

전라북도 MICE산업 육성전략

| 연구진 | 정명희 · 김광국

Jeonbuk Development Institute

전라북도 MICE산업 육성전략



국립중앙도서관 출판시도서목록(CIP)

전라북도 MICE산업 육성전략 / [정명희, 김광국 지음]. -
- 전주 : 전북발전연구원(Jeonbuk Development Institute
) , 2014
p. ; cm. -- (Jthink ; 2013-PR-18)

ISBN 978-89-6612-096-3 93320 : 비매품

관광 산업[觀光産業]
마이스 산업[一産業]
전라북도[全羅北道]

326.39-KDC5
338.4791-DDC21

CIP2014016147

연구진

연구책임 정명희 • 전북발전연구원 연구위원

공동연구 김광국 • 전북발전연구원 연구원

자문위원 김봉석 • 경희대학교 컨벤션학과 교수

김희수 • 한국문화관광연구원 연구위원

원도연 • 원광대학교 교수

장병권 • 호원대학교 호텔경영학과 교수

최태영 • (주)인터컴 대표이사

장성화 • 전북발전연구원 연구위원

김재구 • 전북발전연구원 부연구위원

김대섭 • 전북도의회 문화관광건설위원회 위원장

이송희 • 전라북도 관광레저과장

전병순 • 전라북도 관광레저과 컨벤션 담당

연구관리 코드 : 13JU24

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.

목 차

제 1 장 서론	3
제 1 절 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구의 배경	3
2. 연구의 목적	4
제 2 절 연구의 범위 및 방법	5
1. 연구의 범위	5
2. 연구의 방법	6
제 2 장 MICE 산업 현황 및 정책동향	9
제 1 절 국내·외 MICE 산업 동향	9
1. MICE 산업의 개념 및 중요성	9
2. 세계 MICE 산업 동향	13
제 2 절 MICE 산업 관련 정책동향	17
1. MICE 산업의 정부 정책동향	17
2. 타 지자체 MICE 산업 육성정책 추진현황	21
제 3 절 국내 MICE 산업 현황	26
1. 국내 MICE 산업 시장현황	26
2. 국내 MICE 인프라 현황	29
3. 국내 MICE 인력현황	31
4. 국내 MICE 참가자 특성	31
제 4 절 해외 MICE 산업 육성정책 추진사례	34
1. 독일	34
2. 싱가포르	35
3. 프랑스	40

제 3 장 전라북도 MICE 산업 여건분석	43
제 1 절 전라북도 MICE 산업 인프라 현황	43
1. 전문회의시설	43
2. MICE 개최 관련시설	47
제 2 절 전라북도 MICE 개최현황	50
1. 전라북도 MICE 개최현황	50
2. MICE 관련 사업체 현황	56
3. 전라북도 MICE 유치현황	56
제 3 절 전라북도 MICE 산업 경쟁력	60
1. 전라북도 지역산업 여건	60
2. 전라북도 MICE 산업의 경쟁력 및 발전잠재력	62
제 4 절 전라북도 MICE 산업 여건분석 및 과제	68
1. 여건분석 종합	68
2. 전라북도 MICE 산업 육성을 위한 선결과제	69
제 4 장 전라북도 MICE 산업 육성방안	73
제 1 절 기본방향	73
제 2 절 부문별 MICE 산업 활성화 방안	74
1. MICE 인프라 구축	74
2. MICE 산업 기반강화	77
3. MICE 산업 인력양성 및 연구기능 강화	80
제 5 장 요약 및 정책제언	83
제 1 절 연구의 요약	83
제 2 절 정책제언	84

표 목 차

〈표 2-1〉 MICE 산업의 정의	9
〈표 2-2〉 공급측면에서 MICE 산업의 범위	10
〈표 2-3〉 MICE 산업 통계를 위한 분류기준	11
〈표 2-4〉 MICE 산업 관련 법 및 관계기관	17
〈표 2-5〉 국제회의산업 육성 기본계획	18
〈표 2-6〉 문화체육관광부 MICE 산업 지원예산 규모	19
〈표 2-7〉 주요 지자체별 MICE산업 지원체계	22
〈표 2-8〉 각 지역별 MICE 특화전략	22
〈표 2-9〉 부산시 컨벤션 개최현황	24
〈표 2-10〉 부산시 컨벤션 업체 현황	24
〈표 2-11〉 국내 국제회의 개최현황(2007~2011)	27
〈표 2-12〉 연도별 국내 국제회의 개최현황(1999~2011)	28
〈표 2-13〉 전시컨벤션센터 현황 및 확장계획	30
〈표 2-14〉 우리나라 MICE 관련 업체현황(2009~2011)	31
〈표 2-15〉 MICE 관련 교육과정 운영현황	31
〈표 2-16〉 국내 Meeting & Convention 참가자 체류형태(2011년 기준)	32
〈표 2-17〉 국내 Meeting & Convention 참가자 소비현황 현황(2011년 기준)	32
〈표 2-18〉 국내 Meeting & Convention 참가자 연계 관광활동 현황(2011년 기준)	33
〈표 2-19〉 싱가포르 공간복합화 사례	37
〈표 2-20〉 2004~2008 싱가포르 관광수입	38
〈표 2-21〉 ‘Tourism 2015’ 추진목표	38
〈표 3-1〉 지역 및 시설유형별 회의장 면적	47
〈표 3-2〉 전라북도 MICE 개최 관련시설 현황	48
〈표 3-3〉 스포츠 주요시설 현황	49
〈표 3-4〉 지역별 MICE 개최현황(2009~2011)	50
〈표 3-5〉 전라북도 MICE 행사의 행사기간별 개최비율	51
〈표 3-6〉 MICE 참가자 현황(2011)	52

〈표 3-7〉 전라북도 MICE 행사 참가규모별 개최건수	53
〈표 3-8〉 시도별 국제회의 개최현황(2010~2011)	54
〈표 3-9〉 시도별 국제회의 개최현황(2007~2009)	55
〈표 3-10〉 우리도 최근 3년간 유치현황	56
〈표 3-11〉 연도별 전라북도 유치대상 국제행사	57
〈표 3-12〉 기타 검토중인 국제행사(11건)	57
〈표 3-13〉 유치대상 행사(2013-2014년)	58
〈표 3-14〉 분야별 유치대상 중장기 국제행사 목록	59
〈표 3-15〉 지역내 총생산 성장률	61
〈표 3-16〉 국내 MICE산업 총괄 경쟁력 평가현황	63
〈표 3-17〉 전라북도 연도별 분야별 전시컨벤션 수요 추정 결과	64
〈표 3-18〉 KDI 예측방식을 사용할 경우의 전라북도 전시컨벤션센터 수요 추정 결과	64
〈표 3-19〉 설문대상업체 지역별 분포현황	65
〈표 3-20〉 순위별 전라북도 특화 가능 분야	65
〈표 3-21〉 전시회 개최지 선정시 결정요인의 중요도	66
〈표 3-22〉 전주 전시컨벤션센터의 경쟁력	66

그림 목 차

〈그림 2-1〉 MICE 산업 분류체계	10
〈그림 2-2〉 세계 및 아시아지역 회의시장 동향 (1999~2010년)	13
〈그림 2-3〉 아시아 주요국의 회의시장 동향 (1999~2010년)	14
〈그림 2-4〉 융복합적 MICE산업과 비즈니스 관광산업	15
〈그림 2-5〉 MICE산업의 구조	16
〈그림 2-6〉 한국 MICE 육성협의회(Korea MICE Alliance) 조직도	20
〈그림 2-7〉 연도별 전시회 개최 건수	28
〈그림 2-8〉 연도별 국제회의 개최현황 및 외국인 참가자 수	29
〈그림 2-9〉 국내 전시컨벤션센터 건립현황	29
〈그림 2-10〉 싱가포르의 관광허브 조성 정책변화	36
〈그림 2-11〉 싱가포르 정부의 세계도시 추진기구 구성	37
〈그림 2-12〉 싱가포르의 최근 5년간 MICE 시설 면적 및 개최건수	39
〈그림 3-1〉 전시컨벤션센터 공간계획도	44
〈그림 3-2〉 군산새만금 컨벤션센터 조감도	45
〈그림 3-3〉 군산새만금 컨벤션센터 비전 및 추진전략	46
〈그림 3-4〉 광역자치단체별 MICE 개최현황(2011년)	51
〈그림 3-5〉 시도별 국제회의 개최현황(2010-2011)	53
〈그림 3-6〉 지역별 MICE 사업체 분포도	56
〈그림 3-7〉 전라북도 산업별 비중	60
〈그림 3-8〉 산업별 성장률 추이	61
〈그림 3-9〉 MICE 산업에 대한 지역경쟁력 평가결과	62
〈그림 4-1〉 전라북도 MICE 산업 발전비전 및 세부과제 도출	73
〈그림 4-2〉 MICE 복합화의 유형	76

제 1 장

서 론

- 제 1 절 연구의 배경 및 목적
- 제 2 절 연구의 범위 및 방법

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

- 고부가가치를 창출하는 MICE 산업은 서비스 산업의 새로운 성장동력 뿐만 아니라 회의관광(business tourism) 이라는 미래 관광산업 분야로 성장 중에 있음
- MICE 산업의 개념과 범위는 국가별로 다르게 규정하기도 하나 일반적으로 Meeting(기업회의), Incentive Travel(기업주관 보상여행), Cenvention(국제회의), Exhibition(전시)를 유지하여 서비스를 제공하는 과정과 관련 시설을 통칭함
 - 캐나다는 MC&IT(meeting, convention, incentive travel)로 호주는 Business event로 규정하고 있음(현대경제연구원, 2011)
- MICE 산업은 서비스와 장치산업이 결합된 융합산업으로 연관 산업 간에 시너지 효과가 크고 일자리 창출에 기여가 높아 전 세계적으로 MICE 산업에 대한 관심이 높아지고 있음
 - 특히, 아시아 지역은 최근 10년간('99~'08) 국제회의 수요시장이 85.4%로 크게 성장하였고, MICE 관련 시설규모 역시 빠르게 확대되고 있음
- 정부는 2009년 MICE 산업을 신성장 동력산업의 하나로 선정하였으며, 새정부에 서도 MICE 산업 육성 및 지원 방안이 강화될 것으로 예측됨
 - MICE 산업 관련 법령·제도개선과 예산 등 육성·지원 방안모색 중이며, 특히 MICE 시설을 중심으로 복합단지 육성방안을 검토 중에 있음
- 국내 지방자치단체에서도 지역발전을 목적으로 MICE 산업 육성 및 지원 방안을 강화하고 있어 지역간 MICE 산업의 경쟁이 심화될 것으로 예상됨
 - 서울시, 부산시 등이 컨벤션시설과 관광호텔, 쇼핑시설 등을 연계한 복합화를 추진해왔으며, 경기도 등 많은 지자체에서 MICE 산업을 신성장동력 산업으로 육성하기 위한 조례제정 및 컨벤션 뷰로를 운영하고 있음

- 전라북도는 민선 5기 이후 MICE 산업을 지역의 중요 성장동력 산업으로 육성하기 위하여 전담부서(국제회의 담당, 컨벤션 담당)를 강화하였으나 MICE 산업 육성에 대한 구체적인 로드맵이 아직 설정되지 않은 상태임
- 현재 전라북도 컨벤션 산업은 전주, 무주, 부안을 중심으로 성장하고 있는 추세이며, 2016년 전주전시컨벤션센터 개관을 기점으로 전시산업을 포함한 컨벤션산업의 규모가 크게 성장할 것으로 예측됨
 - 2013년에 제15차 세계대표자 대회 및 수출상담회(35개국 450여명), 제14차 걸스카우트 국제야영대회(30개국 7,000여명) 등의 국제행사가 계획되어 있으며, 2015년 태권도 세계선수권 대회 유치 등에 많은 노력을 기울이고 있음
- 지식집약적인 MICE 산업의 특성상 관련 시설 및 소프트 인프라가 중요함에도 전라북도는 아직 이러한 기반이 미흡하여 집중적인 육성에 어려움이 있음
 - 서울, 부산, 경기도 등 MICE 산업 선도지역이 추진하고 있는 전략으로 MICE 산업의 육성을 추진하기에는 道가 가지고 있는 여건에 많은 한계점이 있기 때문에 전라북도만의 MICE 산업 육성전략 수립이 필요함
- 전라북도 MICE 산업을 육성하기 위해서는 현재 전라북도의 MICE 산업 육성여건을 진단하고, 중단기적으로 MICE 산업을 육성하기 위한 특성화된 전략수립과 체계적, 종합적인 정책추진의 필요성이 제기되고 있음

2. 연구의 목적

- 본 연구의 목적은 전라북도 성장동력산업으로 MICE 산업을 육성하기 위한 종합적인 발전전략과 추진계획을 수립하는데 있음
- 전라북도 MICE 산업의 현황진단과 여건분석을 통해 MICE 산업의 중장기 발전 방향을 설정하고, MICE 산업의 현실적·단계적 육성을 위한 중단기 정책방향을 제시하고자 함
- 특히, 전라북도 MICE산업을 활성화시키기 위해 전북도가 어떠한 역할을 해야 하는지를 중심으로 세부 추진과제를 도출하고자 함

제 2 절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

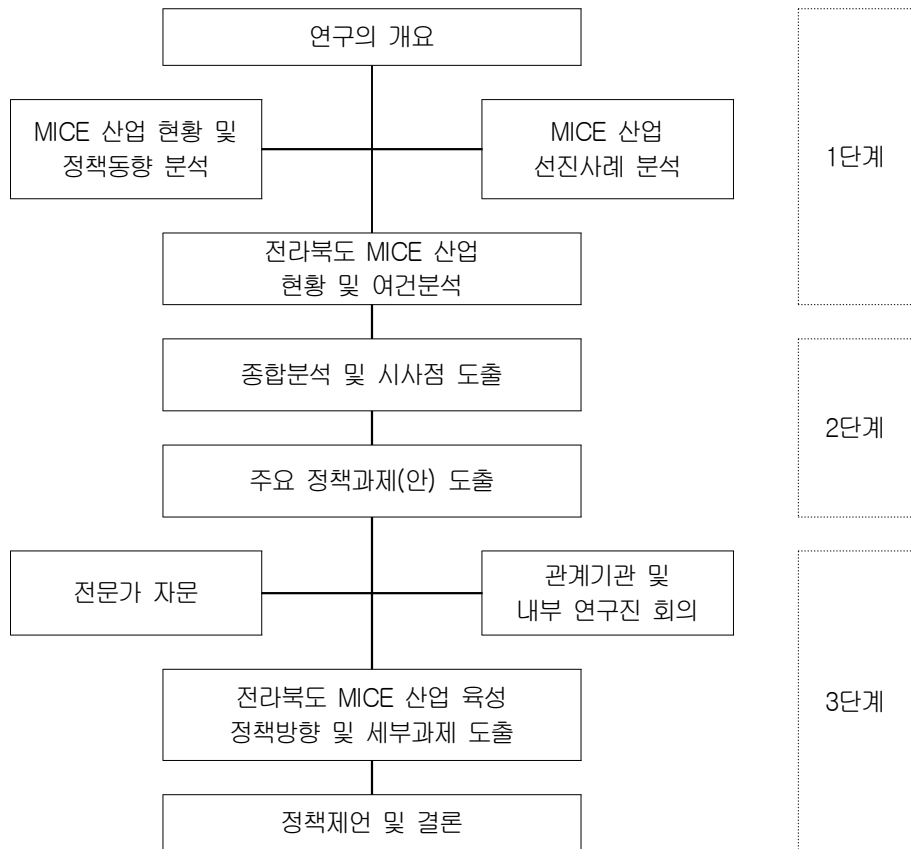
- 본 연구의 공간적 범위는 전라북도 전역을 포함하며, MICE 산업의 선진사례분석을 위해 국내의 선진사례지역을 분석대상에 포함함
- 연구의 내용적 범위는 다음과 같음
- MICE 산업 현황 및 관련 정책동향 분석
 - 국내·외 MICE 산업 동향 및 발전전망 분석
 - 중앙정부 및 국내 자자체 MICE 산업 육성정책 분석
 - 국내·외 MICE 산업 선진사례분석
 - 국내 MICE 사업체 및 인력현황 분석
- 전라북도 MICE 산업 여건분석
 - 전라북도 지역산업 여건분석
 - MICE 개최현황 분석
 - MICE 산업 인프라 (MICE 개최시설, 숙박인프라, MICE 산업 관련 업체)
 - 종합분석 및 문제점
- 전라북도 MICE 산업 육성비전 및 전략
 - 전라북도 MICE 산업 발전 비전 및 목표
 - 추진전략 및 주요 정책과제
- 정책과제별 세부 추진계획
 - 세부 추진계획 및 추진체계

2. 연구의 방법

1) 연구방법

- 문헌연구 : 정책동향분석 및 전라북도 MICE 산업 육성 여건분석
- 사례연구 : 국내외 MICE산업 육성사례 분석
- 전문가 의견조사 : 중점과제 도출 및 세부 추진전략
- 전문가 자문 및 인터뷰

2) 연구 수행절차



제 2 장

MICE 산업 현황 및 정책동향

- 제 1 절 국내 · 외 MICE 산업 동향
- 제 2 절 MICE 산업 관련 정책동향
- 제 3 절 국내 MICE 산업 현황
- 제 4 절 해외 MICE산업 육성정책 추진사례

제 2 장 MICE 산업 현황 및 정책동향

제 1 절 국내·외 MICE 산업 동향

1. MICE 산업의 개념 및 중요성

1) MICE 산업의 개념

- MICE는 회의(Meeting), 인센티브(Incentive), 컨벤션(Convention), 전시회(Exhibitions) 4개 비즈니스 분야를 나타내는 신조어¹⁾로 21세기 대중화되었음
- MICE 산업의 개념은 연구자에 따라 조금씩 차이가 있으나 국제기관, 협회 등이 정보교류 및 토론을 목적으로 하는 회의와 비즈니스를 주 목적으로 하는 기업 주최회의를 포괄하는 용어로 쓰이고 있음

〈표 2-1〉 MICE 산업의 정의

구분	M	I	C	E
안경모 외	Meeting (스페셜회의)	Incentive Tour (기획관광)	Convention (국제행사)	Exhibition (특별전시)
김철원	Meeting (국내외 회의)	Concentive (Incentive and Convention)	Convention (전시를 동반한 국제회의)	Exhibition (산업전시)
이창현	Meeting (전시를 동반하지 않는 모든 회의)	Incentive Events (인센티브여행제외)	Convention (전시를 동반한 국제회의)	Exhibition (Trade Show / Public Show)
한국관광공사	Meeting	회의를 겸한 관광활동	Conventions (2일이상 지속되는 회의)	Exhibition (회의와 함께 운영하는 전시회)
지식경제부	Meeting (기업회의)	Incentives (포상관광)	Convention	Events (국제행사)

자료 : 현대경제연구원(2010). 「MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안」

- 수요자 관점에서 MICE 산업은 행사 유형 및 성격에 따라 정부회의, 협회회의, 기업회의, 보상관광, B2B 또는 B2C 전시회 등으로 분류됨

1) 1990년대 중반 아시아, 대양주 등 후발 대륙 국가들 사이에서 고부가가치산업 육성 차원에서 도입되었으며, 영국, 호주 등 일부 선진국에서는 이 보다 포괄적인 개념으로 '비즈니스 이벤트(Business Event)'라는 용어를 사용함

M	Meetings	Meeting & Convention	정부회의(Government Meeting)	Ex) 2009 UN 실크로드 메이어스 포럼	
			협회회의(Association Meeting)	Ex) 제 7회 국제나노기술심포지엄	
I	Incentives		기업회의(Corporate Meeting)	Ex) 2009 동부화재 합동 정보미팅	
			Conventions, Conference, Congress	Incentives	보상관광
E	Exhibitions		Exhibition	Trade Show : B2B 전시회	Ex) 2011 세계태양에너지엑스포
				Public Show : B2C 전시회	Ex) 2011 서울모터쇼

자료 : 한국컨벤션전시산업연구원(2012). 「경기도 MICE 산업 중장기 육성방안」

〈그림 2-1〉 MICE 산업 분류체계

- 공급적인 측면에서 MICE 산업의 범위는 국제회의 기획업체, 전시 및 행사대행업체 등의 MICE 서비스 공급자와 컨벤션뷰로, 여행사 등의 중개인을 포함함
 - 광의의 관점에서는 시설산업, 운영산업, 교통산업 등의 후방산업을 MICE 산업에 포함시키기도 하나, 아직까지 객관적인 분류에는 어려움이 있음

〈표 2-2〉 공급측면에서 MICE 산업의 범위

구 분		유 형	설 명
협의 관점	MICE 서비스공급자	국제회의 기획업체	다양한 공급자로부터 시설과 서비스를 구매하여 개최자에게 MICE행사 서비스를 제공
		전시 및 행사 대행업체	
		회의 및 전시 시설업체	
	중개인	컨벤션뷰로, 여행사	MICE 공급업체를 MICE공급자와 개최자에 연결
광의 관점	후방산업	시설 산업	회의장소와 시설, 숙박장소 등을 제공하는 서비스
		운영 산업	식·음료산업, 오락산업, MICE 전후 관광 서비스
		교통 산업	행사지 접근을 위한 교통, 물품 수송 서비스

자료 : 현대경제연구원(2010), MICE 산업 육성을 위한 선진화 방안

- 한국관광공사에서는 매년 MICE 산업통계를 발표하고 있으며, 이때 'MICE 산업'의 범위는 <표 2-3>과 같이 규정하고 있음

<표 2-3> MICE 산업 통계를 위한 분류기준

종 류	정 의	범 위	
Meeting	아이디어 교환, 토론, 정보교환, 사회적 네트워크 형성을 위한 각종 회의	국 제	외국인 참가자가 10명 이상이며 동시에 전체 참가자가 10명 이상인 정부/공공·협회/학회·기업회의로 전문전시컨벤션시설, 호텔 및 리조트 등의 회의시설 등에서 4시간 이상 개최되는 회의. 단 UIA 기준에 포함되는 회의는 제외(국제회의 1 포함)
		국 내	외국인 참가자가 10명 미만이며 전체 참가자가 10명 이상인 정부/공공·협회/학회·기업회의로 전문전시컨벤션시설, 호텔 및 리조트 등의 회의시설 등에서 4시간 이상 개최되는 회의. 단 UIA 기준에 포함되는 회의는 제외(국제회의 1 포함)
Incentive Tour	조직원들의 성과에 대한 보상 및 동기 부여를 위한 순수 보상 여행 및 보상 관광 회의	국 제	외국에서 국내로 오는(Inbound) 외국인이 10명 이상 참가하며 국내 숙박시설에서 1박 이상 체류하는 보상관광
		국 내	국내 기업 종사원이 국내 리조트 등 숙박시설에서 1박 이상 체류하는 보상관광
Convention	아이디어 교환, 토론, 정보교환, 사회적 네트워크 형성을 위한 각종 회의	국 제 1	UIA(Union of International Association) 기준 ²⁾ 에 부합하는 정부/공공·협회/학회·기업회의
		국 제 2	외국인 참가자가 10명 이상이며 동시에 전체 참가자가 10명 이상인 정부/공공·협회/학회·기업회의로 전문전시컨벤션시설, 호텔 및 리조트 등의 회의시설 등에서 4시간 이상 개최되는 회의. 단 UIA 기준에 포함되는 회의는 제외(국제회의 1 포함)
		국 내	외국인 참가자가 10명 미만이며 전체 참가자가 10명 이상인 정부/공공·협회/학회·기업회의로 전문전시컨벤션시설, 호텔 및 리조트 등의 회의시설 등에서 4시간 이상 개최되는 회의. 단 UIA 기준에 포함되는 회의는 제외(국제회의 1 포함)
Exhibition	유통·무역업자, 소비자, 일반인 등을 대상으로 판매, 홍보, 마케팅 활동을 하는 각종 전시회	국 제	전시산업발전법 ³⁾ 에 의한 전시회로 100명 이상의 외국인 구매자가 참가 등록한 무역전시회, 소비자전시회 및 혼합전시회(1일이상)
		국 내	전시산업발전법에 의한 전시회로 100명 미만의 외국인 구매자가 참가 등록한 무역전시회, 소비자전시회 및 혼합전시회(1일이상)

자료 : 한국관광공사(2012). 「2011 MICE 산업통계 조사·연구」

- 2) UIA에서 인정하는 현행 국제회의의 기준 : ① 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의로 총 참가자수가 50명 이상인 회의 ② 국제기구에 의해 주최되거나 후원되지 않더라도, 국내단체 또는 국제기구의 국내지부가 주최하는 회의로 '참가국수 5개국 이상, 총 참가자수 250명 이상이거나 전시회를 동반한 경우(인원상관없음), 참가 외국인 비율 40% 이상, 회의기간 2일 이상' 인 조건을 모두 만족하는 회의
- 3) 1. "국제박람회에 관한 협약" 에 따라 박람회 국제사무국 총회에 등록하거나 박람회 국제사무국 총회에서 승인한 박

2) MICE 산업의 중요성

(1) 교역확대와 산업발전의 수단

- MICE 산업은 산업정보 교류 및 구매정보의 원천으로서 국가간, 도시간 교역확대와 산업발전의 수단으로서 중요성이 부각되고 있음
 - 특히, 전시회(Exhibition)는 첨단기술과 산업정보를 통해 교역을 확대하는 수단이 되어 가고 있으며, 독일의 경우 교역의 60-70%가 전시회를 통해 성사됨
- 최신정보와 기술습득, 신지식의 생산·유통 채널로서, MICE 산업은 미래형 지식 기반산업(knowledge-based industry)의 핵심으로 대두되고 있음

(2) 전후방 경제적 파급효과가 큰 산업

- MICE 산업은 지식기반 서비스산업으로 경제파급효과와 고용창출에 효과가 큰 미래형 신성장동력 산업으로서 중요성이 큼
 - 1차적으로는 컨벤션 관련 설비산업과 서비스 산업에 대한 영향이 크지만 전후방 연관산업의 규모가 크기 때문에 경제적 파급효과가 큰 것으로 나타남
- MICE 산업은 국제회의, 전시회 등 연관산업(예: 항공, 음식료, 숙박, 장치, 쇼핑)에 미치는 경제적 파급효과가 큰 산업으로 내수관광 활성화에 효과적 산업임
- MICE 참가자는 일반 관광객에 비해 지출규모가 2.8배 높기 때문에 관광산업에 서도 MICE 산업의 육성은 매우 중요한 과제로 대두되고 있음

(3) 이미지 제고에 기여

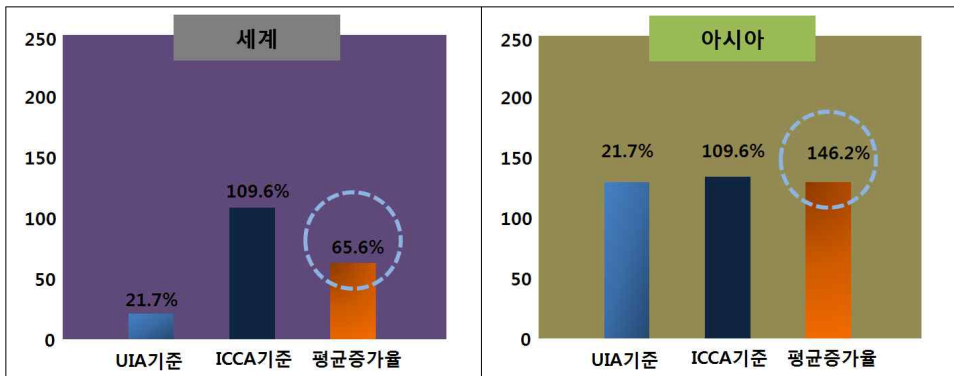
- MICE 산업은 지식교류에 큰 역할을 하며 개최도시와 국가이미지 제고 및 브랜드 가치 창출에 기여한다는 측면에 매우 긍정적으로 평가되고 있음

람회 2. 다음 각 목의 어느 하나에 해당되는 상설 또는 비상설 전시회 가. 옥내와 옥외 전시면적이 2천 제곱미터 이상일 것 나. 100명 이상의 외국인 구매자가 참가 등록할 것 3. 그 밖의 상설 또는 비상설 전시회로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 요건을 갖춘 전시회 중 법 제 7조에 따라 등록된 전시주최사업자의 신청에 의하여 지식경제부장관이 전시산업 발전을 위하여 필요하다고 인정하는 전시회 가. 옥내와 옥외 전시면적이 1천 제곱미터 이상일 것 나. 10개 이상의 전시부스를 갖춘 것

2. 세계 MICE 산업 동향

1) 아시아 주도로 MICE 산업의 지속성장 중

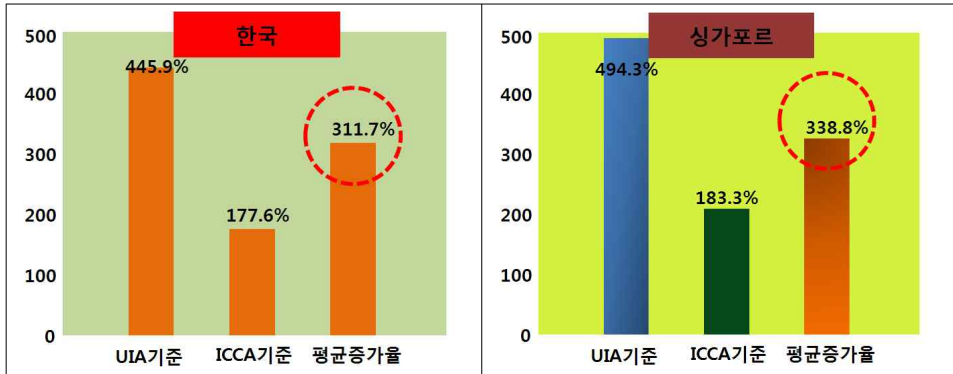
- 세계 전시·컨벤션 시장의 규모는 2008년 기준 약378조원으로 추정되며, 전 세계 MICE 산업의 88%, 수요의 82%는 G20 국가에서 차지하고 있음
 - MICE 산업은 컨벤션센터는 물론 숙박, 쇼핑, 항공, 관광 식음료 서비스와 같은 인프라와 문화적 요소를 바탕으로 한 엔터테인먼트 요소까지 갖추어야 성공가능한 전형적인 선진국형 서비스산업이기 때문에 선진국을 중심으로 발달함
- 세계 회의시장 통계집계 기관인 UIA(Union of International Association) 및 ICCA(International Congress and Convention Association)의 집계에 따르면, 1999년-2010년 간 세계 회의시장은 평균 65.6% 성장하였으며, 아시아지역은 이의 2.253배에 다하는 146.2% 성장한 것으로 나타남
 - 2009년 기준 유럽이 세계 MICE 산업의 54.1%를 점유하고 있으나, 최근 약 10년 사이 아시아 지역의 MICE산업이 급성장 하면서 산업성장을 주도하고 있음



〈그림 2-2〉 세계 및 아시아지역 회의시장 동향 (1999~2010년)

- 한국, 중국, 일본 등 아시아 3국을 중심으로 MICE 산업에 대한 투자확대와 유치 경쟁이 치열해짐에 따라 아시아 시장의 성장율은 지속될 것으로 예상됨
 - 일본은 ‘2010년을 MICE 해’ 지정·집중 육성한 결과, ‘10년에는 일본이 싱가포르를 제치고 아시아 1위로 도약하였음(‘09년 대비 3배 증액, 200억엔)

- 싱가포르(338.8%)와 한국(311.7%)의 회의시장은 일본(146.5%)과 중국(146.6%) 시장에 비해 빠른 속도로 증가하고 있는 것으로 분석됨



〈그림 2-3〉 아시아 주요국의 회의시장 동향 (1999~2010년)

- 지식경제사회로의 진전이 지속됨에 따라 MICE 산업은 지속적 성장이 예상되며, 특히 아시아 주요국의 공격적인 시장개발 및 정책적 지원이 강화됨에 따라 이들 지역을 위주로 세계회의시장이 꾸준한 성장을 이어갈 것으로 전망됨
 - 세계적으로 국제회의 개최건수가 정체상태에 있어 이의 선점을 위한 세계 각국의 경쟁이 심화되고 있으며, 시아권은 싱가포르, 일본, 중국 등의 공격적인 해외마케팅으로 유치경쟁이 치열해지고 있음

2) 전시장 등 MICE 인프라 확충 경쟁의 지속

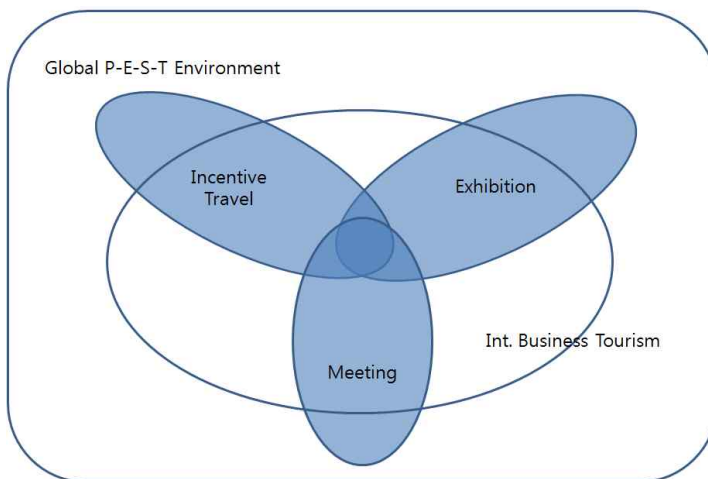
- 세계 전시컨벤션 인프라시설 규모는 전 세계적인 경제침체에도 불구하고 지속적으로 확장되고 있으며, 특히 세계 각국의 전시장 인프라에 대한 투자 확대로 전시장 공급면적이 꾸준히 증가하고 있음
 - UFI⁴⁾의 조사결과에 따르면 2006년~2011년 기간 중 세계 전시장 공급면적은 총 340만㎡(12%) 확장되었으며, 이 중 신규 건립된 전시장은 57개(180만㎡)로 전체 증가면적의 54%에 달하는 것으로 나타남

4) 국제전시연합(The Global Association of the Exhibition Industry)

- 컨벤션센터 역시 신규 건립 또는 확장이 가속화되고 있으며, 인프라의 경쟁력 강화를 위해 센터 주변시설을 복합적으로 개발하거나 복합화를 추진하는 MICE Complex 조성이 증가하고 있음
 - 베네치안 마카오(2007년), 마리나베이샌즈(2010년), 리조트월드센토사(2010년) 등 최근 건립된 전시컨벤션시설은 전시장과 회의장 외에도, 호텔, 쇼핑, 레스토랑, 공연시설, 스포츠 및 예술·문화시설을 집적화 된 형태로 개발
 - 행사 참가자들의 부가적 활동과 만족도를 제고하기 위해서 다양한 활동을 병행할 수 있는 컨벤션 인프라 경쟁력을 강화하고 있음

3) MICE 산업과 관광산업의 융복합 가속화

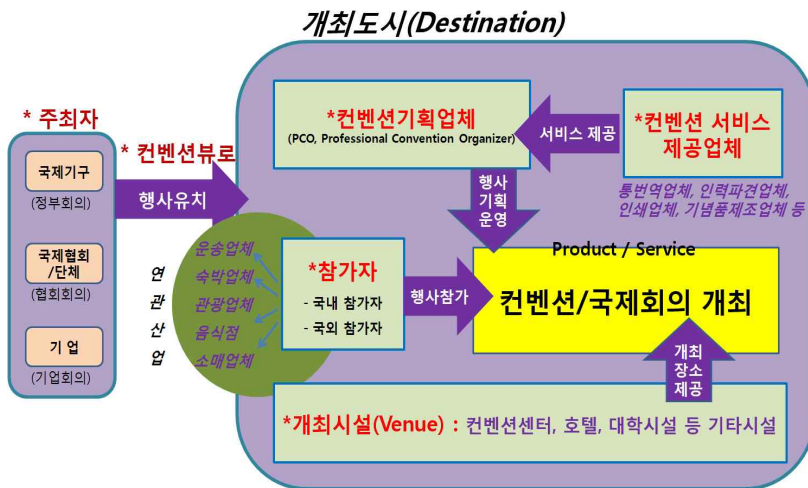
- MICE 산업이 관광, 문화, 무역 등 융복합적 산업으로 부상하면서 산업적 범위와 규모는 점차 확대되는 추세임. 특히, 인센티브 투어, 전시, 각종 회의 등이 관광산업과 연계되면서 ‘비즈니스 관광’ 형태로 융복합이 가속화되고 있음
- MICE 산업과 관광산업의 융복합화에 따라 다양한 기능을 충족시킬 수 있도록 전시컨벤션시설의 복합단지화 경향이 두드러지게 나타나고 있음
 - 최근 급성장하고 있는 싱가포르, 마카오, 홍콩 등은 MICE 산업 본래 기능에 관광, 쇼핑, 오락, 문화체험 등을 결합한 복합단지의 성공사례라 할 수 있음



〈그림 2-4〉 융복합적 MICE산업과 비즈니스 관광산업

4) 도시마케팅 전략으로서 MICE 산업 육성전략 증가

- MICE 산업은 주최자(수요자)와 개최도시(공급자), 그리고 이를 중개하는 컨벤션뷰로(중간자) 등 다양한 주체들간 복합적인 사회·문화·경제적 활동으로 구성됨
- 개최도시에 전·후 관광서비스, 교통·물류시설 등의 전후방산업 등 연관산업에 미치는 파급효과가 크고 관련 고용창출이 크기 때문에 세계 많은 국가와 도시가 지역발전의 미래성장동력산업으로 MICE 산업을 육성하는 사례가 늘고 있음



자료 : 경기도 MICE 산업 중장기 육성전략(2012)

〈그림 2-5〉 MICE산업의 구조

제 2 절 MICE 산업 관련 정책동향

1. MICE 산업의 정부 정책동향

1) MICE 산업 관련 법 및 관계기관 현황

- 세계적으로 MICE 산업에서 전시와 회의산업이 통합되는 추세에 있으나, 국내 MICE 산업과 관련한 법 및 행정지원체제는 전시산업과 컨벤션 산업으로 구분됨
- 산업·무역 중심의 전시산업은 지식경제부에서 주관하며 관광 중심의 회의산업과 국제회의는 문화체육관광부가 담당하여 관련 법령 및 계획을 수립해왔음
 - 회의산업은 「국제회의산업 육성에 관한 법률」에 법적기반을 두고 있으며, 문화부는 이에 근거하여 국제회의산업 육성기본계획을 수립하고 있음
 - 전시산업은 전시산업발전법(2008년 제정)에 근거하여 관련산업을 지원하고 있음

〈표 2-4〉 MICE 산업 관련 법 및 관계기관

구분	전시산업	회의산업
담당기관	지식경제부, KOTRA, 전신산업진흥회	문화체육관광부, 한국관광공사, 한국MICE 산업협회
법적근거	전시산업발전법	국제회의산업 육성에 관한 법률 관광진흥법
주요기능	수출확대를 위한 전시회 개최지원	국제회의, 보습관광유치, 개최지원
관련 공기업	대한무역투자진흥공사(KOTRA) 전략마케팅본부 내 전시컨벤션센터	한국관광공사(KTO) 코리아MICE 뷰로
주요단체	한국전시산업진흥회(AKEI) (사)한국전시서비스업협회(KESPA) (사)한국전시주최자협회(KEOA) (사)한국전시장치협회(AKEC)	(사) 한국MICE 협회(KCA) 한국 PCO 협회(KAPCO) 한국컨벤션산업협의회

〈표 2-5〉 국제회의산업 육성 기본계획

구분	주 요 내 용
<p>목표</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 UIA 기준 국제회의 230건 개최 • 국제회의 외화획득 2억5천만 달러 달성 • 국내총생산(GDP) 비중 0.04%로 증대 • 지방 국제회의시설 3개소 확충, 민관협력의 컨벤션뷰로 10개 설립
<p>기본방향</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수요 및 시장의 확대 • 조직·제도의 정착 • 시설의 다용도 활용 및 민간참여 확대
<p>추진전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 국제회의 산업기반 확대 및 국제경쟁력 제고 <ul style="list-style-type: none"> - 국제회의기획업 집중육성 등 관련사업체 확대 - 전문화, 국제화 등을 통한 경쟁력 향상 • 컨벤션센터, CVB, PCO의 내실화 및 유기적 협력체계 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 관련기관의 유기적 연계를 통한 유치확대 및 개최능력 향상 - 컨벤션뷰로 예산지원 확대를 통한 연계역할 강화 • 조직·제도적 지원확대를 통한 국제회의 유치경쟁력 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 지원제도의 도입을 통한 산업발전 촉진 - 국제회의의 양적성장과 함께 질적 향상 추진 • 시장경쟁요소의 도입 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 컨벤션센터, 컨벤션뷰로에의 민간참여 확대 - 컨벤션뷰로의 자체 수익사업 발굴을 통한 사업자금 조달비중 확대 - 경영실적 평가 등 성과평가와 예산지원의 연계강화 • 국제회의와 전시회 부문의 상호협력 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 국제회의와 전시회의 동시개최 확대 추진 - 관련기관의 협력확대 및 공동활동 전개를 통한 시장확대 효과

2) 이명박 정부의 MICE 산업 육성 지원정책

(1) MICE 산업에 대한 국가적 육성이지 표명

- 2008년 정부의 관광경쟁력 강화회의에서 MICE 산업 육성의 필요성이 제기되면서 중앙정부 차원의 MICE 산업 육성에 대한 논의가 본격화되었음
- 2009년 17대 국가신성장동력 산업에 MICE 산업을 포함하면서 MICE 산업의 육성 및 지원을 위한 정책이 구체화·본격화되기 시작하였음
 - GDP 대비 MICE 산업 비중 목표: ('07년 0.45% → '18년 1.5%)

- 산업규모 목표 : '07년 4조 1,150억원규모 → '18년 22조 3,420억원
- 일자리 창출: '07년 88,000명 → '18년 47만 8,000명
- 2010년 국가경쟁력 강화위원회에서는 “전시회의산업 발전방안”을 발표함으로써 MICE 관련 지원정책이 다시 대두되기 시작하였고, 2010년 G20 개최를 계기로 지역에서도 MICE 산업에 본격적인 관심을 가지기 시작하였음
- 문화부는 국제회의 시설 보유현황, 개최실적, 육성계획 바탕으로 국제회의도시를 지정하며, 국제회의도시로 지정되면 ‘국제회의산업 육성에 관한 법률’에 따라 교통과 숙박을 비롯해 전시컨벤션 기반시설 확충 등에서 우선 지원받게 됨
 - 문화체육관광부는 <관광진흥 5개년계획>에서부터 MICE산업을 육성하기 위하여 국제회의도시 지정 및 지원, 국제회의 유치 및 개최지원 전담조직 설립지원, 국제회의 전문인력 양성, 전문 컨벤션시설 확충 및 복합기능화 등을 추진함
 - 현재까지 2011년까지 서울, 부산, 대구, 광주, 제주, 창원, 대전, 창원, 인천 등 8개의 국제회의도시가 지정되어 있음
 - 문화체육관광부는 ‘외래관광객 1,000만명 시대를 위한 수용태세 개선’ 차원에서 MICE산업의 전략적 육성계획을 구체화 하였으며, 2012년을 ‘한국컨벤션의 해’로 지정하고 국내 MICE 산업의 경쟁력 강화를 위한 기반구축과 지역별 특화컨벤션 육성지원 정책을 실시하였음
- MICE 산업 지원을 위한 문화부 예산은 5년간 약 4배 정도 증가하였으며, 한국관광공사의 CVB 활동을 본격화하면서 MICE 산업 육성정책이 본격화되기 시작함
 - 2013년 문화부 MICE 산업 지원 예산은 2012년 대비 49억원(29.5% 증가)을 증액한 총 215억 2,500만원으로 책정하였음

〈표 2-6〉 문화체육관광부 MICE 산업 지원예산 규모

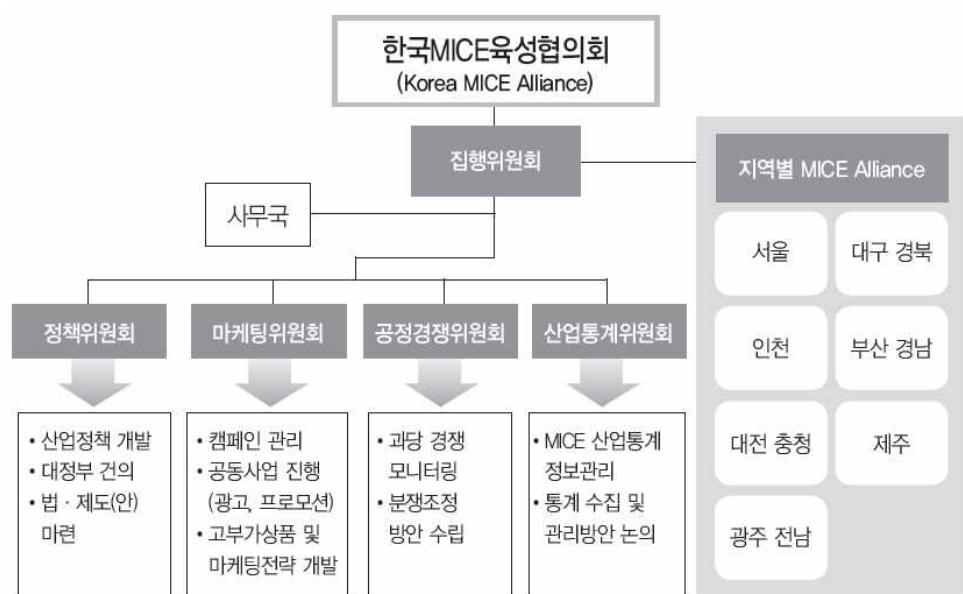
(단위 : 억원)

연 도	2008	2009	2010	2011	2012
예산액	45	80	121	139	166

자료 : 문화체육관광부 내부자료

(2) MICE 민관 협력시스템 구축

- 한국MICE육성협의회(Korea MICE Alliance)는 컨벤션 업계와 숙박, 항공, 여행업 등 다양한 분야의 협력체제로, MICE 유치 및 개최활동과 관련된 공동협력사업 활동을 추진하는 민관 협력협의체임
 - 한국관광공사와 61개 국내 MICE관련 공공기관, 지자체, 센터, 호텔, 학계 등으로 구성되어 있으며, 지역별 MICE Alliance 와 연계시스템을 구축함
- 지역 MICE Alliance는 지역 CVB를 중심으로 DMC, 컨벤션센터, 지자체, 숙박, 쇼핑·관광 등 지역 업체 간 전략적 제휴를 맺어 유치 협력에 힘쓰고 있음



〈그림 2-6〉 한국 MICE 육성협의회(Korea MICE Alliance) 조직도

3) 박근혜 정부의 MICE 산업 육성정책

- 새 정부에서도 고부가가치 관광산업으로서 MICE 산업을 육성하기 위한 정책을 구체화하고 있으며, 국내 MICE 산업의 활성화와 국제적 경쟁력 강화를 위하여 클러스터 차원에서 MICE 산업을 통합적으로 지원하는 제도를 구상 중에 있음
 - 창조경제 실현과 관광산업 발전을 위해 500인 이상 외국인이 참가하는 대규모 MICE 유치를 유도하기 위한 ‘MICE 복합지구’ 조성 계획을 발표하였음
 - ‘MICE 복합지구’는 경제자유구역에 준하는 특구 지정을 통해 세제 및 재정 등을 통합적으로 지원하는 것으로 현재 법안개정(안)이 의원발의 된 상태임
- 또한 지역특화형 MICE 산업 발전계획을 추진함으로써 MICE 광역거점을 조성하고 이를 중심으로 회의·편의시설 확충과 MICE 지원정책을 마련 중에 있음
 - 대구, 인천, 광주, 대전, 강원, 경남, 제주 등 광역 거점지역을 중심으로 회의·편의시설 확충과 MICE 지원정책을 마련 중에 있음

2. 타 지자체 MICE 산업 육성정책 추진현황

1) 지역별 MICE 산업 지원체계

- 우리나라 MICE 산업의 절대적인 규모는 증가했지만 대부분 행사 및 회의는 수도권에 집중되어 있기 때문에 지역 MICE 산업은 상대적으로 취약한 상황임
 - 특히, 국제회의는 국가적인 비약적 성장에도 불구하고 대부분의 행사가 수도권에 집중⁵⁾되어 지역의 MICE 산업의 성장은 한계에 부딪혀 있음
- 지방자치단체가 ‘90년대 이후 다양한 국제행사(국제회의, 박람회, 문화행사, 관광행사 등)를 유치·개최하면서 전시컨벤션센터를 중심으로 MICE 산업이 발전해옴
- 각 지자체에서는 전시컨벤션센터 중심의 지원체계, 즉 컨벤션 전담기구를 설립하여 MICE 산업 고도화를 위한 생태계 구축에 정책적 지원을 집중하고 있음

5) 2010년 UIA 기준 우리나라에서 개최된 국제회의의 48.9%가 서울에서 개최되었음

〈표 2-7〉 주요 지자체별 MICE산업 지원체계

구분	부산	서울	제주	경기(고양)	대구	광주
센터	BEXCO	COEX	ICC JEJU	KINTEX	EXCO	KDJ Center
육성 조례	국제회의산업 육성에 관한 조례	국제회의산업 육성에 관한 조례	관광진흥 조례	MICE 산업육성 조례제정 추진	국제회의산업 육성에 관한 조례	국제회의산업 육성에 관한 조례
전담 기구	(사)부산관광 컨벤션뷰로	서울컨벤션뷰로 *서울관광마케팅 주식회사	제주컨벤션뷰로 *제주관광공사	경기컨벤션 뷰로 (협력기관)	(사)대구컨벤션 뷰로 (7명)	(사)광주관광 컨벤션뷰로 (13명)
시도 담당	전시컨벤션과	관광과	관광정책과	경제정책과	국제통상과	국제협력관

2) 지역별 MICE 산업 특화방향

- 각 지역에서는 MICE 산업 경쟁력을 높이기 위해서 각 지역별 MICE 특화전략을 추진하고 있으며, 각 지역의 산업적 특성에 기반한 회의·전시산업의 특성화·차별화에 주력하고 있음
 - 그러나 실제 전시회의 경우 지역별 차별화에 한계가 있는 것으로 분석됨

〈표 2-8〉 각 지역별 MICE 특화전략

지 역	특 화 방 향
부 산	철도·물류 관련 대형회의 및 전시회와 해양레저관광 연계
대 구	섬유 패션산업, 그린에너지 산업과 한약, 한방관광과 연계
광 주	아시아문화중심수도, 광주비엔날레 개최도시의 특징을 살려 문화예술콘텐츠 및 음식관련 특화
대 전	과학기술 및 방위산업으로 특화를 시켜 대덕특구와 연계
창 원	창원공단으로 대표되는 기계공업과 우포습지로 대표되는 환경을 특화시킨 그린산업도시
제 주	아시아 최고의 비즈니스 휴양복합도시로 육성하고 중국 무비자를 활용하여 중국 인센티브 유치에 적극활용

자료 : 문화체육관광부 내부자료

(1) 서울특별시

- 서울시는 2011년 MICE산업을 서울시의 신성장동력 산업으로 육성하기 위한 「MICE 산업 육성계획」을 수립·발표하였음
- 서울시의 경제성장을 견인하기 위해서는 글로벌 경쟁력 강화가 필요하며, MICE 산업을 미래 경쟁력 섹터로 육성하기 위한 유·무형 인프라 지원정책을 추진할 계획을 수립하였음
- MICE 하드웨어 인프라 추가 건설을 통한 한류 cluster 구축, MICE 조직확장 및 능동적인 마케팅 활동 등이 제안되었음
 - 특히, 50명이상 참가하는 국제대회를 개최하는 학회와 협회에 최대 2억원을 지원하고 유치단계부터 행사개최 단계까지 종합지원서비스를 제공하는 'MICE 유치를 위한 맞춤형 지원정책'을 수립·시행중에 있음
- 싱가포르를 모델로 '서울시 글로벌화' 전략에 MICE 산업을 어떻게 접목할 것인가에 정책을 집중하고 있기 때문에서 전라북도에서 서울시 MICE 정책을 그대로 벤치마킹하기에는 어려움이 있음
 - 다만 국내에서 MICE 관련 사업체 연계, 인력양성, 관광상품개발 등에 대한 노하우가 가장 많이 축적되어 있기 때문에 동향을 주목할 필요가 있음

2) 부산광역시

- 부산광역시는 2013년 'MICE산업 육성 종합계획'을 수립하고 '2020년 MICE 세계 10대 도시'를 위한 5대 전략과 10대 주요과제를 선정 발표하였음
 - 5대 전략 : MICE 인프라 구축, MICE 산업기반 강화, MICE 유치역량 강화, MICE 인식 및 시민참여 제고, 글로벌 마케팅을 강화
 - 10대 과제 : 컨벤션 복합지구 조성, 지역 PCO/PEO 육성, 유망 전시·컨벤션 육성, 전문인력 양성 및 취업지원, 중대형 인센티브 역점추진, 유치·개최 총괄기능 강화, 벅스코 활성화, 부산 MICE WEEK 행사추진, 부산 MICE ROAD 조성 추진, 글로벌 MICE 도시홍보 마케팅 강화 등의 구체적 시행 방안 마련

- 2005년 국제회의도시로 선정되어 208년 아시아 6위, 세계 27위의 국제회의 도시로 성장하였음
 - 특히, 부산관광컨벤션뷰로 설립전('04년)보다 회의개최건수는 약 7배 이상 성장하였고, 참가자 수, 외국인 참가자수는 높은 성장률을 보이고 있음
- 부산은 2005년 APEC 정상회의를 시작으로 국제회의도시로서의 위상을 굳히고 있으며, 2011년은 아시아 4위, 세계 15위의 국제회의도시로 위상을 자리잡음

〈표 2-9〉 부산시 컨벤션 개최현황

구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
세계순위	73	41	45	27	37	17	15
아시아 순위	10	8	11	6	10	4	4
개최건수(건)	23	37	42	60	41	93	108

주 : '11년 국제회의의 기준: 5개국 이상, 총참가자 250명이상, 외국인 비율 40%이상, 2일 이상체류
 자료 : 국제협회연합(UIA)

〈표 2-10〉 부산시 컨벤션 업체 현황

구 분	전시주최자	전시장치 사업자	전시용역 사업자	회의주최자
업체 수	13	55	35	21

자료 : 한국전시산업진흥회('10. 12 기준 전시산업등록업체 현황)

(3) 경기도

- 경기도는 2013년 고양 한류월드에 한류관광 'MICE 복합지구' 조성 계획을 발표하면서, MICE산업 전담부서 설치 등 중장기적 서비스 산업 발전 및 육성을 위한 제도적·행정적 지원정책을 추진하고 있음
- 경기도는 '글로벌 융복합 MICE 허브 육성, 경기도'라는 MICE 산업 비전을 제시하고 1) 인프라 경쟁력 강화를 통한 경기도 MICE산업 발전기반 조성 2) 시장 수요 확대를 통한 지속적 성장잠재력 확충 3) 홍보마케팅 활성화를 통한 MICE 유치역량 강화 4) 경기도 MICE 산업구조 선진화 추진 5) 관광연계 및 부가가치 창출 확대를 통한 지역경제 활성화 등 5대전략 설정

(4) 대구광역시

- 대구시는 2003년 대구컨벤션뷰로를 설립하고, MICE·관광진흥센터 운영을 총괄하는 뷰로의 기능을 강화하고 있음
- 2011육상대회, 2015 세계물포럼 등 대규모 국제회의를 통한 컨벤션도시 이미지 확립에 주력하고 있으며, 2012년 대구시에서 개최된 국제회의 중 외국인 1,000명 이상 참가한 회의는 총 55건으로 1,198억원의 파급효과가 있는 것으로 분석됨

(5) 인천광역시(송도 국제도시)

- 기획재정부가 IFEZ(인천경제자유구역) 송도국제도시를 유망서비스산업 발전 허브로 개발하겠다고 밝히면서, 고부가가치 서비스 산업인 MICE 산업을 적극적으로 육성할 계획을 추진하고 있음
- 인천에는 GCF(Green Climate Fund. 녹색기후기금) 사무국을 비롯한 10곳의 국제기구가 입주하고 있기 때문에 이를 중심으로 글로벌 도시로 성장하기 위해서는 MICE 산업의 전략적인 육성이 필요할 것으로 예상됨
- 국제적 규모의 컨벤션센터인 ‘송도컨벤시아’와 전시장 ‘트라이볼’, 송도 글로벌 캠퍼스 등을 연계하여 MICE 산업을 ‘신성장 동력산업’으로 육성할 계획임

(6) 기타

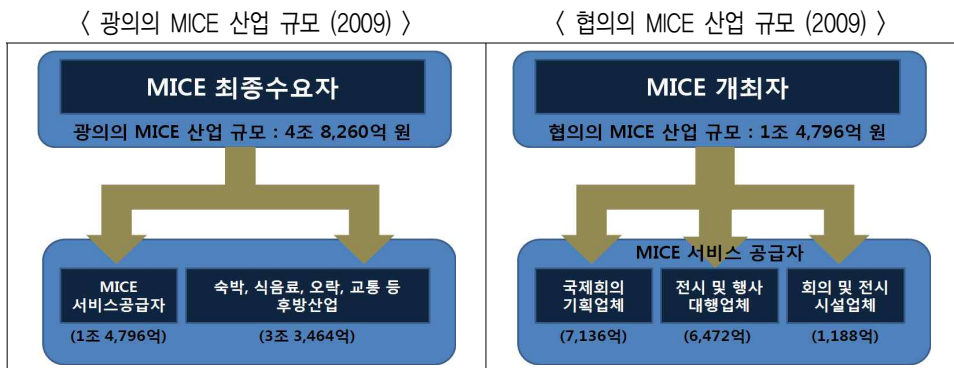
- 한국관광공사는 2012년 국제행사 개최지로서 한국의 전통문화와 자연자원 등 연계 관광상품집을 개발하였음
- 한국에 대한 개략적인 설명과 컨벤션투어 우수사례를 발간하였으나, 컨벤션센터가 있는 지역만을 중심으로 제작하였기 때문에 전라북도는 제외되었음
 - 전라북도가 이러한 국가단위의 MICE 홍보에서 제외됨으로써 단기 뿐만 아니라 중장기적으로서 지역홍보에 어려움을 겪을 것으로 예상됨

제 3 절 국내 MICE 산업 현황

1. 국내 MICE 산업 시장현황

1) 국내 전시·컨벤션 산업의 산업적 위상

- 2009년 기준 국내 MICE 산업의 수요는 세계 MICE 산업의 약 2.44%로 세계 12위를 차지하고 있으나, MICE 산업 공급비중은 세계 0.58%로 세계 25위 수준임
- MICE 연관산업의 규모는 2009년 기준 약 4조 8,260억원으로 추정되며, MICE 서비스 공급자를 중심으로 직접적인 산업과급효과가 1조 4,796억원, 숙박·식음료·오락 등 후방산업의 과급효과는 약 3조 3,464억원으로 추정됨
- MICE 서비스 공급업 중 국제회의 기획업체, 전시 및 행사 대행업체, 시설업체의 매출은 각각 7,136억 원(48%), 6,472억 원(44%), 1,188억 원(8%)임



자료 : 현대경제연구원(2010). 「MICE 산업 육성을 위한 선진화 방향」

주 : MICE 서비스 공급자의 매출액은 업체당 평균매출에 업체 수를 곱하여 추정

- 국내 MICE 산업의 GDP 대비 MICE 산업규모는 0.45%로 아직 MICE 선진국으로 분류되는 영국, 싱가포르, 호주 등의 1.5~2.5%에 비해 낮은 수준임⁶⁾
- 이는 MICE 산업의 부가가치 생산성이 선진국에 비해 낮은 것을 의미하며 전후방산업과의 산업적 구조가 아직 미약하다는 것을 의미함

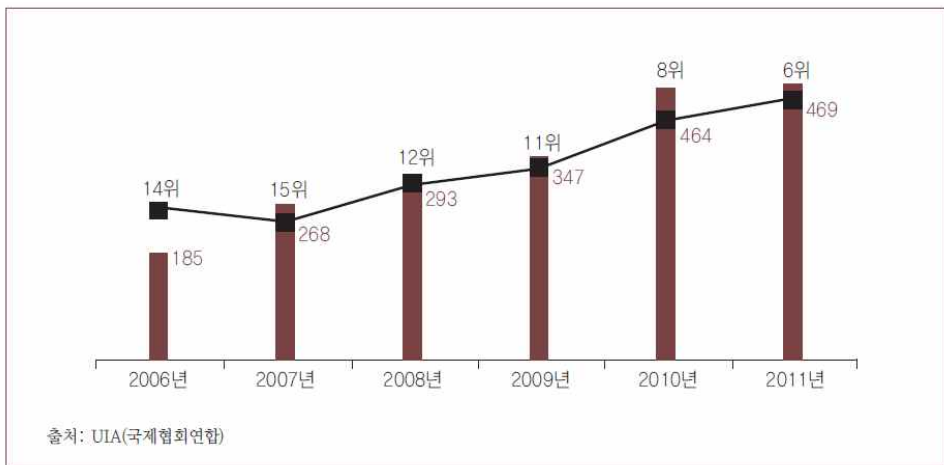
6) GDP 대비 MICE 산업 규모비교: 한국 0.45%, 호주 2.47%, 미국 1.05%, 캐나다 2.17%, 영국 1.67%, 싱가포르 1.91%

2) 국내 MICE 개최현황

- 우리나라 국제회의 개최건수는 2007년 268건에서 2011년 469건으로 175% 증가하였으며, 세계 순위도 세계 15위에서 세계 6위로 성장하였음
- 2011년 싱가포르가 총 919건으로 국제회의 개최 1위를 차지하였고, 우리나라는 2007년 세계 15위에서 2012년 세계 5위의 국제회의 강국으로 성장함
 - 서울, 부산, 제주 등 국제회의도시가 급성장 하면서 국가 국제회의산업도 성장

(표 2-11) 국내 국제회의 개최현황(2007~2011)

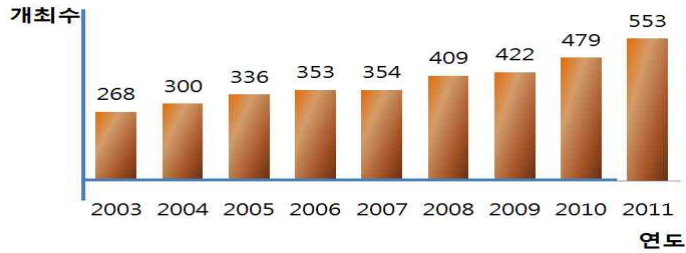
구 분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
세계전체 개최건수	10,318	11,085	11,503	11,519	10,743	10,498
우리나라 개최건수	268	293	347	464	469	498
우리나라 세계순위	15	12	11	8	6	5



자료 : 문화체육관광부(2012). 「품격있는 문화국가 대한민국」

- 우리나라 MICE 산업의 경제적 파급효과는 2011년 기준 약 10조 6,000억으로, 약 27만명의 고용유발효과가 있는 것으로 분석됨
- 국제회의 뿐만 아니라 일반 meeting, 전시회 등 전반적인 MICE 산업이 전반적인 성장세를 보이고 있으며, 특히 2000년 이후 전시장의 신규건립 및 확장 등 전시회 가용면적의 증가에 힘입어 전시산업이 급성장하고 있음

- 2011년 기준 전시회 개최건수는 2003년 대비 206% 증가한 553건으로 나타남



〈그림 2-7〉 연도별 전시회 개최 건수

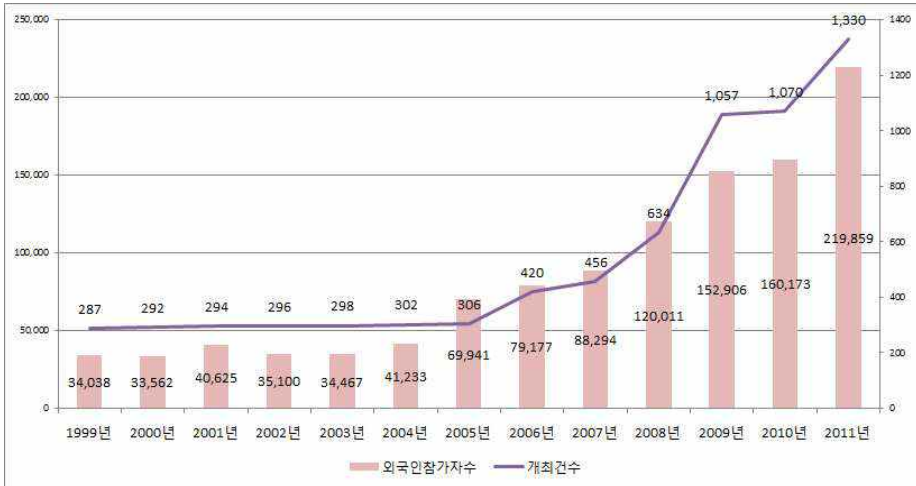
- 한국관광공사에서 집계하고 있는 MICE 산업통계에 의하면 2011년 기준 국내에서 개최된 국제회의⁷⁾ 개최건수와 외국인 참가현황은 <표 2-11>과 같음
 - 외국인 참가객의 증가율이 높게 나타나고 있으나, 전체 참가객수에 비해 외국인 참가자자의 비율이 아직 낮은 수준임

〈표 2-12〉 연도별 국내 국제회의 개최현황(1999~2011)

(단위 : %, 명)

연 도	개최건수	성장률	외국인 참가자수	성장률
1999년	287	7.49	34,038	49.78
2000년	292	1.74	33,562	△1.40
2001년	294	0.68	40,625	21.04
2002년	296	0.68	35,100	△13.60
2003년	298	0.68	34,467	△1.80
2004년	302	1.34	41,233	19.63
2005년	306	1.32	69,941	69.62
2006년	420	37.25	79,177	13.21
2007년	456	8.57	88,294	11.51
2008년	634	39.04	120,011	35.92
2009년	1,057	66.72	152,906	35.92
2010년	1,070	1.13	160,173	4.73
2011년	1,300	24.30	219,859	37.26

7) 한국관광공사 통계에서 '국제회의'는 외국인 참가자가 10명 이상인 회의를 말함. 2008년 통계를 산출할 때 까지는 참가국 수 3개국 이상이며, 외국인 참가자가 10명이상인 회의를 국제회의라 정의하였으나, 2009년부터 통계를 산출할 때부터는 참가국 수에 대한 기준을 완화하여 외국인 참가자 10명 이상인 회의를 국제회의라 정의함

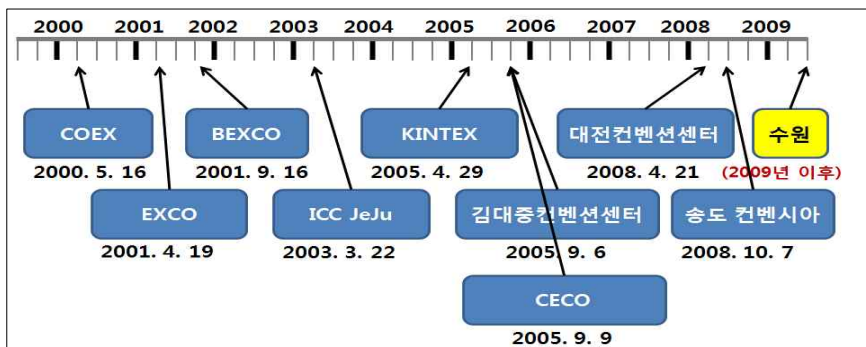


〈그림 2-8〉 연도별 국제회의 개최현황 및 외국인 참가자 수

2. 국내 MICE 인프라 현황

1) 국내 전시컨벤션센터 현황

- 2000년에 ASEM 정상회의 개최를 위해 코엑스가 증축된 것을 시발점으로 2012년 전시산업진흥회에 등록된 전시·회의시설은 12개로 집계됨
- 2001년 벅스코와 엑스코 대구가 개관하였고, 2002년 aT센터, 2003년 제주 ICC, 2005년 킨텍스, 김대중컨벤션센터, 창원컨벤션센터 개관, 2008년 송도컨벤시아, 대전컨벤션센터가 개관하였음



〈그림 2-9〉 국내 전시컨벤션센터 건립현황

- 국내 전시컨벤션센터가 이미 포화상태라는 분석도 있으나 국제경쟁력을 갖춘 대규모 시설의 부재와 시설의 특정지역 편중현상은 문제점으로 지적되고 있음
 - 국내에는 세계적인 대규모 전시·회의시설(10만㎡)이 전무하고, 소규모의 전시·회의시설이 수도권과 영남권을 중심으로 건립되어 있음
 - 특히, 호남에서는 광주 KDJ 센터가 유일하며 전라북도에는 현재 전시컨벤션센터가 전무하고 ‘전주 전시컨벤션센터’ 2016년 완공을 목표로 추진중에 있음
- 국내 전시컨벤션센터는 대부분 확장계획을 추진하고 있으며, ‘11년 엑스코가 확장을 완료한 이후 킨텍스, 벅스코 등이 증축과 복합단지화 계획을 추진하고 있음

〈표 2-13〉 전시컨벤션센터 현황 및 확장계획

(단위 : %, m²)

구 분	개관	규 모				확장계획	
		전시장	가동율	회의실	가동율		
수도권	서울 코엑스	2000	36,027	60	11,113	74	별도시설 건립 검토중
	서울 SETEC		7,948	55	839	57	
	서울 aT 센터		7,422	29	1,075	47	
	고양 킨텍스	2005	53,541	30	2,821	-	진행중
	인천 송도 컨벤시아	2008	8,416	53	4,020	30	재원조달 방안 검토중
영남권	부산 벅스코	2001	39,731	40	5,004	67	진행중
	대구 엑스코	2001	11,616	34	5,959	32	진행중
	창원 CECO	2005	1,626	32	8,957	45	'08.8월 증축
기타	대전 DCC	2008	2,520	24	29,512	-	계획 없음
	대전 KOTREX		4200	44	216	-	
	광주 KDJ 센터	2005	14,858	43	2,208	43	광주컨벤션 타운 조성계획
	제주 ICC 제주	2003	2,504	-	11,237	50	계획 없음

2) 국내 MICE 관련 업체 현황

- 관광진흥법에 근거하여 국제회의업 및 국제회의시설업으로 등록된 사업체와 전 전시산업 통계에 수록된 국내 MICE 사업체 현황은 <표 2-13>과 같음

〈표 2-14〉 우리나라 MICE 관련 업체현황(2009~2011)

구 분	업 체 수		
	2009년	2010년	2011년
국제회의 기획업	246	286	286
전시주최자	299	315	342
국제회의시설업	10	11	11
합 계	555	612	639

자료 : 한국관광공사(2012), 「2011 MICE 산업통계 조사·연구」

3. 국내 MICE 인력현황

- MICE 산업의 성장에 따라 전문인력 양성의 중요성도 커지고 있으며, 2009년 기준 국내 MICE 전문 교육기관은 정규 학과과정(대학 및 대학원) 24개, 전문강좌 8개 등 총 32개 교육과정이 운영되고 있음

〈표 2-15〉 MICE 관련 교육과정 운영현황

구분	대학원	대학교 (4년제)	대학 (2년제)	전문강좌	합계
과정 수	5개	15개	4개	8개	32개
비율	15.6%	46.9%	12.5%	25%	100%
2006년 대비 증감		△8개	△1개	▽4개	△5개

자료 : 한국관광공사(2010), MICE 인력양성 현황분석

4. 국내 MICE 참가자 특성

1) 국내 MICE 참가자 방문특성

- 한국관광공사는 2011년 국내 MICE 참가자를 대상으로 방문특성 및 소비실태, MICE 수용태세에 대한 조사를 실시하였음
- 국내 MICE 참가자의 개최지 평균 체류기간은 외국인인 7.77일, 내국인이 4.91일로 나타났고, MICE 참가목적 외 개최지 체류일은 평균 1.95일로 나타남

- 외국인 참가자의 약 90%는 호텔, 유스호스텔, 게스트하우스 하우스에 머무는 것으로 조사되었고, 내국인의 경우도 호텔숙박객 비율이 가장 높게 나타났으나 콘도, 펜션 및 친구/친적집에서 숙박하는 비율이 약 30%로 높게 나타남

〈표 2-16〉 국내 Meeting & Convention 참가자 체류형태(2011년 기준)

구분	체류 일수 (일)	참가 목적외 (일)	숙박시설(%)						
			호텔	유스호스텔, 게스트하우스, 여관	콘도, 펜션, 레지던스	친구 친척집	학교/회사 기숙사 연수원	사찰	기타
외국인	7.77	2.17	79.4	10.9	3.7	1.8	2.5	0.1	2.1
내국인	4.91	1.4	31.6	18.7	17.2	12.7	7.0	0.4	12.5
전체	6.93	1.95	64.8	13.3	7.8	5.1	3.9	0.2	5.3

2) 국내 MICE 참가자 소비금액

- Meeting과 Convention 참가자들을 참가자 1인당 평균 소비금액은 외국인 2,864,557원, 내국인 865,662원으로 일반관광객에 비해 매우 높은 것으로 나타남
- 내·외국인 모두 회의/등록비를 제외하면 숙박비 및 쇼핑비, 식음료비, 개인여행비순으로 많은 금액을 소비하는 것으로 나타남
- MICE의 유형에 따라 방문형태 및 소비금액에 차이가 있으나 전반적으로 일반 관광객에 비해 소비규모가 큰 것으로 분석되었으며, 외국인 참가자들의 만족도가 내국인에 비해 높은 것으로 나타남

〈표 2-17〉 국내 Meeting & Convention 참가자 소비현황 현황(2011년 기준)

(단위: 원)

구 분	회의 등록비	숙박비	쇼핑비	지역 교통비	식음료비	문화 활동비
외국인	517,287	822,332	396,701	120,013	331,969	94,235
내국인	140,251	227,432	114,452	45,971	95,146	33,591
구 분	유흥비	스포츠 활동비	개 인 여행비	기 타	합 계	
외국인	105,119	86,501	231,147	159,253	2,864,557	
내국인	40,171	30,388	83,631	54,629	865,662	

3) 연계 관광활동 특성

- 국내 MICE 외국인 참가자들은 연계 관광활동으로 유관기관 방문, 주변 관광지 방문, 쇼핑, 식도락 관광의 비율이 높은 것으로 나타남. 한편 내국인 참가객들은로 관광지 방문, 유관기관 방문, 쇼핑, 교육활동 참여 활동이 많은 것으로 분석됨

〈표 2-18〉 국내 Meeting & Convention 참가자 연계 관광활동 현황(2011년 기준)

(단위: %)

구 분	관광지 방문	쇼 핑	식도락 관광	치료 미용관광	유흥 오락	카지노	테마파크
외국인	73.3	74.4	52.3	7.2	18.9	2.7	12.9
내국인	49.4	39.5	33.6	1.2	5.9	1.0	9.2
전 체	65.9	63.6	46.5	5.4	14.9	2.2	11.8
구 분	휴양, 휴식	스포츠 레포츠 활동	전통문화 체험	공연, 축제 참가/관람	유관기관 방문	교육활동	기타
외국인	9.7	7.5	24.2	18.3	74.4	27.5	0.5
내국인	14.7	8.2	7.4	19.5	40.9	38.5	0.9
전 체	11.2	7.7	19.0	18.6	64.1	30.9	0.7

제 4 절 해외 MICE 산업 육성정책 추진사례

- 전라북도에서 MICE 산업은 인프라와 정책추진 단계에서 아직 불모지라고 할수 있으며, 어떤 모델을 추구할 것인가 선진사례를 통해 고찰해볼 필요가 있음
- 전시산업 중심의 독일 MICE 산업 모델, 관광·엔터테인먼트 산업모델인 싱가포르 모델, 그리고 테마형 MICE 산업모델 등을 분석해보고자 함

1. 독일 : 전시박람회 중심의 MICE 산업

1) 독일 MICE 산업 현황 및 특성

- 유럽의 컨벤션산업은 전시기능 위주의 ‘건본시’에서 출발하였으며, 특히 독일은 교역량의 약 80%를 상품전시회를 통해 이루고 있을만큼 전시기능이 발달하였음
- 독일 전시산업의 규모는 직접지출규모 약 215억DM(12조억원)에 달하며 생산유발효과는 410억DM(23조원), 고용창출효과는 23만명에 달하는 것으로 알려져 있음(충남테크노파크, 2011에서 재인용)
- 독일에서 무역박람회는 매년 100개 이상이 개최되고 있으며 2011년 독일 내 총 개최 전시회는 308건으로 전년대비 약 8% 증가하는 등 증가추세에 있음
 - 참가업체 214,000개, 방문객 1,500만명에 이르며 참가업체 중 외국기업이 50% 이상을 차지할 만큼 국제성을 가지고 있어 실질적인 무역을 이끌어 내고 있음
- 세계 최대 규모의 전시회 중 2/3가 독일에서 개최될 정도로 전시산업의 메카로 확고하게 자리 잡은 독일에는 현재 48개의 전시장이 있음
 - 독일에 소재한 상위 22개 전시장 규모는 전 세계 전시면적의 약 20%인 275만㎡에 해당하며, 세계에서 가장 큰 전시회인 하노버 메세(COEX의 14배 규모)를 포함하여 프랑크푸르트, 뮌헨 등 대도시마다 ‘메세’라는 대형 전시장이 있음
 - Messe Hannover는 2010년 기준, 연매출 2억 1,200만 유로이며 종사자는 약 870명임. 실내전시장 면적만 44만6천㎡로 세계 최대 규모를 자랑함

2) 성공요인 및 시사점

- 독일의 전시컨벤션 산업의 성공원인 중 가장 큰 것은 전국에 위치한 30개의 공항, 철도, 고속도로 등 교통접근성과 25개 이상의 국제기준 규모 전시장, 6200여개의 컨벤션시설(센터, 호텔, 회의장)이라 할 수 있음
- 독일은 베를린, 라이프치히, 뮌헨 등 독일 내 10개 도시의 글로벌 마케팅을 위한 전략적 통합마케팅 협의체를 구성하고 연합마케팅 활동을 추진하고 있음
 - 독일 전시사업의 주된 분야는 에너지와 자동차 분야이며, 독일기업들은 마케팅 예산의 약 50%를 전시회에 투자하고 있음
- 도시별로 차별화된 인지도를 제고하고 국가 및 각 도시별 관광객 유치를 증하기 위한 것으로 통합브랜드 구축과 정보교류를 통해 전체 MICE 산업의 규모를 확대하는 전략을 추진하고 있음
- 전시회 중심의 독일 MICE 산업모델은 제조업 중심의 기반산업을 충분히 활용한다는 측면에서 단순히 서비스업으로 접근했을 때보다 산업구조적으로 안정적이며, 지역산업의 발전전략으로서 MICE 산업 육성전략이 가능하다고 보여짐
 - 전라북도의 농업, 식품산업 그리고 성장동력산업을 활용한 MICE 산업 연계방안을 활용한 MICE산업 모델 구상이 필요하다고 보여짐
- 독일의 각 지역에서 추진하고 있는 연합마케팅 전략 역시 전라북도에서 벤치마킹할 필요가 있음. 전라북도 역시 MICE 산업에서 후발주자인 점을 감안하면 광주 또는 대전 등과 연계하는 전략적 통합마케팅 전략이 효율적일 수 있음

2. 싱가포르 : 관광 · 엔터테인먼트 중심의 복합형 MICE 산업 육성전략

1) 관광대국(Tourism Capital), 관광허브(Tourism Hub) 전략과 연계전략

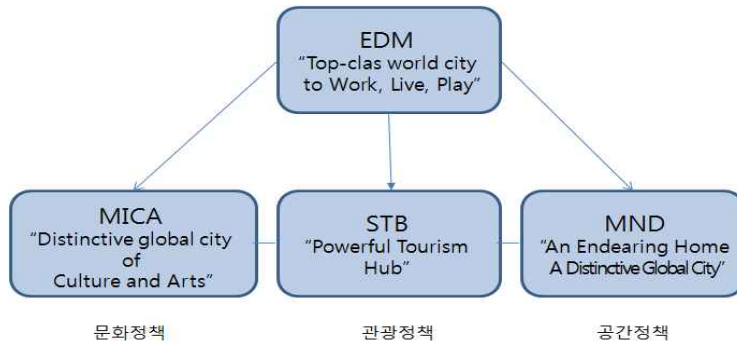
- 세계도시가 금융을 중심으로 한 경제적 측면을 강조한 반면 싱가포르는 문화와 관광부문의 경제 선순환 구조를 중심으로 한 도시발전전략을 수립하였으며, 그 목표를 달성하기 위한 실행전략으로 MICE 산업을 채택함

- 1990년대 후반부터 관광산업을 국가발전 원동력으로 인식하고 발전전략 수립해 왔으며, 2000년대에는 전략관광산업 8개 분야를 선정하고 이를 집중적으로 육성하기 시작하였음
- 싱가포르의 최근 국제회의 개최 빈도가 급증하여 세계 최대 MICE 산업국으로 부상하였으며, UIA(Union of International Associations)의 통계에 따르면 2011년 싱가포르는 국제회의 개최건수에서 총 919건으로 1위를 차지함
- 싱가포르 도시발전전략으로 관광산업을 육성하기 위한 ‘TOURISM 2015’ 전략을 통해 핵심 관광산업으로 컨벤션과 전시산업의 육성을 본격추진하기 시작함
 - ‘관광산업’의 영역을 확대한 ‘비즈니스 관광산업’ 육성전략으로, 현재는 Tourism 2015를 향상시킨 Tourism Compass 2020 수립 중에 있음

Tourism 21 (1990년대)	2000년대 초반	Tourism 2015
1) 관광산업의 권역화 2) 싱가포르 관광명소 조성 3) “산업”으로 관광발전	8대 전략적 관광산업 육성분야 1) 비즈니스 관광과 MICE 2) 교육서비스 3) 의료서비스 4) 관광명소 5) 먹거리 6) 쇼핑 7) 이벤트 8) 유람선	1) 아시아의 주도적인 컨벤션과 전시의 도시 입지강화 2) 아시아의 주도적인 휴양지 3) 수준높은 의료와 교육서비스로 관광산업 확장
- 관광산업 영역의 확장 - 관광산업간 수평적결합		- 관광산업 핵심인프라 개발 - 관광산업 역량 강화 - 상징적 국제행사 정착

〈그림 2-10〉 싱가포르의 관광허브 조성 정책변화

- “일하고, 살고, 즐길 수 있는 최고의 세계도시”를 표방한 싱가포르의 문화, 관광, 공간 중심의 세계도시전략은 매우 성공적으로 추진되었다고 평가됨
 - 문화예술의 특색있는 세계도시(Distinctive Global City of Culture and Arts), 강력한 관광허브(Powerful Tourism Hub), 특색있는 세계도시(Endearing Home, A Distinctive Global City) 등의 구호를 내걸며 관련 정책 추진



〈그림 2-11〉 싱가포르 정부의 세계도시 추진기구 구성

- (비즈니스 관광과 MICE 부문) 관광산업의 주요 분야인 “비즈니스 컨벤션 산업 성장 10개년 계획(2006)” 추진이후 세계2위 국제회의 개최지로 격상
 - 2009년 싱가포르 국제회의 개최건수 689건 vs 미국 1,085건
- (의료서비스) 보건부와 관광정책국이 참여하는 싱가포르 의료국을 설립하여 2007년 50만명의 해외환자를 유치하였으며, 2012년에는 100만명을 목표로 함
 - 의료관광의 GDP 기여도는 1.1%로 관련수익이 30억달러에 이를 것으로 추정
- (교육서비스) 세계적 수준의 대학유치 프로그램(World Class University program)을 시작하면서 10년 내 해외유명대학 10개소 유치를 목표로 함
 - 2015년까지 15만명의 외국인 학생을 유치하는 Global Schoolhouse 병행추진
- (관광공간정책) 쇼핑, 엔터테인먼트, 비즈니스 등의 공간복합화를 통해 시너지 효과를 창출하면서 산업규모를 확대시키는 결과를 가져옴

〈표 2-19〉 싱가포르 공간복합화 사례

사업명	완공	목적	사업명	완공	목적
Suntec City	1995	쇼핑센터	Singapore Flyer	2008	놀이기구
Esplanade-Theatres on the Bay	2002	비즈니스 예술센터	Marina by sands Integrated Resort	2010	리조트
One Raffles Quay	2006	오피스 빌딩	Gardens by the Bay	2011	대규모 정원
The Float at Marina Bay	2007	경기장	Marina Bay Financial Centre 21	2012	금융지구

2) 싱가포르 MICE(관광)산업 육성정책의 성과

- 관광산업을 통한 도시발전전략을 추진한 싱가포르는 2004년부터 꾸준히 관광수익 증가세를 보이며 2015년까지 싱가포르를 관광허브로 만들기 위한 <Tourism 21>의 목표를 달성하고 있음

〈표 2-20〉 2004~2008 싱가포르 관광수입

구 분	2004	2005	2006	2007	2008
관광수입(10억S\$)	9.8	10.9	12.4	14.1	15.2
전년대비 증가율(%)	41.3	10.9	14.0	13.9	7.4

- 싱가포르는 2015년까지 10년동안 관광수익 3배 성장(30억S\$), 관광객 수 2.2배 (17백만명) 증대를 설정하였으며, 이 목표는 무난히 달성할 것으로 예측됨

〈표 2-21〉 ‘Tourism 2015’ 추진목표

지 표	2004년	2015년	비 고
관광수입(10억S\$)	10	30	3배
방문객수(백만명)	8	17	2.2배
고 용(명)	150,000	250,000	1.7배

- 싱가포르는 전시컨벤션 복합리조트로 MICE 산업의 강자로 자리매김하고 있음. 2011년 기준 연간 1,000만명 정도 되는 싱가포르 관광객의 약 25%는 MICE와 관련되어 있고 이 관광객이 소비하는 금액은 매년 약 3조 규모임
 - 싱가포르는 MICE 관광수익을 2015년 약 10조원 이상으로 높이겠다는 계획을 수립하고 마리나베이 리조트, 센토사 리조트 등 컨벤션 복합 리조트를 건립함
- MICE 산업 지원을 위한 정부의 주요 기관 중 하나인 싱가포르 관광청은 BTMICE(Business Travel + MICE) 부서를 설립하여 MICE 육성을 위한 각종 정책을 펼치고 있음
- 또한 관광청 산하의 싱가포르 전시컨벤션 뷰로는 컨벤션 및 회의개최 지원, 전시 및 컨퍼런스 개최 지원, 비즈니스 관광 개발 등의 역할을 담당함

- 싱가포르의 세계경제가 창조경제, 지식기반경제로 전환되면서 국가발전전략을 전통제조업으로부터 지식기반산업, 창조산업을 결합한 복합전략을 추진하였음
- 싱가포르는 대규모 컨벤션 인프라 건설을 통해 MICE 관련 수요를 빠른 속도로 견인해 오고 있으며, 대규모 전시시설 개장 후 급격한 성장세를 보이고 있음



1 | UIA 기준 국제회의 개최 실적

자료 : 서울의 미래경쟁력 섹터 분석 내용 중 재인용

〈그림 2-12〉 싱가포르의 최근 5년간 MICE 시설 면적 및 개회건수

3) 시사점

- 도시국가인 싱가포르의 관광산업 육성전략과 연계한 MICE 산업 모델은 부존자원 열위를 극복한 모델이라는 측면에서 전라북도에서 주목할 필요가 있음
- 특히, 역동적인 지식기반경제에 대응하여 전통관광산업 뿐만 아니라 비즈니스, 의료 및 교육서비스를 중요한 관광산업 일환으로 육성하였다는 점에서 전라북도 관광산업 정책에 많은 시사점을 제공해주고 있음
 - MICE 시설 이외에 다양한 엔터테인먼트 기능을 겸비한 복합시설을 개발함으로써 MICE 참가자들이 행사 참가 외에 쇼핑, 엔터테인먼트, 휴양 등의 다양한 활동이 가능하도록 시설을 개선 중에 있음
- 관광·엔터테인먼트와 연계한 MICE 산업 모델은 전라북도와 같이 산업기반이 약한 지역에서 외부경제를 통한 단기간의 발전모델로 분석되고 있음

3. 프랑스 지중해 연안(칸느, 니스, 모나코) : 지역특화형 MICE산업모델

1) 프랑스 지중해(칸느, 니스, 모나코) MICE 산업

- 프랑스 지중해 연안 도시들은 빼어난 자연경관과 지중해성 기후를 바탕으로 일찍부터 관광산업이 발달했으나, 전통적인 관광도시로 머물지 않고 세계적인 전시회를 대거 유치하는 등 컨벤션 산업을 육성시켜 지역발전을 이끌어내고 있음



- MICE 시설 외에 숙박, 쇼핑, 엔터테인먼트 등 개최도시의 매력성이 MICE 유치 경쟁력에 많은 영향을 미치는 것으로 분석됨에 따라 프랑스 남부 도시들은 MICE 참가자들이 즐길 수 있는 도시인프라 구축에 집중하고 있음

① 칸느

- 칸느는 인구 6만 9천여명의 소도시로, 관광 및 영화산업으로 지역발전을 추진해 왔으나 수년전부터 컨벤션산업을 집중 육성하면서 2개의 발전축을 추진하고 있음. 칸느 영화제 기간 외에 경제적 파급효과가 큰 세계적 전시회(Luxury 박람회, MIPCOM, MIPTV 등)를 잇달라 개최하면서 컨벤션센터의 활용을 극대화하고 있음

② 니스

- 니스는 인구 35만명의 휴양도시로 전세계 33개국, 95개 지역에 45개 항공사가 취항하는 항공교통의 중심지를 활용해 컨벤션 산업의 메카가 되고 있음. 특히, 사갈미술관, 마티스 미술관, 시미해 고고학박물관 등의 풍부한 문화유산과, 빌게이츠, 엘튼 존 등의 별장을 중심으로 한 휴양지 덕분에 연간 1,200만명 이상의 관광객이 방문하고 있음

2) 성공요인 및 시사점

- 국내 MICE 산업은 컨벤션센터가 있는 도시들을 중심으로 발전해오고 있으나 도시간 차별성과 포지셔닝은 구축되어 있지 않은 상태임
- MICE 개최지로서 전라북도를 어떻게 포지셔닝 할 것인지, MICE 시설과 함께 주변 인프라 및 도시매력을 복합적으로 전달할 수 있는 통합적인 전략수립이 요구됨

제 3장

전라북도 MICE 산업 여건분석

- 제 1 절 전라북도 MICE 산업 인프라 현황
- 제 2 절 전라북도 MICE 개최 현황
- 제 3 절 전라북도 MICE 산업 경쟁력
- 제 4 절 전라북도 MICE 산업 여건분석 및 과제

제 3 장 전라북도 MICE 산업 여건분석

제 1 절 전라북도 MICE 산업 인프라 현황

1. 전문회의시설

- 전라북도에는 현재 전문 전시컨벤션시설이 전무하며, 전주 전시컨벤션센터가 2016년 개관을 목표로 조성 추진 중에 있고 군산새만금 컨벤션센터(GSCO)가 2014년 2월 완공 예정임

1) 전주 전시컨벤션센터

(1) 시설개요

- 위 치 : 전주시 덕진구 덕진동 1가 1251번지 일원(현 전주종합경기장)
- 사업기간 : 2013~2016
- 부지면적 : 50,000m² 정도
- 사업규모
 - 전 시 장 : 5,000m²(향후 10,000m²로 확장 가능한 야외공간 확보)
 - 회의시설 : 2,900m²(「국제회의산업 육성에 관한 법률」)에 의한 전문국제회의시설
 - 2천명 이상 대회의시설 1실, 50명 이상 5실, 100명 이상 5실 정도, 기타 부대시설
- 사 업 비 : 590억원(광특 295, 지방비 295)

(2) 추진상황

- 종합경기장 양여(전북도→전주시) : '05. 12월
- 전시산업발전사업 주관기관 선정(지경부) : '10. 12월
- 전시산업발전심의위원회 심의완료(지경부) : '12. 7월
- 타당성조사 용역완료 : '12. 8월

2) 군산새만금 컨벤션센터(GSCO)

(1) 시설개요

- 위 치 : 군산시 오식동 814(새만금 산업전시관 부지 內)
- 사업기간 : 2010~2014
- 사 업 비 : 161억원(국비 40억, 특별교부세 10억, 도비 10억, 시비 93억)
- 사업규모 : 부지 6,600㎡, 연면적 7,492.93㎡(지상3층)
- 주요시설
 - 컨벤션홀, 회의실, 비즈니스 상담실, 정보자료실, 휴게공간 등
- 세부 시설내용

구 분	실 별 현 황	면적(㎡)	비 고
컨벤션홀	•극장식(2,000석 규모)	1,825.27	2개실 분할 가능
회의실	•2층 10개소	644.68	가변형
기업지원실	•2층 3개소	312.94	
로비&라운지	•1층(1,219.44), 2층(524.91)	1,744.35	
사무실 등	•VIP룸(100.22), 사무실(219.29)	319.51	
기타 부대시설	•동시통역실, 기계실, 주방 등	2,646.18	
계		7,492.93	



〈그림 3-2〉 군산새만금 컨벤션센터 조감도

(2) 추진상황

- '14년 5월 준공예정이며, '13.6월 기준 공정율 82%
- 군산 산업단지 내 기업의 비즈니스 활동지원과 전북 MICE 산업 거점으
- '14. 7월 : 'ICMAP 2014 국제 플라즈마학회' 개최 예정
- 국제중고차박람회와 IAEA(국제원자력기구) 미팅, 국제자동차 포럼 등 국제회의 개최예정

(3) 군산새만금컨벤션센터 운영계획

- 새만금과 연계하여 동북아 경제중심지로서 새만금 산업단지와 중국교류를 주요 타겟으로 컨벤션센터를 운영할 계획임
- 특히, 군산 및 전북지역의 기업지원 기능을 담당함으로써 산업중심의 MICE 거점을 목표로 관련 인프라 구축 및 연계관광 활성화 전략을 수립 중에 있음



(그림 3-3) 군산새만금 컨벤션센터 비전 및 추진전략

2. MICE 개최 관련시설

1) 회의시설 인프라

(1) 호텔인프라

- 국제행사의 유치 및 개최를 위해서는 행사규모와 수준에 맞는 숙박시설이 동반되어야 한다는 점에서 호텔인프라는 매우 중요함
- 16개 광역시도에 위치하고 있는 MICE 개최 시설은 <표 3-1>과 같음
- 전라북도 MICE 회의장은 특1급 호텔 1개, 특2급호텔 2개, 휴양 콘도미니엄 7개로 집계되고 있으며, 휴양콘도미니엄의 회의장 면적이 3,774㎡로 가장 넓은 것으로 나타남

<표 3-1> 지역 및 시설유형별 회의장 면적

지역	시 설 유 형									
	전문회의시설		준전문회의시설		호텔 특1급		호텔특2급		휴양콘도미니엄	
	개수	면적(㎡)	개수	면적(㎡)	개수	면적(㎡)	개수	면적(㎡)	개수	면적(㎡)
서울	3	11,573	14	32,618	21	42,447	24	25,933		
부산	1	8,353	13	63,107	6	14,737	4	3,546	4	2,020
대구	1	5,737	9	19,994	3	8,240	7	20,402		
인천	1	4,020			3	3,379	6	8,039	2	2,418
광주	1	2,308	1	959	2	1,984	2	2,892		
대전	1	4,862	4	6,229	1	2,922	3	6,363		
울산					2	2,575	1	298		
경기	1	15,762			2	2,229	4	8,166	15	17,199
강원			1	562	7	12,502	8	8,205	42	68,781
충북					1	4,609	1	1,700	7	11,607
충남							3	3,758	9	12,387
전북					1	1,793	2	1,057	7	3,774
전남					1	1,785	2	1,193	6	9,010
경북	1	953			6	14,363	2	5,256	14	15,969
경남	1	2,784			3	1,672	4	4,791	7	4,498
제주	1	9,032	4	12,329	12	16,041	5	2,370	32	15,799
합계	12	65,384	46	135,798	71	131,278	78	103,969	145	163,462

자료 : 한국관광공사(2012). 2011 MICE 산업통계 조사연구

(2) 기타 회의시설 인프라

- 전라북도에서 현재 국제회의를 개최할 수 있는 회의실은 총 9개소가 있으며, 대명리조트와 무주리조트 대회의장의 수용규모가 가장 큼
 - 대회의장 : 대명리조트 태평소홀(700명/1,054m²), 무주리조트 질레탈(500명/62m²)
- 전라북도 숙박시설 중 수용규모가 500명 이상인 곳 역시 대명리조트(504실)와 무주리조트(1,506실)가 2곳이 있음

〈표 3-2〉 전라북도 MICE 개최 관련시설 현황

(‘12. 12월말 현재)

구 분	시 설 수	주 요 시 설
국제회의장	9개소 30실	무주리조트(18), 대명리조트(4), 소리문화의전당(2), 리베라호텔(1), 전북대(1), 원광대(1), 우석대(1), 전주대(1)
숙박시설	34개소 4,356실	관광호텔(23개소 1,542실), 가족호텔(5개소 2,051실), 휴양콘도(6개소 763실)

자료 : 전북도청(2013). 관광레저과 내부자료

- 2013~2014년 숙박시설 확충계획이 686실로, 완공되면 전라북도 총 총 숙박시설은 23,820명 최대수용(6,571실)이 가능할 것으로 예상됨
 - 2013년 무주관광호텔(133실), 고창석정콘도(250실), 베스트웨스턴군산호텔(183실)
 - 2014년 무주리조트 확충(120실) 등

■ 한국소리문화의 전당(전주시)

- 총면적 : 7,646m²
- 주요시설 : 회의실 수: 4개(수용인원 7,000명)
- 개관년도 : 2001년
- 특징
 - 전주시에 위치한 복합문화예술공간으로 극장, 전시장, 컨퍼런스, 야외공연장 등의 시설을 보유하고 있으며, 다양한 문화공연과 컨벤션 개최 가능
 - 비교적 최근에 개관하여 시설이 좋고 국제회의장, 전시장 등이 별도로 마련되어 있어 전라북도에서 국제행사 개최장소로 장점을 가지고 있음

- 반면, 전주시 외곽에 위치하여 고속버스터미널, 전주역 등 교통거점으로부터 접근성이 좋지 않으며 인근에 숙박시설이 없다는 단점이 있음

■ 전북대학교 삼성문화회관

- 총면적 : 2,600평
- 주요시설 : 소극장, 전시장 2개, 영상아트홀/ 좌석수 1,700석
- 개관년도 : 1997년
- 특징
 - 전주시내에 위치하여 접근성이 좋고, 전북대학교의 여러 부대시설을 함께 이용할 수 있다는 장점을 가지고 있음
 - 특히, 방학기간에는 전북대의 기숙사 일부를 숙박시설로 활용할 수 있다는 점에서 단기간의 국제회의시설로 활용가능함

■ 기타 스포츠 관련 시설

- 이 밖에 스포츠 관련 주요시설은 총 871개소가 있으며, 간이운동장과 체육관을 제외한 종목별 체육시설은 약 284개소임

〈표 3-3〉 스포츠 주요시설 현황

시설별	육상장	축구장	야구장	싸이클	테니스장	씨름장	간이운동장	체육관
개소	14	60	5	1	49	5	543	44
게이트볼	수영장	롤러	사격장	국궁장	양궁장	승마장	요트장	빙상장
111	14	6	1	13	1	2	1	1

자료 : 전북도청(2013). 관광레저과 내부자료

제 2 절 전라북도 MICE 개최현황

1. 전라북도 MICE 개최현황

1) MICE 개최건수

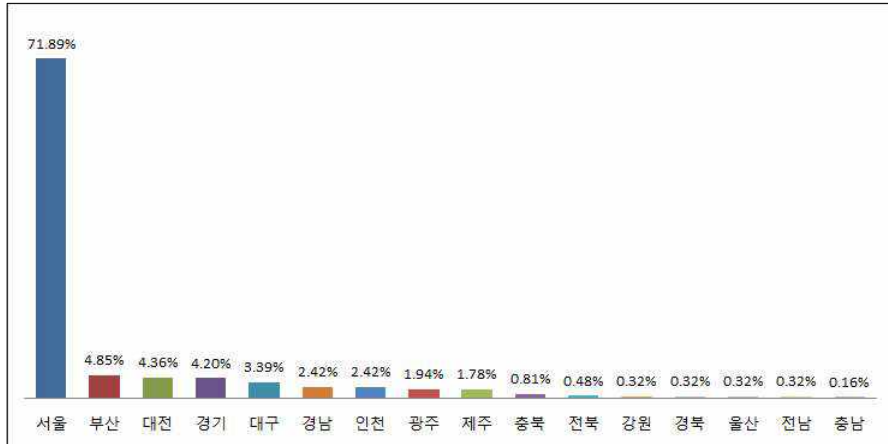
- 한국관광공사에서 집계하고 있는 지역별 MICE 개최현황을 보면 2011년 기준 서울, 부산, 경기, 대구 순으로 컨벤션 개최수가 높은 것으로 나타남
- 전라북도는 2011년 기준 전시회 2개를 포함하여 전체 7개의 MICE 행사 개최하였으며, 울산은 제외하면 광역자치단체 중 MICE 개최건수가 최하위 수준임

(표 3-4) 지역별 MICE 개최현황(2009~2011)

행사 지역	2011				2010				2009			
	전체	컨벤션	미팅	전시회	전체	컨벤션	미팅	전시회	전체	컨벤션	미팅	전시회
서울	3,576	260	3,100	216	3,533	214	3,114	205	2,932	137	2,601	194
인천	446	39	397	10	292	33	246	13	179	26	131	22
경기	2,856	18	2,772	66	1,081	12	1,007	62	216	5	161	50
부산	3,710	126	3,486	98	2,495	87	2,352	56	532	57	427	48
대구	2,017	52	1,912	53	1,031	19	969	43	392	9	350	33
광주	1,158	33	1,074	51	1,286	21	1,222	43	485	10	447	28
대전	933	28	877	28	352	29	291	32	317	18	270	29
울산	1	1	-	-	5	-	5	-	9	3	6	-
강원	1,910	5	1,903	2	1,778	1	1,777	-	21	3	18	-
충북	243	2	241	-	493	-	493	-	30	0	30	-
충남	392	-	392	-	110	1	108	1	5	1	4	-
전북	7	2	3	2	1,066	8	1,057	1	35	-	35	-
전남	471	4	467	-	36	3	33	-	9	1	8	-
경북	865	4	861	-	626	9	617	-	31	2	29	-
경남	340	6	307	27	658	9	626	23	380	6	356	18
제주	941	86	855	-	624	54	570	-	279	75	204	-
합계	19,866	666	18,647	553	15,466	500	14,487	479	5,852	353	5,077	422

자료 : 한국관광공사 KMICE, MICE 행사통계

- 광역자치단체별 2011년 MICE 행사 개최비율을 보면 전체 개최건수의 약 71.9%는 서울에서 개최되었으며, 전라북도 개최비율은 전국의 약 0.48% 수준임



〈그림 3-4〉 광역자치단체별 MICE 개최현황(2011년)

- 전라북도에서 개최된 MICE 행사의 개최장소는 호텔 및 휴양콘도미니엄이 가장 많았으며, 행사분야는 2011년 기준 문화분야 MICE 행사가 가장 많았음
- MICE 행사기간별로는 3일 이상 행사의 비율이 증가하고 있으나 전반적으로 아직까지 MICE 행사기간이 짧은 것으로 분석됨
 - MICE 행사 예산규모 역시 2011년 기준 1,000만원 미만 행사가 절반이상을 차지하는 것으로 분석되었으며, 1억원 이상 규모 행사는 7% 미만임

〈표 3-5〉 전라북도 MICE 행사의 행사기간별 개최비율

행사기간	행사개최비율(%)			비고
	2011	2010	2009	
1일	0.0	7.6	60.0	
2일	14.29	59.29	28.57	
3일	14.29	13.79	8.57	
4일	14.29	6.85	0	
5일	42.89	3.47	0	
6일	0.0	2.63	0	
7일 이상	14.29	6.38	2.86	

자료 : 한국관광공사 K-MICE 홈페이지

2) MICE 참가자 수

- 2011년 국내 MICE 참가자 수는 약 17,036천명이며, 이중 외국인 참가자는 421천명으로 약 2.5% 수준으로 나타남
- MICE 참가객이 가장 많은 곳은 경기도로, 전시회 등 대규모가 참가하는 전시·회의산업이 서울시에 비해 많이 개최되었을 것으로 분석됨
- 전라북도에서 개최된 7개의 MICE에 참가자 수는 총 611,672명이며 이는 2011년 전체 관광객 수의 약 1%에 해당하는 수치임
 - 특히, 외국인 참가자는 292명으로 전체 MICE 참가자의 0.48%에 그침

〈표 3-6〉 MICE 참가자 현황(2011)

구분	개최건수	총 참가자 수	내국인 참가자 수	외국인 참가자 수
서울특별시	3,576	4,077,508	3,947,410	130,098
인천광역시	446	211,387	203,314	8,073
경기도	2,856	4,496,983	4,395,686	101,297
부산광역시	3,710	2,291,876	2,210,924	80,952
대구광역시	2,017	1,766,119	1,744,014	22,105
광주광역시	1,158	1,941,503	1,899,611	41,892
대전광역시	933	352,790	346,398	6,392
울산광역시	1	505	311	194
강원도	1,910	287,090	286,357	733
충청북도	243	15,485	15,102	383
충청남도	392	23,017	23,017	0
전라북도	7	611,672	611,380	292
전라남도	471	59,431	59,088	343
경상북도	865	58,459	57,332	1,127
경상남도	340	681,307	675,825	5,482
제주도	941	161,063	139,195	21,868
총 합계	19,866	17,036,195	16,614,964	421,231

자료 : 한국관광공사 KMICE, MICE 행사통계

- 2011년 전라북도에서 개최된 MICE 행사규모를 보면 7건 중 4건은 참가자 규모가 1,000명 이상이었으며, 2건은 500명이상, 1건은 300명 이상이었음

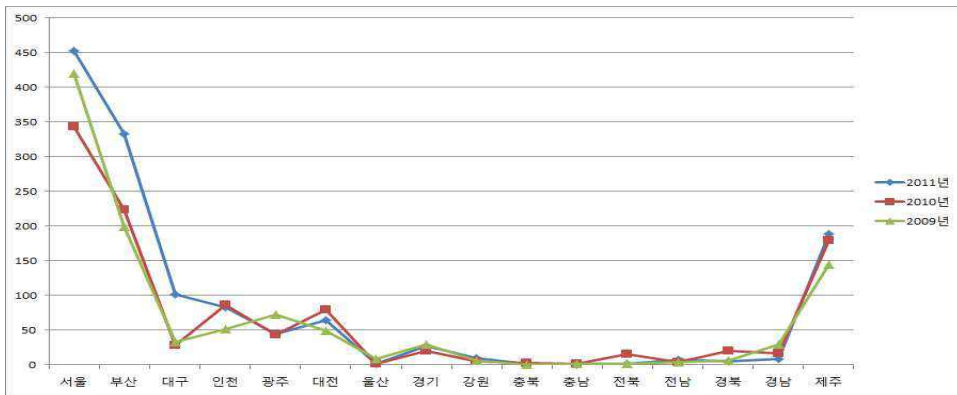
〈표 3-7〉 전라북도 MICE 행사 참가규모별 개최건수

참가자 규모	행사 개최건수			비고
	2011	2010	2009	
50명 미만	0	623	7	
50명~99명	0	236	4	
100명~299명	0	167	19	
300명~499명	1	20	4	
500명~999명	2	17	1	
1,000명 이상	4	2	0	
미등록	0	1	0	

자료 : 한국관광공사 K-MICE 홈페이지

3) 국제회의 개최현황

- 2011년도 시·도별 국제회의 개최현황을 보면 서울이 453건으로 가장 많고, 부산, 대구, 제주 순으로 분석되었음
- 전라북도에서 2011년 개최된 국제회의는 2건으로 전국 국제회의 개최건수의 0.15%에 불과한 것으로 나타남
 - 이는 전문회의시설 및 특급호텔의 부재로 인한 악순환 때문으로 분석됨



자료 : 한국관광공사(2012). 2011년 국내 국제회의 개최현황

〈그림 3-5〉 시·도별 국제회의 개최현황(2010-2011)

〈표 3-8〉 시도별 국제회의 개최현황(2010~2011)

행사 지역	2011년				2010년			
	건수	구성비	외국인	전체 참가자	건수	구성비	외국인	전체 참가자
서울	453	34.06	94,682	255,606	343	31.99	51,346	271,235
부산	333	25.04	50,068	192,475	224	20.95	23,506	65,391
대구	102	7.67	11,633	52,981	28	2.62	1,987	27,484
인천	83	6.24	7,816	38,010	86	8.05	10,584	48,801
광주	44	3.31	5,569	98,088	43	4.02	3,334	23,305
대전	64	4.81	5,852	30,609	80	7.49	7,946	40,483
울산	1	0.07	194	505	1	0.09	450	1,774
경기	27	2.03	16,438	30,935	20	1.87	29,640	87,771
강원	10	0.75	733	2,320	5	0.47	1,237	2,990
충북	2	0.15	383	640	3	0.28	-	-
충남	-	-	-	-	1	0.09	303	366
전북	2	0.15	292	1,482	16	1.5	239	929
전남	7	0.53	343	9,077	4	0.37	194	1,304
경북	5	0.38	1,122	2,437	20	1.87	230	978
경남	8	0.60	2,928	7,597	17	1.59	1,872	19,770
제주	189	14.21	21,806	63,440	179	16.75	30,160	62,074
합계	1,330	100	219,859	786,202	1,070	100	163,028	654,655

자료 : 한국관광공사(2012), 2011년 국내 국제회의 개최현황

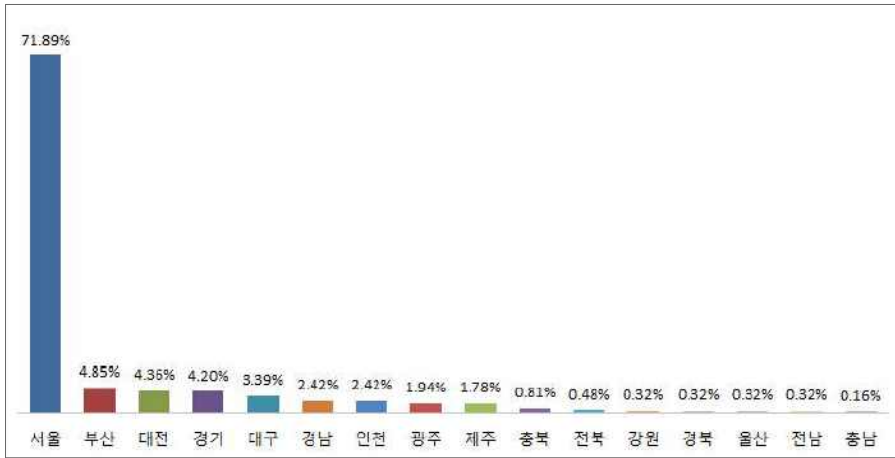
〈표 3-9〉 시도별 국제회의 개최현황(2007~2009)

행사 지역	2009년				2008년				2007년	
	건수	구성비	외국인	전체참가자	건수	구성비	외국인	전체참가자	건수	구성비
서울	420	29.7	51,346	271,235	193	30.39	56,187	179,966	171	37.5
부산	199	18.9	23,506	65,391	143	22.52	31,580	125,701	78	17.1
제주	145	13.7	30,160	62,074	133	20.94	17,756	54,622	105	23.0
광주	72	6.8	3,334	23,305	35	5.51	1,458	15,285	11	2.4
인천	52	4.9	10,584	48,801	5	0.79	347	850	6	1.3
대전	49	4.6	7,946	40,483	53	8.35	3,636	19,279	18	4.0
대구	33	3.1	1,987	27,484	16	2.52	1,189	5,343	17	3.7
경남	30	2.8	1,872	19,770	21	3.31	2,905	10,309	20	4.4
경기	29	2.7	29,640	87,771	7	1.10	880	5,123	14	3.1
울산	9	0.8	450	1,774	2	0.31	99	242	4	0.9
강원	6	0.5	1,237	2,990	5	0.79	780	1,448	6	1.3
경북	6	0.5	230	978	12	1.89	1,245	5,483	1	0.2
전남	4	0.5	194	1,304	2	0.31	115	550	-	-
전북	2	0.4	239	929	4	0.63	548	1,982	2	0.4
충남	1	0.2	303	366	-	-	-	-	1	0.2
충북	-	0.1	-	-	4	0.63	1,500	20,547	2	0.4
합계	1,057	90.2	163,028	654,655	635	100.00	120,225	446,730	456	100.0

자료 : 한국관광공사(2010), 2009년 국내 국제회의 개최현황

2. MICE 관련 사업체 현황

- 2011년 기준 국내 MICE 사업체는 총 639개이며, 지역별 분포를 보면 전체 사업체의 약 71.89%는 서울에 소재하고 있으며 부산(4.85%), 대전(4.36%), 경기(4.20%) 순으로 편중되어 나타나고 있음
- 전라북도는 전체 사업체의 약 0.48%인 3개소만 소재하고 있는 것으로 나타남



자료 : 한국관광공사(2012). 「2011 MICE 산업 조사·연구」

〈그림 3-6〉 지역별 MICE 사업체 분포도

3. 전라북도 MICE 유치현황

1) 국제행사 유치실적

- 전라북도 최근 3년간 유치현황을 보면 2010년 5건에서 2012년 9건으로 증가하였으나, 절대적인 규모가 아직 미흡한 수준으로 나타남

〈표 3-10〉 우리도 최근 3년간 유치현황

구 분	2010년	2011년	2012년
계	5건	6건	9건
국제행사유치담당	5건	6건	5건
타 실 국	-	-	4건

2) 국제행사 유치예정 행사

(1) 유치예정 행사

- 전라북도에서 유치예정인 국제행사는 단기적으로는 스포츠행사와 기타행사가 가장 많으며, 2015년 이후에는 관광, 문화예술 관련 행사가 많은 것으로 나타남

〈표 3-11〉 연도별 전라북도 유치대상 국제행사

구분	계	문화예술	에너지	식품	관광	스포츠	기타
소 계	42건	3	7	4	6	6	16
2013	6건		3			1	2
2014	6건					3	3
2015이후	30건	3	4	4	6	2	11

- 전주 전시컨벤션센터가 완공예정인 2016년이후에는 전라북도에서 대규모의 전시 컨벤션 회의가 가능해지기 때문에 ‘한국컨벤션산업전’을 포함하여 ‘아시아 오세아니아 영상의학 학술대회’ 등의 대규모 전시컨벤션행사 유치를 목표로 함

〈표 3-12〉 기타 검토중인 국제행사(11건)

구분	행 사 명	개최년도	참가규모	개최지결정
1	한국컨벤션산업전	2016	3,500명	2015
2	국제식물종자 연찬회의	2016	400명	2015
3	제26차 범태평양 남동아시아 여성연맹 국제컨퍼런스	2017	350명	2015
4	비정부기구 세계총회	2017	400명	2015
5	미디어 종교 문화 국제 컨퍼런스	2017	450명	2015
6	크리스찬 커뮤니케이션 세계연맹총회	2017	300명	2015
7	국제식물종자 심포지엄 및 총회	2018	800명	2015
8	아시아 오세아니아 영상의학 학술대회	2018	3,000명	2016
9	국제농작물수확 과학기술총회	2018	1,300명	2016
10	제16회 세계우정박물관 협회 총회	2018	500명	2016
11	재외동포재단 세계한상대회	2018	3,000명	2016

자료 : 전라북도(2013), 관광레저과 내부자료

(2) 단기 유치대상 행사

- 2013-2014년 전라북도에서 유치를 검토하는 행사는 태권도세계선수권 대회를 포함하여 한국챔버리 등의 대규모 국제행사를

〈표 3-13〉 유치대상 행사(2013-2014년)

(단위 : 백만원)

행 사 명	규모	기간/장소	예산액	개최지 결정	비고
2013 아태재생에너지 국제포럼	20개국 550명	2013. 10월중 부안 대명리조트	130 (도비50)	'13. 3월중	학회산출
2014 한국챔버리 및 국제파트롤챔버리	50개국 20,000명	2014. 7월중 새만금 메가리조트	4,600 (도비1,000)	'13년	기반시설비및기 존대회참고
2015 태권도세계선수권	140개국 2,000명	2015. 5월중 무주태권도원	3,000 (도비1,000)	'13. 6. 7	기존대회 참고 및 연맹제안
제13차 풍력에너지 컨퍼런스	35개국 600명	2015. 4월중 군산 새만금	1,500 (도비미정)	'13. 10월중	
제23차 세계도선사협회 총회	65개국 500명	2016. 10월	1,730 (도비미정)	'14. 2월중	
제9차 풍력엔지니어링 아태 총회	25개국 700명	2017. 10월 부안/군산/전주	700 (도비미정)	'13. 9월중	
2021 동계아시안게임	30개국 3,000명	2021. 2월 무주, 전주	83,500 (도비미정)	'14. 4월중	기존국제 대회참고
2015 아시아 선주협회 포럼	13개국 150명	2015. 10월 군산	700 (도비10)	'14. 5월중	협회산출
2023 세계챔버리 대회	161개국 50,000명	2023. 8월 새만금 일원	17,800 (도비5,000)	'14. 8월경	기존국제 대회참고
2021 월드컵	69개국 4,000명	2021. 7월 도내 일원	170,000 (도비미정)	'14. 10월중	기존국제 대회참고
2016 세계한인경제인대회	60개국 1,000여명	2015. 10월 군산비즈니스센터	800 (도비400)	'14. 10월중	주최측 제안
2019 동계유니버시아드대회	50개국 3,700명	2019. 2월 무주, 전주	112,800 (도비미정)	'14. 12월중	기존국제 대회참고

자료 : 전라북도(2013). 관광레저과 내부자료

(3) 2015년 이후 중장기 국제행사 유치 목록

- 2015년 이후 전라북도에서 유치할 수 있는 국제행사를 분야별로 보면, 관광이 6건, 에너지와 식품분야가 각각 4건으로 나타남

〈표 3-14〉 분야별 유치대상 중장기 국제행사 목록

분야	행 사 명	개최 년도	참가 규모	개최지 결정
문화예술 (3건)	1 아시테지(ASSITEJ) 공연예술축제	2015	150명	2015
	2 레즈아티스 국제컨퍼런스	2016	250명	2015
	ITI(국제극예술협회) 세계총회	2016	200명	2015
에너지 (4건)	1 차량천연가스 아태컨퍼런스	2017	450명	2015
	2 제21차 아태전력공급산업 컨퍼런스	2017	600명	2015
	3 제13차 국제 온실가스통제기술 컨퍼런스	2016	1,600명	2015
	4 국제재생에너지 기구(IRENA) 총회	2017	1,000명	2015
식품 (4건)	1 국제와인연맹 가을 컨퍼런스	2016	200명	2015
	2 제7차 아시아채식주의연맹 총회	2017	300명	2015
	3 국제식품안전 컨소시엄 총회	2016	800명	2015
	4 국제식품안전성학회(IAEP) 연차총회	2016	2,000명	2015
관광 (6건)	1 미주여행기자 협회(SATW) 연차총회	2016	500명	2015
	2 국제여행자·관광연구협회 컨퍼런스	2016	500명	2015
	3 제11차 친환경관광과 지속가능한 관광 컨퍼런스	2016	400명	2015
	4 제56차 여행기자 및 작가 국제연맹 총회	2016	350명	2015
	5 SKAL 아시아 총회	2017	500명	2015
	6 아태관광협회 이사회	2017	800명	2015
스포츠 (2건)	1 청소년동계올림픽	2020	1,600명	2016
	2 청소년하계올림픽	2022	2,600명	2018

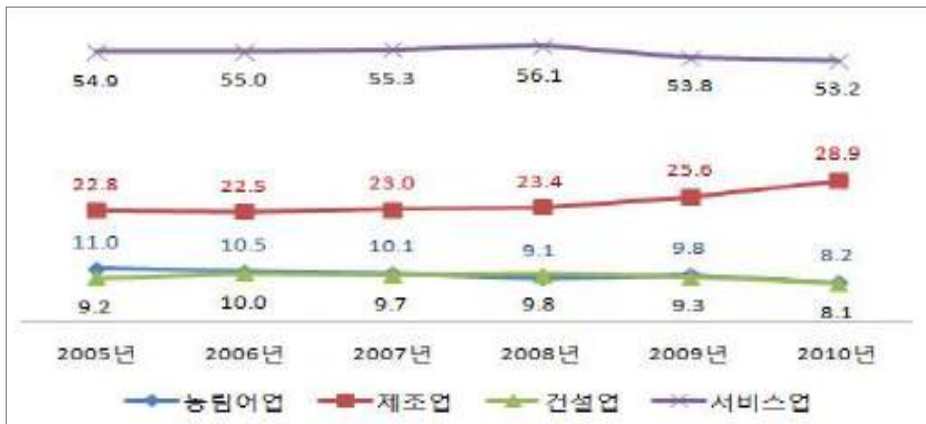
자료 : 전라북도(2013), 관광레저과 내부자료

제 3 절 전라북도 MICE 산업 경쟁력

1. 전라북도 지역산업 여건

1) 산업구조

- 전라북도 산업구조는 서비스업(2010년 53.2%)이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 제조업(2010년 28.9%)은 2005년(22.8%)에 비해 2010년에 6.1%p 증가하였음
- 농림어업 비중은 2005년 이후 계속 감소추세에 있으나 (2005년 11.0% → 2008년 9.1% → 2010년 8.2%), 전국 평균에 비해서는 산업비중이 높은 수준임



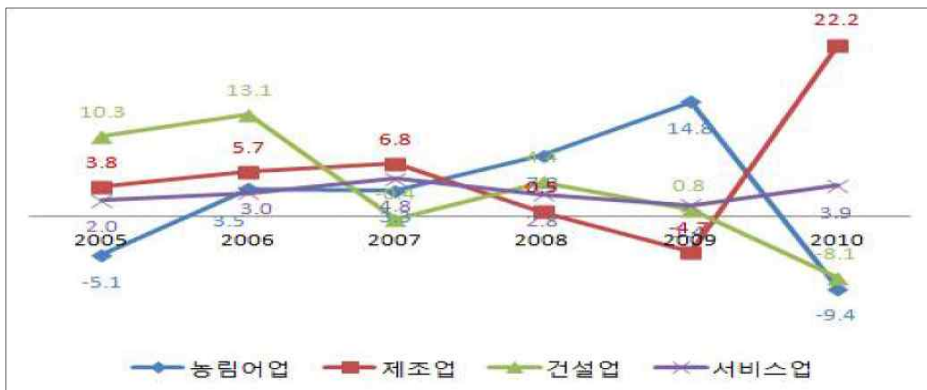
자료 : 호남지방통계청(2012). 호남권 지역내 총생산추이
 (그림 3-7) 전라북도 산업별 비중

2) 산업성장률

- 2005년도 전라북도의 지역내총생산 성장률은 2005년 이후 2010년까지 연평균 3.4%로 전국 7위의 성장률을 보이고 있음
- 제조업은 2005년 이후 2010년까지 연평균 5.7% 성장률을 보이고 있으며, 2010년에는 22.2% 급속한 성장세를 보임. 서비스업은 연평균 3.2%로 지속적인 성장세를 보이는 반면 농업과 건설업은 변동이 심하게 나타나고 있음

〈표 3-15〉 지역내 총생산 성장률

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	연평균 성장률	순위
전북	2.2	4.5	5.6	1.1	0.5	5.2	3.4	7
광주	6.5	6.5	3.7	-0.6	0.3	8.0	3.5	6
전남	1.9	1.7	6.5	3.0	0.5	4.1	3.1	8
제주	0.8	2.1	6.4	-3.4	7.2	1.8	2.7	11



자료 : 호남지방통계청(2012). 호남권 지역내 총생산추이

〈그림 3-8〉 산업별 성장률 추이

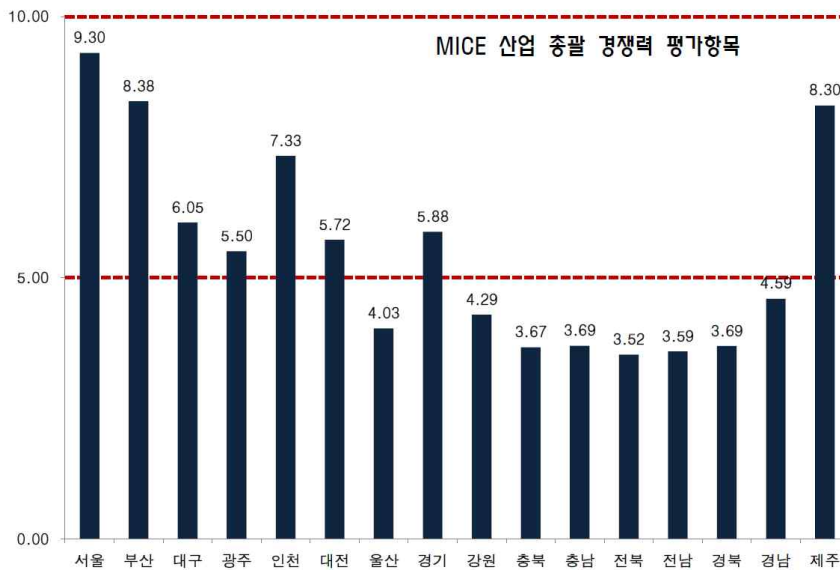
3) 산업 발전전략

- 전라북도는 신산업육성과 투자유치, 새만금사업의 적극추진을 통해 전라북도 미래 성장동력산업을 창출하는 발전전략을 추진하고 있음
 - 자동차·기계·탄소소재를 중심으로 한 부품소재산업 역량강화와 바이오 및 RFT 산업의 전략적 육성, 미래 신성장 동력산업으로 신재생 에너지 산업화 등의 산업발전 전략을 제시하고 있음
- 2013년에는 관광산업을 전북발전의 5대 성장동력산업 중의 하나로 선정하면서 관광산업을 포함한 서비스업의 적극육성 정책을 추진하고 있음
 - 관광산업을 전라북도 미래성장동력산업으로 육성하기 위한 5대 전략, 10대 과제를 선정하고, 타 관광산업의 동반성장을 견인할 사업으로 MICE 산업의 적극 육성을 도 정책방향으로 설정하였음

2. 전라북도 MICE 산업의 경쟁력 및 발전잠재력

1) 현재 전라북도 MICE 산업의 경쟁력

- 현재 전라북도 MICE 산업 경쟁력을 평가하기에는 어려움이 있기 때문에 김대관(2010)이 MICE 주최자 의견조사를 바탕으로 MICE 도시로서의 국내 지역경쟁력 평가결과를 재검토하였음
- 분석결과에서는 MICE 도시로서 전라북도의 경쟁력은 최하위로 나타났으며, 부분별로는 호텔 및 숙박시설의 다양성, MICE 개최지로서의 브랜딩, 공항 등 연계교통망과 접근성 측면에서 경쟁력이 가장 낮은 것으로 평가되었음
 - 관광자원의 매력성이나 도시경관미 등에서는 상대적으로 높은 점수를 받았으나 타 지자체와 비교하면 역시 최하위로 평가되었음
- MICE 산업의 후발주자로서 전라북도 MICE 산업의 여건이 실제로 경쟁력이 떨어진데서 유래한 결과로 해석할 수 있으나, 응답자인 MICE 개최자가 전라북도에 대한 인지도가 상대적으로 낮기 때문으로 해석할 수 있음



자료 : 김대관(2010), '지역 MICE산업, 미래를 말하다' 발제문 중 재인용

〈그림 3-9〉 MICE 산업에 대한 지역경쟁력 평가결과

〈표 3-16〉 국내 MICE산업 총괄 경쟁력 평가현황

평가 항목		전북	강원	광주	경북
MICE 수요촉진 및 지속가능성	MICE 산업의 중요성 인지	3.47	3.91	5.77	3.81
	MICE 산업 다양성 증대노력	3.28	3.72	5.42	3.52
	CVB, RTO, NTO간 협력	3.24	3.37	5.12	3.38
	MICE 개최지로서 브랜드 마케팅	3.24	3.57	5.03	3.21
	지역주민의 MICE 산업지지 및 옹호	3.32	3.85	5.07	3.33
	그린(Green) MICE에 대한 의지	3.61	3.84	4.93	3.49
MICE 물리적 품질 평가항목	MICE 개최시설	3.37	3.56	5.64	3.52
	MICE 개최시설 주변경관	3.57	4.55	5.12	3.88
	호텔 및 숙박시설의 다양성	3.17	3.92	4.76	3.55
	MICE 시설 내 AV 시설	3.35	3.77	5.52	3.58
	MICE 시설 내 장애인 이용	3.46	3.71	5.12	3.52
	MICE 시설 내 케이터링 서비스	3.60	3.88	5.25	3.68
	MICE 시설 관련 문화프로그램/행사	3.72	3.77	5.45	3.74
MICE 내용적 품질 평가항목	지역의 적극적인 MICE 개최지원	3.77	4.33	5.85	3.90
	MICE 개최시설과 부대시설 접근성	3.46	3.82	5.14	3.61
	공항과의 접근성 및 교통체계	3.27	3.64	5.05	3.34
	MICE 지원인력의 우수성	3.76	4.05	5.44	3.69
MICE 개최도시의 관광매력성	관광자원의 풍부함과 매력성	4.53	4.59	5.42	4.95
	도시경관미	4.19	4.21	5.43	4.44
	야간 나이트 라이프	3.71	4.24	5.51	3.78
	쇼핑의 편리성	3.59	3.93	5.20	3.65
	관광안내센터의 편리성	3.78	4.35	5.23	3.95
	관광안내 표지판	3.92	4.54	5.34	4.17
	관광업 종사자의 외국어 구사수준	3.82	4.36	5.10	4.03
MICE 성과 평가	주최측의 MICE 개최 후 만족도	3.92	4.38	5.47	4.08
	MICE 참가자의 만족도	3.86	4.36	5.33	4.08
	개최지에서 MICE 재개최 의사	3.53	4.18	5.11	3.78
	타 주최자에게 개최 추천의사	3.59	4.22	5.38	3.67
MICE 산업 총괄 경쟁력		3.52	4.29	5.50	3.69

자료 : 각 항목 10점 만점 평가

2) 전라북도 전시컨벤션산업 발전잠재력

(1) 전시컨벤션 산업 수요추정

- 전주 전시컨벤션센터 중 특히 전시장 규모가 적다는 일부 전문가들의 의견을 검증하기 위하여 김시백(2013)은 전라북도 전시수요 재검토 연구를 수행하였음
- 기존 전주전시컨벤션 센터에 대한 수요추정에 전략산업, 새만금 등 기업유치에 따른 신규 수요 발생 요인을 감안하고, 지역별 전시컨벤션 개최 현황, GRDP 및 지역내 산업별 규모에 따른 전라북도 전시컨벤션센터의 수요를 추정함
- KDI 예측방식에 의한 수요추정과 비교하면 약 2배 가까운 수요가 예측되었으며, 이는 KDI의 수요예측방식에서는 국가적 차원에서 전시수요를 보수적으로 추정하고 있으며, 지역별 수요가 GRDP 비중배분에 의존하고 있기 때문에 지역의 산업적인 여건이나 정책여건 변화를 고려하지 못하기 때문으로 예측됨

〈표 3-17〉 전라북도 연도별 분야별 전시컨벤션 수요 추정 결과

년 도	2010년	2013년	2014년	2015년	2016년	2020년
전시수요	5,986㎡	7,361㎡	7,873㎡	8,414㎡	8,986㎡	11,570㎡
식품산업	8.9%	10.0%	10.1%	10.2%	10.3%	10.5%
자동차/부품	20.9%	29.2%	30.2%	31.0%	31.7%	33.6%
신재생에너지	2.9%	6.2%	6.7%	7.3%	7.8%	9.5%
실버/의료	6.0%	9.2%	9.6%	9.9%	10.3%	11.2%
기타	62.0%	45.6%	43.4%	41.6%	40.0%	35.2%

〈표 3-18〉 KDI 예측방식을 사용할 경우의 전라북도 전시컨벤션센터 수요 추정 결과

구 분	2010년	2013년	2014년	2015년	2016년	2020년
전시수요	2,731㎡	3,493㎡	3,811㎡	4,162㎡	4,551㎡	6,573㎡

(2) 전문가조사 결과 분석

(가) 설문 개요

- 전주 전시컨벤션센터 건립과 관련하여 전라북도 전시컨벤션수요조사를 위한 전시컨벤션 업체 전문가 설문조사를 실시하였음(전북발전연구원, 2013).
- 설문대상은 한국전시협회 회원사 75개사 중 전시회 기획 및 운영을 전문적으로 하는 단체 42개사의 실무진을 대상으로 설문조사를 실시하였음
- 전시회 기획 및 운영을 전문적으로 하는 단체는 서울지역에 80.9%가 분포해 있고, 컨벤션 센터가 있는 경기, 대구, 부산 지역에 분포하고 있는 것으로 나타남

〈표 3-19〉 설문대상업체 지역별 분포현황

구 분	서울	경기	대전/충남	대구/경북	부산/경남	계
업체수(개소)	34	3	1	2	2	42
비중(%)	80.9	7.1	2.4	4.8	4.8	100

자료 : 전북발전연구원(2013). 전라북도 전시컨벤션 수요조사 자료를 바탕으로 재구성

(나) 주요 조사결과

□ 전라북도 전시컨벤션 산업의 특성화 방향

- 전주 전시컨벤션센터 건립과 관련하여 전라북도 전시컨벤션수요조사를 위한 전
- 전라북도 전시산업으로 특화가능한 분야에 대해서 실무담당자들은 ‘식품’, ‘전통문화’, ‘레저/관광’, ‘신재생’ 관련 산업의 특화가능성이 높다고 평가하였음

〈표 3-20〉 순위별 전라북도 특화 가능 분야

구분	특화 가능 분야		
1순위	식품(55%)	전통문화(29%)	신재생(17%)
2순위	전통문화(55%)	식품(45%)	
3순위	신재생(36%)	레저/관광(31%)	전통문화(17%)
4순위	미용/실버(36%)	레저/관광(29%)	자동차/기계(19%)
5순위	신재생(33%)	레저/관광(24%)	미용/실버(17%)

□ 전시회 개최장소 선정의 결정요인 및 전주 전시컨벤션센터의 경쟁력

- 전시회 실무담당자들은 <표 3-21>과 같이 개최장소 선정에서 컨벤션센터의 규모나 자체적인 요인보다 개최지의 접근성, 배후도시의 경제적 요건, 개최지의 이미지 등 입지적인 요인의 중요도를 높게 평가하였음
- 전시회가 산업적인 교류와 비즈니스를 목적으로 하고 있기 때문에 배후도시의 경제적여건이나 배후도시인구 등 사회경제적인 요인이 개최지 결정요인으로서 중요하게 고려되고 있는 것으로 판단됨

<표 3-21> 전시회 개최지 선정시 결정요인의 중요도

경쟁력 요인	중요도 (5점 만점)	경쟁력 요인	중요도 (5점 만점)
접근성	4.7	컨벤션센터 규모	2.7
개최지 이미지	4.1	운영 능력	2.4
배후도시 경제적 여건	4.3	서비스수준	1.6
배후도시 인구	4.0	이용료	2.2
특화산업 발전 정도	3.5	안전/보안시설 유무	1.1

주 : 중요도 1점(매우 낮다)~5점(매우 높다)

- 전시회 개최장소로서 전주전시컨벤션센터의 경쟁력을 평가한 결과 모든 항목에서 평균이하의 점수로 경쟁력을 매우 낮게 평가하였음
 - 이는 아직 전시컨벤션센터가 정식 개관하지 않았기 때문에 전시회 장소로서 고려한 경험이 없으며, 전주시에 대해 자세히 알지 못했기 때문으로 판단됨

<표 3-22> 전주 전시컨벤션센터의 경쟁력

경쟁력 요인	전주 전시컨벤션센터의 경쟁력 (5점 만점)
접근성	0.4
개최지 이미지	1.5
배후도시 경제적 여건	0.4
배후도시 인구	1.2
특화산업 발전 정도	1.8

주 : 중요도 1점(매우 낮다)~5점(매우 높다)

3) 컨벤션산업과 관련한 전라북도 제반 여건변화

(1) 전주완주 혁신도시 조성 및 공기업 이전의 본격화

- 전주완주 혁신도시는 12개의 공공기관이 이전하기로 되어 있으며, 2013년 8월 현재 지방행정연수원이 혁신도시에 이전해 있음
- 세종시 공공기관 이전과 더불어 전주완주 혁신도시내 12개 공공기관의 이전은 단기적으로는 이전기관 및 관계기관의 공공회의 증가효과가 있을 것으로 예상되며, 장기적으로는 연계된 대규모 국제행사 수요가 증가할 것으로 예상됨
- 또한 이전 공공기관의 종사원 등 혁신도시에 8,000세대 이상이 입주하게 될 경우 새로운 소비계층이 형성되어 민간 박람회 수요 등이 발생할 것으로 예상됨

(2) 익산 KTX 역세권 개발에 따른 회의산업 발전

- 전주~익산간 KTX 소요시간이 68분으로 단축됨에 따라 익산 KTX 역세권을 중심으로 한 회의산업이 발달할 것으로 예상됨
- 철도교통이 집중되어 있는 용산역과 서울역의 경우 역사(驛舍)를 중심으로 한 회의 수요가 급증하고 있어 KTX 여건 개선이 전라북도 회의산업에도 긍정적인 영향을 미칠것으로 기대됨

(3) '문화융성' 국정방향과 연계한 문화예술 전시컨벤션 수요 발생

- 박근혜 정부가 '문화융성'을 국정방향으로 제시하면서 이와 문화와 예술 관광산업에 대한 사회적 논의구조가 만들어지고 있는 추세임
- 전라북도는 전통문화와 생활문화자원을 바탕으로 정부의 새로운 국정기조를 선도할 잠재력이 있으며, 전시컨벤션 산업으로 연계가 가능하다고 판단됨
- 2008년 '전라북도 국제화 기반구축'을 위한 설문조사에서는 전라북도에서 국제행사를 치루게 될 경우 적합한 주제로 '문화(5.4점/7점)', '예술(5.3점/7점)', '관광/교통(5.2점/7점)', '역사(5.1점/7점)', '농수산/식품(5.1점/7점)' 등이 제시되었음

제 4 절 전라북도 MICE 산업 여건분석 및 과제

1. 여건분석 종합

1) 강점(Strength)

- MICE 산업을 중심으로 한 관광산업의 고부가가치화에 정책적인 의지가 강하며, MICE 산업은 특히 전라북도 핵심사업으로 추진될 예정임
- 새만금, 혁신도시 등 전라북도 내 대규모 프로젝트들이 가시화되고 있고, 전라북도 산업구조가 고도화됨에 따라 회의·전시산업 규모는 증가할 것으로 예상됨

2) 기회(Opportunity)

- MICE 산업에 대한 국내외 발전정망이 높고 지식과 정보교류가 활발해짐에 따라 전라북도에서도 MICE 산업의 수요가 증가할 것으로 예상되고 있음
- 특히, 세종시 등 공공기관의 지방이전과 전주 혁신도시 사업이 가시화됨에 따라 전라북도에 회의산업의 수요가 급증할 것으로 예상됨

3) 약점(Weakness)

- 컨벤션센터 건립이 추진 중에 있으나 아직까지 국내·외 선진지역과 경쟁할 수 있는 대규모의 전시장이나 컨벤션센터, 특급호텔 부재 등이 MICE 산업을 단기간에 육성하기에 한계로 작용함
- 특히, 대규모 국제행사 개최경험이 적어 관련 인력 및 관련사업체의 경쟁력이 취약하고 MICE 산업을 주도할 수 있는 전담기구(컨벤션뷰로)의 부재로 전문적인 마케팅 활동에 한계가 있음

4) 위협(Threat)

- MICE 산업에 대한 지방정부의 육성경쟁이 가열화 됨에 따라 신규 국제회의 및 전시회 유치경쟁이 갈수록 심화되고 있음
- 산업적으로 기존 국내 MICE 선진지역과 차별화를 시도하기에 한계가 있음

2. 전라북도 MICE 산업 육성을 위한 선결과제

1) 전시·컨벤션 시설 확충

- 현재 컨벤션 센터가 없는 광역자치단체는 전북, 충북, 강원도 등 3곳임. 강원도가 수도권에, 충청북도가 대전권의 컨벤션센터를 활용한다고 보면 전라북도만 컨벤션 센터가 부족한 상황임
- 전라남도는 여수엑스포의 시설들을, 강원도는 평창동계올림픽 관련 시설들을 컨벤션 시설로 활용한다고 보면 컨벤션시설이 가장 필요한 지역은 전라북도임
- 컨벤션 센터가 그 자체로 수익을 창출하기는 쉽지 않으나 컨벤션센터는 지역의 기업을 지원하면서 타산업 육성을 간접지원 한다는 측면에서 “인프라”로 보는 것이 적합하며, 적극적인 지원과 조속한 건립이 필요함

2) 전시·컨벤션 산업의 특화부문 선정

- 전라북도가 후발주자로서 컨벤션 산업의 질적·양적 성장을 동반추구하기 위해서는 주변국가 및 주변도시들과 차별화 전략이 필요함
- 특히, 산업구조와 지역적 특성이 비슷한 국내 도시들간의 경쟁에서 살아남기 위해서는 대규모의 비용을 단기에 투자하기 보다는 지연산업을 최대한 활용한 시군간 연계전략과 특화전략 수립이 필요함

3) 컨벤션뷰로, PCO, PEO의 설립 지원

- 컨벤션 산업에 대해 총체적인 문제를 조정·추진하기 위한 전문조직 구성. 컨벤션뷰로와 같은 체계적인 조직이 가장 효율적이라 할 수 있으나, 우선은 공공부문에서 이를 정책적으로 지원하기 위한 지원체계 구성이 필요함
- 민간을 중심으로 한 MICE 산업 생태계 구축을 위해서는 이를 주도할 수 있는 전략의 체계적인 조직체계 구성이 선행되어야 함

제 4장

전라북도 MICE 산업 육성방안

제 1 절 기본방향

제 2 절 부문별 MICE 산업 활성화 방안

제 4 장 전라북도 MICE 산업 육성방안

제 1 절 기본방향

- 전라북도 MICE 산업 활성화를 위한 기본방향은 3가지로 요약할 수 있음
 - 첫째, MICE 산업 관련 인프라가 매우 취약한 점을 감안하여 하드웨어를 체계적으로 지원하고, 소프트웨어를 병행하는 활성화 방안이 고려되어야 함
 - 둘째, MICE 산업 기반강화를 위해 각 시·군과 전라북도의 자원을 MICE 산업과 연계하고 지원하기 위한 조직적·제도적 지원체계를 구축함
 - 셋째, MICE 산업이 고부가가치 지식산업인 점을 고려하여 전라북도의 국제화 역량강화와 경쟁력 제고를 견인할 수 있는 고급인력 양성을 통해 MICE 산업 활성화에 기여하도록 함
- 전라북도 MICE 산업 활성화가 궁극적으로는 전라북도 각 시·군의 지역경제활성화에 기여할 수 있어야 하며, 전라북도 뿐만 아니라 국가적으로 지역문화의 글로벌화에 기여할 수 있도록 해야 함
- 또한 MICE 산업을 매개로 지역민과 외부인의 화합과 소통의 장이 되는데 기여할 수 있도록 세부과제를 설정하였음

기본방향	MICE 인프라 구축	MICE 산업기반 강화	MICE 인력양성 및 연구기능 강화
세부과제	전주 전시컨벤션센터 조기 완공	MICE 전담조직 구성	MICE 전문인력 양성모델구축
	중·소규모 회의장 수용력 제고	MICE 지원조례 제정	MICE산업 진흥협의체 구성 및 연구기능 강화
	브랜드 가치 제고 및 특성화 컨벤션 유치	지역 컨벤션업체 육성·지원	

〈그림 4-1〉 전라북도 MICE 산업 발전비전 및 세부과제 도출

제 2 절 부문별 MICE 산업 활성화 방안

1. MICE 인프라 구축

1) 전주 전시컨벤션센터 조기완공

- MICE 인프라 중 전시컨벤션 센터의 중요도가 매우 높게 나타나고 있기 때문에 전주 전시컨벤션센터 건립은 무엇보다 우선적으로 추진할 필요가 있음
- 현재 전주전시컨벤션센터 건립은 예정대로 진행되고 있으나, 센터를 중심으로 한 상권개발 및 호텔 건립사업은 지역사회와 마찰이 가시화 되고 있어 보다 적극적인 중재노력이 요구됨
- 기존 상권의 피해를 최소화하는 방안이 최우선적으로 고려되어야 하나, 전시컨벤션산업으로 인한 spill-over 효과에 대한 적극적인 홍보노력이 필요함
- 장기적으로는 새만금에 전라북도 복합컨벤션센터 건립이 필요함
 - 전시장, 컨벤션 시설 및 오라토orium(Oratorium)을 포함하여 지원시설(상업 및 숙박시설 등)을 갖추고, 저탄소 녹색 Green을 테마로 컨벤션 센터 전면 및 옥상 등에 태양광 패널 등을 설치하고, 첨단 그린 IT 기술 등이 접목된 저탄소 복합 컨벤션센터 건립 필요

< 샌프란시스코 마스코니 컨벤션센터(미국) >

- 마스코니 컨벤션센터(moscone convention center) 옥상은 5,330m²면적에 400가구가 쓸 수 있는 전력을 생산하며, 미국 대형 건물 태양광 설비중 최대 규모임



<마스코니 컨벤션센터전경>



<지붕 태양전지 패널>



<마스코니 컨벤션센터>

2) 기존시설 활용방안 강화 및 중소규모 회의장 수용력 제고

- 신규 MICE 기반시설을 구축과 더불어 기존 시설의 기능 전환(Redevelopment, Renewal) 등을 통해 구축 필요
 - 기존 MICE 시설을 중심으로 다양한 중·소규모 회의장과 시·군 여건을 고려한 회의장 수용여건을 개선·지원할 필요가 있음
 - 전북대, 전주대 등 도내 대학과 시·군별 문화예술회관의 다양한 활용하여 각종 지역행사나 전국단위 세미나를 유치할 수 있도록 지원방안 강구 필요
- 하드웨어를 중심으로 컨벤션 복합화 방안을 통해 중·소규모 회의를 통한 특성화 전략과 연계전략을 동시에 추구할 필요가 있음
 - 익산 KTX 여건 개선, 세종시 이전, 혁신도시 공공기관 이전 등으로 전라북도의 중·소규모 회의산업이 크게 성장할 것으로 예상됨
- 도내 MICE 관련 시설을 유형화하고, 선도시설을 중심으로 숙박, 공연, 쇼핑, 문화 등의 집적화를 통한 발전전략 수립이 필요함
 - 예) 전주는 국제회의 중심형, 새만금·군산·익산의 산업전시 중심형, 무주·부안의 휴양형, 남원·정읍·고창의 문화예술교육형 등

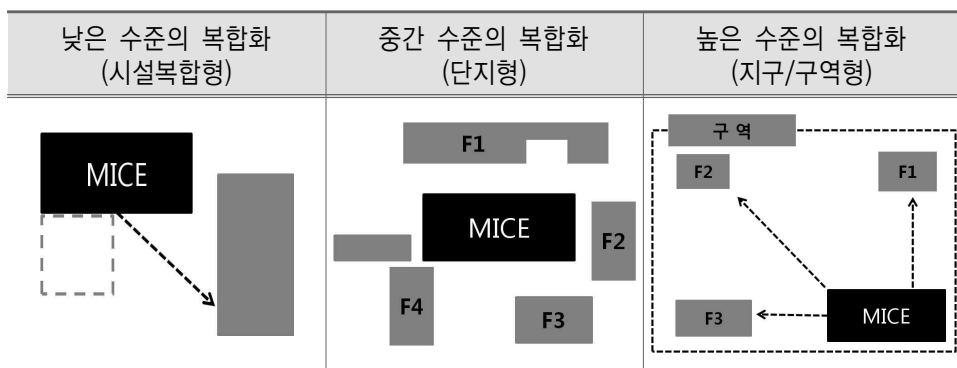
3) 브랜드 가치 제고 및 특성화 컨벤션 유치 지원

- MICE 개최도시로서 지역의 브랜드 가치는 중요도가 매우 높게 나타나고 있기 때문에 단순히 MICE산업에 대한 지원뿐만 아니라 차별화가 가능한 지역의 브랜드 아이덴티티 개발이 필요함
 - 지역브랜드는 지역의 홍보 커뮤니케이션 활동방향으로 활용 가능해야하며, 문화와 농수산·식품, 레저·스포츠 등 특화 분야에 맞게 수정될 필요가 있음
- 현재 전라북도에서 MICE 산업의 단기적인 수요는 자동차·부품·신재생 등에 많은 것으로 나타났으나, 전라북도가 “농생명수도”, “한문화수도”로서 브랜드되어 있는 측면이 많기 때문에 이를 고려할 필요가 있음

- 어떠한 소재를 가지고 지역의 MICE 산업을 선도할 것인가는 매우 중요한 문제임. 전술한 바와 같이 우리나라는 지역산업이 비슷하기 때문에 MICE 소재의 다양성과 독특성을 발굴하는데 한계가 있음
- 그럼에도 불구하고 회의와 전시회, 이벤트 등에서 타지역과 비교우위에 있으며서 미래트랜드를 반영할 수 있는 소재를 발굴해내는 것이 중요함
- MICE 산업을 육성하기 위해서는 컨벤션센터, 호텔 등의 하드웨어와 함께 지식과 정보교류의 창구(gateway)로서 지식창출 및 국내·외 네트워크 구심점의 기능을 수행 할 수 있어야 함
- 특성화 분야의 전시·컨벤션산업 유치를 적극 지원함으로써 전라북도가 지식과 정보의 구심점이 될 수 있도록 action plan 수립이 필요함

4) 기타 : MICE 관광 복합단지 조성

- 최근 컨벤션센터를 중심으로 인접지역에 비즈니스, 회의, 전시 및 숙박시설 등의 복합화가 점차 진행 중임
- MICE 관광복합단지는 컨벤션, 전시 등의 기능을 중심으로 하되, 인접지역에 다양한 기능(숙박, 쇼핑, 업무 등)이 밀집되도록 조성하며, 복합화 정도에 따라 낮은 수준, 중간 수준, 높은 수준의 복합화가 가능함



〈그림 4-2〉 MICE 복합화의 유형

2. MICE 산업 기반강화

1) 컨벤션 전담기구(CVB)설립

(1) 컨벤션 전담기구의 필요성

■ 통합적 마케팅 기구의 필요성

- MICE 산업의 영역이 매우 광범위하기 때문에 특정기관이나 부서에서 모든 것을 전담하기에 한계가 있으며, 지역단위에서 더욱 어려운 현실임
- 컨벤션 뷰로(Convention & Visitor's Bureau: CVB)는 컨벤션 개최 및 관광방문 지로서의 도시에 대한 마케팅을 전담하는 조직으로 그 영향력이 커지고 있으며, 관광과 컨벤션 개최지 마케팅에 중요한 역할을 담당하고 있음
- 통상적으로 대규모 국제행사나 전시회는 행사 개최시기보다 약 3~4년 이전에 결정되는 특성을 가지고 있기 때문에 사전에 통합적 마케팅 체계를 구축하는 것이 무엇보다 중요함
- 국내에서는 한국관광공사 컨벤션뷰로를 포함하여 지역단위별로 컨벤션 전담기구에서 컨벤션에 관한 마케팅과 서비스 업무를 수행하고 있음
- 지금까지 전라북도는 국제회의 및 전시산업에 매우 취약하였기 때문에 컨벤션 전담기구는 물론 마케팅 전담기구 설립이 추진되지 않았음
- 전주 전시컨벤션센터와 군산 컨벤션센터를 중심으로 한 MICE 산업시장의 확대와 혁신도시 및 새만금사업의 본격화에 따른 회의산업이 급성장할 것으로 예측됨에 따라 종합적인 마케팅과 홍보를 전담할 수 있는 전담기구 설립이 요구됨
- 전라북도의 DMO(Destination Marketing Organizer)로서의 역할을 담당할 전담 조직 성격의 전북컨벤션뷰로 설립과 운영방안 모색이 필요함

■ 컨벤션시설의 효율적 운영

- 전주 전시컨벤션센터가 완공될 경우 컨벤션센터 운영을 기초자치단체(전주시) 단독으로 운영할 경우 재정적 부담과 함께 가동의 효율성이 떨어지게 됨

- 전주시만의 독자적인 전시컨벤션센터로서의 마케팅 보다는 전라북도 전체의 문화, 관광과 연계할 수 있는 통합적인 마케팅 전략이 수립될 필요가 있음
- 전북 지역특산물과 연계한 전시산업, 공동 관광마케팅 등을 고려할 때 공동으로 마케팅 조직을 설립·운영함으로써 시너지 효과를 창출할 필요가 있음

■ 비즈니스 관광을 위한 DMO(Destination Marketing Organizer) 역할 필요

- 컨벤션 산업의 부가가치를 극대화하기 위해서는 전라북도를 통합적으로 홍보하면서 post-tour 프로그램을 다양화 할 수 있는 연계전략이 필요함
- 전라북도 브랜드 강화를 위해서는 MICE 산업의 생산성과 부가가치 향상을 위해 행사유치부터 사후 서비스에 이르는 전 과정을 포괄적으로 지원하는 방안을 마련할 필요가 있음

(2) 전라북도 컨벤션 전담기구 설립(안)

- 전라북도 컨벤션전담기구는 현재 전주전시컨벤션센터의 성공적인 운영 측면 뿐만 아니라 전라북도가 국제회의도시로 발전하기 위한 필수사항임
- 전라북도 컨벤션 전담기구를 별도로 설립하는 방안과 전주전시컨벤션센터 운영과 연계하여 컨벤션전담기구를 설립·운영하는 방안이 있음
 - 전북개발공사가 컨벤션센터 운영에 참여하는 방안을 검토하였으나 세부적으로 고려해야하는 사항이 많기 때문에 정책적 검토가 우선 필요 함
- 일본, 싱가포르, 홍콩 등 아시아 지역은 도시정부 주도하의 민관협력형태의 마케팅 전담기구가 주종이기 때문에 이러한 점을 감안하여 민관협의체를 구성하여 사전 준비 작업을 단계적으로 추진할 필요가 있음

2) MICE 산업 지원조례 제정

- 지방정부가 MICE 산업을 육성하기 위해서는 일반적인 홍보 및 편의제공 수준에서 벗어나서 민관협력 구도에서 단기 컨벤션 기획은 물론 중장기 마케팅 및 발전 계획까지 기능을 확대할 수 있는 제도적 기반이 필요함
- 전라북도도 도 차원에서 MICE 산업을 육성하기 위해서는 일정기간동안 인센티브 제도를 도입하고, 국제회이나 전시회 유치에 지원할 수 있는 조례 제정이 선행되어야 함
 - MICE 산업 관련 기업육성, 인력양성 및 국제회이나 전시회 유치 지원을 위해서는 제도적 뒷받침이 될 수 있는 조례제정이 선행되어야 함
- 특히, MICE 산업 특성상 초기에 공공에서 주도적으로 추진하는 것이 필요하며, MICE 산업 활성화를 위한 법·제도적인 정비가 우선시되어야 함

3) 지역 컨벤션업체 육성·지원

- MICE 산업은 성격상 민간주도의 산업이기 때문에 민·관·학의 협력체계구축이 무엇보다 중요함
- 그러나 전라북도의 경우 컨벤션관련 업체가 거의 전무하기 때문에 협력관계 설정 자체에 어려움이 있으며 MICE 산업 성장에 악순환적인 영향을 미치고 있음
- 지원방식은 민간주관 전시컨벤션회의를 지원하거나 산학연 연계사업을 직접 지원하는 방식이 있음
- 부산시의 경우 지역 컨벤션 경쟁력을 확보하고 유망한 신규전시회를 지원하기 위해 공모 및 전문가 심사를 거쳐 사업을 선정하여 지원하고 있으며, 이는 궁극적으로 지역컨벤션업체를 육성·지원하기 위한 사업임
 - 벅스코 시설확충 사업에 따라 전시장 면적이 기존 면적의 2배 가까이 늘어남에 따라 새로운 전시회 발굴 및 유치를 위해 시책을 지속확대하고 있음

3. MICE 산업 인력양성 및 연구기능 강화

1) MICE 산업 전문인력 양성

- MICE 산업은 행사 유치의 영업·기획 부문을 담당하는 PCO(Professional Convention Organizer)가 중요한 위치를 차지하고 있음
- 현재 MICE 인력양성은 MICE 협회의 MICE 아카데미, 해외인턴 지원사업, MICE 글로벌 리더십 포럼 등 직급별 단기 교육프로그램 중심으로 이루어짐
- 전라북도과 같은 MICE 후발지역에서는 MICE 전문지식을 교육받은 인력을 공급받거나 기존 직원들의 서비스의 질적 향상을 위해서 전문적인 교육을 받을 수 있는 체계적인 교육 기관이 부족한 상황임
- 지역에서 MICE 산업을 육성하기 위해서는 전문인력 양성을 위한 제도적 지원이 중요하며, 단기 교육프로그램에서 벗어나 다른 산업 부문의 중장기 플랜에 따른 인력 육성계획을 적극 벤치마킹할 필요가 있음
- 필요에 따라서 산·학·연 협력 형태까지 범위를 확대해 전문인력 발굴 및 양성을 위한 중장기 육성 계획을 수립이 필요함

2) MICE산업 진흥협의체 구축 및 연구기능 강화

- MICE 산업은 많은 이해당사자들이 관계하고 있기 때문에 이해당사자들 간의 협력체계 구축이 필요함
 - MICE 산업 유치와 기획 그리고 체계적인 운영에서 매우 중요함
- 전라북도에서 지금까지 상대적으로 컨벤션산업에 대한 연구가 부족했기 때문에 산업 육성을 위한 기초자료 자체가 부족한 상황임
- 컨벤션 관련 기초자료 DB 구축 및 인터넷 홈페이지를 통한 자원관리가 필요함. 특히, 각종 국제회의 및 전시회와 관련한 조사기능 강화로 컨벤션 발전을 촉진시킬 필요가 있음

제 5장

요약 및 정책제언

- 제 1 절 연구의 요약
- 제 2 절 정책제언

제 5 장 요약 및 정책제언

제 1 절 연구의 요약

- MICE 산업은 다양한 관광 비즈니스 모델과 연계해 새로운 가치를 창출한다는 측면에서 관광산업에서 중요성이 점차 높아지고 있는 추세임
- 지난 정부에 MICE 산업이 국가의 새로운 성장동력산업으로 선정되면서 많은 지방정부에서도 관심을 가지기 시작하였으며, 새 정부에서도 MICE 산업 육성정책은 지속될 것으로 예상됨
- MICE 산업이 컨벤션 행사 이외에도 관광, 쇼핑, 레저, 엔터테인먼트 등 다양한 분야에서 국가와 지역경제에서 중요성이 커지고 있음을 의미함
- 전라북도는 지금까지 관련인프라 및 산업기반 미흡으로 MICE 산업의 불모지로 평가받아 왔으나 2013년 전라북도 성장동력산업 중 하나로 관광산업이 선정되면서 관광산업의 선도 육성분야로 육성방안 재검토가 필요하게 되었음
- 본 연구는 전라북도 MICE 산업 현황 및 발전전망을 바탕으로 MICE 산업을 육성하기 위한 기초자료를 도출하는데 목적이 있음
 - 전라북도의 지역산업여건과 MICE 산업 여건(인프라, 행사개최현황, 발전전망) 분석을 통해 정책관단에 필요한 기초자료를 도출하였음
- 전라북도의 MICE 산업 도시경쟁력이 현재 전국 광역자치단체 중 최하위이며, 하드웨어나 소프트웨어 측면에서 국내에서도 비교열위에 있는 것으로 분석됨
- 그러나, 세종시 이전, 혁신도시와 새만금 사업의 본격화, KTX 여건 개선 등으로 전라북도 회의·전시사업의 발전전망은 매우 우호적인 것으로 판단됨
- 전주 전시컨벤션센터 개관을 기점으로 전라북도의 MICE 산업을 육성하기 위한 기본방향과 세부 추진과제를 도출·제안하였음
- 본 연구에서는 전라북도 MICE 산업 육성을 위한 기초적인 정책방향을 제시하였으며, 세부적인 실행전략에서는 종합적인 측면에서 후속연구가 필요함
- 특히, MICE 산업의 지속가능한 전략과 관광상품과의 연계전략 등은 MICE 추가적인 후속연구에서 세부적인 검토가 필요하다고 판단됨

제 2 절 정책제언

- 전라북도 MICE 산업 육성을 위한 정책적 제언을 요약하면 다음과 같음
- 첫째, MICE 산업 육성에 대한 전라북도의 정책적 의지를 뒷받침할 수 있는 **제도적·조직적 정비**가 마련되어야 함
 - MICE 산업은 지역단위 행정기관의 지원이 뒷받침되지 않으면 성공하기 어렵기 때문에 전라북도에서 전략 관광산업이며, 지역산업의 발전수단으로 MICE 산업을 육성하기 위한 정책적 의지를 확인할 필요가 있음
 - 현재 국내 광역자치단체별로 컨벤션팀과 컨벤션뷰로 조직을 통해 지역 MICE 산업을 전략적으로 육성하기 위한 노력을 기울이고 있음
 - 전라북도가 대내외적으로 MICE 산업에 대한 호기를 맞이하고 있고, 전주 전시 컨벤션센터 건립에 재정이 투입될 예정이기 때문에 이를 활용하기 위해서는 행정적으로 이를 적극지원할 필요가 있음
 - 또한 도내 MICE 산업을 활성화하기 위해서는 조례제정을 통해 MICE 산업과 관련된 법적, 제도적 지원에 대한 근거를 마련할 필요가 있음
- 둘째, **MICE 산업 육성에 대한 중장기 로드맵을 구축**할 필요가 있음
 - 전라북도에 맞는 MICE 산업의 마스터플랜 수립과 각부문별(회의산업, 컨벤션, 인센티브, 전시·이벤트 분야) 발전방향에 대한 세부 실행계획을 제시하고 전문 인력 양성, 관광상품개발 등 종합적인 action plan 수립이 필요함
- 셋째, **MICE 산업을 주도할 컨벤션 전담기구의 조속한 구성**이 필요함
 - 2016년 개관예정인 전주 전시컨벤션센터의 운영 뿐만 아니라 각 시군의 통합 홍보마케팅 구심점으로서 컨벤션 전담기구의 설립이 매우 중요함
 - 국가간 도시간 MICE 산업의 경쟁이 치열해지는 상황에서 전라북도가 MICE 산업을 육성하기 위해서는 전담기구를 중심으로 지역거점의 창조적 MICE 산업 발전전략을 도출할 필요가 있음

참고문헌

참 고 문 헌

- 우석봉(2012). 전시·컨벤션, 국제도시 부산의 신성장 엔진. 「BDI 포커스」. 135호
- 강원발전연구원(2009). 「강원도 MICE 산업 활성화방안 기초연구」
- 문화체육관광부(2012). 「품격있는 문화국가 대한민국」
- 서울시(2013). 「서울 MICE 육성 마스터플랜」
- 한국관광공사(2010). 「MICE 인력양성 현황분석」
- 한국관광공사(2012). 「2011 MICE 산업통계 조사·연구」
- 한국무역협회(2010). 「전시·회의산업 발전방안」
- 현대경제연구원(2010) 「MICE산업 육성을 위한 선진화 방안」
- 한국컨벤션전시산업 연구원(2012). 「경기도 MICE 산업 증장기 육성방안」

전발연 2013-PR-18

전라북도 MICE산업 육성전략

발행인 | 김 경 섭

발행일 | 2013년 12월 31일

발행처 | 전북발전연구원

560-860 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696
(효자동3가 1052-1)

전화:(063)280-7100 팩스:(063)286-9206

ISBN 978-89-6612-096-3 93320

본 출판물의 판권은 전북발전연구원에 속합니다.

