사와 이이지마 야스히로 관광청 국제회의 담당 참사관의 축사에 이어 2014년도 사업보고·수지 결산, 2015년도 사업계획 발표, IME 특별회계 폐지, 2015년도 예산안, IME2015 개최개요, 이사·감사 선임, 전문 위원회·위원회 규정 변경 심의 등의 순서로 진행됐다. 올해로 설립 20주년을 맞은 JCCB는 '다음 10년을 내다보는 새로운 시대의 무대에 서는 것'이라는 사업활동 방침 달성을 위해 JCCB의 미래활동에 대한 새로운 가능성을 찾기 위한 기존 사업·조직 검토 및 조직 편성과 신규 사업 검토를 진행할 계획이다.

2015년도 사업계획으로는 JCCB 20주년 기념사업, 컨벤션유치 촉진사업, 홍보·선전 활동, 인재 육성·연수 사업, 회의 관리 업무 등이 선정됐다. JCCB 20주년 기념사업으로 7월16일 도쿄 베이 마이하마 호텔 클럽 리조트에서 기념식을 개최하고 다음날인 17일 마쿠하리 멧세·이온 마쿠하리 신도심 시찰을 진행한다.

컨벤션 유치 촉진 사업은 제25회 국제 미팅 엑스포(IME2015) 및 IME 페어 웰 파티를 12월10일 시나가와 프린스 호텔에서 개최해 회의 개최 정보의 수집·제공을 진행할 예정이다. IME2015는 국내 방문객의 증가와 함께 해외 방문자에게도 눈을 돌려, 출전자의 국제화를 포함해 충실한 상담과 기회 증가를 도모하기로 했다.

회의 개최 정보의 수집·제공을 위해 학회·각종 협회 등 회의 주최자를 대상으로 '국내 회의 (학회 총회, 세미나, 강연회, 심포지엄, 전시회 등) 개최 조사'를 실시하고, 최신 회의 개최 정보를 집적한 '국내 회의 개최 조사 보고서 2015'(책자·CD-ROM)를 정리해서 회원에게 유료 배포할 예정이다. ★

### 2015년도 임원 명단

직무	이름	소속조직	직무	
회장	이노구치 쿠니코	참여의원		
부회장	노보루 세이이찌로	일본콩그레스·컨벤션뷰로		
	타카이나기 테츠오	치바국제컨벤션뷰로	대표이사	
	치카나미 히로타케	일본컨벤션서비스(주)	대표이사 사장	
이사	이키 마사후미	센다이관광국제협회	전무이사	
	사카노 히로유키	카나자와컨벤션뷰로	전무이사	
	하세가와 후미오	나고야관광컨벤션뷰로	이사장	
	아마우치 히데아키	교토문화교류컨벤션뷰로	전무이사	
	고이즈미 토모오	코베국제관광컨벤션협회	상무이사	
	니시 마사나오	오카야마관광컨벤션협회	전무이사	
	카데카루 타카오	오키나와관광컨벤션뷰로	참여	
	요시오카 준지	(주)Congre	상무이사 집행원	
	니시카와 요코	(주)컨벡스	전무이사	
	히라이 히로아키	(주)컨벤션링크에이지	대표이사 회장	
	마치다 타다시	(주)JTB	여행사업본부 법인사업추진부장	
		히미 유우	퍼시픽코요코하마	상무이사
		나카시마 요시토	히비노메디아테크니컬(주)	대표이사 사장
이사 겸 사무국장	코보리 마모루	일본정부관광국(JNTO)	이사	
감사	후지시마 노부아키	도쿄관광재단	상무이사	
	코야마 이즈미	(주)도쿄국제포럼	영업부장	

# 사람이 모이면 세계가 움직인다

## JCMA 본격 시동 나서

일본컨벤션협회(JCMA : Japan Convention Management Association)는 지난 6월4일 토라노몬힐스 포럼에서 설립총회 및 기념 축하회를 개최했다. JCMA는 일본 컨벤션산업을 선도하는 일본 PCO협회(JAPCO)와 일본 컨벤션사업협회(CPA)가 합병하면서 4월1일 신설된 일본 최대의 컨벤션 단체이다.

‘글로벌 경제와 세계 평화에 공헌’을 비전으로 내걸고 ‘사람이 모이면 세계가 움직인다’를 슬로건으로 세계 최대 MICE행사 중 하나라고 할 수 있는 2020년 도쿄 올림픽·장애인 올림픽에서 ‘Face to Face’교류를 통해 세계와 연결되고 컨벤션을 더욱더 효과적으로 진행, 거기에 새로운 가치를 창조하며 감동 체험을 전 세계로 전 개할 JCMA이 본격적으로 움직이게 됐다.

후나야마 류지 회장(제이티비)의 인사로 시작된 설립 총회에서는 (구)JAPCO (구)CPA의 기존 사업을 통합하고 계승하는 전문위원회(5개)와 총무위원회 등 조직 계획이 심의·승인됐다.

총회에 이어 열린 축하회에는 전국에서 213단체 510명의 컨벤션 관계자가 참여했다. 모리야마 마사히토 중의원 의원, 야마구치 유미 관광청 차장, 야마자키 미치노리 일본 정부 관광국(JNTO) 이사, 이노구치 쿠니코 일본 의회 컨벤션 뷰로(JCCB) 회장 / 참의원 의원, 이시즈미 타다오일본 전시회 협회 회장이 축사를 했으며, 오오타 마사하루 일본 이벤트 산업 진흥 협회 전무이사의 축배 외에도 KMA, SACEOS 및 ICCA, IAPCO, WPCOA, INCON 등 국내외 MICE단체들의 축하 영상이 소개됐다. 이어서 협회 사업을 담당하는 6개 소위원회 위원장 소개 및 전 회원 이름 엔딩 크레딧상영 등이 진행됐다. ★

### 2015년도 임원 명단

직무	이름	소속조직	직무
상담역 회장	후나야마 류지(대표간사)	JTB	상담역
이사	치카나미 히로타케(대표간사)	일본컨벤션서비스	대표이사 사장
	타케우치 노리코(업무집행이사)	Congre	대표이사 사장
	아라카와 마사키(업무집행이사)	무라야마	이사
	이시자키 유야(업무집행이사)	PCO Works	대표이사 사장
	우사미 카츠히로(업무집행이사)	센트럴 컨벤션서비스	대표이사 사장
	우자와 아키라(업무집행이사)	U-Link	대표이사 사장
	쿠보 아키요(업무집행이사)	Prosper corporation	대표이사 사장
	고이즈미 야스시(업무집행이사)	ICS 컨벤션 디자인	대표이사 사장
	고우노우 아키코(업무집행이사)	Bilingual group	대표이사 사장
	사카이 타로(업무집행이사)	컨벡스	대표이사 사장
	아라카키 나오토(업무집행이사)	C-TIME	대표이사 사장
	와케베 히데오(업무집행이사)	레이	이사 회장
	후미히코 우에노	JTB커뮤니케이션	이사
	시오타 마코토	Oricom	MICE사업부 부장
	타카미수 케이지	로열 호텔	대표이사 부사장
	나카시마 요시토	비노 미디어 테크니컬	대표이사 사장
	미나미자키 야스타카	방송 서비스 센터	커뮤니케이션사업부 부장
	니시카와 요코	컨벡스	전무 이사
	미야자키 마사하루	교영사	이벤트시스템사업부 주사
모기 테이	Plando Japan	대표이사 사장	
감사	코무로 미츠야키	cine focus	대표이사 사장
	후루하시 카즈요시	무라야마감동창조연구소	특별 연구원

박현영 밀레니엄 서울힐튼 판촉부 과장이 호텔에 처음 입문한 건 2003년도. 국내에서 경영학부를 졸업한 후 호텔에 매력을 느낀 그는 스위스에서 학위를 받은 뒤 올해까지 13년 째 근무하고 있다. 박 과장은 학창시절부터 여행과 관광에 관심이 많았다.

“학창시절 아버지께서 해외 발령이 자주 있으셨기에 홍콩에 3년, 일본에 3년 정도 머물렀어요. 여행도 워낙 좋아했기 때문에 세계 곳곳 여행을 다녔고 어학연수도 다녀와 국제적인 감각을 키울 수 있었죠.”

여행을 하며 다양한 호텔을 접할 수 있었던 그는 졸업반 수업에서 ‘관광과 외식업이 앞으로 많이 뜰 것’이라는 말에 동기 중 유일하게 호텔업계로 방향을 정했다. 각국의 나라를 돌아다니며 우리나라 호텔이 외국 호텔에 비해 많이 뒤처진다는 생각을 하는 사람들이 많다는 것을 알게 됐고, 이런 인식과 환경을 개선하는데 이바지하고 싶다는 생각이 들었던 것.

힐튼호텔에 입사할 당시 굉장히 소극적이었다는 그는 프론트 데스크에서부터 일을 시작했다. 현장이 어떻게 구성되고 어떤 돌발상황이 발생하는지 몸으로 익히는 게 가장 중요하다고 판단됐고, 가장 엄격하고 어렵다는 보스 밑에서 일하며 다양한 경험을 거치며 최선을 다해 일했다.

1년 반 동안 박 과장의 모습을 보고, 세일즈 부서로 이동하게 됐을 때 ‘세상 물정도 잘 모르고 수줍은 네가 나가서 판촉 활동을 잘할 수 있겠느냐?’라는 우려의 목소리도 컸다.

“맨 처음에 고객을 대할 땐 어떤 말을 건네야 할지, 무엇을 어떻게 해야 할지 아무것도 몰랐어요. 얼굴도 금방 빨개졌고 모든 게 낯설고 힘들었죠. 수줍음이 많은 성격이라 1년을 못 버틸 것 이라고 예측하는 사람들도 많았지만, 저만의 속도로 끊임없이 질문하며 개선했습니다. 여기서 제가 해야 할 역할은 무엇인지, 고객을 만날 때는 어떤 태도로 대해야 할지 늘 명상의 시간을 가지며 진지하게 고민했어요.”

호텔은 겉으로 보기엔 화려했지만 터프한 순간들이 비일비재했고 과거 고객으로서 여행했을 당시 서비스를 편안하게 받는 것을 되돌려주는 과정을 넘어서 회사의 홍보대사로서 이윤과 가치를 창출해야 하는 책임을 저



## “KASH’의 법칙, 호텔리어로서 가장 중요”

박현영 밀레니엄서울힐튼  
판촉부 과장

야 하기에 노력을 게을리 할 수 없었다.

박 과장은 호텔리어가 갖춰야 할 자질로 KASH(캐시)를 꼽았다. KASH(캐시)는 Knowledge(지식), Attitude(태도), Skill(기술), Habit(습관)을 가리킨다.

“지식과 기술은 시간이 지나 경험을 많이 쌓다 보면 자연스럽게 습득하게 돼요. 하지만 습관과 태도는 시간이 흐른다고 해결될 게 아닙니다. 피나는 노력이 필요해요. 기본적으로 호텔리어가 갖춰야 하는 점을 주의해야 합니다.” 박 과장은 앞으로의 포부도 드러냈다.

“현재의 제 모습에 안주하지 않고 앞으로도 끊임없이 발전하도록 노력할 것입니다. 끈기만 있다면 노력 없이 안 되는 것은 없더라고요.” ✨ 글·사진 한영선

“산업에 대한 성과를 처음 선보이는 정수의 자리. 그 짜릿한 순간을 직접 기획하고, 각계각층의 연사를 눈앞에서 직접 만날 수 있는 최고의 간접 경험 전문 직업 PCO. 충분히 매력 있지 않나요?”

올해 업계에 입문한지 9년 차인 늘숨커뮤니케이션의 김재경 과장. 그가 PCO업계와 첫 만남을 가진 것은 의경시절이었다. 2005년 부산 APEC회의 진행 당시, 현장에서 사람들을 지키는 업무를 하며 행사의 진행을 지켜본 그는 ‘나도 이런 일을 해보고 싶다’라는 생각이 들었다. 복학 후 ‘국제회의산업론’ ‘컨벤션경영론’을 공부했고, 관광경영을 전공한 것을 발판으로 업계로 나가기로 마

## “성공적인 행사를 위해, 끝까지 긴장감 놓지 않을 것”

늘숨커뮤니케이션  
김재경 과장



음을 굳혀 꿈을 정한 그는 졸업 전에 대형 PCO업체에서 첫발을 내디뎠다.

“PCO업체에서 1년차 때 운 좋게 동아시아 댐기술교류 회의를 전담으로 기획했죠. 신입임에도 선임들이 다른 국제행사로 배치되어 있었기에 그 덕에 제가 기획하고 싶었던 기술견학, 행사기획의 기회가 있었고 행사는 성공적으로 끝났습니다.”

이후 200여 개에 육박하는 수많은 행사와 함께했지만, 무엇보다도 PM으로써의 준비한 첫 행사인 이 회의가 기억에 남는다고 전했다. 최근 다른 나라에서 같은 회의가 많이 진행됐지만, 관계자들이 ‘한국행사가 아직도 기억에 남는다고 소식이 들려온다고. 그때의 그 희열감과 뿌듯함은 중독수준이라고 전했다.

그가 개인적인 역량을 개발하기 위해 노력하고 있는 부분은 실무에 직접 활용할 수 있는 공부다. “자격증도 물론 중요하지만 각 행사의 성격에 맞는 책들을 꼭 섭렵해 읽도록 노력해요. 최근엔 석유 관련된 전시를 위해 석유 관련 서적을 읽고 있어요. 그 행사의 전문 언어나 핵심을 이해하는 것이 중요하다고 생각합니다.” 현장에 나가 있을 때도 ‘협력사에서 알아서 해주겠지’라고 기대하기보다는 사소하더라도 관련된 전문용어로 논의하다 보면 확실한 일 처리가 되기에, 실무에 나갔을 때 바로 접목할 수 있는 실무지식부터 먼저 이해 한다는 게 그의 설명이다.

후배들에게 조언도 아끼지 않았다.

“PCO라는 직업 특성상 제조업처럼 가만히 있다고 기계에서 뭔가가 나오는 직업이 아니에요. PCO는 서비스직군이기에 클라이언트와 소통 능력이 가장 중요하죠.”

PCO는 직업상 사람으로 시작해 사람으로 끝나기에 99퍼센트 완벽을 가해도 1퍼센트의 실수 때문에 행사가 어려워지는 경우도 있다는 것이다. 그렇기에 클라이언트의 니즈를 최대한 빠르고 명확하게 파악하기 위해서는 소통능력(직관력)이 무엇보다도 중요하다는 것. 클라이언트들도 외향적인 사람과 내향적인 사람 등 선호하는 스타일이 달라 본인의 개성에 맞춰 커뮤니케이션 기술들을 개발해야 한다고 덧붙였다. ✨

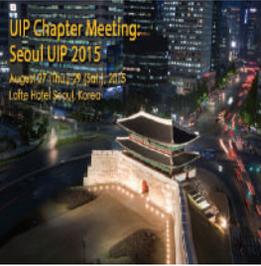
글·사진 한영선

코리아 마이스 캘린더

서울

**2015 세계정맥학회학술대회**

2015.8.27~29  
롯데호텔  
대한정맥학회  
02-565-2435, 566-9255  
www.uip2015.org



**제12차 세계중환자의학회 학술대회**

2015.8.29~9.1  
COEX  
제12차 세계중환자의학회 조직위원회  
02-3452-7291  
wfsiccm2015.com



**2015 국제방송영상상견본시**

2015.9.9~11  
COEX  
한국콘텐츠진흥원  
02-2621-2094  
www.bcww.kr/kor\_2015



**2015 서울 국제표준화(ISO)총회**

2015.9.13~18  
롯데호텔  
산업통상자원부 국가기술표준원  
02-6288-6342  
www.iso2015.kr



대구

**제15회 국제정보디스플레이 학술대회**

2015.8.18~21  
EXCO  
한국정보디스플레이학회  
02-563-7992  
imid.or.kr/2015



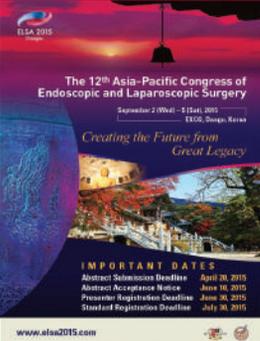
**제6회 국제 LED & Display 전시회**

2015.8.19~21  
EXCO  
대구광역시, 경상북도  
053-601-5087  
www.indexpo.co.kr/kor



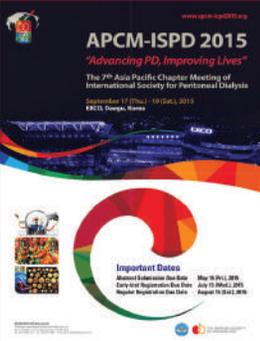
**제12차 아시아태평양내시경 복강경외과학회(ELSA)**

2015.9.2~5  
EXCO  
대한내시경복강경외과학회  
02-3471-8555  
www.elsa2015.com



**제7차 아시아태평양복막투석학회**

2015.9.17~19  
EXCO  
대한신장학회  
070-4603-1251  
www.apcm-ispd2015.org



## 대전

## 대전국제와인페어

2015.9.3~6  
대전무역전시관  
대전마케팅공사  
042-250-1353  
www.djwinfair.com/2015



## 2015 세계양봉대회

2015.9.15~20  
대전컨벤션센터  
국제양봉대회조직위원회  
070-4276-8777  
www.apimondia2015.com



## WTA

2015.9.22~25  
대전컨벤션센터  
대전광역시  
042-270-2260~8  
www.wtanet.org



## 광주

## 2015 광주월드뮤직페스티벌

2015.8.29~30  
국립아시아문화전당  
문화체육관광부  
062-226-8918  
gjwmf.or.kr



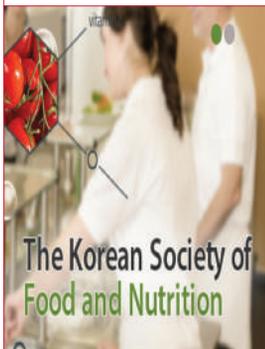
## 강원

## 2015 광주사직국제제포크음악제

2015.9.5~6  
광주사직공원  
문화체육관광부, 광주광역시  
062-269-3004  
gswf.gitct.or.kr

2015 한국식품영양과학회  
국제심포지엄

2015.8.24~26  
알펜시아  
한국식품영양학회  
031-299-3066  
ksfn.kr



## MDRT 협회총회

2015.9.4~5  
하이원리조트  
MDRT협회  
1544-8426  
www.mdrtkorea.org:482



## 제7회생물의약소재국제심포지엄

2015.10.13~16  
춘천베어스  
춘천바이오산업진흥원  
033-258-6952  
www.cbf.or.kr/main/main.asp





케이샵 2015(K-SHOP 2015)

2015.9.2~4  
KINTEX  
이상네트웍스  
031-995-8072  
www.kshop.org



국제병원의료산업박람회 (K-HOSPITAL 2015)

2015.9.10~13  
KINTEX  
대한병원협회  
02-3397-0498  
khospital.org



경주

2015 KEPIC-WEEK

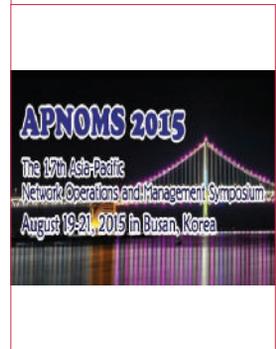
2015.9.1~4  
HICO  
대한전기협회  
02-3393-7600  
www.elec.or.kr



부산

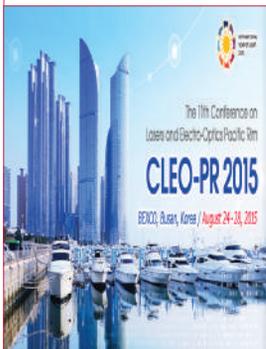
제17차 2015 통신망운영관리 아시아-태평양 국제 심포지움

2015.8.19~21  
해운대그랜드호텔  
한국통신학회  
02-3453-5555  
cnlab.kmu.ac.kr/apnoms2015



2015 제11회 레이저 및 광전자 한태평양 국제회의

2015.8.24~28  
벅스쿠  
한국광학회  
02-3452-6560  
www.cleopr2015.org



2015 국제라틴아메리카-카리브학회연맹 제 17차 세계대회

2015.8.25~28  
벅스쿠  
부산외국어대학교 중남미지역원  
051-509-6664  
www.lakis.or.kr



인천

2015 인천 국제기구-MICE 커리어페어

2015.9.11  
송도컨벤시아  
인천광역시, 인천도시공사  
032-260-5000  
www.incheoncvb.co.kr



CITYSCAPE KOREA 2015

2015.9.19~21  
송도컨벤시아  
인천광역시, 한국경제신문  
02-360-4260  
www.cityscapekorea.com

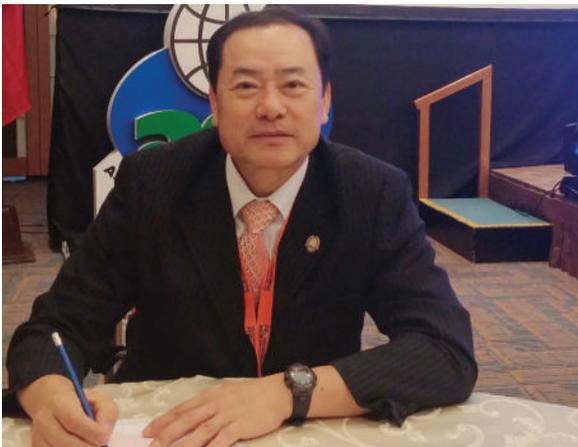


## 한국 최초 협·단체행사 전문 위탁운영 회사

(주)캠앤씨(KAM&C)

우리나라가 선진국으로 나아가는 데는 사회 각 부분의 동반적이고 균형적인 발전이 필요하다. 이미 많이 선진화 된 정부, 지자체 등 퍼블릭 섹터(Public Sector)와 개인, 회사 등 프라이빗 섹터(Private Sector)를 잘 연결하는 제3섹터 또는 Middle 섹터인 협회 단체 학회 모임 그룹 등 아직도 미진한 많은 협단체의 선진국형 발전 모델이 절실히 요구되고 있는 이유이다.

AMC는 협회 단체의 각종 업무를 위탁대행하는 서비스로 선진국에서는 이미 보편화되어 있는 아웃소싱회사 중의 한 업종이기도 하다. (주)캠앤씨는 한국 최초의 전문 AMC회사로서 그동안 신규업종의 소개를 위한 파이오니아 역할을 자임하고 있는 아시아 최초의 CAE(Certified Association Executive)를 취득한 조규태 대표가 이끌고 있다. 협회 단체의 설립과 운영에 대한 컨설팅, 업무 전체 또는 일부의 위탁 대행 그리고 각종 프로젝트의 기획 운영 등 폭넓은 업무를 수행하고 있다.



## 환경에너지 전문 프로모션 기획사

(주)글로벌마이스전문가그룹(GMEG)

우리나라의 기업과 제품 및 문화의 글로벌화를 추구하는 MICE 전문 기업, Global MICE Experts Group.

GMEG는 태양광, 풍력 등의 신재생 분야, 물, 전력, 가스, 오일, 원자력 등의 에너지 분야 그리고 수처리, 대기, 재활용 등의 환경 분야를 전문적으로 다루는 환경에너지 전문 프로모션 기획사이다.

기업 및 기관의 해외 진출 파트너로서의 무역전시회 주최 및 해외 주요 전시회 에이전시를 시작으로 투자설명회, 수출상담회, 시장 개척단 등의 해외 로드쇼까지 우리나라 우수 중소기업들의 든든한 산업 파트너가 되도록 노력하고 있다.

또한 소비재를 시작으로 우리나라 전통 문화를 세계 곳곳에 널리 퍼뜨릴 수 있는 채널이 되어 세계 속의 따뜻한 대한민국을 알리는 MICE기업으로 성장하고자 한다.



3



ANNIVERSARY

*Your Best MICE Partner!*

대한민국 대표 Global PCO

**INTERCOM**

새로운 30년, INTERCOM의 혁신(Innovation)과 도전(Challenge)

**INTERCOM INCH Forward**

# Gyeonggi

## 당신의 마이스 성공 파트너

# GOOD TO GREAT

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



경기MICE뷰로

경기도 수원시 장안구 경수대로 1150 신관5층 Tel. 031)259-4786 Fax. 031)259-4780 E-mail. gmice@gto.or.kr www.gmice.or.kr