

Korea MICE Industry Outlook 2019 and Beyond



CONTENTS



1 & 2. 과업의 개요
MICE 산업 현황



3. MICE 분야별
성공 사례



4. Global MICE Trend
5. MICE Industry
Outlook



6. MICE 산업
BSI (Business
Survey Index)



7. Final Thoughts

1. 과업의 개요

— 과업의 배경

2018년 연차 총회에서는 급변하게 변화하는 산업 트렌드를 조명하고 한국 MICE 산업의 미래를 전망하는 시스템 구축이 시급한 실정임

MICE 산업을 전망하고 미래를 예측하는 시스템 정착의 중요성

MICE 이해당사자간의 네트워크 강화

공사는 한국 MICE 산업의 국제경쟁력 제고와 이해당사자간의사소통의 장을 마련하기 위하여 매년 Korea MICE Alliance 연차 총회를 개최함

과업 배경

MICE 산업의 지속가능한 경쟁력 확보의 중요성

한국 MICE 산업의 지속가능한 성장을 견인하고, MICE 비즈니스경쟁력을 제고할 수 있는 공사의 산업 리더십 역할을 효과적으로 수행할 필요성이 있음

1. 과업의 개요

— 과업의 목적

① BSI 조사

2018년 진단과 2019년 한국 MICE 기업의 경기 실사 지수 (BSI: Business Survey Index)를 도출함

② 한국 MICE 산업 시장별 전망 분석

한국 MICE 시장별 (컨벤션센터, 호텔, PCO, PEO, 여행사 등)의 경기 전망 (OUTLOOK)을 분석을 함

③ 국내외 MICE 산업 분석

해외성공사례 분석
국내외 MICE 산업 현황 분석
MICE 산업의 국내외 트렌드를 분석함

1. 과업의 개요

— 과업의 범위

공간적 범위

- ✓ Korea MICE 시장
- ✓ 해외 MICE 시장

시간적 범위

- ✓ 연구기간: 2018년 11월 1일 – 2018년 12월 15일

내용적 범위

- ✓ BSI (Business Survey Index)를 통한 한국 MICE 시장별 경기 전망 분석
- ✓ 이해당사자별 심층인터뷰를 통한 2019 and Beyond MICE 산업 Outlook 도출
- ✓ 빅데이터 분석을 통한 국내외 MICE 산업 현황 및 키워드 분석
- ✓ MICE 산업의 국내외 트렌드 분석

1. 과업의 개요

과업 수행방법

BSI 설문지 개발 후, Korea MICE Alliance 회원사 대상 조사

Big data 분석 틀을 활용하여 국내외 MICE 시장 키워드 분석

해외성공 사례 분석

2019 MICE Industry Outlook과 트렌드 도출을 위한 시장별 조사

해외 MICE 관련 기관 글로벌 트렌드 보고서 심층 분석

(예, Carlson Wagonlit Travel Meeting & Events, AMEX Global Business Travel research, UFI Global Exhibition Barometer, Center for Exhibition Industry Research, Allied Market Research 등)

과업 수행을 위하여 공사 Korea MICE Alliance 회원사 네트워크 활용

○ 과업 결과물은 보고서 형식으로 PPT 파일로 제출

2. MICE 산업 현황



2. MICE 산업 현황

— MICE 개요

기획행사 및 전시회 등 **비즈니스 관광의 통칭**(문화체육관광부)

- 기업회의(Meeting), 기업주관 보상여행(Incentive), 국제회의(Convention), 전시(Exhibition)를 유치해 서비스를 제공하는 과정과 관련시설을 포괄적으로 지칭하는 개념(한국무역협회)



MICE란 기업회의(Meeting), 기업주관 보상여행(Incentives), 국제회의(Convention), 기획행사 및 전시회(Events and exhibition) 등 비즈니스 관광을 통칭하며 이를 유치해 서비스를 제공하는 과정과 관련시설을 포괄적으로 지칭하여 MICE산업이라 한다.

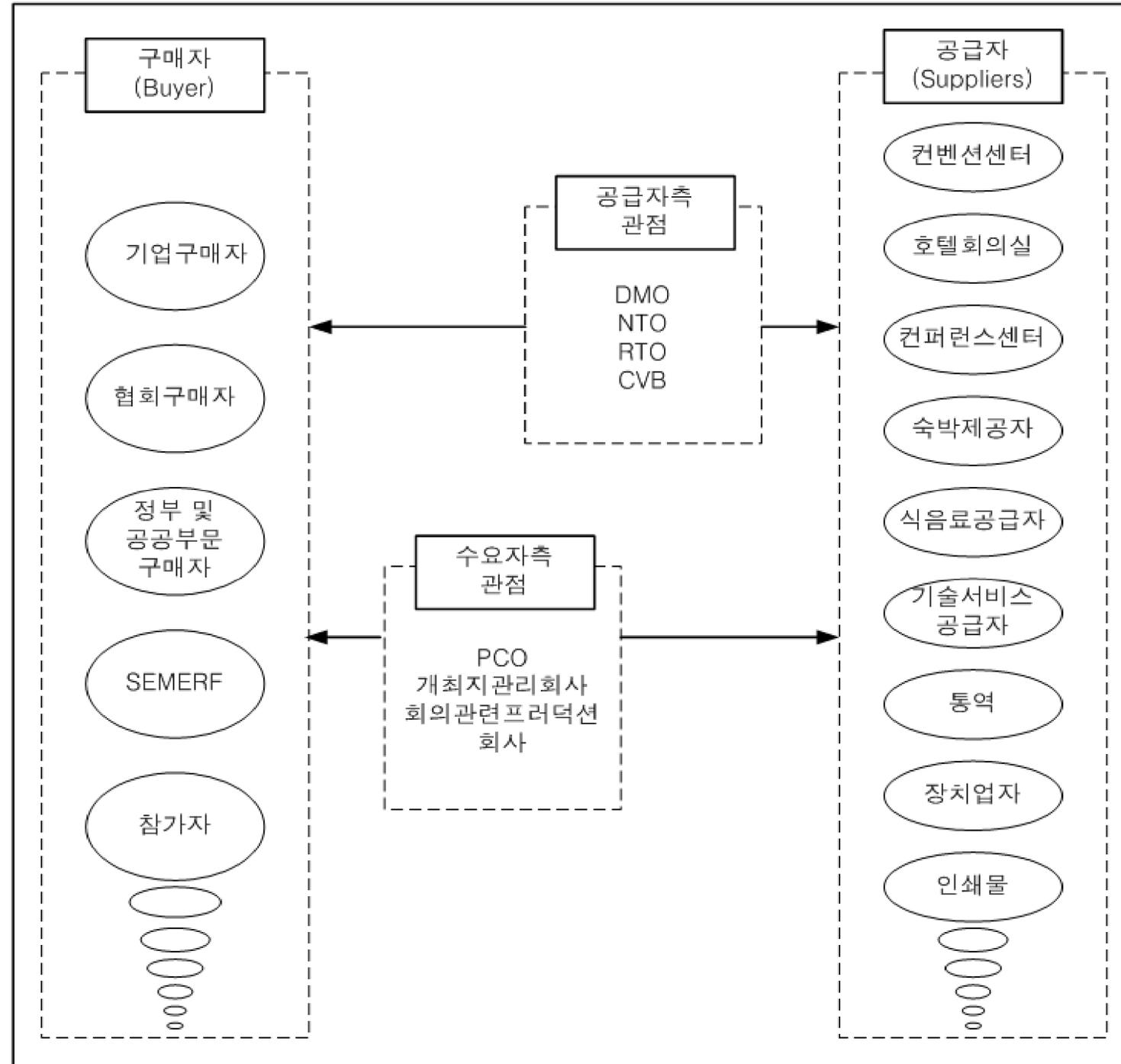
캐나다 - MC&IT(Meeting, Convention and Incentive Travel)

호주 - 더 포괄적인 개념인 Business Events

2. MICE 산업 현황

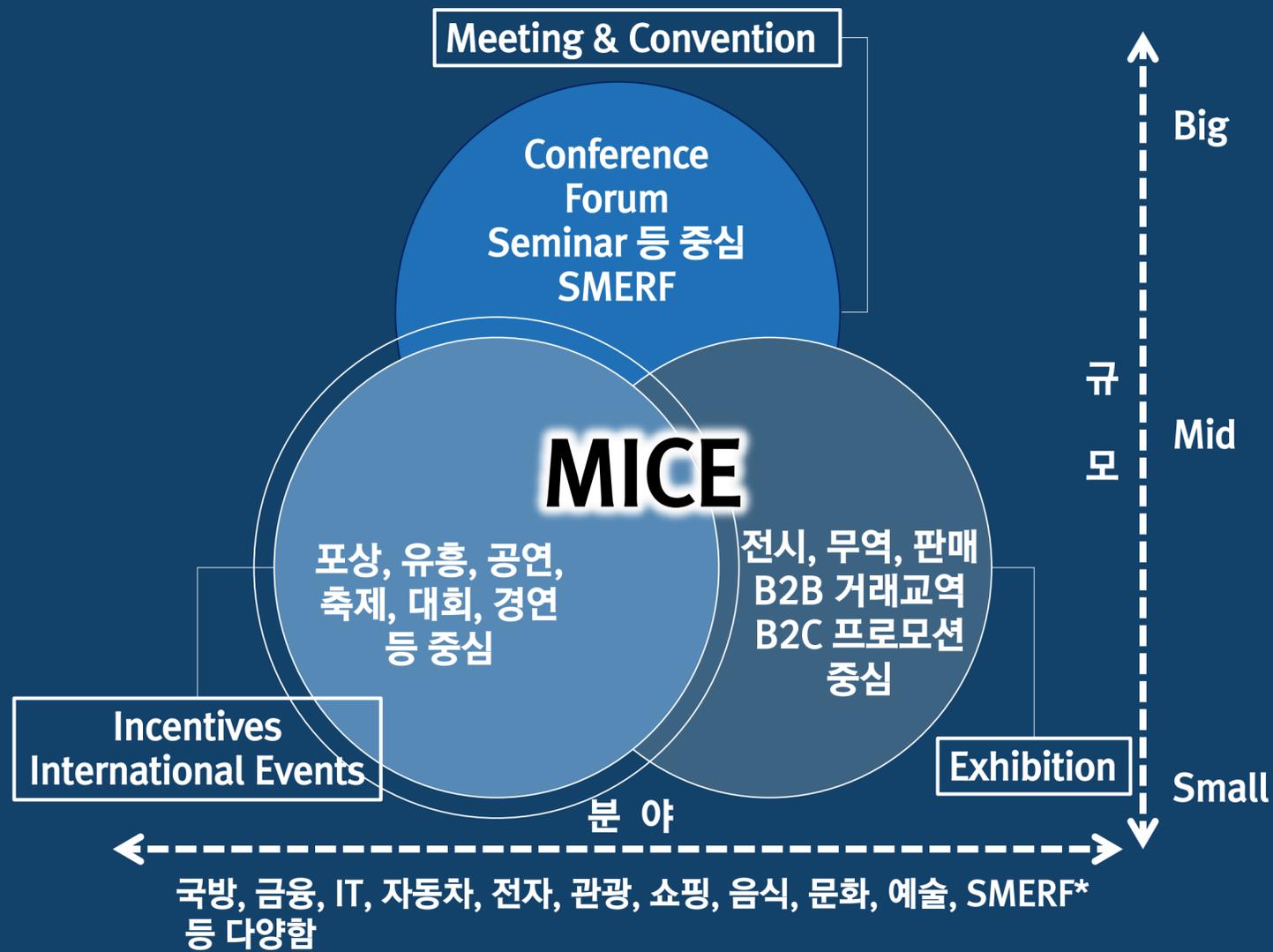
— MICE 산업의 구조

- MICE 산업을 수요자, 공급자, 유통체계로 구성되어 있음
- 수요자(Initiators of demand)는 국제기구, 기업, 협회, 학회, 정부, SMERF, 참가자 등이 있음
- 공급자는 컨벤션센터, 개최지, 호텔, 식음료, 교통체계, 장치, 통역, 디자인 등
- 유통체계는 PCO, PEO, DMO, CVB, AMC 등으로 구성됨

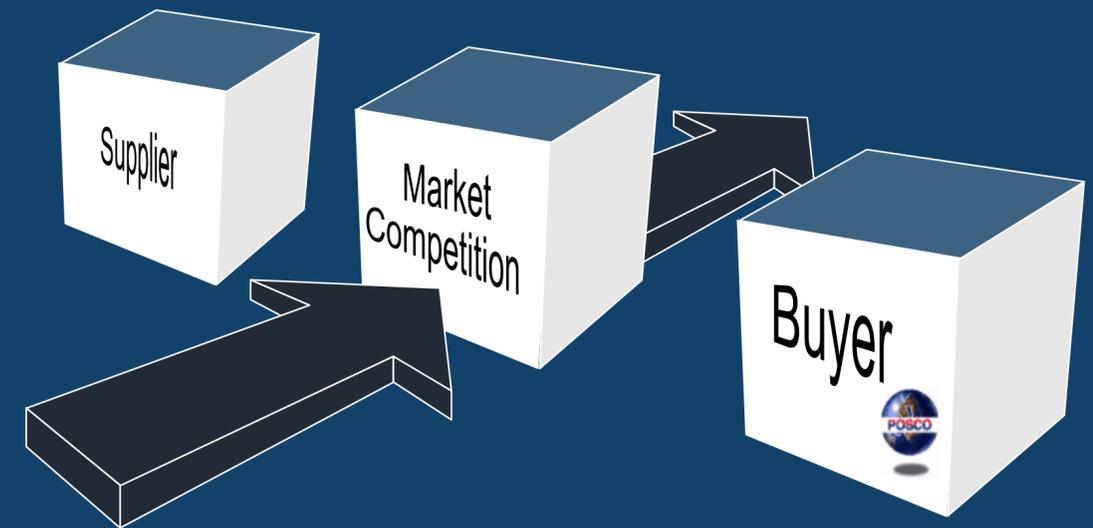


2. MICE 산업 현황

■ MICE = 종합 Business Events



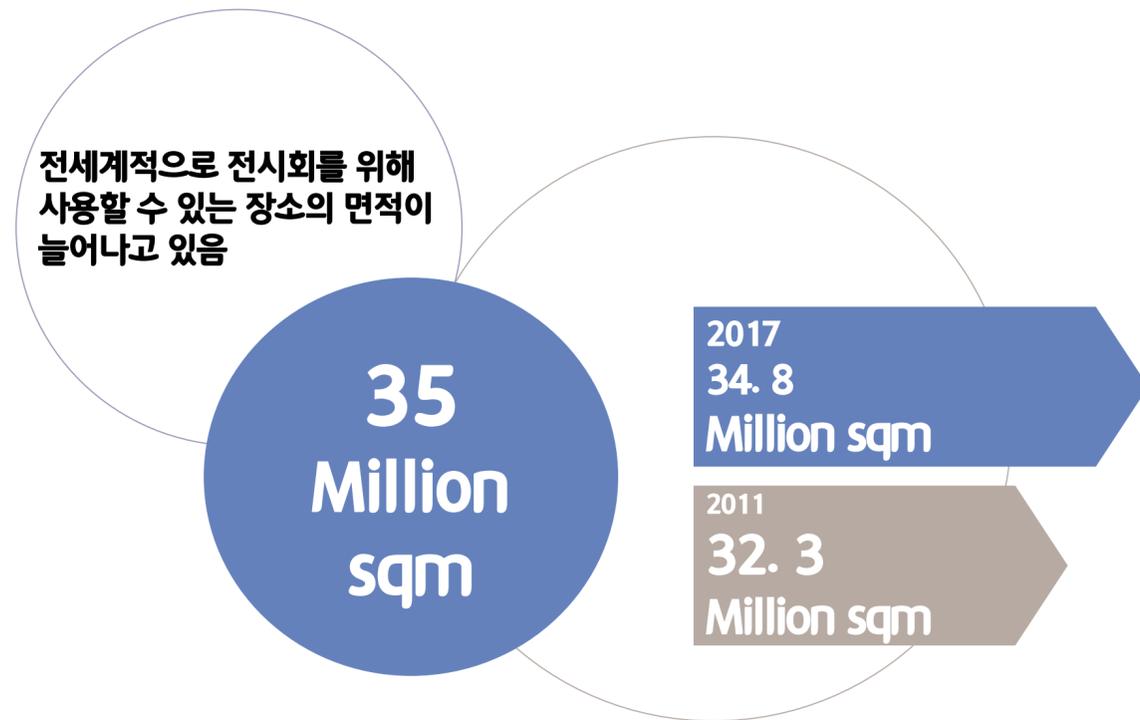
▶ PEST에 민감한 산업



IT'S THE ECONOMY...

2. MICE 산업 현황

전세계 전시컨벤션 센터 공간의 총 면적

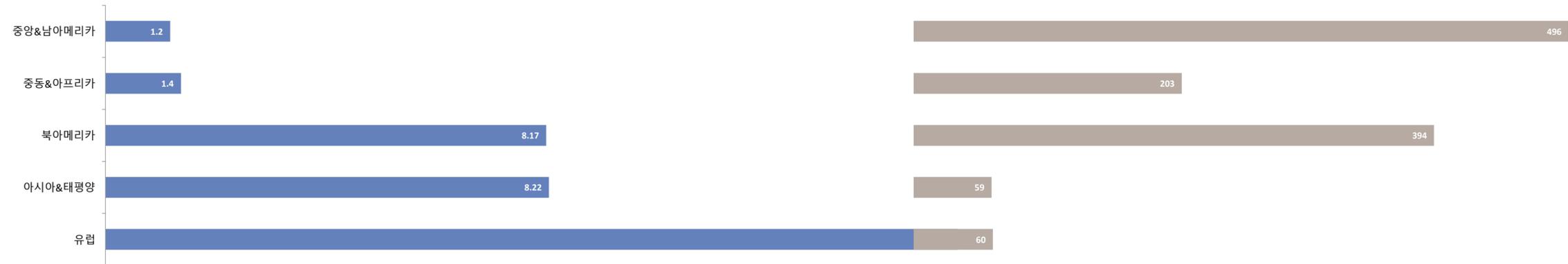


전세계 전시시설 수

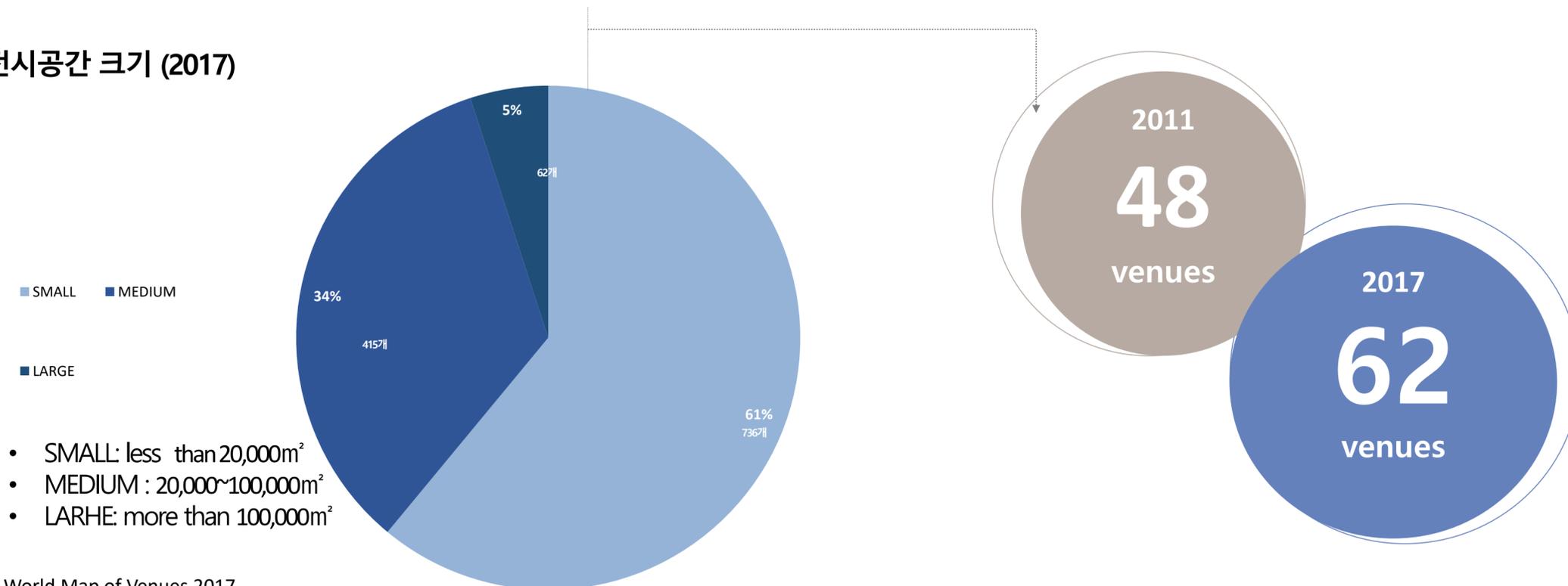


2. MICE 산업 현황

❖ 지역별 전시컨벤션 공간의 총 면적/ 전시시설 수



❖ 전세계 전시공간 크기 (2017)



출처: UFI World Map of Venues 2017

2. MICE 산업 현황

— Global Economic Significance of Business Events (EIC: Events Industry Council)

- 2017년 기준 전 세계 MICE산업의 직접효과, 즉 행사 주최자, 참가업체, 참가자 지출에 의한 직접지출액은 1조 712억 달러로 분석됨
- GDP 기여도는 6,214억 달러, 직접고용효과는 약 1,301만개로 분석
- 행사참가자 규모는 15억 2천만 명으로 추정 (전 세계 180개국 이상 참가)
- MICE산업의 직접지출효과 규모는 의료/치과제조(medical/dental manufacturing) 8,390억 달러, 소비자가전(Consumer electronics) 4,070억 달러보다 높은 수준인 것으로 분석됨

〈표〉 세계 MICE산업의 경제적 효과 및 가치

구 분	주 요 지 표	결 과
Direct Impacts	Direct spending (billions US\$)	\$1,071.2
	Direct GDP (billions US\$)	\$621.4
	Direct jobs (000s)	10,308
	Total Participants (millions)	1520.7
	Average spend per participants	\$704
Total Impacts	Total out impact (billions US\$)	\$2,526.7
	Total GDP impact (billions US\$)	\$1,495.7
	Total job impact (000s)	25,921

* Source: EIC, Global Economic Significance of Business Events, 2018.

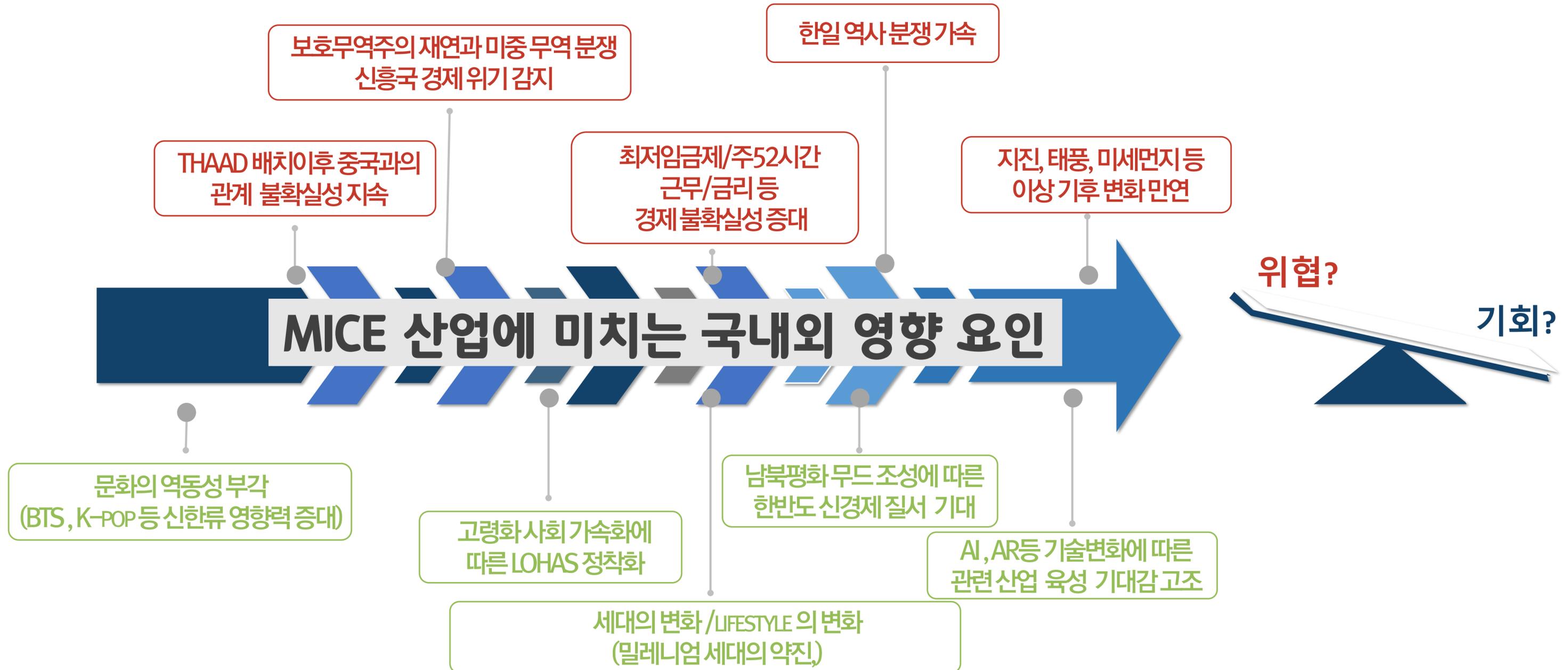
〈표〉 우리나라 MICE산업의 경제적 효과 및 가치

구 분	주 요 지 표	결 과
Direct Impacts	Direct spending (billions US\$)	\$10.1 (14위)
	Direct GDP (billions US\$)	\$7.0
	Direct jobs (000s)	83
	Total Participants (millions)	18.1
	Average spend per participants	\$557
Total Impacts	Total out impact (billions US\$)	\$22.8 (15위)
	Total GDP impact (billions US\$)	\$15.9
	Total job impact (000s)	216

* Source: EIC, Global Economic Significance of Business Events, 2018.

2. MICE 산업 현황

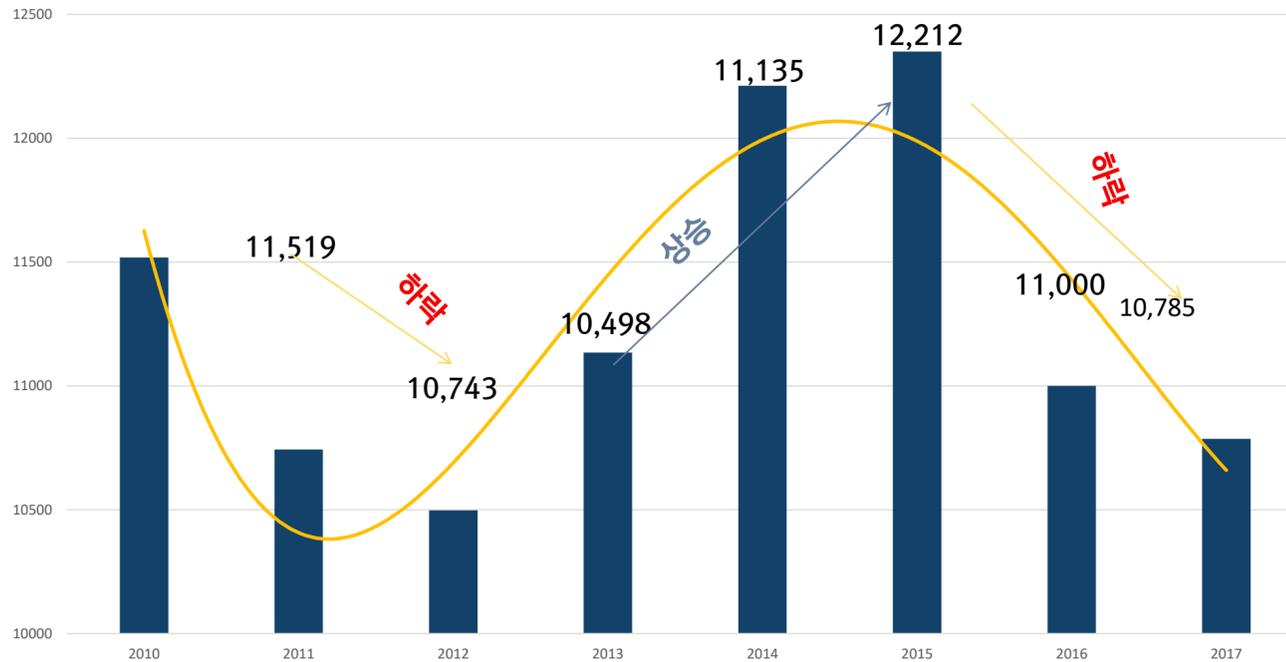
MICE 산업의 국내외 영향 요인



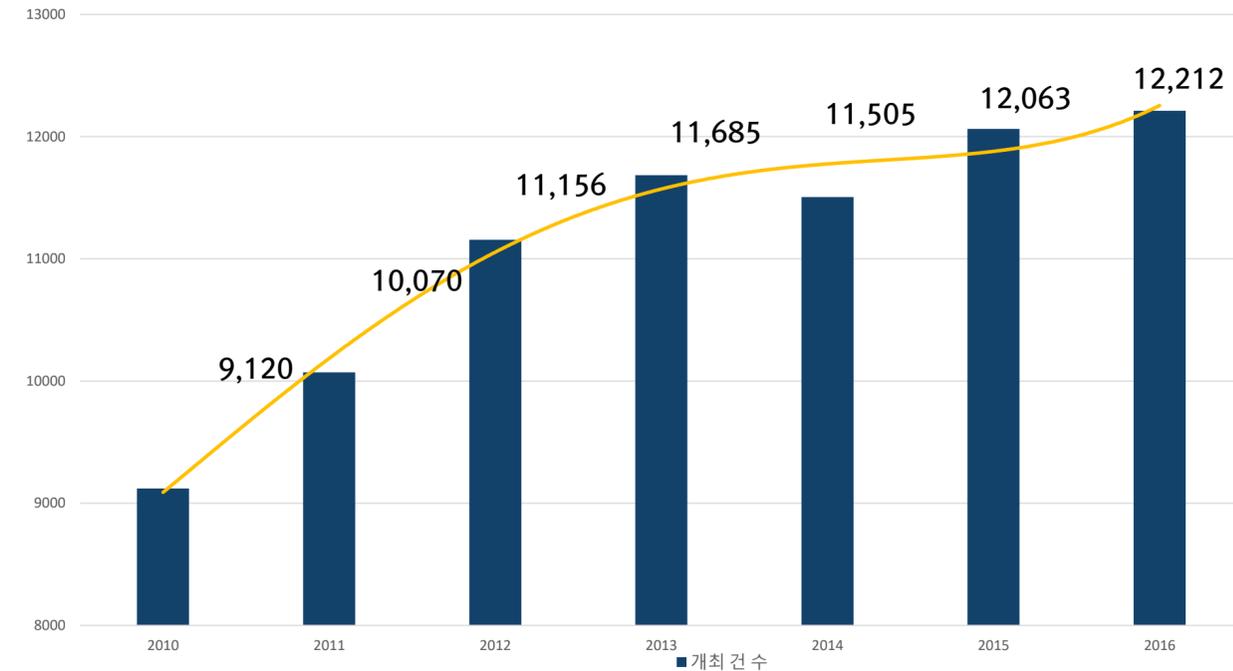
2. MICE 산업 현황 _ 컨벤션 산업 현황

세계 국제회의 개최현황

UIA 기준 세계 개최 현황



ICCA 기준 세계 개최 현황



- 2015년 이후 UIA 기준 국제회의 개최는 감소 추세에 있으나, 한국은 3년 연속 **세계 1위, 서울은 3위를** 수성하고 있음
- ICCA 기준의 협회 회의는 전세계적으로 2010년 이후 증가 추세에 있으며, **한국은 13위, 서울은 10위권에** Rank되어 있음

보호주의 무역 팽배에 따른 경제 불확실성 및 국제 정세의 역동성으로 국제사회의 소통과 교류를 이끌어 내는 MICE 산업의 역할과 영향력이 증대되는 추세

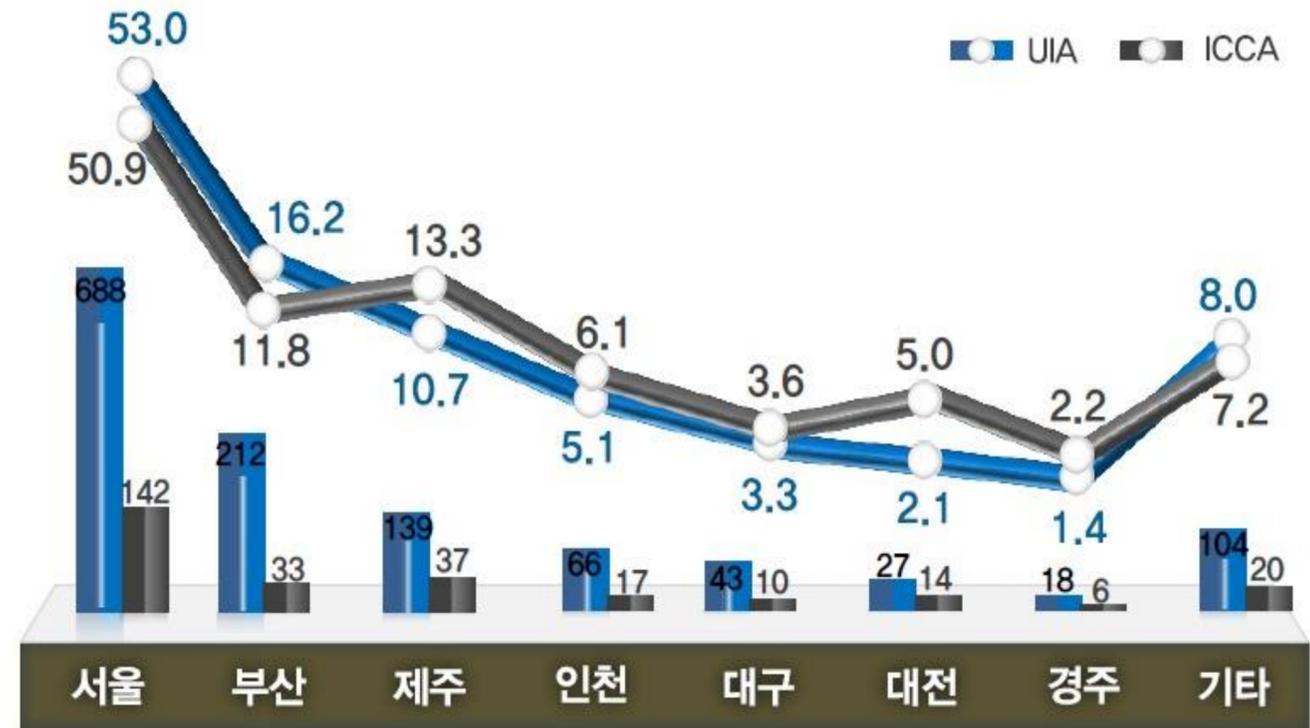
2. MICE 산업 현황 _ 컨벤션 산업 현황

세계 국제회의 개최현황

✓ 2017 **UIA 개최건수 1위(1,297건)**로 **세계시장 점유율 12.6%**, **ICCA 13위(279건)** 세계시장 점유율 2.2%



[UIA · ICCA 개최건수 및 순위(2012~2017)]



[우리나라 도시별 개최현황 (2017)]

※ **UIA 실적 인정기준** : A 타입(국제기구의 주최나 후원 및 참가자 50인 이상)+ B 타입(규모 기준 :참가자 300명 이상, 외국인이 40% 이상, 참가국 5개국 이상, 회의기간 3일 이상) 으로 발표

※ **ICCA 실적 인정 기준**: 50명 이상 참가하는 회의로 3개국 이상 돌아가며 정기적으로 개최하는 회의

2. MICE 산업 현황 _ 컨벤션 산업 현황

세계 국제회의 개최현황

국제협회연합(UIA) 기준					국제컨벤션협회(ICCA) 기준				
순위	국가명	건수	도시명	건수	순위	국가명	건수	도시명	건수
1위	한국	997	브뤼셀	906	1위	미국	934	파리	196
2위	벨기에	953	싱가포르	888	2위	독일	689	비엔나	186
3위	싱가포르	888	서울	526	3위	영국	582	바르셀로나	181
4위	미국	702	파리	342	4위	프랑스	545	베를린	176
5위	프랑스	523	비엔나	304	5위	스페인	533	런던	153
6위	일본	523	도쿄	225	6위	이탈리아	468	싱가포르	151
7위	스페인	423	방콕	211	7위	중국	410	암스테르담	144
8위	오스트리아	404	베를린	197		일본	410	마드리드	144
9위	독일	390	바르셀로나	182	10위	네덜란드	368	리스본	138
10위	네덜란드	332	제네바	162	13위	한국	332	서울	137

2. MICE 산업 현황 _ 컨벤션 산업 현황

세계 국제회의 개최현황

국제회의 개최 상위 100개 국가 및 도시의 A그룹 비중

국가명	A	B	C	A/(A+B)	A/(A+C)	도시명	A	B	C	A/(A+B)	A/(A+C)
대한민국	838	159	251	84.05%	76.95%	브뤼셀	902	4	16	99.56%	98.26%
벨기에	949	4	16	99.58%	98.34%	싱가포르	811	77	160	91.33%	83.52%
싱가포르	811	77	160	91.33%	83.52%	서울	473	53	90	89.92%	84.01%
미국	659	43	47	93.87%	93.34%	파리	280	62	123	81.87%	69.48%
프랑스	439	84	150	83.94%	74.53%	비엔나	270	34	59	88.82%	82.07%
일본	412	111	125	78.78%	76.72%	도쿄	206	19	23	91.56%	89.96%
스페인	355	68	106	83.92%	77.01%	방콕	195	16	25	92.42%	88.64%
오스트리아	333	71	123	82.43%	73.03%	베를린	169	28	40	85.79%	80.86%
독일	356	34	48	91.28%	88.12%	바르셀로나	139	43	60	76.37%	69.85%
네덜란드	293	39	68	88.25%	81.16%	제네바	162	0	0	100%	100%

* 한국은 A+B 기준 순위 순서대로 국가명과 도시명을 나열하였음

2. MICE 도시 경쟁력 현황 (Gaing Edge 2018 보고서)

평가대상

➤ 2017년 150개 이상의 국제 행사를 개최한 도시

도시	순위	점수	도시	순위	점수	도시	순위	점수
 파리	1	780.0	 마드리드	19	642.4	 헬싱키	37	514.4
 워싱턴	2	740.9	 로마	20	622.2	 교토	38	506.1
 바르셀로나	3	736.1	 몬트리올	21	622.0	 프라하	39	504.2
 뉴욕	4	730.0	 밴쿠버	22	620.9	 에딘버러	40	501.1
 보스턴	5	717.3	 서울	23	615.4	 보고타	41	492.4
 싱가포르	6	715.8	 멕시코 시티	24	615.2	 부다페스트	42	487.7
 이스탄불	7	714.2	 상하이	25	606.0	 바르샤바	43	483.9
 토론토	8	709.9	 타이페이	26	595.8	 케이프타운	44	478.4
 도쿄	9	708.0	 브뤼셀	27	595.3	 취리히	45	477.8
 베를린	10	703.6	 더블린	28	594.6	 아테네	46	471.1
 베이징	11	682.6	 코펜하겐	29	586.9	 오슬로	47	470.7
 암스테르담	12	678.3	 멜버른	30	578.8	 리스본	48	470.3
 런던	13	675.4	 뮌헨	31	577.2	 크라코우	49	452.7
 홍콩	14	672.8	 스톡홀름	32	575.0	 부에노스 아이레스	50	428.2
 방콕	15	672.7	 두바이	33	559.6	 리마	51	423.8
 쿠알라룸푸르	16	665.8	 시드니	34	529.1	 베오그라드	52	422.8
 비엔나	17	650.0	 상 파울로	35	527.3	 포르투	53	405.2
 밀란	18	643.9	 리우	36	521.3	 산티아고	54	380.8

2. MICE 도시 경쟁력 현황 (Gaining Edge 2018 보고서)

대륙별 가장 경쟁력 있는 도시들의 순위 150회 이상 컨벤션 행사 개최를 한 도시 (ICCA Report for 2015 - 2017)

Europe

도시	순위
파리	1
바르셀로나	2
이stanbul	3
베를린	4
암스테르담	5
런던	6
비엔나	7
밀란	8
마드리드	9
로마	10
브뤼셀	11
더블린	12
코펜하겐	13

도시	순위
뮌헨	14
스톡홀름	15
헬싱키	16
프라하	17
에딘버러	18
부다페스트	19
바르샤바	20
취리히	21
아테네	22
오슬로	23
리스본	24
크라코우	25
베오그라드	26
포르투	27

Asia

도시	순위
싱가포르	1
도쿄	2
베이징	3
홍콩	4
방콕	5
쿠알라룸푸르	6
서울	7
상하이	8
타이페이	9
교토	10

North America

도시	순위
워싱턴	1
뉴욕	2
보스턴	3
토론토	4
몬트리올	5
밴쿠버	6

Australia

도시	순위
멜버른	1
시드니	2

Latin America

도시	순위
멕시코시티	1
상파울로	2
리우	3
보고타	4
부에노스아이레스	5
리마	6
산티에고	7

Africa & ME

도시	순위
두바이	1
케이프타운	2

2. MICE 도시 경쟁력 현황 (Gaining Edge 2018 보고서)

Hygiene Factors

Competitive Advantages

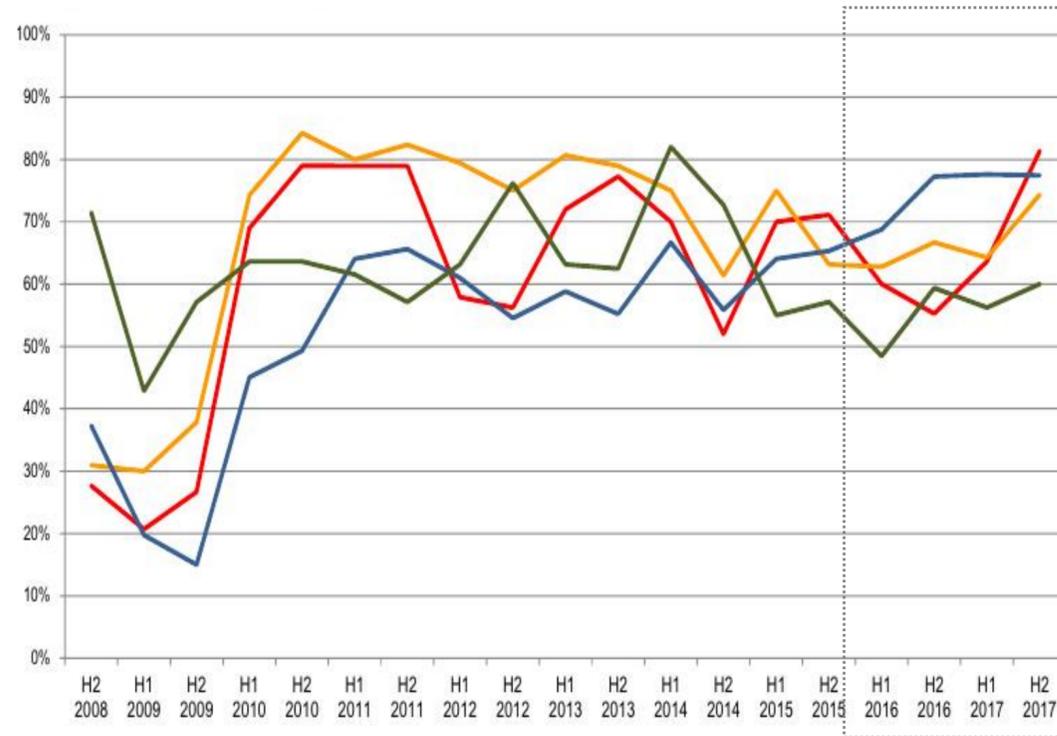
Key Differentiators

	컨벤션 시설	호텔구성요소	항공 접근성	지역 커뮤니티	비용	도시 매력도	실행 계획	인구 규모	경제 규모	사업 환경	안전성 & 도시 안정성
1	방콕	1 파리	1 런던	1 브뤼셀	1 보고타	1 뉴욕	1 비엔나	1 베이징	1 뉴욕	1 싱가포르	1 도쿄
2	싱가포르	1 싱가포르	2 뉴욕	2 런던	2 케이프타운	1 보스턴	2 교토	1 도쿄	2 보스턴	1 뉴욕	1 교토
3	베를린	1 뉴욕	3 도쿄	3 베를린	3 베오그라드	1 워싱턴	3 코펜하겐	1 상하이	3 워싱턴	1 워싱턴	3 싱가포르
4	바르셀로나	4 토론토	4 상하이	4 파리	4 멕시코시티	4 파리	4 베를린	4 서울	4 취리히	1 보스턴	4 코펜하겐
5	파리	5 보스턴	5 파리	5 에딘버러	5 이스탄불	5 마드리드	5 크라코우	5 교토	5 오슬로	5 취리히	5 취리히
6	홍콩	6 워싱턴	6 베이징	6 뮌헨	6 쿠알라룸푸르	5 바르셀로나	6 에딘버러	6 멕시코시티	6 더블린	6 스톡홀름	6 두바이
7	토론토	7 도쿄	7 방콕	7 마드리드	7 크라코우	7 베이징	7 암스테르담	6 뉴욕	7 베를린	7 런던	7 헬싱키
8	비엔나	8 벤쿠버	8 이스탄불	8 로마	8 부다페스트	7 상하이	8 취리히	8 홍콩	8 뮌헨	7 에딘버러	8 홍콩
9	이스탄불	9 몬트리올	9 두바이	9 바르셀로나	9 바르샤바	9 로마	9 뮌헨	9 파리	9 코펜하겐	9 코펜하겐	9 비엔나
10	멕시코시티	10 멜버른	10 서울	10 밀란	10 리우	9 밀란	10 프라하	10 런던	10 스톡홀름	10 홍콩 / 암스테르담	10 암스테르담

2. MICE 산업 현황

세계 전시업계 현황

지역별 총 매출액이 증가한 기업의 비율

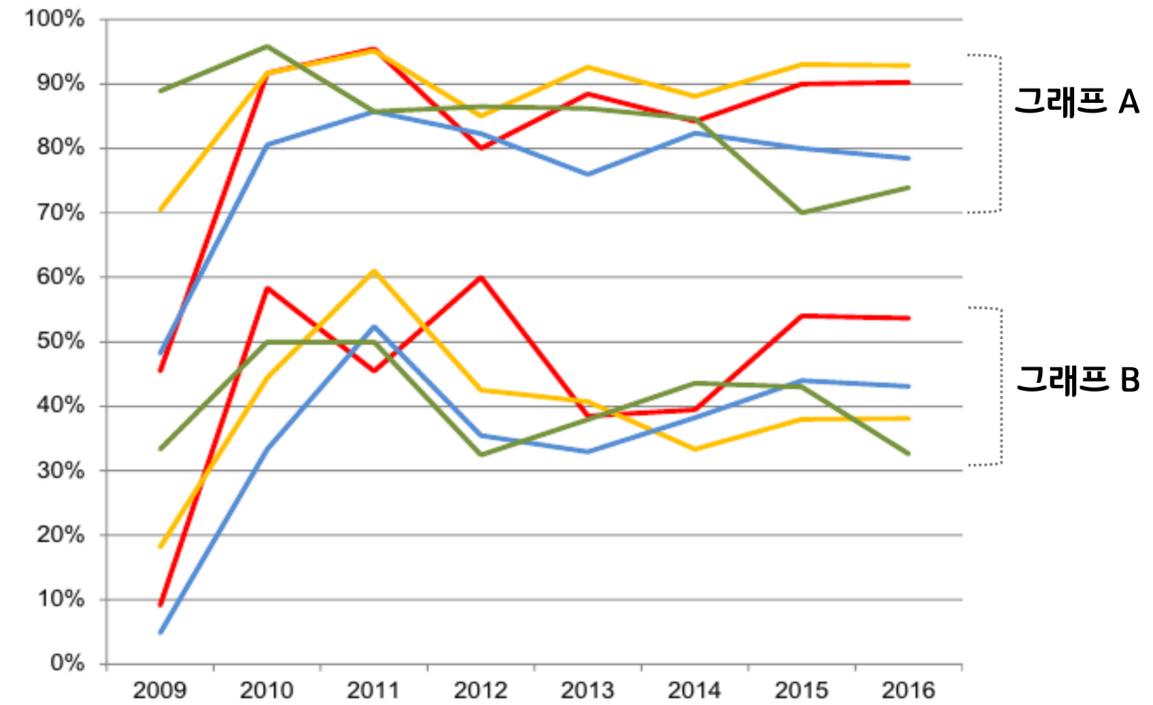


- 미주: 55% → 81%, 매우 긍정적
- 유럽: 77% → 78%, 긍정적이고 안정적인 전망
- 아시아&태평양: 64~67% → 74%, 긍정적
- 중동 아프리카: 55~56%로 안정적

*미주 / 유럽 / 아시아&태평양 / 중동 아프리카

출처: UFI Global Exhibition Barometer 18th edition

지역별 영업이익이 증가한 기업의 비율

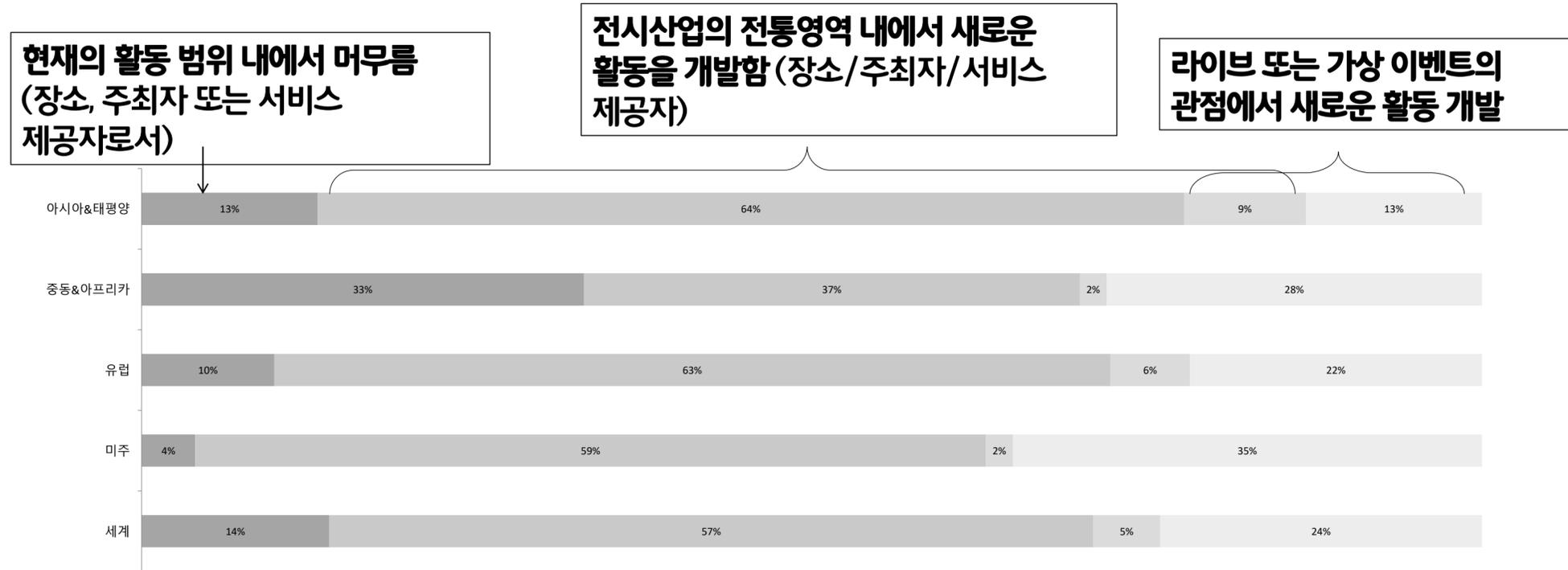


- 그래프 A : 지역별 10% 이상의 영업이익 증가를 선언한 기업과 -10 ~ +10%의 안정적인 이익을 낸 기업의 비율을 나타냄
- 그래프 B : 10% 이상의 영업이익 증가를 선언한 기업_단독

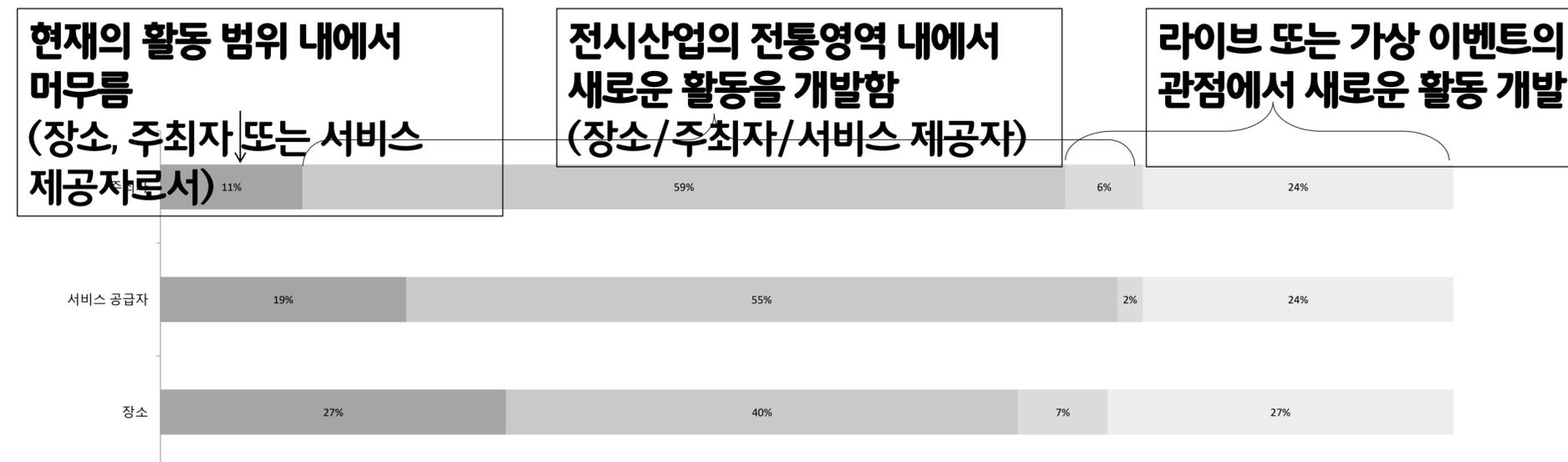
2. MICE 산업 현황

전시산업 주요 이슈

활동범위와
관련된 현재의
전략적 우선순위



기업 유형별
활동영역과 관련된
현재의 전략적
우선순위



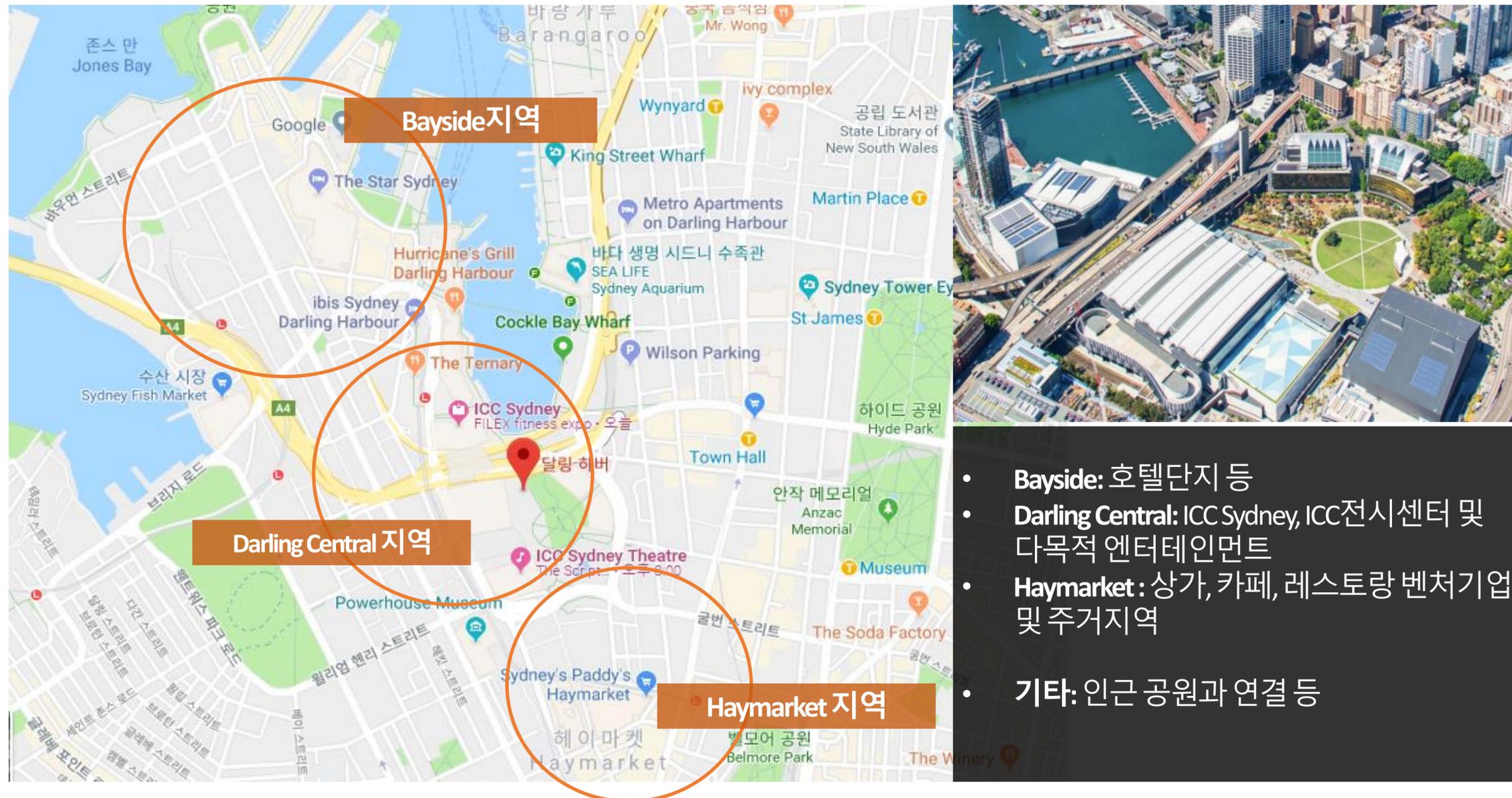
3. MICE 분야별 성공 사례



3. MICE 분야별 성공 사례

— 개최 장소의 복합화

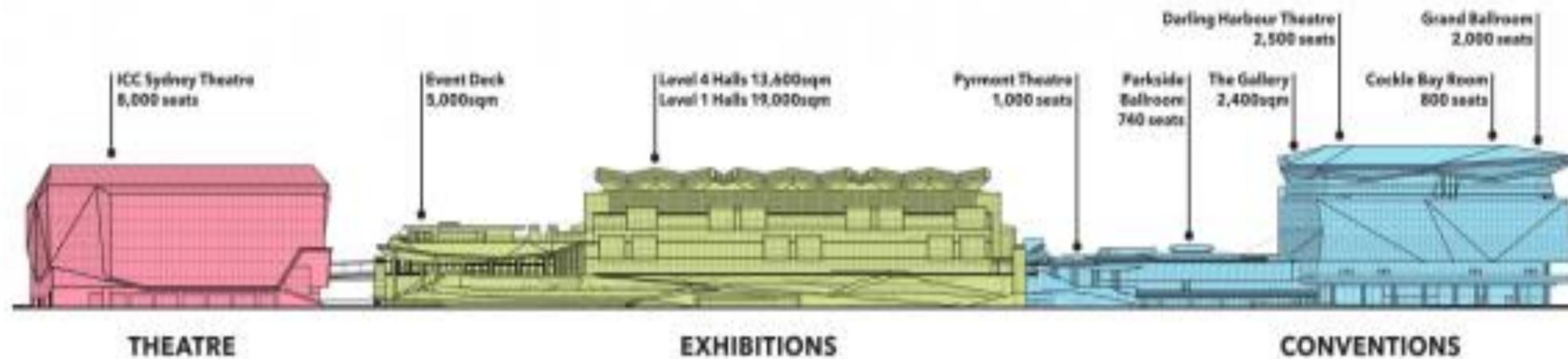
호주 시니드: Bayside, Darling Central, Haymarket 등 3개 구역으로 구분하여 지역별 특징을 가진 복합 단지로 개발한 'Sydney MICE 복합단지' (2012~2016년)



3. MICE 분야별 성공 사례

— 개최 장소의 복합화

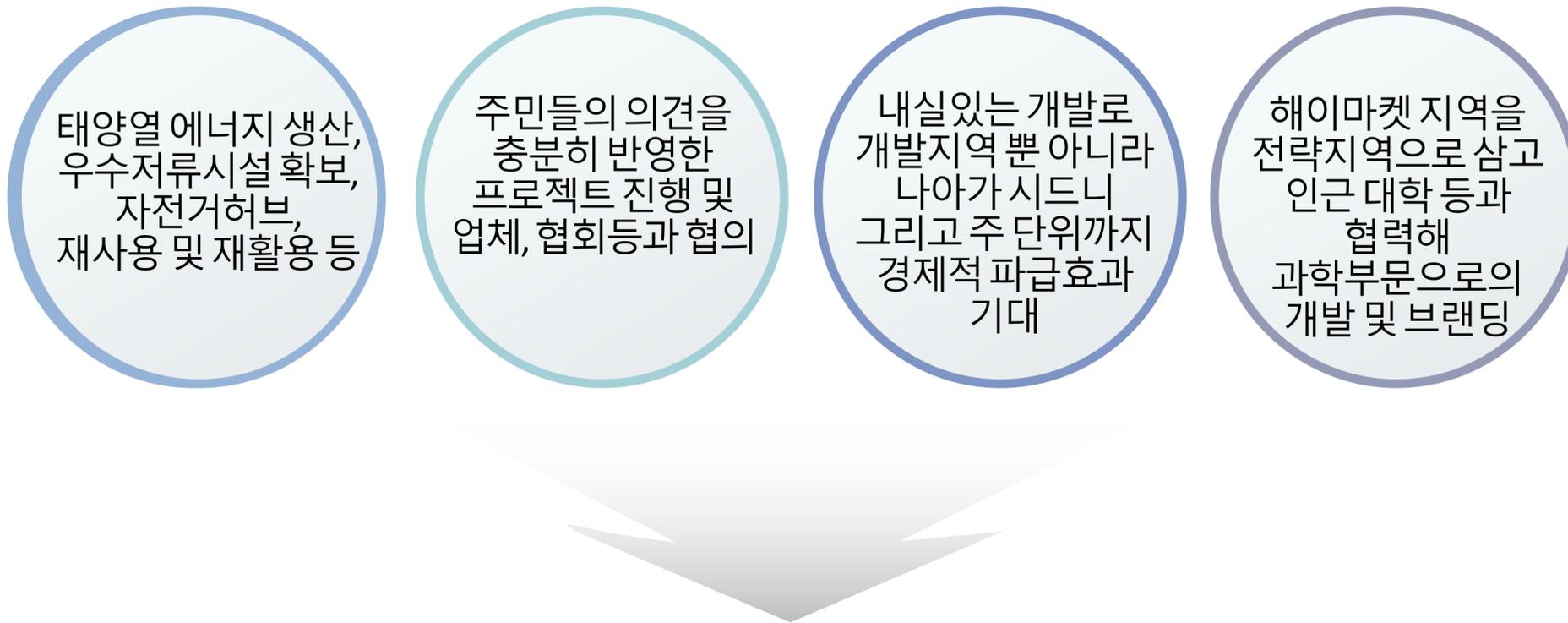
15억 달러 규모로 시드니를 대표하는 통합
컨벤션, 전시 및 행사 복합단지로 선정된 'ICC Sydney'



3. MICE 분야별 성공 사례

개최 장소의 복합화

환경, 사회, 경제적 지속가능성이 실현되는 복합단지로의 성장을 기대하는
'시드니 MICE 복합단지'



- ✓ 연간 2억 달러 이상의 경제적 파급효과 창출을 기대
- ✓ 5000개 이상의 고용창출 효과

3. MICE 분야별 성공 사례

— 건축미를 통한 브랜드 리더십



ICE Kraków Congress Centre

- 폴란드에서 두 번째로 큰 도시인 'Krakow'는 2007년 5월, 건축적, 기능적, 운영적으로 탁월한 새 컨퍼런스 센터의 디자인을 위해 '국제건축대회'를 개최했음
- 건축가 Krzysztof Ingarden와 Jacek Ewý, 그리고 일본의 Arata Isozaki & Associates로 구성된 팀이 **주변 경관과의 조화, 건물의 예술적인 측면 그리고 건물자체의 기능적인 요소를 잘 살렸다**는 등의 긍정적인 평가를 얻고 우승팀으로 선정됨



- 사업 착수 : 2014년 10월
- 면적 : 36720.0sqm
- 3개의 Main Hall, 1,800,600 and 300 Seats
- 550sqm은 모바일 고객을 위한 무료공간, 편의시설, 사무실, 아티스트 드레스 룸, 상업시설 등으로 구성



- 가능성이 높고 최첨단 스테이지 기술을 겸비한 음향 시스템을 갖추어 국제 컨퍼런스, 심포니, 각종 음악 콘서트, 극장 공연, 문화행사 등 광범위한 행사들을 아우를 수 있는 공간으로 조성
- 정교하고 독특한 주변의 도시환경을 반영한 건물로 디자인
- 디자인 전략은 네 가지 주요 고려사항을 기반으로 함

3. MICE 분야별 성공 사례

— 건축미를 통한 브랜드 리더십

1. 공간자체의 파노라마적 자산 활용

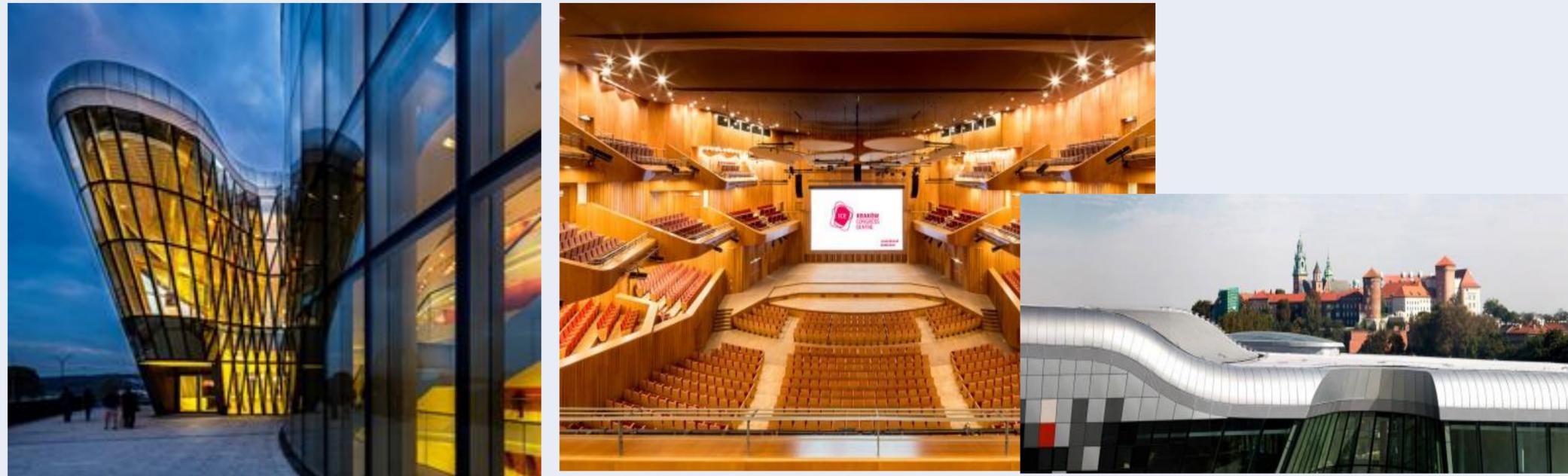


- 건물의 기능적 구성적 레이아웃은 자연경관의 특성을 활용함. 즉, 건물의 동쪽에 다중 층의 휴게실을 배치하고 곡률을 이루는 난간을 따라 궤도를 그리는 공간을 만드는 등 공간 자체의 파노라마적 자산을 사용함
- 건물에서 폴란드의 주요명소 중 하나인 Wawel Castle과 함께 도시경관을 파노라마로 감상할 수 있음

3. MICE 분야별 성공 사례

— 건축미를 통한 브랜드 리더십

2. 제한 및 권고사항을 창의적으로 반영

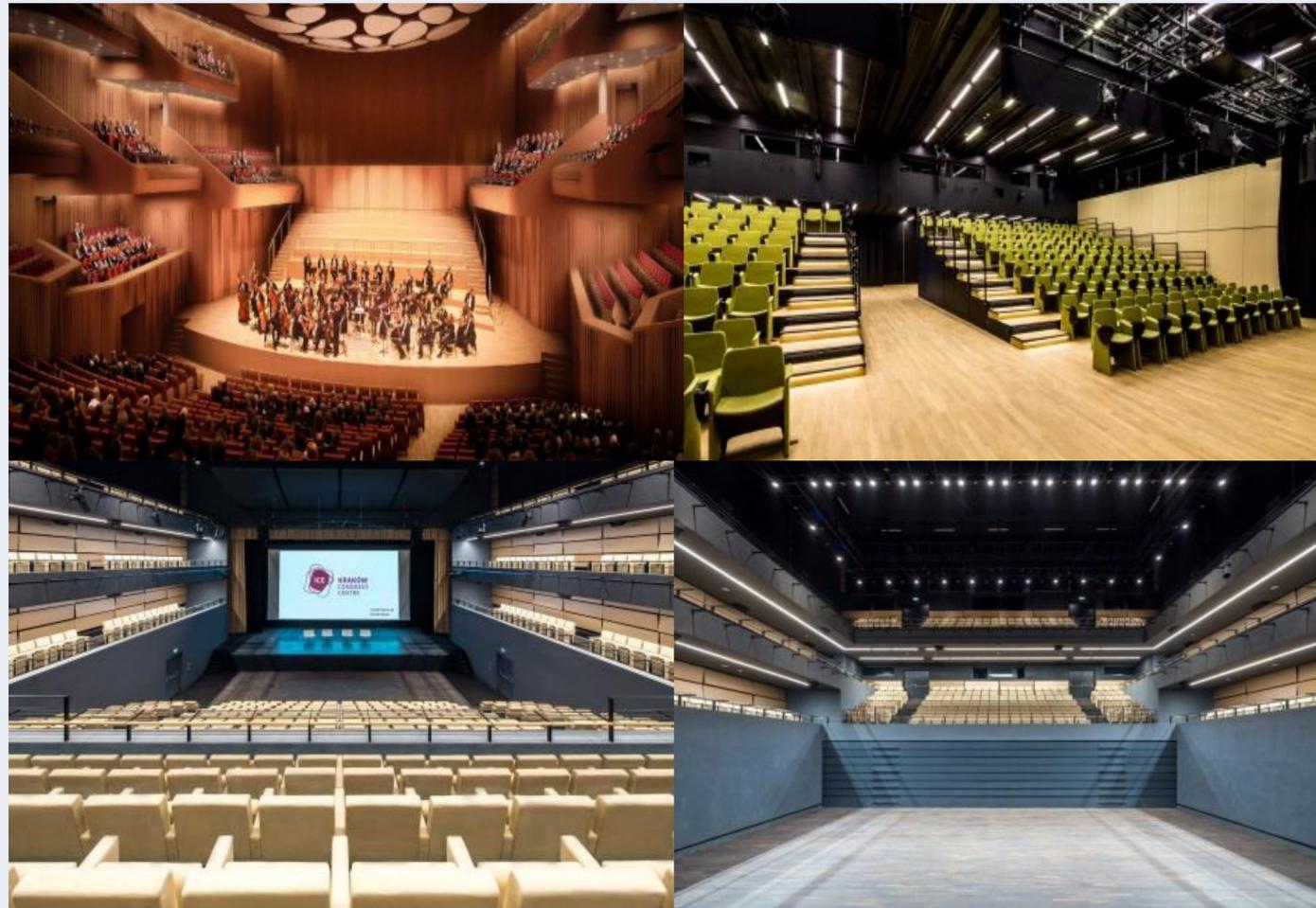


- 건물의 높이는 인근의 'Grunwaldzkie Roundabout'의 수준인 20미터 이하로의 제한하는 등의 제한사항을 창의적으로 반영한 디자인
- 건물 모퉁이의 형태, 지붕의 특징적인 선, 강당의 계단 등 제한사항을 반영한 디자인으로 인상적이고 예술적인 형태로 건설됨

3. MICE 분야별 성공 사례

— 건축미를 통한 브랜드 리더십

3. 3개의 주요 홀에 공간의 flexible 적용



- Main Hall : “Vineyard terrace” 형태로 구성해
관중과 무대 사이의 거리를 줄이고 비교적 많은
수의 좌석에도 불구하고 친밀한 분위기를 조성
- 이외, 하단에 이동식 상영관이 있는 무대로
구성된 홀, 스튜디오 형태로 음향적으로 분리된
두 개의 공간으로 구성된 홀 등을 조성함

3. MICE 분야별 성공 사례

— 건축미를 통한 브랜드 리더십

4. 의미 있는 건축자재의 사용



- 건축자재와 관련해서 지역의 역사와 문화를 반영한 자재를 선택하는 동시에 건물내부의 색상 선택에 주의를 기울여 건물내부의 색이 외부에도 반영되도록 함
- 주요 건축 재료는 유리와 티타늄 아연 시트로, 화강암, 석회 및 사암으로 제작된 세라믹 타일과 석재 타일로 만들어 Wawel Hill 건축 역사를 창조한 건축 자재를 암시함.
- 이 구성 요소는 유약과 함께 건물의 고지대에 모자이크를 만들고 표현의 특성을 나타냄
- 붉은 색의 대강당, 흑연으로 만든 극장, 흰색 휴게실, 실버알루미늄 지붕 등을 선택해 건물내부의 색이 외부에 반영됨에 있어서 '현대 발전도시의 역동성'을 나타내고자 함

3. MICE 분야별 성공 사례

기술변화 활용



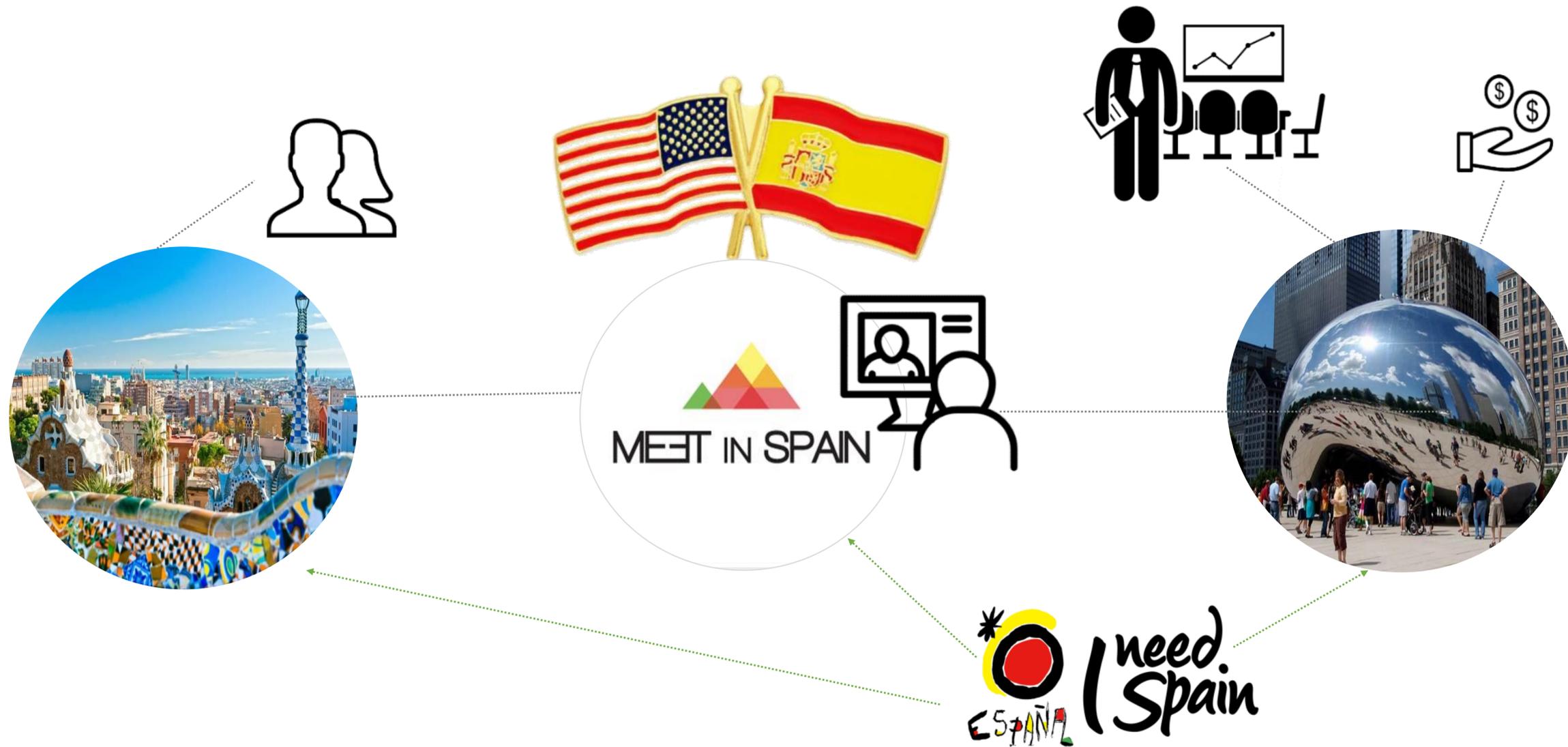
"Sustainability" 실천 기술 활용을 선도하는 Hontington Converntion Center of Cleveland

- **지속가능한 발전과 성장이 실현되도록 최첨단의 친환경 기술 등을 도입 및 활용하는 등의 '지속가능성'과 관련해서 다양한 실천적인 활동들을 진행 - 조명제어 시스템, 저유량 시스템, Green Rooftop 등**
- 'Hontington Converntion Center of Cleveland'는 사회적 책임감을 바탕으로 환경적 영향을 줄이기 위해 기본적으로 종이, 유리 등을 재활용하고 친환경제품 사용을 장려할 뿐 아니라, **환경을 고려한 설계 및 기술적 요소를 추가해 '지속가능한 성장'의 실현을 꾀함**
- 미국 녹색건축 협회 (Green Building Council)에 의해 설립되고 Green Building Certification Institute의 인증 프로그램 LEED 인증을 획득함

2. MICE 분야별 성공 사례

기술변화 활용

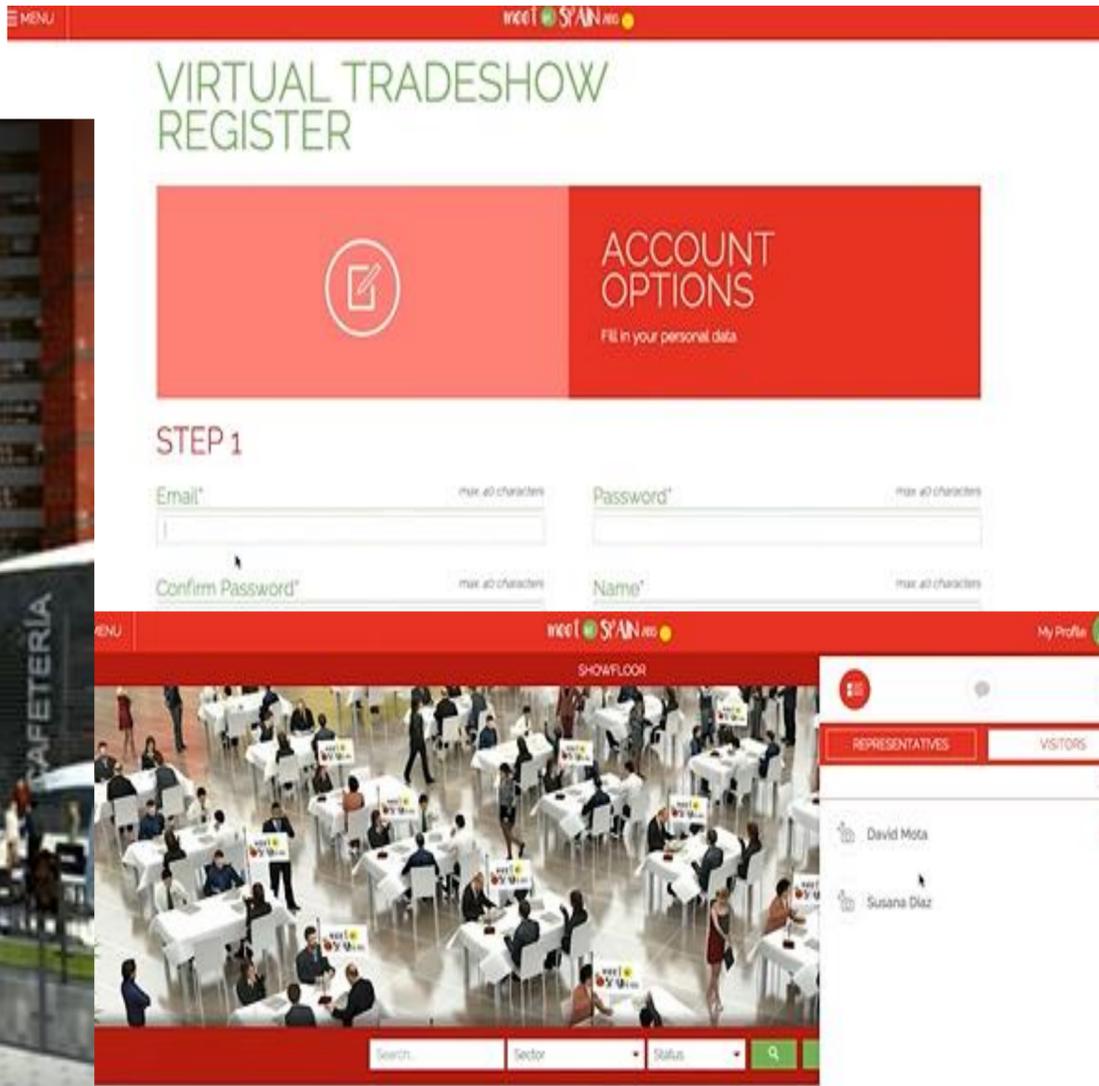
Virtual Trade show – 'MEET IN Spain'



3. MICE 분야별 성공 사례

기술변화 활용

Virtual Trade show – ‘MEET IN Spain’



- 두 나라 간의 지정학적 거리, 시간차이 등의 제약을 극복하고 ‘real’ 전시회를 개최했을 때의 비용 등 절감
- Skype를 이용한 면대면 회의 (face-to-face meeting)
- ‘The Tourist Office of Spain in Chicago’에서 홍보활동 진행
- Virtual trade show 참여를 장려하기 위해서 스타벅스 쿠폰 등을 주기도 함

3. MICE 분야별 성공 사례

— 운영의 탁월성



- Reed Travel Exhibitions(RTE)은 국제관광박람회 ibtm(Incentive Business Travel & Meetings)을 통해 IBTM 글로벌 이벤트 포트폴리오에 따라 매년 5개 지역에서 회의, 인센티브, 컨퍼런스 및 이벤트를 주제로 하는 등 비즈니스 행사에 초점을 둔 Trade show를 진행



- ✓ Ibtm events는 Ibtm world가 1988년 스위스 제네바에서 개최된 것을 발단으로 두바이, 중국, 미국 등 세계 각국으로 뻗어나가며 꾸준한 성장을 이어오고 있는 세계적인 국제관광박람회
- ✓ Ibtm events의 성공은 잘 계획되고 실행된 **전시회 운영전략**에서 찾을 수 있음

3. MICE 분야별 성공 사례

운영의 탁월성

주요 행사 운영전략



인지도 있는 전시회

- 30여년 인지도를 쌓아온 국제 관광박람회로서의 이점을 가짐 - 많은 MICE 전문가들의 관심을 받음
- 보장된 최소한의 홍보효과

참관객 서비스 중심

- 곳곳에 전문 운영요원을 배치해 참관객과 지자체, 중앙정부 담당자 등 이해관계자 및 각 분야 전문가 등의 의견을 적극 수렴하여 보편성을 제고

비즈니스 네트워킹 중심

- 참가기업, 참관객, 바이어 사이의 비즈니스 네트워킹을 돕기 위한 프로그램 운영
- 바이어 초청 프로그램 (Hosted Buyer Program) 운영*

모바일 기술 이용

- 모바일 어플리케이션을 통해서 행사정보 등을 제공
- 층별 안내, 명함을 교환하지 않더라도 기본 인적사항을 검색가능한 Make connection, 각 Session 안내 등이 포함됨



3. MICE 분야별 성공 사례

운영의 탁월성

Hosted buyer Programme



Hosted Buyer Programme

개요

Ibtm은 자격이 있는 Hosted Buyer에게 관심이 있는 전시업체와의 one-to-one(1:1) 회의를 사전 예약이 가능하도록 해 B2B 전시회 참가의 이점과 가치를 창출할 수 있도록 하는 것을 중심으로 하는 'Hosted Buyer Programme'를 실시

기준

1. 해당 지역에서 사업을 계획하고 있는 사업자 (예-China ibtm의 경우, 아시아 또는 중국에서의 사업계획자)
2. 과거 해외 비즈니스 경험을 증명할 수 있는 사업자
3. MICE 상품 및 서비스에서 조달 권한이 있는 책임 의사결정권자
4. 매년 개최하는 행사 건수를 충족하는 사업자
5. 관리하는 연간 예산의 수준이 확인 가능한 사업자 등



Step1. Apply



Step2. Selection



Step3. Matching

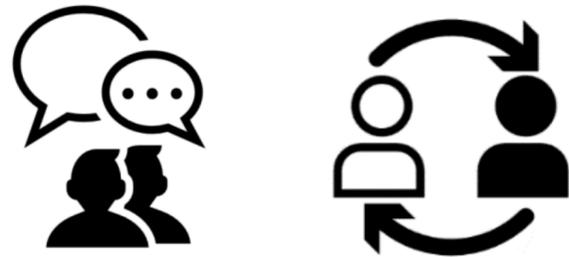


Step4. Self scheduled appointments

3. MICE 분야별 성공 사례

운영의 탁월성

Hosted buyer Programme의 혜택



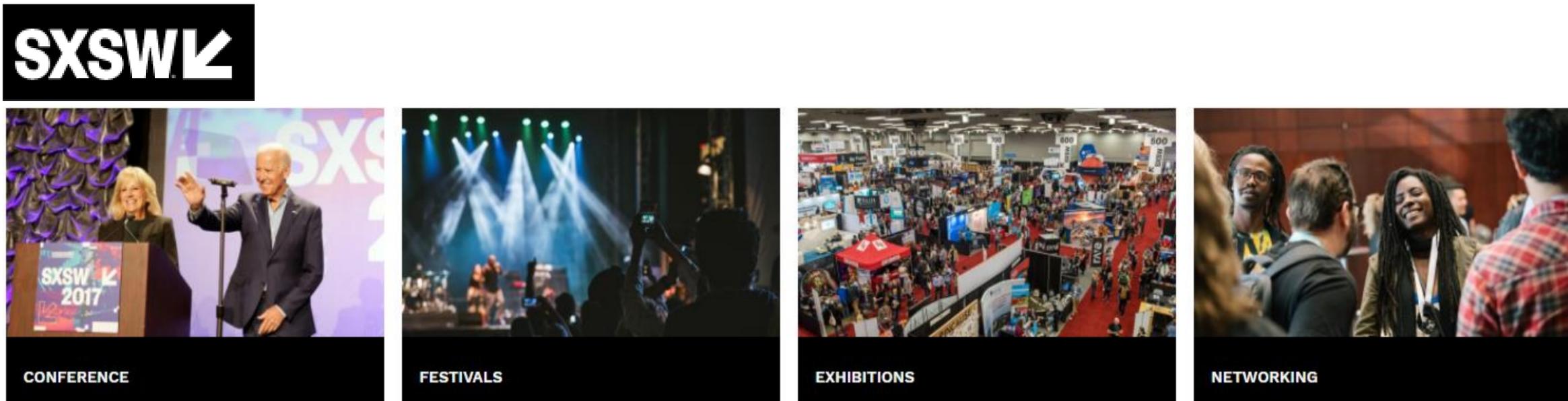
- ❖ 대부분 각 국에서 저명한 인사가 hosted buyer로 초청되어 전시업체뿐만 아니라 대표들 간 네트워킹으로 협력적 교류의 장을 활성화 시킴
- ❖ 만나기 원하는 전시업체와 1대1 상담을 사전예약 할 수 있음
- ❖ 새로운 아이디어 및 영감을 얻을 수 있음
- ❖ 교육 세션 등의 참가로 지식을 확장시킴

- ❖ 4~5박 숙박, 항공료, 대중교통 등을 무료로 제공
- ❖ 추가 미팅을 잡기 위한 온라인 일정시스템의 이용



3. MICE 분야별 성공 사례

— 운영의 탁월성



- South by Southwest, SXSW
- An annual event in Austin, Texas, USA
- A two-week period event with conferences, festivals, lectures, technology demonstrations, art exhibits, music and dance, theater, networking, etc.

3. MICE 분야별 성공 사례

— 개최지의 명성 관리

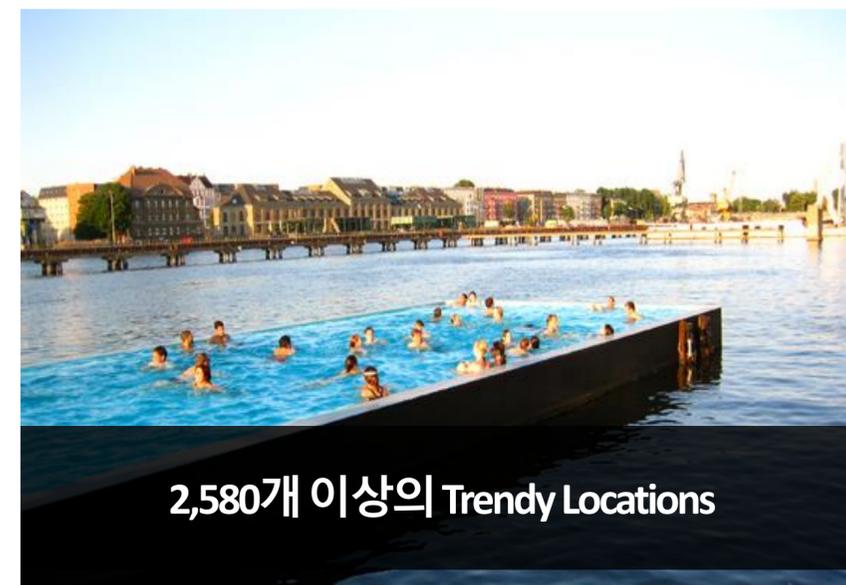
Berlin, Germany 다양한 MICE 관련 상품과 서비스를 제공함으로써
MICE가 도시를 이끄는 'Trend Setter'로 작용하고 있는 'Berlin'



3. MICE 분야별 성공 사례

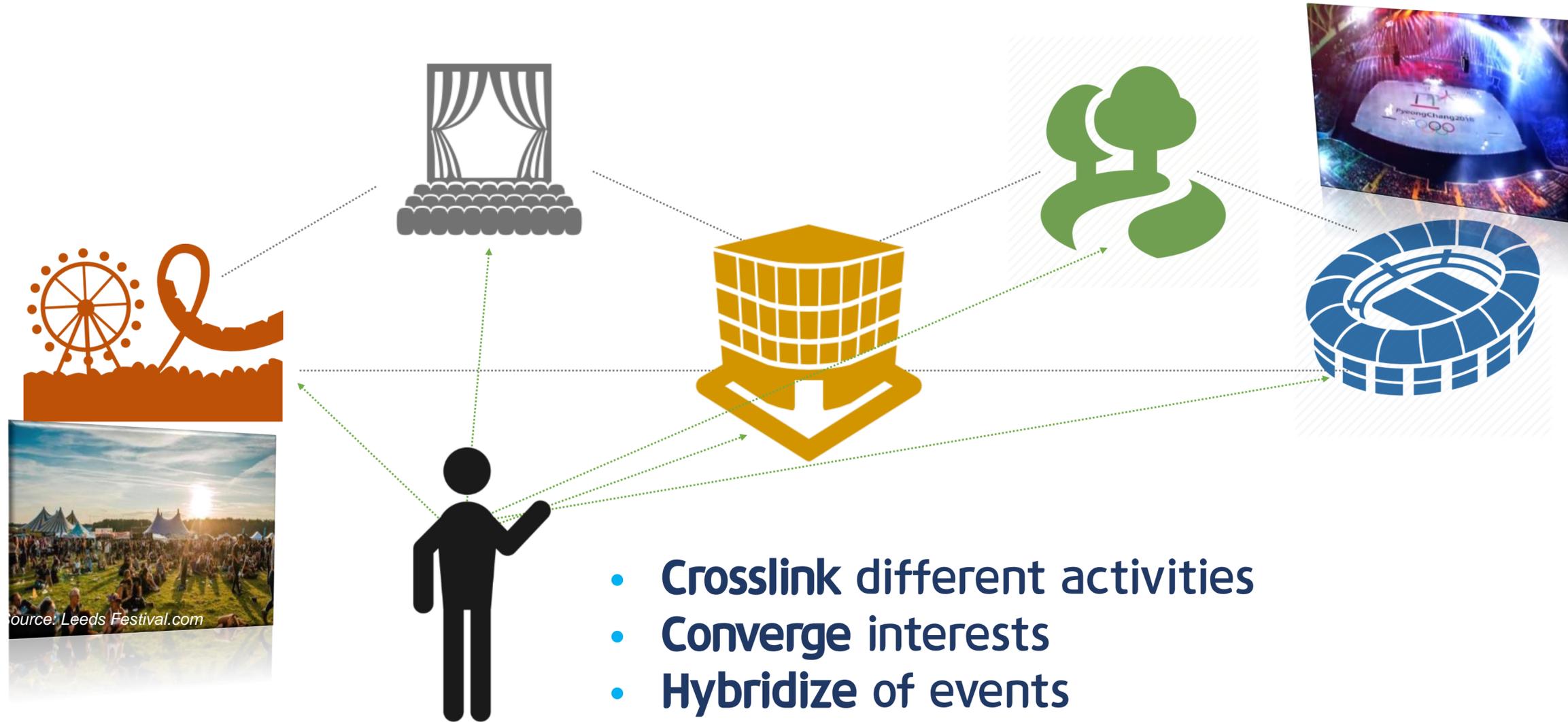
— 개최지의 명성 관리

도시자체의 매력요소에 준비된 인프라 및 서비스 제공 등이 MICE가 Berlin을 선도하는 하나의 트렌드로 자리매김하는 데 토대가 됨



3. MICE 분야별 성공 사례

— 사례의 시사점



- **Crosslink different activities**
- **Converge interests**
- **Hybridize of events**
- **Create something new and something beyond what each can deliver on its own**

4. GLOBAL MICE TRENDS



4. MICE 트렌드

Millennials generation
Emerging destination
Effective use of mobile app
Meetings by shared economy
Destination selection

Increase Pre/post event connections
Personalized experiences
Social and Local Impacts
VR and beyond
Virtual Assistants
Shared Facilitating
Non-traditional meeting spaces
Social Media

Engaging Experiences
Venue Trends
Safety & Security
Technology
Return on Investment(ROI)

Unique Location
Networking
Interaction
Technology
Contents

(Hospitalitynet
MCI group)

(top3meetings.com)
(BOE International
AMEX)

(CWT Meetings & Events)
(Successful Meetings)

(IBTM Industry Watch Report
Meetings & Events)

2016

2017

2018

2019

Technology (QR, APPS, 360
Recording)
Corporate Gift trends
Food Trends
Entertainment trends

Advanced Technology
Enhanced Connectivity
Location Flexibility
Catering
Social/Environmental Impacts
Event Legacy
New Event Formats

Localization
Cultural Immersion
Community Impact
Off-the-Beaten-Path
Destinations

Destination Selection
Meetings Approvals
Attendee Experience
Technology
Meetings Managemt

지속가능성
(Sustainability)

연결성
(Connectivity)

기술
(Technology)

경험
(Experiences)

회의장소 선정 기준의 변화



회의장소 선정에 영향을 미치는 요소

유형	북미	유럽	중남미	아시아-태평양
특정한 지역/장소에 대한 필요를 충족시켜주는가 (ex. 공항, 트레이닝 시설 및 고객에 가까운 곳 등)	41%	45%	37%	28%
참석자들이 편리하게 비행 혹은 이동할 수 있는가	40%	42%	35%	33%
경제적/정치적 불안정성 문제	17%	36%	15%	24%
안전 문제	13%	37%	28%	48%
과거 경험에 근거한 클라이언트의 요구	21%	14%	24%	10%
조직이 선호하는 특정 프로그램	21%	11%	7%	14%
동료의 과거 경험담	11%	9%	9%	9%
반복적인 회의 개최 지역	14%	14%	13%	10%
먼 곳에 위치한 미팅 장소에 대한 인식	14%	8%	7%	10%
환율	5%	4%	24%	9%
온라인 후기	2%	0%	2%	5%

회의장소 선정 기준의 변화



회의장소 선정에 영향을 미치는 요소

유형	북미	유럽	중남미	아시아-태평양
특정한 지역/장소에 대한 필요를 충족시켜주는가 (ex. 공항, 트레이닝 시설 및 고객에 가까운 곳 등)	41%	45%	37%	28%
참석자들이 편리하게 비행 혹은 이동할 수 있는가	40%	42%	35%	33%
경제적/정치적 불안정성 문제	17%	36%	15%	24%
안전 문제	13%	37%	28%	48%
과거 경험에 근거한 클라이언트의 요구	21%	14%	24%	10%
조직이 선호하는 특정 프로그램	21%	11%	7%	14%
동료의 과거 경험담	11%	9%	9%	9%
반복적인 회의 개최 지역	14%	14%	13%	10%
먼 곳에 위치한 미팅 장소에 대한 인식	14%	8%	7%	10%
환율	5%	4%	24%	9%
온라인 후기	2%	0%	2%	5%

예산 중심 -> 참가자 니즈 만족

효과적인 모바일 앱

회의산업에서의 모바일 앱 수요 증가



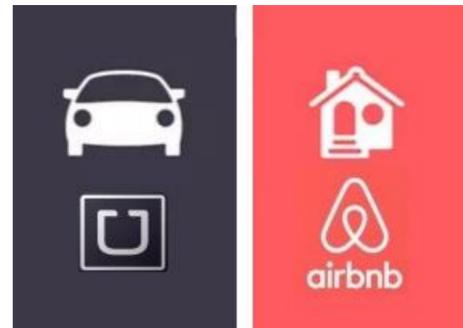
Succevo사 모바일 앱 화면 예시

고객들의 혁신적 기술 수요 ➡ 회의 모바일 앱의 수요증가

모바일 앱을 통해 회의 아젠다 공유, 참석자와
의사소통
설문조사 및 회의의 성공 여부 측정

유형	북미	유럽	중남미	아시아·태평양
의사소통 증진	41%	43%	46%	47%
참석자들의 참여도 증진	52%	38%	26%	66%
참석자간의 네트워킹 활성화	20%	19%	24%	24%
프레젠테이션의 효과 측정	5%	9%	9%	9%
행사의 전반적인 효과 측정	13%	21%	33%	14%
참석자들과 변경 및 긴급 상황에 관하여 의사소통	39%	40%	41%	28%
전자 상에서 문서 전송	31%	31%	22%	14%

공유경제 서비스를 통한 회의 운영



Ex. 우버: 자사 소속 차량 or 일반 운전자의 공유 차량과 운송 서비스가 필요한 승객을 연결하는 사업

에어비앤비(Airbnb): 전문 숙박업자가 아니더라도 자신의 방이나 집, 별장 등 숙박이 가능한 모든 공간을 임대할 수 있도록 연결해주는 서비스 제공

공유경제: 현대 사회에서 편리하고 효율적인 소비문화로 자리매김
회의 이벤트 산업에서 공유경제에 대한 관심 증가



향후 보다 색다른 경험과 합리적인 가격을 원하는 참가자가
증가하면서 이에 대한 관심 역시 증가할 것으로 예상



참관객 중심의 이벤트 Engaging Events

고객 맞춤화 (Customization) 전략의 필요: 이벤트 개최지역 참관객의 문화적 배경에 대한 이해, 공간 구성, 프로그램 운영에 대해 고려

참관객의 적극적 참여를 위한 이벤트 네트워킹 전략				
 1	 2	 3	 4	 5
등록, 이벤트 운영, 이메일 화신과 같은 사소한 업무 팔로업을 통해 참관객 소통	이벤트 개최 전까지 정해진 스케줄대로 업무가 진행되고 있는지 주요 아젠다 확인	지역 특산물, 전통음식, 제철음식 등 양질의 케이터링 서비스를 운영해 참관객 만족도 개선	신기술을 이벤트 운영에 도입하여 참관객의 소통 활성화 방법을 모색	이벤트 종료 후 운영성과, 참관객 만족도, 개최 목적달성도 등을 조사 및 분석

참관객 경험 중심의 네트워킹 플랫폼 장점: 참관객 경험중심 (Attendees Experience), 온라인 네트워킹 (Social Interaction), 지식 데이터 생성 (Intelligent Data)

이벤트 개최지 트렌드

Venue Trends

흥미로운 베뉴(Interesting Venue)에 대한 수요 증가

1. 흥미로운 이벤트
개최지 설정(Interesting)

2. 참관객에게 영향력
선사 (Impactful)

3. 기억에 남는 메시지 전달
(Memorable Messages
are Absorbed)

4. 참관객만족도 증진과 행동
변화 (Behavioral Change)

유니크 베뉴 트렌드: 전략적 미팅 경영
(Strategic Meetings Management, SMM)

Ex. 역사적 유적지, 성(castle), 미술관, 아트갤러리, 공장 등



안전과 보안 Safety & Security

이벤트 기획과정에 있어 가장 먼저 고려되어야 할 요소

물리적인 보안 (Physical Security): 참관객에게 심리적 안도감 선사 및 만족도 UP

사이버 보안 (Cyber Security): 참관객 데이터 관리 및 사이버 해킹 사전 예방



투자수익 Return on Investment(ROI)

이벤트가 종료된 이후, 개최 성과 및 이벤트 성공여부 파악을 위한 ROI 분석 필요

전략적 이벤트 매니지먼트 5단계

- ① 과거 이벤트에 참가한 참관객, 참가업체, 바이어 데이터를 기반으로 특징을 분석한다
- ② 현재 자신이 주최하는 이벤트의 위치와 미래 나아가야 할 방향의 차이를 평가한다
- ③ 분석한 데이터를 바탕으로 전략적 이벤트 경영 계획과 목적을 설정한다
- ④ 이벤트에 참가한 참가업체, 참관객, 바이어에게 이벤트 평가지표를 제공하여 피드백을 얻는다
- ⑤ 일반 참관객을 대상으로 이벤트 평가지표를 제공하여 의견을 수렴한다

기술의 활용 Technology

주최자의 효율적인 이벤트 기획을 가능
온라인 네트워킹 플랫폼 활용을 통한 상호 적극적 소통 가능

1. 참관객의 디지털 기술에 대한 기대 (What Attendees See)

참관객 대상 어플리케이션, 소셜미디어 마케팅 페이지

2. 기술의 도입과 변화 (What is Coming)

가상현실 기술(VR, AI, 홀로그램) 활용 사례 증가

3. 참관객이 발견하지 못하는 것 (What Attendees Don't See)

참관객 데이터 프로젝트 경영(Project Management) 소프트웨어 활용 사례 증가

4. 데이터 분석 (Data Analytics)

Ex. 이벤트 네트워킹 활성화, 바이어 계약 성과 증대 등 이벤트 개최 성과를 높이기 위한 다양한 목적으로 활용



Asia-Pacific

아시아 지역 관광·이벤트 산업 성장

1. 호텔 Hotels
2. 신규 기술의 도입 Technology Adoption
3. 안전 Security
4. 지역에 따른 특징 Localized Differences

동아시아 도시별 치안순위

순위	2016	2017
1	대한민국 인천	대만 타이페이
2	일본 교토	일본 도쿄
3	대한민국 서울	홍콩
4	일본 오사카	일본 오사카
5	대만 타이페이	대한민국 서울
6	일본 도쿄	중국 상하이
7	홍콩	중국 베이징
8	대한민국 부산	중국 선천
9	중국 상하이	중국 광저우
10	중국 선천	몽골 울린바토르

*자료원: 글로벌 국가와 도시 비교 통계 정보 제공 넘베오(NUMBEO)



2018 MICE 트렌드 (기술, 식음료, 엔터테인먼트)

Technology Trends



QR Codes

QR codes offer guests & event planners **increased convenience** by **quickly & easily registering or checking-in** guests.

Data can be collected & stored via a QR code e.g. the sessions a guest has access to, or whether or not they received their gift pack.



Event Apps

Having a **dedicated app for conference attendees** has become a key trend.

Attendees can **download presentations, view speakers' bios, connect with other attendees & store information** to be reviewed later.



Video Conferencing

For meetings, **video conferencing** has become **commonplace** with 'Citrix GoToMeeting' & 'Click Meeting' popular options.

Many events offer **high-speed free Wi-Fi** access to delegates.

360° Content Recording

Allows for **live action content, filmed in 360°**, to be viewed in 2D & 3D.

It does this by using **special equipment**. Facebook's Oculus Rift is an example, which enables users to **interact with a simulated world** in a physical way.

F&B Trends



Street-Style Food

Pies & sausages will feature. Portion size will be smaller as people become more conscious of wasting food.



Interactive Food Stations

Attendees will be able to **ask questions** of chefs & experience a **variety of dishes**, all while **alleviating queues**.



Simpler & Fewer Ingredients

All of the ingredients will be used e.g. including the stalks of vegetables in a veggie patty or pureed in a fresh juice.

Smoking & Pickling

Different flavours across both **food & beverage offerings** will be introduced **leading to more variety**.



Wine by the Glass

Attendees want to pair the occasion with the food they eat. **Champagne-style cocktails & artisanal bubbly-based soft drinks** will become popular e.g. ginger beer & homemade cordials.



Entertainment Trends

Hire Emerging Acts



Work with talent agencies to hire 'up-&-coming' acts such as bands or comedians when budgets prevent you from hiring 'big name' acts.

Delegates have short attention spans. Hire **energetic dance acts with lasers & fantastic lighting** to do a short set for higher impact.



Shorter is Better

Photo Booths Work



Photo booths & photo walls continue to be popular. They allow visitors to **interact in their own time**.

Interactive game arcades are becoming popular at conferences for light-hearted entertainment. They are a reminder of **traditional game arcades from childhood**.



Nostalgic Throwbacks Are Fun

Get Social



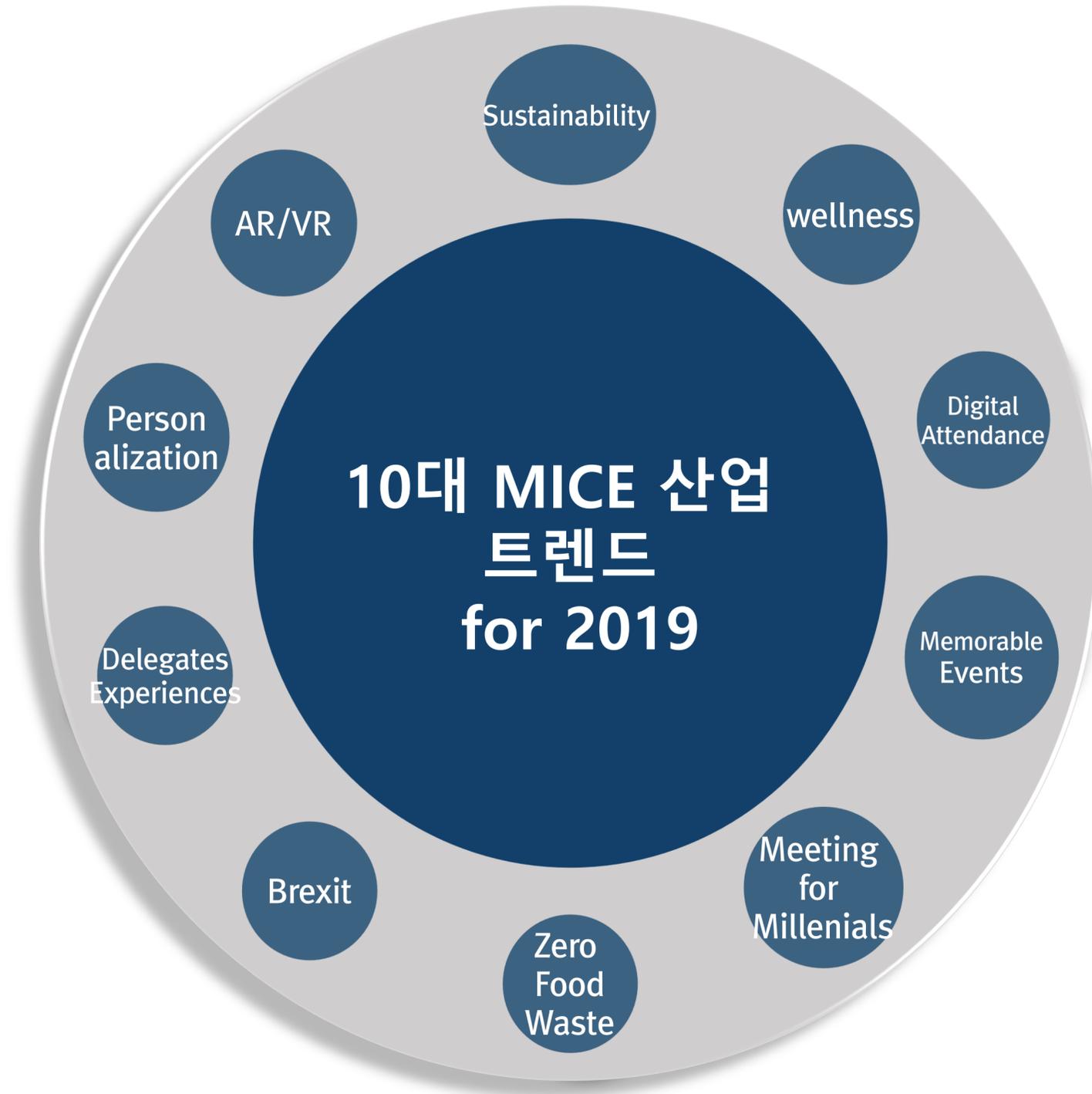
Create **custom hashtags** for your event so that speakers' quotes, photos & experiences can be shared online across social platforms in real time.

2019년 MICE 트렌드

- 유니크 장소(베뉴)
- 기술
- 상호작용
- 네트워킹
- 콘텐츠



2019년 MICE 트렌드



- 지속가능성
- 웰니스
- 디지털 참가
- 기억할만한 경험
- 밀레니얼 세대를 위한 미팅
- 제로 음식 낭비
- 브렉시트
- 참가자 경험
- 개별 맞춤화
- AR/VR

The Future of Personalisation

- 우리는 기술이 빠르게 발전하는 시대에 살고 있으며 모든 사람마다 성향이 다름
- 다가올 미래에는 더욱 더 개인 맞춤형 이벤트를 제공해야 함

1. 데이터를 통한 개별화 (Personalisation through data)

수집된 데이터를 기반으로 각 참석자의 Needs, Wants 파악

2. 섬세한 개별화 혹은 정보보호의 악몽 (Hyper-personalisation or a privacy nightmare)

안면인식을 통한 참석자들의 감정상태 파악

3. 개인 맞춤 기술 (Technology for bespoke experiences)

참관객이 지양해야 할 행동 공지

4. 2020년의 개별화 (Personalisation 2020)

가까운 미래 개별화 만연



Meetings Legal trends

세계 여러 기업들이 새로운 '모범경영'안을 개발하는 중이며 회의산업의 방향을 재평가 중임

1. 개인정보보호 규정 (General Data Protection Regulation)

개인의 주소, 이름 등 정보보호의 필요성

2. 비상 대처 계획 (emergency planning)

자연재해, 테러 상황 발생 시 위기 대처 방안 구축

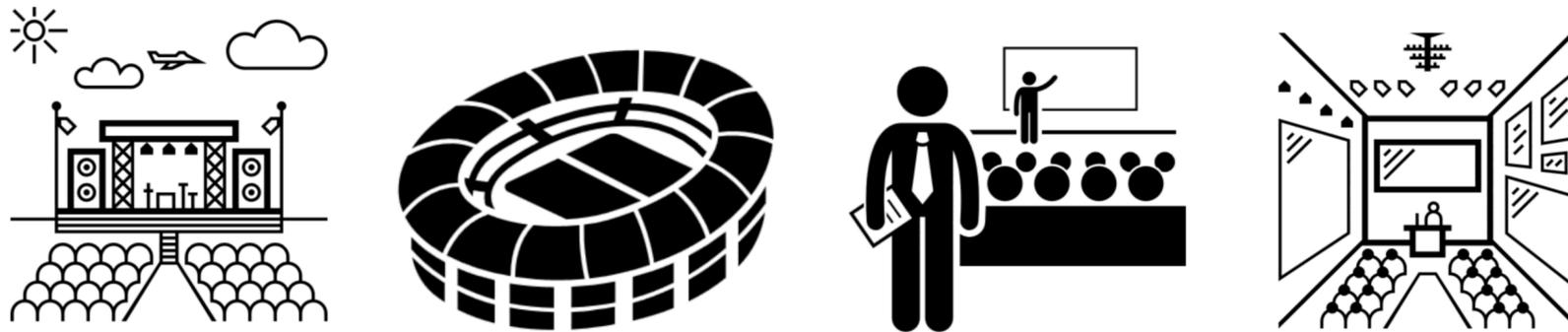
3. 행동 강령 (codes of conduct)

참관객이 지양해야 할 행동 공지



베뉴 경쟁 환경의 변화: 고객의 경험을 극대화 하는 공간으로 진화하고 있는 'Venue'

- 컨벤션, 전시회, 콘서트, 스포츠 경기는 엄밀하게 성격이 다른 행사들로 컨벤션과 전시회는 MICE산업의 한 부문으로 비즈니스 이벤트 콘서트는 음악을 통한 엔터테인먼트적 행사, 스포츠는 승부를 겨루는 경기라고 할 수 있음



- 그런데 최근 들어 이 모든 행사들이 서로 같은 공간에서 열리고 있음. 본래 용도로 써야 할 각각의 장소들이 서로 다른 목적과 영역의 행사를 유치하고 있음

예) MICE 행사만 유치하지 않는 컨벤션 센터

- 김연아 아이스 쇼 유치를 위해 전시장 바닥을 빙판장으로 만든 킨텍스

고유의 스포츠 경기나 아트전시 그리고 국제회의, 콘서트 등을 유치하는 미술관

김연아 아이스 쇼 유치를 위해 전시장 바닥을 빙판장으로 만든 킨텍스



2018 전시산업 트렌드

‘고객’ (방문객, 전시기획자 등)의 방문목적에 따른 시간 Time, 행사 주최자와 베뉴 운영자들은 고객이 원하는 서비스, 행사의 가격과 질 등을 제공하면서 만족도를 제고해야 함 이는 고객들이 느끼는 경험적 요소의 가치로 평가됨



고객의 여가시간을 효율적이고도 가치 있게 사용할 수 있도록 하는 장소로 변화 하는 것이 전시공간이 경쟁력을 갖는 것

고객들이 베뉴나 행사를 통해 얻는 만족은 단순히 행사 자체의 콘텐츠 뿐만 아니라 그 콘텐츠를 경험하고 체험하는 장소와 시간, 케이터링, 분위기 등에 의해 좌우되는 경우가 많음

콘텐츠 자체보다 콘텐츠를 획득하는 전체적인 경험이 더 중요

2018 전시산업 트렌드

UFI가 선정한 주목할 전시산업 5대 트렌드

- UFI (The Global Association of the Exhibition Industry), 국제전시협회는 지난 2017년 11월, 2018년에 전세계 전시산업에 영향을 미칠 것으로 예상되는 5대 트렌드를 발표함



Z 세대: digital Native

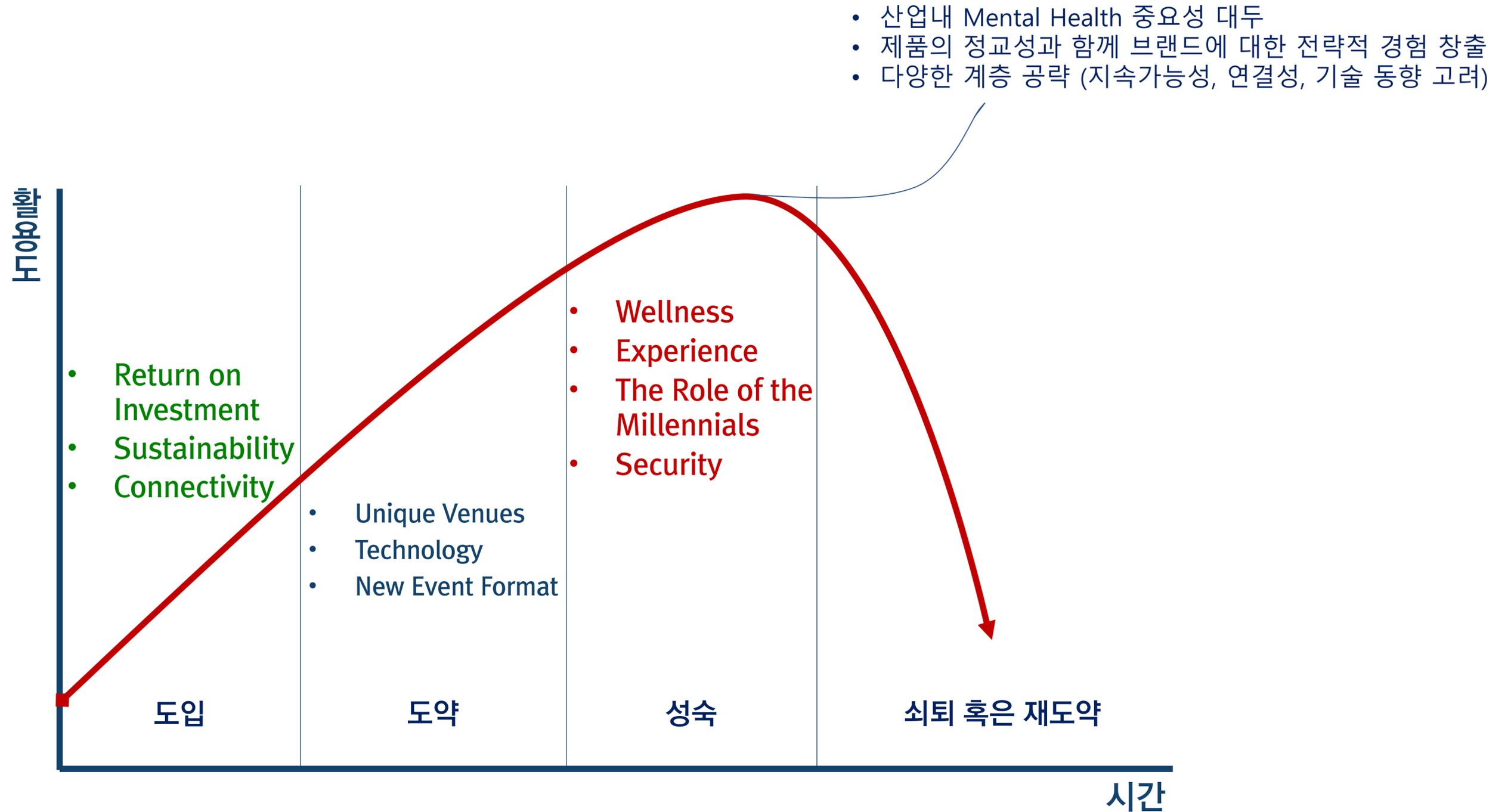
AUMA의 2018 전시산업 트렌드 설문조사

- 독일전시협회(AUMA)는 지난 2017년 11월, B2B 전시회에 참가하는 500개 대표기업을 대상으로 'AUMA Messe Trend 2018' 설문조사를 실시한 결과, B2B 마케팅에서 전시회의 비중이 높아질 것으로 전망됨

고객들의 다양한 목적을 충족시키는 경쟁력 있는 장소(Venue)에서 전시회를 포함한 융복합 형태의 행사를 진행함으로써 광범위한 부가가치 창출을 기대

기술의 발달과 디지털화 등의 트렌드를 반영해 고객들이 행사 참가에 있어서 그들의 여가시간과 예산 등을 능동적으로 관리할 수 있게 해 사후 만족도를 증진시킴

MICE 산업 트렌드의 라이프 사이클

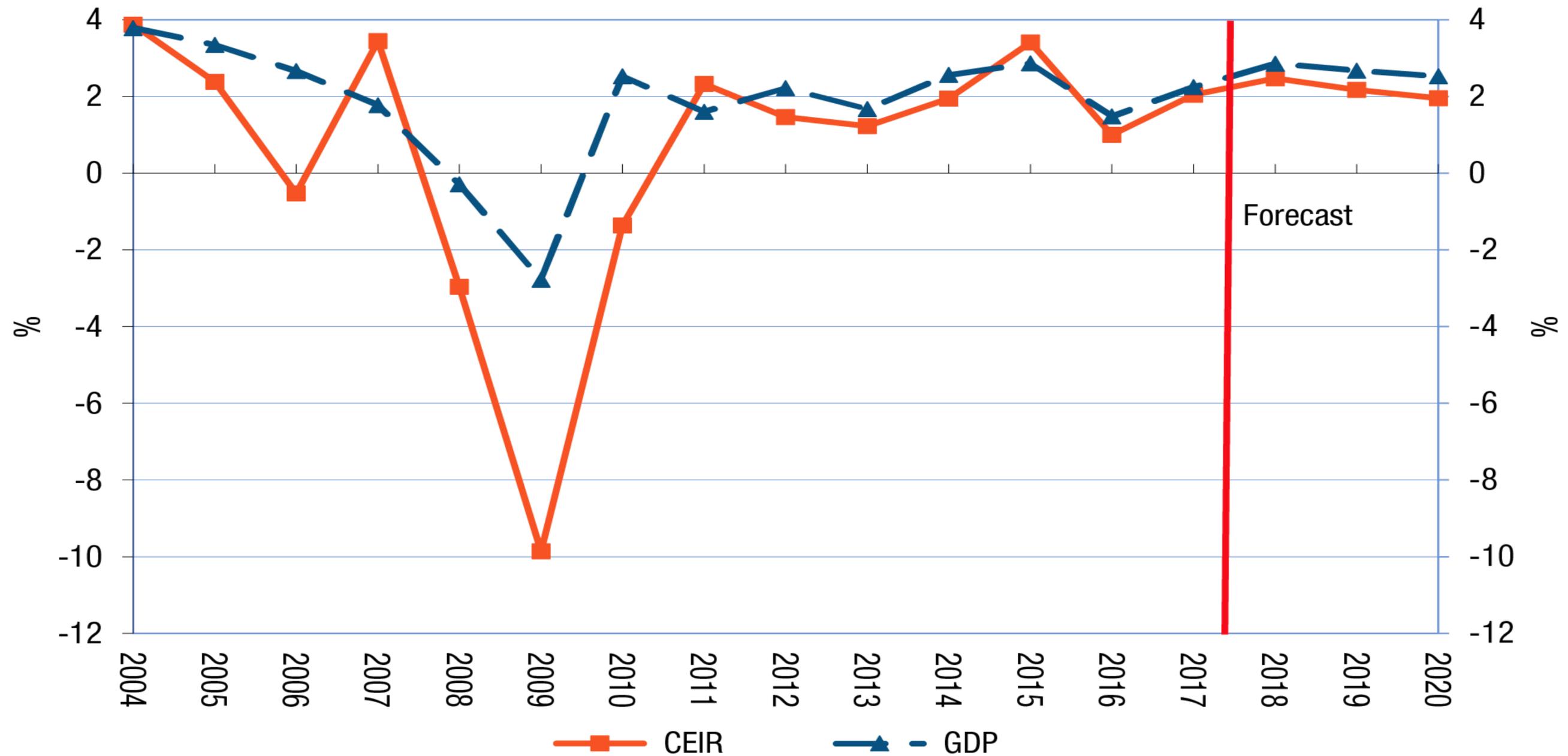




**5. 2019
MICE Industry
Outlook**

5. 2019 MICE Industry Outlook

CEIR 전망과 GDP 성장과의 관계성

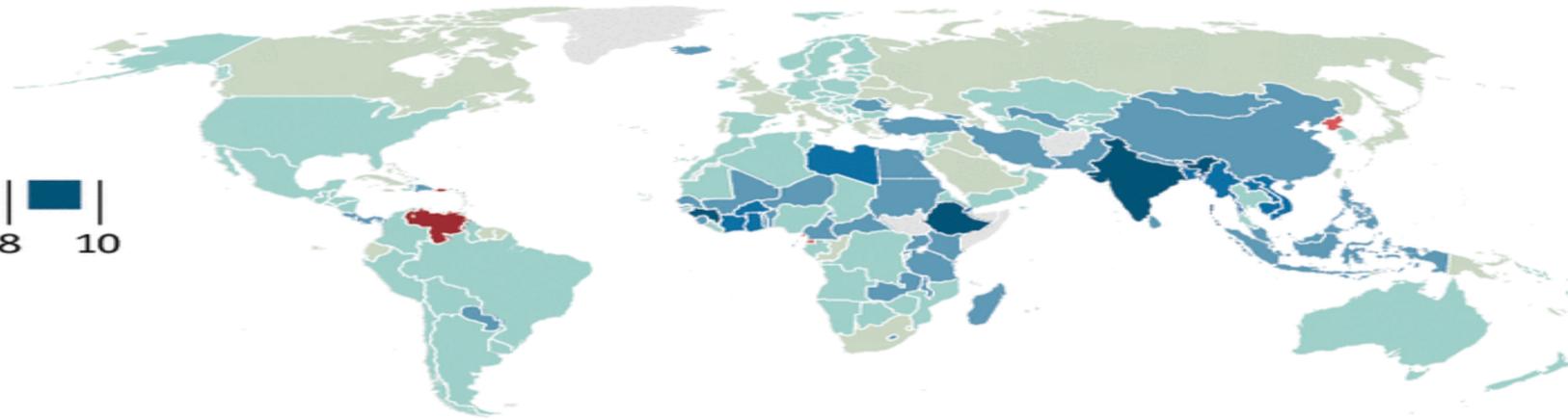


5. 2019 MICE Industry Outlook

세계 및 국내 경제 성장률 전망

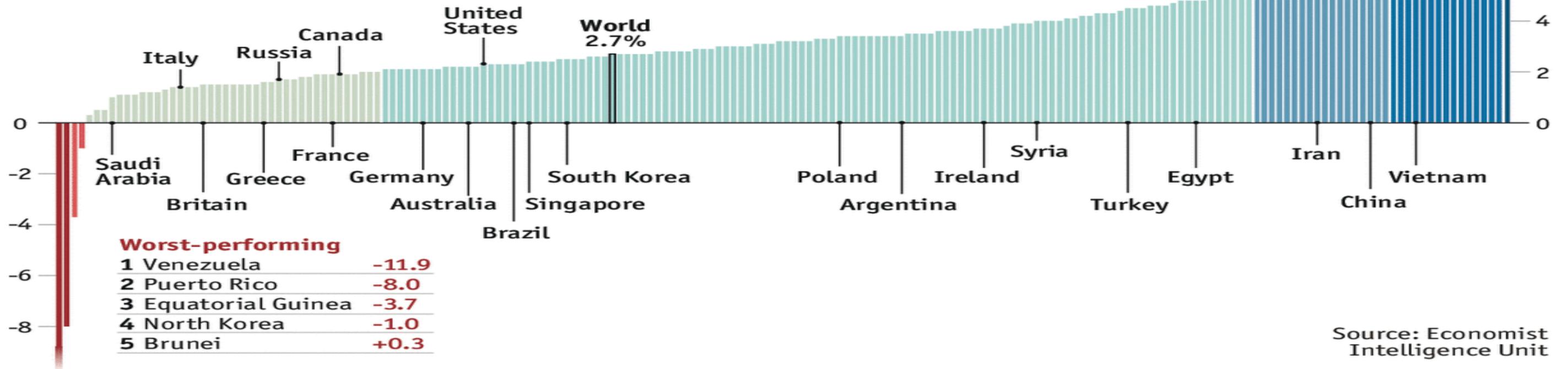
On the rise

GDP forecasts
2018, % change
on a year earlier



Best-performing

1	Dominica	+8.8
2	India	+7.7
3	Bhutan	+7.6
4	Anguilla	+7.4
5	Ethiopia	+7.2



Worst-performing

1	Venezuela	-11.9
2	Puerto Rico	-8.0
3	Equatorial Guinea	-3.7
4	North Korea	-1.0
5	Brunei	+0.3

Source: Economist Intelligence Unit

5. 2019 MICE Industry Outlook

국내외 주요 기관 한국 경제 성장률과 기업경기 전망

IMF 세계 경제성장률 전망

구분	2017년	2018년		2019년	
		'18 1월	'18 4월	'18 1월	'18 4월
세계	3.8	3.9	3.9	3.9	3.9
선진국	2.3	2.3	2.5	2.2	2.2
미국	2.3	2.7	2.9	2.5	2.7
유로존	2.3	2.2	2.4	2.0	2.0
일본	1.7	1.2	1.2	0.9	0.9
한국	3.1	3.0*	3.0	2.9*	2.9
신흥개도국	4.8	4.9	4.9	5.0	5.1
중국	6.9	6.6	6.6	6.4	6.4
인도	6.7	7.4	7.4	7.8	7.8
브라질	1.0	1.9	2.3	2.1	2.5
러시아	1.5	1.7	1.7	1.5	1.5

〈국내외 주요 기관 한국 경제 성장률〉

구분	구분	2018		2019(전망치)	
		기존	수정치	기존	수정치
해외	IMF	3.0	2.8	2.9	2.6
	OECD	3.0	2.7	3.0	2.8
	ADB	2.9	2.8	2.9	2.8
	골드만삭스	2.9	2.7	2.9	2.7
	UBS	3.0	2.9	3.0	2.9
국내	한국은행	3.0	2.9	2.9	2.8
	현대경제연구원	2.8		2.6	
	LG경제연구원	2.8		2.5	

*한국은 WEO 1월 보고서에 포함 안됨. '17 연례협의 보고서 수치

5. 2019 MICE Industry Outlook

한국 경제 기업 경기 BSI 추이



5. 2019 MICE Industry Outlook

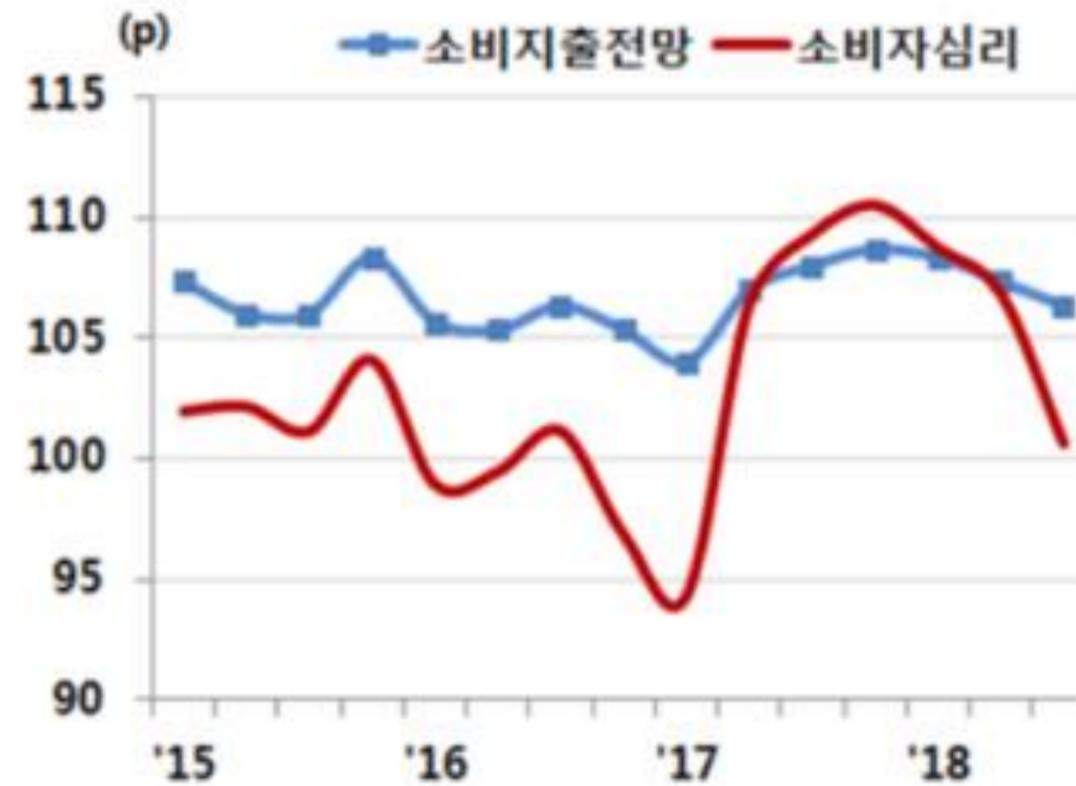
소비 증가율 및 소비자 심리지수 추이

민간소비 및 정부소비 증가율



자료 : 한국은행.
주 : 전년동기대비.

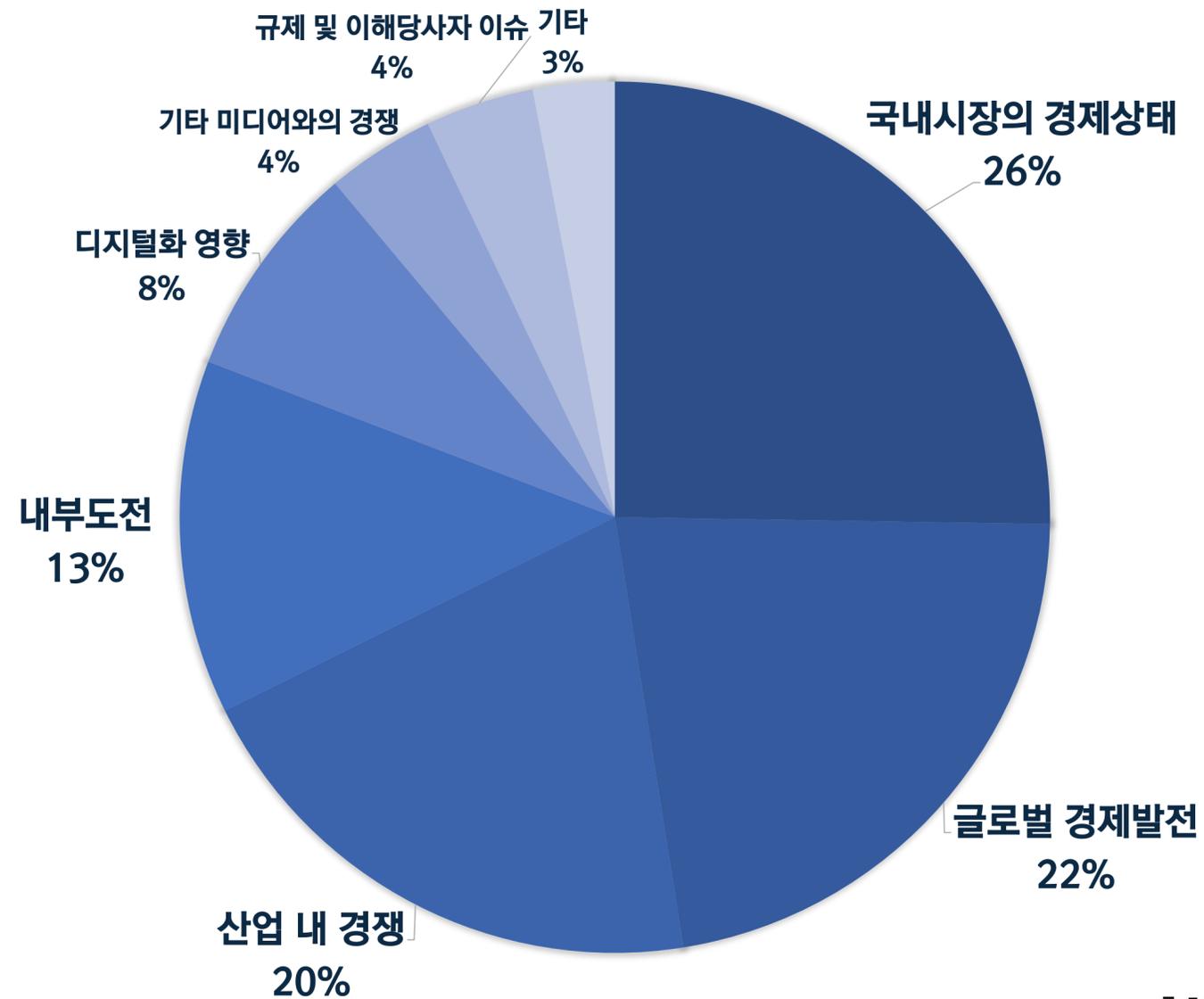
소비자 심리지수 추이



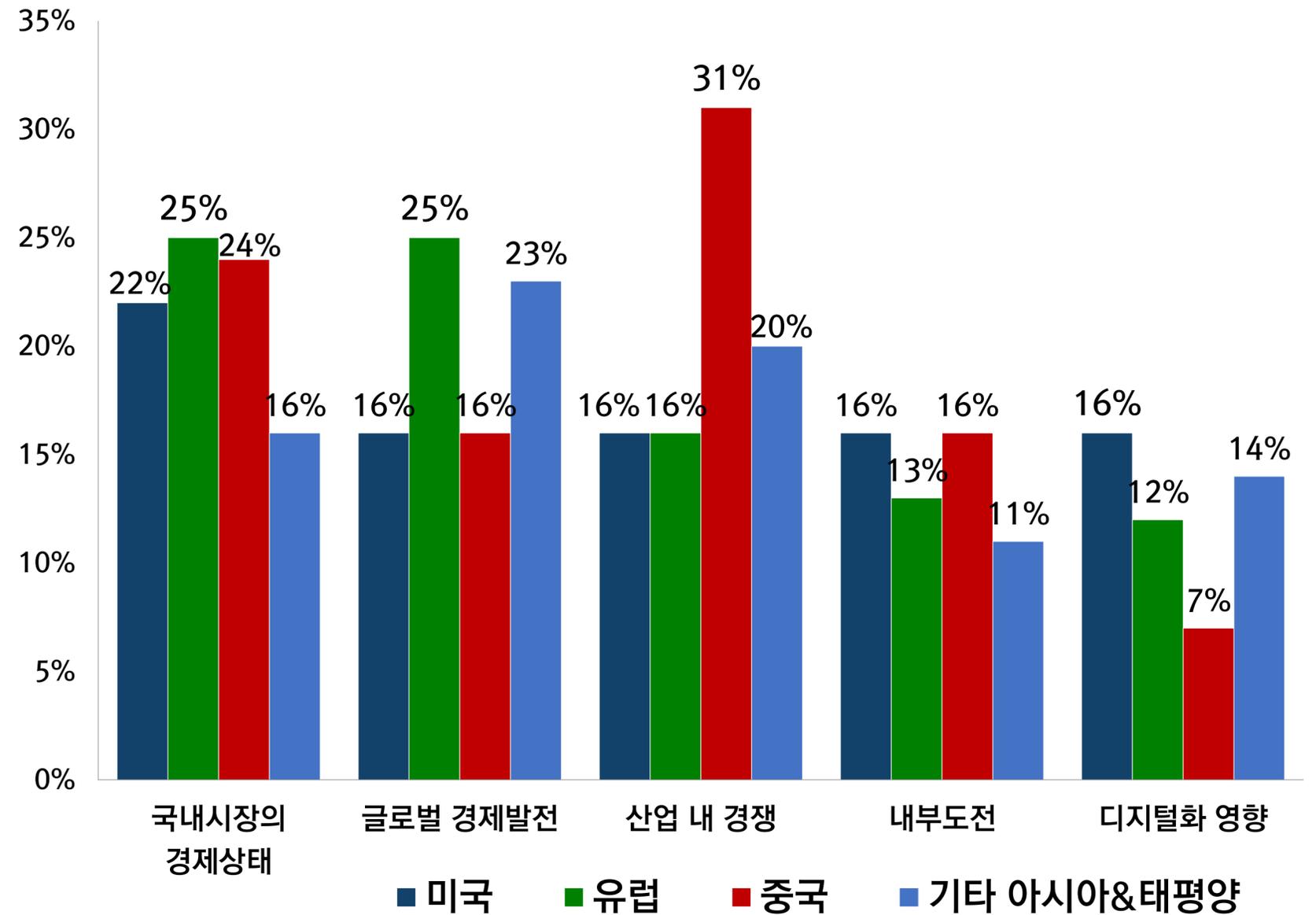
자료 : 한국은행.
주 : 분기별 평균.

5. 2019 MICE Industry Outlook

글로벌 MICE 산업 주요 비즈니스 이슈



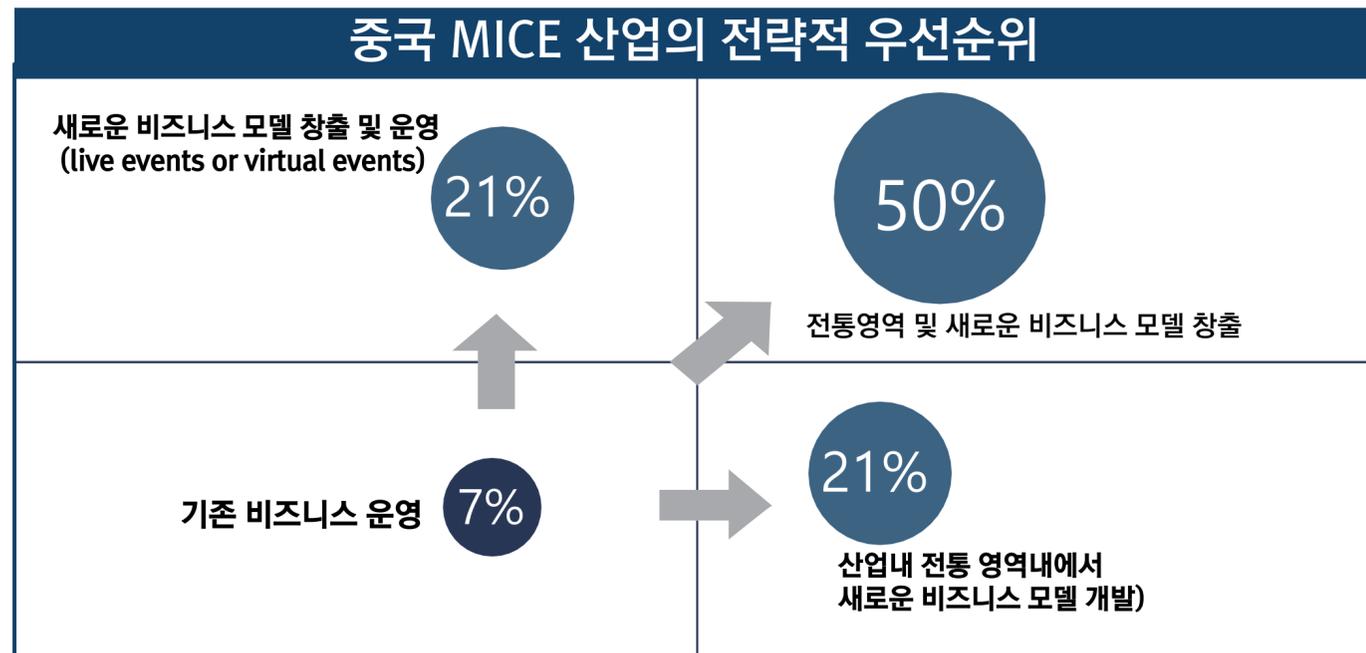
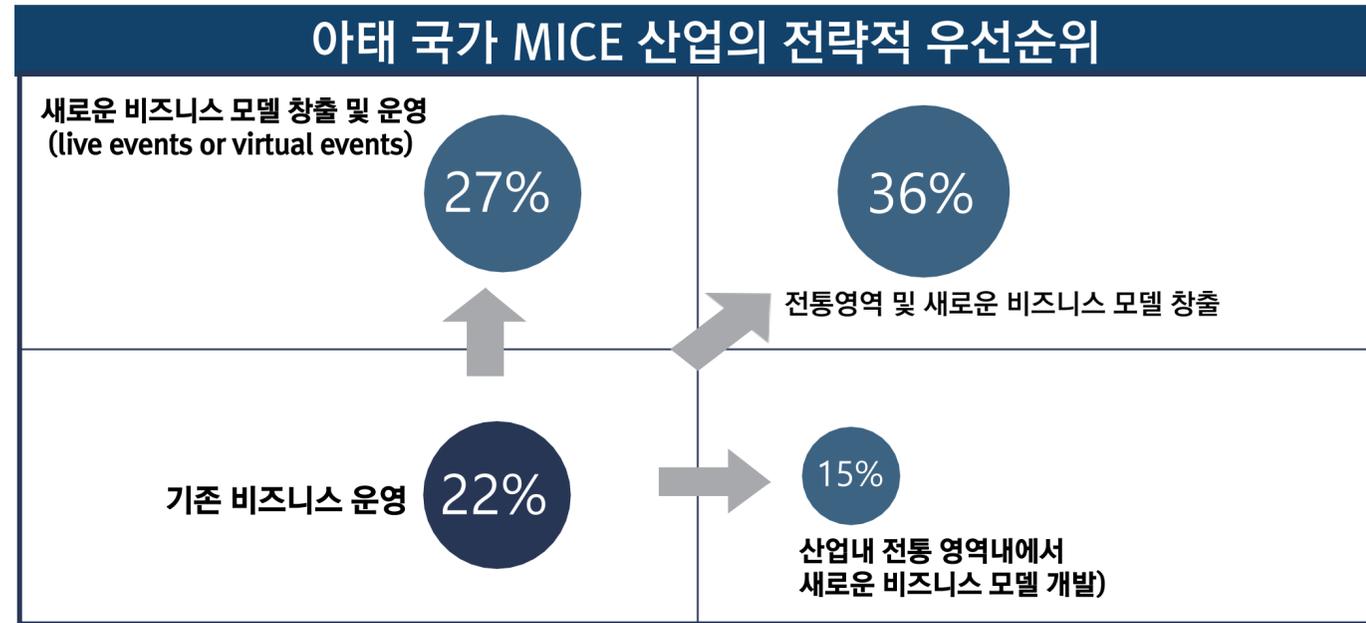
국가별 MICE 산업 주요 비즈니스 이슈



출처: UFI Global Exhibition Barometer 20th edition

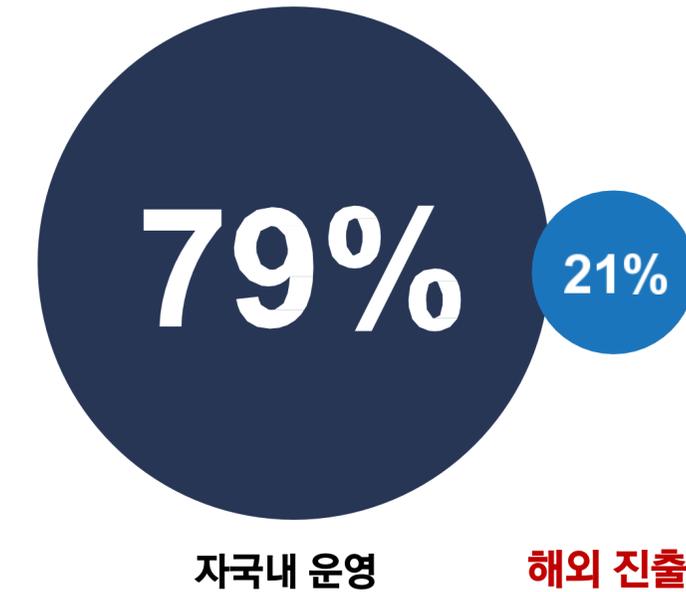
5. 2019 MICE Industry Outlook

해외 MICE 산업 주요 비즈니스 이슈

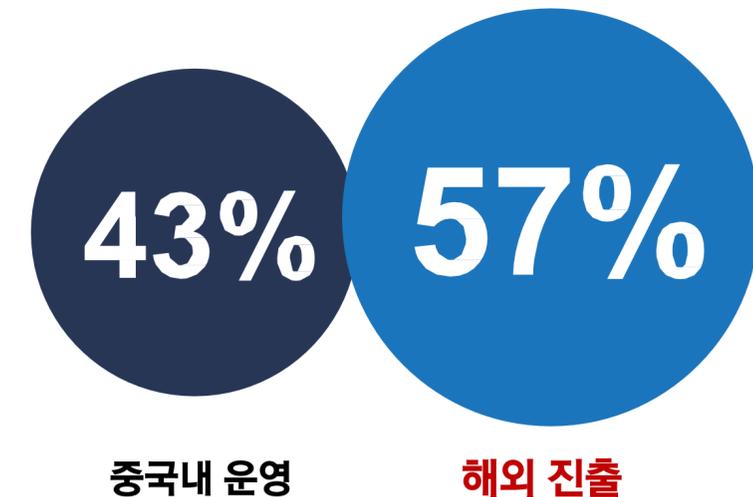


(15 answers in total)

아태 국가 MICE 산업의 전략적 운영 지역(국내외)



중국 MICE 산업의 전략적 운영 지역(국내외)



5. 2019 MICE Industry Outlook

IBTM World Trends Watch Report 2018 (Barcelona, Spain/27-29 November 2018)

63 % 응답자들은 2019년 'Favourable' Business Confidence 전망
37 %는 좀 더 많은 인력을 충원할 것으로 전망함

- Paul van Deventer (MPI's CEO) MICE 산업의 'capacity, resource 과 bandwidth'로 잠재력을 발휘할 것임
- 예산도 지난 3년간 지속적으로 늘어나고 있음
- 이는 별다른 제약없이 사업 추진시 전문성을 보여줄 기회임
- 기획가들의 역량 발휘로 ROI가 증대되고 관련 산업 견인에 기여하고 있어, 탄탄한 산업이 될 것임



2가지 이유:

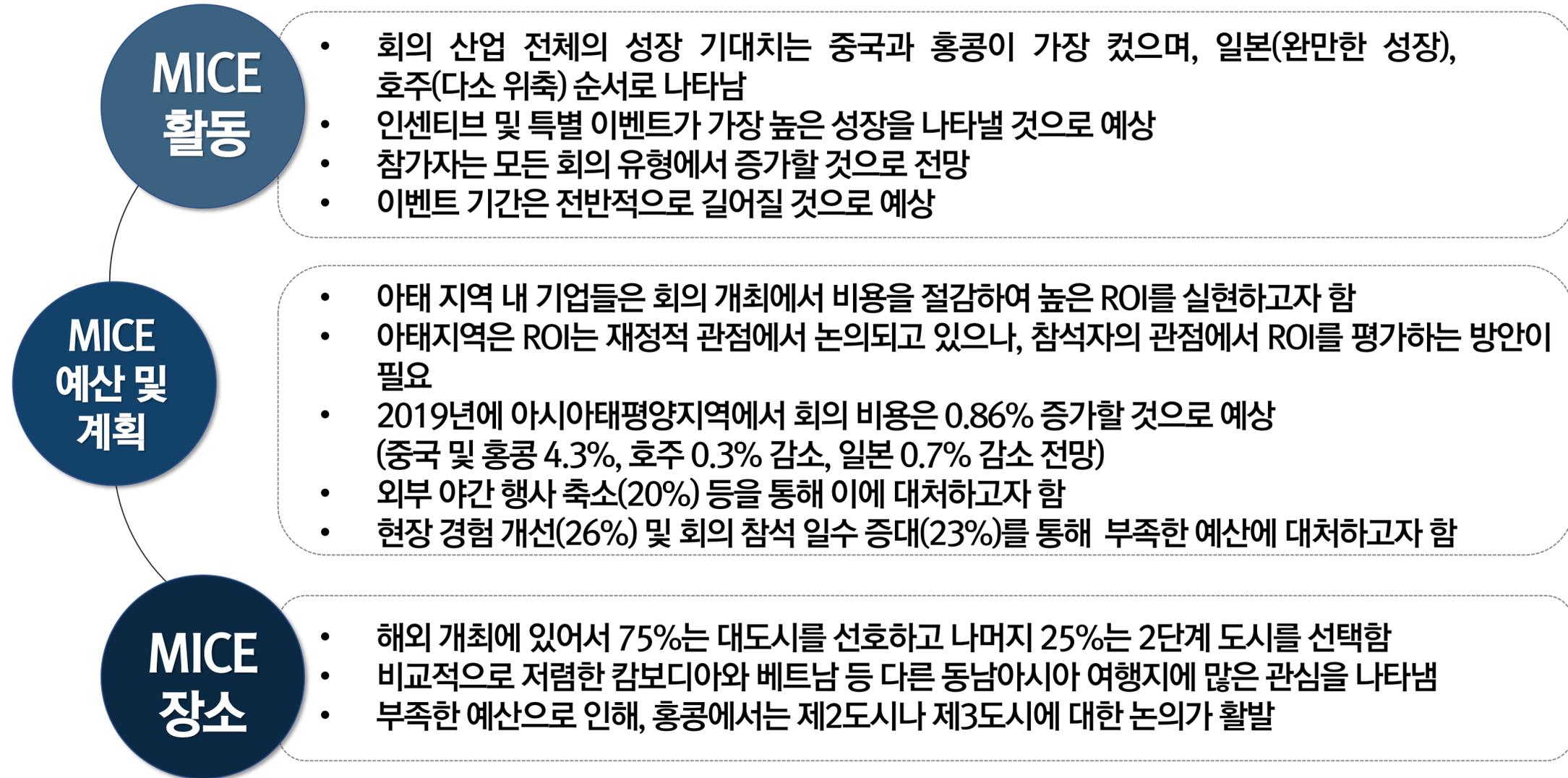
- business 성공과 가치 증명의 필요성
- 경제성장 수정 등 경기 하락에 영향을 받을 가능성이 있지만, MICE 경기전망에 대해서 긍정적임

Professional Convention Management Association (PCMA)도 유사한 전망을 하고 있음
(Crisis Communication Education 강화)

5. 2019 MICE Industry Outlook

아시아 태평양 지역 동향

- 아시아 태평양 지역은 회의 및 이벤트 산업에 깊은 관심과 기회를 갖고 있음
- The 2019 Global Meetings and Events Forecast는 중국과 홍콩, 일본, 호주의 관점으로 구성



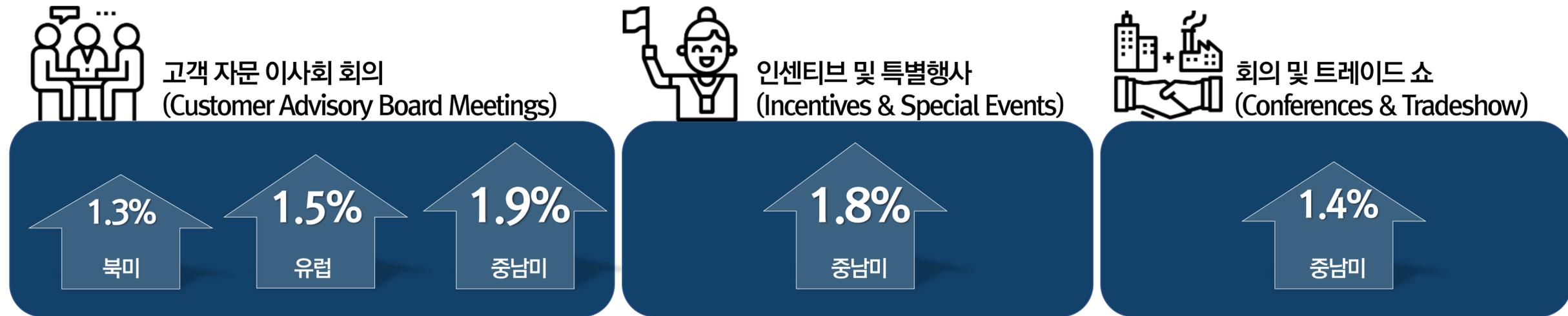
➔ **“ROI를 반영한 해외 기획 및 개최를 통해 회의 산업 전반의 효율성을 증대할 것으로 전망”**

5. 2019 MICE Industry Outlook

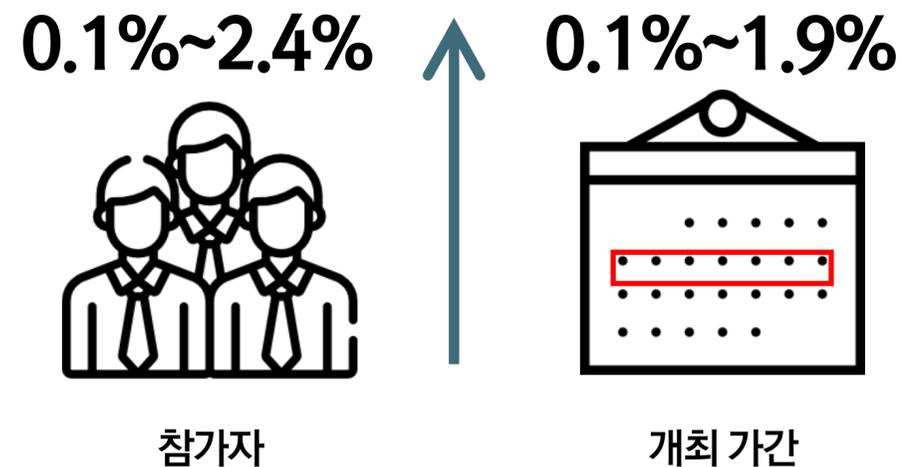
2019 global Meetings and Events Forecast (AMEX Meetings & Events)

2019년 회의 산업 전망

- 해외 기획가와 호텔리어들은 산업의 밝은 미래를 제시하고 있음
- 회의에 대한 자금 조달은 중요한 변화에 직면하고 있음

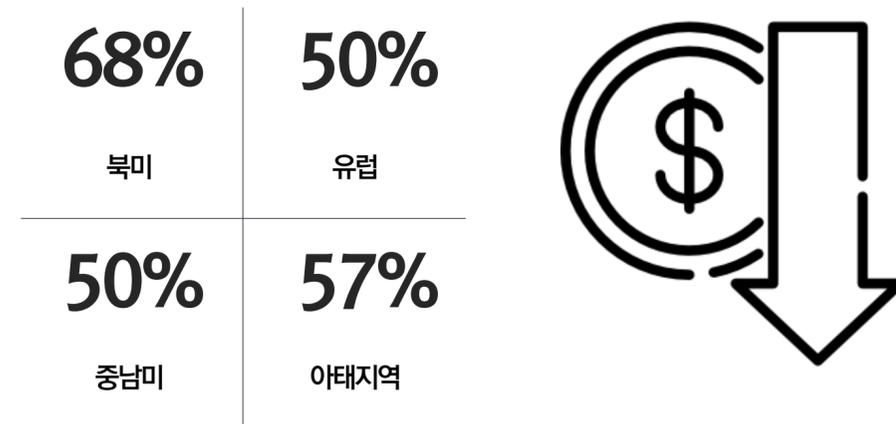


회의 참가자 및 개최 기간의 증가



커미션 감소

모든 지역에서 회의 개최자들이 더 적은 커미션을 받고 있음



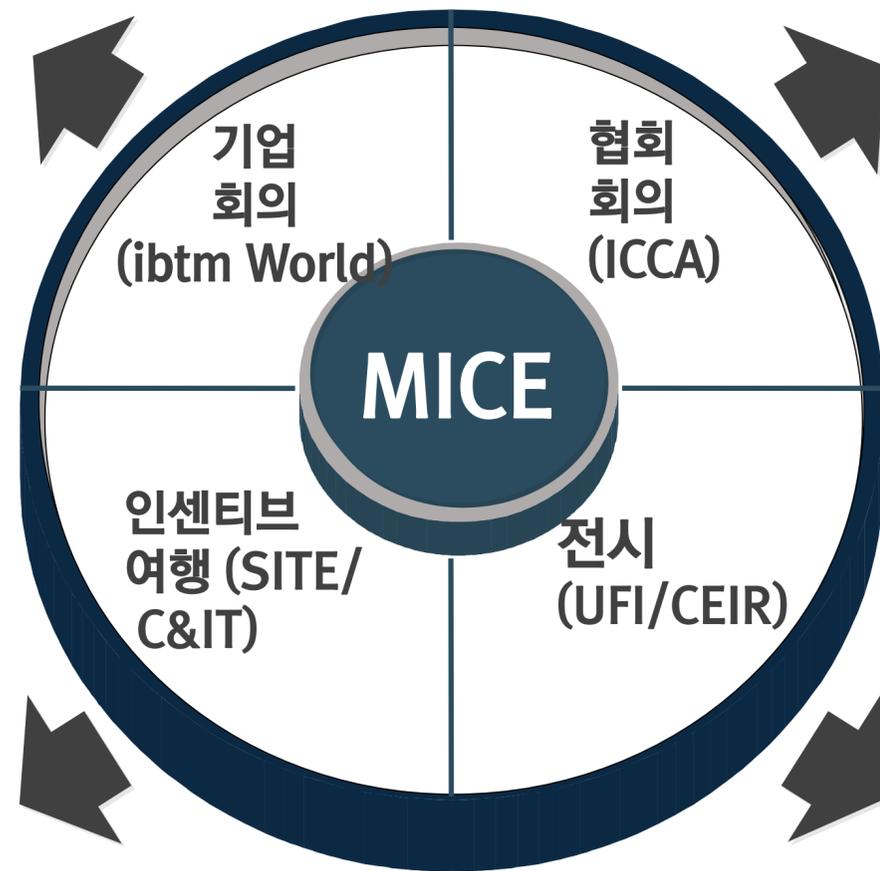
5. 2019 MICE Industry Outlook

2019 MICE 산업은 각 분야별로 전망이 밝음

기업회의분야는 금융, 엔지니어링, 건설, 제약, ICT 자동차 산업이 상대적으로 호황을 예견하고 있어 낙관적 전망임



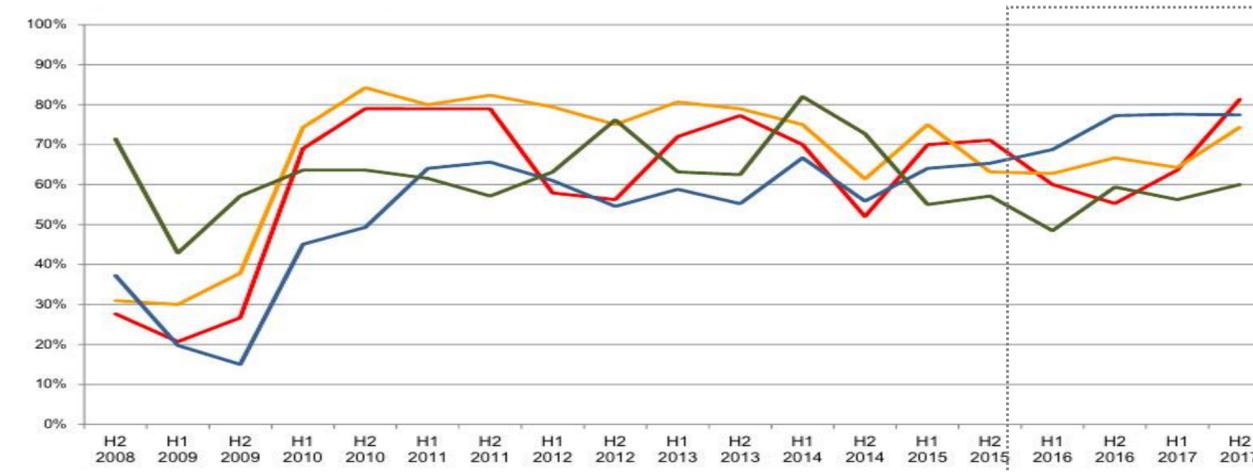
인센티브 분야는 실질 GDP 성장이 기대되고, 기업신뢰도 지수가 높아, 2019년 전망이 좋을 것으로 확신함



ITC와 제약 분야 결합
banking (FinTech), 자율자동차 이분야 협단체 회의 유망



-STEM(Science, Technology, Engineering, Mathematics 분야 협회 회의 호전
-도시에서 지역유망 분야 육성을 위한 회의 창설이 활발히 권장되고 있어 회의 수요가 확대될 전망(Beyond Bidding)
-관광활성화 노력
-의료 및 제약 분야 발전
-전기, 수소 및 자율자동차 개발로 관련 회의 증가 예상



- 미주: 55% → 81%, 매우 긍정적
- 유럽: 77% → 78%, 긍정적이고 안정적인 전망
- 아시아&태평양: 64~67% → 74%, 긍정적
- 중동 아프리카: 55~56%로 안정적

*미주/유럽/아시아&태평양/중동 아프리카

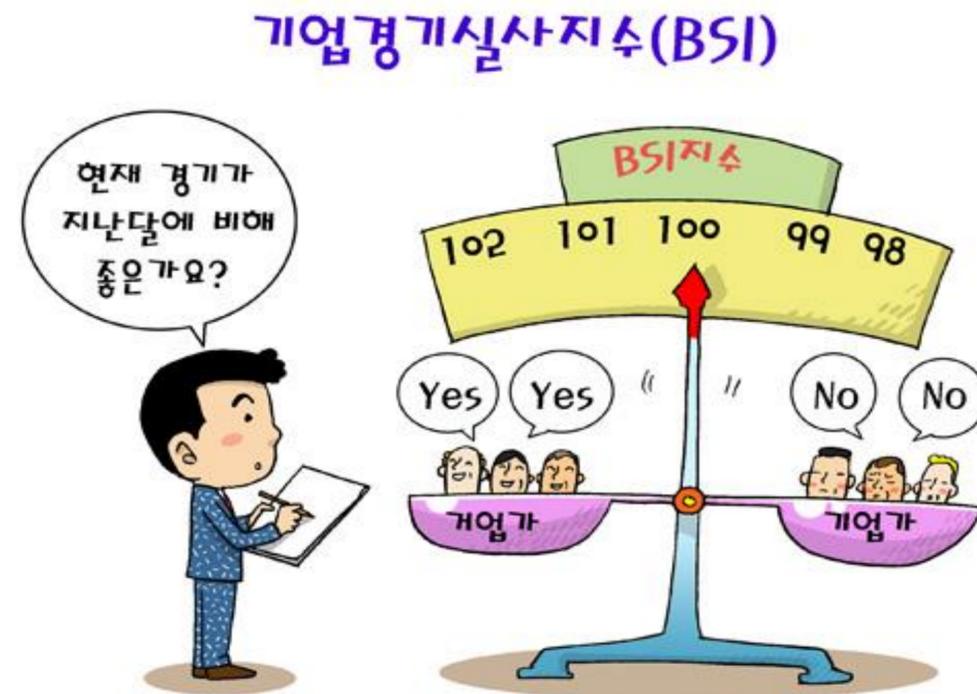
6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

BSI(Business Survey Index)란

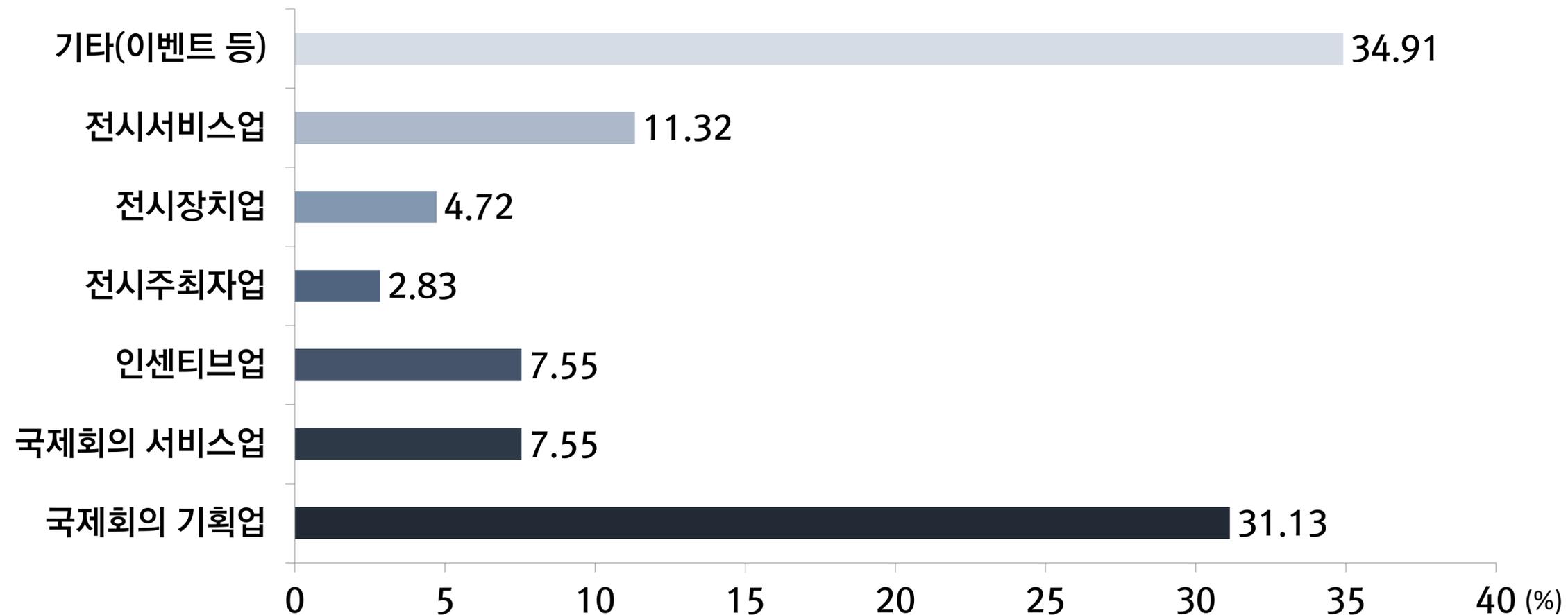
- 기업경기조사란 **기업**의 매출, 생산 등 주요경영활동의 결과와 전망에 대해 설문조사하여 그 결과를 지수화함으로써 산출한 통계를 말함
- 기업경기조사를 통해 산출된 지표를 기업경기실사지수(BSI: Business Survey Index)라고 하며 좋고 나쁨을 묻는 질적통계로 심리적인 측면의 영향을 많이 받는 특징이 있음
- $BSI = (\text{긍정응답업체수} - \text{부정응답업체수}) / \text{전체응답업체수} \times 100 + 100$. BSI 지수값은 위의 산식에 의거 모두 0에서 200까지의 값을 갖게 되며 긍정적인 답변과 부정적인 답변의 비중이 같을 때 100이 되는데 이때 이 100을 기준치라 함
- 100을 기준으로 지수가 100보다 크면 조사항목에 대해 긍정적으로 생각하는 업체가 부정적으로 생각하는 업체보다 많다는 것을 함



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

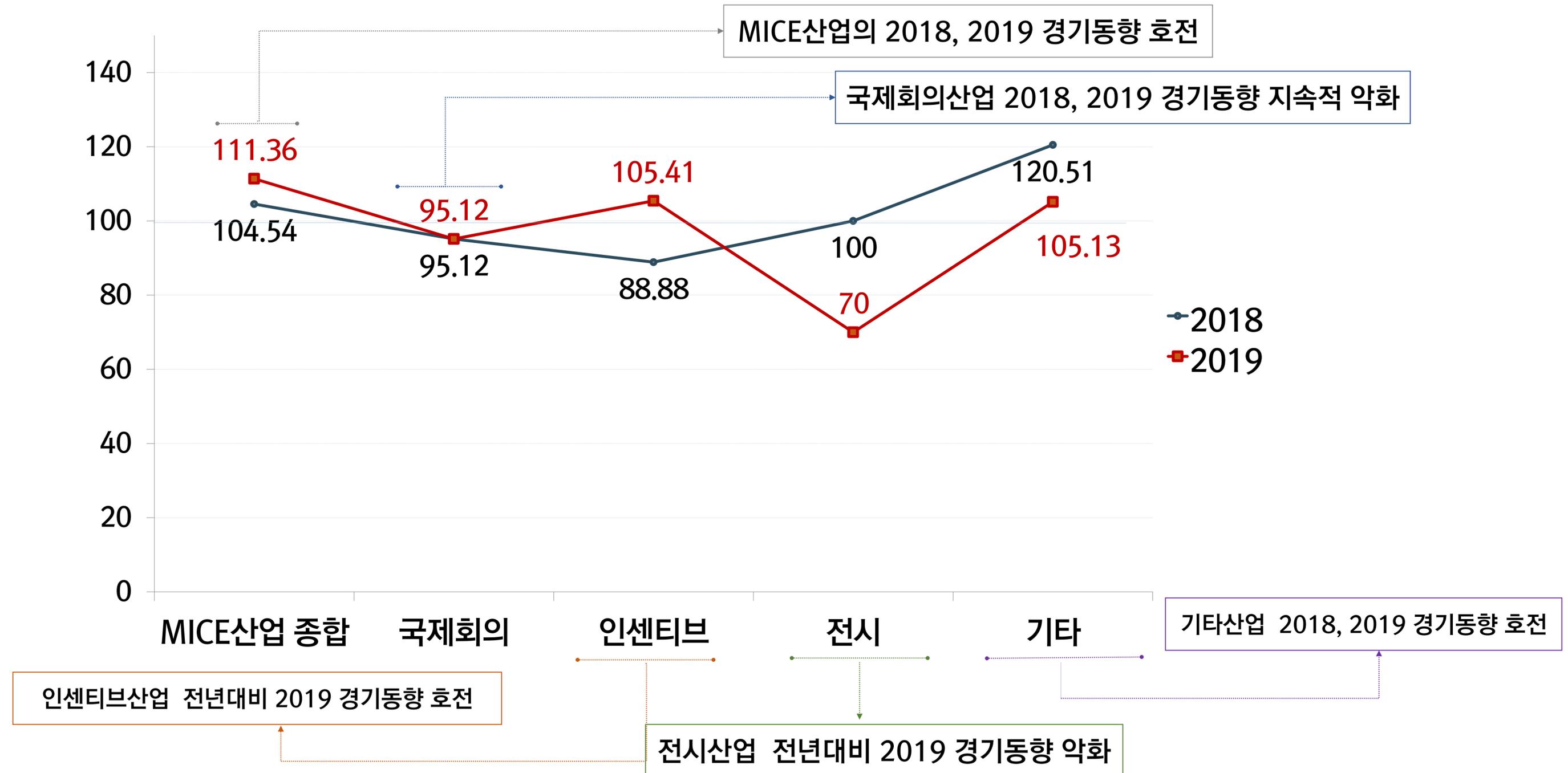
조사개요

구분	내용
조사기간	2018년 11월 25일 - 2018년 11월 30일
조사대상	MICE산업 관련 기관(MICE관련 사업체, MICE 주최기관)
응답내용	총 120개 기관 응답



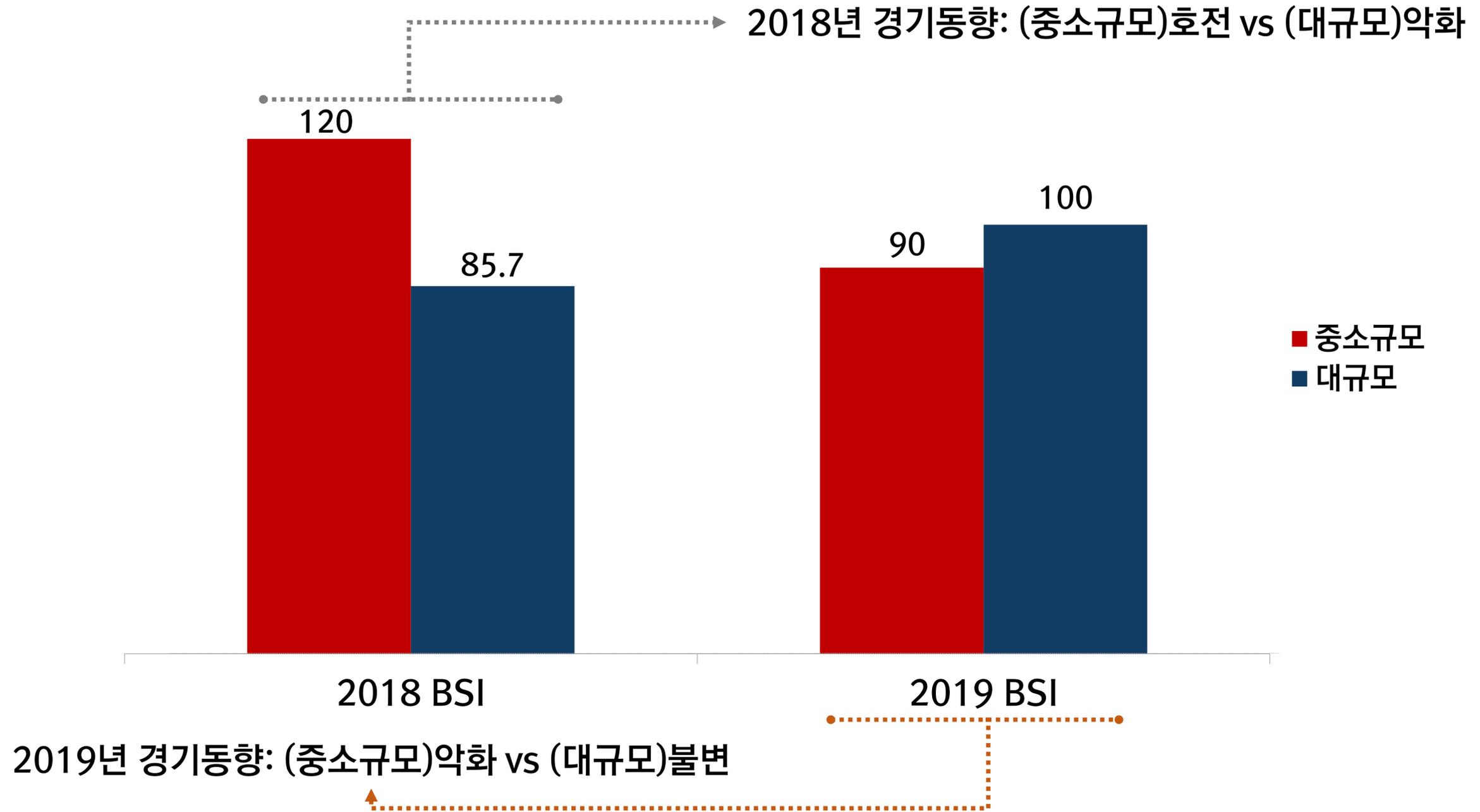
6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

MICE 산업 경기실사지수(BSI)



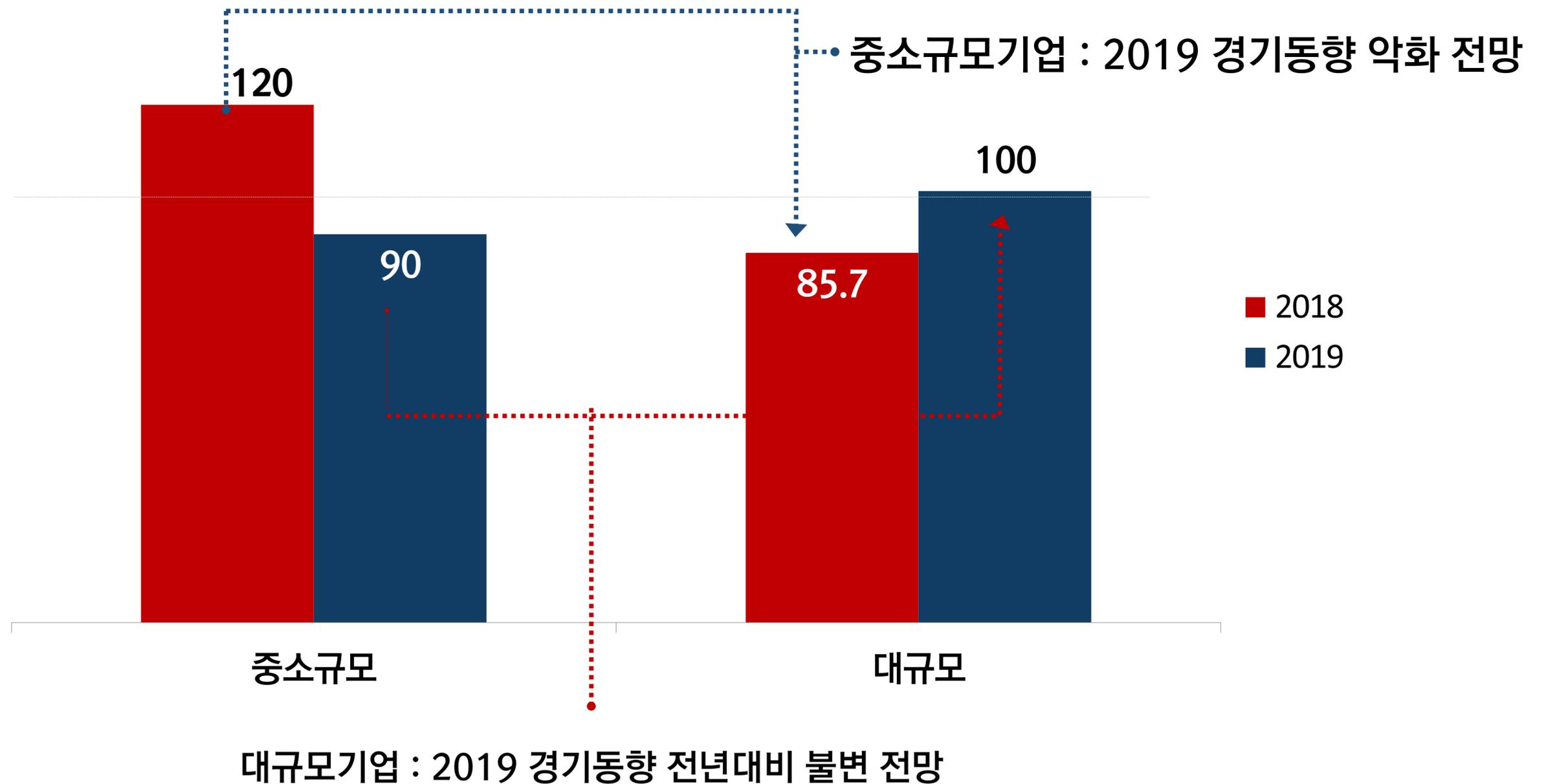
6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

기업규모별 국제회의 산업 경기실사지수(BSI)



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

기업규모별 (연도 구분) 국제회의의 산업 경기실사지수(BSI)



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

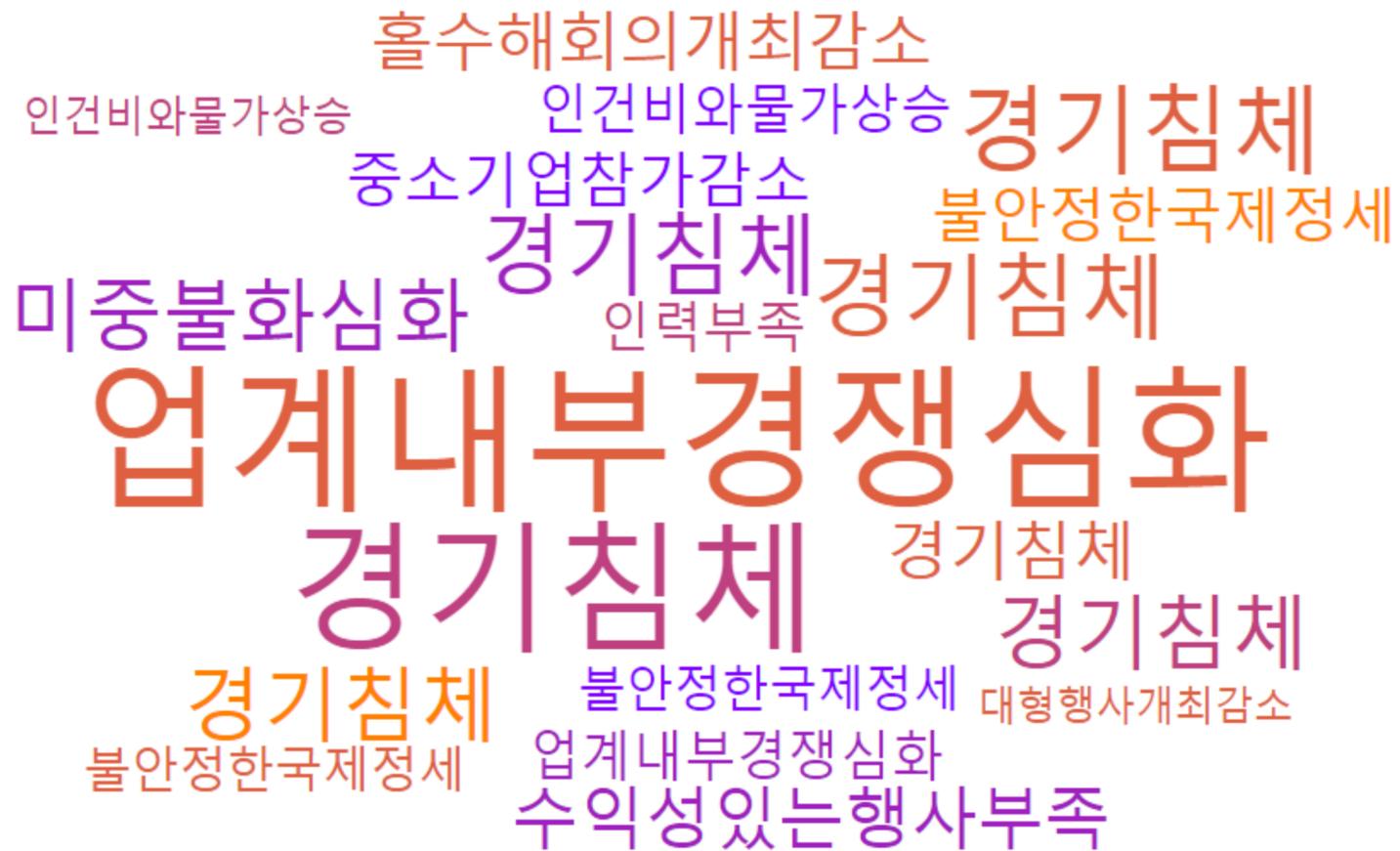
MICE 산업 호전요인

남북관계개선
MICE중요성인식
동남아인센티브증가
MICE관련기술발달 대규모국가행사
정부의적극적정책
국내외MICE행사증대
한중관계호전
사업포트폴리오다각화

- 정부의 적극적 정책 의지
- 남북 관계 개선
- 한중관계 호전
- 국가이미지 제고
- MICE 산업의 중요성 인식
- 국내외 MICE 행사 증대
- 사업의 포트폴리오 다각화
- MICE 관련 기술 발달
- 대규모 국가 행사
- 동남아 Incentive 유치기회 증대

6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

MICE 산업 부진요인



- 경기침체
- 불안정한 국제 정세
- 수익성 있는 행사 부족
- 대형 행사 개최 감소
- 인건비와 물가 상승
- 업계내부 경쟁 심화
- 중소기업 참가 부진
- 미중불화 심화
- 공연에 대한 인식 부족
- 인프라 부족
- 인력 부족
- 출수 해 국제회의 개최 감소
- 선거로 하반기 행사 집중

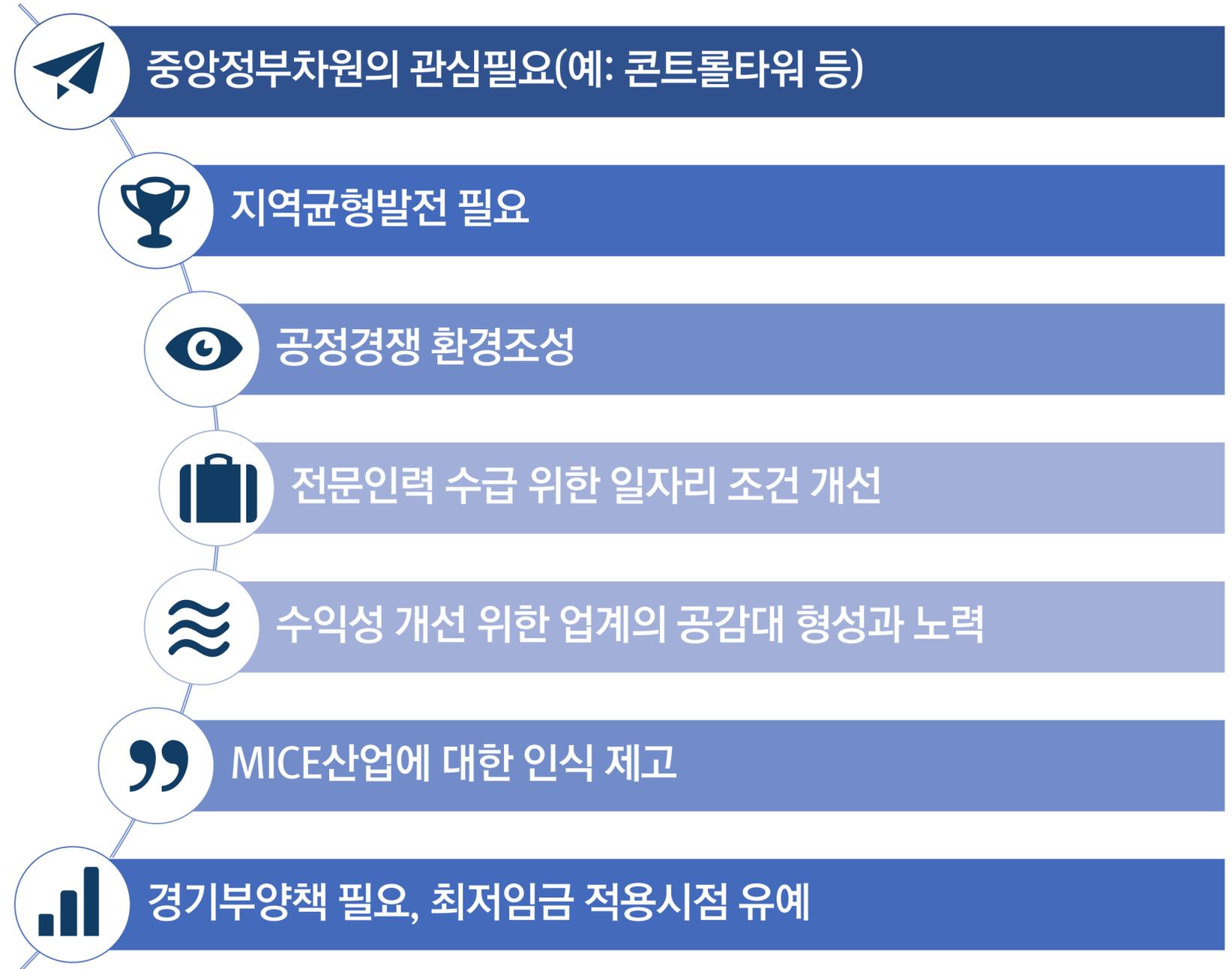
6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

MICE 산업을 위한 건의사항

MICE산업인식제고
산관학연네트워킹
경기부양책필요
수익성개선위한업계노력

중앙정부의 관심
최저임금적용유예

전문인력수급개선
공정경쟁환경조성



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

국제회의업 경기 분석 요인

호전요인

유치활동증대
인프라구축
국가이미지제고
정부인식제고 ICT발전
업계내협업증대
한중관계호전

부진요인

과당경쟁
대규모행사유치부족
거버넌스문제
지역정체성부족
기업경기위축
성수기행사집중
경력직부족

건의사항

산업규모확대
국정과제와연관성
인력양성 거버넌스
지역홍보필요
정책적지원필요
인건비및물가상승대책
공정경쟁환경조성

국가이미지제고

대형컨벤션개최

인프라구축

업계 내 협업 증대

국제회의증가

ICT 발전

유치활동 확대

한중관계 호전

4차산업관련행사증가

정부인식제고

지역정체성부족

인프라부족

성수기에 행사집중

정치이슈로 하반기 행사집중

대규모행사 유치 부족

기업경기 위축

공연에 대한 인식 부족

과당경쟁, 불공정경쟁

인력수급 불안

정부, 협회, 민간 거버넌스 문제

경력직 부족

지역홍보필요

행사개발 통한 산업규모 확대

정책적 지원필요

정부, 협회, 민간의 거버넌스

국정과제와 관련된 국제회의 유치

인력 양성

인건비 및 물가상승 대책

지역 MICE인프라 구축 필요

공정경쟁 환경 조성

경기부양책 필요, 최저임금 적용시점 유예

6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

전시산업 경기 분석

호전요인

유치활동확대
미래산업및창업행사증대
회의전시이벤트의복합화
중국시장확대
국가이미지제고
제고 정부인식
전시행사증가

국가이미지제고

중국시장의 확대

전시행사증가

정부인식 제고

유치활동 증대

회의, 전시, 이벤트의 복합화 추세

4차 산업 관련 행사 증대

창업 및 일자리 관련 행사 증대

부진요인

정부주최행사예산축소
거버넌스비효율
전시인프라부족
새로운전시발굴미진
기업경기침체
주변환경열악
유사전시증가
인식부족
지자체기반시설부족

기업경기 침체

정부 주최 행사의 예산 축소

유사전시증가로 수익성 악화

주변 환경 열악

새로운 전시 발굴 미진

인식의 부족

전시 인프라 부족

거버넌스의 비효율

지자체 기반시설 부족

건의사항

경남지역MICE인프라구축
전시컨벤션통합거버넌스
지자체 경쟁력구축
중장기지원방안확대
다양한전시시설확대

지자체 경쟁력 강화

다양한 전시시설 확대

중장기적인 지원 방안 확대

지역 MICE 인프라 구축

전시, 컨벤션 통합 거버넌스 구축

6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

인센티브업 경기 분석 요인

호전요인

적극적 해외 홍보 효과
 연계 행사 증가
 글로벌 기업의 국내 진출
 국가 이미지 제고
 팸투어 증가
 환율 하락 공사의 지원
 대형 단체 증가

부진요인

제도적 지원 부족
 주 52시간 근무
 지자체 기반 시설 부족
 과당 경쟁과 불공정 경쟁
 중국 인센티브 전망 불투명
 관광지와 오락거리 부족
 수도권 편중
 중국 외 지역 지원 부족

건의사항

MICE 서비스 인식 제고
 고부가가치 인센티브 정책 집중
 지자체 마케팅 활동
 경남 지역 MICE 인프라 구축
 지자체 경쟁력 강화
 지자체 지원 확대

국가 이미지 제고

대형 단체 증가

적극적인 해외 홍보 효과

환율 하락

공사의 지원

팸투어 증가

글로벌 기업의 국내 진출

한중 관계 호전

연계 행사 증가

정부 인식 제고

중국 인센티브 전망
 불투명

유치 행사 건수 하락

지역 연계 프로그램 부족

제도적 지원 부족

지자체 기반 시설 부족

수익성 저하로 인한 홍보비 감소

수도권 편중

중국 외 지역에 대한 지원 부족

관광지, 오락거리 부족

주 52시간 근무

과당 경쟁과 불공정 거래

지자체 경쟁력 강화

고부가가치 인센티브 산업에
 대한 정책 집중

지자체의 적극적인 마케팅 활동

지역 MICE 인프라 구축

지자체 지원 확대

인력 양성

MICE 서비스 인식 제고

지역 MICE 인프라 구축 필요

공정 경쟁 환경 조성

경기 부양책 필요, 최저임금 적
 용시점 유예

6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

기타(이벤트, CVB, 호텔, 베뉴 등) 경기 분석

호전요인

기존행사연계행사증대
지역축제확대
년대형이벤트개최
중소규모행사증가
이벤트투자확대
한류영향으로콘텐츠다각화
중국시장확대

부진요인

대기업계열사진출
경기침체
홍보부족 인식부족
과당경쟁
인건비상승
지자체기반시설부족
낮은인센티브제도

건의사항

공정경쟁환경조성
협력가능한산업구조
인건비상승에대한대책
경남MICE인프라구축
분야별지원확대

중소규모행사 증가

2020년 대형 이벤트 개최

한류영향으로 다양한 콘텐츠에 대한 관심 증대

이벤트에 대한 관심과 투자 증대

중국시장 확대

회의, 전시, 이벤트의 복합화 추세

지역축제 확대

네트워크 다양성

기존 행사와 연계한 행사 증대

정부인식제고

과당 경쟁

낮은 인센티브 제도

대기업 계열사의 진출

지자체 기반시설 부족

경기 침체

인식의 부족

인건비 상승

거버넌스의 비효율

홍보의 부족

선거로 하반기 행사집중

공정경쟁 환경조성

인건비상승에 대한 대책

업체 간 협력 가능한 산업구조

경남지역 MICE 인프라 구축

분야별 지원 확대

인력 양성

MICE 서비스 인식제고

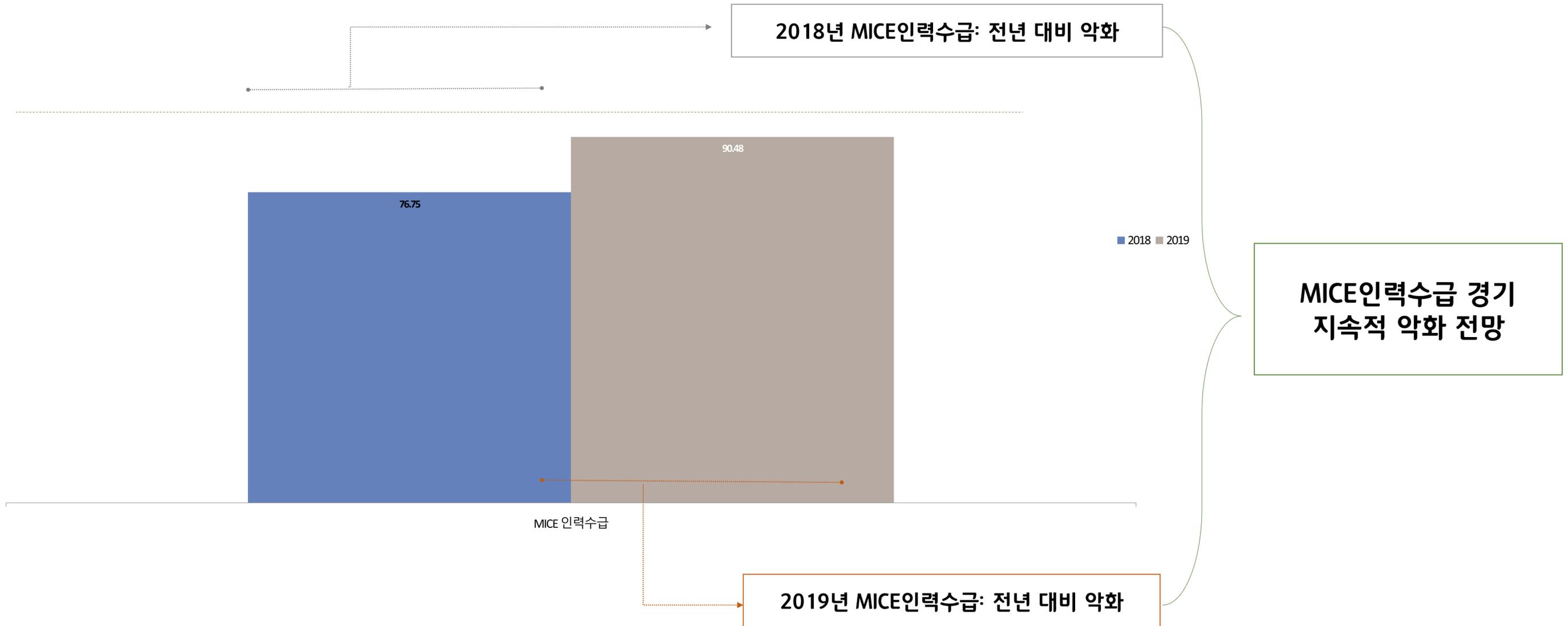
지역 MICE인프라 구축 필요

공정경쟁 환경 조성

경기부양책 필요, 최저임금 적용시점 유예

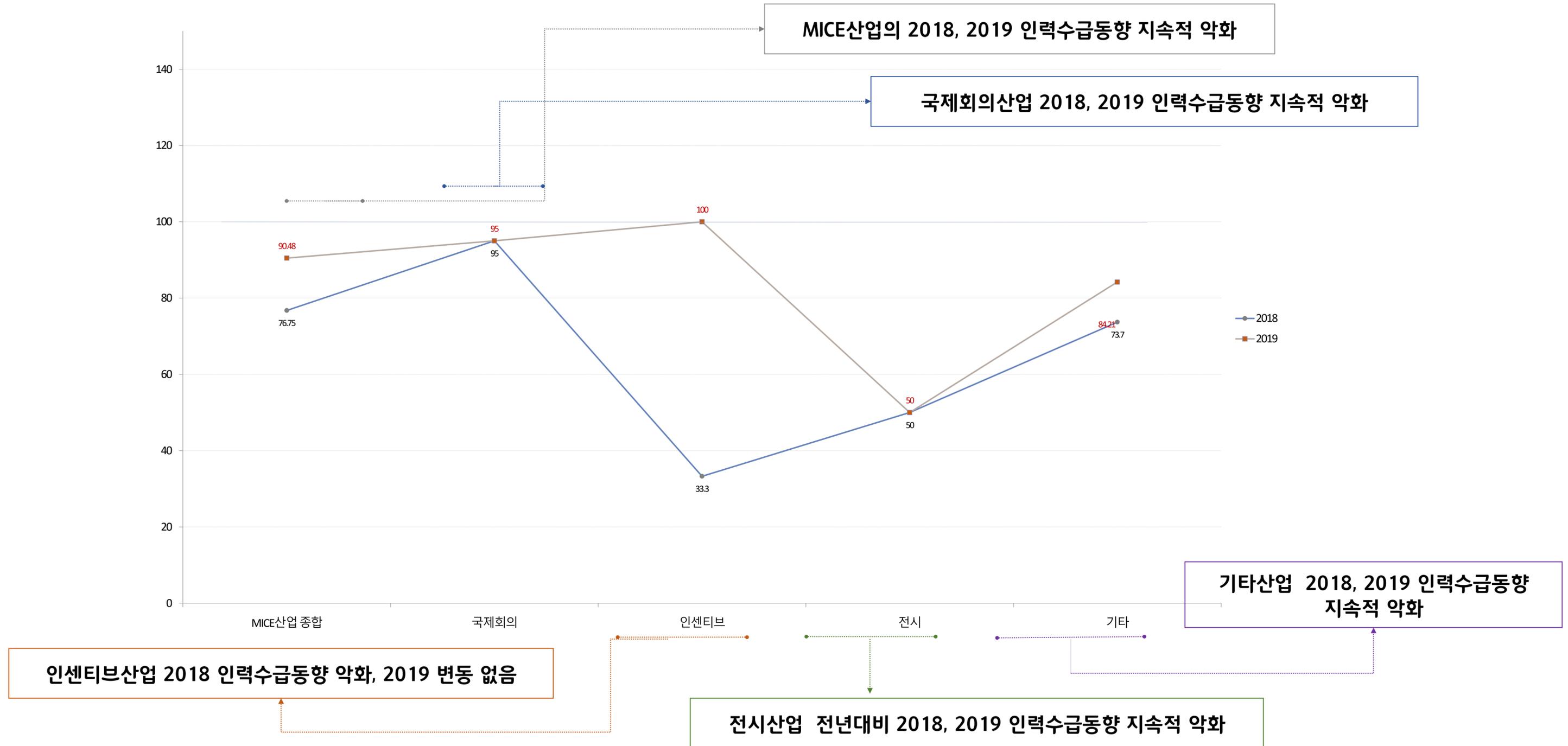
6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

인력 수급 경기 분석



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

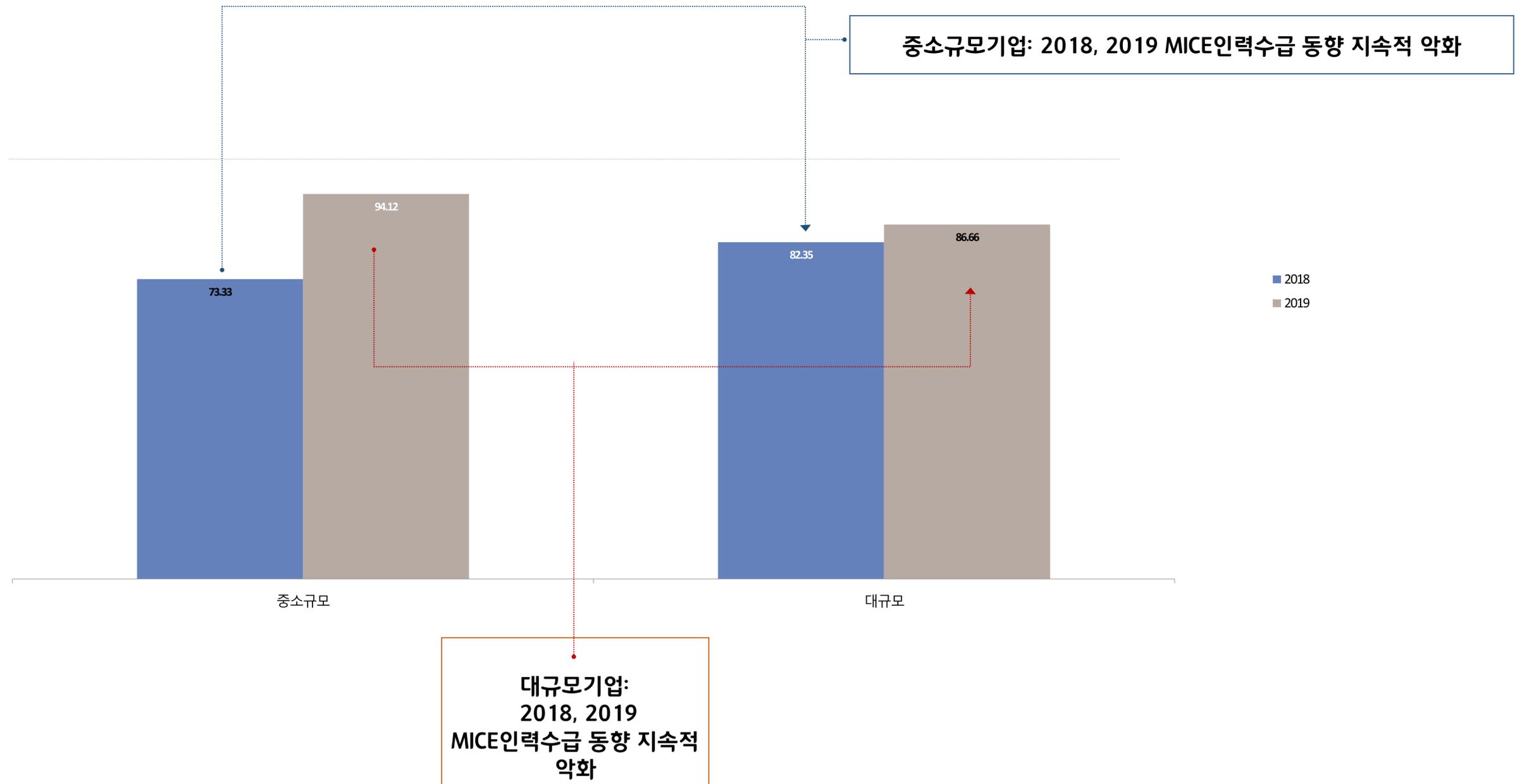
인력 수급 경기 분석



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

인력 수급 경기 분석

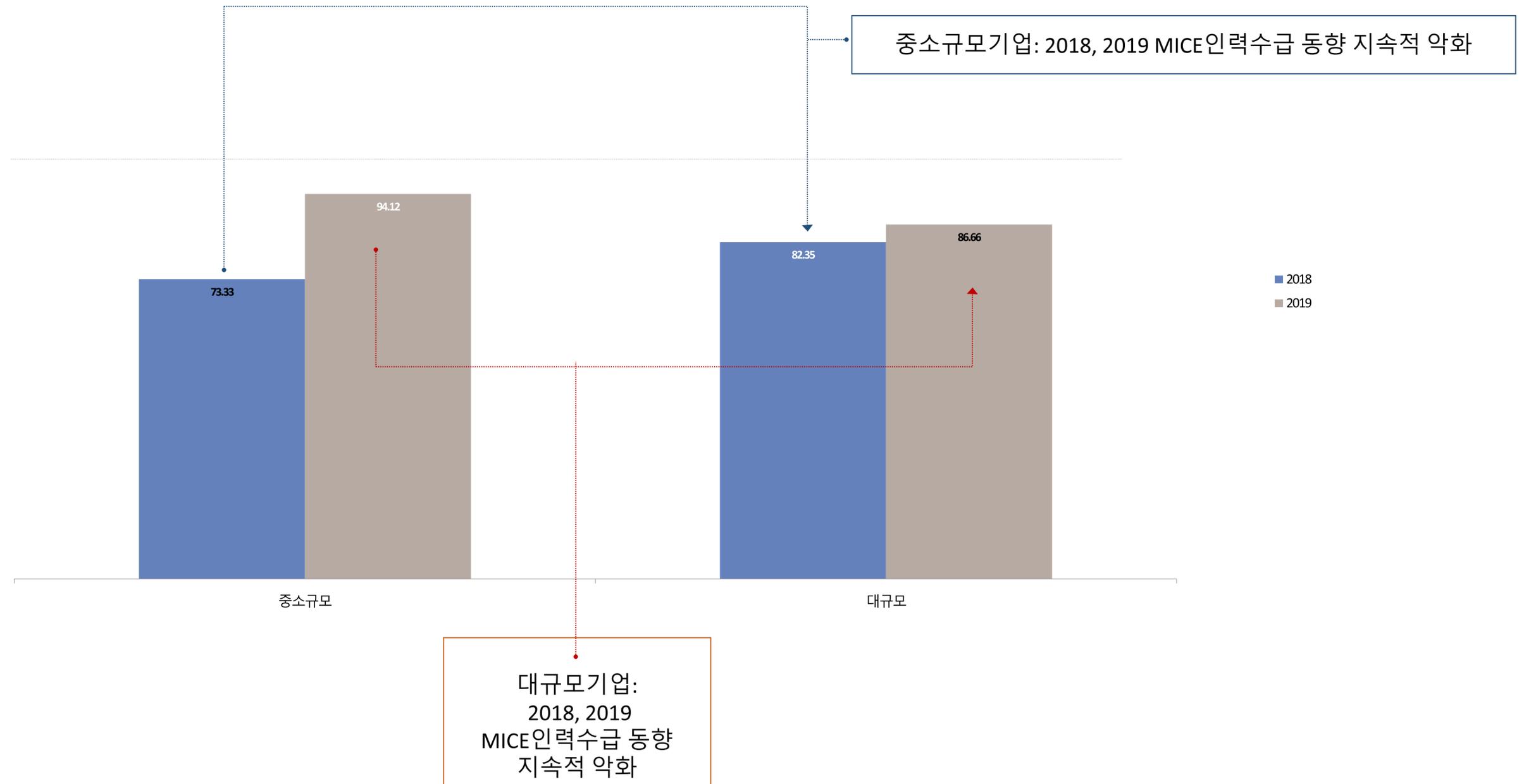
❖ 기업규모별 MICE 인력수급 경기실사지수(BSI)



6. MICE 산업 BSI (Business Survey Index)

인력 수급 경기 분석

❖ 기업규모별 MICE 인력수급 경기실사지수(BSI)



2019 한국 MICE 포럼 패널 토론회를 통한 의견 수렴 (2019.12.7, 광주)

진행: 한국MICE관광학회 회장 김대관

토론자:

한국관광공사 MICE실장 조덕현 공공 부문 관점 전망 5 분

한국 MICE 협회 부회장 한신자 MICE 업계 전반 전망 5 분

한국PCO협회 회장 김분희 국제회의산업 전망 5분

한국전시주최자협회 전무 이병윤 전시산업 전망 5분

레드캡투어 본부장 강도용 인센티브 관광 전망 5분

전문가 토론

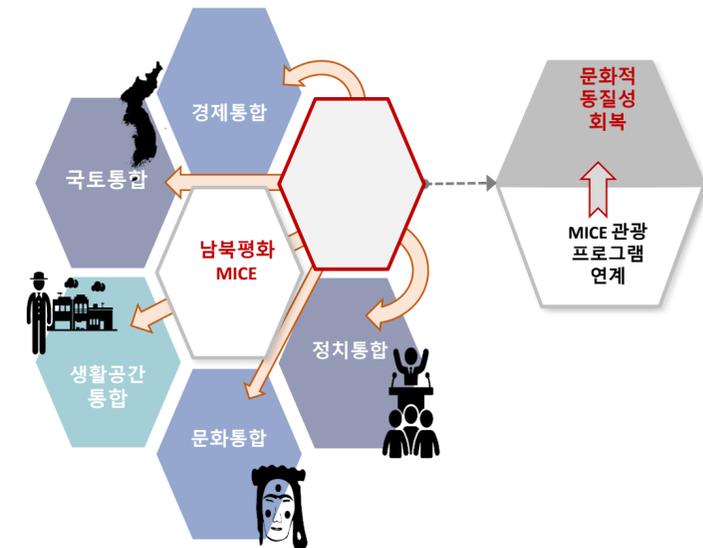
— 한신자 부회장(한국MICE 협회)

1. 4 차산업혁명시대 생존법-Digital Transformation, SMART MICE

- 4 차산업혁명에 대한 이제까지 논의들은 4 차산업혁명의 실제 파악과 전망이 위주였다면 이제는 실제 어떻게 적용할 것인가가 전 산업분야에 걸쳐있는 당면 과제이며 MICE 업계도 예외가 아님
- 또한 주 52 시간 근무제 등 경영환경의 변화도 효율성과 생산성 제고가 급 선무로 Digitalization 은 생존을 위해서도 필수적인 상황
- Digitalization 은 기존 비즈니스 모델에 IT 기술을 접목하여 경영 효율성을 높이는 것과 신규 비즈니스 모델 창출 방향으로 전개될 것으로 예상됨
- 중국과 일본의 MICE 회사들은 ICT 조직이 회사 내 또는 자회사로 셋팅되어 친 디지털 업무환경과, ICT 를 활용한 비즈니스 모델이 활성화되어 있음
- 행사를 유치,기획 운영하는 과정에서 관련 정보와 데이터 수집,축적, 운용에 대한 솔루션 개발, 신기술을 접목한 현장운영 등 SMART MICE 구현에 더욱 박차를 가할 것으로 보임
- 그러나 ICT 인력 채용 어려움, 관련기업과의 협업 등에 필요한 투자여력 부족 등으로 제 2 의 창업만큼 어려운 것이 현실

2. MICE 산업의 시장확대와 질적 전환 관점에서 남북교류 활용 : The New K-MICE

- 3.1 운동 및 임시정부수립 100 주년 기념행사 등 남북공동행사 개최, 한아세안정상회의 김정은위원장 초청 등 남북 개최 행사 시 참가자 방문, 하계올림픽 남북 공동 유치 등 남북교류가 MICE 산업의 활성화로 이어질 것이라는 기대치가 높을 것으로 전망됨
- 또한 북한개방, 대북제재 완화는 경제, 과학, 기술, 사회, 문화 등 전 분야에 걸친 교류를 촉진할 것이며, 교류의 형태는 일정기간 전시회, 회의, 이벤트, 관광 등 MICE 의 형태로 진행될 것으로 보임



전문가 토론

- 중국 등의 MICE 관련 회사들이 북한의 MICE 관련 행사 및 시설 운영, 인센티브투어 등에 대한 독점권을 추진하고 있으며 내년에는 더욱 다각도로 추진할 것으로 예측됨
- 개성공동연락사무소 운영으로 민간차원의 교류도 대북제재 해제 수위에 맞추어 확대될 것으로 보임
- MCIE 협회 등이 MICE 관련 남북교류의 당사자로 지위를 확보하여 북한 MICE 관련 산업의 발전의 파트너가 되려는 준비를 하는 등 노력을 할 것이며
- '북한 비즈니스 기회 모색은 남북 공동개최 MICE 행사를 통해서' 'MICE 개최지로서 新한반도의 경쟁력 제고는 남북공동으로' 라는 방향을 통해 정보, 기술, 돈, 네트워크를 가지고 있는 사람과 사람의 교류를 통해 산업경쟁력을 높여 국가 경쟁력을 높이는 MICE 의 핵심 기능이 활용되는 수 있는 절호의 기회로 남북교류가 활용되어야한다는 기대치가 높아질 것으로 보임
- 이를 통해 국내 MICE 산업의 신규 시장 창출과 질적 전환의 기회로 활용해야 함

3. 주 52 시간 등 노동관련 환경 변화 대응

- 주 52 시간 근무제는 탄력근무제 등이 논의 되고 있으나 행사의 공휴일 개최, 행사 직전 계획 변동, 행사 셋팅 리허설 시간의 촉박함, 매일 변동되는 프로그램 등 MICE 행사의 특성상 막대한 파급력을 가질 수밖에 없으며 - 특히 국내 MICE 업계는 대행업을 기반으로 하고 있어, 주 52 시간 근무제가 안착하기 위해서는 공공 및 민간 행사 주최자의 협조가 없이는 불가능함
- 근로조건, 인력 수급 및 배치 등 전면적인 조정에 따른 대책이 업계 공동으로 논의 되어 현실 가능한 대응책이 마련되어야 함

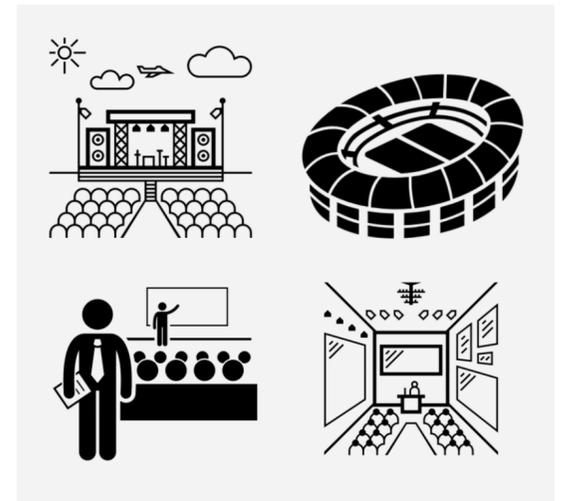
4. M.I.C.E 간/MICE 산업 구성 업종간 협력을 통한 동반성장

- MICE 산업을 둘러싼 비즈니스 환경의 변화는 각각의 전문성을 기반으로 융복합 모색을 계속 요구할 것임
- 또한 수익구조 안정화, 노동 환경의 변화, 남북교류 등에 대응을 MICE 업계가 공동으로 추진해야 한다는 인식과 목소리가 높아질 것으로 예상 됨

5. MICE 공정거래 안착

- 문화부의 지원아래 PCO 협회 주도로 만들어진 MICE 공정거래 확산과 MICE 협회 고충처리위원회 활동은 최저임금, 주 52 시간 근무제 등의 환경에서는 더욱 중요해짐.

공공뿐만 아니라 민간부문에서도 안착이 될 수 있도록 하는 MICE 업계 공동의 지속적인 노력이 더 확대될 것으로 기대함
이외에도 지역 MICE 활성화, 국제교류를 통한 신규 시장 진출 모색 등이 주요하게 진행될 것으로 보임



전문가 토론

조덕현 실장(한국관광공사)

MICE 산업에 영향을 줄 메가
트렌드 Mega Trends
Challenging MICE industry

1) 4 차산업혁명과 기술변화가 사회전반을 변화시킴

- MICE 참가자, 숙박시설, 회의장 등이 technology 변화에 적응하지 못하면 경쟁력을 상실
- Seamless Connectivity 의 중요성
- Visualization, AR, VR, Voice Recognition Digital Devices
- 참가자가 콘텐츠 못지않게 경험을 중시하는 트렌드에 맞춰 하드웨어 및 소프트웨어 인프라 구축 필요
- 유럽의 강화된 개인정보 보호법이 마케팅의 개념을 변화시킴
Data protection (GDPR in Europe), Data security

2) Globalization

- intercultural, cross-cultural skills and communication
- rise of islamic economies

3) Mobility

- need for flexibility, rising energy needs, rising costs
- aging society

4) Sustainability

- environmental standards, new social standards, transparency
- depletion of natural resources

5) Demographic changes

- feminization, individualization, aging society, changing values, generation gaps: millennials taking over baby boomers

6) Security & Safety

- political instability, personal safety, hygiene and health

7) Urbanization and Over-tourism

- more competitiveness, new life-styles, new work forms

전문가 토론

강도용 본부장 (레드캡 투어)

- 한국관광공사가 11월22일 발표한 10월까지 누적 집계에 남은 기간을 추정해 보면, 2018년 우리 국민 출국자수는 2,800~2,900만 명, 외국인의 국내 입국자수는 1,600만 명으로 예상된다(2017년 아웃바운드 2,496만 명, 인바운드는 1,334만 명)
- 인센티브관광도 2017년보다는 인아웃바운드 모두 증가한 것으로 추정해 볼 수 있음. 2018년에는 동계올림픽과 남북화해 무드로 분위기는 좋게 형성되었으나, 최대 인아웃바운드 시장인 중국의 금한령이 지속되어 업계의 어려움은 계속되고 있음
- 2019년 인바운드 인센티브관광은 중국 정부가 사드 보복정책인 3불 정책(단체 비자 발급 금지, 전세기, 크루즈 금지)을 아직도 유지하고 있지만 베이징을 비롯한 6개성과 직할시에서는 허용하고 있고, 중국 최대 온라인 여행사인 씨트립에서 한국 단체 관광 상품을 판매할 의지가 있는 것으로 알려져 다소 희망적인 것으로 알려지고 있지만 추이는 지켜봐야 할 것 같음 일본은 큰 변화 없지만 인도, 동남아(특히 베트남) 지역의 성장은 계속될 것으로 예상하고 있음
- 2019년 인센티브관광 시장은 아웃바운드의 경우 여행 트렌드의 변화에 따른 감소가 예상됨
- 패키지 여행이용객은 정보 취득이 용이해지고 해외여행 경험 축적으로 인한 감소 현상이 나타나고 있으며, 체험과 경험 중시, 예약 시점의 자유로운 선택, 구매경로의 다양화, 풍부한 항공과 호텔 공급, 앱의 발달로 현지 관광관련 소재의 단품상품 구매용이 등의 변화로 개별 여행을 선호하며, 기업에서 실시하는 획일적이고 단체 중심적인 인센티브관광의 효용성이 감소하는 추세임
- 2019년 인센티브관광업계는 주 52시간 근무제 확대로 인력 운영에서 어려움이 예상되며, 원가상승과 증가하고 있는 자연재해와 미국과 중국의 무역분쟁, 남북화해 무드 등의 위기와 기회가 상존할 것으로 예상됨
- MICE 업계, 기관, 학계가 지혜를 모아 MICE가 더욱 발전해야 함

전문가 토론

— 이병윤 전무 (전시주최자 협회)

1. 전시산업 트렌드

- 인프라 복합화, 대형화
- 중국 인프라 투자 현황
- 아시아 지역 전시산업 성장세
- 테크놀로지 활용
- 소셜미디어 활용
- 모바일 어플리케이션 활용
- 친환경 행사 운영 증가
- CRS 행사 증가

2. 전시 주최자 견해

- 해외 자본, 기술의 유입
- 국내 유명전시회의 해외진출
- 남북전시 교류 준비

김분희 회장 (한국 PCO 협회)

1. 업계의 수익률 제고를 위한 ROI(Return on Investment) 관심
2. 조달청과 협의, PCO 전문가 대우 필요성 (서비스 대가에 대한
정당한 보수가 안정화되어야 함)
3. 전면적인 제도 개선
4. 전문가 양성
5. 신 사업 개발을 위한 가치 성장의 중요성

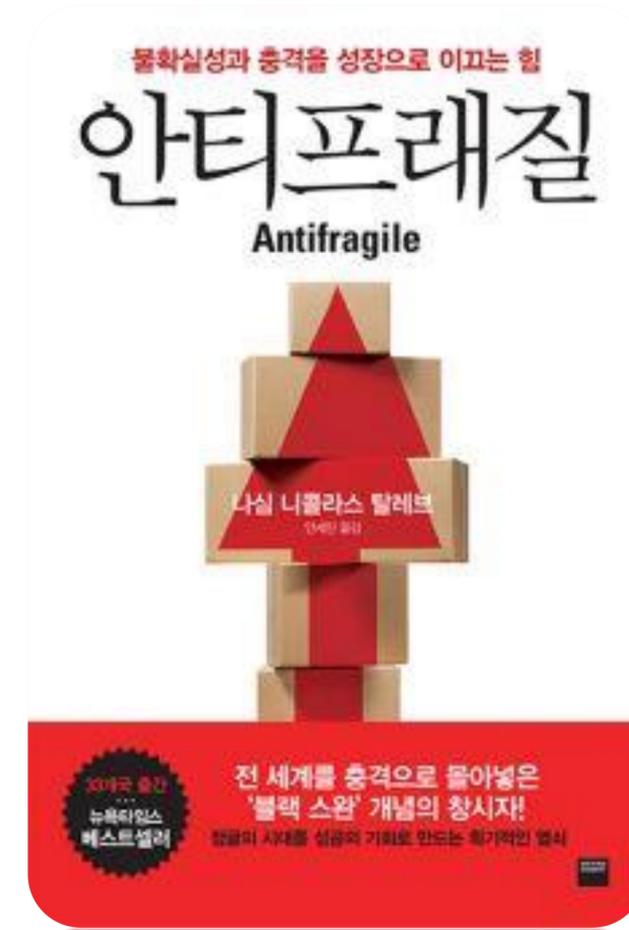
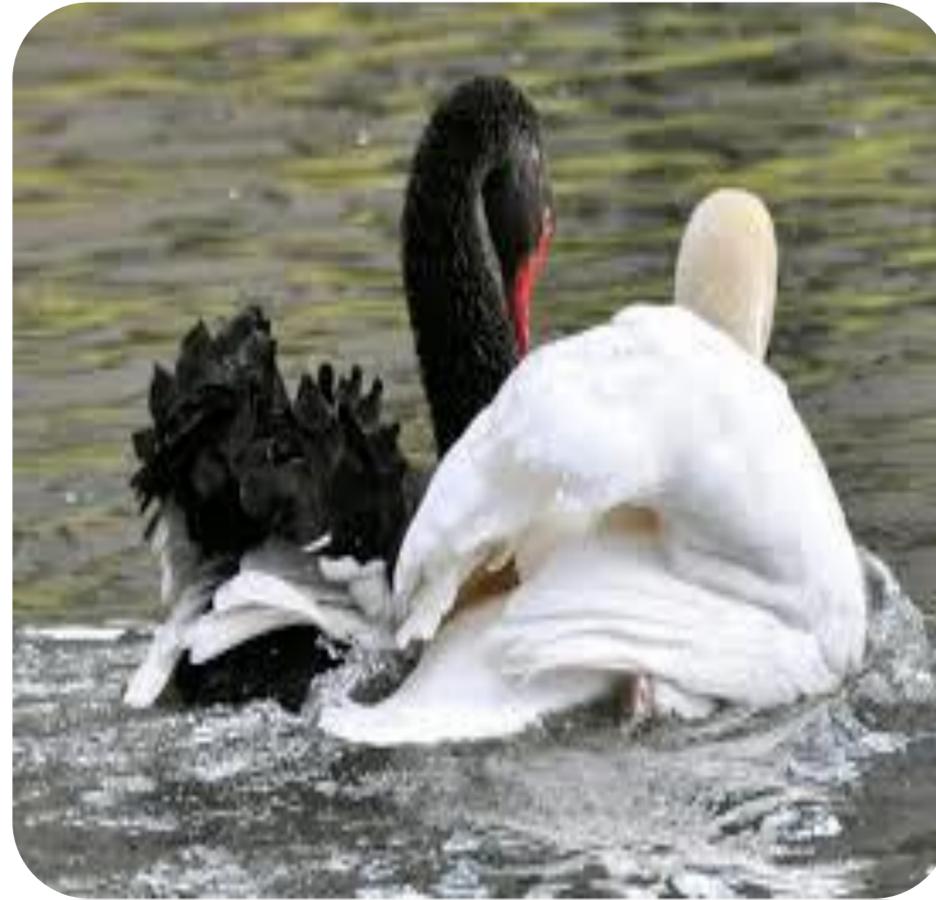
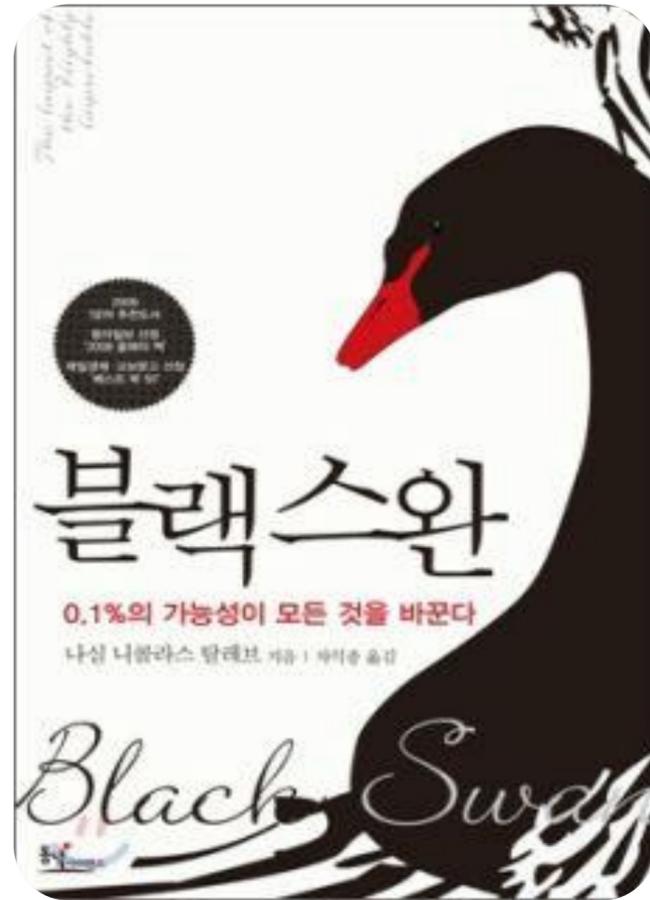


7. Final Thoughts



7. Final Thoughts

MICE 산업은 Black Swan을 만날 것인가?



"합리주의가 더욱 세련되기 위한 유일한 조건은 우리가 모든 것을 알고 있지 못하다고 믿고 행동하는 것이다"

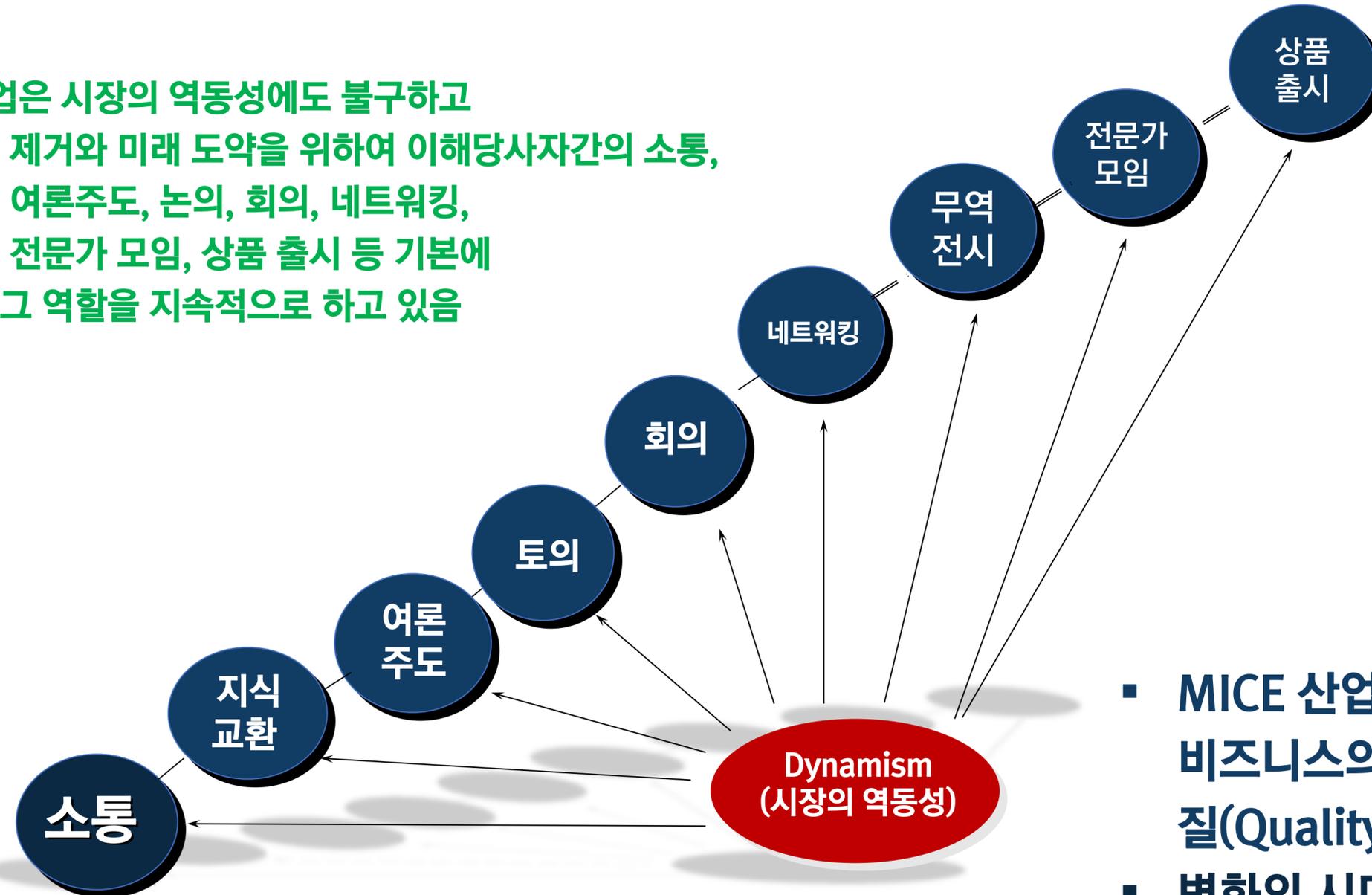
무지(실패, 불확실성, 무질서, 가변성, "블랙 스완")가 영원한 동반자임을,

더 나아가 필수적인 협력자임을 깨달을 때 더 지혜로워진다는 말,

7. Final Thoughts

Everything is always changing, but everything also remains the same.
(모든 것은 항상 변화하지만, 모든 것은 또한 항상 같다)

MICE 산업은 시장의 역동성에도 불구하고
불확실성 제거와 미래 도약을 위하여 이해당사자간의 소통,
지식교환, 여론주도, 논의, 회의, 네트워킹,
무역전시, 전문가 모임, 상품 출시 등 기본에
충실하면 그 역할을 지속적으로 하고 있음



- MICE 산업은 타산업의 성공, 도시의 투자, 비즈니스의 성장, 기업과 협회 조직의 MICE 행사 질(Quality)에 대한 믿음
- 변화의 시대에 MICE 산업에 대한 밝은 전망

(ibtm World, Barcelona, Spain 27-29 November 2018)

7. Final Thoughts

MICE 가치에 대한 새로운 정의: 경제적 파급효과를 넘어서

– Global MICE Insight –

- ▶ 01 관광, 컨벤션 인프라의 지속적인 개발은 기업투자, 직업창출, 지식개발을 위한 기회
– 라스베가스 글로벌 경제연합회 COO
- ▶ 02 컨벤션을 유치하는 것은 관광산업 성장에 기여하는 것을 넘어서 글로벌 비즈니스 혁신을 지원
– 비즈니스 이벤트 시드니 대표
- ▶ 03 도시의 지속가능한 성장을 위해 컨벤션을 유치하는 것이 도시 경쟁력을 향상시킨다
애플, 오라클, 세일즈포스의 컨벤션 유치는 지식, 기술습득과 네트워킹을 통해 도시경쟁력 향상
– 샌프란시스코 경제개발부/고용노동부 ‘지속 가능한 성장 : 샌프란시스코 경제개발전략’ 리포트
- ▶ 04 도시유망산업과 관련된 컨벤션을 유치하는 것은 혁신적인 경제성장을 위한 촉매제와 같다
샌디에고 도시주요사업의 경쟁력 평가 – 과학/테크놀로지분야 주요산업 선정 – 산업관련
컨벤션 개최 및 유치 – 컨벤션 참가를 통한 네트워킹 기회 제공
– 샌디에고 관광청 대표

7. Final Thoughts

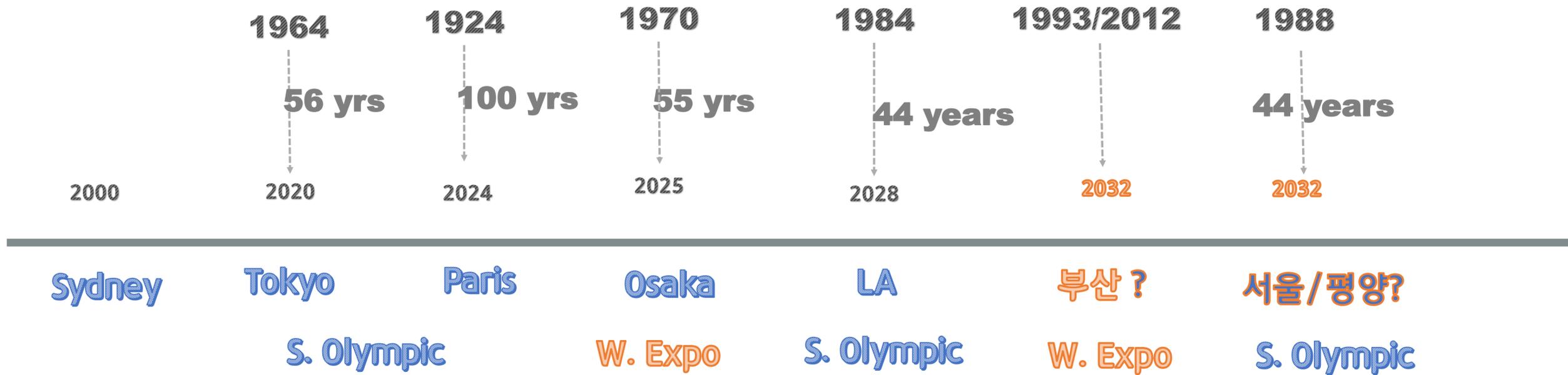
“미래의 MICE는 건물도 아니고, 그 안에서 이루어지는 컬렉션도 아니고 또는 MICE에 참가하는 사람들도 아니다.
MICE는 아이디어다.”



- MICE는 공간과 콘텐츠, 디지털 미디어를 통해 아이디어가 구현될 수 있도록 다양한 형태로 연결되어 있어야 한다.



7. Final Thoughts



Sydney

Tokyo

Paris

Osaka

LA

부산 ?

서울/평양?

S. Olympic

W. Expo

S. Olympic

W. Expo

S. Olympic



한국 MICE 산업은 대변혁기를 맞이하고 있다. 한반도 신경제 질서 도래, 잠실국제교류단지를 통한 공급 확대, 2032년 하계올림픽 유치 움직임 등 .. 함께 협력해야 지혜를 모을 수 있다.

Q&A

*Grand Transformation for
Korea MICE Industry*

연구자: 김철원 교수 (경희대)
kicmcw@khu.ac.kr