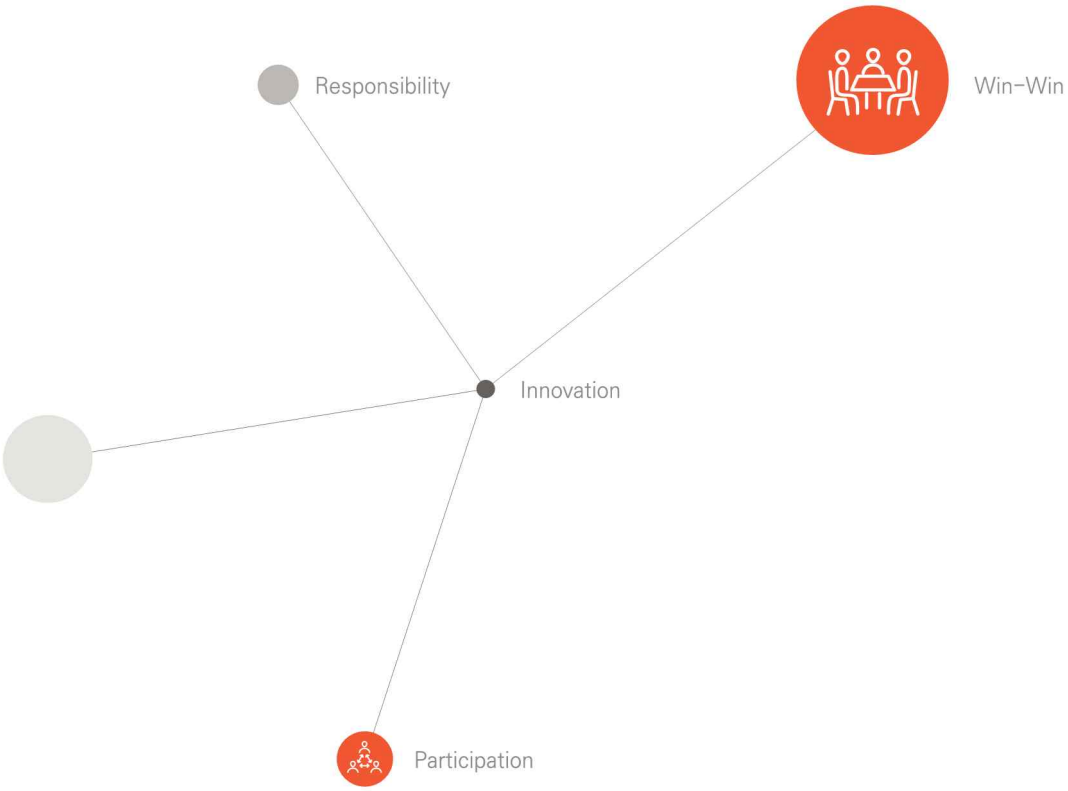
www.sto.or.kr

2022년 MICE
산업 동향 보고서

5월



서울관광재단
SEOUL TOURISM ORGANIZATION

목 차

1. 스페셜 이슈 ····· 3

2. 해외시장 동향 ····· 12

3. 국내시장 동향 ····· 18

1

스페셜 이슈

1. 딜로이트: 2022 기업여행(Corporate travel) 전망 보고서

가. 딜로이트(Deloitte)

- 딜로이트(Deloitte)는 영국 런던에서 1845년 창립된 회계법인 및 컨설팅그룹으로, 전 세계 회계·컨설팅 업계에서 매출액 기준 1위이며 포춘 글로벌 500대 기업 중 80% 이상의 업체가 딜로이트의 컨설팅 및 자문을 받았거나 받고 있을 정도로 시장을 읽는 능력이 뛰어나다는 평을 받고 있음

- 특히 딜로이트는 정치·경제 분야를 비롯해 환경, 에너지, 금융 등 매우 넓은 스펙트럼을 자랑하는데, 이러한 컨설팅 경험을 통해 축적된 노하우 및 시장조사 능력 등을 기반으로 자사 홈페이지에서 분야별 전망 보고서, 인사이트 보고서 등을 다수 발간하고 있으며 레저, 여행, 기업여행 등 관광업종에 대한 보고서도 찾아볼 수 있음

1) 2022 기업여행(Corporate travel) 전망 보고서[1)]

- 기업여행(Corporate travel)이란 업무상의 목적을 수행하기 위해 타 지역으로 이동하는 행위를 뜻하며 상용여행의 개념이나 출장의 개념을 모두 포괄하는 것으로, 국제회의에 참석한다거나 타 지사를 방문하는 것, 중요 고객과의 만남을 위해 현지를 방문하는 것, 평가를 위해 현장을 방문하는 것 등 다양한 요인들로 인해 진행되는 여행의 종류를 기업여행(Corporate travel)이라고 지칭할 수 있음

- 딜로이트는 2022년 2월 10일부터 2022년 2월 18일까지 각 기업에서 출장 일정 조정, 기업여행 예산 관리 등의 권한을 지닌 결정권자(임원)급 기업여행 담당자 150명을 대상으로 설문조사를 진행, 코로나19로 인해 침체된 기업여행 시장이 언제 활성화될 것이라고 예상하는지, 기업여행 예산은 얼마나 더 투입할 예정인지 등 비즈니스 여행 업계의 회복을 점치기 위한 질문을 제시하고 응답내용을 분석하여 보고서를 작성하였음

1) 본 고는 'Reshaping the landscape : Corporate travel in 2022 and beyond'(Deloitte Insights, 2022)의 내용을 기반으로 작성하였음

2) 주요결과 요약

- 딜로이트의 2022 기업여행 전망 보고서에서는 주요 결과를 도출하였는데, 주로 기업여행 수요가 언제쯤 회복될 것인지, 향후 사내 기업여행 규정을 개편할 의향이 있는지, 기업여행을 실시함에 있어 가장 우려되는 사항들은 무엇인지 등에 대해 다루었으며, 자세한 내용은 〈표 1〉과 같음

<표 1> Corporate travel in 2022 and beyond – Key findings

연번	분류	세부 내용
1	2021년 예측 내용	2021년 6월 조사에서 66%의 응답자는 2021년 말까지 기업여행 소비규모가 2019년의 절반 이하 수준까지 회복될 것이라고 예측했으며, 델타·오미크론 변이로 인해 실제로 저조한 회복세를 기록하였음
2	회복 시기 예상	미국 내 기업여행은 2022년 꾸준한 상승세를 그릴 것으로 예상되며, 소비규모를 기준으로 상반기에 2019년의 36%, 하반기에는 2019년의 55%까지 회복될 것으로 전망
3	지역별 회복	국제관광이 재개됨에 따라 2022년 유럽-미국 간의 기업여행은 빠르게 회복될 것으로 예상되나, 아시아·남미 등을 제외하면 회복 시기가 아직 먼 것으로 예상
4	재개 일정 연기	코로나19 변이 바이러스들이 다시 유행함에 따라 기업여행 및 출장을 재개하려던 각 기업들은 일정을 다시 연기할 수 밖에 없었다고 답했으며, 15%는 아예 출장 규정을 변경하는 것을 고려 중
5	기업여행 저해 요소	기업여행을 쉽게 떠나지 못하는 이유로 코로나19로 인해 발생한 다양한 요소들이 꼽혔으나 해당 요소들의 영향력은 2021년에 비해 감소하였으며, 이제는 비싼 가격이 부담이 되는 상황
6	대면 행사의 필요성	2021년의 경험들을 토대로 비교해 볼 때, 기업여행 담당자들은 국제회의 및 이벤트들의 콘텐츠 전달력이 대면 행사에 더 의존하게 되었으며, 기술로 대체할 수 있는 비중이 줄어들었다고 인식하고 있음
7	재택근무의 영향	재택근무 위주의 기업들보다 사무실 위주 근무를 실시하는 기업이 기업여행 회복에 더 긍정적인 관점을 지니고 있는 것으로 나타남
8	지속가능성	높은 우선순위를 지니고 있는 지속가능성으로 인해 기업여행 관련 소비가 감소할 전망으로, 30%의 회사들은 지속가능성을 이유로 2025년까지 여비 예산을 11%~25% 감축할 예정

나. 주제별 조사 결과

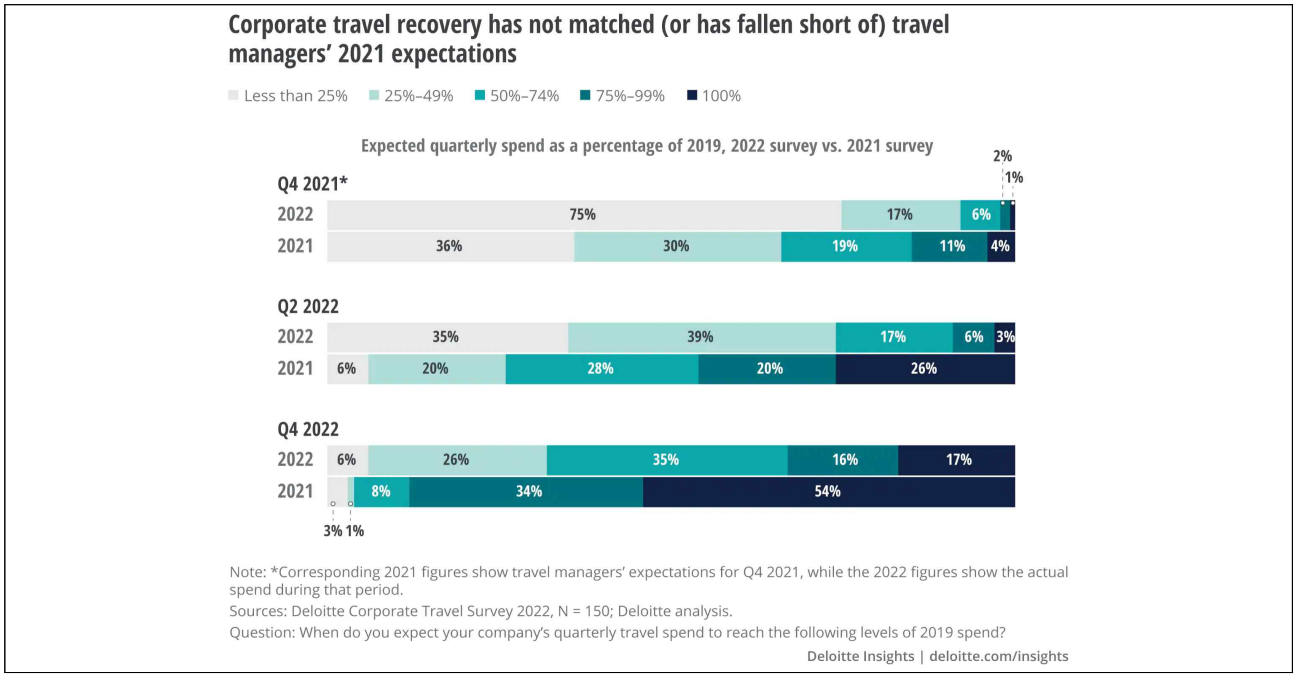
1) 기업여행 수요 회복 시기 예상

▌ 시기별 기업여행 회복 전망

- 2021년 딜로이트 조사에서는 2021년 말까지 기업여행 소비규모가 2019년의 절반 이하일 것이라고 예측(66%)했는데, 2021년 델타·오미크론 변이의 발생으로 인해 기업여행 소비규모의 회복세가 둔화되며 예측과 일치하는 모습이 나타남

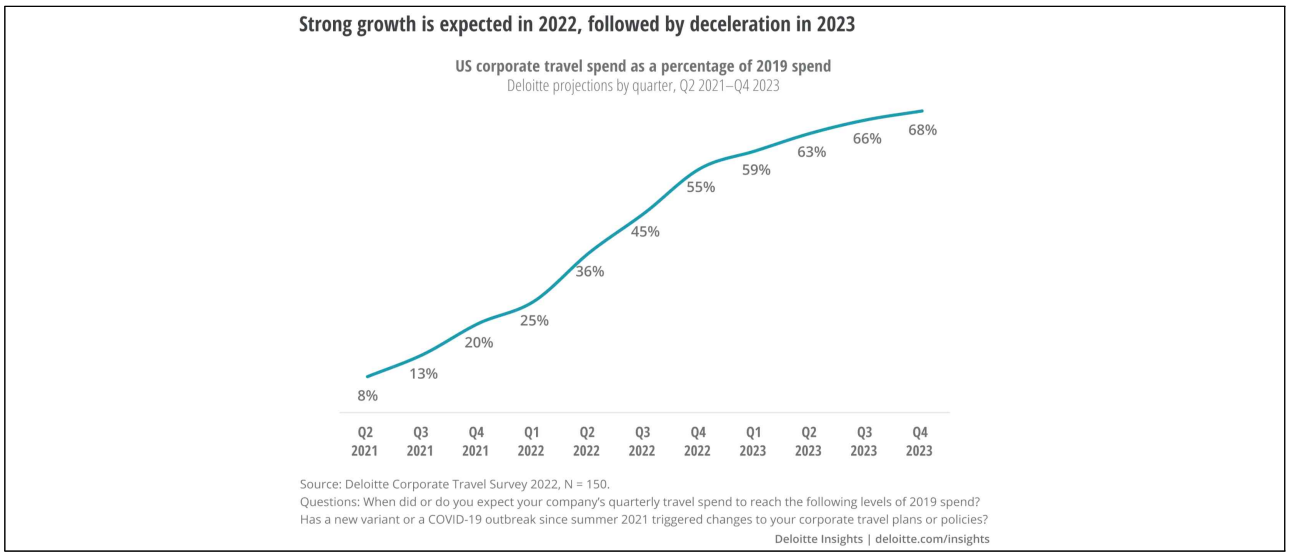
- 또한 2022년 실시한 기업여행 소비규모 예측에서는 2022년 상반기까지 기업여행 소비규모가 코로나19 이전 대비 '절반 이상 회복될 것'이라는 응답이 26% 수준으로 나타났고, '매우 조금 회복될 것(회복률 0~24%)'이라는 응답은 35%, '약간 회복될 것(회복률 25~49%)'이라는 응답은 39%를 차지하였음

● 한편 전문가들은 2022년 하반기에는 기업여행 수요 회복세가 강하게 나타날 것으로 예상했으며, 절반 이상 회복될 것이라고 응답한 비율이 68%에 달하는 것으로 나타남



[그림 1] 기업여행 소비규모 회복세 예측(2021년 조사와 2022년 조사 비교)

● 아울러 2023년까지 각 분기별 소비규모 예측을 통해 좀 더 자세히 살펴볼 경우, 기업여행 전문가들은 2022년 1분기부터 4분기까지 분기별로 약 10%씩 급격한 회복세를 보일 것으로 예상했으나 2023년에는 오히려 회복세가 둔화될 것으로 예상하였음



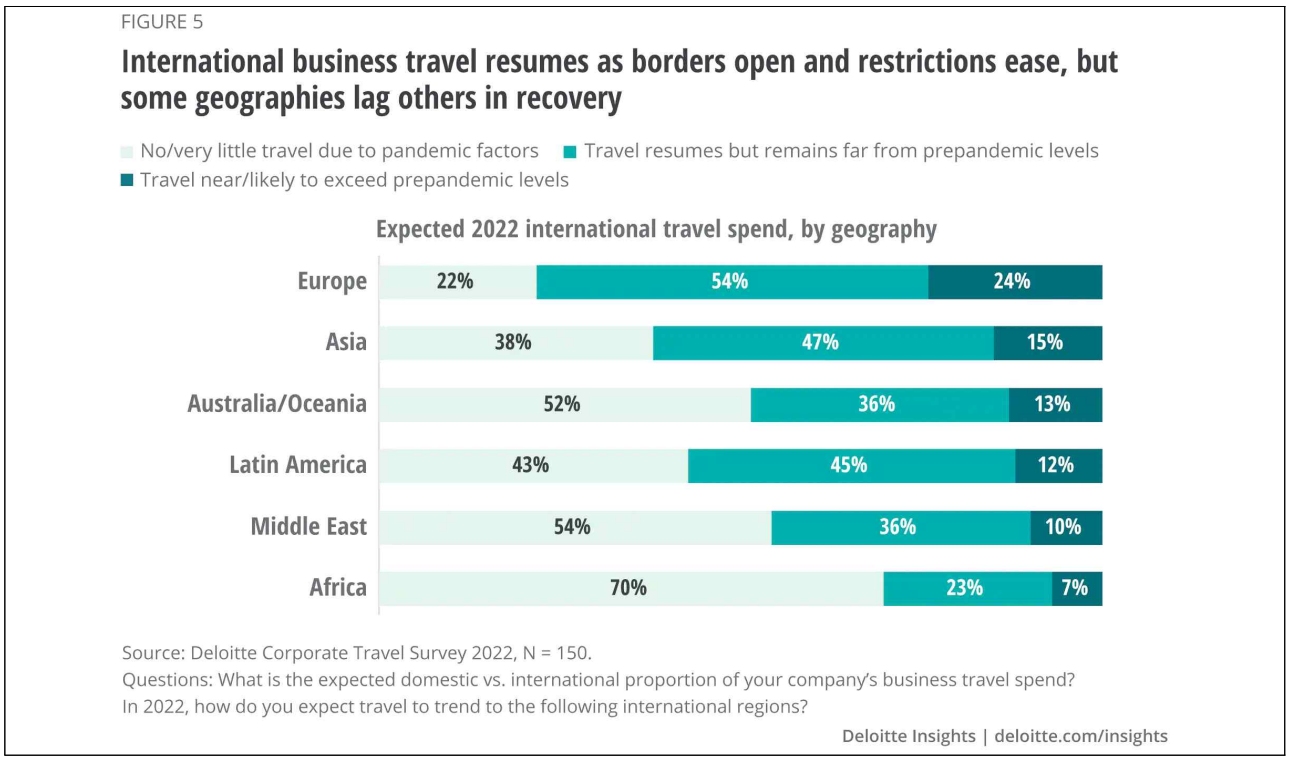
[그림 2] 기업여행 소비규모 회복세 예측(2021년~2023년 분기별 예측)

▌ 대륙별 기업여행 회복 전망

- 한편 코로나19 팬데믹 이후 세계 각국의 감염 및 치료 현황이 천차만별로 나타나고 있는데, 2022년 방역조치를 종료하고 제한을 완화하는 국가가 있는 반면 일부 국가는 국경을 개방하지 않고 방역조치를 유지하는 등 지역별·국가별 편차가 나타나게 되었으며 이는 곧 지역별·대륙별 기업여행 회복세의 차이로 이어짐

- 북미 기업여행 담당자들에게 2022년 타 대륙으로의 기업여행 소비규모가 어떻게 변화할 것인지에 대해 질문했을 때, 북미-유럽 간 기업여행 소비가 '코로나19 이전에 비해 비슷하거나 더 많을 것'이라고 선택한 이는 전체의 24%를 차지했으며, '재개는 되지만 소비규모는 코로나19 이전보다 크게 모자랄 것'이라는 의견은 54%, '전혀 회복되지 않을 것'이라는 의견은 22%로 나타남

- 또한 북미-아시아 간의 기업여행 소비에 대해서는 '코로나19 이전에 비해 비슷하거나 많을 것' 15%, '재개는 되지만 코로나19 이전보다 크게 모자람' 47%, '전혀 회복되지 않을 것' 38% 등의 응답 비율이 나타남



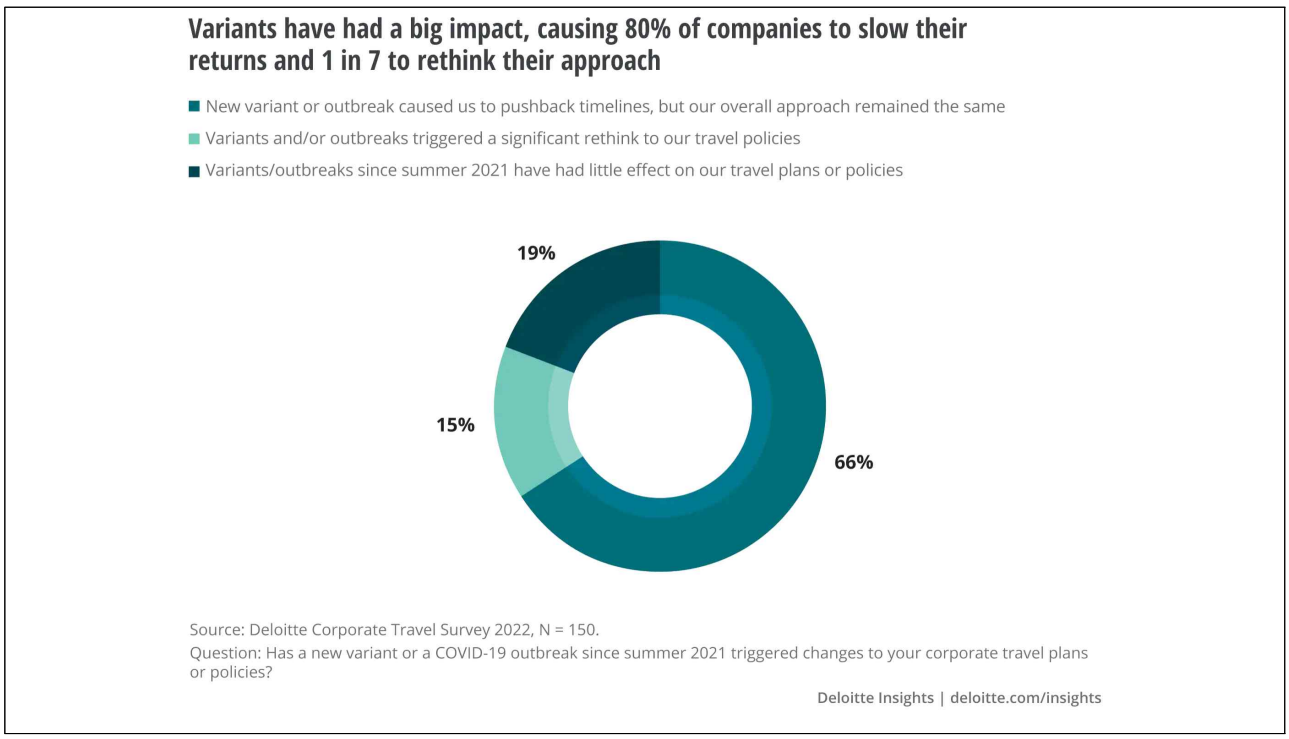
[그림 3] 기업여행 소비규모 회복세 예측(북미-각 대륙 간 기업여행)

2) 기업여행 재개 일정 연기 및 재개 촉진·저해요소

- 2021년 델타·오미크론 변이 등으로 기업여행 실시에 어려움을 겪은 담당자들은 기업여행 계획을 조정·연기하는 한편 기업여행과 관련한 사내 규정 및 방향성 등을 변경하는 조치를 취하는 경우도 나타남

- 조사 결과 응답자 중 66%는 '기업여행 일정은 미뤄졌으나 규정 및 방향성은 변화하지 않았음'이라고 답변했으며, 15%는 '기업여행 일정을 미루고 규정 및 방향성 역시 재고하게 되었음', 19%는 '일정이나 규정·방향성 등에 큰 영향을 끼치지 않았음'이라고 응답

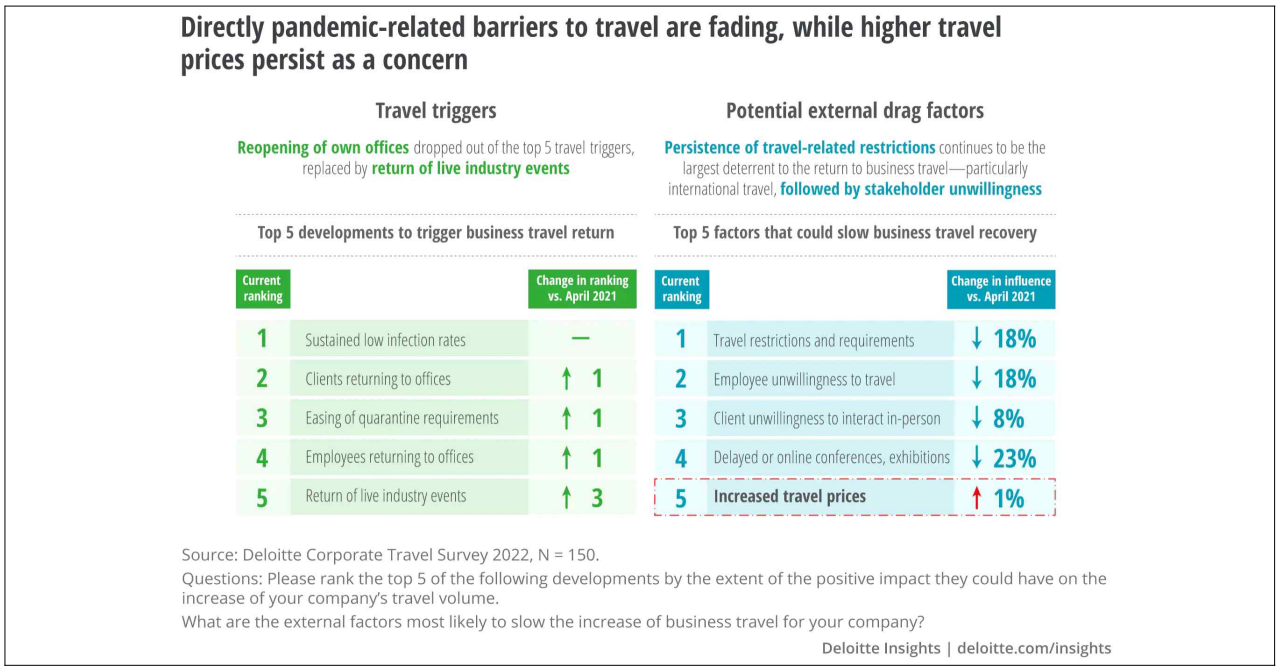
- 이러한 조사 결과를 합산 시 81%의 기업들은 기업여행 재실시 일정을 늦췄으며 15%의 기업들은 아예 기업여행에 대한 관점이나 실시하는 방식을 바꾸었다고 볼 수 있음



[그림 4] 변이 바이러스 및 팬데믹이 기업여행 재개 시기 및 방침에 끼친 영향

- 한편 기업여행 관리자들에게 기업여행 재개를 촉진할 수 있는 요소들은 어떤 것들이 있는지에 대해 질문했을 때, 2021년과 마찬가지로 '안정되고 낮은 감염률'이 1순위로 선정되었으며, 2순위~4순위에는 '고객사 직원들의 사무실 근무 복귀', '격리조치 완화', '자사 직원들의 사무실 복귀'가 위치해 지난해보다 1개 순위씩 상승했고 5순위는 지난해보다 3개 순위가 상승한 '업계 대면 행사 재개'가 차지하였음

● 반면 기업여행을 주저하게 만드는 잠재요인들이 무엇인지 묻는 질문에는 1순위로 '지속적인 여행제한 및 입국 시의 요구사항'을 꼽았으며, 2순위는 '근로자의 기업 여행 참여 거부', 3순위는 '고객사의 대면 접촉 거부', 4순위는 '국제회의 및 전시의 취소 또는 온라인화', 5순위는 '인상된 여행 비용'으로 나타남



[그림 5] 기업여행 유발 요소 및 저해 요소

3) 뉴노멀 시대 트렌드의 영향

▌재택근무와 기업여행 회복의 상관관계

● 코로나19 대유행 이래로 감염병 확산 예방을 위해 재택근무 제도가 세계 곳곳에서 실시되어온 가운데, 딜로이트는 사무실 근무와 재택근무 중 어떤 근무 형태가 기업여행 소비규모 확대에 더 유리한지에 대한 설문을 실시하였음

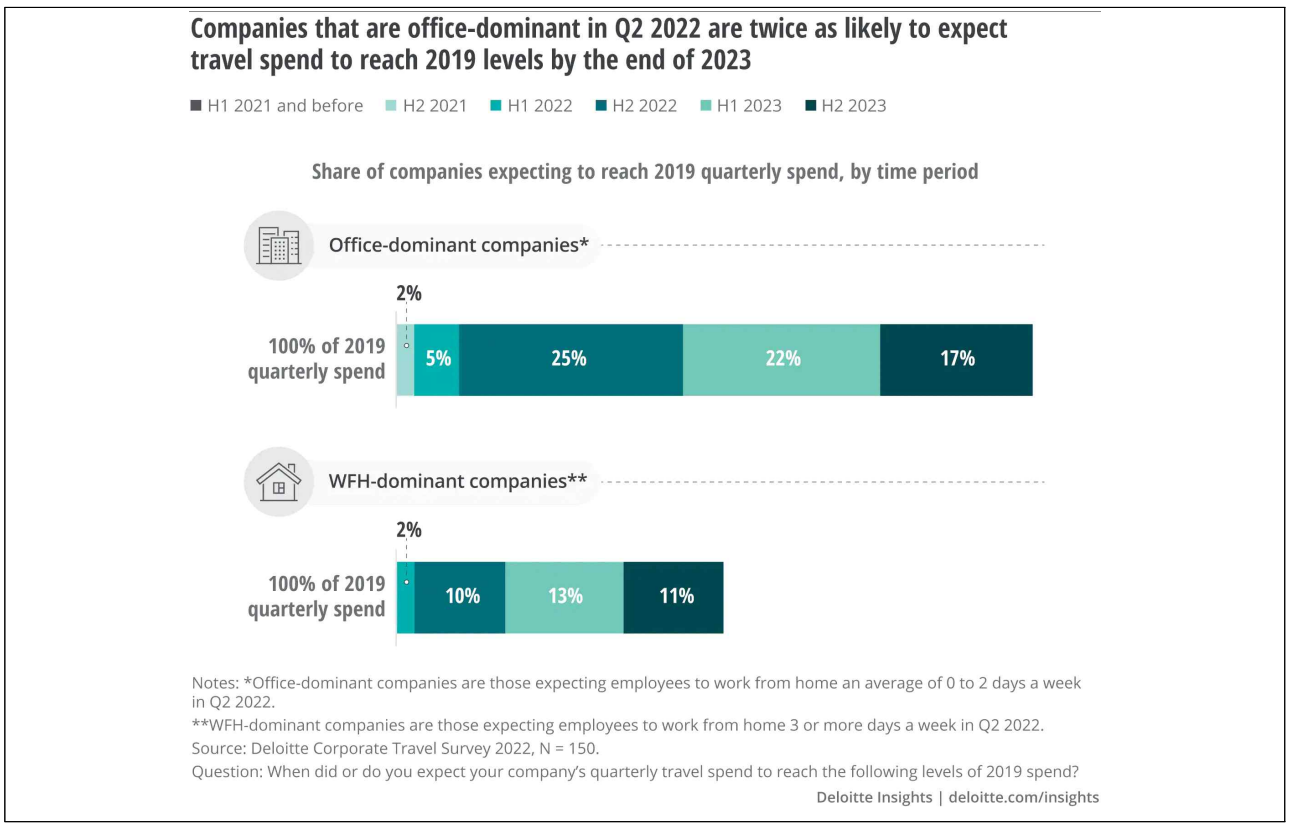
● 해당 설문을 위해 일주일 재택근무 일수가 0일~2일인 기업들은 '사무실 출근 기업'으로, 일주일 재택근무 일수가 3일 이상인 기업들은 '재택근무 기업'으로 분류한 뒤 해당 기업의 기업여행 소비규모가 '언제쯤 2019년 수준까지 회복될 것으로 예상하는지' 질문하였음

● '재택근무 기업'에서는 2022년 상반기 2%, 2022년 하반기 10%, 2023년 상반기 13%, 2023년 하반기 11% 등으로 응답해 2023년 말까지 회복될 것이라 예상한 비율은 총 36%였음

- 한편 '사무실 출근 기업'에서는 2021년 하반기 2%, 2022년 상반기 5%, 2022년 하반기 25%, 2023년 상반기 22%, 2023년 하반기 17% 등으로 응답, 2023년 말까지 기업여행 소비규모가 회복될 것이라고 예상한 비율이 총 71% 가량인 것으로 나타남

- 2023년 말까지 기업여행 소비규모가 코로나19 이전 수준만큼 회복될 것인지에 대해 '사무실 출근 기업'이 '재택근무 기업'에 비해 두 배 가량 높은 수치를 기록한 것은 '사무실 출근'이 '재택근무'보다 기업여행 수요 회복에 유리하다는 점을 시사

- 전문가들은 본사에서 먼 지역에서 재택근무 중 부득이하게 본사를 방문해야 하는 경우 등 다양한 요인들로 인해 '재택근무 기업'이 '사무실 출근 기업'보다 출장 등을 떠나야 하는 상황이 많을 것으로 예상하지만, 각 직원의 재택근무지부터 본사까지의 여정은 매우 특정한 항공편 및 숙박업소 등만을 이용하게 되어 서비스 공급자들에게 큰 기회가 되지 못하며, 소비규모 역시 '사무실 출근 기업'에 비해 적을 수밖에 없기에 '사무실 출근'이 기업여행 소비 회복에 유리하다고 분석



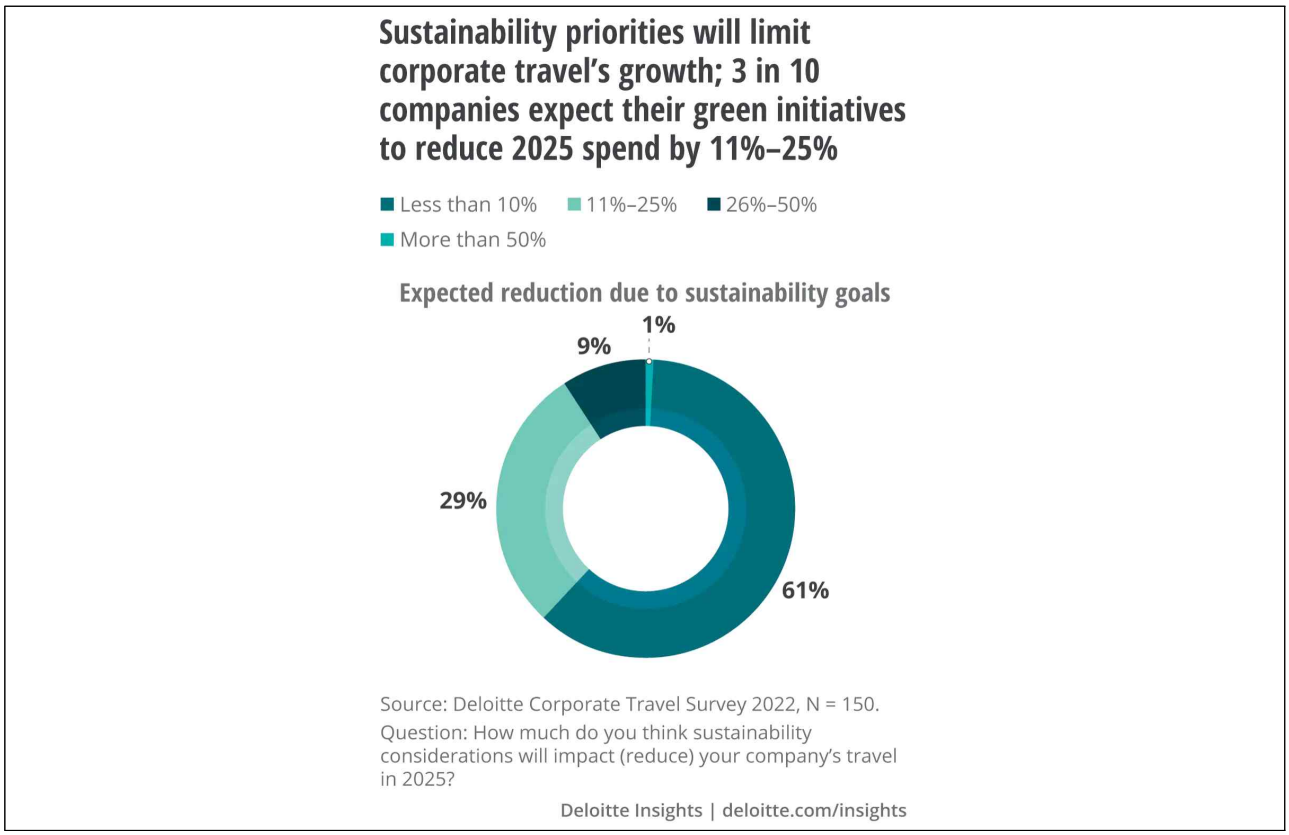
[그림 6] '사무실 출근' 기업과 '재택근무 기업'의 기업여행 소비규모 회복 전망

▌ 지속가능성과 기업여행 소비규모 전망

- 코로나19를 전후로 ESG경영에 대한 관심도가 높아지면서, ESG 요소 중 하나인 '환경'과 관련해 세계 각국의 기업들이 녹색경영 실천을 위해 노력하기 시작했으며, 2021년 다보스 세계경제포럼에서는 전세계 400개 이상의 기업들이 2050년까지 탈탄소화를 실시하기로 선서하는 등 다방면에서 탄소배출 저감이 기업의 주요 이슈가 되고 있음

- 한편 각 기업들은 '덜 여행하기'를 가장 쉽게 탄소배출량을 절감할 수 있는 방법 중 하나로 보고 있으며, 매번 국제회의 및 전시 현장까지 기업여행을 떠나기보다 여행 빈도를 제한하고 온라인 참석을 권고하는 등의 방향성이 대두되고 있음

- 이러한 상황 속에서 '지속가능성 고려와 관련, 2025년 기업여행 예산을 얼마나 줄일 것인가?'라는 질문에 대해 61%의 기업여행 담당자들은 '감소율 10% 미만'이라고 답했으며, '감소율 11~25% 수준'이라는 응답은 29%, '감소율 26~50% 수준'이라는 응답은 9%로 나타났고, '50% 이상 감소할 것'이라는 응답은 1%로 나타남



[그림 6] 지속가능성을 위한 2025년 기업여행 소비 감축 전망

2

해외시장 동향

2. 해외시장 동향

가. 아시아·태평양 지역

▌ 태국: 태국관광청, 5월 1일부터 태국을 방문하는 인센티브 단체에 최대 1,100만 원 지원

- 태국관광청은 5월 1일부터 9월 30일까지 태국을 방문하는 기업 인센티브 단체에 최대 30만 바트(한화 약 1,100만 원)를 지원한다고 밝힘

- 태국을 방문하는 최소 100명 이상의 기업 인센티브 여행 시 신청 가능하며, 전체 태국 숙박 기간에 상관없이 1인당 300바트(한화 약 1만 1,000원)를 지급할 예정임

  - 신청 기간은 8월 31일까지로 출발 최소 1달 전까지 신청서를 비롯한 서류를 태국관광청 이메일로 접수해야 하며 단체 성향과 목적 및 규모 등에 대한 심사를 거쳐 최종 지원 여부가 결정되고, 지원금 지급은 전체 행사가 종료된 후 이루어질 예정

- 또한, 태국관광청은 이벤트에 참여하는 단체뿐 아니라 인센티브 투어 참가자 개인을 대상으로 한 이벤트도 진행할 예정

  - 여행 중에 촬영한 태국 여행 콘텐츠를 개인 SNS에 업로드한 후 링크를 태국관광청 이메일로 송부하는 방식으로 참여 가능하며, 태국 여행과 관련된 흥미롭고 유익한 정보를 제공한 참가자를 그룹당 10명 이내로 선발하여 편의점 이용권 3만 원권을 지원하는 이벤트를 실시

[그림 7] 태국관광청 추천 주요 관광지

▌말레이시아: 2022-2030 MACEOS MICE 전략 로드맵 공개

- 말레이시아 컨벤션 및 전시 주최사&전시 공급자 협회(The Malaysian Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers, MACEOS)는 2022년 연차총회(Annual General Meeting 2022, AGM2022)에서 'MACEOS 전략 로드맵 2022-2030'을 공개함

- 혁신·개발·교육·지지에 중점을 둔 이번 'MACEOS 전략 로드맵 2022-2030'은 향후 9년간 비즈니스 이벤트 산업 종사자들이 지키고 실천할 핵심 요소 및 전략을 설명하고 산업의 회복과 성장을 위한 기회와 역경 및 잠재력을 설명하였음

- 한편 'MACEOS 전략 로드맵 2022-2030'의 주요 사명은 다음과 같음
  - 말레이시아 컨벤션 및 전시 주최사&전시 공급자 협회(MACEOS)의 비즈니스 이벤트 산업 컨설턴트로의 역할을 정의함
  - 국가 경제 핵심 요소로서의 비즈니스 이벤트가 지닌 중요성을 강조
  - 비즈니스 이벤트 커뮤니티의 지속적인 성장의 필요성을 설명하고 발전 방향성을 제시
  - 아세안(The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN)의 비즈니스 이벤트 교육의 장으로서의 말레이시아를 정의함

- '말레이시아 컨벤션 및 전시 주최사&공급자 협회'의 대표 프란시스 테오(Mr. Francis Teo)는 정량 데이터의 활용을 강조하면서 'MACEOS 전략 로드맵 2022-2030'이 비즈니스 이벤트의 가치와 중요성을 일깨워 주는 역할을 하기를 기대한다고 밝힘

[그림 8] 말레이시아 컨벤션 및 전시 주최사&공급자 협회 집행 위원회

나. 미주 지역

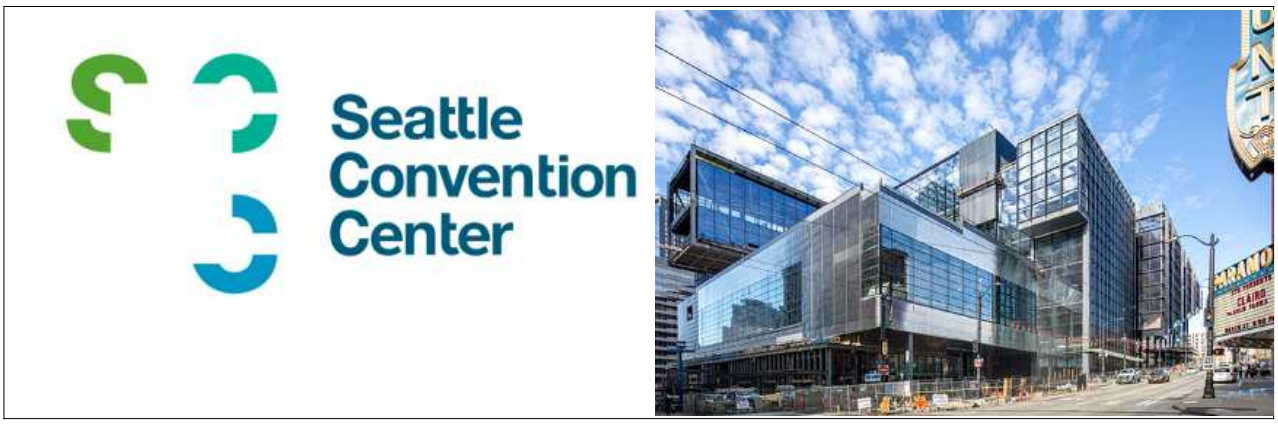
▌ 미국: 워싱턴 주립 컨벤션 센터, 30년 만에 시애틀 컨벤션 센터(SCC)로 브랜드 변경

- 태평양 북서부의 대표 컨벤션센터이자 시애틀의 주요 회의와 무역 박람회를 30년째 담당해온 '워싱턴 주립 컨벤션 센터(Washington State Convention Center)'는 새로운 브랜드 아이덴티티인 '시애틀 컨벤션 센터(Seattle Convention Center, SCC)'를 공개함

- '시애틀 컨벤션 센터(SCC)'가 자리잡은 워싱턴 주립 컨벤션 센터 공공시설 지구(Washington State Convention Center Public Facility District)의 관계자들에 따르면, 컨벤션센터 리브랜딩은 기관명 변경이 시애틀이라는 도시와의 연계성을 직관적으로 보여주는 계기가 되는 한편 지역경제 및 시민혜택에 기여하는 자급자족형(Self-sustaining) 단체로서의 입지를 공고히 하는 계기가 될 것이라고 전망

  - 한편 새로운 SCC 로고는 컬러 팔레트를 모티브로 시애틀 도시의 자연적인 요소를 형상화하였으며, MICE 관계자들이 해당 시설에서 협업하고 혁신한다는 의미를 내포

- '시애틀 컨벤션 센터(SCC)'의 CEO인 제프 블로워(Jeff Blower)는 '시애틀 컨벤션 센터(SCC)의 개편이 2023년 1월 완공될 써밋 빌딩 건축과 함께 가장 거대한 이정표 중 하나가 될 것'이라고 언급하며 '새로운 브랜딩은 국제회의 등을 통해 창출되는 수익뿐 아니라 참가자들이 시애틀 및 인근 지역에서 관광을 즐기며 발생하는 수익도 향상시킬 것이며, 지역사회 활성화에 기여할 것으로 기대한다'고 전망



[그림 9] 좌: 새로운 시애틀 컨벤션 센터(SCC) 로고 / 우: 시애틀 컨벤션 센터(SCC) 전경

다. 구미주 지역

▌덴마크: 코펜하겐 지속가능성 가이드(Copenhagen Sustainability Guide) 업데이트하여 배포

- 코펜하겐, 국제회의 기획자들이 코펜하겐 내에서 진행되는 국제회의 등에 대해 탄소배출량 및 탄소소비량을 감축하는 데 도움이 되도록 기존에 존재하던 '코펜하겐 지속가능성 가이드(Copenhagen Sustainability Guide)'를 업데이트하여 배포

- 이번 '코펜하겐 지속가능성 가이드'는 회의 기획자들의 탄소배출에 대한 이해를 강화하는 한편 회의 준비와 진행 과정에서 발생 가능한 온실가스의 발생 경로 또는 발생량을 알려주는 내용으로 구성되어 있음

- 코펜하겐시의 컨벤션 담당자인 키트 리케토프트(Kit Lykketoft)는 '회의산업이 경제적 파급효과 등 긍정적인 영향뿐만 아니라 탄소 배출 등의 부정적인 효과도 가지고 있는 만큼, 이번 '코펜하겐 지속가능성 가이드'가 회의 기획자, 공급자, 참가자 모두에게 지속 가능한 이벤트 기획 및 참여를 독려하고 회의산업의 지속 가능한 발전에 기여하기를 기대한다'고 언급

- 한편 코펜하겐은 회의산업과 관련하여 세계 지속가능성 목적지(Global Destinations Sustainability, GDS) 순위에서 2위를 차지하고 있을 정도로 지속가능한 개발 및 솔루션에 대해 선두권을 달리고 있는 도시로, 2030년까지 관광산업이 코펜하겐의 지속가능성을 약화시키는 것이 아니라 오히려 지속가능한 발전에 긍정적인 영향을 끼칠 수 있도록 계속해서 대책을 강구해 나갈 계획

[그림 10] 코펜하겐 시내 전경

▌ 체코: 체코관광청, 카를로비 바리에서 5월 23일 'Czech Republic Travel Trade Day 2022' 개최

- 체코관광청은 체코 최대의 트래블마트인 'Czech Republic Travel Trade Day 2022(TTD 2022)'를 체코 카를로비 바리에서 5월 23일~24일 개최하였음
  - 해당 트래블마트는 2016년 체코관광청이 각 지역·단체·기관들과의 네트워크 구축, 인바운드 관광객 유치, 국제시장에서의 체코관광 브랜드가치 강화 등을 위해 처음 실시한 이래 매년 실시되어왔으며, 2020년, 2021년 코로나19로 중단된 이후 2022년 재개되었음
- 체코관광청은 트래블마트와 더불어 체코 내 여러 호텔과의 협력과 서비스, 팸투어 등을 통해 코로나로부터 회복한 체코를 여행 목적지로서 소개하고 국제 여행업계의 비즈니스 관계를 재구축하는 것을 목표로 밝혔으며, 체코 B2B 파트너사들과의 1대1 미팅, 상품개발 및 협력을 위한 자유로운 네트워킹 시간을 5월 24일까지 부여
- 한편 관광산업 관계자 80여 명은 트래블마트 시작 전, 체코를 여행하며 프라하, 플젠(Plzeň) 맥주 투어, 마리안스케 라즈녜(Marianske lazně)의 로열 골프 코스, 로켓 성(Loket Castle), 카를로비 바리(Karlovy Vary)의 아름다운 콜로네이드, 모제르 글라스(Moser Glassworks)와 같은 다양한 체코의 명소와 전통들을 직접 체험하고 현지 담당자들과 의견을 나누는 시간을 가졌으며, 이와 같은 팸투어는 트래블마트 이후에도 추가 진행될 예정

[그림 11] 체코 'Czech Republic Travel Trade Day 2022' 현장 사진

3

국내시장 동향

3. 국내시장 동향

▌ 대전: 2022 아시아 태평양 마이스 비즈니스 페스티벌(APMBF), 5월 12일~13일 개최

- 대전시, 한국MICE협회의 주관·주최로 5월 12일~5월 13일 양일간 '2022 아시아 태평양 마이스 비즈니스 페스티벌(Asia Pacific MICE Buiness Festival, APMBF)'을 대전컨벤션센터에서 개최

- '2022 아시아 태평양 마이스 비즈니스 페스티벌(APMBF)'은 2013년 대전에서 '한국마이스연례총회'로 시작하였으며, 10회차를 맞이한 2022년 'MICE and Humanity'를 주제로 다시 대전에서 개최되었음

  - 이번 행사에서는 MICE 산업 관계자 약 400명이 참가하여 대전컨벤션센터 제2전시장, 한빛탑 미디어파사드 등 대전의 신설 MICE 인프라를 경험했으며, 대청호와 도자기 체험 등 대전의 유니크 투어 프로그램에도 참여하였음

  - 강연 세션에서는 '통섭의 시대, 그리고 MICE', '90년대생도 팀장이 된다'라는 주제로 MICE 산업을 이끌어갈 MZ세대와의 소통방식에 대해 강의가 이루어짐

  - 또한 MICE 산업에 관심 있는 학생들을 대상으로 한 멘토링, 업계 재직자들을 위한 미팅테크놀로지, 지속 가능 MICE 브랜딩 등 다양한 주제로 세션을 진행하였음

- 다음 회차인 '2023 아·태 마이스 비즈니스 페스티벌'은 경남 창원에서 개최될 예정

[그림 12] 대전 2022 아시아 태평양 마이스 비즈니스 페스티벌(APMBF)

▌ 광주: 문체부에서 진행하는 '2022 국제회의 복합지구 활성화 지원 사업' 선정

- 광주시, 문화체육관광부가 공모한 '2022년 국제회의 복합지구 활성화 지원 사업'에 선정돼 국비 2억 7,000만 원을 확보하였으며, 시비 포함 사업비 총 5억 4,000만 원을 투입해 5월부터 12월까지 광주시 MICE 산업 활성화를 위한 다양한 사업을 추진할 계획
  - '국제회의하기 좋은 도시, 광주' 마케팅을 위해 국내외 MICE 매체 대상 홍보 사업을 진행하고 지역 내 MICE 인재 육성을 위한 광주 MICE 사관학교를 운영할 예정임
  - 국제표준화기구(International Organization for Standardization, ISO)가 제정한 이벤트 관련 국제 표준인 ISO20121 인증 획득 사업을 진행하고 참관객 편의성 증진을 위한 키오스크 설치 사업을 추진함
- 해당 지원사업 추진에 앞서 광주시는 지난 3년간 국제회의 복합지구 활성화 사업을 통해 상무지구에 대해 '국제회의하기 좋은 공간' 광주 마이스 파크(GJ MICE Park)라는 도시브랜드 이미지 개발을 진행하였으며, 홈페이지 및 앱 개발을 통해 국내외에 MICE 도시로서의 인지도 제고를 위해 노력해왔음
- '2022년 국제회의 복합지구 활성화 사업'을 통해 광주시는 향후 호남권 대표 MICE 도시로서 자리매김하고 업계 생태계 구축을 위해 노력할 예정이며, 광주 컨벤션센터 건립과의 시너지 효과를 통해 지역경제 발전을 도모할 계획

[그림 13] 광주시 국제회의복합지구 관련 사진

▌부산: 벡스코·부산관광공사, '합동 비전 보고회' 5월 3일 개최

- 벡스코(BEXCO)-부산관광공사, 5월 3일 벡스코 컨벤션홀 2층에서 부산 관광·MICE 산업의 미래 발전을 위한 '부산관광공사·벡스코 합동 비전 보고회'를 개최함

- 부산관광공사는 미래 비전으로 '2030 글로벌 TOP10 관광도시 진입'을 선언하며, 관광도시의 세계화, 관광체질의 혁신화, 관광시장의 광역화, 관광산업의 융복합 등 4대 추진전략을 공유함

  - 관광도시 세계화: 2024년까지 국·시비 1,500억 원이 투입되는 '국제관광도시 육성사업'을 성공 추진함으로써 2030 월드엑스포 유치기반을 조성할 계획
  - 관광체질 혁신화: 메타버스로 대표되는 혁신기술을 관광분야에 도입하고 부산정보산업진흥원과의 협업을 통해 용두산공원을 메타버스·AI 융합 테마파크로 구축할 예정
  - 관광시장 광역화: 부울경 메가시티 출범으로 형성된 동남권 협력체계를 관광분야로 확대하고 통합 관광브랜드 개발, 홍보마케팅 사업 확대, 동남권 관광패스 개발 등을 추진
  - 관광산업 융복합: 해운대 국제회의복합지구의 권역별 확대 및 MICE시설 집적화를 통해 개최여건 향상, 크루즈산업 육성을 위한 항로 개척, 항공-크루즈 상품개발 등 추진

- 한편 벡스코는 미래 비전으로 '세계 5대 MICE도시 플랫폼 구축'을 제시하고 전시컨벤션을 통한 지역경제 활성화, 글로벌 수준까지 MICE기반 강화, 부산 MICE 생태계 경쟁력 제고라는 추진전략을 제시

  - 전시컨벤션을 통한 지역경제 활성화: 인공지능, 해양수산, 조선 등 지역 전략산업 관련 전시회를 집중 육성하여 전시회와 산업의 동반성장 구조 창출
  - 글로벌 수준까지 MICE기반 강화: 글로벌 아젠다 선점을 위한 대형 행사 지속 개발, 탄소중립 엑스포-2030 부산월드엑스포 유치 연계, 대형 국제행사 유치 적극 추진
  - 부산 MICE 생태계 경쟁력 제고: 민간전시·회의주최자 비율 전국 15%까지 확대, 관광 MICE 관련 일자리 3,000개 창출, 미래인재양성을 위한 산학협력 등 진행할 계획

[그림 14] 부산관광공사 · 벡스코 합동 비전 보고회

▌ 경주, 경주화백컨벤션센터(HICO) 중심 국제회의복합지구 지정 추진

- 경주시, '경주화백컨벤션센터(Hwabaek International Convention Center, HICO)'와 함께 MICE 산업 경쟁력을 높이기 위한 '국제회의복합지구' 지정을 추진
  - '국제회의복합지구'는 국제회의시설 및 숙박, 판매, 공연시설 등 운영 활성화에 필요한 시설이 집적된 곳으로, 문화체육관광부를 포함한 중앙정부로부터 각종 부담금 감면 및 용적률 완화, 재정지원 등의 혜택이 있으며 관광진흥개발기금 지원 및 영업 제한 규제 제외 등 관광특구 수준의 혜택이 적용되는 구역
  - 현재 인천 송도, 경기 고양, 광주 김대중컨벤션센터, 대구 엑스코, 부산 벡스코 등 총 5곳이 지정되어 있으며, 2023년까지 총 10곳으로 확대할 예정
- 이에 경주시는 사업비 238억 원을 투자하여 2024년 완공을 목표로 HICO 전시장 증축 사업을 추진하고, MICE 중심도시로서의 위상 제고 및 경제 활성화를 추진할 예정
- 한편 경주시는 2021년 12월 '경주 국제회의복합지구협의체'를 구성하여 지역 내 호텔, 리조트, 경주월드 등과 함께 '국제회의복합지구' 지정을 위해 노력해온 바 있으며, 이를 바탕으로 경주를 경북권역 MICE산업의 중심도시로 육성할 계획

[그림 15] 경주화백컨벤션센터(HICO) 전경