

관광연구팀

2022년 3월 MICE 산업 동향

2022. 4.

목 차

1. 디지털 전환(DX)에 따른 '미팅테크놀로지 시대' 본격화	3
2. 해외시장 동향	10
3. 국내시장 동향	17

1. 디지털 전환(DX)에 따른 ‘미팅테크놀로지 시대’ 본격화

가. 관광·MICE분야의 디지털 전환 트렌드 분석

1) 1)미팅테크놀로지의 개념

- 미팅테크놀로지는 이벤트 테크놀로지와 혼용되는 용어로, 국내에서는 유비쿼터스(Ubiquitous), 스마트 마이스(Smart MICE)라는 용어로 사용되기도 함
- 미국 이벤트산업위원회(Events Industry Council, EIC)가 정의한 MICE산업계 용어사전에서는 이벤트 테크놀로지를 미팅이나 이벤트와 같은 행사를 지원하는 컴퓨터, 소프트웨어, 네트워킹, 오디오 등과 같은 기술 도구라고 정의하고 있음

2) 미팅테크놀로지의 특징점

- 미팅테크놀로지는 행사 개최와 관련하여 주최자 및 기획자가 행사의 효과성과 효율성을 증대시킬 수 있는 도구로서, 이용자의 편의를 도모하기 위한 목적으로 사용함
 - 미팅테크놀로지의 5대 특징점을 정리하면, 네트워킹 활성화 플랫폼(Networking Platform), 다목적 활용(Multi Purposes), 뛰어난 접근성(Accessibility), 데이터 보안(Security), 업무시간 단축(Time Saver)과 같으며 세부 내용은 <표 1>과 같음



[그림 1] 미팅테크놀로지의 5가지 특징점

1) 한국관광공사 MICE 기획팀. (2019). 미팅테크놀로지 가이드. 한국관광공사



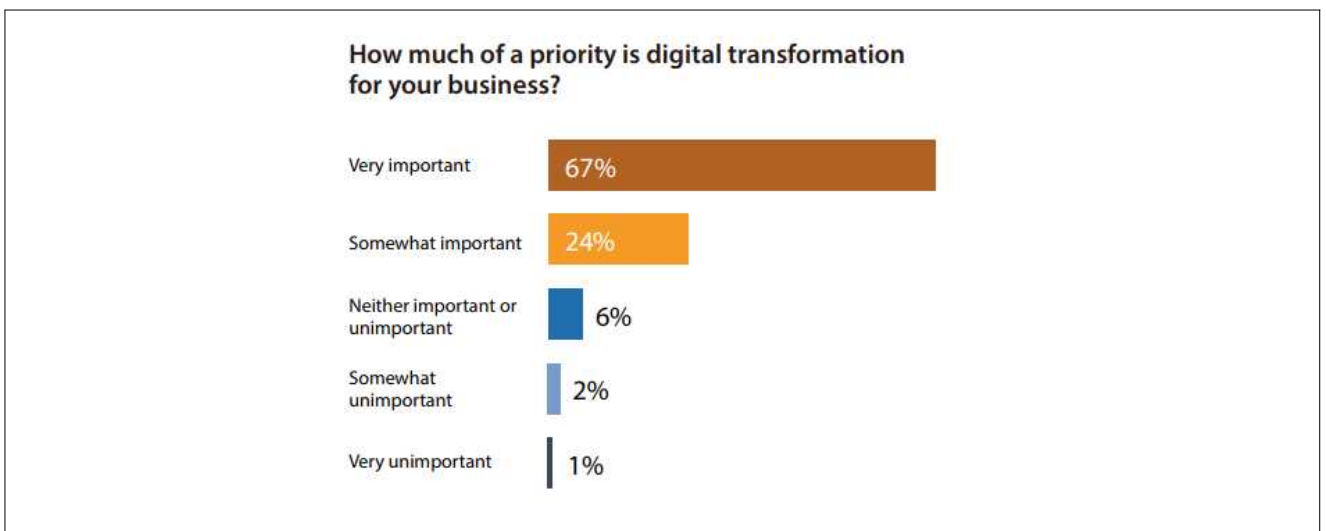
<표 1> 미팅테크놀로지 특징점 및 세부 내용

구분	세부 내용
네트워킹 활성화 (Networking Platform)	온라인 플랫폼 기반으로 실시간 소통 가능하고 행사 운영을 위한 주최자의 업무 소통, 참가자의 네트워킹을 위한 소통, 참가업체와 바이어의 수출상담회를 위한 비즈니스 매치메이킹 도움
다목적 활용 (Multi Purpose)	미팅테크놀로지는 ICT를 기반으로 행사 정보제공, 숙박 시설 예약, VR 콘텐츠 감상, 실시간 투표 및 스트리밍 서비스 등 다양한 기능으로 활용 가능
뛰어난 접근성 (Accessibility)	행사 개최 장소에 구애받지 않고 온라인으로 실시간 행사 진행 상황을 방송하는 스트리밍 서비스는 행사 참가자의 범위를 넓힘
데이터 보안 (Security)	온라인으로 행사 참가자 데이터를 저장하여, 손쉽게 관리가 가능한 장점이 있지만 유출될 경우 사회적 문제를 일으키기 때문에 철저한 보안이 필요함
업무시간 단축 (Time Saver)	매뉴얼 방식의 업무를 컴퓨터에서 자동으로 처리하여 업무시간과 오차범위를 줄일 수 있음

나. MICE 업계, 코로나 19로 인한 세계적인 디지털 전환의 혁신 촉구

1) The 2021 Digital Transformation Report²⁾

- 관광·MICE 분야 리서치 전문 그룹 스킵트(SKIFT)와 아마존웹서비스(Amazon Web Service, AWS)는 전 세계 관광업계 리더 1,000여명을 대상으로 실시한 설문조사(The 2021 Digital Transformation Report)에 따르면, 응답자 중 67%가 비즈니스 디지털 전환을 중요한 요소로 꼽음
 - 디지털 관련 비즈니스 경쟁률이 치열해질 것(응답자 중 60%)으로 나타났으며, 팬데믹 위기를 극복 방안으로 관광·MICE 비즈니스 디지털 전환이라 87% 응답함



[그림 2] 관광·MICE 분야 디지털 전환의 중요성

2) <https://skift.com/2021/12/08/10-insights-from-the-2021-digital-transformation-report/> (2021).The 2021 Digital Transformation Report.



- MICE 현장 분야의 전문 분석기관인, MICE 관련 글로벌 미디어 그룹 비즈바쉬 (BIZBASH)는 MICE 기획자 100여명을 대상으로 실시한 ‘포스트 팬데믹 시대의 버추얼 및 하이브리드 행사 전망(Industry Survey: The State of Virtual And Hybrid Events One Year Post-Pandemic 2021)’³⁾연구에서 지난 2019년 33%에 그쳤던 미팅테크놀로지 활용 현황이 2021년 74%로 성장한 결과로 나타남

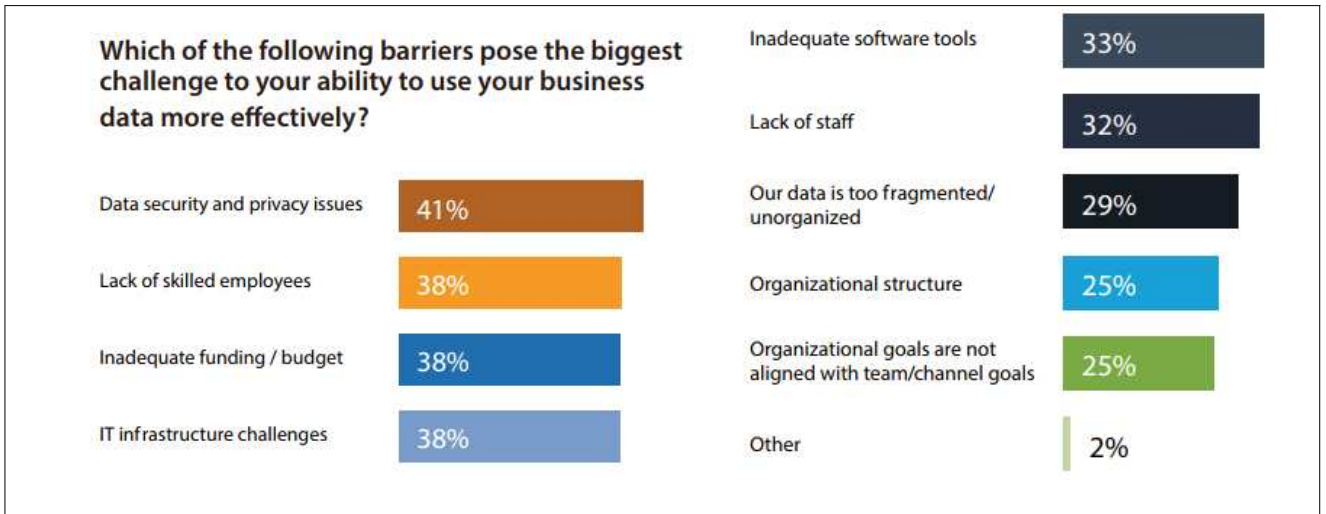
2) 데이터관리 및 전문인력에 따른 과도기 극복 이슈 발생

- MICE 산업에서 미팅테크놀로지 활용 사례는 2년 만에 크게 증가하였으나, 아직 과도기 상황으로 이를 어떻게 극복할지에 대한 분석 필요
- 글로벌 MICE 산업 리서치 그룹 EventMB의 ‘이벤트 테크 융합 관련 현황 보고서(Event Tech Integration Made Simple)’에 따르면, 설문조사에 응한 100여명의 회의 기획자 및 기술 전문가 중 미팅테크놀로지에 만족한 경험이 있는 응답자는 34.6%에 그침
- 디지털 전환에 대한 고민은 ‘데이터 보안과 개인정보 이슈’(41%), ‘전문인력의 부재’(38%), ‘예산 부족’(38%), ‘IT인프라 부족’(38%)으로 나타남
- 전문가들은 미팅테크놀로지는 아직 발전 과제가 많은 분야이며, 더 많은 기술적 옵션이 제공되면서 시장 형성이 본격화된다면 투명한 비용구조 형성은 물론, 비용 저감에 따른 ROI 개선, 전문인력 유입 등이 자연스럽게 해결될 것이라 강조하였음

3) 22년에 MICE 업계가 주목할 경험 기반 기술

- 연구조사기관 딜로이트(Deloitte)가 발표한 ‘2022년 기술 전망 보고서(Tech Trend)’에 따르면, 내년도 주목받을 기술로 인공지능 기술과 메타버스가 분석함
- 또한, NFT(Non-Fungible Token)기술이 내년도 레저 및 엔터테인먼트, 이벤트 관련 비즈니스 분야에서 본격적으로 두각을 날 것이라 예측하였고, 비즈니스 및 서비스 분야의 총체적 디지털 전환 뒤에는 메타버스가 있을 것이라 전망함

3) Industry Survey: The State of Virtual And Hybrid Events One Year Post-Pandemic 2021



[그림 3] MICE 업계의 디지털 전환에 따른 어려움

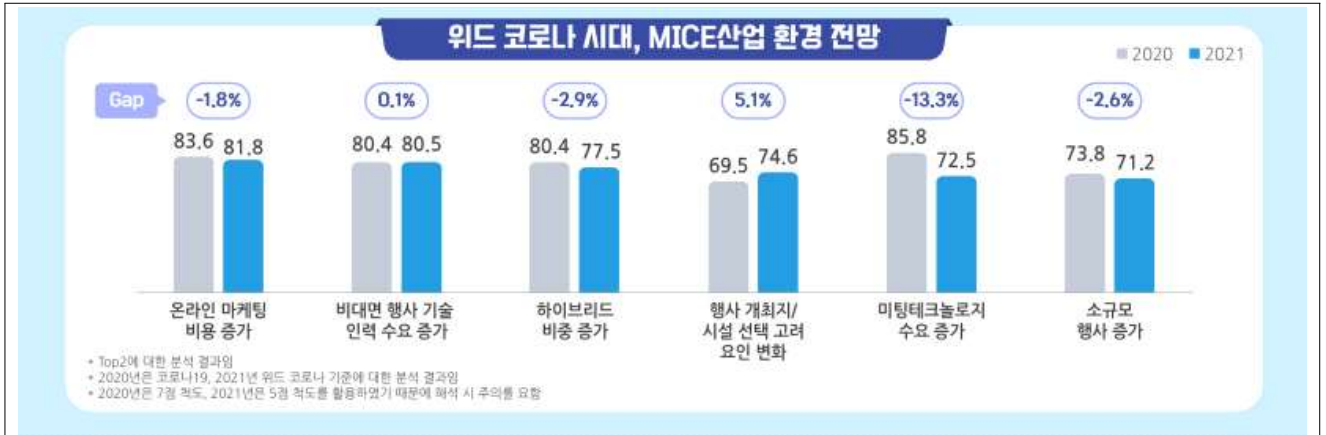
2. 22년도 MICE 산업의 변화와 전망4)

가. 워드 코로나 시대, MICE 산업 분석

- 워드 코로나 시대. MICE 산업 환경 전망으로는 온라인 마케팅 비중 증가 (81.8%)가 가장 높고, 다음으로 비대면 행사 기술을 보유한 인력의 수요 증가 (80.5%)로 나타남
- 오프라인보다 온라인/하이브리드 비중 증가(77.5%) 등의 순임
 - 전년도(코로나19 이후 전망)와 비교하였을 때, 미팅테크놀로지 수요 증가의 감소 폭 (-13.3%p)이 타 항목에 비해 상대적으로 높음
- 미팅테크놀로지의 개념이 온라인 행사기반(라이브 스트리밍, 화상 회의 시스템, 온라인 전시/상담회 플랫폼)에서 행사 연출 기반(홀로그램, 미디어 파사드, 프로젝션 맵핑)으로 확장됨
- 비대면 행사의 네트워킹 한계 등이 인식됨에 따라 MICE의 고유 특성인 대면 행사의 가치를 깨달았기 때문에 감소한 것으로 해석됨

4) 본 고는 서울관광재단 R&D팀에서 추진한 '서울 MICE산업 실태조사 (2021)'의 일부를 발췌해 작성함





[그림 4] 위드 코로나 시대, MICE 산업 환경 전망

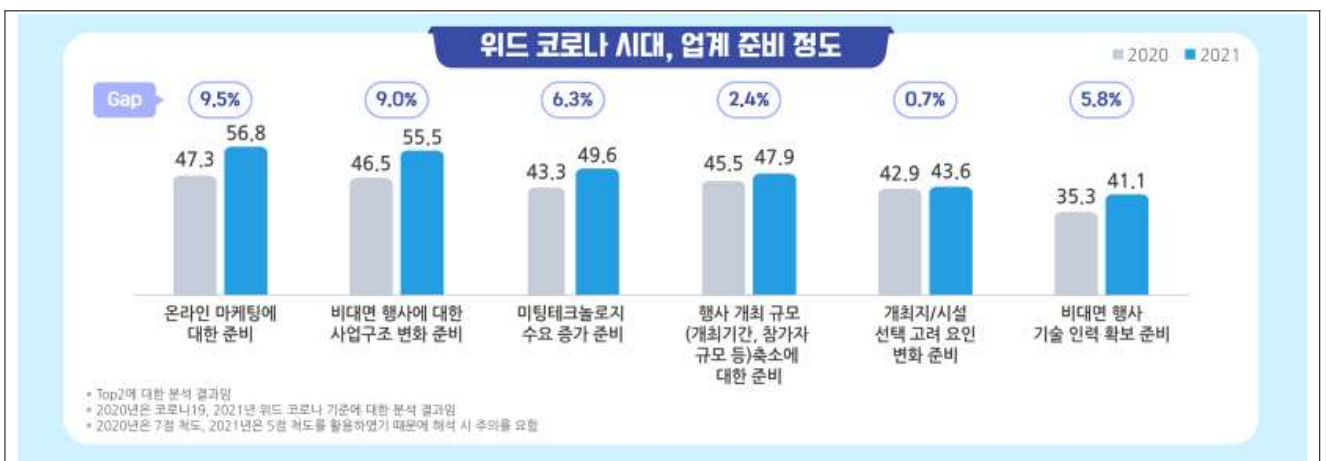
<표 2> 위드 코로나 시대, MICE 산업 환경 전망

구분	2020년(A)	2021년(B)	GAP(B-A)
온라인 마케팅 비중 증가	83.6	81.8	-1.8
비대면 행사 기술 인력 수요 증가	80.4	80.5	0.1
하이브리드 비중 증가	80.4	77.5	-2.9
행사 개최지 / 시설 선택 고려 요인 변화	69.5	74.6	5.1
미팅테크놀로지 수요 증가	85.8	72.5	-13.3
소규모 행사 증가	73.8	71.2	-2.6

※ 단위: (%)

나. 위드 코로나 시대, 업계 준비 정도

- 위드 코로나 시대, 준비 정도에 대한 분석결과, 온라인 마케팅에 대한 준비가 (56.8%)로 가장 높고, 이어 비대면 행사에 대한 사업구조 변화 준비(55.5%) 미팅테크놀로지 수요 증가 준비(49.6%) 등의 순임



[그림 5] 위드 코로나 시대, 업계 준비 정도



<표 3> 워드 코로나 시대, 준비 정도

구분	2020년(A)	2021년(B)	GAP(B-A)
온라인 마케팅에 대한 준비	47.3	56.8	9.5
비대면 행사에 대한 사업구조 변화 준비	46.5	55.5	9
미팅테크놀로지 수요 증가 준비	43.3	49.6	6.3
행사 개최 규모/축소에 대한 준비	45.5	47.9	2.4
행사 개최지/시설 선택 요인 변화 준비	42.9	43.6	0.7
비대면 행사 기술 인력 확보 준비	35.3	41.1	5.8

※ 단위: (%)

- 전년도(코로나 19 이후 준비)와 비교하였을 때, 전반적으로 모든 항목에서 준비 수준이 증가한 가운데, 특히 온라인 마케팅에 대한 준비와 더불어 비대면 행사에 대한 사업구조 변화 준비 증가 폭이 9.0%p 이상 높게 나타난 특징이 있음

다. MICE 온라인 플랫폼 현황

- 온라인 플랫폼 활용 경험이 있는 사업체는 65.7%임
- 오프라인 대비 온라인 플랫폼 이용 시 행사 개최 투입 비용과 인력은 각각 38.1%, 37.4%로 증가한 반면, 매출은 13.5%만 증가함
 - 온라인 플랫폼 활용 시 투입 인력/비용은 매출 대비 3배 이상 높기 때문에 수익성 개선이 필요함

<표 4> MICE 온라인 플랫폼

활용 여부	활용		미활용	
	65.7		34.3	
비용 / 인력 변화 정도	행사 개최 투입 비용	행사 매출	투입 인력	
	38.1	13.5	37.4	

※ 단위: (%)

3. 융복합 MICE 시장 플랫폼 변화

가. 포스트 코로나 시대에 따른 융복합 MICE 산업 등장

1) MICE 범위의 확장

- 국내행사의 국제화 니즈가 늘어나면서, 행사 지속성을 위한 PCO의 전문적인 노하우 및 협력이 매우 중요한 것으로 나타남



2) 다양한 기능을 가진 융복합 MICE 산업의 등장

- 기존 관광학적 관점에 국한되어있던 MICE 개념에서 벗어나 세계적이고 융복합 트렌드에 걸맞는 고부가가치 비즈니스로의 접근 등 MICE 산업의 재정의가 필요하다는 의견이 제시됨

3) MICE 행사 지원 기회의 확대

- MICE 서포터즈 인력관리 강화, 호텔분야 행사인력 지원, 서울시 홍보자료 신청 절차 간소화를 추진함
- MICE 업체 특성별 세분화 및 업계 내 세부정보 공유시스템을 통해 주최기관의 기획·운영업체 선택 시 다양한 대안을 확보할 수 있도록 기회를 지원함

4) MICE 산업 지원제도 개편 추진

- 온라인 개최방식이 증가하면서 외국인 참가자 수 가산제의 기준 조정이 요구되며, 국내행사 국제화 및 신규시장 개발 시 추가지원을 기대함

5) MICE 빅데이터 센터 설립 필요성 대두

- 빅데이터 센터 설립에 대한 필요성 및 기대감이 높고, 특히 전시산업체에서의 이용 의향이 더욱 높게 나타남
- 인센티브 여행사의 경우 기존의 동일한 패턴에서 벗어나 타겟 고객의 특성을 반영한 여행상품을 기획할 수 있다는 측면에서 높은 기대감이 형성됨
- 단, 담당자의 잦은 교체에 대한 우려가 있어 운영인력의 전문적인 역량을 중시하고 있음
 - 전시회 관람객 이동동선·패턴, 해외동향 및 사례, 기술 트렌드, 광고효과 및 성과측정 등의 분석결과를 희망함
 - MICE 빅데이터센터 업무는 일반직과 달리 MICE 산업에 대한 이해도 및 통찰력이 요구되며 데이터 분석에 있어서 또한 전문성이 강조되어야 한다는 의견이 제시됨

2. 해외시장 동향

가. 아시아·태평양 지역

■ 싱가포르: 싱가포르 최대 전자제품 박람회 'IT SHOW 페스티벌 2022' 개최

- 싱가포르, 2022년 3월 10일부터 20일까지 11일간 싱가포르 최대 전자제품 박람회인 'IT SHOW 페스티벌 2022'를 전시컨벤션센터에서 온라인·오프라인으로 개최함
 - 2022년 IT SHOW에는 애플, 삼성, 소니, 마이크로소프트 등 세계적인 전자제품 기업들이 참가하였으며, 이외에도 싱가포르 국내 전자제품 관련 기업, 최근 업계에서 급부상하고 있는 기업들까지 포함해 약 600여개사가 참가하였음
- 현장에서 오프라인 부스를 운영함과 동시에 온라인으로도 다양한 행사를 진행하여 삼성, 마이크로소프트 등 참가사들이 1시간 동안 라이브 스트리밍을 통해 자사 제품을 소개하는 시간을 제공하고, 참가사들이 운영 중인 온라인 쇼핑몰 및 홈페이지로 쉽게 이동할 수 있는 'Deals Board'를 운영하여 효과성을 극대화하였음
- 더불어 싱가포르의 대표 온라인 몰 중 하나인 'Shopee Mall'과의 협업을 통해 'IT SHOW 기획전'을 마련하여 할인을 제공하는 등 박람회에서의 홍보활동이 실제 매출향상에 기여할 수 있는 프로그램을 마련하였음
 - 이외에도 페이스북·인스타그램 등을 활용한 SNS이벤트 'Click to Win'을 실시, 추첨을 통해 최대 8,000싱가포르달러(716만 원)에 달하는 경품을 지급



[그림 6] '2022 IT SHOW 페스티벌' 온라인 홈페이지

■ 호주: 아시아-태평양 인센티브 및 미팅 이벤트(AIME) 개최

- 호주는 멜버른 컨벤션센터에서 3월 21일부터 23일까지 오프라인으로 아시아-태평양 인센티브 및 미팅 이벤트(Asia-Pacific Incentives and Meetings Event, AIME)를 주최하였으며, 온라인 세션은 3월 28일부터 4월 1일까지 진행하였음
- 아시아-태평양 인센티브 및 미팅 이벤트(AIME)는 아시아-태평양 지역 내의 미팅 및 인센티브관광, 이벤트 등 다양한 국제행사를 활성화하기 위한 행사로 업계 간의 네트워크를 형성하고 바이어들과 매칭해주거나 이벤트 수요자와 공급자를 매칭해주는 등의 활동을 진행하였음
- 2022년 AIME는 ‘재연결·재활성화·번성’이라는 키워드를 기반으로 진행되었으며, 아시아-태평양 지역의 관광·MICE 사업체 225개사에서 1,500명 이상이 참가하였음
- 한편, AIME 강연에서는 MICE 업계가 주체적으로 다시 회복할 수 있는 방안들에 대해서 전 세계 450여 명의 비즈니스 이벤트 전문가를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 공개하였는데, 67%의 전문가가 대면 미팅 및 행사가 추진되어야만 업계 성장을 촉진할 수 있을 것이라 답했으며, 창조적 이벤트(54%), 혁신적 기술(38%) 등의 답변이 뒤를 이었음



[그림 7] AIME 행사 사진(출처: Travel Daily Media)

■ 말레이시아: 2022 말레이시아 기술 엑스포(Malaysia Technology Expo) 개최

- 말레이시아는 2022년 3월 21일부터 25일까지 푸트라 국제무역센터에서 말레이시아 기술 엑스포(Malaysia Technology Expo)를 버추얼 환경에서 개최하였음
- 말레이시아 기술 엑스포는 매년 개최되어 전 세계 각종 '기술에 대한 평가를 실시하고 가장 혁신적인 기술에 대하여 상을 시상해왔으며, 평가하는 기술의 범위가 상당히 방대하다는 평을 받고 있음
- 2022년에는 중국, 독일, 대만, 인도 등 18개국에서 7,677명이 참가하였으며, 농업 기술부터 사무자동화, 나노 기술, 빅데이터 등 다양한 산업군에 걸쳐 총 45개 카테고리, 600여 건의 기술을 소개하였음



[그림 8] 2022 말레이시아 기술 엑스포 로고

나. 미주 지역

■ 미국: '국제 요식업 박람회 뉴욕(International Restaurant & Foodservice Show of New York)' 개최

- 뉴욕 시는 3월 한 달 동안 11건의 전시·컨벤션·국제회의를 유치하였으며, 대표적인 행사로는 2022 국제 요식업 박람회 (International Restaurant & Foodservice Show of New York) 등이 있음
- 국제 요식업 박람회는 뉴욕 Jacob K. Javits 컨벤션센터에서 3월 6일부터 8일까지 3일간 진행되었으며, 요식업계 기업 500여 곳이 참가하였으며, 약 2만여 명에서 5만여 명의 참가자가 참석한 것으로 추산하고 있음
- 진행한 프로그램으로는 교육프로그램 (New Education Summits), 스페셜 이벤트, 조리 시연 (Culinary Demonstrations) 등이 있음
 - 교육프로그램: 메뉴 개발, 소셜미디어 이용 마케팅, 근로자 및 주방 인원 구성 방안, 기술 소개, 회계·임대·부동산 관련 문제 등 다양한 주제를 기반으로 요식업계 전문가들이 식당 운영 최적화에 필요한 내용을 강연
 - 스페셜 이벤트: 인류애·열정 등을 주제로 한 시상식을 진행하였으며, 이외에도 음식과 함께 즐길 수 있는 칵테일 시음 행사, 식물성 재료만을 사용한 요리 빠르게 만들기 등의 이벤트를 진행하였음
 - 조리 시연: 뉴욕 내에서 레스토랑을 운영 중인 유명 셰프 5인을 초청하여 회복을 위한 음식, 방과 후 아이들을 위한 음식 등 다양한 콘셉트의 음식을 조리하고 시식하는 프로그램을 진행하였음



[그림 9] 2022 국제 요식업 박람회 뉴욕 현장

다. 구미주 지역

■ 프랑스: 코로나 19 이후 3년 만에 돌아온 첫 랑데부 프랑스, 아시아에서 한국인 최다 참가

- 3년 만에 프랑스 최대 국제관광박람회 제15회 랑데부 프랑스(Rendez-vous en France 2022)가 3월 22~23일(현지시간 기준) 양일간 페이 드 라 루아르(Pays de la Loire) 지방의 중심 도시 낭트(Nantes)에서 개최됨
- 프랑스관광청은 41개의 테마별 프리투어, B2B 워크숍, 화려한 콘셉트의 부대 행사 등으로 참여자들의 만족도를 높였고, 업체 간 자유로운 네트워킹의 장을 구축하는 데 성공함
 - 670개의 현지 업체와 57개국 관광업계 종사자 587명을 포함, 총 1,500여 명의 관광 전문가가 낭트의 Hall XXL에서 약 2만건의 비즈니스 미팅이 이루어짐
 - 프랑스 현지 업체의 비중은 숙박과 식음료 업체가 38%로 가장 많았고, 지역관광청 및 관광사무소(25.5%), 박물관·고성 등 명소(16%), 인바운드 에이전시 및 예약 서비스 업체(11.5%), 교통 관련 업체(3%) 순으로 참여, 전 세계 여행업 종사자 참여 비율은 유럽(57.5%)이 월등히 높았으며 남북미(22.5%)가 뒤를 이었고, 아시아에서는 한국, 일본, 싱가포르, 필리핀, 인도 등 국가가 참여함
- 특히, 한국은 아시아 국가 중 가장 많은 참가자 수를 기록하며 아시아 시장의 메인 타깃시장으로서 입지를 굳혔으며, 한국에서는 하나투어, 에어프랑스, 한진관광, 롯데관광, 노랑풍선, 레드캡투어, 허니문리조트, 마이리얼트립 등 여행사와 항공사, 미디어 총 22곳이 참가하였음



[그림 10] 제15회 랑데부 프랑스(Rendez-vous en France, 2022)

■ 프랑스: 포스트 코로나는 지속가능한 관광의 시대, 전시 스탠드 친환경적으로 재해석

- 이번 행사의 핵심 키워드는 ‘지속가능한 관광’으로, 프랑스관광청에 의하면 현지 업체의 상품 중 코로나 이전에 비해 가장 눈에 띄는 변화는 지속가능한 개발 및 디지털화된 서비스 제공, 여행자의 새로운 열망에 부합하는 시설 및 사이트 재건 등이었음
 - 프랑스관광청에서 새롭게 준비한 프랑스관(France Pavilion)은 목재, 종이, 판지 등 재활용 가능한 재료로 지어졌으며, LED 조명을 사용해 전기 사용량을 줄이는 고품질 친환경 디자인을 선택하는 등, 기존의 전형적인 전시 스탠드를 친환경적으로 재해석한 결과물을 나타냄
- 3월23일 ‘프랑스 관광 회복과 변화를 위한 계획’을 주제로 열린 기자 간담회에서 도 지속가능한 관광은 주요 화두 중 하나였으며, 간담회에서는 2021년 6월 대통령 발표 및 11월 총리 발표 내용에 의거하여, 프랑스 정부가 프랑스 관광산업 회복을 위해 약 20억 유로(한화 약 2조 7,000억원)의 예산을 투자해 프랑스를 세계 최고의 관광지이자 지속가능한 관광을 위한 목적지로 발전시킬 것을 목표로 밝힘



[그림 11] 낭트 기계 섬의 ‘지속가능한 관광’ 을 주제로 한 다채로운 전시행사

■ 프랑스: 특히 한·일 시장에 적극적인 마케팅 전략을 펼친 랑데부 프랑스

- 이번 랑데부 프랑스는 아시아마켓의 문을 적극 두드렸다는 점에서도 주목할 만함
- 특히 파리관광청의 적극적인 아시아 홍보 전략으로, 파리관광청은 2018년 이후 4년 만에 한국과 일본, 두 나라의 여행사 관계자만 특별 초청해 랑데부 프랑스의 포스트 프로그램으로 파리 포스트 투어를 마련하였음
 - 한일 참가자들은 3월 23-26일에 걸쳐 3박 4일간 파리 지역 관광업체들과 별도의 워크숍을 진행하고, 코로나 이후 새로 생성된 파리의 관광지들을 둘러볼 수 있는 투어를 가짐
- 3월 25일 파리 매리어트오페라엠베서더 호텔에서 열린 워크숍에서는 파리 현지 업체 35곳이 한국과 일본 부스를 방문해 상담을 진행하였고, 이날 행사에 마련된 한국 부스는 20개로, 일본 부스보다 14개 더 많았음
- 일본보다 한국 참가자 비율이 3배 이상 높다는 점으로 미루어 보아, 한국 시장에 대한 파리 지역 관광청의 높은 관심도를 짐작할 수 있음
- 파리 지역 크리스토프 드클루(Christophe Decloux) 관광청장은 “우리에게 한국 시장은 아시아에서 가장 중요한 시장”이라며 “이번 포스트 투어를 통해 한국 여행업 종사자들과 한국인 관광객들이 코로나 이전의 모습과는 색다른 파리의 면모를 발견하기를 바란다”고 밝힘



[그림 12] 크리스토프 드클루(Christophe Decloux) 프랑스 관광청장

3. 국내시장 동향

■ 서울: 서울 서대문구, 3.1운동 103주년 기념행사 메타버스로 개최

- 서울 서대문구는 2006년부터 개최해 온 3.1운동 기념행사 ‘1919 그날의 함성’을 메타버스 플랫폼 ‘모임(Moim)’을 활용하여 개최함
- 2021년 코로나19 상황으로 인해 유튜브 채널에서 비대면으로 진행하는 등 시민참여가 제한되는 어려움이 있었으나 2022년에는 메타버스 플랫폼을 활용한 덕에 선착순으로 모집한 400여명의 시민들이 아바타를 통해 참여, 함께 행사를 진행함
 - 당일 행사는 △클래식으로 만나는 ‘1919 그날의 함성’, △‘그날이 오면’ 미니드라마 상영, △유관순과 동료 수감자들의 ‘8호 감방의 노래’, △‘독립선언서 낭독 및 대한독립 만세’ 등으로 진행되었음
- 특히 행사 중간중간 ‘박수하기’ 기능을 통해 각 프로그램 및 공연에 대해 관객들이 호응할 수 있었고, 독립선언서 낭독 직후 마이크를 켜고 일제히 ‘대한독립 만세’를 외치는 등 관객들이 그저 감상만 하는 것이 아니라 현장 상황에 따라 상호작용할 수 있는 여건이 마련되어 실제 참가자들에게 큰 호평을 받았음
- 한편 해당 행사를 개최한 서대문형무소역사관은 단체행사를 위한 메타버스인 ‘모임’ 외에도 2월 말부터 국내 대표 메타버스 플랫폼 ‘제페토’에 서대문형무소역사관을 재현한 맵을 운영하고 있으며, 다양한 불거리와 놀거리를 통해 1주 만에 1,700명의 누적 방문객을 기록한 바 있음



[그림 13] ‘메타버스 서대문, 1919 그날의 함성!’ 행사 장면

■ 부산: 부산시, 2025 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의 유치 준비 돌입

- 부산시는 2025년 대한민국에서 개최될 예정인 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상회의를 유치하기 위해 ‘2025 APEC 부산 유치 전략 기본계획 수립 용역’을 발주하는 등 본격적으로 준비에 돌입하였음
 - 2025 APEC 정상회의 개최 도시는 각 도시별 실사를 거쳐 2023년 최종 확정될 예정으로, 현재 인천시, 대전시, 경상북도, 부산시, 제주도 등이 유치 의사를 표명한 바 있음
- 특히 부산시는 2005년 APEC 정상회의를 이미 개최하고 21개국 정상 및 1,500명의 기업인 및 국제기구 대표 등을 유치하며 국내 대표 관광도시 및 MICE도시로 발돋움한 기억을 되살려, 20년이 지난 2025년에도 부산에서 APEC 정상회의를 개최해야 하는 당위성을 강조하고 경남 및 울산 등 인근 도시와 함께 개최하는 방안을 고려하는 등 타 도시와 차별화된 유치전략을 수립할 예정임
- 부산시는 APEC 정상회의 개최의 경제효과가 부산 지역에서만 4억 5,000만 달러, 총 8억 5,000만 달러에 달할 것으로 예상하였으며, 2030 부산세계박람회 유치를 준비 중이기 때문에 이번 APEC 정상회의와 관련하여 부산세계박람회 계획과 어긋나지 않으면서도 시너지를 낼 수 있는 계획을 수립하여 부산세계박람회의 개최하길 희망함
 - 한편 부산시의 2025년 APEC 정상회의 개최 확정 시 페루 리마(2008, 2016), 말레이시아 쿠알라룸푸르(1998, 2020), 뉴질랜드 오클랜드(1999, 2021), 칠레 산티아고(2004, 2019)에 이어 세계에서 5번째로 APEC 정상회의를 2회 유치한 도시가 될 전망이다



[그림 14] 2005년 부산 APEC 정상회의를 기념해 조성된 나루공원 전경

■ 대전: 대전관광공사, 2022년 대전 유니크베뉴 공모 실시

- 대전관광공사, 3월 28일부터 4월 8일까지 2022년도 대전 유니크베뉴를 공모
 - 유니크베뉴: 독특한 콘셉트와 분위기 및 스토리를 갖추고 MICE행사를 개최할 수 있는 장소로, 기존 전문회의 시설인 컨벤션센터나 호텔은 제외
- 대전관광공사는 1차 서류평가, 2차 현장평가를 거쳐 총 10개소를 대전 유니크베뉴로 지정할 계획으로, 이번에 지정되는 유니크베뉴들은 2년간 유니크베뉴로서의 자격을 인정받을 수 있으며 한국관광공사에서 선정하는 ‘코리아 유니크베뉴’에도 우선 추천 가능함
- 한편, 선정된 유니크베뉴에는 홍보콘텐츠 제작, 전문가 컨설팅, 마케팅 교육 등 다양한 혜택을 제공하고 유니크베뉴로서의 특성을 더욱 강화 및 발전시킬 수 있는 기회를 부여하여 지역 내 MICE 산업 활성화에 기여할 수 있을 전망이다
- 특히, 대전관광공사는 신세계 아트앤사이언스(Art & Science) 내의 전망대인 ‘디 아트 스페이스 193’, e-스포츠 전용 경기장 ‘드림아레나’ 등 최근 새롭게 확충된 대전의 MICE인프라들이 대전시의 MICE도시로서의 매력도와 경쟁력을 강화하는 데 크게 기여하였다고 언급하며, 이번 유니크베뉴 공모를 통해 도시만의 분위기와 특색을 느낄 수 있는 장소를 발굴하고 다방면으로 지원해 이들을 대전 세계적 MICE 선도도시로 거듭날 계획이라고 밝힘



[그림 15] 대전 신세계 아트앤사이언스 전경

■ 강원도: 강원도관광재단, '제9기 강원 MICE 서포터즈' 활동 개시

- 강원도관광재단은 강원도 MICE 인력 양성을 위한 '제9기 강원 MICE 서포터즈'를 선발, 2월 26일 발대식 이후 3월부터 본격 활동 돌입 예정임
- 이번 서포터즈는 5개 팀 총 23명으로 구성되어 있으며, 2022년 11월까지 강원지역 내 MICE행사 지원, 온오프라인 홍보, 강원 MICE 활성화 미션 수행 등 재단의 공식 서포터즈 역할을 담당할 예정임
- 한편, 강원도관광재단은 해당 서포터즈를 대상으로 단순히 보조 인력 운영으로서의 개념이 아니라 인재육성의 관점으로 접근하여 MICE 행사에 직접 참여하고 많은 현장경험을 쌓을 수 있도록 홍보부스 운영 및 행사 운영요원 등의 업무를 체험할 기회를 제공하고, MICE 관련 교육프로그램도 다양하게 운영할 계획임



[그림 16] 강원 MICE 서포터즈 발대식

■ **전라남도: 전라남도 - 여수시, 온라인 MICE 유치 설명회 진행**

- 여수시는 지역 내 MICE시설과 인센티브 제도를 안내하고 전라남도 및 여수를 MICE 행사의 최적지로 육성하는 것을 목표로 '온라인 MICE 유치 설명회'를 진행함
- 해당 행사는 줌(Zoom)을 통해 실시간 온라인 방송을 통해 개최되었으며, 국내 MICE협회 회원사, 기업회의 대행업체, 관광협회, 인바운드 여행사 등 국내 200여개 업체 및 해외 50여개 관련 단체가 참여함
 - 설명회는 전라남도 및 'MICE 인증도시' 여수에 대한 홍보 및 인센티브를 소개하고 서포터즈 기획코너, 경품추첨, 질의응답 순으로 진행되었음
- 특히, 2021년 200여 개 국내 MICE단체와 함께 여수 MICE 온라인 설명회를 진행했던 여수시는 2022년 여수시 최초로 해외 MICE 행사 유치를 위한 설명회인 'YEOSU MICE DAY'를 2부에서 단독 진행해 큰 호응을 얻음
- 여수시는 포스트코로나 시대 MICE 산업 환경이 변화하고 있다는 점을 지적하며 맞춤형 인센티브 지원 및 국내외 온라인 유치 설명회를 개최할 예정임을 밝히고, 나아가 찾아오도록 만드는 관광, MICE 선도도시로 앞장서 나가는 여수를 만들어 나가겠다고 언급함
- 한편, 전라남도는 코로나19에 따른 MICE산업 동향에 맞추어 하이브리드 형태의 행사에 대응하기 위한 인센티브 지원 대책, 전남지역 내 고유 관광자원 및 휴양형 MICE시설 소개 등을 주제로 발표를 진행하였음



[그림 17] 여수시-전남관광재단 온라인 MICE 유치 설명회 현장

■ 제주도: 제주도, 위드 코로나 MICE 산업 활성화에 172억 원 투입 예정

- 제주도, 2022년 ‘위드 코로나’에 따라 도내 MICE 산업 활성화를 위한 활성화 계획 수립 및 추진 예정, 총 172억 원 투입할 계획임
 - 해당 계획의 정책목표는 ‘MICE산업 강화를 위한 맞춤형 인프라 구축’으로, 이를 기반으로 △탄력적 마케팅 △지속가능한 MICE환경 조성 △MICE산업 지역경쟁력 강화 등 3대 전략을 설정하였으며, 13개 추진 과제를 마련하였음
- 탄력적 마케팅 전략의 경우 MICE 지원제도 개선, 코로나19 대응 방역 지원, 글로벌 네트워킹 강화 및 유치 협업 확대 등을 중심으로 과업을 추진해 나갈 예정임
- 지속가능한 MICE환경 조성은 도내 MICE 기업들의 ISO 20121 인증 취득 지원, 국제회의와 전시 등 복합 공공 인프라 확충 추진으로 구성됨
 - ISO 20121: 규모와 소재지에 상관없이 모든 이벤트 관련 조직이 지속가능성에 기여하도록 이벤트를 관리하는 국제표준, 지역사회에 미치는 부정적 영향을 최소화하고 최대의 성과를 올리는 방안을 제공하는 경영시스템 표준
- 제주도는 제주컨벤션뷰로와 컨벤션센터 등 유관기관과의 협업 및 관련 업계 의견 수렴 등을 거쳐 경쟁력 있는 제주도만의 MICE산업 성장환경을 조성하기 위해 노력할 계획이라 밝힘



[그림 18] 제주도청 전경