

MICE산업의 발전방향과 과제

〈목 차〉

- I. MICE 산업의 정의와 특징
- II. 주요국의 진출현황 및 전략
- III. 국내 MICE산업의 현황
- IV. 발전방향과 과제

I MICE산업의 정의와 특징

▶ 대규모 회의·전시 등의 행사유치를 통해 경제적 효용을 얻는 서비스산업

- MICE산업이란 Meeting¹⁾(기업회의), Incentive Travel²⁾(보상관광), Convention³⁾(국제회의), Exhibition⁴⁾(전시회) 유치를 통해 직·간접적으로 경제적 이익을 얻는 산업

* 일반적으로 MICE로 통칭하지만 호주는 Business Event, 캐나다는 MC&IT(Meeting, Convention and Incentive Travel)로 부름

* 본고는 조사분석부 이정민 전임연구원이 집필하였으며, 본고의 내용은 집필자의 견해로 당행의 공식입장이 아님

- 1) 글로벌 기업이 주최하는 기업내부회의를 지칭
- 2) 기업이 임직원을 대상으로 실시하는 보상관광이나 연수프로그램에 해당
- 3) 국제회의연합(UIA)기준에 충족하는 총회나 회의
 - 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의
 - 전체 참가자수 300명 이상, 참가자 중 외국인 비중 40% 이상, 참가국수 5개국 이상, 회의기간 3일 이상
- 4) 기업의 상업 활동을 위한 상품박람회나 신제품발표회 등을 지칭

▶ 연관산업에의 파급력이 높은 융·복합서비스산업

- 관련 산업의 동반성장을 견인하고 국가브랜드 상승과 같은 사회문화적인 효과를 창출
 - － MICE방문객의 1인당 평균 소비액은 일반관광객대비 3.6배⁵⁾에 달하며 행사자체에서 발생하는 수익뿐만 아니라 숙박, 음식점, 쇼핑, 관광 등 관련 산업에서의 파생수익이 큼
 - 방문객의 소비지출은 회의등록비 외에 숙박, 쇼핑, 식음료 등의 순으로 나타남

2011년 방한외국인의 방문소비 현황

(단위: 원/ 1인, 1회)

구 분	숙박	회의등록	쇼핑	식음료	기타	합계
외국인	822,332	517,287	396,701	331,969	736,268	2,864,557

주 : Meeting & Convention 부분

자료 : 한국관광공사, 「MICE산업통계조사·연구」

- － 생산유발·고용창출과 같은 경제적 효과뿐만 아니라 노출효과를 통한 국가브랜드 상승효과를 기대할 수 있음
- MICE참가자 100명 유치는 중형승용차 21대, LCD TV 1,531대, 휴대폰 1,076대 수출효과 (한국관광공사)
- 2009년 G20피츠버그 회의의 경우 도시 광고효과는 US1억로 추산 (G20 and G8 Research Group)

MICE산업의 경제적 파급효과

	생산유발효과 (억원)	고용유발효과 (명)	소득유발효과 (억원)	부가가치유발효과 (억원)
2010년	178,238	164,192	28,779	65,402
2011년	283,888	267,245	46,339	105,647

주 : 통계추정치

자료 : 한국관광공사, 「MICE산업통계조사·연구」, (2010-11)

5) MICE참가자의 1인당 소비지출액은 평균 US\$4,817로 일반관광객(US\$1,343)의 3.6배 수준 (한국관광공사)

- 2009년 17대 신성장동력산업⁶⁾으로 채택되었으며, 신정부의 고부가 융·복합형 관광산업으로 지정
 - 장치시설(재화)과 서비스를 제공하는 융합산업으로 관광, 엔터테인먼트, 의료서비스업 등과 동반성장추진이 가능하고, 이를 통한 부가가치가 높아 17대 신성장동력산업으로 지목
 - 정부는 대규모 MICE 유치 지원 및 MICE 복합지구 제도 도입 계획을 발표
 - 서울시는 강남구 소재 한국전력 부지에 ‘영동 MICE 복합단지’ 건설 계획

II 주요국의 진출현황 및 전략

주요국의 MICE산업 현황

독일	미국
• 5대 전시장 중 3개 시설을 보유한 전시강국 - 전시산업이 전체 GDP 1% 차지	• 사회기반시설과 유치능력을 고루 갖춘 MICE 선진국 - 동산업의 GDP기여액(US\$1,061억)이 자동차산업(US\$780억) 상회
싱가포르	벨기에
• 세계 1위의 국제회의 개최국 - '10년 MICE 복합시설 구축 효과 '10: 725건(3위) → '12: 952건(1위)	• 차별적 컨벤션지구 보유국 - 협소한 지리적 약점에도 불구하고, 유럽 최고의 국제회의 개최국

6) 3대 산업 (녹색기술산업, 첨단융합산업, 고부가서비스산업)의 17개 분야로 구성

▶ 산업발전을 조기에 달성한 국가들은 대형 전시회, 국제회의유치를 통해 동산업 진출

● (독일) 세계 5대 전시시설 중 3개 시설을 보유한 전시 강국

- 전 세계 전시면적의 약 10%가 독일에 위치

세계 5대 전시시설

순위	도시	전시장명	규모(㎡)
1	하노버	Deutsche Messe	466,765
2	프랑크푸르트	Messe Frankfurt	355,678
3	밀라노	Fiera Milano	345,000
4	광저우	China Import&Export Fair Complex	340,000
5	콜른	Koelnmesse	284,000

자료 : 한국컨벤션전시산업연구원

- 제조 강국으로서 전자제품, 자동차 대형전시회 유치에 유리
 - 유럽 최대 규모의 전자제품 전시회(IFA)와 프랑크푸르트모터쇼(IAA), 세계 최대 출판전시회(프랑크푸르트도서전)가 매년 독일에서 개최됨
- 경제기여도가 높아 정부차원에서 전시회 지원 프로그램(AMP), 전시산업 연방 진흥회(AUMA)를 구성하여 전시사업의 활성화를 지원
 - 전시사업의 국내생산 기여도는 약 230억 유로이며 총 GDP의 1%를 차지

● (미국) 사회기반시설과 유치능력을 고루 갖춘 MICE 선진국

- 다수의 글로벌기업 본사와 국제기구본부·지역사무국이 위치하여 각종 회의와 전시회 등 행사 유치가 용이함
 - MICE산업에 진출한 아시아국가들(싱가포르, 한국)의 선전으로 최근 국제회의의 성장이 주춤하고 있으나 개최건수는 여전히 상위권

미국의 국제회의 유치 추이

'08		'09		'10		'11		'12	
순위	건수	순위	건수	순위	건수	순위	건수	순위	건수
1	1,079	1	1,085	1	936	2	744	3	658

자료 : UIA (Union of International Associations)

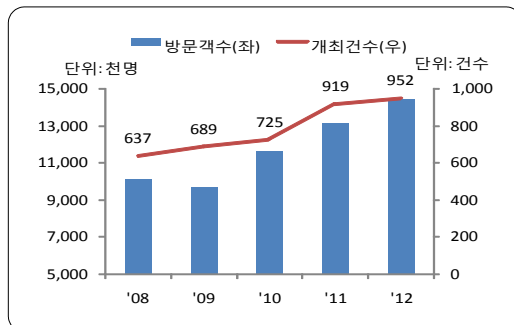
- 동산업의 GDP기여액은 U\$1,061억 수준으로 자동차 산업(U\$780억)을 상회 ('11년 기준)
- 경제적 효과는 생산 U\$2,634억, 고용유발 165만명, 임금효과 U\$595억 수준('11년)
- 매년 1월 라스베이거스에서 개최되는 세계 최대규모의 전자제품 전시회 (CES)는 전시기간동안 U\$1억의 경제효과 창출
- * 2,700여개의 참가기업과 13만여명의 참관객이 CES 방문('11년)

▶ 신항 MICE진출국은 복합리조트 건설, 관광자원 등 부대자원을 활용하여 산업 진출

● (싱가포르) 세계 1위의 국제회의 개최국

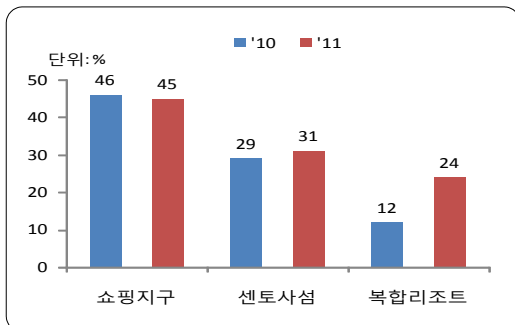
- 정부의 적극적인 지원과 복합시설 구축으로 MICE 인프라 확보
- '10년 리조트월드센토사와 마리나베이샌즈 개장 이후 연간 관광객 입국수와 국제회의의 개최건수 증가

방문객수와 국제회의 개최건수



자료 : 싱가포르 관광청, UIA

싱가포르 방문 유인요소



주 : 중복응답 가능

자료 : 싱가포르 관광청

- 영어의 공용어 사용과 기업 활동에 우호적인 환경으로 글로벌 기업 진출이 활발하고, 국제회의 유치에 유리한 기반 확보
- 세계은행(WB)이 선정한 7년 연속 가장 기업하기 좋은 국가
 - * 경제자유도지수는 87.5점으로 세계 2위

● (벨기에) 컨벤션지구(Brussels Convention Districts) 조성

- 협소한 지리적 약점을 극복하고자 행사 목적과 규모에 따른 차별화된 컨벤션지구 조성
- 컨벤션센터간 과당경쟁을 방지하고 이용자의 만족도를 제고하여 유럽내 최고 국제회의국으로 부상
 - * '08: 383건(9위) → '10: 597건(5위) → '12: 597건(4위)

브뤼셀 컨벤션지구 현황

구역명	컨셉	특징
Rogier	컨벤션복합	대규모 전시·컨벤션 유치 용이
Grand Place	관광중심형	역사유적지와 체험관광지 인접
Europe	국제회의형	EU관련 기관, 국제기구 소재지
Louise	고위급회의	고급시설 및 호텔 인접

자료 : MICE BELGIUM

III 국내 MICE산업의 현황

▶ 국내 MICE산업의 현황

- 국내 MICE산업은 민·관 협력을 통한 국제회의 유치 위주로 성장
 - 정부·민간·컨벤션뷰로(정부·민간 합작사)의 공동 작업을 통해 행사발주 및 진행

* 컨벤션뷰로는 주최자(수요자)와 개최자(공급자) 사이에서 원활한 행사 유치에 지원하는 역할

- 국내 MICE산업은 지속적으로 성장하여 '07년 이후 국내에서 개최되는 국제회의와 외국인참가자는 꾸준히 증가
- 국제회의 개최건수는 세계 5위이나 질적성장은 미흡한 양상
- 글로벌 경기침체의 영향으로 전체 국제회의 개최건수는 감소 추세이나 국내개최 국제회의건수는 증가

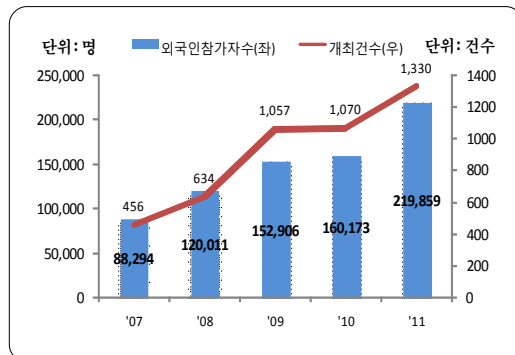
전 세계 국제회의 개최 추이

	'08	'09	'10	'11	'12
전체 국제회의	11,085	11,503	11,519	10,743	10,498
(국내개최)	(293)	(347)	(464)	(469)	(563)

주: UIA (Union of International Associations)

- GDP대비 산업규모는 선진국(1~2%)대비 낮은 수준(0.8%)으로 행사유치를 통한 수익극대화 노력이 필요함

국제회의 개최 추이(국내)



주 : Meeting, Convention 국제부분 합계
자료 : UIA, 한국관광공사

MICE산업 주요 지표('11)

방문객(MICE)	95.6만명
방문객(관광)	979.4만명
경제기여도(MICE)	GDP * 0.8%
경제기여도(관광)	GDP * 5.2%
1인당 하루지출비용	US\$ 860
평균 체류일	5.6일
행사 개최건수	116,701건

주 : 외국인 기준 (내국인 수치 제외)
자료 : 통계청, 한국관광공사, 문화체육관광부

- 국제적 수준의 전시시설과 MICE 복합지구의 부재로 대규모 행사유치에 한계
- 전시시설의 경우 국내 최대 전시장인 일산 킨텍스는 면적기준으로 세계 41위

(108,049m²)에 불과하며, 인접경쟁시설인 광저우 무역박람회장(340,000m²),

방콕 임팩트아레나(140,000m²)대비 열세

- 회의·전시·쇼핑·숙박·카지노 등의 활동을 한 공간에서 누릴 수 있는 MICE 클러스터의 부재는 행사유치 매력도를 감소시킴
- 싱가포르, 홍콩은 카지노를 포함한 복합시설을 갖춘 MICE클러스터를 구축하여 방문객 유인

IV 발전방향과 과제

▶ 국내 MICE산업의 발전방향

- MICE선도국가가 되기 위한 조건은 편리한 MICE기반시설과 컨셉 설정
 - 세계적인 수준의 전시시설과 첨단 회의시설을 갖춘 MICE기반시설 확보가 선결과제
 - 교통, 통신시설과 같은 사회기반시설은 우수하나 전시시설의 면적, 목적별 다양한 회의시설 등 MICE기반시설은 미흡
 - 최근 진출국들은 각 실정에 맞는 도시 컨셉을 설정하고 이에 맞게 개발하여 행사 주최를 유도
 - 싱가포르는 화려한 대규모 복합시설(센토사리조트, 마리나베이샌즈), 태국은 남국적인 환경을 활용하여 고유이미지 설정
 - 한국형 MICE모델 구축을 통해 인접경쟁국과 차별화된 서비스 제공 필요
 - High-tech city, 한류, 전통문화유산 등 독특한 이미지와 스토리를 창조할 수 있는 문화기반이 풍부
 - 도시별 브랜딩을 마케팅 수단으로 활용할 수 있고 동시에 유치경쟁 억제효과를 기대할 수 있음

<도시 브랜딩 예시>

- 서울 : 국제회의 지원에 최적화 도시로 이미지 구축
 - 첨단 설비를 갖춘 회의장, 교통, 통신, 숙박 시설이 요구됨
 - 한류 엔터테인먼트·음식·전통문화체험을 융합한 서울형 MICE
- 부산 : MICE산업 중 보상관광(인센티브 투어)을 특화 분야로 지정
 - 김해공항은 유럽국가 직항노선의 제한적 운용으로 서울에 비해 국제회의 유치에 불리
 - 아시아권 국가를 타겟으로 선정하고 교통수단도 항공, 크루즈 등 다양화
 - '14년 중국 암웨이 그룹(2만 5천명)이 부산과 제주도 방문 예정
- 제주 : 세계 최초로 연간 방문객 1,000만명을 돌파한 섬관광지로 홍보
 - 수요자의 개최유인효과를 극대화 하기위하여 마케팅 강화

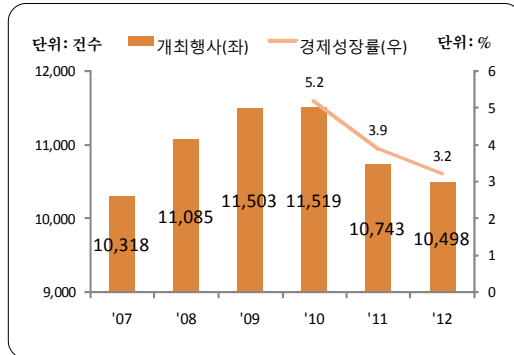
▶ MICE산업의 균형적 발전을 위해 I(Incentive Travel, 보상관광)에 주목

- 국내 MICE산업이 기업회의(M) 및 국제회의(C) 중심으로 성장함에 따라 보상관광(I)이 상대적으로 위축
 - 경기침체의 영향으로 국제회의 개최건수가 하락추세에 있어 I에 주목할 필요
 - 국제회의 개최건수 : '10년 11,519건 → '12년 10,498건 (△8.9%)
- 보상관광은 투입비용 대비 수익성이 높은 분야
 - 전시·컨벤션 분야는 시설 건설, 관리에 따른 비용이 수반되나 보상관광은 기존의 자원을 그대로 활용하되, 수익은 일반관광객 대비 높다는 장점

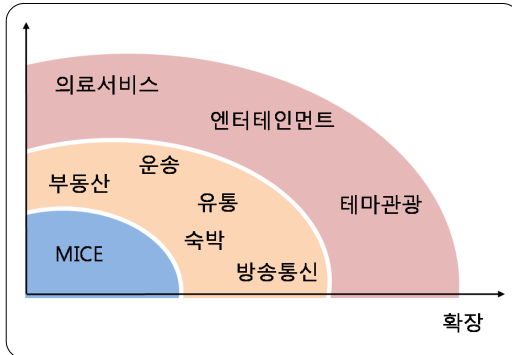
▶ MICE산업을 기타산업의 성장 플랫폼으로 활용

- 글로벌 시장내 차별화 가능성이 높고 소비창출력이 강한 분야와의 융·복합을 통해 부대산업의 발전 도모
 - 회복기간이 짧은 의료시설서비스, 한국문화를 접할 수 있는 테마관광, 첨단산업단지 방문프로그램 등 서비스업의 성장 유도

전세계 국제회의 개최현황



육성가능 부대산업



주 : '09~'10년은 금융위기 이전에 기획, 준비

자료 : UIA, IMF