

국제회의 유치매뉴얼

❖ 제1장 국제회의 분류기준과 개최현황

제1절 국제회의와 MICE행사 3

1. 국제회의와 MICE산업 3

2. MICE행사 분류기준과 특성 4

3. 국제회의 정의 및 분류기준 5

제2절 국제회의 개최현황 8

1. UIA 기준 국제회의 개최현황 8

2. ICCA 기준 국제회의 개최현황 9

❖ 제2장 국제회의 관계기관 및 업체

제1절 컨벤션뷰로(Conventions & Visitor's Bureau) 14

1. 컨벤션뷰로의 역할 14

2. 컨벤션뷰로의 지원내용 16

제2절 국제회의 개최시설 17

1. 국제회의 개최시설의 구분 17

2. 컨벤션센터 17

3. 호텔 19

4. 기타시설 19

제3절 국제회의 기획업체 20

1. 국제회의 기획업체의 역할 20

2. 국제회의 유치에서의 역할 20

3. 국제회의 기획업체 고용절차 21

제4절 관련 서비스 제공업체 24

1. 통번역업체 24

2. 인력파견업체	24
3. 여행사	24
4. 인쇄업체	24
5. 장식 및 간판업체	25
6. 사진·슬라이드·영상·비디오업체	25
7. 소도구 및 기념품 제조업체	25
8. A/V 장비임대업체	26
9. 의사 및 간호사	26
10. 기타 컨벤션관련 서비스업체	26

❖ 제3장 국제회의 유치관련 기본지식

제1절 국제회의 유치 개요	31
1. 국제회의 유치	31
2. 국제회의 유치 의사결정 과정	31
제2절 국제회의 개최지 선정절차와 방식	32
1. 개최대륙 결정	32
2. 대륙 내 개최지(개최국가) 선정	32
3. 개최국 내 개최지(개최도시) 선정	34
제3절 국제회의 개최지 선정 시 고려요인	34
1. 컨벤션 시설 및 숙박시설 수용성	34
2. 지자체의 적극적 지원 의지	34
3. 공항 접근성	35
4. 관광 자원 및 관광 프로그램	35
5. 비용 효율성	35
6. 컨벤션 주제 관련성	36

제4장 국제회의 유치업무 매뉴얼

제1절 국제회의 유치업무 개요	39
1. 국제회의 유치업무 프로세스	39
2. 국제회의 유치 단계별 업무	40
제2절 유치 계획단계 세부 업무	41
1. 유치행사 발굴	41
2. 유치조건 및 타당성 검토	45
3. 유치 방침 결정	50
제3절 유치의사 표명단계 세부업무	53
1. 유치의향서(Letter of Intent) 제출	53
2. 유치제안서(Bidding Paper) 제출	58
3. 유치지지 서신	63
제4절 유치 활동단계 세부 업무	64
1. 홍보부스 운영	65
2. Korean Night(한국의 밤) 개최	66
3. 방한 답사	67
4. 로비활동 등	71
제5절 유치 확정단계 세부 업무	72
1. 최종 제안 프레젠테이션	72
2. 현장 운영	74
3. 개최지 결정	75

제5장 국제회의 운영트렌드

제1절 미팅 테크놀로지 81

1. 미팅 테크놀로지 등장배경 및 기대효과 81
2. 미팅 테크놀로지 최신 동향 83
3. 안면인식(Facial Recognition) 기술 86
4. 챗봇(Chatbot) 91
5. 가상현실(Virtual Reality) 기술 94

제2절 Meeting ROI 분석 및 활용 102

1. Meeting ROI 분석배경 및 목적 102
2. Meeting ROI 분석목적 및 기대효과 104
3. Meeting ROI 분석방법과 국내 도입상황 105

제3절 지속가능발전 107

1. 지속가능발전과 국제회의 107
2. 지속가능행사에 대한 국제표준 'ISO 20121' 110

제4절 유니크 베뉴 활용 117

1. 유니크 베뉴 활용의의 및 필요성 117
2. 해외 유니크 베뉴 활용현황 및 사례 119
3. 국내 유니크 베뉴 활용현황 및 사례 123

제6장 국제회의 유치 성공전략 및 관련 사례

제1절 국제회의 유치 성공전략 129

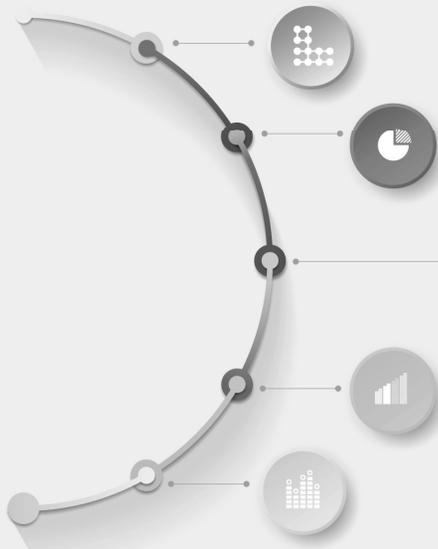
제2절 철저한 유치계획 수립 및 유치조직의 적극적 의지 130

1. 유치조건에 대한 철저한 분석을 통한 유치계획 수립 130
2. 유치 조직의 지속적이고 적극적인 의지 131

제3절 차별화된 유치 제안 및 조직적인 유치 지원	132
1. 차별화된 유치 제안	132
2. 민관협력을 통한 적극적이고 조직적인 유치지원	133
제4절 체험적이고 디테일한 유치 홍보활동 및 의사결정권자에 대한 전략적 접근	134
1. 한국적 체험프로그램을 통한 유치 홍보활동	134
2. 철저한 방한답사 준비 및 현장운영	135
3. 개최지 의사결정권자들의 성향 파악 및 전략적 접근	136
제5절 최종 프레젠테이션의 철저한 준비	137
1. 철저한 최종 발표 준비	137
제6절 국제회의 유치관련 관계자 인터뷰	138
1. 개요	138
2. 유치희망 단체의 세계본부 내에서의 위상 확보	139
3. 세계본부의 유치 조건에 대한 철저한 분석	139
4. 유치희망 단체의 적극적인 의지	140
5. 경쟁국의 상황에 대한 전략적 분석	141
6. 현지 실사단에 대한 완벽한 준비	142
7. 개최지 결정권자들에 대한 개최지의 사전 홍보	142
8. 인근 국가 및 연관 조직으로부터의 지지	143
9. 전략적으로 준비된 발표	143
10. 관련 전문 조직의 지원	144
11. 개최지의 매력에 대한 적극적인 홍보	145
12. 정부 및 지자체의 지원	146
13. 효과적인 유치지원 활동	148
참고문헌	150

[표2-1] 국제회의 전담조직(컨벤션부로) 운영현황	16
[표3-1] 국제회의 개최지 의사결정과정	31
[표4-1] 국제회의 유치 단계별 업무	40
[표4-2] 국제회의 유치대상 행사의 종류	41
[표4-3] 국제회의 유치방식	41
[표4-4] 국제회의 유치주체	42
[표4-5] 개최요청서 내용	42
[표4-6] 국제회의 유치를 위한 주요 지원사항	44
[표4-7] 유치조건 및 타당성 검토요건	49
[표4-8] 유치방침 결정	50
[표4-9] 본부 유치의향서 작성 가이드라인 사례	53
[표4-10] 풀-블록 서신 형식 가이드라인 사례	55
[표4-11] 수직식 서신 형식 가이드라인 사례	56
[표4-12] 절충식 서신 형식 가이드라인 사례	57
[표4-13] 유치제안서 포함 내용-예시	62
[표4-14] 현장 답사 준비개요	67
[표4-15] 현장 답사 운영개요	70
[표4-16] 대상별 로비활동	71
[표5-1] 한국관광공사가 선정한 코리아 유니크 메뉴(2017-2018)	123
[표6-1] 관계자가 제시하는 국제회의 유치 성공요인	138

[그림1-1] 2008년-2017년 UIA 기준 세계 국제회의 개최현황	8
[그림1-2] 2008년-2017년 ICCA 기준 세계 국제회의 개최현황	9
[그림2-1] 컨벤션산업의 기본구조	13
[그림2-2] 컨벤션뷰로의 역할	15
[그림2-3] 국내 지역별 컨벤션센터 및 전시장 현황(2019년)	18
[그림4-1] 국제회의 유치업무 프로세스	39
[그림4-2] 유관기관 홈페이지 예시	43
[그림4-3] 조직위원회 조직도 예시	77
[그림5-1] 미팅 테크놀로지 트렌드의 변화	81
[그림5-2] 행사용 챗봇 데모 화면	91
[그림5-3] 가상현실 비디오로 체험 가능한 ICC 시드니의 VR 어플리케이션	97
[그림5-4] 지속가능발전의 경제/사회/환경 통합 개념	107
[그림5-5] ISO 20121 지속가능행사 관리시스템 모델	111
[그림5-6] K-MICE를 통한 유니크 메뉴 검색 및 정보제공 화면	124
[그림6-1] 국제회의 유치 및 성공전략	129



국제회의 분류기준 및 개최현황



제1장 국제회의의 분류기준과 개최현황

제1절 국제회의와 MICE 행사

1. 국제회의와 MICE산업

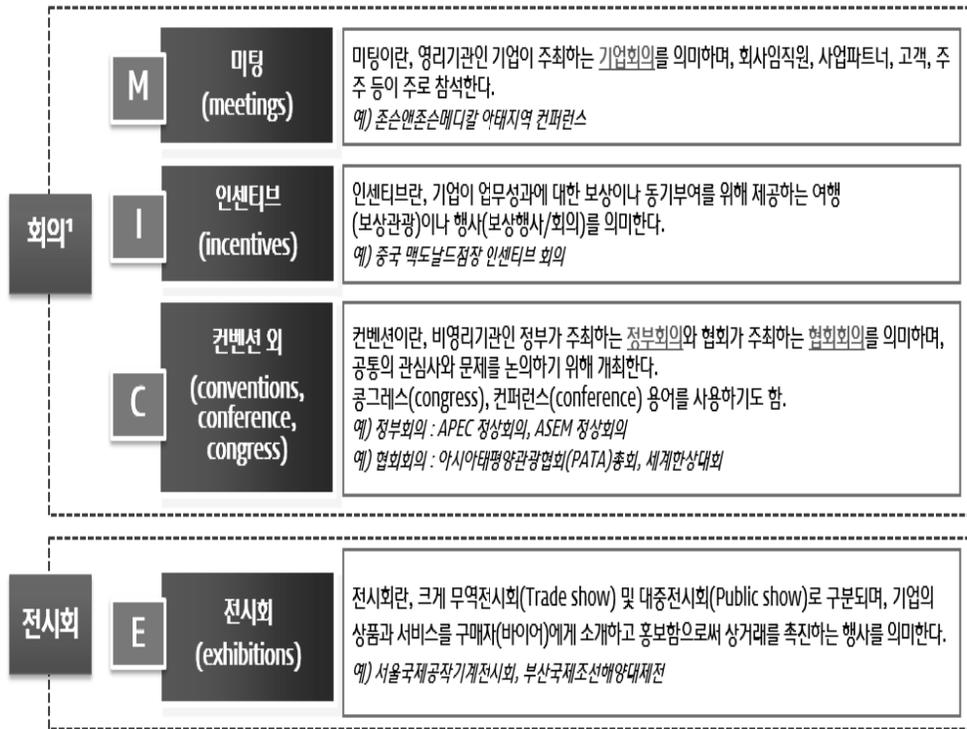
- 우리나라는 1996년 12월, ‘국제회의 산업 육성에 관한 법률’이 제정되면서 해외 참가자가 다수 참가하는 국제회의 산업에 대한 관심이 증가하였고, 2000년 한국종합전시장(KOEX, Korea Exhibition Center)이 증축을 통해 국내 최초의 컨벤션센터 - 코엑스(COEX) - 로 건립되고, 같은 해 ASEM 정상회의를 개최하면서 국제회의 산업의 성장세가 본격화되었음.
- 이후 2001년 엑스코 대구와 벅스코, 2002년 aT센터, 2003년 제주국제컨벤션센터, 2005년 킨텍스, 김대중컨벤션센터, 창원컨벤션센터, 2008년 송도컨벤시아, 대전컨벤션센터 등 컨벤션센터가 지속적으로 건립되면서 국제회의 산업은 꾸준히 성장하게 되었고, 컨벤션(Convention) 혹은 컨벤션산업이라는 용어를 주로 사용하게 되었음.
- 2009년 우리 정부가 미래 한국경제를 이끌고 나갈 17대 신성장동력 산업 중 고부가가치 서비스산업으로 MICE산업을 선정하면서, MICE라는 용어가 확산되기 시작하였음.

3대 분야	17개 신성장동력
녹색기술산업 (6)	신재생에너지, 탄소저감 에너지, 고도 물처리, LED 응용, 그린수송시스템, 첨단 그린도시 첨단융합산업
첨단융합사업 (6)	방송통신융합산업, IT융합시스템, 로봇 응용, 신소재-나노 융합, 바이오제약(자원)-의료기기, 고부가 식품산업 고부가 가치 서비스 산업
고부가 가치 서비스 산업 (5)	글로벌 헬스케어, 글로벌교육서비스, 녹색금융, 콘텐츠·소프트웨어, MICE* 관광

- MICE는 Meetings(회의), Incentives(인센티브), Conventions(컨벤션), Exhibitions(전시회)를 포괄하는 용어로 그간 정부회의와 협회회의 중심의 컨벤션과 전시회를 중심으로 성장해 본 컨벤션산업과 전시산업에 기업행사 시장인 기업회의(Meetings)와 인센티브(Incentives)가 새로 포함되었다고 할 수 있음.

2. MICE행사 분류기준과 특성

- 2008년 유엔 세계관광기구(UNWTO)는 MICE산업 관련 용어 및 경제효과 분석의 국제적 표준 가이드라인을 제정하면서, 미팅(Meetings)은 기업회의, 인센티브(Incentives)는 보상관광 혹은 보상회의(행사), 컨벤션(Conventions)은 정부회의와 협회회의, 전시회(Exhibitions)¹⁾는 산업/무역전시회(Trade Show, B2B 전시회)와 대중전시회(Public Show, B2C 전시회)를 포함하는 것으로 정의하였음.



자료원: UNWTO(2008), 'Global Meetings Initiative volume1

- 현재 국내에서 통용되는 국제회의는 정부회의와 협회회의로 구분되는 컨벤션 행사 중에서 일정 수준의 국제적 기준(참가국 수, 해외 참가자 수 등)을 충족한 회의를 국제회의로 분류하고 있음.

1) 전시회의 경우, 국가별로 무역전시회(trade show)만을 포함시키는 경우가 있으나 전시산업 전반을 다루는 경우에는 대중전시회(public show)도 포함하는 것이 일반적이다. 전시산업만을 전문적으로 다루는 경우에는 무역전시회와 대중전시회를 모두 포함시키고, 분류기준에 따라 B2B와 B2C 성격을 모두 가지고 있는 혼합전시회(Mixed Show)를 별도로 포함시키기도 한다(미국, 한국).

3. 국제회의의 정의 및 분류기준

- 국제회의에 대한 구체적인 정의는 주요 기관별로 그 기준과 범위가 다른데, 국제 기준으로는 국제협회연합(UIA, Union of International Associations)과 국제컨벤션협회(ICCA, International Congress and Convention Association) 기준이 주로 활용되고, 국내 기준으로는 한국관광공사 기준과 법령(국제회의산업 육성에 관한 법률 및 시행령)상의 기준이 주로 활용됨.
- 국제회의 유치 및 개최지원을 받기 위해서는 한국관광공사 및 지방컨벤션뷰로의 기준 요건을 충족시키는 것이 중요함. 국제회의에 대한 국제협회연합(UIA), 국제컨벤션협회(ICCA), 한국관광공사 및 법령상의 정의는 각각 다음과 같음.

1) 국제협회연합(UIA)의 국제회의의 정의 및 분류기준

- 국제협회연합(UIA)은 국제기구 및 협회간 정보교류와 발전을 목적으로 1907년 창설된 비영리기구로 벨기에 브뤼셀에 본부가 있으며, 매년 전 세계 국제회의의 개최실적을 집계하고, 관련 통계보고서를 작성하여 발표함. 주요 현황은 다음과 같음.

구분	내 용
명 칭	Union of International Associations
웹사이트	www.uia.org
기관성격	비영리기구 ※ UN의 ECOSOC(경제사회이사회, Economic and Social Council) 협의자위 부여 기관
설립년도/본부	1907년, 벨기에 브뤼셀
회원현황	69,000여개 기관
설립목적	국제기관 및 협회 간 정보교류와 발전을 목적으로 창설
주요사업	- 전 세계 국제회의 실적 집계 및 통계보고서 발간 - 세계 정부·민간단체, 국제기구 자료 수집 및 발간 - 국제협회의 법적신분 향상을 위한 진흥 활동 - 연례총회 개최

- 국제협회연합(UIA) 기준 국제회의는 국제정부기구(International Government Organization, IGO)가 주최하는 회의와 국제비정부기구(International Non Government Organization, INGO)가 주최하는 회의를 모두 포함함.
- 국제기구 본부가 직접 주최하거나 후원하는 회의로 최소 50명 이상이 참석한 회의이거나(A type)
- 국제기구에 소속된 국내지부 혹은 국내 단체가 주최하는 회의로 다음 조건을 충족시켜야 함(B type).
 - ① 전체 참가자수 300명 이상 혹은 부대행사로 전시회 개최
 - ② 참가자 중 외국인이 40%이상
 - ③ 참가국 수 5개국 이상
 - ④ 회의 개최기간 3일 이상

2) 국제컨벤션협회(ICCA, International Congress & Convention Association) 정의

- 국제컨벤션협회(ICCA)는 국제회의 및 비즈니스 기회 확대를 위해 1963년 설립된 협회로 네덜란드 암스테르담에 본부가 있음. 주요 현황은 다음과 같음.

구분	내 용
명 칭	International Congress and Convention Association
웹사이트	www.iccaworld.com
기관성격	협회
설립년도/본부	1963년, 네덜란드 암스테르담
회원현황	100개국, 1,147개 기관
설립목적	회원사간 정보 교류 확대를 통한 국제회의 및 비즈니스 기회 확대, 세계적인 주요회의의 기록관리 목적으로 운영
주요사업	- 회원사 간 비즈니스 기회 및 정보 교류 확대 - 회원사 대상 워크샵 및 세미나 개최 - 세계적인 주요회의의 정보 기록관리, 정기간행물 발간 - 연례총회 개최

- 국제컨벤션협회(ICCA)의 기준에 의한 국제회의는 국제정부기구(International Government Organization, IGO)가 주최하는 행사는 포함하지 않고 국제비정부기구(International Non Government Organization, INGO), 즉 순수한 민간단체인 협회(Association)가 주최하는 회의만이 포함되며, 다음 조건을 충족시켜야 함.

- ① 전체 참가자 수 50명 이상
- ② 정기적으로 개최되는 회의
- ③ 최소 3개국 이상 순회하여 개최하는 회의

3) 한국관광공사의 국제회의 정의 및 기준

- 국제기구 본부에서 주최하거나 국내단체가 주관하는 회의로 다음 조건을 만족하는 회의

- ① 참가국수 3개국 이상
- ② 외국인 참가자수 10명 이상
- ③ 회의기간이 1일 이상

4) 법률적 정의와 기준 (국제회의산업 육성에 관한 법률 및 시행령)

- 국제회의산업 육성에 관한 법률(1996년 제정)에 따르면, “국제회의란 상당수의 외국인이 참가하는 회의(세미나, 토론회, 전시회 등을 포함한다)로서 대통령령이 정하는 종류와 규모에 해당하는 것”을 말함.

- 국제회의산업 육성에 관한 법률 시행령(1997년 4월 제정)에 따르면, 국제회의는 다음의 요건을 충족해야 함.

첫째, 국제기구 또는 국제기구에 가입한 단체가 회의를 주최할 경우

- ① 당해 회의에 5개국 이상의 외국인이 참가할 때
- ② 회의 참가자가 300명 이상 그중 외국인 100명 이상
- ③ 3일 이상 진행되는 회의일 것

둘째, 국제기구에 가입하지 아니한 단체가 주최한 회의의 경우

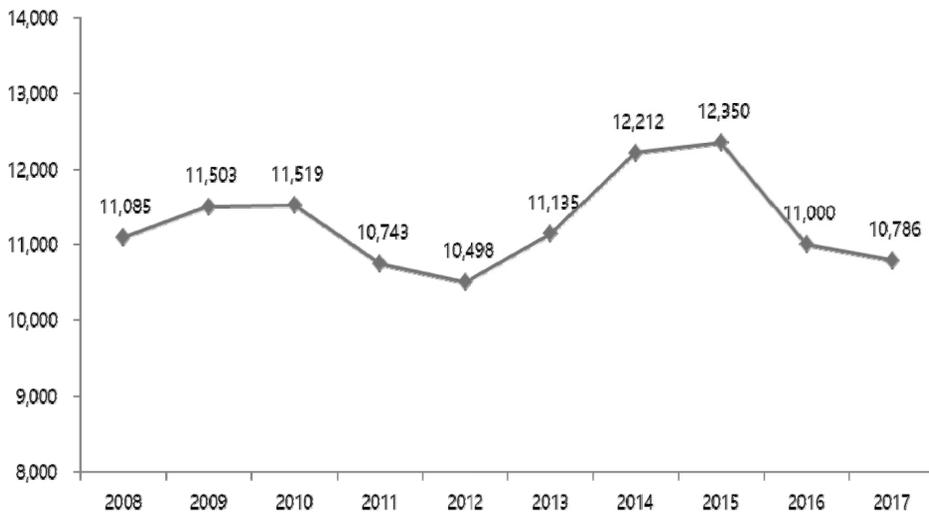
- ① 회의참가자 중 150명 이상의 외국인이 참가할 때
- ② 2일 이상 진행되는 회의

제2절 국제회의 개최현황

- 세계 국제회의 개최현황에 대한 통계는 국제협회연합(UIA)과 국제컨벤션협회(ICCA)가 발표하고 있는데, 이들 2개 기관의 발표하는 세계 국제회의 개최현황 및 국가별 순위는 다음과 같음.

1. UIA 기준 국제회의 개최현황

- 2017년 UIA 기준 세계 국제회의 개최건수는 10,786건으로 2016년(11,000건) 대비 1.9% 감소하였음. 연도별로는 2010년 11,519건을 기록한 이후 2011년과 2012년 감소하였다가, 2013년 이후 반등하면서 2015년 12,350건을 달성한 이후 2016년 이후 다시 감소하는 추세임.

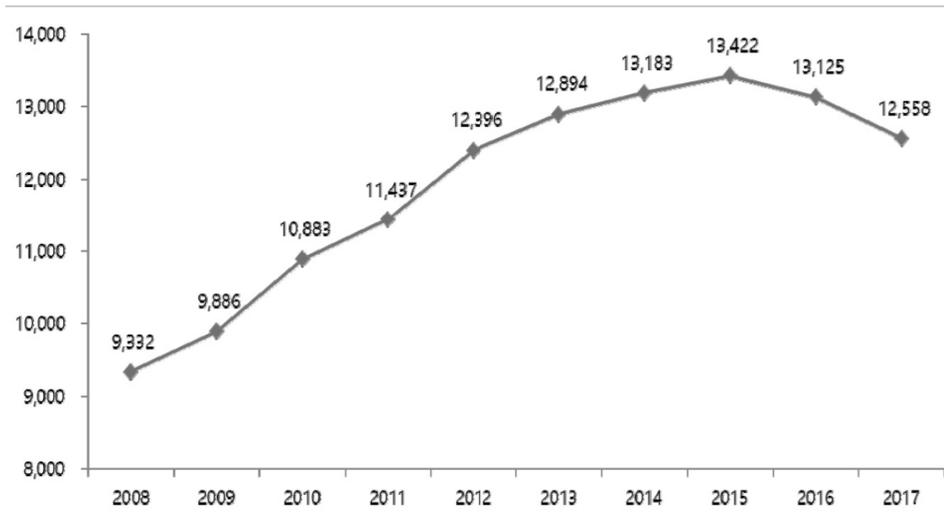


[그림1-1] 2008년-2017년 UIA 기준 세계 국제회의 개최현황

- 2017년 국가별 UIA 기준 국제회의 개최현황을 살펴보면, 우리나라가 1,297건을 개최하면서 2016년에 이어 다시 1위를 차지하였고, 다음으로 싱가포르(877건, 2위), 벨기에(810건, 3위), 오스트리아(591건, 4위), 미국(575건, 5위), 일본(523건, 6위), 스페인(440건, 7위), 프랑스(422건, 8위), 독일(374건, 9위), 태국(312건, 10위) 순이었음.

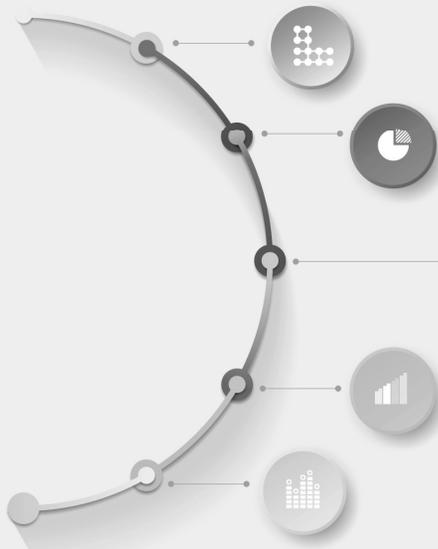
2. ICCA 기준 국제회의 개최현황

- 2017년 ICCA 기준 국제회의 개최건수는 12,558건으로 2016년(13,125건) 대비 감소하였는데, 2008년 이후 지속적으로 증가하다가 2015년 13,422건을 기록한 이후, 감소하는 추세임.



[그림1-2] 2008년-2017년 ICCA 기준 세계 국제회의 개최현황

- 2017년 국가별 ICCA 기준 국제회의 개최현황을 살펴보면, 미국이 941건으로 1위를 차지하였고, 다음으로 독일(682건, 2위), 영국(592건, 3위), 스페인(564건, 4위), 이탈리아(515건, 5위), 프랑스(506건, 6위), 일본(414건, 7위), 중국(376건, 8위), 캐나다(360건, 9위), 네덜란드(307건, 10위) 순이었음. 우리나라는 279건 개최로 13위에 올랐음.



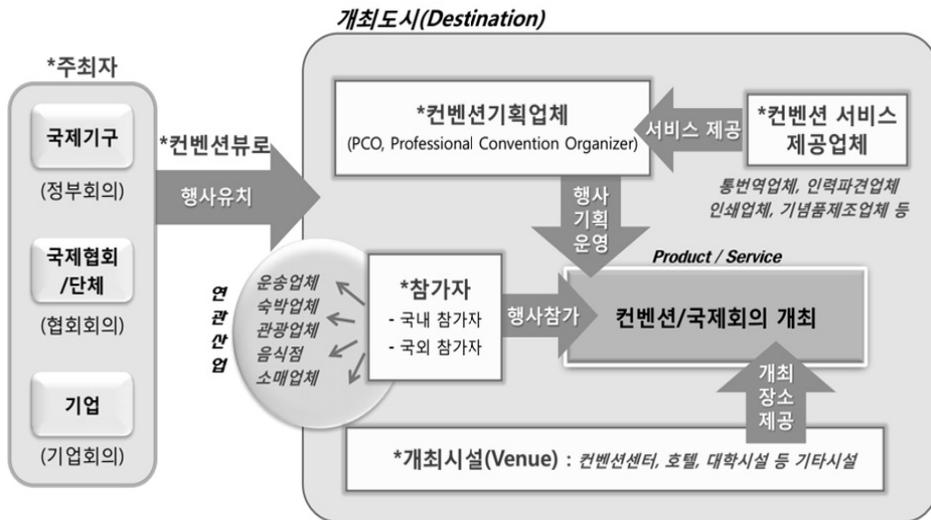
II

국제회의 관계기관 및 업체



제2장 국제회의 관계기관 및 업체

- 국제회의 산업의 주요 구성요소로는 국제회의 관련 수요자인 국제회의 주최자(정부/공공기관, 협회단체, 기업), 국제회의 유치 및 개최지원을 주로 담당하는 컨벤션뷰로(CVB, Convention & Visitors Bureaus), 국제회의를 개최하는 장소와 시설(Venue), 국제회의를 기획하고 운영하는 국제회의(컨벤션) 기획업체(PCO, Professional Convention Organizer), 국제회의 개최에 필요한 제반 서비스를 제공하는 관련 서비스 제공업체(Service Supplier) 등이 있음.
- 국제회의 유치 및 개최지원을 주로 담당하는 기관인 컨벤션뷰로는 중앙 컨벤션전담조직인 한국관광공사와 지역컨벤션뷰로가 있음. 이들 기관들의 국제회의 유치 및 개최 지원내용과 지원대상 선정 요건이 다르기 때문에 국제회의 계획단계에서 이를 면밀히 살펴보고 관계기관과 접촉하는 것이 필요함.
- 국제회의 참가자가 회의에 참석하기 위해서는 운송업체, 숙박업체, 관광업체, 음식점, 소매업체 등을 이용하면서 소비지출을 하게 됨. 이렇게 회의참가자의 소비지출이 이루어지는 산업을 연관산업이라 하는데, 국제회의 산업은 연관산업에 미치는 경제적 파급효과가 높음.



[그림2-1] 컨벤션산업의 기본구조

제1절 컨벤션뷰로(Conventions & Visitor's Bureau)

1. 컨벤션뷰로의 역할

- 컨벤션전담기구인 컨벤션뷰로는 초기에는 해당 국가나 지역을 대표해 국내 및 국제회의를 유치하고 회의와 관련된 각종 활동을 지원하는 조직으로 컨벤션 개최로 인한 효과와 이익에 대한 인식이 확대되면서 설립, 운영되기 시작되었으나 점차 그 역할이 증대되면서 다양한 역할을 수행하고 있음.
- 초기에는 컨벤션전담기구는 해당 국가나 지역을 대표해 국내 및 국제회의를 유치하고 회의와 관련된 각종 활동을 지원하는 조직으로서의 역할을 수행하였으나 국가 또는 지역 내 컨벤션 산업 진흥을 위해 다양한 관련단체들이 협력적으로 참여하여 국가 또는 특정지역을 컨벤션 개최지로 마케팅하고 이를 위한 각종 지원 사업을 수행함으로써 국가 및 지역경제와 관광 발전을 도모하는 조직으로 점차 그 역할의 범주가 확대되었음.
- 컨벤션뷰로의 역할
 - 컨벤션전담기구가 대표하는 해당도시에서 회의나 컨벤션, 전시회를 개최하도록 여러 국제회의를 유치 및 대정부 지원요청 및 관계기관과의 협력
 - 해당 지역 내 개최되는 국제회의에 대한 지원 보조금 제공
 - MICE 관련한 행사 준비 지원
 - 해당지역의 역사적, 문화적, 레크리에이션 지역을 방문하도록 장려
 - 지역사회 브랜드 이미지 활성화와 촉진활동 전개
 - 새로운 세수 증대와 일자리를 창출하며 지역경제 활성화
 - 지역주민들의 삶의 질을 높이고 지역주민과 방문객에게 자긍심을 심어 주는 활동
 - 컨벤션 산업 종사자들의 자질향상을 위한 교육 실시 및 감독
 - 잠재 방문객과 지역 내 관련 업계 간의 중재
 - 컨벤션시설 운영 및 관리
 - 관련 해외 기관들과의 교류, 협력을 통한 정보의 수집 및 교환



[그림2-2] 컨벤션뷰로의 역할

2. 컨벤션뷰로의 지원내용

- 컨벤션과 전시회뿐만 아니라 인센티브 관광과 이벤트 등 각종 행사를 수용할 수 있는 시설현황 조사와 정보 제공을 하고 전반적인 시설과 운영측면에서의 수용대책 검토
- 회의 유치 단계부터 해외홍보, 개최 준비에서부터 마무리까지 전반적인 지원, 컨벤션시설, 숙박시설, 교통 및 회의 서비스업체에 대한 기초조사 실시 및 정보 제공
- 참가자들의 요구에 부합되는 적절한 정보 제공 및 여행사, 항공사와 DM 발송 및 박람회 등에 참가 등의 공동마케팅을 통하여 좀 더 많은 MICE 관련행사들을 유도하기 위한 활동을 지원
- 해외 CVB와의 제휴 또는 국제회의 관련기구 가입 등을 통해 정보를 수집하고 교환 및 활용, 컨벤션 산업에 대한 정부의 적극적인 지원을 요청, 유치활동에 따른 관계기관과의 협력을 증진

[표2-1] 국제회의 전담조직(컨벤션뷰로) 운영현황

(2019.5월 기준)

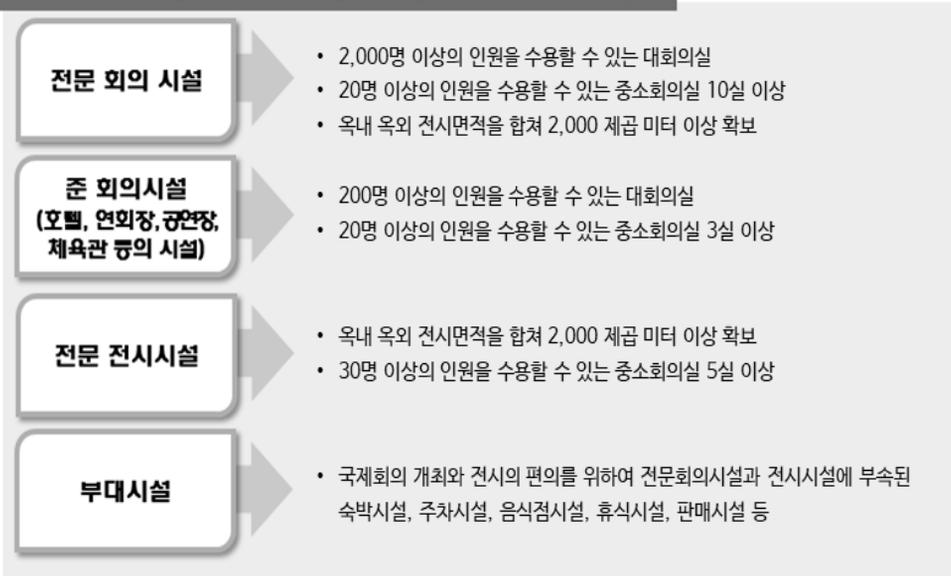
구분	기관명	담당부서	연락처	홈페이지
전체	한국관광공사	컨벤션팀	033)738-3298	www.k-mice.visitkorea.or.kr
서울	서울관광재단	MICE기획팀	02)3788-0821	http://kr.miceseoul.com
경기	경기관광공사	경기MICE뷰로	031)259-4721	http://www.gmice.or.kr
경기	고양컨벤션뷰로	뷰로팀	031)927-9970	http://www.goyangcvb.com
인천	인천관광공사	MICE뷰로팀	032)899-7437	http://travelicn.or.kr
강원	강원국제회의센터	마케팅팀	033)255-5073	http://visitgangwon.or.kr
대전	대전마케팅공사	컨벤션유치팀	042)250-1327	http://www.dime.or.kr
대구	(사)대구컨벤션뷰로	컨벤션1팀	053)382-5240	http://www.daegucvb.com
경주	경주화백컨벤션뷰로	컨벤션유치팀	054)702-1015	http://www.hicocity.kr
부산	부산관광공사	컨벤션뷰로팀	051)780-2151	http://www.bto.or.kr
창원	(사)경남컨벤션뷰로	마케팅팀	055)212-6713	http://www.gncvb.or.kr
광주	(사)광주관광컨벤션뷰로	컨벤션마케팅팀	062)611-3613	http://www.visitwangju.kr
제주	(사)제주컨벤션뷰로	마케팅1팀	064)739-2207	http://jejuvb.or.kr

제2절 국제회의 개최시설

1. 국제회의 개최시설의 구분

- 국제회의 개최시설은 크게 두 가지로 구분할 수 있는데 전통적으로 자주 개최되는 시설로는 컨벤션센터와 컨퍼런스센터 및 호텔, 리조트가 있고 비전통적인 개최시설로는 대학교, 크루즈, 일반 숙박시설 등이 있음.
- 우리나라의 컨벤션시설에 관한 사항은 국제회의산업 육성에 관한 법률시행령 (1997년 4월 4일 제정) 제3조에 나타나 있는데, 국제회의 시설은 전문 회의시설, 준 회의시설, 전문 전시시설 및 부대시설로 구분됨. 각 시설의 예와 요구되는 조건은 다음과 같음.

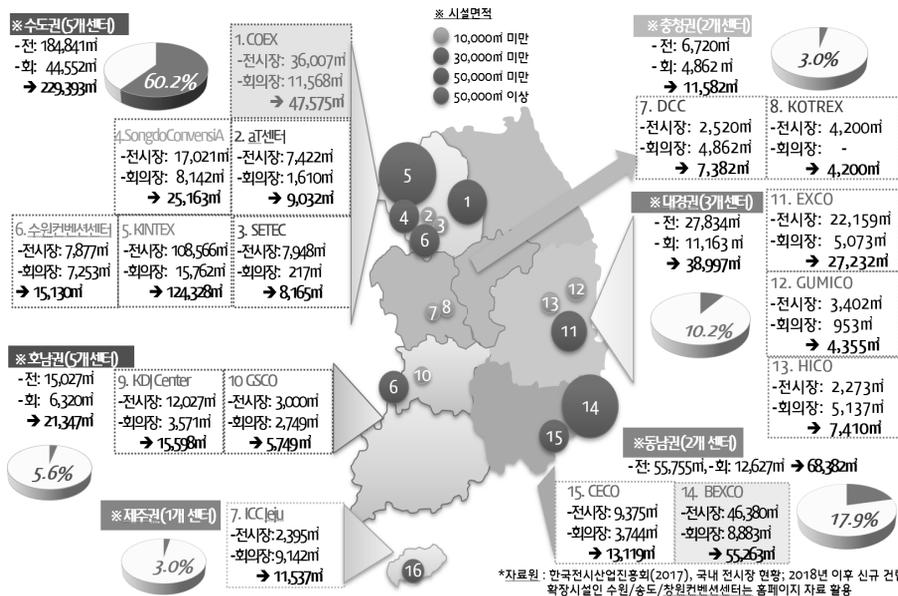
「국제회의산업육성예안법률시행령 제 3조」에서 다음과 같이 분류함.



2. 컨벤션센터

- 컨벤션센터는 객실이 없이 한 지붕 아래 회의와 전시를 개최하도록 설계된 대중 집회시설로서 식음료 및 여러 특별 서비스를 제공함. 하지만 자체 숙박 시설이 없기 때문에 호텔과 근접한 곳에 위치하는 것이 일반적임.

- 컨벤션센터는 전문 교육전시, 소규모 회의, 행사 등을 개최할 수 있는 다목적 공간을 갖고 있으며, 공간 영업활동은 자체 영업 인력이나 컨벤션뷰로의 도움에 의해 이루어짐.
- 컨벤션센터의 주 수입원은 시설 임대수입이며, 이외에도 식음료, 서비스(전기, 수도, 가스, 사용료, 조명, 배관, 음향 서비스 등) 수입 등이 포함됨. 우리나라는 컨벤션센터가 자체적으로 전시팀과 컨벤션팀을 별도로 운영하여 관련 수익을 창출하는 경우가 많음.
- 우리나라는 2000년 코엑스가 국내 최초의 컨벤션센터로 새롭게 증축한 이후, 대구와 부산, 제주, 경기도 고양, 광주, 창원, 경주, 구미, 군산 등에 지속적으로 컨벤션센터가 건립되었음. 2018년 기준 국내에서 15개 컨벤션센터 및 전시장이 운영되고 있으며, 총 공급면적은 348,294㎡(전시장 275,238㎡, 회의장 73,056㎡)에 달함.



[그림2-3] 국내 지역별 컨벤션센터 및 전시장 현황(2019년)

3. 호텔

- 호텔은 컨벤션 기능을 상품화하면서 객실영업을 보완할 수 있는 이점을 가지고 있음. 컨벤션 개최를 위해 모든 시설과 서비스의 제공이 가능한 호텔은 회의장과 볼룸, 완벽한 회의 서비스, 참가자를 위한 다양한 오락/연회 행사를 제공할 수 있음.
- 규모나 시설, 서비스가 중간정도인 호텔은 제한된 서비스와 제한된 오락/연회행사를 제공할 수 있음. 또한 접근성이 편리한 도심호텔과 공항호텔, 휴양지에 레크리에이션 시설을 갖추고 있는 리조트호텔이 있음.
- 회의는 컨벤션센터에서 개최하면서 연회와 같은 부대행사를 호텔에서 개최하거나, 기업의 신제품 발표회나 세미나와 같은 기업회의, 각종 소규모 전시나 학술대회, 패션쇼 등을 호텔에서 개최하는 경우가 많음.
- 우리나라의 호텔은 대부분 준 회의시설에 해당되며 일부특급호텔을 제외한 대부분의 호텔이 2,000명 이상을 수용할 수 있는 대회의장이나 대규모 컨벤션 참가자를 위한 객실 수가 부족한 것이 현실임.

4. 기타시설

- 대학교 내 컨벤션시설, 교육문화회관, 크루즈선, 역사적인 건물, 장소 등이 컨벤션 개최장소로서 새롭게 선호되고 있음.
- 특히, 회의전용 시설 이외의 이러한 장소를 유니크베뉴(Unique Venue)라는 명칭으로 통칭하며, 최근 업계의 주목을 받고 있는 추세임 -> 제 5장 4절 참조
- 하지만 이와 같은 장소는 숙박이나 식음료, 회의공간의 부족 등으로 완벽한 서비스를 제공하기에는 미흡하기 때문에, 컨벤션 개최 시 소규모로 이루어지는 회의나 부대행사 개최장소로 이용되는 경우가 많음.

제3절 국제회의 기획업체

1. 국제회의 기획업체의 역할

- 국제회의 기획업체(PCO)는 컨벤션의 개최와 관련된 다양한 업무를 행사 주최 측으로부터 위임받아 부분적 또는 전체적으로 대행해 주는 업체임.
- 국제회의 기획업체는 정부조직이나 기업에서 자체적으로 컨벤션을 담당하는 부서가 없거나 미비할 때 컨벤션 개최업무를 부분적 또는 전적으로 위임받음.
- 국제회의는 그 준비과정이나 운영에 있어서 개최의 성격에 따라 부대시설에서부터 행사 진행에 이르기까지 다양성을 가지기 때문에 국제회의를 준비하기 위해서 고도의 전문성이 요구됨.
- 컨벤션산업의 전문성과 다양성은 컨벤션기획업체의 출현과 발전을 가져왔고, 대규모 국제회의가 빈번하게 개최되는 나라에서는 이들 국제회의 기획업체들의 도움을 받아 컨벤션의 국내 유치에 위한 촉진 활동은 물론 준비 및 운영업무를 효과적으로 수행함으로써 시간 및 비용절약과 함께 원활한 회의진행이 이루어지고 있음.

2. 국제회의 유치에서의 역할

- 국제회의 기획업체는 비단 국제회의를 기획, 운영하는 역할 외에 국제회의 유치를 위한 각종 활동에 대한 전반적인 계획 수립, 실행을 실무적인 차원에서 지원하는 업무도 수행하는 경우가 증가하고 있음.
 - 유치계획서 및 제안서 작성
 - 현장 실사단 영접 계획 수립 및 진행 협조
(Site Inspection, 숙박시설, 관광프로그램, DMC, 관련 기관 및 단체 방문 등)
 - 유치를 위한 홍보부스 설치 및 운영
 - 필요시 유치를 위한 프레젠테이션, 각종 홍보물 등 제작
 - 필요시 현장 유치활동 진행

3. 국제회의 기획업체 고용절차

1) 입찰공고문 작성

- 국제회의 개최에 앞서 행사에 적합한 국제회의 기획업체를 선정하는 것이 중요한데, 이를 위해서는 업무 초기 제안요청서(RFP, Request For Proposal) 작성 시 국제회의 기획업체에 요청하는 사항과 기대하는 업무 범위를 최대한 구체적으로 명시할 필요가 있음.

2) 국제회의 기획업체에 대한 예비정보 수집

- 한국PCO협회(www.kapco.or.kr), 한국MICE협회(www.micekorea.or.kr) 혹은 한국관광공사 K-MICE(k-mice.visitkorea.or.kr)에서 국내 국제회의 기획업체들에 대한 정보를 얻을 수 있음.

3) 적합한 후보업체 목록 작성

- 개최하고자 하는 행사와 비슷한 성격 혹은 규모의 행사를 개최한 경험이 있는지, 업체의 업계 평판은 어떠한지, 전문적인 협회 및 단체들과의 관계가 구축되어 있는지, 해당 지역에서의 경험과 전문성이 있는지, 혹은 업체 운영기간은 얼마나 되는지 등 개략적인 기준을 토대로 후보업체 목록을 작성함.

4) 입찰공고 게시

- 입찰공고를 낸 후 업체들이 입찰서류를 충분히 작성할 수 있도록 몇 주간의 기한을 제공함.

5) 입찰서 평가

- 입찰에 참여한 업체들이 제출한 입찰서류를 전반적으로 평가함.

6) 후보업체 평판조회(Reference Check)

- 후보업체에 행사 기획을 맡긴 적이 있는 기존 클라이언트나 현재 함께 일을 하고 있는 클라이언트, 행사 개최시설이나 숙박시설 등 관련 공급업체들을 통해 후보업체의 평판을 조회함. 서면 추천서를 요청하거나 연락처를 전달받아 직접 연락할 수 있음.

7) 프레젠테이션 및 제안서 평가

- 입찰에 참여하는 업체들은 약 2-30분 동안 프레젠테이션을 진행하고 10-20분 간의 질의응답 시간을 갖게 됨. 후보업체들이 제공하고자 하는 서비스와 비용 등을 비교하는 과정을 통해 가장 적합한 업체를 선정하게 됨. 평가 과정에서 주요하게 고려해야 할 사항은 다음과 같음.

업체 선정시 고려사항

- 비슷한 유형의 행사를 개최한 경험이 있는가?
- 비슷한 규모의 행사를 비슷한 유형의 개최시설에서 개최한 경험이 있는가?
- 업체의 재정상태가 양호하며 사업이 앞으로도 지속될 것인가?
- 법적 다툼이나 재정적인 분쟁을 겪고 있지는 않은가?
- 해당 업체의 핵심 사업은 무엇인가? 이해관계의 충돌 없이 행사를 준비할 수 있는가?
- 행사를 개최하기에 충분한 기술적 역량을 갖추고 있는가?
- 담당 직원들이 전문성을 갖추고 있는가? (계속)
- 개최 행사에 대한 재정과 회계 담당은 누구인가?
- 업무 담당자가 예측하지 못한 상황으로 업무에 지장을 받을 때 어떠한 절차로 대응하는가?
- 후원사 모집과 전시공간 영업에 대한 경험이 있는가?
- 제공하는 서비스에 대해 타업체에 하청을 주는 구조인가?
- 해당 업체가 속해있는 전문 협회가 있나?
- 업체의 역량이 확실한가?
- 업체의 환경정책은 어떠한가?
- 업무 진행상황에 대한 보고체계는 어떠하며 모든 것이 적절히 서류화되는가?

8) 계약시 조달청 행사대행업체 입찰 및 계약관리지침(2019.7.1. 시행) 준수

- MICE 분야의 공정한 거래를 위해 수립한 공정거래이어, 조달청에서 새롭게 시행하는 행사대행업체 입찰 및 계약관리지침을 참고하여 불공정한 관행을 지양하고 공정한 거래관계를 만들어가야 할 것

조달청 지침 주요내용

- 예산산출시 일반관리비율 8%, 이윤율 10% 적용
- 인건비 대가는 학술용역 인건비 기준단가를 적용하되 참여율 100% 로 조정하고 근로기준법에서 규정하는 상여금과 퇴직급여충당금의 합계액으로 지급
- 총액확정계약시 사후정산, 사후원가검토조건부 계약요구 불가
- 불필요한 서류 요구 금지
- 수요기관과 계약상대자 지식재산권 공동소유
- 파견법에 허용하지 않는 파견인력 요청 금지
- 용역계약체결 후 최초 계약내용과 변경될 경우 변경계약 체결 등

제4절 관련 서비스 제공업체

1. 통번역업체

- 통번역이 필요한 컨벤션에서는 통번역의 질에 따라서 회의의 성패가 결정됨. 호화스러운 회의장을 사용하고, 막대한 비용을 들였다고 하더라도 우수한 통번역이 없으면 회의는 성공할 수 없음.
- 순차통역으로 할 경우에는 회의 시간이 2배 이상 걸리기 때문에 참가자가 많은 컨벤션에서는 동시통역을 사용하는 것이 좋으며, 통역을 시행할 경우 통역부스, 이어폰 등의 기기가 필요하며, 고정 부스가 없을 경우 이동식 부스를 사용할 수도 있는데 현재 주요 호텔 및 회의장은 대부분 동시통역설비를 완벽하게 갖추고 있음.

2. 인력파견업체

- 컨벤션 준비 단계에는 번역자, 브로셔 제작자 등이 필요하고, 회의 중에는 등록 요원, 슬라이드, 영사기사, 조명, 음향기술요원 등이 필요하며, 사무 보조요원이나 등록 요원은 인력용역회사 또는 아르바이트 등을 이용할 수 있음. 또한, 각종 기기 관리요원은 통상 회의시설업체나 PCO에 의뢰하면 기기와 함께 필요한 요원을 배치시켜줌.

3. 여행사

- 대부분의 컨벤션의 경우, 전·후 관광프로그램, 동반자 프로그램, 셔틀버스의 운영 등을 전적으로 여행사에 위임하는 경우가 많으며, 컨벤션기획사나 주최 측은 업무를 줄일 수 있음.

4. 인쇄업

- 컨벤션 관련 자료의 인쇄라고 해서 특별히 일반인쇄와 다른 것은 없기 때문에 통상 거래하고 있는 업자에게 발주하면 되지만, 외국어 인쇄물을 제작한 경험이 많

은 업자를 선정하는 것이 유리함.

- 주최측이 PCO에 인쇄물을 기획, 편집을 의뢰할 때는 인쇄에 관해서도 일괄적으로 맡기는 편이 효율적임.

5. 장식 및 간판업체

- 장식과 간판은 컨벤션뿐만 아니라 일반 연회와 강연회 등에도 반드시 필요하기 때문에 회의장과 호텔 측에서는 대개 거래업자를 보유함.
- 관련업자들은 호텔과 회의장을 상세히 알고 있기 때문에 장식, 간판 제작에 관해서는 호텔과 회의장을 통해서 위탁하는 것이 효율적임.

6. 사진·슬라이드·영상·비디오업체

- 일반적인 스냅사진과 별도로 회의 기록을 위해 사진, 슬라이드, 영상, 비디오를 촬영하는 경우도 있음. 이때에는 회의뿐만 아니라 동반자 행사, 관광행사 등 관련 행사에도 동행해야 하고, 후에 편집하는 과정도 필요하므로 전문 업체에게 의뢰하는 것이 좋음.

7. 소도구 및 기념품 제조업체

- 참가자들의 편의를 돕기 위해 펜, 노트, 메모지 등이 제공되거나, 참가자 또는 운영에 도움을 준 사람들에게 기념품을 제공함. 이는 참가자들에게 기념이 될 뿐 아니라 참가자들이 본국으로 가져가서 주위의 사람들에게 소개할 수 있는 국가적 브랜드 홍보수단으로 활용 가능함.
- 기념품으로는 컨벤션 주제에 부합하는 모양이나 필기도구에 아름다운 전통문양을 새겨 넣는 방식으로 한국의 전통을 알릴 수 있는 기념품을 제공하는 것이 효과적인 홍보방법임.
- 기념품을 제작할 업체 선정 시, 국외 참가자에게 좋은 이미지를 줄 수 있는 양질

의 제품을 만드는지에 대한 여부를 알기위해 업체의 실적 등을 면밀히 검토하고 견본을 사전에 확인해야 함.

8. A/V 장비임대업체

- 컨벤션 개최를 위해 빔프로젝터, OHP, 슬라이더 프로젝터, LCD, VCR, 동시통역기, 멀티큐브, 무선마이크, 확성기, TV 및 각종 음향기기가 필수적임.
- 최근에 건립된 최첨단 컨벤션센터에 거의 모두 각종 기기가 설치되어 있지만 회의 시설이나 컨벤션 전용시설이 아닌 곳에서 행사 진행 시 A/V 장비대행업체와 계약을 맺어 임대하고 사용한 후 반환하여야 함.
- A/V 장비 임대 시에는 사용하는 기술을 잘 익혀야 하고, 장비만 임대할 것인지 또는 장비를 다루는 인적서비스 받을 것인가를 결정해야 함.

9. 의사 및 간호사

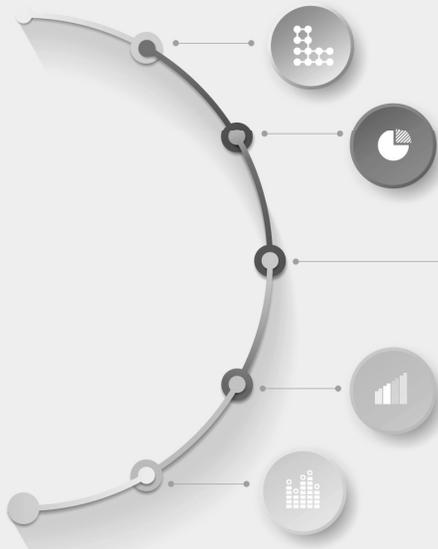
- 국제회의는 각기 다른 기후와 식생활을 가진 참가자들이 모이기 때문에 국제회의 개최 도중 신체 이상을 호소하는 사람이 발생할 확률이 높음. 이러한 위험요소 때문에 수백 명의 참가자를 맞이하는 중규모 이상의 회의에서는 회의장 내에 의무실을 설치하여 의사와 간호사가 출장하도록 하는 경우가 많음.
- 국제회의를 자주 개최하는 회의장과 호텔에서는 자체 의무요원을 확보하거나 인근 대형병원에 의뢰하여 의사와 간호사를 확보하는 루트가 확보되어 있지만, 사무국이 독자적으로 의사와 간호사를 배치하는 것이 바람직함. 이때 사무국은 컨벤션 개최 주최인 관련 단체와 관련 기업에 소속되어 있는 병원이거나 영어가 가능한 병원에 의뢰하는 것도 좋은 방법임.

10. 기타 컨벤션관련 서비스업체

- 행사도우미들의 의상을 제공하는 업체, 단체 이동을 위한 운수업체, 전화기나 컴퓨터 LAN 설치 업체, 회의진행을 위한 각종 무선기기를 위한 통신업체, 경비업체,

청소업체와 외국인 참가자들의 환전을 위한 은행, 관광안내원, 컨벤션 기간 동안 또는 컨벤션이 끝난 후 컨벤션 개최지를 개별적으로 관광하기 위해 필요한 렌트카 업체 등이 있음.

- 최근 다양한 최첨단 기술을 행사에 접목시키는 미팅테크놀로지 업체들 또한 하나의 세부 인더스트리로 각광을 받고 있는 추세임  제 5절 1장 <미팅 테크놀로지> 참고



국제회의 유치관련 기본지식



제3장 국제회의 유치관련 기본지식

제1절 국제회의 유치 개요

1. 국제회의 유치

- 국제회의는 정기적으로 개최하는 경우도 있고 비정기적으로 개최하기도 함. 정기적으로 개최하는 국제회의는 개최장소를 바꾸어 가면서 개최하는데, 이러한 국제회의를 우리나라에 유치하기 위해서는 일련의 과정이 필요함.
- 국제회의 개최지 선정절차는 행사 개최조직의 특성, 회의 개최주기, 행사규모 등에 따라 차이가 있는데 보통 2년에서 6년 이상 전에 입후보 의사를 표명해야 하는 경우가 많음.

2. 국제회의 유치 의사결정 과정

- 국제회의 유치를 위해서는 국제본부의 조직구조와 특성, 정책 결정과정과 그 과정에서 개최지 결정에 영향을 미치는 의사결정권자 등을 파악하는 것이 중요함.

[표3-1] 국제회의 개최지 의사결정과정

구분	결정과정	유치 활동
순차적 유치/ 단독후보	이사회→총회	이사회→총회
이사회 결정	이사회→총회	임원대상 유치활동 • 임원초청 • 사전 홍보 활동 • 홍보데스크 운영
총회 결정	이사회 검토→총회 표결	각국 대표 대상 활동 • 유치단 파견 • Korean night 개최 • 홍보데스크 운영 • 기념품, 홍보물 제공

-
- 필요에 따라서 더 작은 규모의 지역회의를 우선 개최하고 개최 성공사례를 발판으로 총회 등 대형 국제회의를 유치할 수도 있음.

제2절 국제회의 개최지 선정절차와 방식

- 국제회의 개최지 선정은 1. 개최 대륙 결정 -> 2. 개최 대륙 내 개최지(개최국가) 선정 -> 3. 개최국 내 개최도시 선정이 각각 별도로 이루어지는 것이 일반적임.

1. 개최대륙 결정

- 컨벤션 개최대륙 결정유형은 대륙별 순환 패턴에 따라 결정되는 것이 일반적임. 즉, 국제회의를 개최하는 단체 내에서 정해진 대륙순환 체계(예: 유럽 -> 미주 -> 아시아 -> 아프리카 등)에 따라 순서대로 결정되는 경우가 많음.
- 이러한 패턴은 개최 희망 국가의 존재 여부에 따라 유동적으로 운영되기도 하는데, 아프리카 지역은 개최 희망 국가가 적어서 순환패턴과 관계없이 국제회의 개최지 비딩(bidding)에 참여하면 유리한 경우가 많음.
- 다만, 국제회의 참가국 수가 적어 회의를 개최하고자 하는 국가가 소수인 경우에는 회원국 내에서 정해진 순서대로 국가 순환이 이루어 짐(예; 한중일 지방정부 교류회의는 한국-중국-일본 순으로 번갈아 가며 개최).

2. 대륙 내 개최지(개최국가) 선정

1) 대륙 내 개최지 결정 유형

- 대륙 내에서 개최지를 결정하는 방식은 크게 투표 방식과 합의 방식 두 가지가 있으며, 총회나 이사회/의장단 등 대표를 선정해 결정함.

- 투표를 통해 개최지를 선정하는 경우에는 이사회/의장단 등 선별된 투표권자의 투표 결과에 따라 개최지를 결정하거나, 총회에서 단체별로 1표씩 행사하여 결정하게 됨.
- 합의를 통해 개최지를 선정하는 경우에는 이사회/의장단에서 회의와 논의를 거쳐 합의를 통해 개최지를 결정함.
- 이 때, 판단 기준으로 삼기 위해 현지 시찰이나 비당에 참여한 국가의 프레젠테이션 등 부수적인 절차를 진행하는데, 이사회/의장단이 비당에 참여한 국가를 직접 방문하여 현장 답사를 하거나, 유치 경쟁자별 프레젠테이션을 진행한 후에 개최지를 결정함.

2) 개최대륙 내 개최지(국가) 선정절차

- 개최지 선정 세부절차는 1) 서류심사 -> 2) 현장실사 -> 3) 프레젠테이션 -> 4) 최종 결정의 네 단계를 거쳐 진행되는 것이 일반적이며, 경우에 따라 현장실사 또는 프레젠테이션은 생략되거나, 비공식적으로 진행되는 경우도 있음.
- 개최순서가 돌아온 대륙 내 국가에서 먼저 유치의향서(Letter of Interest)를 제출하여 우선 참가의사를 표명한 다음, 준비기간을 거쳐 국제회의 주최기관의 평가기준에 맞춰 제안서를 작성하여 제출하게 됨. 제안서를 제출한 국가들 대상으로 우선 서류심사를 진행함.
- 현장실사는 주로 개최지를 평가하는 공식 평가절차에 포함되어 진행되는 것으로 이사회/조직위원에서 직접 개최지를 방문하여 평가함.
- 프레젠테이션은 총회 또는 의장단 회의 투표권자를 대상으로 진행하게 되는데, 이는 공식 프레젠테이션임. 다만, 관련 인사의 요구에 의해 개최지 결정에 영향력이 큰 특정 그룹을 대상으로 비공식적으로 프레젠테이션을 실시하는 경우도 있음.
- 최종결정은 이사회 또는 총회 투표를 통해 결정하거나, 이사회/참가국 합의를

통해서 결정하기도 함.

3. 개최국 내 개최지(개최도시) 선정

- 컨벤션을 개최할 국내 도시를 결정할 때에는 주최를 희망하는 단체에서 각 도시에 제안 요청을 해 비딩을 하는 것이 일반적이나, 일부는 내부 협의를 통해 개최도시를 선정하기도 함.
- 비딩을 통해 개최도시를 선정하는 경우 희망 도시가 제출한 제안서를 심사하고, 프레젠테이션, 협의/투표 등의 단계를 거쳐 결정하게 됨.
- 내부 협의를 통해 선정하는 경우에는 단체 내부 이사회 등에서 협의하여 개최도시를 선정하게 됨.

제3절 국제회의 개최지 선정 시 고려요인

1. 컨벤션 시설 및 숙박시설 수용능력

- 국제적인 컨벤션은 1,000명 이상의 인원이 참가하는 경우가 많아 대규모 인원을 수용할 수 있는 컨벤션 시설 및 숙박시설의 수용능력이 가장 기본적으로 갖춰야 할 요건임.
- 이러한 행사는 대규모 컨벤션 및 숙박시설을 갖춘 서울, 부산 등 대도시 위주로 개최지가 결정되는 상황임. 일산 등 일부 지역은 대규모 컨벤션 시설을 갖추고 있으나, 인근 숙박시설 부족으로 개최지로 선정되지 못하는 경우가 발생하고 있음.

2. 지자체의 적극적 지원 의지

- 공식적인 평가/비딩 절차 여부에 관계없이 지자체의 적극적인 지원의지가 있는 경우, 국제회의 개최조직 내부에서 협의 등이 이루어져 개최지로 우선적으로 고려되

는 경향이 있음. 특히 지방도시에서 개최되는 국제회의의 경우 지자체의 적극적인 지원은 필수적인 요소임.

3. 공항 접근성

- 국제회의의 지방개최는 해외 참가자들의 2차 이동(인천공항에서 지방으로 이동)으로 인한 피로감, 비용, 시간 등의 문제로 기피하는 경우가 많이 발생하고 있음. 부산, 제주와 같이 국제공항이 있는 도시인 경우에도 구미주권과의 직항 노선 부족으로 매력도가 높지 않음.
- 특히 국제회의 개최시기가 국내 여행 성수기와 겹치는 경우, 교통정체로 공항에서 지방도시까지 이동이 더욱 어려워져 기피하는 경향이 있음. 공항 접근성이 낮은 도시에서 국제회의를 개최하는 경우, 공항에서 행사장까지 이동하는 셔틀버스 / KTX 가이드 서비스 등을 제공하여 불편함을 감소시키기 위한 노력을 하고 있음.

4. 관광 자원 및 관광 프로그램

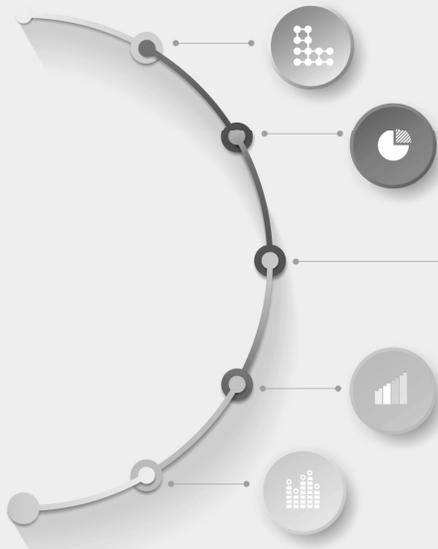
- 국제적인 컨벤션 행사는 개최기간이 길기 때문에 개최도시 내 관광자원(자연 관광지, 역사 유적, 쇼핑센터, 엔터테인먼트 등)도 중요한 영향요인으로 작용함. 컨벤션 주제나 참가자 특성(가족 동반 여부, 연령대 등)에 따라 선호하는 관광자원의 형태는 다양한 편임.
- 지자체에서 해당 지역 내 산업 시찰, 문화 활동 등 관광 프로그램을 구성하여 지원하기도 하며, 개최도시 선정에 영향력도 높은 편임.

5. 비용 효율성

- 컨벤션 시설, 숙박시설, 주변 물가 등 비용 측면도 중요하게 고려하는 요소임. 특히 숙박시설 이용료의 비용효율성에 대한 관여도가 높은 편임.

6. 컨벤션 주제 관련성

- 컨벤션 주제와 관련성이 높은 지역, 관련 산업이 발전된 지역 등을 개최지로 우선적으로 고려하는 경향이 있음. 2014년 생물다양성협약 당사국 총회의 개최지가 강원도 평창으로 결정된 것이나 2014년 국제관계배수위원회 총회의 개최지로 광주가 선정된 것은 해당 도시가 컨벤션 주제와 관련성이 높은 지역이었기 때문임.



IV

국제회의 유치업무
매뉴얼



제4장 국제회의 유치업무 매뉴얼

제1절 국제회의 유치업무 개요

1. 국제회의 유치업무 프로세스

- 국제회의 유치업무 프로세스는 1. 유치계획 수립 → 2. 유치 의사표명 → 3. 유치 활동 → 4. 유치확정 등 4단계로 구분할 수 있음.
- 국제회의 유치업무는 유치하고자 하는 국제회의의 발굴을 시작으로 국내외적 환경 및 타당성을 분석하고 공식적인 유치 의사를 표명한 후 적극적인 유치활동을 진행하는 일련의 과정임.
- 국제회의 유치가 확정된 이후에는 개최단계로 전환되어 성공적인 개최를 위한 조직구성, 민관협력 등의 과정이 요구됨.
- 정부 및 지자체 지원금의 경우도 ‘국제회의 유치’와 ‘국제회의 개최’ 단계로 나누어서 지원하고 있음.



[그림4-1] 국제회의 유치업무 프로세스

2. 국제회의 유치 단계별 업무

[표4-1] 국제회의 유치 단계별 업무

구분	주요 업무	세부 내용
Step 1. 유치 계획수립	1. 유치행사 발굴	① 본부 입후보 신청서 접수
		② ICCA, UIA 등 유관기관
		③ 정부 및 지자체 CVB 협력
	2. 유치조건 및 타당성 검토	① 유치 필수조건 확인
		② 개최역량 조사
		③ 유치 가능성 분석
	3. 유치 방침 결정	① 국내 단체 유치의사 확정
		② 정부/유관기관 협의
		③ 유치준비위원회 조직
Step 2. 유치 의사표명	4. 유치의향서 제출	① 의향서 작성 내용
		② 서신문 작성 요령
	5. 유치제안서 제출	① 제안서 제출 프로세스
		② 제안서 포함 내용
		③ 제안서 제출방법 등
	6. 유치지지 서신	① 개요 및 내용
② 작성 시 주의사항		
Step 3. 유치 활동	7. 홍보부스 운영	① 홍보부스 운영 계획
		② 홍보부스 준비내용
	8. Korea Night 행사 개최	① 한국의 밤 개최 계획
		② 한국의 밤 행사 운영
	9. 방한답사	① 방한답사 준비 및 계획
		② 방한답사 현장운영
	10. 로비활동	① 의사결정권자 접촉
	Step 4. 유치 확정	11. 최종 제안 프레젠테이션
② 제안 발표 내용		
12. 현장 운영		① 최종 참가단 구성
		② 현장 계획 및 운영
13. 개최지 결정		① 본부와의 계약 체결
		② 로컬조직위원회 구성

제2절 유치 계획단계 세부 업무

1. 유치행사 발굴

Ⅰ 유치 타깃 행사

- 국제회의를 유치하기 위해 무엇보다 먼저 유치하고자 하는 타깃 행사를 발굴
 - 해당 산업에서 유명하고 규모 있는 행사, 유치하고자 하는 당사자가 자주 참가했던 국제행사, 한국의 개최를 희망하는 국제행사 등
- 본부로부터 개최요청서를 입수하거나 ICCA, UIA 등에서 해외 순회 개최하는 국제행사의 정보를 바탕으로 유치를 진행할 수도 있음.
 - 때에 따라 이런 정보를 가지고 있는 정부·지자체 CVB, PCO 등에서 먼저 요청하여 국제행사를 유치하는 방법도 있음.

[표4-2] 국제회의 유치대상 행사의 종류

구분	내용
총회 (Congress, Convention)	협단체 소속 회원 전체가 모이는 행사로 가장 큰 규모
지역회의 (Regional Meeting)	아시아, 미주 등 지역별로 개최되는 소규모 모임
이사회 (board of directors)	협단체의 주요 의사결정자인 이사진들의 모임
분과회의 (committee meeting)	협단체 소속 기능별, 역할별 분과회의

Ⅰ 유치방식

- 유치 방식에 따라 본부에서 비공개로 진행하는 것에서부터 완전 공개경쟁으로 진행되는 방식 등이 있으며 유치 타깃 행사의 개최지 결정하는 방식을 먼저 파악하는 것이 중요

[표4-3] 국제회의 유치방식

구분	내용
지정 (by invitation)	특정 국가 1개국만을 초청하여 진행 정부주관 회의, 소규모 회의 등 대체로 주최국에서 개최비용 부담
제한 (by closed bidding)	특정 지역에 한정해서 초청, 대부분의 국제회의
부분개방 (by limited open bidding)	전 세계를 대상으로 의향서를 받으나 2~3개국을 우선 협상대상자로 선정
완전개방 (complete open bidding)	전 세계 모든 회원국에 개방

Ⅰ 유치주체

- 국제회의를 유치하는 데에는 단일 주최기관이 독자적으로 유치를 추진하기도 하나 유관기관과의 협력을 통해 유치 활동이 이루어지기도 함.

[표4-4] 국제회의 유치주체

구 분	내 용
단독 유치	국내단체 혹은 조직위에서 직접 유치
한국관광공사와 공동유치	한국관광공사 코리아 MICE부로와 협력
지자체 컨벤션뷰로 혹은 컨벤션센터와 공동 유치	개최를 예정하고 있는 지역의 컨벤션뷰로 혹은 컨벤션센터와 공동으로 협력
국제회의기획업체(PCO)와 공동 유치	전문성과 경험을 가진 PCO와 협력하여 유치 진행

가. 본부로부터 입후보신청서(개최요청서) 입수

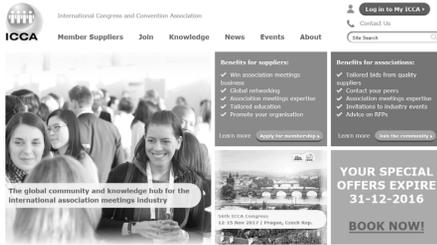
- 국제회의 개최지 선정은 해당 국제회의를 주관하는 국제본부에서 일반적으로 진행하는데, 사전에 개최를 희망하는 지역의 신청을 받기 위해 일정한 신청 절차를 수립하여 운영함.
- 국제본부는 해당 국제회의가 개최하는 데 필요한 사항들에 관해 기술한 개최요청서(Call for Bid/Call for Proposal/Request for Proposal)를 공고하기도 함.

[표4-5] 개최요청서 내용

구 분	세부 내용
회의개요	날짜 참가자 규모 공식 언어
회의시설	회의 종류/ 형태/동시개최 회의 개수 동시개최 이벤트(전시회, 개막식 등) 개최 여부 필요 시설 사양 (AV 장비 등)
프로그램 제안	회의 주제, 새로운 프로그램 제시, 포스트 투어 예시
주최국 지원사항	개최지원사항, 정부 지원내용 등 경제적·인적 지원 명기
기타	지원신청서 등

나. 유관기관(ICCA, UIA)에서 국제회의의 정보 습득

- ICCA에서는 협회들의 국제행사에 대한 기초정보를 제공(회원에게만)하고 있음. 참가규모, 행사주기, 지난 행사 개최 이력 등의 정보를 토대로 유치 가능한 행사를 검색해 볼 수 있음.



ICCA 내 Bidding 정보 페이지



UIA 내 관련 정보 페이지

General series criteria	
Series #	<input type="text"/>
Titles series	<input type="text"/>
Rotation area series	<input type="text"/> Options
International Organisation #	<input type="text"/>
International Organisation	<input type="text"/>
City International Organisation	<input type="text"/> Options
Country International Organisation	<input type="text"/> Options
Country Key Contact	<input type="text"/> Options
Subject	<input type="text"/> Options
Language	<input type="text"/> Options
Only new/updated associations since (dd-mmm-yyyy)	after >= -- -- -- -- before <= -- -- -- --
Only new/updated key contacts since (dd-mmm-yyyy)	after >= -- -- -- -- before <= -- -- -- --
Search criteria in history	
Attendance #	>= <input type="text"/> <= <input type="text"/>
<input type="radio"/> Applies to last four events in series <input checked="" type="radio"/> Applies to one event in series	
<input type="checkbox"/> Commercial Exhibition (Please tick if a commercial exhibition should be attached to the meeting.)	
<input checked="" type="radio"/> Must not have been	City <input type="text"/> Options
<input type="radio"/> Must have been	Country <input type="text"/> Options
Year	after >= -- -- -- -- before <= -- -- -- --

ICCA내 유치가능 행사 검색창
<http://www.iccaworld.org/cnt/files/BasicSelectionSeries.swf>

[그림4-2] 유관기관 홈페이지 예시

다. 정부, 지자체 및 CVB, PCO와의 협력

- 국내에는 한국관광공사 코리아 MICE부로를 비롯하여 12개 지자체에서 자체적으로 국제회의 지원제도를 운영하고 있으며 점점 중소도시 규모로까지 컨벤션부로 설립이 확대되고 있음.
- 각 지자체 컨벤션부로의 유치마케팅 역량이 강화됨에 따라 유치 가능한 국제행사를 발굴하여 국내 협단체에 유치를 위한 협력을 요청하는 경우도 있음.
- 한국관광공사 코리아 MICE부रो와 지역컨벤션부로는 국제회의 유치와 관련하여 다양한 지원을 하고 있는데, 국제회의 유치를 추진하는 경우에는 이러한 지원을 잘 활용하는 것이 국제회의 유치에 결정적인 역할을 함.

[표4-6] 국제회의 유치를 위한 주요 지원사항

구 분	지 원 사 항
유치제안서 작성 지원	국제회의 유치를 위한 유치제안서를 전략적, 효과적으로 작성하여 제출할 수 있도록 지원함.
유치발표용 PT 제작 및 발표 지원	국제회의 개최지를 결정할 때 국제기구 본부 투표권자들을 대상으로 PT를 실시하는 경우가 있는데, 유치발표용 PT를 제작하고 효과적으로 발표할 수 있도록 지원함.
유치 홍보물 및 기념품 제작 지원	국제회의 유치활동에 필요한 유치 홍보물(인쇄물/배너/영상물 등)과 기념품 제작을 지원함.
국제기구 본부 임원의 사전답사 지원	국제회의를 주최하는 본부단체 VIP가 사전답사를 진행하는 경우, 왕복항공료 및 숙박비 등을 지원함.
해외 현장 유치활동 경비 지원	해외 현장에서 국제회의 유치활동을 추진하는 경우 관련 단체 임원의 항공료, 유치 홍보부스, Korea Night 등 공식연회 개최비 등을 지원함.

- PCO(Professional Convention Organizers)는 일반적으로 회의의 준비, 진행 등 제반 활동을 지원하는 기업 혹은 개인으로 유치에도 실무적인 역할을 담당할 수 있음.
- 해당 산업의 전문지식은 부족하나 국제회의 진행 경험을 바탕으로 각종 문서작업(유치제안서, 유치의향서, 최종 프레젠테이션 자료 작성), 현장실사단 영접 계획 및 진행, 홍보 진행(홍보물 제작, 홍보부스 운영 등) 등의 분야에서 지원을 받을 수 있으나, 업무에 따른 비용이 발생할 수 있음.

□ 국제회의 유치/홍보 지원신청서 포함내용

- 단체명, 대표자, 주소, 연락처(전화, 홈페이지, Fax), 담당자(직위, 성명, 이메일, 직통전화, 휴대폰)
- 지원요청사항 (행사유치 관련 지원경비- 지원요청금액 또는 행사유치활동 지원)

2. 유치조건 및 타당성 검토

가. 유치 필수조건 확인

Ⅰ 개최요청서(Call for Bid, RFP:Request for Proposal)

- 협단체에서 개최하는 행사에 대해 유치하고자 하는 국가나 도시를 대상으로 입찰에 응찰하는 제안서를 요청하는 공식문서를 말함. 국제행사 전체의 대략적이고 전체적인 내용과 제안서에 들어갈 내용, 선정기준 등의 내용이 포함되어 있음.

Ⅰ 개최요청서(call for bid, RFP :Request for Proposal) 구성내용

① 개요 (Introduction)

- 협단체 개요
- 전차대회 개요
- 개최행사 개요 및 구성
- 순회 정책 (Rotation Policy)

② 개최지 선정 조건 (Bid Requirements)

- 입찰 개요
- 유치신청 마감일
- 선정 프로세스
- 계약조건
- 유치조직의 역할
- 제출서류

③ 개최지 선정 방식 (Decision-making Criteria)

- 의사결정자 범위
- 개최지 선정을 위한 시간계획

④ 행사 전 (Before the Event)

- 항공료 할인, 지역조직위원회 구성, 프로시딩 등 인쇄물 제작, 홍보방안

⑤ 행사 중 (During the Event)

- 행사프로그램, 동반자 프로그램, F&B, 숙박, 수송, 기록물 관리, 포스트투어 등

⑥ 재무계획

- 손익계산서, 후원/협찬 유치 방안, 컨벤션부로 지원금 규모 등

■ 개최요청서(call for bid, RFP ;Request for Proposal) 분석

○ 유치 대상 단체에 대한 이해

- 유치 대상 국제회의를 담당하고 있는 조직의 설립 목적, 이념, 활동 상황 등에 대한 올바른 이해
- 본부 조직의 주요 인사(회장, 부회장, 이사, 사무국 등) 정보 파악 및 의사결정 구조를 이해

○ 전차대회에 대한 이해

- 적어도 최근 5회까지 행사의 참가자 규모, 회의 규모, 회의 주제 및 목표, 추진방향, 결과 등에 대한 정성적, 정략적 내용을 분석해야 함.
- 전차대회 개최지역 국가 및 도시, 개최시설 등을 조사하여야 하며 이를 통해 개최지의 패턴, 도시이미지 성향 등을 파악할 수 있음.

○ 참가자 규모 및 특성 파악

- 총참가자 수뿐만 아니라 등록참가자 수, 연사, 기조연설자, 운영인력, 개폐회식 참가 인원, 연회 참가인원 등 세부 행사별 참여 인원을 파악
- 산업군, 직위, 참가비 조달방식 등을 비롯하여 동반자 여부, 채식주의자, 할랄, 이슬람 등 종교적 기호 등

○ 장소사용 규모 파악

- 개폐회식 규모, 분과회의 동시개최 수, 연사 대기실 등 행사별 필요시설 규모를 정확하게 파악해야 하면 본부 사무국에서 필요한 공간이 있는지 등도 파악
- 환영·환송 만찬 등 연회행사 공간 크기와 특징 등

○ 예산규모 파악

- 등록비, 할인 정책, 학생, 동반자 등 등록 유형, 무료 등록자 규정 등 확인
- 전체 초청 연사를 파악하고 등급별로 연사 초청 조건 및 소요 경비, 숙박, 항공편 제공 조건 등 확인
- 등급별 숙박 사용 규모, 무료 숙박 제공 규모, 장애인에 대한 배려 등을 고려
- 본부에 지급해야 할 수수료 조건, 협찬·후원 프로그램 등을 파악

○ 정서적 특성 파악

- 본부 또는 행사가 표방하는 목표나 참가자들이 선호하는 프로그램, 식음료 메뉴, 출입국 비자 필요 여부 등에 대해서도 고려

나. 국내 개최역량 조사

- 본부에서 제시한 제안 요건을 바탕으로 우리나라의 국가, 도시 경쟁력을 비롯하여 경쟁국과의 위치 등을 통해 유치에 나설 것인지 파악하는 단계

Ⅰ 외부 환경 분석

○ 기회·위협 요인 (Opportunities/Threats)

- 유치하고자 하는 국가, 도시 차원의 분석으로 환율, 물가, 정치적 안정성, 테러 위험, 세계경제 주요 이슈 등의 관점에서 우리나라가 갖는 상황 파악
- ICT 강국, 오랜 역사, 한류 등은 기회 요인이고 남북한 대치상황, 최근 불안한 정치 상황 등은 위협요인으로 분석할 수 있음.

Ⅰ 내부 강·약점 분석

○ 강점/약점 (Strengths/Weakness)

- 유치하고자 하는 도시, 개최시설 및 지역 협단체(지역조직위원회) 등이 가진 강점과 약점을 분석하는 것
- 낮은 범죄율, 환대 분위기, 국제회의 개최경험 등은 강점으로 비싼 물가, 제한된 숙박시설, 교통체증 등은 약점으로 고려될 수 있음.

Ⅰ 개최시설 검토 프로세스

- 회의장 사용예산 추정 → 회의장이 갖추어야 할 항목 리스트 작성(접근성, 안전성, 수용 가능한 회의시설, AV 시설, 식음료 시설, 회의개최 경험, 숙박시설, 관광매력도, 전시시설 등) → 회의조건을 갖춘 모든 회의장의 목록을 작성 → 후보 회의장을 10개로 축소 → 사전 점검을 위해 후보 회의장 담당자와 전화 상담 → 후보 회의장을 3개로 축소 → 후보 회의장 답사 → 가격, 시설, 제공 서비스 등에 대해 협상 → 심사위원회 심사를 거쳐 장소 최종확정 → 계약서 교환 및 예약금 지급 → 회의장 사용계획안 작성

Ⅰ 회의시설 검토기준

- 개최지와 행사 운영의 적합성 여부 (도심지 또는 휴양지)
- 예상 참가인원 수용에 적합한 행사장 시설의 유무
- 교통상의 문제점 유무
- 회의장 및 숙박시설의 적합성
- 국제행사 경험 실적 여부
- 관광측면의 매력 유무

다. 유치가능성 검토

- 전차대회 분석을 통해 지리적 안배 여부 파악
 - 대륙별 혹은 국가별로 순환하여 개최하는 회의는 개최할 순번인가를 먼저 고려
 - 불가피한 사유로 순환개최 할 수 없는 상황인 경우 상황을 정확하게 파악하여 개최 가능성 검토
- 국제회의 개최요청서 상의 유치조건과 국내 현황과 비교 검토
 - 국제본부에서 요구하는 행사 규모, 회의 내용 등을 자세히 검토하고 한국으로 유치 시 예상되는 참가자 수를 예측하여 국내에서 수용 가능할 시설 등을 조사해서 개최 가능 여부, 타당성 등을 검토하는 과정임.
 - 참가자 수가 대규모 국제회의인 경우 전체 수용인원 또는 요구 면적 등에 대한 조건도 면밀하게 살펴보아야 함.
 - 또한, 때에 따라 행사 개최에 따른 수지분석에 대한 자료를 요구하는 본부도 있으나 그렇지 않을 경우에도 행사 유치에 따른 손익계산은 필요함.
- 적극적인 국제기구 활동 및 공헌 여부에 대한 파악
 - 동일 인사가 지속해서 참가하여 이사회 등 각종 위원회 활동을 해 온 사람이 있는지를 파악
 - 본부 위원 개개인과 개인의 친분이 구축되어 있는지를 확인
 - 메인 행사뿐 아니라 연회, 커피브레이크 등 사교 행사에도 적극적으로 참여 여부
 - 각종 논문발표, 행사 스폰 등 국제기구에 공헌했는지 여부

- 개최요청서에서 언급하지 않는 각종 정치적, 사회문화적 상황 고려
 - 국내로 유치했을 때 발생 가능한 위기, 즉 정치적 상황, 출입국 문제, 메르스/AI 등 보건문제 등에 대한 대처방안에 대해 다각적인 검토 필요
 - 유치 경쟁국의 장단점을 비교분석을 하여 단점을 보완할 수 있는 방안 모색
- 단독 후보가 아닐 경우 경쟁국의 장단점 파악
 - 경쟁 후보 국가들의 강점, 약점을 분석하고 가능하면 국가적 차원에서 지원사항까지 파악
 - 경쟁국과의 비교를 통해 강점은 더욱 강하게, 약점은 보완하는 전략을 수립

[표4-7] 유치조건 및 타당성 검토요건

항목	체크 포인트	고려사항
유치조건 <i>인후보 조건 내용</i>		
- 회의규모	과거 국제회의 참가자 규모	연도별 참가자 수 파악
	회의 규모, 성격에 맞는 장소	컨벤션센터/호텔/대학교
	회의에 필요한 전문장비 보유	통역시설, 화상회의 등
- 개최시기	참가율을 높일 수 있는 시기	국제본부와의 의견 조율 필요
	관광 및 숙박 성수기/비수기	그 기간 동안의 날씨 등
	유사성격의 회의와의 일정 고려	학회는 방학 중 선호
- 숙박시설	행사장과의 거리	
	다양한 수준의 호텔 확보 가능성	수용규모, 객실료 등
- 교통	행사장, 공항, 호텔 간의 이동성	이동수단 검토
- 문화/프로그램	관광자원, 문화자원	역사유적지, 박물관 등
	산업시찰 가능여부	참가자들이 흥미로워할 곳
개최역량		
- 주최측 조직력	과거 국제회의 개최실적	유사행사 실적
	해외에 영향력 있는 국내 위원	유치, 연사섭외 등에서 영향력 필요
	개최확정시 해외 프로모션 계획	
	국내 동원 가능한 참가자 수	
- 예산 계획	우수한 인적자원 확보 가능여부	
	전차대회 참가자 및 수지분석	
	추정예산을 통한 수지분석	개최조건 검토 시 중요 사항
	등록비 이외의 수입확보 방안	
기타		
- 출입국	참가자 비자, 출입국상 문제	정치, 사회, 보건 상황 고려
- VIP	VIP 영접, 경호 문제	의전사안 확인 필요
	국내 VIP 행사 참석 문제	소관부처와 협의
- 유치 경쟁국과의 장단점 비교		

3. 유치 방침 결정

- 국제회의의 유치를 진행할 것인지에 대한 판단은 국내 단체의 이사회 또는 총회를 통해 이루어지며 정부 부처, 유치 지원기관, 국제회의 산업 업체 등과 유기적으로 협의하여 진행
 - 필요시, 유치조직위원회를 구성하여 분과 또는 위원회별로 역할을 분담하여 진행할 필요가 있음.

[표4-8] 유치방침 결정



가. 국내 단체 유치의사 확정

- 이사회 혹은 총회를 소집하여 필요한 회의를 통해 국내 유치에 대한 의사 결정

나. 정부/유관기관 협의

- 정부 내 소관 부처와의 협의
 - 유치 시 예상되는 문제점, 협조사항 등을 고려하여 관계기관과 긴밀한 사전 협의 후, 대회 유치 방침을 결정
- 관련 조직과의 협의
 - 개최도시 지방자치단체 및 관광공사(컨벤션부로)와 지원 및 협조사항 협의
 - 관련된 학회, 협회와 협의를 통해서 상호 협조할 수 있는 사항을 협의하여 회의 참가자 확대가 가능한지와 홍보, 후원 등 지원 가능 여부를 확인
- 회의 개최 관련 기관, 업계와 협의
 - 회의시설, 호텔, 항공사, 여행사 및 PCO 등 관련 업계와 의견교환을 통해서 충분한 사전검토를 해야 함.

다. 유치준비위원회 조직

- 위원회 조직 시기
 - 국내 관계자가 입후보 의사를 결정하고 정식으로 입후보할 때 즈음하여 유치준비위원회를 발족시킴.
 - 입후보 결과, 개최가 결정되면 유치준비위원회는 최고의사결정기관인 '조직위원회'로 개칭되며 동시에 개최준비를 위한 사무국이 설치됨.
 - 특수한 경우나 사무국 업무가 과중할 경우, 그 밖의 이유로 사무국 설치가 곤란한 경우 국제회의기획업체에 업무를 일부 또는 전면적으로 위탁할 수 있음.
- 위원회 조직 구성
 - 사무국은 실무를 담당하는 중요한 역할을 수행
 - 조직위원장, 사무국장 등은 신뢰할 수 있는 인물을 뽑는 것이 중요
 - 빠른 시기에 조직위원회 운영 요강과 회의규정 등을 수립해 놓는 것도 중요
- 위원 선정 및 역할
 - 유치관련 의사결정권자, 국제 업무 관련 책임자, 본부와 네트워크를 가지고 있는 인사, 재정 관련 업무 책임자 등을 위원으로 선정

-
- 유치를 위한 조직으로 결정권자와 접촉 및 유치 의사 전달, 개최요건 검토 및 수용방안 도출, 정부 및 관련 기관의 지원 획득 등의 역할을 함.

□ 유치 자금 확보

■ 관련 지원기관을 이용한 자금 확보

- 한국관광공사, 개최장소를 확정된 도시의 자자체, 컨벤션뷰로, 컨벤션센터 등의 지원제도를 활용하여 유치 자금 확보
- 단, 지원제도의 경우 자금집행에 관한 제한 사항이나 개최 장소의 확정과 같은 단서 조항이 있는 경우가 많으므로 이를 숙지하고 사용하는 것이 필요

■ 국내 소속 협회나 학회의 재원 활용

- 국내 협회나 학회의 예산에 유치를 위한 자금을 사전에 배정하여 이를 활용
- 유치 후에는 별도의 예산 계획을 수립하고 유치 자금을 이에 반영하여 협회나 학회에 보전하는 형태를 취하기도 함.

■ 국내 회원의 특별회비를 이용한 자금 확보

- 국내 협회나 학회의 예산 사정이 여의치 않은 경우에는 회원들로부터 특별회비를 징수하여 유치를 위한 활동 재원으로 활용
- 국제회의 개최 시 국내 회원에 대한 등록비 할인이나 별도의 혜택을 부여하는 방안 등을 통해서 이를 보전

제3절 유치의사 표명단계 세부업무

1. 유치의향서(Letter of Intent) 제출

- 국내 개최를 희망한다는 유치제안서 제출 이전의 공식적인 의사를 표명하는 것으로 지역단체의 개최역량, 국내 개최 시 이점 등을 서술형으로 풀어쓴 서신 형태
 - 서신의 분량을 제한하기도 하며 반드시 포함해야 할 내용에 대해 유치요청서에 표기하기도 함.

- 주요 내용
 - ① 주관 단체장 명의의 유치 표명 서신
 - 유치를 희망하는 후보 국가의 정부 기구, 협회, 학회 등의 책임자 명의의 유치 의사를 표시한 서한
 - ② 정부 소관 부처의 지지 서한
 - 유치를 희망하는 회의와 관련 중앙 정부 또는 회의 개최를 예정하고 있는 지방 정부의 최고 행정 책임자가 유치 및 개최에 따른 전폭적인 지원과 지지를 아끼지 않는다는 취지의 의사 표시
 - ③ 세계 본부의 요구 사항(시설, 조직, 재정 등)의 수용 가능 내용 기술
 - 개최를 지원하는 후보 도시가 유치의 대상이 되는 회의를 수용하기에 충분한 시설과 여건, 매력을 가지고 있다는 내용을 포함

- 주의사항
 - 영어 등 본부가 요구하는 공식 언어로 작성해야 함.

[표4-9] 본부 유치의향서 작성 가이드라인 사례

GUIDELINES TO PREPARE A LETTER OF INTENT TO HOST THE 2021 EUROTOX CONGRESS

1.The annual EUROTOX Congress is hosted by one of the EUROTOX Member Societies.

2.Letters of intent must be made to the General-Secretary of EUROTOX, for consideration by the Executive Committee five (5) years in advance of the proposed date of the congress.

3.The Business Council upon a proposal of the Executive Committee takes the final decision on the location of the Congress.

4.Letters of intent (maximum of four pages) must contain the following information: Brief overview of the member society organising the congress (number of members, executive board, general structure, etc.)

- Agreement to work with the core PCO K.I.T. Group GmbH.
- Agreement to comply with EUROTOX's regulations as indicated in ANNEX
- Proposal of location and facilities (e.g. congress centre, university, etc.) to hold the congress.
- The proposed date of the congress. EUROTOX congresses are 3½ day meetings (Sunday thru Wednesday) normally held from early September to late October. Alternative dates based on clearly supported specific country requirements will be considered.
- A brief description of relevant and tangible benefits foreseen to the member society and key stakeholders in the geographic area hosting the congress, in particular:
 - Summary and goals of the event
 - Outreach by the member society to toxicologists in the geographic area/region
 - The probable impact of holding the congress in the geographic area/region, including strategic elements how the congress can help to facilitate scientific interchanges among toxicologists, scientific partners and key stakeholders, as well as promote professional and education development.

The Executive Committee will evaluate all submissions and select the proposal(s) for ratification by the Business Council. In reviewing the submissions, the Executive Committee considers not only scientific and organisational issues, but also the history of the previous congresses, particularly their geographical distribution.

Selected societies will be invited to present their bids during the annual Business Council meeting. Delegates will have five minutes and a maximum of 3 slides to present their bids.

Once the final venue has been selected, the member society will begin to draft a final, more detailed proposal under the coordination and guidance of the core PCO, and following the operation guidelines.

**Letter of intent should be sent to the EUROTOX Secretary-General via email
secretariat@eurotox.com by JANUARY 30, 2016.**

I 서신(Letter) 형식

- 풀-블록 형식(Full-block form)
 - 서신의 모든 구성 요소들을 왼쪽 마진(left margin)에 맞추어 타이핑하는 서식으로서, 서신 작성이 간편하며 간결하고 현대적인 느낌을 주기 때문에 요즘은 거의 이 형식을 쓰고 있음.

[표4-10] 풀-블록 서신 형식 가이드라인 사례

Korea Local Authorities Foundation for International Relations Room 720, Royal Bldg, . 5 Dangju - dong, Jongno - gu . Seoul, Korea Tel : + 82-2-2170-6098 . Fax : +82-2-737-8970 . E-mail : klafir@klafir.or.kr	
(2줄) August 24, 2004 [일시, Dateline]	
(2줄) Consul General [수신인 성명, 직위, 주소, Inside address] 2727 S. Main St. New York, New York 1212]	
U.S.A	
(1줄) Dear Sir or Madam,	[서두인사, Salutation]
(1줄) I hope this letter finds you well.	[본문, Body]
(1줄) I've always had an interest in developing a close relationship with one of the local governments in your country.	
(1줄) I would much appreciate it if you recommend one local government which has high motivation of international relationship and send me some information in regard with your recommendation.	
(1줄) Pleas find the enclosed general information on our organization.	
(1줄) Thank you for your cooperation. I look forward to hearing from you.	
(1줄) Sincerely yours,	[맺음인사, Complimentary close]
(4줄) (서명) Gil-dong Hong [발신인 성명, Typed Name] President [직위, Title]	
Enclosure [동봉물 표시]	

○ 수직식(Blocked form)

- 모든 단락(paragraph)의 시작을 왼쪽 마진(left margin)에 맞추어 타이핑하는 것으로 dateline, complimentary close 및 signature block은 편지지 중앙이나 중앙으로부터 다섯 칸 우측에서 시작

[표4-11] 수직식 서신 형식 가이드라인 사례

[머리글, Letterhead]	
(2줄)	November 14, 2004 [일시, Dateline]
(2줄)	Honorable Mayor Villenue, [수신인 성명, 직위, 주소, Inside address] 225 Main Street Boston, Massachusetts U.S.A.
(1줄)	Dear Mayor Villenue, [서두인사, Salutation]
(1줄)	It is my great honor to write to you personally. I have been following your great leadership which has greatly contributed to the development of your city. [본문, Body]
(1줄)	Since we have enjoyed a good sister city relationship for the past few years, it would be a great pleasure if you personally visit to my city to share and discuss ways to further enhance our relationship for the benefits of the citizens of both cities.
(1줄)	Best wishes, and I look forward to meeting you in Korea soon.
(1줄)	Sincerely yours, [맺음인사, Complimentary close]
	(4줄)
	(서명)
	Gil-dong Hong [발신인 성명, Typed Name] Mayor [직위, Title]

○ 절충식(Semi-blocked Form)

- 두부(heading)와 수신인의 성명과 주소(inside address)는 수직식(blocked form)으로 쓰고, 본문은 각 단락(paragraph)의 첫 글자를 왼쪽 마진(left margin)에서 다섯 자를 띄고 시작
- 절충식은 보기가 좋고 본문의 각 단락을 쉽게 알아볼 수 있음. 이 방법은 영국 및 미국에서 다 같이 잘 쓰는 방법

[표4-12] 절충식 서신 형식 가이드라인 사례

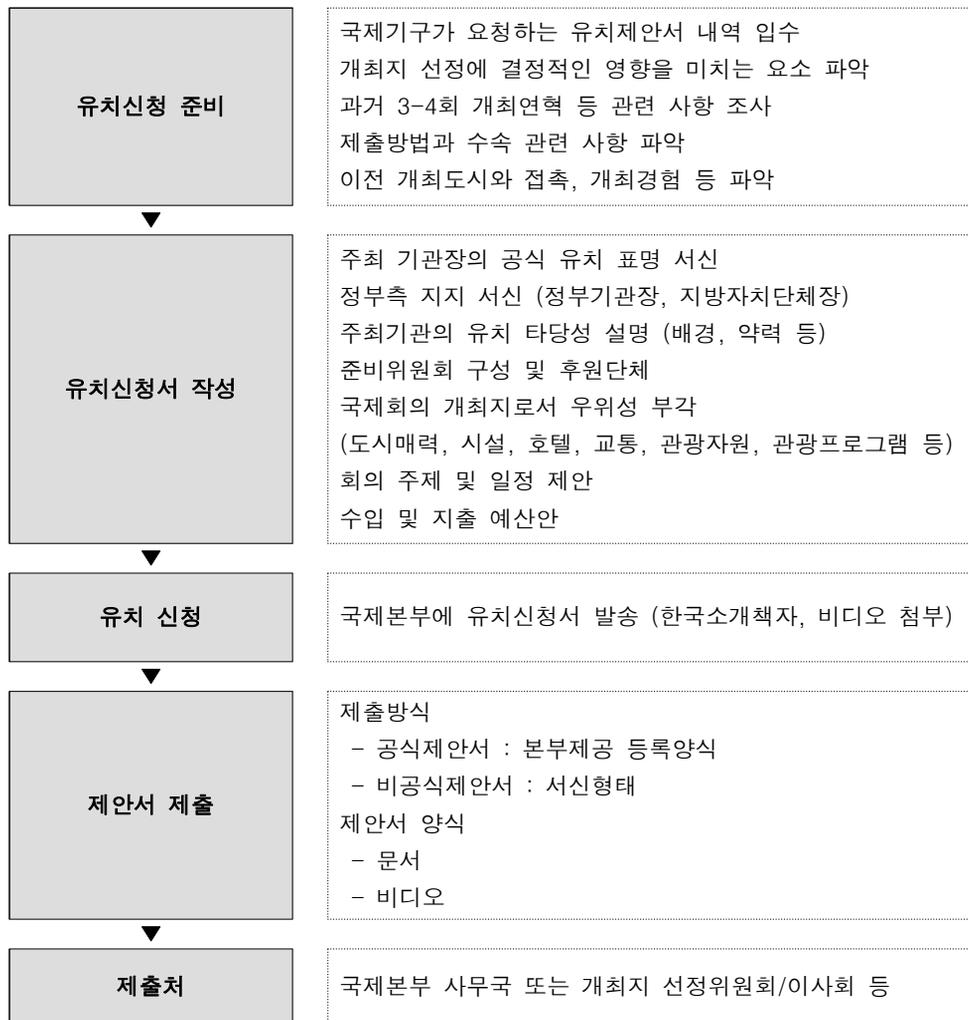
[머리글, Letterhead]	
(2줄)	October 13, 2004 [일시, Dateline]
(2줄)	Mr. David Hanson, [수신인 성명, 직위, 주소, Inside address] 225 Washington Street Washington D.C. U.S.A.
(1줄)	Dear Mr. David, [서두인사, Salutation]
(1줄)	Thank you for sending your wonderful gift. It will be used wisely for the purpose of enhancing relationship between the two organizations. [본문, Body]
(1줄)	Your continuing effort will contribute greatly in developing more close relationship between the two cities as well as two nations.
(1줄)	I look forward meeting you soon and best wishes for your health and well-being.
(1줄)	Sincerely yours, [맺음인사, Complimentary close]
	(4줄) (서명)
	Gil-dong Hong [발신인 성명, Typed Name] Mayor [직위, Title]

2. 유치제안서(Bidding Paper) 제출

□ 유치제안서

- 지역단체에서 국제회의의 국내로의 유치를 결정한 후 본부에 공식적인 서류를 제출하는 과정
- 제안서는 개최하고자 하는 지역의 열의와 의지를 보여줄 수 있는 공식적인 첫인상으로 치밀하고 전략적인 자료 준비가 요구됨.

□ 유치제안서 제출 프로세스



□ 유치제안서 포함 내용

Ⅰ 공식 유치 신청 서한

① 유치 단체장 서한

- 유치를 희망하는 해당 단체가 열의를 가지고 유치를 위해 준비하고 있으며 회원들의 적극적인 협조로 성공적인 개최를 확신하고 있다는 내용으로 작성

② 관련 정부 부처의 최고 책임자

- 해당 회의의 유치를 환영하며 개최지로 선정되는 경우에 많은 관심을 가지고 있으며, 기반 시설의 사용이나 관련되는 사항에 대해 적극적인 협조를 아끼지 않겠다는 내용으로 작성

③ 개최 자치 단체의 장

- 유치 희망 도시의 개최를 환영하며 개최 시 필요한 적절한 행정, 재정적인 지원에 최선을 다하겠다는 내용으로 구성

④ 개최 예정 회의 시설대표

- 회의시설의 제공 및 관련 부대 서비스에 만전을 기하겠다는 내용으로 작성

Ⅰ 개최 국가 및 도시에 관한 소개

① 개최국에 관한 소개

- 유치를 희망하는 회의와 관련하여 개최국의 일반적인 소개와 개최 적합성, 우수함 등을 홍보하는 구성

② 개최 도시에 관한 소개

- 개최 도시가 가지고 있는 매력, 주민들의 환대 분위기, 일반 정보 등을 수록

Ⅰ 회의 개요

① 회의 개최 시기 및 기간

- 일반적으로 개최되었던 전차 대회들의 개최 시기에 대한 관례에 따라 정해짐.
- 휴가철, 대규모 참가 예상 지역의 연휴, 세무 신고 기간, 업무적으로 바쁜 기간

- 등을 제외한 참가 대상자들이 선호하는 기간을 우선 고려
- 개최 시기 및 기간을 결정할 때에는 숙박시설 및 회의장 사용률, 시설 운영에 따른 부대비용의 계절적 요인, 방학, 관광 및 견학프로그램 운영의 효율성, 지역의 축제 등을 부가적으로 고려

② 개최 도시 및 회의장

- 개최 후보 도시의 접근성, 교통편, 취항 항공사 및 편수 등을 포함한 항공편, 쇼핑, 레크리에이션 및 관광 등에 대한 자세한 정보를 기술
- 행사장은 학술행사, 회의, 부대행사 및 전시회를 위한 공간을 충분히 보유하고 있음을 보여주어야 함.
- 불가피하게 하나의 행사장으로 소화할 수 없는 경우에는 인근의 다른 행사장과 연계할 위한 효율적인 대책을 제시
- 전체적으로 행사장의 도면, 그래픽 자료, 기존에 개최된 유사 성격과 규모의 행사 장면 등이 들어있는 사진을 넣어서 이해를 돕는 것도 좋은 방법

③ 숙박시설

- 회의장을 중심으로 구역별, 이동 소요 시간별로 숙박시설의 등급과 가격대를 제시
- 참가자들의 다양한 요구를 충족시키기 위하여 여러 가격대의 다양한 형태의 숙박시설을 제시하는 것이 바람직하며 개최되었던 전차 대회의 숙박 시설과 비교하여 설득력 있게 보여주는 것도 좋음.
- 회의장 주변의 숙박 시설만으로 수용에 한계가 있는 경우 셔틀버스 운영 등 보완계획을 제시

④ 교통

- 참가자들의 대규모 이동을 위한 공항과 숙박 시설 간, 숙박시설과 회의장 간의 교통편을 제시
- 리무진 버스, 공항버스, 지하철, 버스, 택시 등 대중교통 정보도 언급해야 함.
- 셔틀버스 운행 계획을 첨부하면 신뢰를 강화할 수 있음.

⑤ 관광 및 견학 프로그램

- 한국 혹은 개최 지역이 가지고 있는 독특한 문화와 볼거리 프로그램을 준비
- 해당 회의의 관심 분야에 대한 관광이나 견학을 목적으로 하는 참가자를 위한 프로그램 제시

- 회의 참가자의 배우자와 자녀들을 위한 프로그램도 마련되어야 함.
- 해당 회의와 관련한 산업시찰, 테크니컬 투어 제안도 바람직

⑥ 추진 일정

- 개최 확정 후, 회의 개최 및 마무리 단계까지의 추진 일정을 주요 사안별로 제시하는 것도 좋음.

⑦ 재무 계획

- 경우에 따라 행사 개최에 따른 수입지출 계획표 작성을 요구하기도 함.
- 이때에는 등록비뿐만 아니라 협찬 및 후원금 확보 방안, 개최지원금 규모 등에 대해서도 상세하게 기술을 해야 할 필요가 있음.

⑧ 기타

- 유치 제안서는 유치 신청 국가 및 도시의 첫인상을 결정하는 중요한 의사 표시 수단이므로 시각적 요소인 디자인에도 신경을 써야 함.
- 참고할 수 있는 추가 자료로 회의장, 본부 호텔 예정 숙소의 안내 브로슈어 및 한국 문화 및 관광에 관한 안내 책자 등을 붙이기도 함.
- 한국관광공사 협조를 통하여 한국을 소개하는 동영상 제작, 상영하는 것도 좋은 효과를 기대할 수 있음.

□ 유치제안서 제출 방법 [개최의향서에서 확인]

- 공식제안서 (Bidding Document)
- 비공식제안서 (서신형태)

□ 유치제안서 제출처 [개최의향서에서 확인]

- 국제기구 사무국 (공식)
- 개최장소 결정권자 (이사, 개최지선정위원회 등)

□ 유치제안서 제출 시 고려요인

① 경쟁국의 동향 파악

- 유치 제안서를 제출한 경쟁국의 동향, 개최지, 회의시설, 지원내역 등을 파악

② 의사결정 조직 및 인사 성향

- 이사회 등 의사결정 조직의 현안 및 의사결정을 주도할 수 있는 인사를 확인하고 그들의 한국에 대한 개최성향 파악 필요

[표4-13] 유치제안서 포함 내용-예시

A. Organization

- Member responsible for the bid and the Congress
- Local Host Organization
- Members of the organizing committee
- Information about the previous experience in organizing large international meetings by yourself or the local organizing committee
- Information about the experience and expertise of the local organizing committee in developing and implementing a high-quality scientific program

program

- Proposed key dates:
 - Abstract submission open
 - Registration open
 - Abstract submission close
 - Author notification of abstract acceptance
 - Early bird and author registration deadline

Congress dates

- Proposed Conference Organization Company
- Concurrent/conjoint meetings

B. Location

- City, Country
- Proposed Congress venue
- Capacity of venue
- Transport
- Accommodation
- Visa requirements
- Health issues
- Social and local activities

C. Financial Aspects (Balance Sheet)

3. 유치지지 서신

- 유치의향서, 유치제안서와 더불어 국제행사를 유치하는데 관련된 정부 및 지자체의 장, 개최시설의 장, 업계 대표 등의 유치지지 서신을 받아 동봉하는 것도 필요
 - 유관 학회 및 협회의 기관장, 본부에서 위원, 임원을 맡은 주요 의사결정자의 서신을 첨부하면 좋음.
 - 서신은 간결하면서도 구체적이며 적극적인 의사를 표현하는 내용으로 함.

- 개최국의 결정은 국제기관에 따라 다르지만, 전차 회의의 회기 내에 행하여지는 이사회나 임원회에서 결정되는 경우가 많음.
 - 그 이전에 입후보 취지서와 기타 필요서류 등을 본부의 임원이나 필요하다고 생각되는 관계 장에게 제출하여 의사를 표시해 놓는 것이 중요

- 개최국의 정부관계자·지방자치단체의 장·한국관광공사 사장·관련학회장 등의 명의로 초청장을 보내는 것도 매우 유효
 - 개최 의의를 비롯하여 회의시설을 포함한 수용체제가 완비되어 있다는 것
 - 관광지로서 충분히 매력이 있는 나라임을 증명(문화유산, 자연경관, 쇼핑 등)
 - 정치정세가 안정되어 있으며, 기후 등 회의 개최 장소로서의 쾌적성의 확보가 가능하다는 것

- 정식적인 제출방법이나 절차는 국제기구본부의 결정에 따르며, 우리나라의 경우, 개최국으로서의 적합한 장점을 한국관광공사가 발행하고 있는 다음의 각종 한국 소개 인쇄물, 영상자료 등을 이용하여 홍보 병행

제4절 유치 활동단계 세부업무

- 유치 제안서를 제출했으면 본격적으로 국내로의 유치를 위한 적극적인 활동을 전개해야 하며, 국내 유관단체와의 협력을 통해 유사 행사 시 국제행사 유치에 대한 정보를 공유하고 협력을 도모
- 해외 유관 행사, 본부 주관의 다른 행사 등에 적극적으로 참가하며 유치 의사를 표명해야 함. 필요시 한국 홍보관을 운영하고 만찬, 커피브레이크 등의 후원을 통해 Korean Night(한국의 밤) 등을 운영할 필요가 있음.
- 최근에는 홈페이지, SNS 등의 온라인 홍보활동도 병행하여 한국으로 유치하고자 하는 의사를 적극적으로 홍보할 필요가 있음.

Ⅰ 유치활동 계획 수립

□ 국내외 관련 인사 파악 및 협조 요청

- ① 협조 요청 서한 또는 메일 발송 요청
 - 개최지 의사 결정권자들에게 개별적으로 협조요청 서한 발송
- ② 협조 가능 네트워크 확인 및 지원 요청
 - 국내 회원 중 국제 본부 임원 역임한 적이 있거나 친분이 있는 회원이 지원해주도록 협조를 요청
- ③ 핵심 인사 초청 및 순회 방문
 - 의사결정에 중요한 인사들을 한국에 초청하거나 해당 국가를 직접 방문하여 대면 협조를 요청할 수도 있음.
- ④ 주요 인사들에 대한 기념품 전달
 - 초청이나 방문 시 협조를 구하는 상대의 역할과 위치에 따라 적절한 기념품 전달하는 것이 좋음.

□ 정부 및 관련 단체와의 협조 계획 수립 및 실행

- ① 공공기관의 해외 네트워크 활용
 - 외교부, 한국관광공사, 코트라 등을 통하여 대사관 또는 해외 지사에 국내 유치 의사 및 필요성을 알리고 유치 활동에 협조를 요청
- ② 마케팅 활동 거점 활용
 - 해외에서 직접 유치활동을 진행할 경우 현지 지사의 지원을 받을 수 있음.

③ 관련 기관 및 조직과의 연계

- 해외 공관이나 지사에서 의사 결정권자를 파악하여 유치지 활동 지원을 받을 수도 있음.

1. 홍보부스 운영

- 이사회나 총회 개최 시 한국 홍보 부스를 마련하여 각종 한국 소개 자료, 기념품 등을 배포하는 활동

□ 홍보부스 운영 계획

- 국제본부 혹은 해당 행사 주관기관에 문의하여 홍보부스 공간을 임대하여 운영
- 부스장치물이 포함 또는 불포함 여부를 주관기관에 확인
- 주관기관에서 부스장치물이 포함될 경우에는 부스장치물에 부착할 수 있는 배너, 포스터 등을 준비
- 불포함 항목이 있으면 홍보부스 장치설치가 가능한 업체를 선정하여 진행해야 함
- 가능한 한국적 이미지를 형상화하여 부스를 꾸밀 수 있도록 준비해야 함.

□ 홍보부스 준비사항

- 한국에 대한 각종 소개자료 (한국관광공사 또는 지자체 제공)
- 회의시설 자료
- 기념품
- AV장비
- 홍보동영상
- 국제회의가 왜 한국에 유치되어야 하는지에 대해 설명 가능한 인력 배치



한국 홍보관 운영 사례



홍보관 배포물 예시

2. Korean Night(한국의 밤) 개최

- Korean Night란 유관 국제회의에서 오찬 또는 만찬 후원을 통해 한국의 문화를 소개할 수 있는 시간을 갖는 것으로 국제회의를 한국으로 유치하고자 하는 의지와 개최역량이 포함된 비디오품 상영, 국악, 비보이 등 한국 공연, 한국문화 체험 프로그램 운영 등이 있음.

□ 한국의 밤 개최 계획

- 주로 오만찬의 형태로 본부 주관의 국제행사(이사회, 총회 등) 중에 포함하여 개최할 수도 있으며 별도로 행사를 기획하여 진행할 수도 있음.
- 한국관광공사, 지자체 CVB와 유치 지원금 사용 가능 항목으로 협의해서 진행

구분	세부 내용
행사 일시	본부행사 중 포함시키려면 본부 주관기관과 협의 필요 자체 행사로 진행하기 위해서는 유치하고자 하는 국제행사와 겹치거나 별도로 진행할 필요
행사 장소	본부 주관 행사 개최지 또는 그 인근
주최/주관	유치준비위원회, 관련 정부 및 지자체 등
참가대상	개최지 결정에 영향을 미치는 주요 의사결정자들
행사구성(안)	환영사, 축사, 건배사 한국에 대한 유치 설명회, 한국소개 발표 한국 문화를 보여줄 수 있는 축하공연 오/만찬 (필요 시, 한식, 전통주류, 디저트류 등을 제공할 수 있음)

□ 한국의 밤 행사 사진(안)



한국의 밤 운영 사례

3. 방한 답사

- 국제본부 내 현장 답사단을 구성하여 개최지에 대해 현장 실사를 진행하는 과정으로 국내단체에서 주요 의사 결정권자를 초청하여 현장을 보여주는 방식 모두 포함

□ 방한 답사 준비

- 일반적으로 개최지 결정에 기본 요건이 충족하였는지를 판단하게 되므로 답사단에 개최지의 요건이 충족하고 있음을 충분히 보여 줄 수 있도록 계획을 수립
- 일반적으로 답사단이 충분하지 않기 때문에 짧은 시간 동안 효율적으로 방문일정과 협의할 수 있는 시간이 되도록 준비해야 함.

[표4-14] 현장 답사 준비개요

구 분	세부 내용
답사목적	<ul style="list-style-type: none"> - 제안서 내용의 진위여부 심사 - 관련 기관과의 협조 여부 점검(CVB, NTO, 정부/지자체) - 시설확인: 회의시설, 숙박시설, 교통 등
준비사항	<ul style="list-style-type: none"> - 회의 준비계획 전반에 관한 프레젠테이션 - 회의장, 숙박시설 답사 - 주요 관광지 답사 - 국내 유관인사 면담
비용처리 및 선물	<ul style="list-style-type: none"> - 관례상 주최기관이 부담 (단, 국제본부와 사전 협의 필요) - 과도한 비용부담, 선물 등은 부정적 영향을 줌 - 사전에 지원 가능한 분야를 반드시 명시하여 통보 - 국제기구의 관례와 규정 준수
주요 전달사안	<ul style="list-style-type: none"> - 관련기관, 정부, 국민의 유치 열의 및 확고한 지지 - 회의시설, 보건/위생 및 안전에 대한 확신 - 국제기구 본부의 수익에 대한 자신감 부여

- 답사단은 본부 내 의사결정권자들의 성향이나 개최국 결정에 대한 분위기를 잘 알고 있으므로 유치에 관련한 정보를 수집할 수 있는 기회가 되기도 함.
- PCO, 여행사 등 전문기관과 협력하여 이동 및 의전이 완벽하도록 준비해야 함.

□ 답사 계획

- 답사 계획은 일정별로, 시간별로 상세하게 세우며 오찬, 만찬의 경우 실제 계획하고 있는 메뉴나 프로그램의 약식으로 운영하도록 함.
- 현장답사 계획이 수립되면 계획에 따라 방문 동선의 효율성, 방문 목적지 목록에 포함된 지역, 기관, 단체 및 시설 등과 충분한 시간을 가지고 협조하고 해당 목적지 방문 시 행동계획, 주요 관심사항, 필요하면 답변 요령 등에 대해서도 미리 협의하는 것이 좋음.

세계 00 대회 유치를 위한 방한 답사단 일정 사례

I. 행사개요

1. 행사명:
2. 행사예정일:
3. 개최주기:
4. 예상 참가 인원:
 - 총 참석인원:
 - 등록:
 - 전시:
 - 기자단:
5. 경쟁국
 -
6. Site Inspection 답사단 서울 방문 기간:
7. 답사단 구성
 -
 -
 -

II. Inspection 내역 및 회의 내용

1일차

행사명	시간	내용
공식회의	16:00 ~ 18:00	<ul style="list-style-type: none">• 세계본부측 인사 및 답사 계획 설명• 국내협회 및 PCO 준비사항 브리핑• 회의시설 Site tour
저녁 만찬	18:00 ~ 21:30	

2일차

행사명	시간	내용
Hotel site tour	9:00 ~ 12:00	<ul style="list-style-type: none"> 5성급 호텔에서 경제적인 가격대의 호텔까지 다양한 호텔을 사전 섭외
Industrial site 견학 및 점심식사	12:30 ~ 14:00	
한강유람선 시승	14:00 ~ 16:00	
Industrial site 견학	17:00 ~ 18:00	<ul style="list-style-type: none"> 세계본부에 유치희망 국가의 산업의 발전 정도 과시와 회의 유치 시 지원에 대한 의사 피력
관련 기업 대표 초청만찬	18:30 ~ 20:30	
회의 개최 시설과의 회의	21:00 ~ 23:00	<ul style="list-style-type: none"> 회의실 및 전시장 임대료 이외의 비용에 대한 질의와 답변 행사장의 대규모 사용에 따른 임대료 할인 PCO로서 재정적 지원 및 제공 서비스에 대한 확인

3일차

행사명	시간	내용
유치준비위원장 주최 오찬	12:00 ~ 13:30	
Site Tour	14:00 ~ 18:00	<ul style="list-style-type: none"> 예술의 전당, 경기장, 미술관 등 연회나 부대행사에 사용할 수 있는 장소 답사
한국 전통공연 관람	19:00 ~ 22:00	

4일차

행사명	시간	내용
Wrap-up 회의	8:30 ~ 10:00	<ul style="list-style-type: none"> 세계본부의 요청사항과 개최국의 상황과의 차이점 확인 및 보완방안 협의 유치에 성공하기 위해서 필요한 조인 청취 유치위원회뿐만 아니라 정부, 관련기업 등의 강력한 유치의사 전달 결정권자의 확인 및 이들에 대한 필요한 정보 획득 세계본부에 재정적으로 얼마나 기여하는지에 대한 내용 설명
공식항공사 방문	11:00 ~ 12:00	<ul style="list-style-type: none"> 공식항공사로서 세계본부에 기여할 수 있는 혜택에 대한 설명 세계본부 측에서는 전체 참가자에 대한 정보 제공
시장 방문	14:30 ~ 15:00	<ul style="list-style-type: none"> 시장 주최 문화의 밤 후원, 행사 광고 현판 지원 등 요청

□ 답사 현장 운영

- 답사단의 의견은 개최지 결정에 큰 영향을 미치므로 영접에서 영송까지 최선을 다해 준비해야 함.
- 전문가 그룹인 한국관광공사, CVB 및 PCO 등의 지원을 받도록 함.

[표4-15] 현장 답사 운영개요

필수 방문지	회의시설 숙박 시설 공항↔회의장↔호텔 간의 이동
관련 조직	유치준비위원회 국내 유관학회, 협회, 기업체 소관 정부부처, 지방자치단체 부처 한국관광공사, 지자체 CVB 회의시설 대표, PCO 등 유관기관장 기타 답사단이 요청하는 기관
영접계획	공항영접 답사일정 협의 주최측 영접자 확정 및 차량 수배

□ 개최지 선정 고려사항

- 회의 목표를 고려한 장소의 적합성
- 회의 형식과 개최 장소의 부합성
- 물리적 요구 사항 충족도
 - 선호날짜
 - 참가자 편의
 - 객실의 다양성 및 가격 적정성
 - 회의장 적합성
 - 식음행사 적합성
 - 전시 공간 적합성
- 참가자의 전반적인 만족 수준

4. 로비활동 등

- 국내 단체, 해외조직망, 대사관 등을 통해 개최지 결정권자를 대상으로 개별 접촉하여 한국의 유치의향, 준비상황을 브리핑하는 등 대인적 홍보활동을 하는 것

□ 활동 내용

- 주체 : 국내 단체, 공사 해외조직망, 대사관, 영사관 등
- 대상 : 개최지 결정권자
- 내용 : 개별 접촉 홍보활동, 기념품 전달, 한국 준비상황 브리핑 등

[표4-16] 대상별 로비활동

대 상		방법
결정권자 접촉	국내 학회 및 협회 관련 인사	공식협조 요청 서한 발송 유치 지원 요청
	국제본부 임원 역임한 적 있는 인사	
	결정권자와 학연, 지연 친분이 있는 인사	
정부/공공기관 활용	외교부, 한국관광공사를 통해 결정권자 해당국가 대사관이나 해외지사에 유치의사 알리고 협조 요청	
관련기관 및 조직 연계	유관 협회 및 학회의 유력 인사 파악	

제5절 유치 확정단계 세부 업무

1. 최종 제안 프레젠테이션

- 최종 개최지가 결정되는 회의에 따라 공개, 비공개로 이루어지며 유치계획부터 의사표명, 활동에 이르는 일련의 과정에서의 마지막 단계

가. 제안발표 상황 분석

① 제안 발표 장소

- 이사회나 총회
- 유치 희망 개최지 방문

② 제안 발표 대상자

- 이사회 : 이사회 구성 임원들과 회의 개최 본부 내 책임자
- 총회 : 투표권을 가지고 있는 참가회원
- 유치 희망 개최지 방문 : 유치위원회 위원들이 유치 제안 후보 도시를 방문하여 제안 발표를 청취할 수도 있음.

③ 제안 발표 시간 : 10~20분

- 일정한 규칙은 없으나 통상적으로 10~20분이며 이후 질의응답이 이어지는 형태가 가장 많음.

④ 제안 발표 형태

- 일반적으로 파워포인트를 사용하며 파워포인트에는 글자보다 이해를 돕기 위한 시각적 그래픽 등을 많이 포함하여야 함.
- 개최도시, 회의시설 등의 이해를 위해 별도의 영상을 활용하기도 함.

⑤ 제안 발표자

- 유치하고자 하는 회의에 대한 이해도가 가장 높은 사람 중에서 단체장, 유치위원장 등 대표자
 - 국제본부에서 인지도가 높은 국내 인사
 - 지역 CVB 담당자, PCO 담당자, 전문 발표자(개최도시, 관광프로그램 등의 분야)
- ※ 1명이 전담으로 진행하기도 하고 위의 몇몇이 돌아가며 발표할 수도 있음.

나. 제안발표 내용

Ⅰ 주요 내용

- 짧은 발표에서 가장 강조되어야 할 내용은 본 개최지만의 차별화임. 이를 위해 정부 및 관계기관의 지원, 회의시설의 우수성, 도시의 안전성, 본국 개최를 통한 국제본부에의 기여도 등에 대해 전략적으로 설명해야 함.

□ 개최 후보지 특성에 따른 차별화

- 개최 후보지 회원 수: 경쟁 도시보다 많은 학회, 협회 등의 회원 수를 보유하고 있다면 충분히 강조할 필요
- 관련 산업의 발전 정도: 국내 산업이 충분히 발전하였다면 강조. 아직 미개발되었다면 국제회의의 유치를 통해 발전 가능성이 있음을 제시
- 회의 개최 경험: 주관 단체 혹은 도시의 다수 국제회의를 개최한 경험이 있다면 성공사례를 제시하는 것도 도움이 됨.
- 인접 국가 회원 수: 짧은 비행 거리 이내에 인접 국가의 회원 수를 언급, 그들에 대한 유치 방안에 대한 것도 서술

□ 정부 및 관련 기관 지원에 대한 언급

- 공식적인 지원프로그램과 더불어 별도의지지 서신 등의 문건을 바탕으로 정부 및 행정기관의 충분한 지원과 협조를 강조하는 것도 좋은 접근임

□ 인프라의 우수성

- 회의시설, 숙박시설 등의 인프라와 편리한 대중교통, 지역만이 가진 독특한 관광자원, 문화프로그램, 쇼핑 등을 언급하는 것도 필요

□ 기타

- 출입국 사항, 높은 치안 수준과 안전대책 등도 충분한 차별화 요인이 됨

Ⅱ 발표 준비 프로세스

- ① 발표장의 좌석 배열 파악한다.
- ② 장비를 설치한다.
- ③ 예행연습을 실시한다.
- ④ 발표도시 및 순서를 파악한다.
- ⑤ 심사위원을 파악한다.

2. 현장 운영

가. 최종 참가단 구성

□ 최종 참가단

- 개최지 결정에 대한 심사가 있는 행사에 참여하는 인원들로 개최지 유치에 필요한 위원장을 비롯한 실무진들로 구성
- 일반적으로 최종 프레젠테이션과 동시에 홍보부스 운영, 한국유치설명회 개최 등의 행사를 병행하기 때문에 필요한 인력이 많은 경우도 있음.
- 정부 및 행정기관장, 개최시설 담당자 등 많은 인원의 참가를 통해 국내로의 유치 의지를 표명하기도 함.

□ 방문 계획

- 유치를 추진해온 유치조직위원회 위원들로 구성하여 함께 이동하기도 하고 선발대를 조직하여 행사 이전에 행사장에서 홍보활동을 전개하도록 함.
- 업무별로 여러 개의 조로 나누어 이동하여 최종 선발전에 집결할 수도 있음.

나. 현장 계획 및 운영

□ 최종 발표 현장에서 운영 가능한 활동들에 대한 물품, 인력 준비 및 운영

- 홍보부스 운영, 한국유치설명회 개최, 최종 현장에서의 로비활동 등 지금까지 해온 유치 홍보활동을 동시에 이루어지기 때문에 기념품, 소개자료 등을 비롯한 홍보물을 여유 있게 준비
- 대표단, 실무진, 현장 도우미 등 다양한 인력을 구성하여 개최지 유치에 적극적으로 임하는 것이 중요
- 본 행사에 방해가 되지 않도록 홍보활동을 진행하는 것이 중요하며 너무 요란스럽거나 시끄러운 행위 등은 자제하도록 하는 것이 필요

□ 최종 발표 현장에서의 최종 발표 리허설 및 현장 상황 파악

- 수년간의 준비에 비하면 10~20분의 짧은 발표로 최종 결정이 되기 때문에 그만큼 철저한 발표준비가 중요
- 발표에 따른 AV 장비, 동영상 정상 작동 여부, 발표자료 작동 확인 등 현장에서의 확인은 필요하며 여러 명이 발표할 경우 이동 동선 체크 등도 필요
- 각 상황에 따른 플랜B(대체안)를 준비할 필요도 있음.

3. 개최지 결정

가. 국제본부와의 계약 체결

■ 본부와의 최종 의견 조율

- 국제본부의 요구 조건 확인 및 조율
 - 세계본부의 요구 조건을 모두 만족하게 하는 것이 이상적이나 유치국의 상황이 불가피한 경우가 발생할 수 있음.
 - 이러한 조건이 필수적인지 조정 가능한 것인지를 확인하여 해결할 방법 모색
- 정부 및 관련 조직 지원 확인
 - 최종 유치 확정 단계에서 유치단계에서 약속한 각종 지원사항이 있으면 이를 재확인
 - 관련 산업계 혹은 학회에서 지원하기로 한 사항에 관해 재확인

■ 본부의 개최 조건 재확인

- 회의 주제, 회의프로그램, 연사선정
 - 일반적으로 회의주제와 연사는 세계본부에서 결정하나 개최국의 참가자를 증대시키기 위하여 개최국이 선호하는 주제나 연사를 선정할 수 있으므로 세계본부와 내용을 협의
- 세계본부 임원 및 사무국 직원 대우 등
 - 유치국에서 세계본부 임원이나 사무국 직원에 대한 출장비, 사무국 운영비용 등을 부담하는 경우에는 인원, 대우, 책임 범위 등을 사전에 확인함.
- 통역언어, 행사장 사용 등
 - 회의에 사용되는 언어는 세계본부에 규정하고 있는 것이 일반적이나 해당 언어를 사용하는 참가자가 소수이어서 그 비용이 효용 대비 과다하게 소요되거나 개최국의 참가자에게 편의를 제공하기 위해서 개최국의 언어를 통역하거나 하는 것을 필요로 할 수 있는데 이러한 부분에 대한 사전협의를 필요함. 또한, 세계본부에서 필요로 하는 회의장 및 사무실이 개최장소의 사정과 부합되지 않는 경우에 이를 어떻게 해결할지를 사전에 확인함.

□ 개최국 주최 문화행사 및 부대행사

- 개최국의 문화를 알리고 개최지역 지역민들의 호응을 유도하기 위하여 지역민들과 참가자들이 함께하는 부대 행사를 개최하거나 개최지역의 문화를 소개하는 프로그램을 기획할 수 있으며 이러한 계획에 대하여 세계본부와 사전협의를 통해 이상 없이 개최될 수 있도록 하여야 함.

□ 계약체결

- 일반적으로 세계본부는 양식화된 계약서를 가지고 있으므로 이를 활용하면 되나 개최국마다 상황이 다르므로 이에 대한 사전 검토가 필요함.
- 세계본부와 개최지역 간의 권리와 책임 그리고 이에 따른 비용부담 측의 명시 등 세부적인 내용까지 기술되어 있는지 확인 필요
- 특히, 은행거래, 보험, 회계처리 방법, 초청인사와 연사들에 대한 비용 지급 방법 및 대우 수준 등 최종조율 내용과 세계본부와의 협의 과정에서 정리된 내용이 계약서에 명기되어 있는지를 확인하여야 함.

나. 잠정 예산 작성

- 세계본부와 공동으로 재정적 책임과 권한을 분담한 경우, 본부의 재정적 부담을 고려
- 정부나 관련 조직으로부터의 지원 고려 → 전체적인 예산 규모를 세계본부와 협의

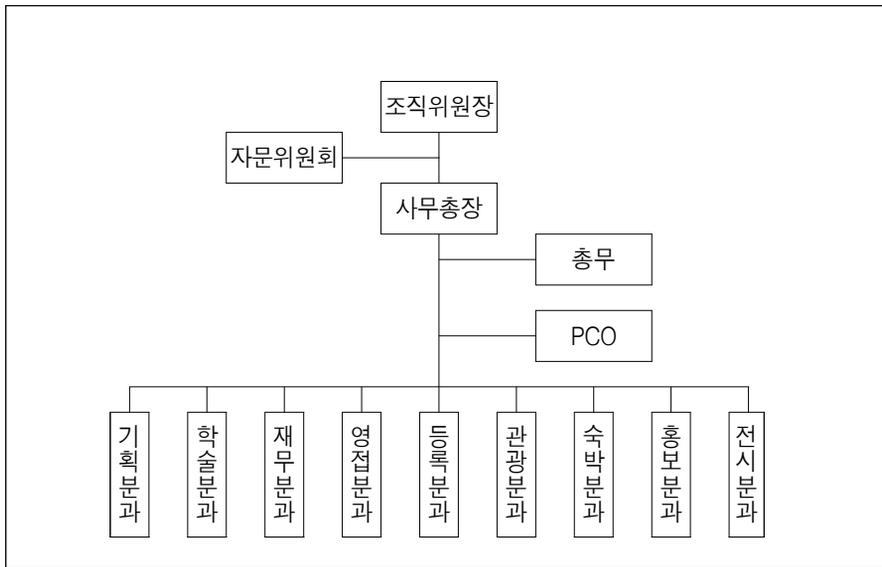
다. 조직위원회(Local Organizing Committee) 구성

- 유치가 확정되면 세계본부와의 원활한 연락을 취하면서 회의에 대한 모든 것을 준비하기 위한 조직위원회를 결성
- 회의는 해당 조직의 선례나 규정에 따라 진행하나 일반적으로 총회의 안건 및 개최에 대한 내용은 세계본부에서 전적으로 모든 것을 준비하고 실행하며 학술회의의 주제, 연사선정의 문제 등은 세계본부와 조직위원회 간에 협의를 통하여 준비하고, 부대 행사 등은 개최국 조직위원회에서 계획하고 진행함.

□ 조직위원회의 조직

- 행사 규모에 따라 10~20인이 적당하며 다양한 분야의 인물을 위촉하는 것이 좋음. 하지만 너무 바빠서 회의에 출석할 수 없는 인물이나 너무 많은 위원을 위촉하여 회의소집에 어려움이 발생하지 않도록 주의

- 조직위원회는 행사에 따라 인력구성에 차이가 있지만 보통 조직위원장, 부위원장 (사무총장), 자문(고문)위원, 조직위원으로 구성. 전문기획업체에 행사를 대행할 경우 회의 관련 준비 및 진행에 있어 모든 업무를 업체에서 맡고 주최 측은 조직위원장과 소수의 담당 책임자로 구성하는 경우도 있음.
- 조직위원회의 위원은 관련 단체, 기관 혹은 업계의 인사로 될 수 있는 대로 유사 행사의 경험이 있는 인물로 선정



[그림4-3] 조직위원회 조직도 예시



국제회의의 운영 트렌드

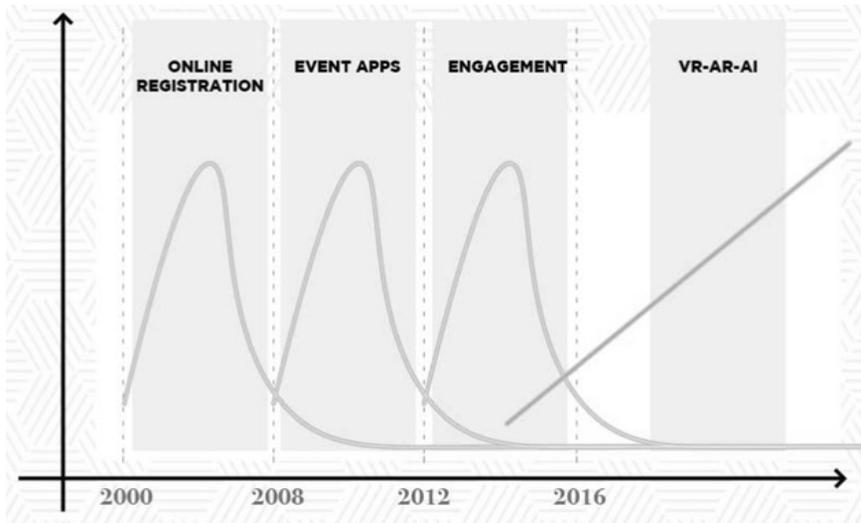


제5장 국제회의 운영트렌드

제1절 미팅 테크놀로지

1. 미팅 테크놀로지 등장배경 및 기대효과

- 기술의 발전으로 인해 행사 운영의 효율성과 효과성을 높여주는 미팅 테크놀로지가 등장하면서 국제회의를 진행하는 방식에도 변화가 나타나고 있으며, 미래 회의 및 행사운영에 가장 큰 영향을 미칠 핵심 트렌드로 주목받고 있음.
 - 독일컨벤션뷰로(GCB)의 ‘미팅·컨벤션 2030: 산업지형을 바꿀 메가트렌드’ 보고서²⁾에 따르면, 조사자의 41.6%가 미래 회의산업에서 가장 중요한 트렌드로 ‘기술’을 선택하였음.
- 미팅 테크놀로지라는 용어는 2010년대에 들어 활발히 사용되기 시작하였는데, 스마트폰의 보급 증가로 인해 온라인 어플리케이션, 소셜 네트워킹 서비스, 인터넷 사용자가 증가하고, 제4차 산업혁명 관련 기술의 보급이 확대되면서 더욱 활성화되고 있음.



[그림5-1] 미팅 테크놀로지 트렌드의 변화

2) Meetings and conventions 2030, 2004, *A study of megatrend shaping our industry*, German Convention Bureau

- 미팅 테크놀로지를 활용하면 행사 운영절차 간소화, 운영수익의 증대, 행사 참여의 증대, 회의/학습효과 개선, 비즈니스 성공, ROI 측정에 긍정적 영향을 미치고 참가자의 경험이 강화되는 효과가 있음.
 - 행사 운영절차가 간소화 되면 행사 운영에 소요되는 시간이 단축되고,
 - 회의참가자의 행사참여도 증진 및 참가자 데이터 수집효율성도 높아짐.
 - 또한 회의 참가자에게 보다 많은 정보를 제공할 수 있고,
 - 주최자와 참가자간 일대일 커뮤니케이션이 편리해지면서 참가자의 경험이 강화되는 효과가 발생함.

이 외에도 미팅 테크놀로지의 활용은 다음과 같은 효과를 창출함.

- 행사 노출기회 확대 : 온라인 마케팅 및 실시간 웹 중계(web cast) 등으로 행사가 노출될 수 있는 기회가 더욱 확대되고, 이를 통해 행사를 주최하는 기관과 후원하는 단체 역시 보다 많은 노출을 통해 산업 내 브랜드 인지도를 더욱 강화하는 효과가 있음.
- 네트워킹 기회 확대 : 소셜미디어(페이스북, 트위터, 인스타그램 등) 활용을 통해 참가자간 커뮤니케이션이 더욱 활성화되고, 물리적 거리를 뛰어넘어 네트워킹을 할 수 있는 기회가 확대됨.
- 소속감/유대감 강화 및 참가자 충성도 제고 : 온라인 커뮤니티 운영을 통해 참여 기관 및 연계 기간과의 소속감 및 유대감 향상시킴. 또한 온-오프라인의 다양한 채널을 통해 참가자들의 관심과 참여를 유도하여 참가자들의 행사 충성도를 높임.
- 투자수익률(ROI) 향상 : 참가자 등록, 행사홍보와 마케팅, 인쇄물 제작 등에 소요되는 비용은 줄이는 반면, 네트워킹 기회 향상, 참가자간 유대감 강화, 행사 및 주최/후원기관의 브랜드 인지도 제고 효과 증대 등 행사개최의 효과를 높여 행사 운영예산의 효율성 즉, 투자수익률(ROI)를 향상시킴.
- 기술발전으로 인해 테크놀로지 관련 상품과 서비스의 효율성은 높아진 반면 가격은 낮아지면서 미팅 테크놀로지의 활용이 점차 보편화되고 있는 추세임. 테크놀로지는 회의운영의 핵심요소인 '혁신(innovation)'과 행사운영의 효율성을 최적화시킴. 테크놀로지의 영향력이 지속적으로 증가하면서 향후 미팅 테크놀로지의 전략적 활용은 행사운영의 경쟁력 강화를 위한 중요한 도구로 자리매김 할 것임.

2. 미팅 테크놀로지 최신 동향

- 지속적인 기술의 발전으로 인해 미팅 테크놀로지의 활용도 점차 다양화하고 있음. 특히 제4차 산업혁명이 본격화하고 기술적 진보가 가속화되면서, 컨벤션 산업에도 혁신적인 테크놀로지가 적용되는 사례가 증가하고 있음. 최근 주목을 받는 미팅 테크놀로지 관련 기술 동향을 소개하면 다음과 같음.
- **안면인식(Facial Recognition)** : 안면인식 시스템은 디지털 이미지를 통해 각 사람을 자동으로 식별하는 컴퓨터 지원 응용 프로그램으로, 살아 있는 이미지에 나타나는 선택된 얼굴 특징과 안면 데이터베이스를 서로 비교함으로써 이루어짐. 홍채·정맥과 함께 대표적인 생체인식(biometrics) 기술 중 하나인데, 분실이나 복제될 우려가 없다는 점에서 최근 차세대 신원확인 시스템으로 주목 받고 있음. 공항과 사무실 등의 출입관리를 위한 보안에 가장 빠르게 확산되고 있으며, 스마트폰 잠금 해제, 유통산업의 맞춤형 홍보에도 적용되고 있음. 컨벤션과 전시회에서 참가자 등록 등의 업무에 활용되고 되면서, 등록과정을 보다 간편하고 빠르게 진행하는데 기여함.



- 가상현실(Virtual Reality) 기술 : 2013년 오쿨러스 리프트 개발로 가상현실 주변 기기를 합리적 가격으로 구매할 수 있는 환경이 조성되면서 가상기술의 활용이 본격화되었으며, 컨벤션 산업에서도 가상현실 기술의 활용은 점차 활성화되고 있는 추세임. 최근 개관한 시드니국제컨벤션센터는 시설홍보와 마케팅을 위한 전략적 도구로 가상현실 기술을 활용하고 있는데, 행사기획자는 컨벤션센터를 방문하지 않고도 직접 방문한 것과 같은 경험을 하기 때문에 비용을 줄이면서도 효과적인 행사기획이 가능함. 국내 컨벤션센터도 가상현실 기술 활용이 증가하는 추세임.



- 챗봇(Chatbot) : 채터봇(chatterbot), 토크봇(talkbot) 등의 이름으로도 불리는 챗봇은 음성이나 문자를 통한 사용자와의 대화를 통해서 특정한 작업을 수행하도록 제작된 컴퓨터 프로그램으로, 기업용 메신저에 채팅하듯 질문을 입력하면 인공지능(AI)이 빅데이터 분석을 바탕으로 일상언어로 사람과 대화를 하며 해답을 주는 대화형 메신저를 말함. 챗봇은 전자상거래, 은행 등 다양한 분야에서 고객 지원이나 정보 습득과 같은 영역에 활용되고 있는데, 대표적으로, 뱅크 오브 아메리카(Bank of America), 스타벅스(Starbucks)와 디즈니(Disney) 같은 기업은 주문 및 고객 응대에 챗봇을 이용하고 있음. 최근 챗봇의 활용범위가 확대되면서 컨벤

선 및 전시회에도 참가자를 대상으로 한 행사안내, 정보제공 등의 기능을 수행하기 위해 챗봇을 활용하는 사례가 증가하고 있음.

“ A chatbot is a service, powered by rules and sometimes artificial intelligence, that you interact with via a chat interface. ”



□ 빅 데이터(Big Data) : 다양한 종류의 대규모 데이터를 생성, 수집, 분석하고 표현하는 빅 데이터 기술의 발전으로 최근 컨벤션 산업에서도 이러한 기술을 활용한 솔루션이 개발되어 활용되는 추세임. 국제행사를 준비하는 과정, 개최기간, 그리고 행사 종료 후 다양한 종류의 대규모 데이터는 언제 어디서든 추적 가능한 모바일 이벤트 앱, 비콘, 트위터 피드, 여론조사, 소셜 미디어, 라이브 스트리밍 등을 통해 수집될 수 있음. 최근 미팅 테크놀로지 기업들은 이렇게 많은 양의 데이터를 수집하고 분석하여 행사 ROI 제고, 참가자 경험 개선, 기획자들이 더 나은 이벤트와 전시를 기획하는데 있어 의사결정에 도움을 줄 수 있는 기술들로 개발해 나가고 있음.

□ 웨어러블 디바이스(Wearable Devices)와 비콘(Beacon) : 웨어러블 디바이스는 2013년 초 구글이 구글 글래스를 공개하면서 대중의 폭발적인 관심을 이끌어냈고, 2014년 애플에서도 시계형 웨어러블 디바이스인 애플워치를 발표하여 웨어러블 시장이 더욱 확대되는 계기가 되었음. 웨어러블 디바이스는 사물인터넷, 빅 데이터, 클라우드 컴퓨팅 등의 IT 기술들을 하나로 묶을 수 있는 최적의 연결고리로서 여겨지고 있는데, 비용부담이 보다 완화된다면 향후 전시컨벤션 행사에 적용되는 웨어러블 디바이스에 대한 수요는 폭발적으로 증가할 것으로 전망됨.

3. 안면인식(Facial Recognition) 기술

- 안면인식이란 얼굴의 특징 점을 추출하여 저장된 데이터베이스 내 자료와 비교하여 신원을 확인하는 기술임. 초기 안면인식 기술은 기초적인 얼굴 특징만을 구분했지만 최근 기술 발전으로 인해 턱, 눈, 이마, 입술 등의 얼굴 모습을 종합적으로 비교하여 구분하는 것이 가능해졌음. 성별은 물론 감정상태, 인종까지 분석이 가능해졌고, 동일인 여부에 대한 분석과 여러 이미지 중 같은 이미지만을 뽑아 낼 수 있는 고급 기능도 생겨남.
- 안면인식 기술은 홍채·정맥과 함께 대표적인 생체인식(biometrics) 기술 중 하나로, 분실이나 복제될 우려가 없다는 점에서 최근 차세대 신원확인 시스템으로 주목 받고 있음.
- 컨벤션 산업에서 안면인식 기술 도입은 참석자의 등록 속도를 높이는 것부터 보안 강화, 개인화된 경험 제공 등 다양한 형태로 활용될 수 있음. 안면인식은 광범위한 적용이 가능하며, 개인 식별 및 감정인식이나 사람의 자세와 같은 인접한 기술과 결합하여 그 가능성은 무한함. 뿐만 아니라 안면인식은 뛰어난 분석 및 통찰력과 함께 사용자 환경에 가치를 더함.



- Keller Williams가 주최한 2018년 봄 마스터스마인드 행사(The Spring Masterminds 2018 Event)에서 행사등록에 안면인식 시스템이 도입되었는데, 참가자 중 1,360명이 온라인을 통해 등록하였고 이 중 48%가 자신의 사진을 제공하여 안면인식을 통한 등록이 진행됨. 그 결과 빠르고 원활한 체크인이 이루어졌고 짧은 시간에 1,300명이 넘는 참석자에 대한 등록처리를 할 수 있었음. 뿐만 아니라 회의세션 정보와 함께 맞춤형 일정 제공, 개인화된 정보 제공 등 안면인식 기술을 적극적으로 활용하였음.

[이슈] 안면인식 기술 활용이 행사 운영에 미치는 7가지 긍정적 효과(1)

1. 빠르고 원활한 등록처리(Check-in)

기존의 체크인 방식(이름/이메일 검색 및 QR코드, 아이비콘, RFID 등)이 비용과 장소사용의 효율성을 저하시켰다면, 안면인식은 체크인 스테이션에 접근만 하면 참가자 식별이 가능하다. 이에 따라 체크인 프로세스를 더욱 효율적으로 만들어 비용절감과 홍보, 참가자의 만족도까지 제고할 수 있게 된다.

2. 확실한 신원확인(ID Check)

행사 진행에서 참가자의 신원을 확인하는 것은 매우 중요하다. 특히 보안이 중요한 행사에서는 더욱 그렇다. 참가자의 신원을 확인하는 과정에는 막대한 시간과 인력이 소모된다. 하지만 안면인식 기술을 적용할 경우 신원확인에 소요되는 시간을 줄이고, 보안은 더욱 강화된다. 우리나라는 대통령이 참석하는 행사의 경우 특히 참가자 신원확인 절차가 까다로워 오랜 시간이 소요되는데, 이러한 유형의 행사에 안면인식 기술이 적용되면 신원확인 절차를 빠르고 확실하게 진행할 수 있다.

3. 보안강화 및 신속한 대응(Watchlists)

안면인식을 통해 빠르고 정확하게 참가자를 스캔하여 관련 정보를 기록하고 저장할 수 있기 때문에 사전에 주요 참석자나 블랙리스트에 대한 정보를 쉽게 파악할 수 있다. 특히, 테러 공격의 위험이 있거나 특별한 보안 문제가 있는 행사의 경우 안면인식 기술을 이용해 보안을 강화할 수 있으며, 이에 따른 신속한 대응이 가능해 진다.



안면 인식을 통해 등록을 처리하는 과정

[이슈] 안면인식 기술 활용이 행사 운영에 미치는 7가지 긍정적 효과(2)

4. 참가자 세션 추적(Session Tracking)

제한된 참가자들의 평균 참가율을 파악, 이를 통해 예산 최적화를 꾀할 수 있다. 특정 유형의 참가자에 대해 패턴을 분석, 매력적인 세션 조합을 만들어 낼 수 있으며 티켓판매량 증가와 개별 티켓 가격 조정, 전체 매출 증대 등이 가능해진다.

5. 참가자 활동 데이터 확보(Heatmaps)

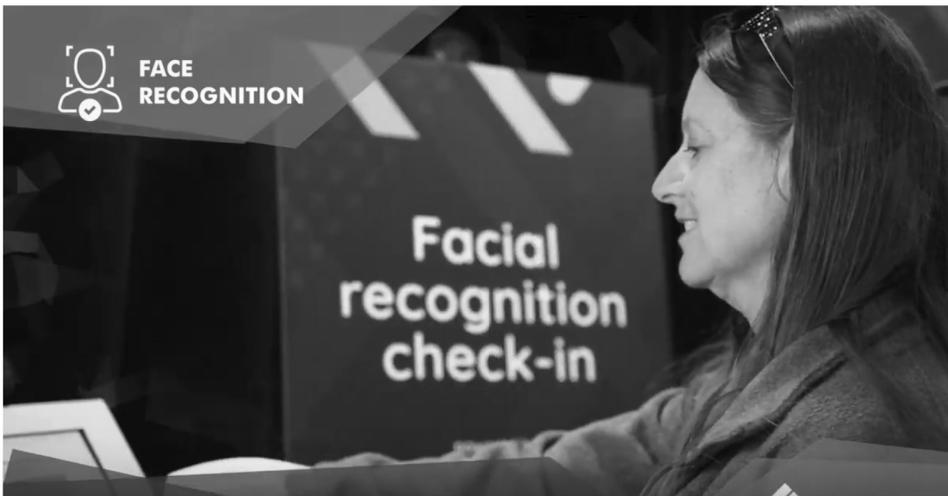
참가자의 흐름을 보다 효과적으로 이해하고 축적된 데이터를 통해 직접적인 이익을 개선할 수 있는 통계자료 추출이 가능하다. 이러한 자료는 향후 의사결정 주기를 단축하고, 부스를 방문할 것으로 예상되는 참가자를 미리 파악 할 수 있게 한다.

6. 편의성 개선 및 개인화 서비스 제공(Convenience & Personalization)

행사장과 관련된 모든 시설에서 사람을 식별, 패턴을 분석한다. 이를 통해 개개인의 요구를 파악하고 가장 효율적이고 개인화된 고객 서비스를 제공 할 수 있다. 따라서 사용자 경험을 개선하고 수익성을 증가시킬 수 있게 된다.

7. 행사 참가자 사후 관리(Lead Retrieval)

사전 등록된 정보를 통해 참가자의 정보를 미리 파악하여 그들의 니즈를 예측할 수 있다. 서로의 사진을 찍는 것으로 연락처를 대신 하는 등 기존보다 쉽게 서로의 정보를 교환할 수 있게 되면서 사전 탐색과 미팅 과정에서 발생하는 불필요한 시간 소모와 불편함을 최소화할 수 있다. 특히 행사 종료 후 참가자의 정보(방문부스, 부스에 머문 시간, 느낀 감정 등)를 자동적으로 수집하여 신속하게 후속 조치를 취할 수 있다.



[이슈] 안면인식 기술을 행사운영에 도입하는 것과 관련된 오해 혹은 진실

1. 모든 참가자가 안면인식 시스템에 등록해야 하는가?

안면인식 시스템을 도입한다고 해서 모든 참가자가 시스템에 등록해야 하는 것은 아니다. 이미지 수집과정에서 사전 동의를 통해 데이터를 수집하고 참석자는 자신이 원하는 방식으로 체크인 할 수 있다. 20~40%의 안면인식 시스템 참여율만으로도 현장 등록 프로세스는 크게 변하며 시간과 장소의 효율성을 높여 병목 현상을 해결할 수 있다.

2. 사진 이미지 수집이 어렵지 않을까?

많은 사람들이 사진 이미지 수집과정에 대한 어려움이 있을 것이라 예상된다. 하지만 노트북, 태블릿, 휴대전화와 같은 대부분의 기기에 설치된 카메라와 SNS 프로필 사진으로도 이미지를 등록할 수 있기 때문에, 사진 이미지 수집 자체는 어렵지 않다. 다만, 등록된 사진 이미지의 품질이 미흡할 수 있다. 품질이 높은 사진 이미지를 확보하는 것이 오히려 실질적인 문제이다.

3. 비용이 비싸지는 않을까?

차세대 지능기술은 전문 하드웨어, 사용자 지정 및 현장 지원이 필요해 비용이 비싼 경우가 많지만, 안면인식 기술은 소프트웨어 기반 애플리케이션으로 매우 경제적이다. 뿐만 아니라 다른 첨단 기술과 비교하면 사용하기 매우 쉽다. 안면인식 기술을 행사장에 도입할 경우 등록 속도는 2~10배 증가하고, 적은 수의 등록 데스크와 담당자만으로도 관련 업무를 해결할 수 있기 때문에, 오히려 경제적이라 할 수 있다.



[이슈] 도쿄 올림픽, 선수단, 관계자, 언론인 신원확인 위해 안면인식 기술 도입



일본은 2020년 올림픽에 출전할 수십만 명의 선수와 관계자, 언론인의 신원을 확인할 수 있는 다른 방법을 모색하고 있다. 'The Japan Times'는 2020년 도쿄 올림픽 조직위원회 관계자의 말을 인용하여 주최측이 도쿄 올림픽에서 안면인식 기술을 활용할 계획이라고 밝혔다. 2018년 8월 7일 로이터통신은 보도를 통해 도쿄올림픽 조직위원회가 일본 통신·전자기기 종합회사 NEC(日本電機)와 손잡고 안면인식 기술을 전 경기장 입장 시스템에 도입할 예정이라고 보도하였다.

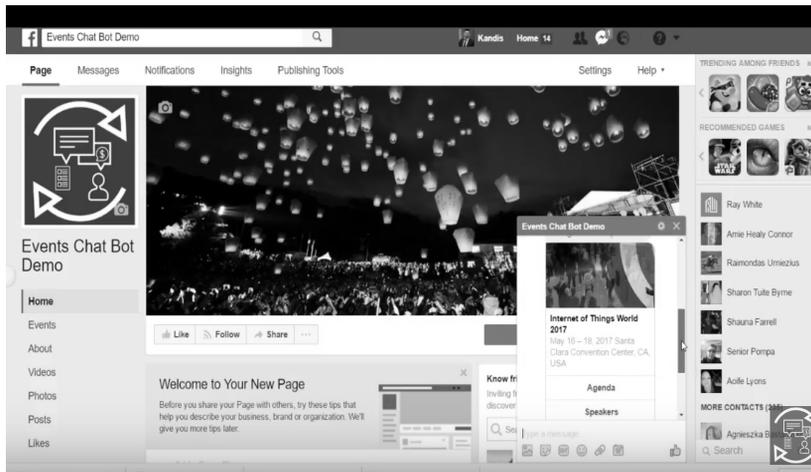
안면인식 기술은 2016년 리우 올림픽 때 일본 하우스에서 테스트되었고, 방문 센터에서 오가는 기자들을 관리하기 위해 사용되었다.

2020년 도쿄 올림픽에는 관중을 제외하고 선수, 스태프, 관계자, 언론인이 30만 명 정도 참석할 것으로 예상되고 있는데, 올림픽 관계자들은 ID카드 공유나 절도가 올림픽의 안전성을 떨어뜨릴 것을 우려하고 있다. 안면인식 기술은 이러한 문제를 해결하는 동시에 경기장 출입 시간도 줄일 수 있을 것으로 전망된다. NEC의 스가누마 국장은 올림픽 주경기장과 국제방송센터를 비롯한 40곳 이상의 시설에 선수들과 스태프, 자원봉사자, 언론인들을 대상으로 안면인식 시스템을 도입할 예정이라고 밝혔다. 이 기술은 관중들에게는 이용되지 않는다.

이 보도대로 실행된다면, 2020년 도쿄올림픽은 안면인식 기술을 최초로 도입한 국제 스포츠 대회가 될 것으로 보인다.

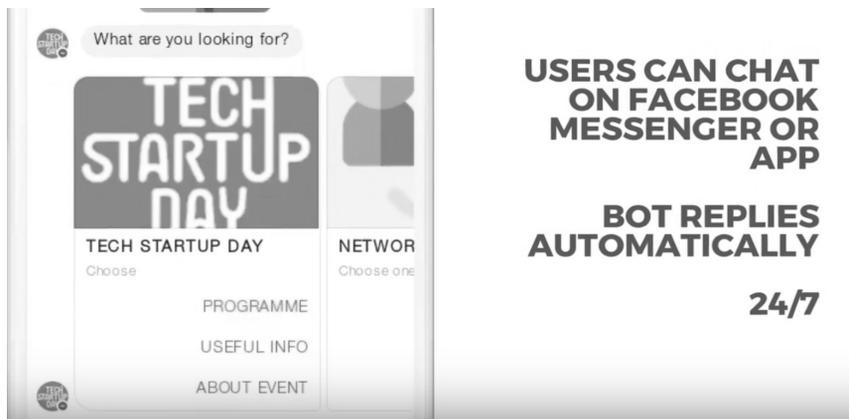
4. 챗봇(Chatbot) - 행사 정보를 알려주는 가상 컨시어지 역할

- 챗봇이 이슈가 되면서 컨퍼런스, 박람회, 이벤트 등의 행사에서도 챗봇을 이용한 서비스가 구현되고 있는데, 2018년 5월 미국 플로리다에서 개최된 BizBash Live 행사에서도 활용됨. 이 행사에서는 ‘베티(Betty)’라는 이름의 챗봇이 등장함. 베티는 행사 전부터 종료까지 참가자들로부터 1,630개의 질문을 받았고, 이에 대해 응답하였음.



[그림5-2] 행사용 챗봇 데모 화면

- 행사이벤트 및 컨퍼런스 장에서 챗봇은 세션의 위치, 와이파이 비밀번호, 식사시간 등을 알려주는 가상 컨시어지 역할을 담당함. 페이스북 메신저나 행사 웹사이트, 모바일 앱을 통해서도 작동될 수 있으며, 이미지, 비디오, 여론 조사 등을 공유하는 등 여러 방법으로 활용이 가능함.



[이슈] 챗봇을 행사운영에 효과적으로 활용하는 방법

1. 행사 개최 전 활용방법

- 컨퍼런스, 전시회, 세미나 등 행사 개최목적과 이미지, 주제와 관련된 정보와 챗봇의 성격 입력 ⇨ 챗봇을 이용한 마케팅과 홍보 기능
- 행사 관련 웹사이트를 통해 우선적으로 챗봇을 운영
 - 참가자들은 행사에 대해 사전 정보를 습득할 수 있고, 행사 참여 가능성을 높임.
- 특히, 이러한 커뮤니케이션을 통해 잠재 참가자들이 무엇을 요구하고 원하는 지 파악하고, 이를 통해 적절한 행사 정보와 콘텐츠를 제공
- 이러한 과정을 거쳐 행사 개막 수일 전에 텍스트 메시지 옵션을 챗봇에 추가함으로써 실제 현장에서 사용 가능한 챗봇을 완성시킴.

2. 행사 개최기간 중 활용방법

- 행사 참가자가 챗봇을 활용하게 하기 위해서는 무엇보다 참가자들에게 사전의 챗봇에 대한 정보를 제공하는 것이 중요
- 참가자들에게 이번 행사에서 챗봇을 활용하여 무엇을 할 수 있는지 명확히 알고 이해할 수 있도록 챗봇에 대한 정보를 미리 제공
- 대규모 전시컨벤션 행사의 경우 그룹별 요구에 따른 맞춤형 메시지 서비스가 가능
 - 전시회 참가업체와 컨퍼런스 참가자에게 각기 다른 유형의 메시지를 발송하여, 각자의 니즈에 부합하는 정보 입력이 가능
- 트위터, 페이스북, 기타 앱 등의 다른 채널과 공유하여 사용할 수 있는 콘텐츠로 보다 활용도가 높고 편리
- 실시간 모니터링을 통해 행사 참가자와 직접적인 의사소통이 가능
 - 행사 중 예상하지 못했던 질문과 궁금증에 대해 신속히 해결

3. 행사 종료 후 활용방법

- 행사 종료 후 참가자들이 챗봇을 어떻게 이용했고, 어떠한 정보 요청이 있었는지를 수집하고 검토하여, 향후 행사를 기획할 때 활용



[이슈] 챗봇을 행사에 활용하는 3단계 절차

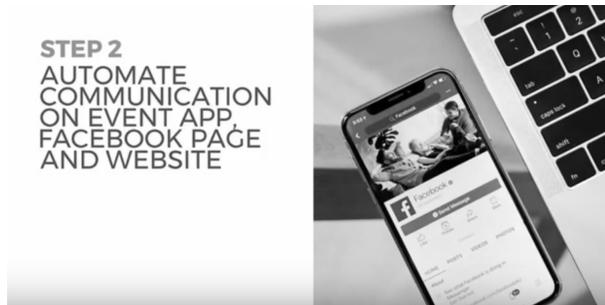
1. (1단계) 행사 콘텐츠를 간단하고 스마트하게 정리

행사 참가자들에게 알려야 하는 행사 관련 중요한 정보나, 콘텐츠, 공지사항 등을 체계적이고도 간단하게 정리하여 향후 챗봇을 통해 참가자들의 질문에 대해 적절하게 대응할 수 있게 준비함.



2. (2단계) 행사용 앱, 페이스북, 웹사이트 등을 통해 자동화된 커뮤니케이션 진행

행사용 앱, 페이스북, 행사 웹사이트 등을 통해 챗봇을 런칭시켜 행사 참가자와의 자동화된 커뮤니케이션을 진행함.



3. (3단계) 행사 참가자와 상호작용 및 행사참여도 증대

행사 참가자와의 적극적인 상호작용을 통해 참가자의 행사 참여도를 높이고 행사경험을 증대시킴.



5. 가상현실(Virtual Reality) 기술

- 가상현실 산업과 관련된 시장은 계속 확대되고 있으며, 적용분야 역시 다양화되고 있음. 컨벤션 산업에서도 가상현실 기술의 활용은 점차 활성화되고 있는 추세이인데, 국제회의 유치에 위한 도시 홍보/마케팅 수단으로, 참가자 유치 확대를 위해 도시 선호도를 높이는 수단으로도 자주 활용됨.
- 로스앤젤레스 컨벤션관광청, 태국컨벤션뷰로 등은 보다 효과적인 도시마케팅을 위해 가상현실 기술을 활용한 홍보 콘텐츠를 적극 개발하여 잠재적 방문자와 행사기획자의 도시 선호도를 높여왔음.
- 최근 개관한 시드니국제컨벤션센터와 메리어트 인디플레이스는 시설홍보와 마케팅을 위한 전략적 도구로 가상현실 기술을 적극 활용하고 있는데, 행사기획자는 시설 방문 없이도 마치 컨벤션센터를 직접 방문한 것과 같은 경험을 하기 때문에 보다 효과적인 행사기획이 가능함.

1) 로스앤젤레스 컨벤션관광청

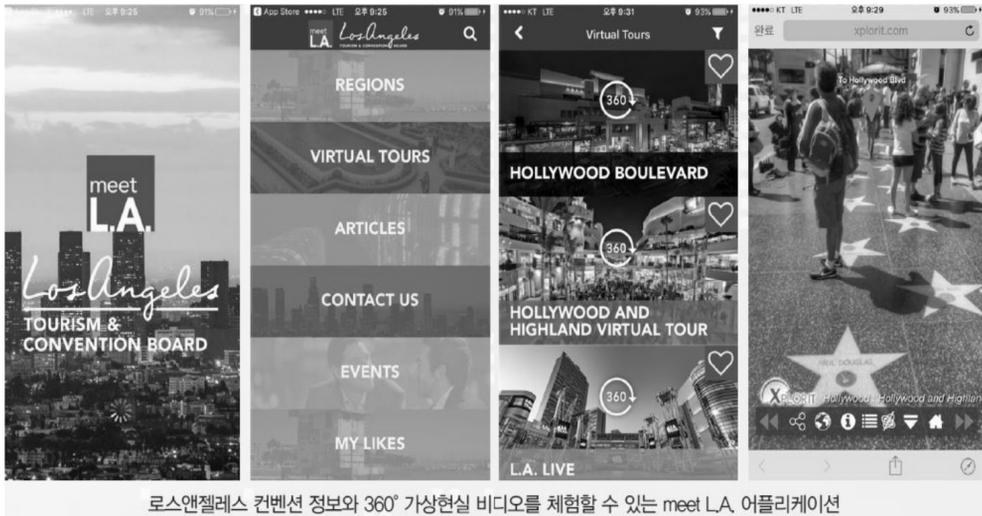
- 가상현실 기술로 국제회의 개최지로서의 도시마케팅 효과 극대화



- 2016년 10월, 로스앤젤레스(LA) 컨벤션관광청은 가상현실로 로스앤젤레스 도시 관광을 할 수 있는 버추얼디스커버엘에이(Virtual Discover LA)를 런칭하고, 공식 홈페이지(www.discoverlosangeles.com/meetla)를 통해 로스앤젤레스의 실감 나는 관광 정보를 제공하고 있음.
- 홈페이지를 방문하면 로스앤젤레스의 주요 관광지 50여 곳을 360° 회전이 가능한 가상현실 비디오로 직접 체험해볼 수 있음. 공식 홈페이지뿐만 아니라 미팅에이(meet L.A.)라는 로스앤젤레스의 도시 홍보 어플리케이션을 통해서도 로스앤젤레스에 위치한 호텔 리스트와 360° 가상현실 홍보 비디오를 휴대폰으로 쉽게 다운받을 수 있음.

□ 이 어플리케이션은 로스앤젤레스 관광 트렌드, 홍보 비디오, 관광지 정보와 방문 후기, 이벤트 일정, 주요 관광기관 연락처 등 지역민과 관광객에게 유용한 다양한 정보를 제공함. 밋엘에이(meet L.A.) 어플리케이션은 행사 주최자에게 필요한 로스앤젤레스 도시 관련 최신 정보와 트렌드를 제공함.

□ 예를 들면 ‘컨퍼런스 참가객이 로스앤젤레스를 선호하는 10가지 이유’, ‘로스앤젤레스에서 가장 유명한 야외 행사 개최지’ 등과 같은 컨벤션 트렌트 기사를 접할 수 있는데, 이는 주최자가 행사 개최지 선정에 필요한 최신 정보를 손쉽게 얻을 수 있게 함. 로스앤젤레스 컨벤션관광청은 매주 어플리케이션에 관련 기사를 업데이트하는데, 행사주최자에게는 이 어플리케이션이 행사 개최지 선정에 필요한 최신 정보를 제공하는 매우 유익한 정보원임.



□ 밋엘에이 어플리케이션은 30MB의 적은 용량으로 제작되어, 핸드폰 메모리를 많이 차지하지 않음. 또한 밋엘에이 어플리케이션이 보유하고 있는 대부분의 콘텐츠는 공식 홈페이지나 유튜브 인터넷 링크로 연결되기 때문에 휴대폰 용량에 대한 걱정 없이 사용할 수 있음.

□ 또한 이메일, 문자, 소셜미디어 등 다양한 온라인 SNS로 어플리케이션 이용자가 로스앤젤레스의 컨벤션관광 콘텐츠를 손쉽게 공유할 수 있도록 콘텐츠 공유 버튼을 추가하여, 로스앤젤레스 컨벤션관광 정보는 다양한 마케팅 채널을 통해 편리하게 공유할 수 있다는 장점이 있음.

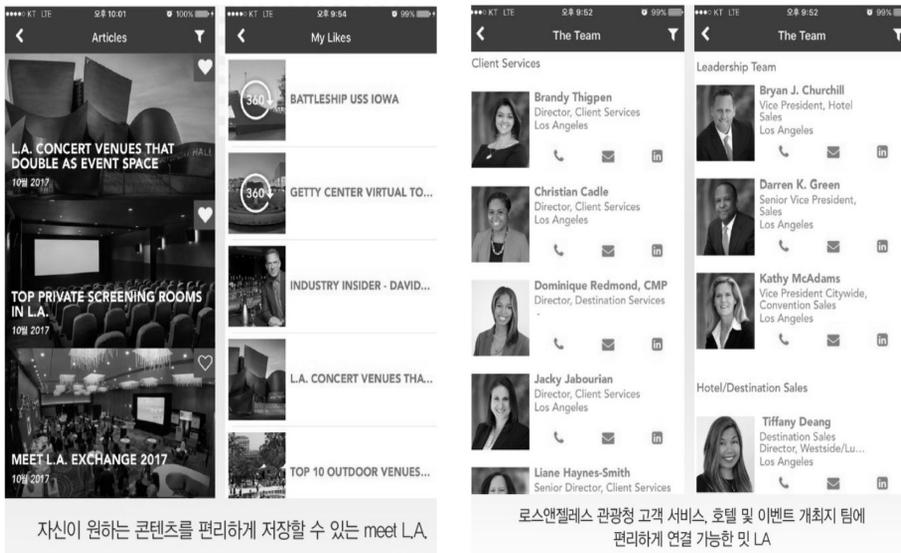
- 미팅에이 어플리케이션은 행사주최자가 개최장소를 예약하는 것과 같은 부가적인 서비스를 제공하지 않고 핵심 콘텐츠만을 업데이트함. 로스앤젤레스 주요 관광지 와 컨벤션 시설을 가상현실 비디오로 체험한 주최자가 추가로 예약까지 하고 싶다면, 미팅에이 어플리케이션 담당자 정보 페이지에서 제공하는 정보를 바탕으로 로스앤젤레스 컨벤션관광청 영업팀으로 직접 전화를 걸거나 이메일을 보내면 됨.

[사례] 행사 주최자를 위한 가상현실 비디오의 장점 (LA 컨벤션관광청)

로스앤젤레스 컨벤션관광청의 홍보담당자인 대런그린(Darren Green)은 로스앤젤레스에서 유명한 관광지를 360° 가상현실 비디오로 경험할 수 있기 때문에, 행사주최자가 행사기획과 운영을 위해 개최지를 직접 방문하는 데에 소요되는 시간과 예산을 줄일 수 있다고 말함.

행사 주최자는 개최지를 직접 방문하지 않고도 사무실에서 인터넷 접속과 클릭 한 번만으로 개최지에 대한 실감나는 정보를 손쉽게 얻을 수 있음.

또한 360° 가상현실 비디오를 통해 개최지에 대한 사전답사를 마쳤기 때문에, 행사시설을 선정하는 담당자가 로스앤젤레스를 방문하기 전부터 행사 개최에 대한 아이디어와 운영방식에 대한 구상을 사전에 끝낼 수 있도록 도와줌.

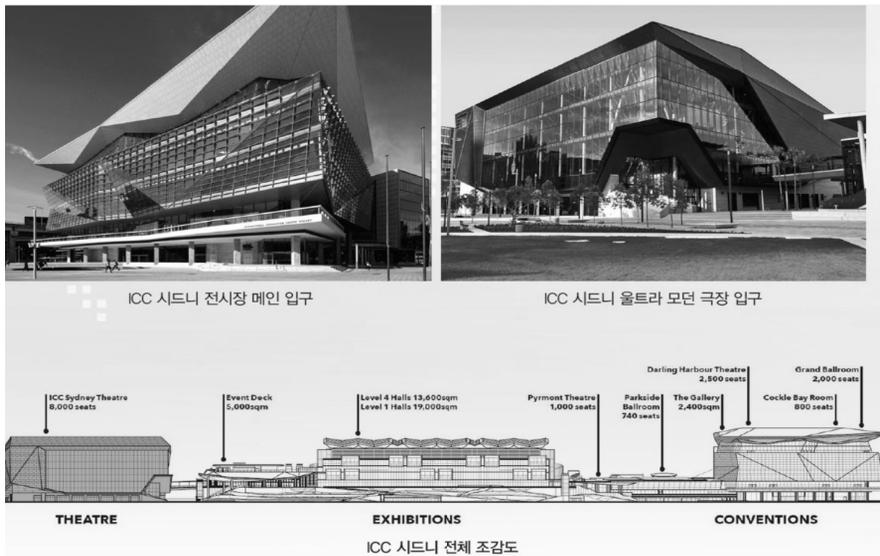


2) 시드니국제컨벤션센터

- 시설 홍보위한 전략적 도구로 가상현실 기술 이용



- 2016년 12월 개관한 시드니국제컨벤션센터(International Convention Centre Sydney, 이하 ICC 시드니)는 35,000㎡의 전시장과 8,000명을 수용할 수 있는 회의장. 다양한 공연과 행사를 개최할 수 있는 극장 등을 보유한 호주 최초의 복합 국제컨벤션센터임.
- ICC 시드니와 호주 관광청은 지난 2016년 12월 신규로 오픈한 울트라 모던 극장(Ultramodern Theatre)을 홍보하기 위해 그레이ن저(Grainger) 영상제작사와 협업하여 2분가량의 360° 가상현실 홍보 비디오를 제작하여 공식 홈페이지(www.iccsydney.com.au)를 통해 제공하고 있음.
- 울트라 모던 극장은 최대 8,000명을 수용할 수 있는 6층 규모의 극장으로 ICC 시드니 신축 시설 중 하나임. ICC 시드니 홍보 담당자인 사만다글라스(Samantha Glass)는 시설에 대한 고객의 호감을 단숨에 사로잡기 위해 고품질의 가상현실 비디오로 홍보 콘텐츠를 제작하였다고 언급하였음.



[사례] 가상현실 비디오로 행사주최자/참가자와 소통하는 시드니국제컨벤션센터

- ICC 시드니 홍보 담당자인 사만다글라스는 컨벤션센터에서 촬영한 360° 홍보 비디오를 컨벤션산업 전시회와 컨퍼런스에서 공개하는 등 관련 홍보활동을 진행할 예정이라고 밝혔다. 또한 홈페이지에서도 누구나 컴퓨터와 모바일 인터넷을 활용하여 360° 가상현실 비디오 관람이 가능하기 때문에 ICC 시드니 회원을 대상으로 직접 박스로 제작 가능한 가상현실 헤드셋 DIY 키트도 배포할 예정임.
- ICC 시드니는 콘텐츠를 일방적으로 제공하는 것이 아니라 고객이 원하는 정보를 직접 선택할 수 있도록 도움. ICC 시드니 가상현실 어플리케이션은 개최하고자 하는 행사 규모를 참가자 1,000명, 필요시설 면적 3,000㎡와 같이 먼저 설정하면 조건에 적합한 ICC 시드니 시설을 필터링하여 제공하기 때문에 행사 주최자가 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있다는 장점이 있음.
- ICC 시드니 어플리케이션에 접속하면 360° 혹은 가상현실로 영상을 체험할지를 먼저 선택하게 되는데, 선택옵션에 맞춰 컨벤션센터, 연회장, 회의실, 전시장, 야외시설 등과 같이 ICC 시드니의 시설을 실감 나게 경험할 수 있음.



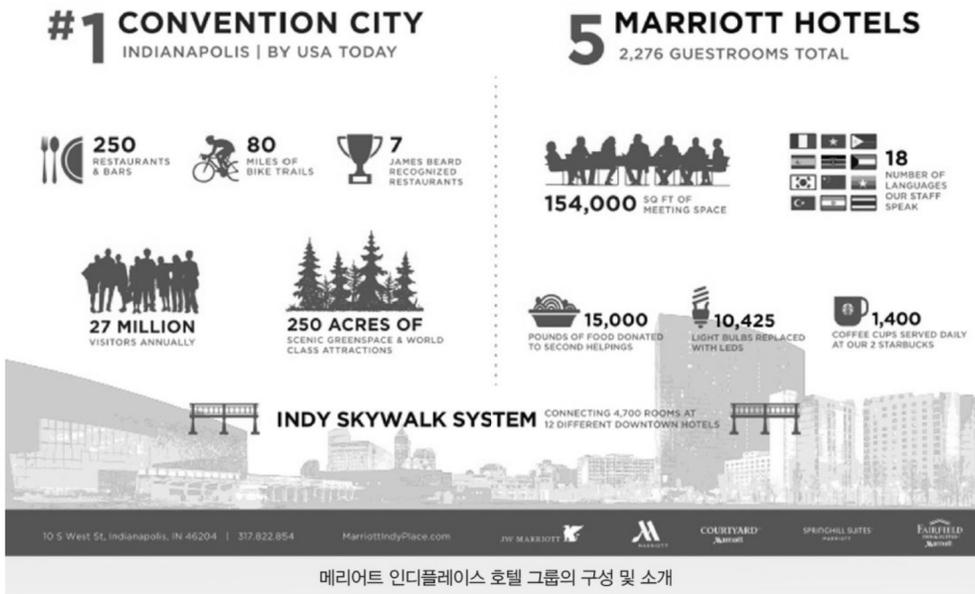
[그림5-3] 가상현실 비디오로 체험가능한 ICC 시드니의 VR 어플리케이션

3) 메리어트 인디플레이스

- 컨벤션 복합지구와 호텔 홍보마케팅 위해 가상현실 기술 활용



- 메리어트 인디플레이스(Marriott Indyplace)는 미국 인디애나주의 주도인 인디애나폴리스에 위치한 인디애나 컨벤션센터(Indiana Convention Centre) 주변 5개 호텔로 구성된 그룹으로 JW Marriott, Marriott Downtown, Courtyard by Marriott, Spring Hill Suites 등이 해당하는데 이들 호텔과 컨벤션센터가 연결되어 일종의 컨벤션 복합지구를 형성하고 있음.
- 메리어트 인디플레이스 컨벤션 복합단지에 위치한 5개의 호텔은 2,276개의 객실과 약 15만 평방피트의 회의공간을 확보하고 있는데, 이들 시설은 호텔 사이에 위치한 연결통로를 통해 쉽게 이동할 수 있고, 행사 주최자는 참가자를 쉽게 관리할 수 있다는 장점이 있음.



- 메리어트 인디플레이스는 회의실과 전시장, 객실, 식음시설 등을 단순히 보여주는 것을 넘어 실제로 주최자가 행사를 개최하면서 공간의 분위기나 이미지에 대한 감각적 경험을 할 수 있도록 360° 비디오 기술을 활용해 촬영하였음.
- 메리어트 인디플레이스 홍보팀과 행사운영팀이 협업하여 비디오를 제작하였고, 행사 시설을 적절한 각도에서 비디오로 촬영될 수 있도록 오랜 시간 동안 기획과정을 거쳤음.
- 이러한 과정을 통해 메리어트 인디플레이스를 360° 가상현실 비디오로 촬영하여 관람객이 직접 그 장소에 와 있는 것과 같은 경험을 선사하였음. 가이드를 고용하여 호텔을 소개하는 것과 같은 기존의 전통적인 촬영 방식에서 탈피하여 창의적이고 신선한 아이디어를 중심으로 메리어트 인디플레이스는 홍보 마케팅 비디오를 기획하였음. 360° 홍보비디오는 공식 홈페이지인 www.marriottindyplace.com를 통해 확인 할 수 있음.



인디애나 컨벤션 센터는 57,000㎡ 전시장과 10,000㎡의 회의실을 보유하고 있다

4) 한국관광공사, K-MICE 통해 4개 컨벤션센터에 대한 VR 홍보콘텐츠 제공

- 한국관광공사는 K-MICE 웹사이트를 통해 코엑스, 대전컨벤션센터, 알펜시아 컨벤션센터, 라카이 샌드파인 컨벤션센터 등 4개 컨벤션센터에 대한 VR 홍보 콘텐츠를 제작하여 제공하고 있음.



제2절 Meeting ROI 분석 및 활용

1. Meeting ROI 분석 시행배경 및 목적

- 최근 경제위기로 인한 전 세계적 경기침체로 ‘경제적 지속가능성’의 중요성이 더욱 강조되고 있으며 ‘비용효율적인 경영전략’(Cost Effective Management Strategies)이 중요한 이슈로 부상하고 있음. 이에 따라 회의·인센티브 접목행사, 하이브리드 미팅(hybrid meeting)과 같은 비용절감 효과와 투자 대비 효율성이 높은 행사가 각광받고 있음.
- ‘경제적 효율성’은 세계 금융위기 이후 침체된 경기상황에 부합해 컨벤션 업계 전반에 영향을 미치는 새로운 키워드로 급부상하였고, 행사유치 및 개최성과를 투자 수익률 관점에서 분석하는 ‘ROI(Return on Investment)’ 및 경제적 효과를 측정하고 분석하는 것이 중요해졌음.



- ‘투자수익률’(Return on Investment), 즉 ROI는 경영성과 측정을 목적으로 가장 널리 사용되는 기준으로, 간단하게 설명하자면 기업의 순이익을 투자액으로 나누어 성과를 측정하는 방법임.
- 글로벌 경제여건이 관찮고 컨벤션산업이 급성장을 하던 시기에는 컨벤션 행사의 가치(value)를 참가자들의 반응(reaction) 혹은 만족도(satisfaction) 등 주로 비재

무적(non-monetary) 지표를 기준으로 평가하였음.

- 그러나 경기 침체가 지속되면서 타 업종과 마찬가지로 컨벤션 업계 역시 재정적 압박이 심해지면서 행사개최의 당위성을 설명하기 위해 행사 개최결과를 보다 실질적인(tangible) 수치정보로 제공해야 할 필요성이 제기되었고, 이러한 방편으로 Meeting ROI 분석이 사용되기 시작하였음.
- 현재 전 세계적으로 글로벌 MICE사업체 및 기업의 인하우스 MICE팀은 총괄적 경영성과의 계획, 내부통제, 자원배분결정, 수익예측, 경영성과 평가 등 여러 가지 용도로 MICE ROI 분석을 사용하고 있음.

The ROI of Effective Meetings

A workbook for evaluating meeting costs, meeting value, and determining the best improvement strategies for your organization.

Change your meetings for the better.



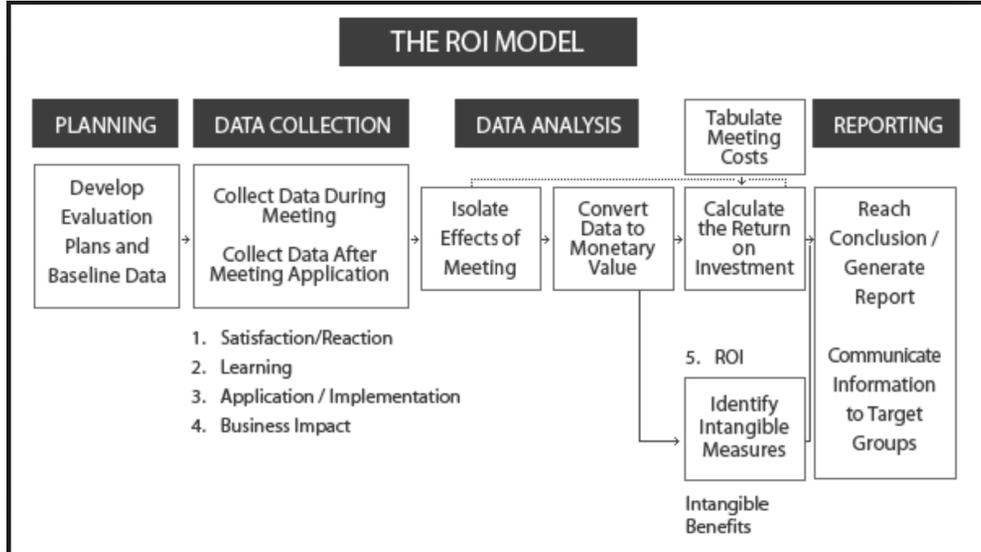
2. Meeting ROI 분석목적 및 기대 효과

- ROI를 활용한 컨벤션 개최성과 측정의 주목적은 행사 참가자들의 전반적 반응 및 만족도, 행사 참가를 통한 지식습득정도, 재무성과 등 컨벤션 행사 개최를 통해 도출되는 다양한 결과를 다각도로 평가 및 분석하는데 있음.
- ROI 분석방법을 이용한 MICE행사의 개최성과측정을 통해 도출되는 효과는 다음과 같음.
- 첫째, Meeting ROI 측정을 통해 개최 행사의 실질적 성과를 파악하고, 향후 행사 개최의 효과성을 효율성을 향상시킬 수 있는 방안을 도출하는 데 도움이 됨.
- 둘째, ROI 분석결과를 토대로 향후 행사 예산을 증액시켜야 할 행사와 반대로 삭감하거나 아예 없애야 할 행사를 파악하는 데 용이하다. 또한 이를 통해 행사에 대한 투자효율성을 높일 수 있음.
- 셋째, 행사 주최기관에 고용된 기획업체 혹은 기획자라면 ROI 분석을 통해 행사 성과를 적극적으로 제시함으로써, 주최기관과 보다 신뢰성 높은 관계를 구축할 수 있고, 유리한 입지구축에도 도움이 됨.
-



3. Meeting ROI 분석방법과 국내 도입상황

- 'Return On Investment in Meetings and Events'라는 책의 저자인 필립스 등은 회의 행사의 ROI 측정 단계를 크게 6단계로 나누어 구성하고 있음.



- 1단계에서는 투입요소를 측정하는 것으로 행사 개최건수, 참가자수, 투입비용 등이 이에 해당함.
- 2단계에서는 참가자의 반응(reaction)과 인식된 가치(perceived value)를 측정하는 것으로 주로 설문조사를 통해 행사 프로그램이나 서비스에 대한 참가자의 만족도 등을 측정하고 평가함.
- 3단계에서는 행사를 통한 참가자의 학습(learning)과 확신(confidence)을 평가하는 것으로, 참가자가 행사 참가를 통해 필요로 하는 정보, 지식, 기술 등을 얼마나 학습하였고 확신하게 되었는지를 측정함. 행사 개최목적이 주로 지식과 정보의 전달 및 교류라는 것을 고려할 때 이러한 지식과 정보가 참가자에게 얼마나 효과적으로 전달되었는지를 평가하는 것임.
- 4단계는 적용(application) 및 실행(implementation)을 측정하는 것으로, 행사 개최 후에 참가자가 행사 참가를 통해 학습한 내용을 업무현장에서 실제로 얼마나 적용하고 실행하였는지를 평가함.

- 5단계는 참가자가 업무현장에서 적용하고 실행한 행동의 결과로 나타나는 성과와 효과(impact)를 측정함. 예를 들면, 새로 학습한 고객유지율 관리 프로그램을 현장에 적용하여 고객유지율이 실제로 얼마나 높아졌는지(impact)를 측정하는 것임.
- 6단계는 이러한 행사 개최효과와 관련된 데이터를 금전적 가치(monetary value)로 전환하는 것으로, 여기에는 행사개최 비용도 모두 포함됨. 이렇게 금전적 가치로 산출된 행사개최 효과와 비용 데이터를 활용하여 ROI를 산출할 수 있음.
- 상당수의 회의기획자들이 2단계에 해당하는 참가자의 반응과 인식된 가치까지는 측정하고 있으나, 3단계인 학습효과를 측정하는 비율은 매우 낮은 편임.
- 특히 4단계부터는 행사 개최 후에 측정해야 하기 때문에 실행하기가 더욱 어려워짐. 그럼에도 불구하고, 다른 모든 산업분야의 경영성과 지표로 ROI를 활용하는 것처럼, 이제 컨벤션 행사운영 성과로 ROI를 측정하고 분석하는 것이 중요함.
- 행사개최와 운영에는 많은 비용이 투입되기 때문에 이러한 투입비용 대비 효과를 재무적 관점에서 분석하고 평가하는 것은 결국 행사개최의 당위성과 가치를 증명하는 것이기 때문임.
- 이제는 행사기획자가 단순히 행사를 기획하고 운영하는 것을 넘어서, 행사개최를 통해 실질적으로 어떠한 가치와 성과를 창출되었는지를 수치화하고 재무적 관점에서 분석하고, 이를 통해 행사성과를 관리하는 역량을 갖추는 것이 필요함.
- 그래야만 행사를 주최하는 조직의 경영진과 같은 테이블에서 동등한 관리자로 대우받을 수 있을 것임. 경영진은 항상 조직이 투입한 모든 투자비용이 창출하는 실질적 성과에 관심이 있기 때문임.



제3절 지속가능발전

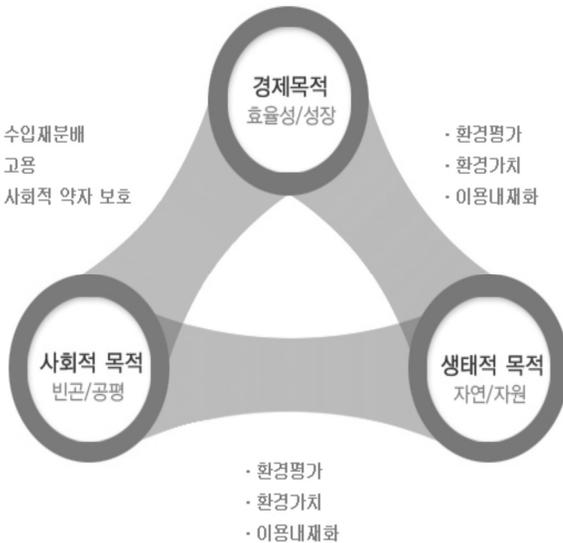
1. 지속가능발전과 국제회의

1) 지속관련발전의 개념 및 의미

□ ‘지속가능발전(Sustainable Development)’이란 경제의 성장, 사회의 안정과 통합, 환경의 보전이 조화를 이루며 지속가능성을 지향하는 발전을 의미함.

□ ‘지속가능발전’이라는 용어는 유엔환경계획(UNEP) 산하의 세계환경개발위원회(WCED)가 1987년에 발표한 ‘우리 공동의 미래(Our Common Future)’라는 보고서에서 “미래 세대의 욕구를 충족시킬 수 있는 능력을 저해하지 않으면서 현재 세대의 욕구를 충족시키는 발전”이라고 정의하면서 본격적으로 사용하기 시작함.

□ 지속가능발전은 시대적 조류와 상황에 따라 활용 방법과 개념이 바뀌고 있음. 1990년대 이전에는 경제, 사회, 환경을 서로 상호작용하는 별개의 영역으로 보고 경제성장과 환경보존을 대립관계로 보았으나, 이러한 틀을 깬 개념이 지속가능발전으로 경제성장, 사회통합, 환경보존을 각각의 영역에서 동시 다발적으로 일어나는 시너지 현상으로 재설정하였음.



[그림5-4] 지속가능발전의 경제/사회/환경 통합 개념

2) 지속가능발전 추진 관련 국제회의 개최동향

- 지속가능발전은 1972년 스웨덴의 스톡홀름에서 개최된 유엔인간환경회의(UNCHE: UN Conference on Human Environment)를 필두로, 1992년 6월 브라질 리우데자네이루에서 개최된 ‘환경과 개발에 관한 유엔회의(UNCED : United Nations Conference on Environmental and Development)’(리우회의, 지구정상회의), 2002년 8월 남아프리카공화국 요하네스버그에서 개최된 ‘지속가능발전 세계정상회의(WSSD : World Summit on Sustainable Development)’(Rio+10), 2012년 6월 브라질 리우데자네이루에서 개최된 ‘유엔지속가능발전회의(UNCSD : UN Conference on Sustainable Development)’(Rio+20)를 거쳐
- 2015년 9월 미국 뉴욕에서 개최된 제70차 UN 정기총회에서 열린 ‘유엔개발정상회의 2015(United Nations Sustainable Development Summit 2015)’에서 2015년 종료된 ‘새천년개발목표(MDGs : Millenium Development Goals)’를 대체하여 2016년부터 2030년까지 추진할 <우리가 사는 세상의 전환 : 2030년까지의 지속가능한 발전 의제>를 의결하고 <유엔 지속가능발전목표(SDGs : Sustainable Development Goals)> 17개 주요목표와 169개 세부목표를 채택함.
- SDGs는 더 나은 세상을 위한 이행주체가 ‘We The People’임을 강조하면서 국제사회, 중앙·지방정부, 시민, 기업 등 각 계의 참여와 협력을 통한 전 세계의 노력을 촉구하였음.



1992년
리우지구정상회의
(Rio Earth Summit)



2002년
지속가능발전
세계정상회의



2012년
'리우+20정상회의'



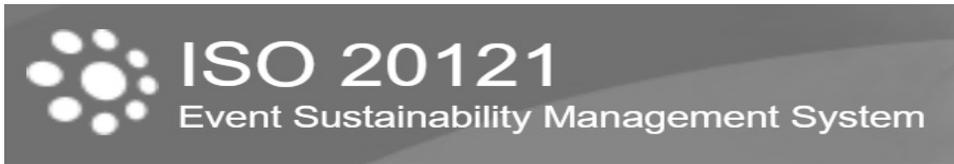
2015년
유엔개발정상회의

3) 지속가능발전 국내 추진동향

- 우리나라는 2000년 9월 지속가능한 국가 발전에 관한 업무를 총괄하는 대통령자문 지속가능발전위원회가 출범하였고, 이후 2006년 10월 국내 최초의 경제·사회·환경 분야 통합관리 전략 및 실천계획인 「제1차 국가 지속가능발전 전략 및 이행계획('06~'10)」을 발표하였음.
- 2007년 8월 '지속가능발전기본법'이 공포되고, 2008년 2월 시행됨으로써 지속가능 발전을 보장하는 법적 장치가 마련되었음.
- 2010년 1월 13일 저탄소녹색성장기본법이 제정되면서 기존의 '지속가능발전기본법'은 '지속가능발전법'으로 명칭이 변경되었고, 환경부장관 소속으로 지속가능발전위원회를 두었음.
- 2011년 8월에는 「제2차 지속가능발전 기본계획('11~'15)」을 수립하였고, 기후변화 대응 및 적응, 산업경제, 사회·건강, 국토·환경분야의 4대 전략, 25개 이행과제를 수립하여 추진하였다. 2016년엔 「제3차 지속가능발전 기본계획('16~'35)」이 수립되었음.
- 현재 「지속가능발전법」에 따라 2018년 8월 제9기 지속가능발전위원회가 출범하여 우리나라의 지속가능발전 이행전략의 심의와 지속가능발전 관련 국가 주요 정책에 대한 자문을 진행하고 있으며, 국가 지속가능성보고서를 발간하고 있음.



2. 지속가능 행사에 관한 국제표준 'ISO 20121'



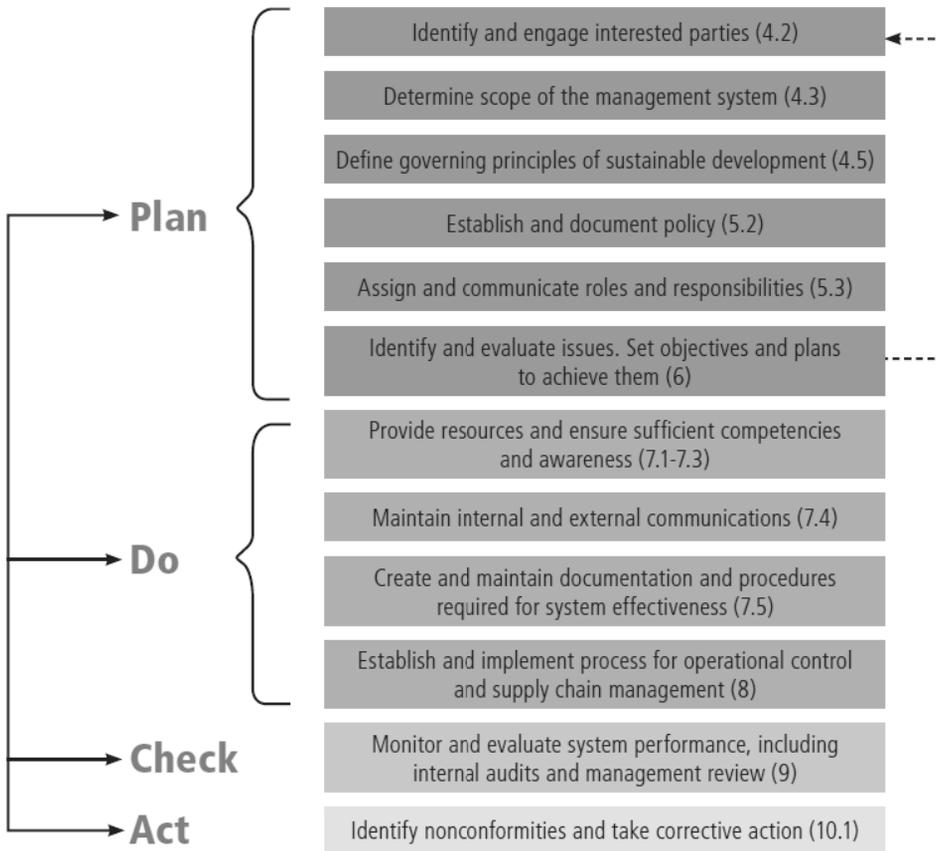
1) 도입배경

- 국제표준화기구(ISO)는 영국이 런던 올림픽 개최 앞두고 개발한 친환경행사 운영 표준 BS8901을 초안으로 하여 지속가능행사(sustainable events)에 대한 국제표준인 'ISO 20121'³⁾을 개발하였음.
- 국제회의나 전시회와 같은 행사를 개최하는 활동에도 경제성·환경성·사회성이라는 3가지 차원의 지속가능성을 고려하는 것이 중요하다는 것을 인식하게 되었고, 국제표준화기구(ISO)는 이를 지속가능행사 운영시스템 표준(ISO 20121)으로 개발하였고, 2012년 런던 올림픽 때 적용하여 널리 확산되는 계기를 마련하였음.

2) ISO 20121 모델

- 조직이 수립하고 운영하며 유지하는 녹색경영시스템이 정해진 표준의 요구사항을 만족하고 있는지를 적격한 제3자가 심사하고 보장하여 주는 것으로, 조직이 녹색경영 성과의 지속적인 개선을 위해 꾸준히 노력하고 있음을 객관적으로 보여주는 것임.
- 주요 ISO 20121 인증 대상
 - 행사 주최자 : 정부/공공기관, 협회, 학회 및 기타 단체, 기업 등
 - 행사장소 : 컨벤션센터, 호텔 등
 - 행사 기획사 : PCO, PEO 등
 - 행사 서비스업체 : 제작물, 렌탈, 숙박, 식음료, 수송 등
 - 도시마케팅기구(DMO) : 지역컨벤션뷰로, 관광마케팅조직 등 행사 관련 조직

3) 국제표준화기구(International Organization for Standardization, ISO)가 제정한 친환경 행사 운영 기준으로, 행사운영의 환경적, 사회적, 경제적 지속가능성 제고를 위한 행사운영시스템에 대한 기준을 제시함. ISO20121구축과정에는 일본, 독일, 캐나다, 오스트리아, 스위스, 스페인, 미국, 중국 등 26개 국가의 ISO 회원이 참여하였으며, GMIC(Green Meeting Industry Council), MPI, UFI 등 세계 MICE 업계를 선도하는 협회 단체들도 자문단으로 초청됨.



[그림5-5] ISO 20121 지속가능행사 관리시스템 모델



SEMS 637346

Attained ISO 20121 Event Sustainability Management System certificate, becoming the first ISO certified venue in Hong Kong.

홍콩컨벤션센터는 홍콩에서 최초로 ISO 20121 지속가능행사 관리시스템 인증을 받은 행사시설이 되었음.

□ ISO 20121 인증취득의 효과

- 이벤트 지속가능성 실행으로 경쟁기관과는 다른 차별적 경쟁우위 확보
- 에너지·폐기물 최소화를 통한 비용 및 자원 절감
- 이해관계자로부터 신뢰와 지지를 확보하고 긍정적 이미지로 회사 명성 제고
- 시스템 유지 관리를 통한 관련 법규 이해 및 준수능력 제고
- 이벤트 영향의 최소화로 규제당국 및 지역사회의 반대를 예방하는 리스크 관리 제고
- 에너지 절약 및 폐기물관리로 탄소배출을 줄이는 사회적 책임 이행



3) 덴마크의 지속가능행사 국제표준(ISO 20121) 인증 사례

- 2012년 EU 이사회, 국제회의 분야 최초 ISO 20121 획득

□ 덴마크는 2012년 상반기 유럽연합(EU) 이사회 의장국을 맡아 이사회를 개최하면서 국제회의 분야 최초로 지속가능행사에 대한 국제표준인 ISO 20121 인증을 획득함.



EU이사회에서 ISO 20121 인증을 획득한 덴마크의 헬레 토르닝슈미트 총리(좌)와 독일의 메르켈 총리(우)

- 덴마크 정부는 환경과 비용절감에 초점을 맞추고 있어 언론에 의해 '수돗물 의 장국(Tap Water Presidency)'이라는 별명으로 불리기도 하는데, 코펜하겐(Copenhagen)과 호르센 시(the city of Horsens)에서 15,000명의 참가자를 유치한 100개의 회의를 개최하면서 ISO를 준수하는 지속가능성 관리시스템을 구현하였음.
- 지역 유기농 식품은 추가 비용 없이 수돗물과 함께 제공되었고, 모든 호텔 객실 및 회의장의 100%는 환경 인증을 받았음. 제반 서비스 공급업자는 책임 있는 조달 정책을 준수했는데, 모든 표지판, 카펫, 홍보제작물 등은 지속 가능한 재료로 제작되었음. 또한 후원을 통해 행사장에 혁신적인 지속가능 테크놀로지를 적용하고, 이러한 시설에 덴마크 풍력에너지를 통해 전력을 공급하였음.
- 또한 이해관계자 참여 전략의 일환으로 외교부와 덴마크 회의 업계 리더들은 민간 협력단체인 '덴마크 지속가능행사 이니셔티브(DSEI, Denmark Sustainable Events Initiative)'를 설립하였음. DSEI는 2012년 EU 의장국의 모멘텀을 활용하여 EU 행사 뿐만 아니라 덴마크 및 글로벌 컨벤션 산업에서의 지속가능행사 이슈에 대한 교육을 통해 더 큰 협력과 혁신을 도모하였음.

[사례] 덴마크의 지속가능행사 국제표준(ISO 20121) 인증에 관한 관계자 코멘트

□ 덴마크 외무부 안드레아스 클라우센-부르(Andreas Clausen Boor) 국장

“그간 너무나 다양한 행사를 조직하는 데 수반되는 예산상의 제약과 복잡성 때문에 현명하고 효율적이며 유연한 행사 관리시스템이 필요했다. 우리의 회의 설계 전략과 ISO 20121 표준은 정치적·지속가능성 목표를 합리적이고 효율적인 방법으로 현실적 과정과 일치시키는 데 도움을 주었고, 회의 운영의 품질을 향상시키는 동시에 4천만 유로를 절약할 수 있었다.”

□ 덴마크 지속가능행사 이니셔티브(DSEI)의 창립 파트너
- 원더풀 코펜하겐 CVB의 컨벤션 디렉터 Steen Jakobsen

“본 행사 보고서는 ISO 20121을 구현한 경험을 수집하고 공유한다. 이는 협력의 힘을 강조하고 있고, 다른 회의 주최자에게 상당히 도움이 될 수 있다.”

□ 덴마크 컨벤션관광청(Visit Denmark) 마케팅 매니저 Markus Diefenbach

“회의 업계는 지속가능 행사 운영에 대한 실제적인 방안을 보여주는 구체적 사례를 요구해 왔다. 우리는 덴마크가 EU 의장국으로서 지속가능행사에 대한 리더십을 보여주기 위해 협력했다.”

□ MCI 지속가능성 서비스의 Guy Bigwood 프로젝트 컨설턴트:

“이 선구적인 프로젝트는 덴마크 정부와 업계의 혁신, 협업, 지속가능성에 대한 의지를 다시 한 번 보여준다. 그들의 리더십은 세계적인 규모의 지속 가능한 행사 관리를 진전시키는 데 도움이 된다. 또한 코펜하겐을 '지속 가능한 회의의 수도'로, 덴마크를 '우선적인' 지속 가능한 회의 목적지로 포지셔닝 하는 것을 강화한다.”

[인터뷰 사례] 덴마크 외무부 안드레아스 클라우센-부르(Andreas Clausen Boor) 국장



Andreas Clausen Boor

Andreas Clausen Boor
Head of Section and Sustainability
Coordinator
Danish Foreign Ministry

- 덴마크 외무부가 ISO 20121 기준과 지침에 따라 지속가능행사 관리시스템을 처음 시행한 것은 언제인가?

“2012년 덴마크가 EU 의장국을 맡으면서 진행한 EU 이사회가 처음이었다. ISO 20121 기준은 2012년 6월 공식화되었기 때문에 이 행사가 지속가능행사 관리시스템 인증을 받은 첫 번째 행사라 할 수 있다.

- ISO 20121 표준을 사용하여 몇 가지 유형의 행사를 개최했는가?

“대규모 고위급 회의부터 소규모 워크숍에 이르기까지 약 100건의 정치회의(최소 60명에서 최대 900명이 참석)에 ISO 20121 지속가능행사 관리시스템을 적용하였다. 또한 9건의 비공식 평의회(금융장관, 외무장관, 법무장관 등)와 EU-EU-의회, 덴마크 정부간의 두 번의 회의를 준비했다.

- ISO 20121 표준에 부합하는 행사 운영의 이점에 대해 의견을 제시할 수 있는가?

“ISO 20121 표준을 따르는 것은 지속가능성을 가지고 일하는 전략적이고 일관성 있는 접근을 제공한다. 분산된 "친환경" 이니셔티브 대신, 지속가능성을 행사 운영의 모든 측면에 통합할 수 있었는데, ISO 국제표준은 필요한 시스템과 절차를 구현하는 데 도움을 주었다.”

- ISO 20121 구현 및 인증을 고려 중인 다른 조직에 조언이 있으십니까?

“일찍 시작하고 상식을 사용하라. 이 표준은 시스템이 처음부터 설정되어 있는 한 구현하기 꽤 쉽다.”

[사례] 지속가능회의의 프로그램 기획과 운영 - ISO 20121 표준 적용

IMEX 2014 그린미팅어워드에서 수상받은 '책임 있는 비즈니스 포럼'

책임 있는 비즈니스 포럼(The Responsible Business Forum)은 기업·사회·환경 등 모든 이해관계자가 기업 비즈니스 활동을 통해 '상호보완적 경제(the Economics of Mutuality)' 생태계를 만들어 간다는 목적으로 시작된 포럼이다.

2007년 첫 논의가 이뤄졌으며, 2014년 6월 옥스퍼드대학교(University of Oxford)와 마스경제연구소(Mars Incorporated)가 합작연구 파트너십을 체결하며 가속화되었다. 2013년 싱가포르 마리나베이샌즈에서 '변화, 성장과 녹색 경제(Transformation, Growth and the Green Economy)'를 주제로 열린 '책임 있는 비즈니스 포럼'은 IMEX 2014 그린미팅어워드(IMEX 2014 Green Meeting Award)에서 친환경 주요 활동 등이 인정되어 수상하였다.

'2013 책임 있는 비즈니스 포럼'의 친환경 주요 활동은 ISO20121 운영기준과 싱가포르 관광청에서 제작한 MICE 산업 지속가능경영 가이드라인을 따랐다. 동종 행사 중 가장 높은 폐기물 전환 비율을 차지하였으며, 주요 공급업체와 지속가능 경영 정책 및 공급업체 행동강령을 공유하였다. 이외에도 싱가포르에서 최초로 100% 채식과 향토 음식 메뉴를 제공하였으며, 탄소배출량 감소 및 회의실 내 움직임 감지 시스템을 구축해 에너지를 절약하였다.

GREEN INITIATIVES: RESPONSIBLE BUSINESS FORUM
Suppliers signed sustainability policy commitments

- 90% waste diversion rate
50% waste recycled
40% converted to energy
- 100% locally sourced F&B menu
INDONESIA, MALAYSIA, SINGAPORE, THAILAND
- Menu: 100% vegetarian
- 100% carbon emission offset

- ISO20121 운영기준과 싱가포르 관광청에서 제작한 MICE 산업 지속가능경영 가이드라인을 따름
- 동종 행사 중 가장 높은 폐기물 전환 비율 차지
- 주요 공급업체와 지속가능 경영 정책 및 공급업체 행동강령을 공유
- 싱가포르 최초로 100% 채식과 지역음식 메뉴 제공
- 참가자들과 공유할 웹사이트 구축 및 이벤트 정보제공 및 교육 비디오를 포스트로 게재
- 탄소배출량 감소 및 회의실 내 움직임 감지 시스템 구축해 에너지 절약
- 지속가능 경영 활동의 결과를 검토하고 차후 행사 자료로 활용

IMEX 2014 Green Meeting Award Winner로 선정

출처: Responsible Business Forum Singapore - IMEX Exhibitions.pdf

제4절 유니크 베뉴 활용

1. 유니크 베뉴 활용의의 및 필요성

- 행사 개최지에서의 독특한 경험이 참가자의 만족도에 영향을 미치는 것은 물론 회의참가를 결정하는 중요한 요인으로까지 작용하면서 리셉션, 네트워킹 프로그램, 만찬 등의 행사를 컨벤션센터나 호텔과 같은 전형적인 회의시설이 아닌 이색적이고 흥미로운 장소, 이른바 유니크 베뉴(unique venue)에서 개최하려는 수요가 증가하고 있음.
- 회의참가자는 색다른 경험을 할 수 있는 장소에서 개최되는 행사에 참가하는 것을 선호하고, 회의주최자는 개최지만의 이국적인 분위기와 독특한 문화를 경험할 수 있는 장소를 활용하여 행사의 차별적 매력을 높이려고 하기 때문임.
- 유니크베뉴는 전통적인 회의시설인 컨벤션 센터, 호텔, 대학교 등 컨벤션 행사 개최를 위한 전문적인 시설을 갖춘 곳이 아닌 장소로, 참가자들에게 현지에서만 경험할 수 있는 색다른 분위기를 연출하여 이국적인 문화와 독특한 분위기를 체험할 수 있는 기회를 제공하고, 행사의 차별성을 높일 수 있는 장소임. 주로 활용되는 장소는 성, 고궁, 박물관, 전망이 좋은 레스토랑 등이며 컨벤션산업을 전략적으로 육성하려는 지역정부 및 유관기관에서는 이에 대한 활성화 지원사업도 진행하고 있음.

대상 시설의 유형

- | | |
|---------------------|------------------------------|
| ■ 미술관, 박물관, 예술전시관 등 | ■ 역사유적, 성, 고궁, 기념관 |
| ■ 관광유인시설 | ■ 공연장, 극장, 녹음 및 녹화장, 촬영세트장 등 |
| ■ 종교 및 사회단체 시설 | ■ 대학, 교육기관, 정치/군사본부 |
| ■ 소매점 | ■ 스포츠시설 |

- 국제회의 개최 시 리셉션, 만찬 등의 부대행사를 컨벤션시설이 아닌 독특한 장소(unique venue)에서의 개최하며 참가자 유치 및 만족도 제고에 긍정적인 영향을 미치는 요인이 될 수 있으며, 이는 참가자의 체류증대 및 재방문으로 이어져 보다 궁극적으로는 지역 내 부가가치 창출 증대에 긍정적 영향을 미치는 요인으로 파악되고 있음.

□ 유니크베뉴 트렌드는 전략적 회의운영(strategic meetings management) 측면에서도 매우 중요해지고 있다. 역사 유적지, 성(castle), 고궁, 박물관, 미술관 등과 같은 유니크 베뉴는 회의참가자에게 독특하고 이색적인 경험을 제공할 뿐만 아니라, 회의주최자가 전달하고자 하는 메시지를 보다 효과적으로 전달하고, 더 나아가 참가자의 인식과 만족도 제고, 행동변화에까지 영향을 미치는 등 행사성과를 높이는 데에도 중요한 역할을 하는 것으로 평가받음.

□ 과거에는 회의주최자가 행사장을 선정하는 데 있어 장소의 특징보다는 주로 예산과 위치 문제만을 중요하게 고려하는 경우가 많았음. 하지만 이제는 회의주최자가 행사 개최를 통해 참가자에게 전달하려는 메시지와 관련성이 높은 유니크 베뉴를 선정하는 것에 대한 관심이 증가하고 있음. 이러한 장소선정이 회의참가자의 만족과 행사성과에 큰 영향을 미치기 때문임.

한국의 유니크베뉴 활용 사례



국립중앙박물관 - G20 영부인 만찬

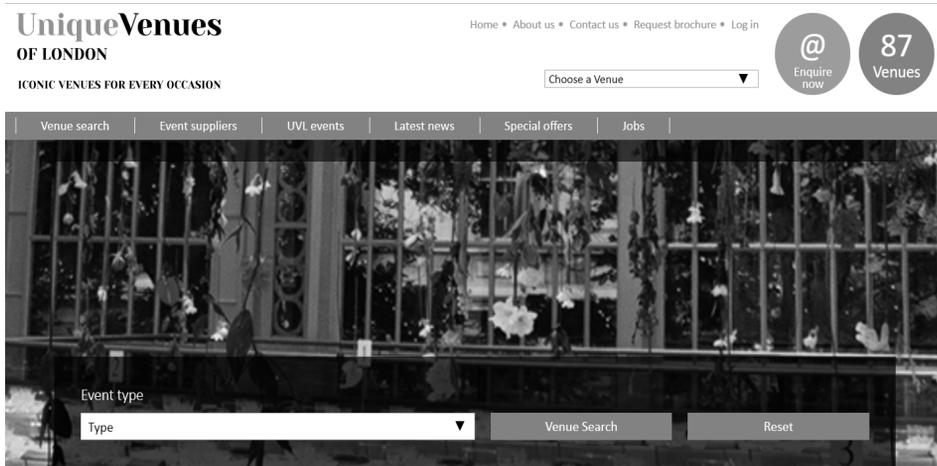


한국관광의 밤 - 청덕궁

2. 해외 유니크 베뉴 활용현황 및 사례

1) 런던의 유니크베뉴 운영 및 관리 현황

- 런던의 유니크베뉴 단체인 유니크베뉴오브런던(Unique Venue of London, UVL)은 1993년 18개의 회원들로 처음 출범하였는데, 회원사를 지속적으로 확대하여 2019년 현재 런던 소재의 박물관, 갤러리, 역사유적, 궁(palace), 공연장 등 87개의 시설들이 회원으로 가입되어 있음.



- 대표적인 시설로는 캔싱턴 궁(Kensington Palace), 내셔널갤러리(The National Gallery), 세인트폴대성당(St. Paul's Cathedral), 로열오페라하우스(Royal Opera House), 서머셋하우스(Somerset House) 등이 있음.

시설 카테고리	시설 카테고리
미술관, 박물관, 예술전시관 등	Witchapel Gallery, Kew Bridge Steam Museum 등
역사유적, 성, 고궁, 기념관	Kew Palace 등
관광유인시설	Syon Park, Madame Tussauds and Stardome 4D 등
공연장, 극장, 촬영세트장	BFI IMAX, Royal Opera House 등
종교 및 사회단체 시설	Southwark Cathedral 등
대학, 교육기관, 정치/군사본부	Old Royal Naval College 등
소매점	Fortnum&Mason 등
스포츠시설	Lord's Cricket Ground 등

- 유니크베뉴오브런던은 런던 내 유니크베뉴에 대한 마케팅 활동을 주로 하고 있는데, 회원 시설을 모두 소개하는 브로셔를 제작하고, 웹사이트를 통해 행사유형, 규모, 특성에 적합한 시설을 검색하는 서비스를 제공하여 행사 주최자가 자신의 행사에 적합한 시설을 찾도록 돕고 있음.

Venue search

Select from the venue options below to refine your search:

Function: Capacity:

- Reception
- Lunch
- Dinner
- Dinner Dance
- Meeting / Conference
- Exhibition Space
- Outdoor Space
- Marquee
- Wedding Licence
- Wedding Reception

Apply

Reset



Royal Hospital Chelsea

Founded in 1682 by Charles II and designed by Sir Christopher Wren, the Royal Hospital Chelsea was built as a home for 'veterans broken by age and war'. For over 300 years it has housed the famous scarlet-coated Chelsea Pensioners, former soldiers of the British Army, who come to live in this magnificent site during their retirement. Its stunning buildings and gardens make for a truly idyllic location for your event in central London.

Enquire about this venue
Find out more



Natural History Museum

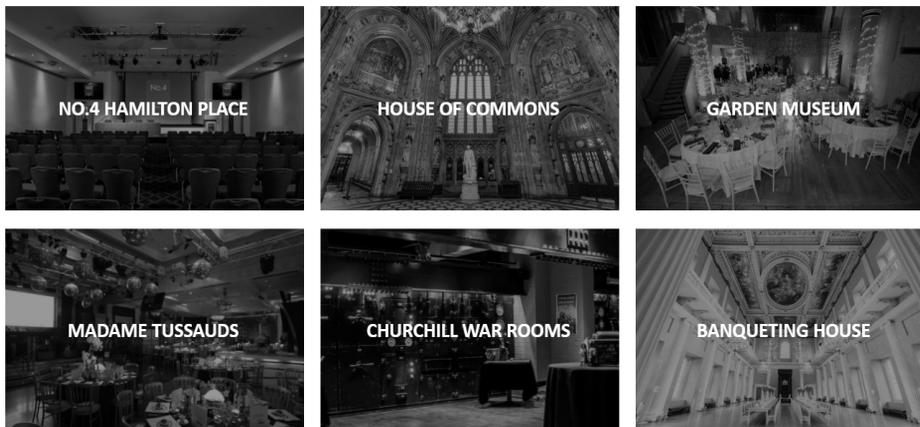
Hintze Hall

Hintze Hall has a dramatic sense of place. With its grand entrance leading to soaring Romanesque arches, a magnificent stone staircase and 25m skeleton of a blue whale suspended from the ceiling, it is the ideal venue for all kinds of events.

Just some of the events we've held: dinner dances, after-show parties, fashion shows, award ceremony press launches, bar and bat mitzvahs, and weddings. Depending on the number of people and the nature of your event, you can also hire the adjoining galleries for your guests to explore.

Enquire about this venue
Find out more

A selection of our venues



2) 브뤼셀의 유니크베뉴 운영 및 관리 현황

- 브뤼셀의 유니크베뉴단체인 브뤼셀스페셜베뉴협회(Brussels Special Venue Association)는 2006년 6개의 회원들로 출범하였는데, 2019년 현재 브뤼셀 소재 43개의 유니크베뉴가 회원으로 가입해있음.
- 이들 시설에서 매년 5,500개 이상의 행사를 개최하고 있으며, 행사참가자 수가 1백 만 명이 넘을 만큼 뛰어난 성과를 보여주고 있다. 브뤼셀스페셜베뉴협회 역시 시설들을 소개하는 브로셔를 제작하고, 웹사이트를 통해 행사기획자가 자신의 행사유형, 규모, 특성에 적합한 유니크베뉴를 손쉽게 검색할 수 있도록 하는 등 유니크베뉴에 대한 마케팅 활동을 적극적으로 하고 있음.



3) 일본의 유니크베뉴 운영 및 관리 현황

- 일본도 최근 자국의 컨벤션산업에 대한 홍보를 하면서 유니크 베뉴를 강조하고 있으며, 별도의 메뉴를 통해 대표적인 유니크 베뉴를 소개하고 있음.

The screenshot displays the 'Japan. Meetings & Events' website. The header includes the logo and navigation links: 'WHY JAPAN', 'PLAN YOUR EVENT', 'JAPAN INCENTIVE', and 'CONTACT/INFORMATION'. A 'NEWS' section on the right lists recent updates, such as 'Meet Japan 2019 succeeds in showcasing local destinations in Japan' and 'Congratulations to the Inspiring Japan photo and video contest awardees'. The main content area features a 'Unique Venues' section with a large image of a modern glass building and the text: 'Japan has a diverse portfolio of unique venues. Use our online list to find the ideal venue to really impress your attendees.' Below this are several featured venue cards, each with a title, a brief description, and a 'VIEW DETAIL' link.

Unique Venues
Japan has a diverse portfolio of unique venues. Use our online list to find the ideal venue to really impress your attendees.
> Find More

NEWS > More

- 2019.03.15 Meet Japan 2019 succeeds in showcasing local destinations in Japan
- 2019.03.01 Congratulations to the Inspiring Japan photo and video contest awardees
- 2019.02.25 Winning photos of the 1st Inspiring Business Events Japan Photo Contest

JAPAN: THE WORLD'S POWERHOUSE FOR INNOVATION
Produced by DDB Needham

Japan Delivers More Than You Ever Imagined
Produced by DDB Needham

Inspiring Ideas
Produced by DDB Needham

5 Ways Japan Will Inspire You
NEW IDEAS START HERE

TOKYO 아카사카 영빈관
VIEW DETAIL >
영빈관은 외국 원수와 수상 등 국가의 귀빈을 위해 숙박과 그 밖의 접대를 하기 위해 만들어진 영빈 시설입니다. 귀빈이 머무는 동안에 정장회담, 예방, 서명식, 리셉션 및 만찬회 등 다양한 공식 행사도 진행됩니다. 영빈관은 이러한 접대를 통하여 외교의 중요한 역할을 담당하고 있습니다.

OKAYAMA 오카야마 성
VIEW DETAIL >
1597년에 지어진 오카야마 성은 독특하고 복잡한 기하학적 형태가 특징입니다. 제2차 세계 대전 중 손상되었다가 1966년에 재건되었습니다.

TOBA 도바 해양 민속 박물관
VIEW DETAIL >
널리 알려진 도바의 아마(잠수부)와 그 문화에 관한 독특한 소장품을 60,000점 이상 전시하고 있으며, 예스러운 정취가 흐르는 곳입니다.

HOKKAIDO 모에레누마공원
VIEW DETAIL >
모에레누마 공원은 세계적인 조각가, 이시무 노구치가 구상한 아트 파크입니다. 자연과 아트가 융합된 아름다운 경관을 즐기실 수 있습니다.

YAMAGATA 야마가타 미술관
VIEW DETAIL >
야마가타 미술관은 야마가타에서 도보로 이동할 수 있는 최적의 위치에 있으며, 유명한 일본 예술품과 프랑스 미술품을 항상 전시하고 있습니다.

3. 국내 유니크 메뉴 활용현황 및 사례

- 한국관광공사는 2018년 전국 지역 컨벤션뷰로의 추천과 MICE 업계 관계자 등으로 구성된 평가단의 현장 평가를 통해 총 11개 지역 20개의 KOREA 유니크메뉴를 선정하여 발표하였음.
- 이들 메뉴 중에는 국립중앙박물관, 동대문디자인플라자(DDP) 등 인지도가 높은 시설부터 창원 해양공원, 광주 월봉서원 등 각 지역별 특색을 살리면서 MICE 행사 진행이 가능한 장소들이 고르게 포함되었음.
- 공사는 금번 선정된 유니크메뉴 활용을 활성화하기 위하여, 국내외 MICE 행사 주최자들 대상 홍보를 강화할 예정임.

[표5-1] 한국관광공사가 선정한 코리아 유니크 메뉴(2017-2018)

순번	지역	개수	선정메뉴
1	서울	5개	국립중앙박물관
			DDP
			한국의집
			삼청각
			새빛섬
2	부산	3개	더베이101
			영화의전당
			누리마루
3	대구	2개	대구텍스타일컴플렉스
			83그릴
4	인천	1개	현대크루즈
5	광주	2개	월봉서원
			전통문화원
6	제주	1개	생각하는 정원
7	강원	1개	남이섬
8	경기	1개	한국민속촌
9	경남	1개	창원해양공원
10	경주	2개	황룡원
			교촌한옥마을
11	고양	1개	중남미문화원
계		20개	



더베이101

목록

주소 부산광역시 해운대구 동백로 52
 전화번호 051-726-8880
 팩스 -
 이메일 mahj3971@naver.com
 홈페이지 www.thebay101.com

코리아
유니크베뉴

시설개요

부산 최대의 복합 마리나 시설. 3층에는 야외 옥상공간이, 지하 1층에는 대형 컨퍼런스 룸과 소형 컨퍼런스 룸 등 다양한 규모의 연회시설을 갖추고 있다. 무엇보다 최고급 요트에서 선상 세미나를 즐길 수 있다는 점이 더베이 101만의 가장 큰 매력이다.

전시시설	○	스포츠시설	-	공연시설	-
역사문화유적	-	레저시설	○	기타시설	-

거리

공항	김해국제공항, 27km, 차량 50분
지하철역	부산 지하철 2호선 동백역, 685m, 도보 10분
항만	부산항국제여객터미널, 16km, 차량 35분

회의실

회의실명	층	위치			규모	수용인원								
		실내	실외	혼합		면적(m ²)	Standing	Banquet	Classroom	Board	Reception	Theater	U-Shape	
컨퍼런스룸	지하1층	○	-	-	56	-	20	30	20	-	30	17		
마린룸	지하1층	○	-	-	231	180	120	150	36(narrow 스타일이라서절반 면적만 사용)			180	200	30
갤러리홀	1층	○	-	-	397	250	200	200	84	250	300	78		

주요행사

과거 개최 이력	<ul style="list-style-type: none"> · 2017 바운스부산 startup networking night(160명) · 2017 부산시 하반기 해외바이어 초청 상담회 애프터파티(60명) · 2017 세계해양포럼-아디다스 런포터요션(300명) · 2017 BIFF_kth 땡큐파티(350명)
----------	---

[그림5-6] K-MICE를 통한 유니크베뉴 검색 및 정보제공 화면

- 서울은 수변시설, 전통시설, 현대(모던)시설, 공연문화시설, 박물관·미술관, 체험시설 등 6개 유형의 57개의 유니크베뉴를 선정하고, 웹사이트를 통해 회의주최자가 행사규모와 시설특성에 따라 자신의 행사에 적합한 유니크베뉴를 검색할 수 있는 서비스를 제공하고 있음.



유니크 베뉴

홈 > 시설검색 > 유니크 베뉴

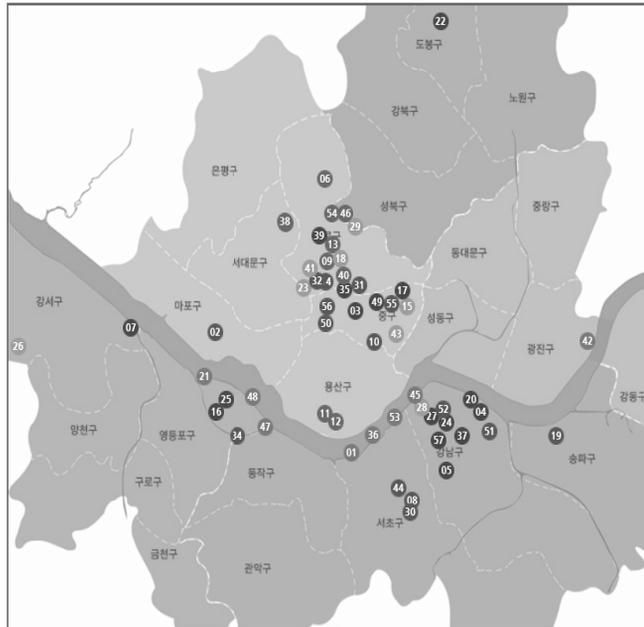
지역, 수용인원, 시설로 검색할 수 있습니다.

시설

- 수변 시설
- 전통 시설
- 현대(모던) 시설
- 공연·문화 시설
- 체험 시설
- 박물관·미술관

수용인원

- 전체 보기
- 0-50
- 51-100
- 101-150
- 151-300
- 301-



- 대표적인 시설의 하나로 한국가구박물관(Korea Furniture Museum)이 있는데, 2010년 서울G20정상회의 VIP 리셉션 및 오찬, 2013년 IMF 총재 만찬, 2014년 샤넬 국제 프레스 이벤트 및 만찬, 2017 루이비통 특별전시회를 개최하는 등 국제 행사 개최지로 각광받고 있음.

유니크 베뉴

홈 > 시설검색 > 유니크 베뉴 > 한국가구박물관

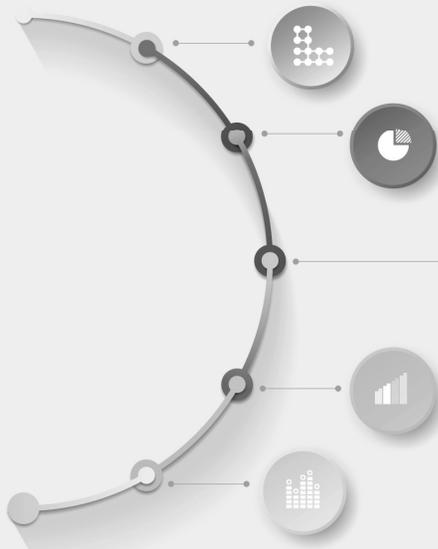
한국가구박물관



대표자명 정미숙
 담당자명 박중선
 주소 서울시 성북구 대사관로 121
 연락처 02 745 0181
 02 745 0031
 홈페이지 http://www.kofum.com
 이메일 info.kofum@gmail.com



공간	위치	규모(㎡)	Standing(명)	Seated(명)
공채	1F	240	80	60
곳간	1F	139.6	25	18
부엌채	1F	139.6	20	12
중정들	야외	100	70	-



VI

국제회의 유치 성공전략 및 관련 사례

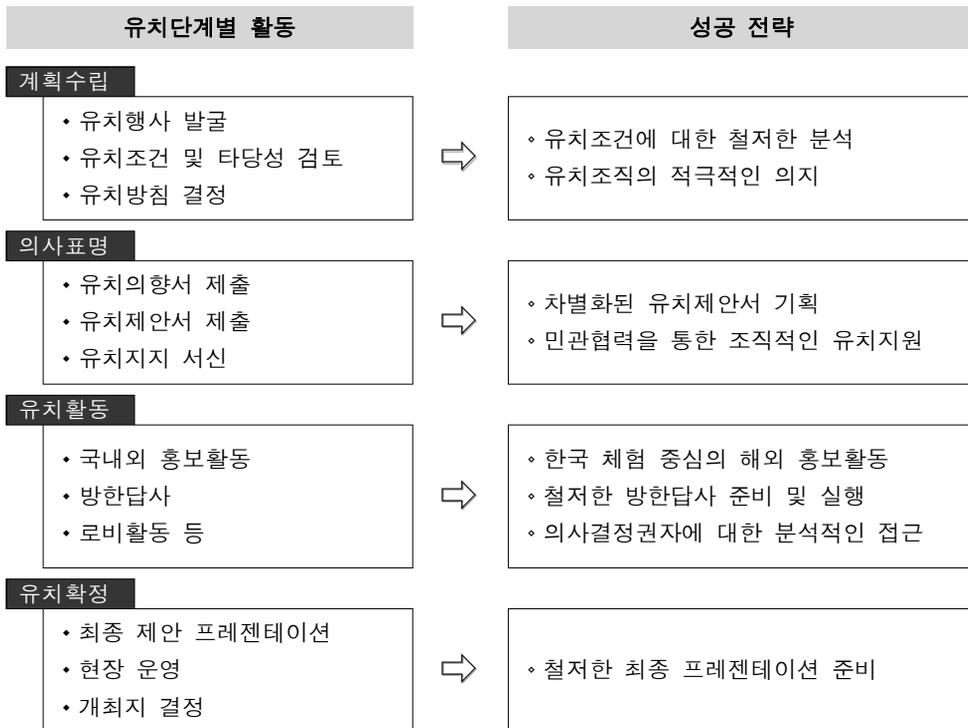


제6장 국제회의의 유치 성공전략 및 관련 사례

제1절 국제회의의 유치 성공전략

- 국제회의의 유치에는 국가, 도시 등 개최지의 환경적 요인, 유치본부 및 유치조직위원회 등의 조직적 요인, 의사결정자 등 인적 요인 등이 복잡하게 얽혀있음.
 - 따라서 유치에 성공하기까지는 사례별 성공 요인들이 다양하게 존재

- 국제회의의 성공유치에 필수적인 가치 3가지는 차별성(Differentiation), 진정성(Authenticity), 관계성(Relationship)을 꼽을 수 있음.
 - 이미 유치한 국제회의의 사례에 대한 전략적 접근을 통해 향후 행사 유치 시 구체적인 방향을 제시하고자 함.



[그림6-1] 국제회의의 유치 및 성공전략

제2절 철저한 유치계획 수립 및 유치조직의 적극적 의지

1. 유치조건에 대한 철저한 분석을 통한 유치계획 수립

- 행사명 : 국제전문연맹총회
- 개최년도 : 2021년
- 유치년도 : 2015년
- 경쟁국 : 남아프리카공화국, 칠레, 캐나다
- 행사규모 : 2주간 2,500여명
- 국제본부 : 국제전문연맹

- 국제연맹에서의 인적네트워크가 상대적으로 미약하므로 낮은 유치 가능성이었던 본 행사 유치의 핵심은 전략과 타당성 분석임.
 - 열악한 환경을 이용해서 본 행사 유치를 통해 '인프라 발달과 연구 수준을 한 단계 더 높이는 기회로 삼아야 한다'는 것이 주요 내용
- 천문학 전문가뿐 아니라 **일반 대중들의 관심**을 끌어내기 위해 소셜 네트워크 서비스를 활용하여 재미난 캠페인을 전개
 - 이 총회를 유치하는 것이 어떤 의미인지 사이트에 올리고, 시민들이 직접 다양한 별 모양을 만들어 찍은 사진을 소셜 네트워크 사이트에 올리도록 한 캠페인은 국제연맹 사무총장의 감동을 끌어냄.
- 임원보다 일반 참가자들에 대한 참가를 유도하기 위한 전략을 세워 참가자가 편리하게 행사에 참여할 수 있는지를 알려주고 전차대회보다 등록비를 낮춰 어려운 국가 참가자를 지원하고 기숙사를 개방하여 학생참가자를 배려하는 등의 전략 제시
- 특히, 왜 부산이 개최지여야 하는지에 대한 **타당성을 점검하는데 자세히 분석함**
 - 2018년도 개최지 예산안과 제안서도 분석, 미래 부산이 천문학발전에 어떠한 노력을 할 것인지도 표명

2. 유치 조직의 지속적이고 적극적인 의지

- 행사명 : 세계수의사대회
- 개최년도 : 2017년도 33차
- 유치년도 : 2011년
- 경쟁국 : 태국
- 행사규모 : 3,000여명
- 국제본부 : 세계수의사회 (1863년 창립)
- 지역본부 : 대한수의사회

- 인천관광공사에서 인천수의사회 회장(허주형 회장)에게 2017년 세계수의사대회 유치 권유를 시작으로 유치를 위한 출발점이 됨.
- 이후 대한수의사회가 주최기관이 되도록 임원들을 설득하고 개최지를 인천시로 확정하였으며 탄탄한 해외 네트워크를 바탕으로 정보전에서 한발 앞서나감.
 - 지속적으로 해외 수의학대회와 관련 학회에 참석해 왔으며 아시아수의사회 회장 과도 친분이 두터움.
- 한국의 밤(Korea Night) 행사에서도 각국 투표권자는 물론이고 세계수의사회 회장, 국제광견병협회 회장, 아시아수의사회 회장 등 VIP들이 총출동
- 주최기관의 의지는 가장 큰 동력
 - 국제회의를 유치하는 과정에는 주최자뿐만 아니라 컨벤션뷰로, 한국관광공사, 정부, 지자체 등 많은 기관과 전문가들의 노력이 결집 외에도 주최자가 행사를 유치하고자 하는 의지가 가장 중요한 것으로 평가됨.
 - 원활한 의사소통 시스템을 구축하는 것은 복잡한 준비과정에서 발생하는 어려움을 감소시킴. 또한, 적극적으로 협력하는 분위기를 조성하여 유치단 모두가 행사 유치에 전력투구하게 하는 분위기를 조성함.

제3절 차별화된 유치 제안 및 조직적인 유치 지원

1. 차별화된 유치 제안

- 행사명 : Abacus International Conference (여행/레저산업의 CRS사)
- 개최년도 : 2012년
- 유치년도 : 2011년 싱가포르
- 경쟁국 : 말레이시아, 태국, 싱가포르, 스리랑카, 중국, 홍콩
- 행사규모 : 3일간 500여명
- 국제본부 : Abacus International (1989년 싱가포르 설립)

- CRS Abacus system을 사용하는 회원사가 2년마다 모여 비즈니스 네트워킹을 하는 국제회의로 항공사, 호텔그룹, 리서치회사, 신용카드 회사 등이 회원사로 보유
- 아시아 내에서 싱가포르(1995), 발리(1997), 홍콩(2000), 방콕(2002), 산야(2005), 코타키나발루(2007), 호찌민(2010)에 걸쳐 개최
- 이 도시들과 차별화할 수 있는 한국의 장점을 부각, 설득하는 전략을 구사하기 위해 의사결정권자들의 접촉하여 서울의 특급호텔과 인상적인 문화시설에 대해 높이 평가하고 있음을 파악
- 서울을 개최도시로 선정하여 한국관광공사와 서울관광마케팅(주)과 유치제안서를 작성
- 주요 유치제안서 내용으로 ‘첫째, 서울이 충분한 수용 능력을 갖추고 있는 도시’, ‘둘째, 세계 최대 규모와 서비스의 인천공항 보유 및 접근성’, ‘셋째, 다채로운 행사가 열리는 도시’, ‘넷째, 서울의 긴 역사와 세련된 문화’, ‘다섯째, K-팝 등 한류의 진원지’임을 강조함
- 한국관광공사의 전폭적인 지원을 덧붙여 말함

2. 민관협력을 통한 적극적이고 조직적인 유치지원

- 행사명 : 세계가스총회 (World Gas Conference, WGC)
*에너지 분야 세계 3대 국제행사
- 개최년도 : 2021년 제28차 총회
- 유치년도 : 2014년도 독일 국제가스연맹 연차총회
- 경쟁국 : 노르웨이, 러시아, 중국
- 행사규모 : 90개국 6,000여명 참석
- 국제본부 : 국제가스연맹 (International Gas Union, IGU)
- 지역본부 : 한국가스연맹 (1985년 설립)

- 한국의 세계가스총회 유치는 2002년 처음 시작되었으나 당시 높은 기대감과는 달리 국제가스연맹 내 집행이사국 활동 부족, 아시아 출신 회장에 대한 회의감 등의 분위기로 좌절
- 2011년에 이어 2013년 세 번째 도전에서는 이전 홍보과정에서 느꼈던 한국에 대한 호의적 분위기를 감지, 세 번째 도전에 나서서 성공을 거둠.
- 정부와 민간 등 45인으로 구성된 민관합동 유치위원회 구성을 통해 국제가스연맹과의 네트워크를 강화하고 조직적인 협력관계를 구축
 - 투표권을 보유한 회원국의 상황과 성향을 하나씩 분석하여 지지, 우호, 중립, 비우호로 구분하고 각각에 맞는 적절한 설득 논리로 대응
- 가능한 외교채널을 모두 동원하여 국제가스연맹 주요 인사를 직접 만나고 국내로 초청하는 전략을 세워 7개월간 58개 국가를 직접 방문하여 면담을 진행
 - 최종 결정 한 달 전의 2014년 9월 행사에서 국제가스연맹 소속 관계자 120여명이 참여하는 한국의 밤 행사를 개최, 다양하고 이색적인 체험 프로그램이 호응을 얻어 유치에 강력한 의지를 표현하는 기회가 됨.

제4절 체험적이고 디테일한 유치 홍보활동 및 의사결정권자에 대한 전략적 접근

1. 한국적 체험프로그램을 통한 유치 홍보활동

- 행사명 : 월드문 (WorldMUN)
(Harvard World Model United Nation)
- 개최년도 : 2015년 24회
- 유치년도 : 2014년 벨기에 브뤼셀
- 경쟁국 : 평균 5대 1
- 행사규모 : 117개국 2,500여명
- 국제본부 : 미국 하버드대학
- 지역본부 : 한국외대, 외교부, 한국국제협력단 등

- 2012년부터 행사 유치를 위해 ‘비밀탐사단’을 파견하여 시도하였으나 실패, 현장에서 학생 행사가 갖는 다양한 분위기를 체험하여 프로그램 구성
- 벨기에 월드문 파티장소가 더욱 좋을 것을 고려하여 전통부채를 기념품이 참가자들의 호응을 끌어냄. 춤을 추고 더워하는 외국인들에게 한국어와 영어로 글을 써서 부채를 제공, 한국을 알리기에 나섬.
 - 해외 대학생들은 자연스럽게 한국 홍보부스로 모였고 다시 ‘코리아’ 브랜드를 알리는 데 긍정적인 영향을 미침.
 - 타국 기념품이 주로 모자나 전통음식으로 전통 부채가 더욱 주목받을 수밖에 없는 분위기로 이어짐.
- 이후 본부에서 발송한 발신자 ‘월드문 하버드 대학 조직위원회’ 봉투에서 ‘축하합니다’의 문구를 통해 월드문 유치를 확정 통보를 받음.

2. 철저한 방한답사 준비 및 현장운영

- 행사명 : 세계비뇨기과학회 총회
- 개최년도 : 2018년
- 유치년도 : 2014년
- 경쟁국 : 홍콩, 말레이시아
- 행사규모 : 4,000여명
- 국제본부 : 세계비뇨기과학회
- 지역본부 : 대한비뇨기과학회

- 1차 유치제안서를 심사한 국제본부는 학회 이사진 2명으로 구성된 실사단 파견
 - 대한비뇨기과학회는 한국관광공사, 서울관광마케팅, 코엑스와 회의를 통해 방한답사 일정 계획

- 서울이 인프라가 좋은 만큼 물가가 비싼 편이기 때문에 비싼 가치를 지급하고라도 방문할 가치가 있다는 점을 알리고자 함.
 - 2박 3일의 일정으로 개최장소(코엑스), 인근 숙박시설(인터콘티넨탈 호텔), 개최지의 장점을 부각하는 프레젠테이션 시행
 - 관광지로 예술의 전당, DDP, 봉은사/창덕궁 등 답사하였으며 한식을 선보이기 위해 삼원가든, 삼청각 등의 음식점도 일정에 포함

- 실사단은 코엑스 실사를 진행한 다음 날에도 일정을 변경하여 코엑스 시설 답사를 추가로 시행, 회의장에 탁자/의자 배치 개수, 추가 요금 여부 등 세세한 부분까지 질문
 - 한국관광공사와 서울관광마케팅에서 실사단 왕복 항공료, 숙박료, 전 일정 체재비, 오찬비용 등을 지원했으며 이동 차량과 가이드 등을 지원하여 실사단 방문에 도움이 된 것으로 나타남.

3. 개최지 의사결정권자들의 성향 파악 및 전략적 접근

- 행사명 : 세계미생물학회연합총회
(International Union of Microbiological Societies Congress)
- 개최년도 : 2020년 (대전)
- 유치년도 : 2014년 캐나다 몬트리올 총회
- 경쟁국 : 호주 멜버른, 이탈리아 밀라노, 스페인 바르셀로나
- 행사규모 : 50개국 5,000여명 참석
- 국제본부 : 국제미생물학회연합회
- 지역본부 : 한국미생물학회연합

- 1991년 대한미생물학회, 대한바이러스학회, 한국균학회, 한국미생물생명공학회, 한국미생물학회 등 5개 학회로 구성된 한국미생물학회연합(KFMS)가 중심이 되어 처음 유치를 시작으로 2011년 다시 유치를 시도했으나 실패
 - MICE산업에 대한 인식 부족, 행사 인프라 및 인력 미흡 등으로 탈락
- 2014년 개최도시에 대한 고민 중 대전을 후보 도시로 유치신청서를 접수하여 경쟁국인 호주 멜버른, 이탈리아 밀라노, 스페인 바르셀로나 등 국제적인 관광 도시들과의 경쟁 속에서 전략적으로 접근
- 전차대회 분석 중 가장 중요한 요소로 학회 파워 게임이 교두보 역할을 하는 것으로 판단, 의사결정을 좌우하는 임원진 또는 이사회에 우리 측 지지위원 확보가 중요하다고 판단
 - 국내 교수가 국제미생물학회연합회 임원으로 추대됨에 따라 이사회 성향을 분석하고 예상 표수를 파악, 그 정보를 바탕으로 상대를 공략할 득표 전략을 마련
- 학회 참가자들이 연구자들임을 고려하여 연구자의 흥미를 끌 만한 요소를 테크니컬투어로 마련하여 개최지의 매력을 타 관광도시와는 차별화되게 부각하여 유치 성공을 이끌어 냄.

제5절 최종 프레젠테이션의 철저한 준비

1. 철저한 최종 발표 준비

- 행사명 : APIMONDIA 2015 (세계양봉대회)
- 개최년도 : 2015년 제44회
- 유치년도 : 2011년 아르헨티나 총회
- 경쟁국 : 중국
- 행사규모 : 80개국 8,000명 참가
- 국제본부 : 세계양봉협회APIMONDIA (이탈리아 소재)

- 유치지원국이던 중국의 적극적인 유치참여로 어려움을 겪었으나 범국민적 슬로건 제정(Bee, Connecting the World), 현장답사 시 한국 정부의 적극적인 지원과 개최 의지 표명 등으로 유치활동을 전개
 - 아르헨티나 총회에서 배포할 브로슈어와 기념품(USB)의 압류 및 도난으로 난관에 봉착. 현지 한인상점에서 미니 종이부채, 전통 노리개, 홍삼 절편 등을 구매해서 대처함.
- 이런 현장 어려움 속에서도 성공 유치의 이유는 **완벽한 프레젠테이션**의 승리
 - 투표권을 가진 전체 회원국들의 표심을 움직이는 가장 결정적인 요소
- 10분간의 1차 프레젠테이션에서는 한국 개최 당위성, 국제회의 인프라 등의 설명과 대전시 정무부시장, 한국양봉협회장, 아시아양봉학회 부회장 등의 **주요 인사의 지지 요청 연설**로 마무리
 - 중국은 1인 대표가 발표 주요 인사들은 말없이 무대에 서서 지지 호소
- 3일 후 2차 프레젠테이션은 2분으로 투표권자들의 마음을 사로잡을 한방의 내용으로 자료를 새롭게 수정, 보완
 - 한국을 방문해야 하는 이유, 선진국과 개도국 간의 가교역할, 한국 정부의 지원

제6절 국제회의 유치관련 관계자 인터뷰

1. 개요

- 국제회의를 유치하기 위한 전략에 대한 생생한 정보를 파악하고, 국제회의 유치 성공 요인들을 심층적으로 분석하기 위해 협회와 학회에서 국제회의 유치를 담당 한 책임자와 컨벤션뷰로, PCO 담당자를 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 실시하였 음.
- 이러한 관계자 인터뷰 결과를 통합적으로 반영하여 성공적인 국제회의 유치 성공 요인을 11가지로 요약하였음.

[표6-1] 관계자가 제시하는 국제회의 유치 성공요인

내부 성공요인	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 유치희망 단체의 세계본부 내에서의 위상 확보 ▪ 세계본부 유치 조건에 대한 철저한 분석 ▪ 유치희망 단체의 적극적인 의지 ▪ 경쟁국 상황에 대한 철저한 분석 ▪ 현지 실사단에 대한 완벽한 준비 ▪ 개최지 결정권자들에 대한 개최지의 사전 홍보 ▪ 인근 국가 및 연관 조직으로부터의 지지 ▪ 전략적으로 준비된 발표
외부 성공요인	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 관련 전문 조직의 지원 ▪ 개최지의 매력에 대한 적극 홍보 ▪ 정부 및 지자체의 지원 ▪ 효과적인 유치지원 활동

2. 유치희망 단체의 세계본부 내에서의 위상 확보

□ 세계본부와의 사전 교류

· 그간 학회에서 구축되어 온 한국에 대한 신뢰가 영향력을 발휘, 국제임원들(Board of Governors)의 만장일치로 00가 2015년 학회 개최지로 최종 확정될 수 있었습니다.

· 처음 국제회의를 유치를 생각을 했을 때 국제사회에서의 대한00학회의 위상은 사실상 없다고 해도 과언이 아니었어요. 그러니 회의를 유치한다는 것을 누구한테 말도 못 붙이는 형국이었어요. 아는 사람도 없고요.

□ 국제회의에 적극적 참가와 본부 임원으로서의 참석

· (국제회의를 유치하는 것이) 가장 중요한 것은 각 학회나 유치기관이 좀 더 관련 국제회의에 적극적으로 참여하고 세계본부와의 교류 나아가서는 본부 임원이 될 수 있는 기회를 더 많이 가지는 것이라고 생각해요

□ 지속적인 국제 본부와의 관계 설정

· 국제행사를 유치하고자 하는 주최 단체는 해당 국제학회에서 대회 전후로 진지하고 꾸준한 참여를 약속해야 합니다. 한국이 한 대회만을 바라보고 잠깐 활동을 늘렸다가 대회를 마치고 없어진다면 한국인에 대한 신뢰성이 떨어질 것이고 이견 향후에 한국으로의 회의 유치는 불가능하다고 봐야죠.

3. 세계본부의 유치 조건에 대한 철저한 분석

□ 세계본부에서 제시한 가이드라인 분석

· 국제회의를 유치하려고 하면서 가장 먼저 시작한 것은 000가 제시한 Bidding 가이드라인을 분석한 일이었습니다. 우선 어떤 요건을 가져야 회의를 유치할 수 있는가를 알아야 했으니까요.

□ 기 개최 국가에서 필요한 정보를 수집

· 세계본부 홈페이지 및 지난 대회 경험이 있는 대만, 일본의 학회, 그리고 차기 대회들을 준비하고 있는 아르헨티나, 호주, 칠레 등 학회, 조직위원회에 연락해 비딩 절차에 대한 정보를 요청하고 어떻게 유치에 성공했는지에 대한 정보를 물었습니다.

□ 유치 접근 방법에 대한 사전 검토

· 어떤 대회를 유치하는 데 어떤 정보를 가지고 어떻게 접근해야 하는 지 파악하는 것이 중요하다고 봅니다. 국제협회나 학회마다 처한 상황이 다르고 또 그들이 요구하는 바가 모두 다르니까요.
· 회의를 오래 다녀본 분들도 유치과정이나 개최지 결정권자들에 대해서 잘 모르는 경우가 많아요. 실제로 경험을 해보고 나서야 그걸 알게 되는 경우도 있어요. 그래서 실패하고 다음 한 10년 뒤에 유치를 하게 되기도 하죠.

□ 회의 유치와 득과 실에 대한 충분한 검토

· 어느 특정 국제행사를 한국으로 유치하려면 그 행사의 유치 조건을 신중히 검토하여 국가적 차원의 이익과 동시에 회의 주최자 차원에서의 개최 의의와 직간접적인 이익을 짚어보고 국내 주최기관의 개최 능력에 대한 냉정한 판단이 필요합니다. 충분한 사전 조사야말로 유치성공의 필수 조건이니까요.

4. 유치희망 단체의 적극적인 의지

□ 참가자 증대를 위한 구체적인 대안 제시

· 세계본부에서 8천명 이상의 참가자를 확보해야 한다는 조건을 달아가지고 왔어요. 그래서 궁리를 하다가 연관 학회와의 Joint Meeting을 생각해냈어요. 그래서 한국 5,000명, 외국 4,000명이라는 구체적인 숫자를 제시할 수 있었죠. 저희가 적극적이고 구체적인 안을 제시했다고 많이 좋아 했습니다.

□ 유치 조직이 재정적 책임 부담

· 대한 000학회의 안정적인 재정 상태와 후원을 받을 수 있는 기업들의 명단 그리고 지원금액 등을 제안하면서 재정적인 책임을 지겠다는 약속을 했죠.

□ 유치조직의 회원과 유치 책임자들의 열정과 의지

· 대한 000학회의 회원들과 유치위원단의 대회 유치를 위해서 혼연 일체가 되어서 노력을 했습니다. 회원들은 특별회비를 내서 유치를 위한 지원을 해주는 등 전폭적인 지원을 아끼지 않았고요. 정말 열정과 저력이 없었더라면 성공하지 못할 일이었어요.

· 왜 유치를 해야 하는가 하는 것에 대한 공감대가 많이 서야 하는 것 같아요. 그것이 되지 않아서 중간에 유치조직이 깨지기도 하고 유아무야 되는 것도 본적이 있었거든요.

□ 현실적인 제안과 제안사항에 대한 약속 이행

· 유치 제안 사항은 계약 내용과 동일한 효력을 갖는다는 것이라고 생각해요. 그래서 과장된 내용이나 제안사항을 제시하지 않도록 철저한 관리가 필요합니다. 또한 유치준비에 참여한 주최측의 조직이 대회 개최를 실행하는 조직위원회와도 연결이 되도록 하여 한국이, 즉, 주최측이 제시한 사항이 대회 개최까지 이행되어 깨끗한 마무리가 되도록 해야 합니다. 그래서 장기적으로 국제행사를 Return Event로 만들고 대회에 참석한 참가자가 또 다시 한국을 찾아올 수 있도록 반복 구매자로 만들어야 하는 거지요.

5. 경쟁국 상황에 대한 철저한 분석

□ 세계본부 관련 인사를 통한 정보 획득

· 심사를 담당할 세계본부의 이사회 임원중에는 아시아 대표인 일본인 외에는 아는 사람이 아무도 없었고 학회 자체로도 그동안 세계학회에 참석한 회원도 극히 적었기 때문에 사실 이사회를 상대로 한 유치활동은 일본인을 통해 듣는 정보가 거의 전부였고 그 내용도 필리핀과 인도네시아가 경쟁국이 될 거라는 정도였어요. 그러니 유치는 상당히 어려운 일이었죠.

· 한국 유치 활동에 많은 도움이 되었던 것은 주요 임원들의 한국 방문 기간 동안 한국 유치에 대한 상세한 자문을 끊임없이 요청하였던 것이라고 생각이 듭니다. 유치활동에도 많은 도움이 되었고 임원들에게 적극적으로 유치하고 싶구나 하는 생각이 들게 했으니까요.

· 주요임원들의 관광 및 식사 등 실사 일정 중 꾸준히 한국과 경쟁국에 대한 정보, 이사회 의 입장, 홍보 전략, 현지 투표 환경, 보완이 필요한 부분 등에 대한 조언을 요청하고 방문 기간 동안 이루어진 각종 대화 내용과 토론된 사항 등을 주제별로 정리하여 유치 홍보 활동에 바로 반영을 했어요.

□ 경쟁국 대비 우리나라의 상대적 강점 파악

· 경쟁국의 의학수준이나 국가 상황 면에서 우리가 유리하다고 생각했죠. 아무래도 세계본부는 의학수준이 좀 더 높은 곳에서 개최를 해야 여러 가지가 유리하다고 생각했었던 것 같아요.

6. 현지 실사단에 대한 완벽한 준비

□ 실사단 방문에 대비한 면밀한 사전 점검 및 진행

· 현지실사단의 부산방문에 대비하여 2차레에 걸쳐 호텔관계 등 실무협의회와 사전점검, 보완 등 준비에 만전을 기했습니다. 리허설도 하고 해서 시간의 오차도 없도록 할 정도로 했으니까요.
· 개최지 적격심사 당시 000 실사단장을 비롯한 실사단을 감동시킨 것이 싱가포르를 제치고 역전을 이끌어낸 결정적인 성공요인이라고 할 수 있지요.

□ 회의 인프라 등 실사단의 관심사항에 대한 세밀한 안내

· 현지실사단장은 부산의 벅스코와 주요 특급호텔의 시설점검과 누리마루하우스, 해운대 관광시설을 둘러보고 완벽한 국제회의 시설에 놀라움을 표시하고 갔어요. 그들이 보고 싶은 것을 우리가 확실히 준비해서 보여준 것이 주효했지요.

□ 개최도시 시장 등 주요 인사와의 면담 추진

· 개최지 실사를 위해 방한한 000 회장단과의 서울시장 면담 시 서울시의 적극적인 유치의지가 경쟁도시인 중국, 상하이와 남아프리카 공화국, 더반을 제치고 서울로 선정되게 된 결정적 원인이 되었습니다.

7. 개최지 결정권자들에 대한 개최지의 사전 홍보

□ 개최지 결정권자들에 대한 개최지의 사전 홍보

· 지도부를 제주도로 초청하여 국제컨벤션센터 등 회의 시설은 물론 서귀포시 설록차 박물관과 분재예술원, 용머리해안을 둘러보도록 하는 등 사전정지 작업을 해서 유체에 대한 의지와 충분한 시설에 대해서 많은 설명을 했지요.
· 국제 유력인사를 초청하여 협조를 요청하기 위해 학회에서 매년 2회 개최하는 학술총회에 중국, 대만, 일본, 그리고 000 이사회의 임원급 인원을 초빙했습니다.

□ 결정권자들에 대한 일대일 마케팅 활동 전개

· 유치단은 2015년 학회 유치를 위해 각국 대표들로 구성된 50여명의 국제임원들을 대상으로 1:1의 적극적인 유치 마케팅 활동을 펼쳤으며 그간 구축되어 온 한국에 대한 신뢰가 영향력을 발휘했어요. 아무래도 안면이 있는 사람이 직접 대면하여 홍보한 것이 효과가 있었던 것 같아요.

· 각국 회원 협회의 000의 대표인 대사들을 상대로 한국의 000 대사인 000 교수와 실무위원회가 전화 통화를 직접 시도 했습니다.

□ 해외 관련 회의에 참석하여 홍보 및 지지 요청

· 회장단이 직접 세계본부 내에서 막대한 영향력을 가진 일본의 000의 학술대회에 참여하여 일본측 회장단과의 면담을 통해 적극적인 지원을 요청하기도 했어요.

□ 개인 네트워크를 활용한 구전효과 구축

· 유치위원회와 000의 임원 및 회원들이 아는 국제 학회 임원을 비롯한 개인네트워크를 최대한 활용하여 이메일과 전화 등으로 한국 유치 의사를 계속해서 알리고 적극적인 지지를 부탁한 것이 구전효과를 일으킨 거라고 보여요.

8. 인근 국가 및 연관 조직으로부터의 지지

□ 인근 국가 관련조직으로부터의 지지 확보

· 국내외 총 20개 유관 학회 및 6개 정부 기관의 유치 지지 서한을 확보 했어요. 이러한 인근 국가 및 연관 학회들로부터의 유치 지지 및 우호적인 협력관계가 세계본부에는 많이 어필된 것 같아요.

9. 전략적으로 준비된 발표

□ 발표 내용이 회의 유치에 결정적인 역할을 함

· 당시의 발표 자료를 생각해보면, 누가 만들었는지조차 모를 정도로 발표에 큰 신경을 쓰지 않았어요. 그렇게 준비를 했으니 유치는 꿈도 꾸지 못할 일이었죠.

· 사전로비를 충분히 했지만 그래도 한국이 될 수 있었던 것은 발표파일 내용이었다고 믿어요. 아무리 로비를 하더라도 개최지가 현실적으로 불가능하면 힘들거든요. 그런데 발표에서 이런 점들을 불식시켜 버렸어요.

□ 구체적인 운영 계획 발표

· 필리핀과 인도네시아는 국가 관광청등에서 만든 주로 관광에 대한 자료를 발표한 반면 한국은 실제 학술회의를 어떻게 진행할지 어떤 프로그램을 할지 등에 구체적인 제안을 했습니다.

□ 사전 검토가 가능하도록 발표 내용 배포

· 유치위원들이 현지에서 Presentation File을 프린트해서 기념품과 함께 각 executive committee member 객실에 넣어 사전에 내용을 파악한 후 심사에 참석할 수 있게 한 점이 매우 주효했었어요.

10. 관련 전문 조직의 지원

□ 한국관광공사의 국제회의 유치/홍보/개최지원

· Korean Night를 개최해주고 기념품 일체를 지원해준 한국관광공사에게도 큰 감사를 드리고 싶어요. 관광공사의 지원이 없었으면 그렇게 유치 결정권자들에게 깊게 인상을 남기도록 하는 행사를 하지 못했을 거예요.

· 주최자와 관광공사, 00시, 00관광마케팅, PCO들이 희망과 열정을 가지고, 상대방이 원하는 것을 적극적으로 파악하고, 이러한 요구들을 가능한 한 수용하기 위해서 노력했습니다.

· 홍보를 위해 이전 학회에 갔을 때 현지 한국관광공사 지사 분들이 큰 도움이 되었어요. 한국과의 문화적인 차이나 정서에 대해서 알려주시고 추천도 해주셨어요.

· 한국관광공사 뉴욕 지사에서 유치현장에 힘을 실어주기 위해서 오셨고, 인사 말씀하시고 어디어디 누구인데 개최 성공을 한다면 적극적인 지지를 하겠다고요.

· 업체나 시설정보를 파악해서 도움이 될 수 있게 저희한테 알려 주셔서 그 정보를 받아서 우리가 연락을 다 했어요.

· PT도 지원받았죠. 업체에 가서 두 번 발표 연습도 시켜 주고요. 연습도 하고, 도움이 되었죠.

□ 지역컨벤션뷰로의 적극적인 지원

- (국제회의 유치) 00컨벤션뷰로가 함께 합심 단결하여 세계협회와 200여 회원국을 대상으로 적극적인 유치홍보 활동을 펼쳐 온 결과고요, 문화관광부와 한국관광공사에서도 범정부적으로 이번 대회 유치를 위하여 지원을 아끼지 않았어요.
- 00관광마케팅과의 만남은 해결책 그 자체였습니다. 제안서 작성에서부터 위원회 임원의 실사 방문, 프레젠테이션 클리닉, 제반 비용 제공 등 유치과정 전반에 걸쳐 방향을 제시해 주었습니다.
- 컨벤션뷰로 담당자 두 분이 같이 가 주셔서요. 거기에서 올림픽도 홍보하시고, 저희 학회도 홍보해 주시고 해서요. 그게 상당히 많은 도움이 되었던 것 같습니다.
- 제안 PT 할 때 함께 와 주셔서 큰 도움이 되었어요.
- 00컨벤션뷰로에 공문을 넣게 되면 현장 갔을 때의 차량지원을 해주는데 우리가 희망하는 시설들을 볼 수 있게 운전까지 지원해 줍니다. 현장 시설들을 다 섭외해주고, 일정 잡아주고, 식사와 숙박지원도 해 주시고요. 포함해서요.
- 가장 도움이 많이 된 것은 유치 단계에서 전략적 접근방법이었습니다. 00컨벤션뷰로가 해외 학회 유치 단계에서 많이 터득하신 노하우도 있고 경험도 있으니까요. 어떤 부분을 홍보하는 것이 더 효과적이다, 아니면 이런 경험, 노하우를 많이 전수해 주셨던 것 같아요.

□ 재정적 지원

- 학회나 협회의 경우에는 초기에는 재정이 빈약하거든요. 즉, 씨드 머니가 없는 경우가 많아요. 지금 잘하고 있어요. 한국관광공사나 지방컨벤션뷰로가. 그렇지 않으면 지금 이 정도 유치하지 못했을 거예요.

11. 개최지의 매력에 대한 적극적인 홍보

□ 정부의 관련 시장 육성 의지

- 한국을 아시아 Bio-medical Hub로 육성하려는 한국 정부의 강력한 정책 및 투자 계획이 관심을 많이 받았습니다.

□ 한국의 관련 시장의 확대

· 세계 관련 시장에 대한 전망과 한국 시장의 성장에 대한 분석을 제시해서 한국 시장이 세계시장에 많은 Portion을 차지한다는 것을 보여줬어요. 즉, 한국 시장은 계속 확대할 것이고 국제회의 개최가 이러한 시장 확대에 촉매가 될 것이라는 것을 설명했어요.

□ 참가자들이 즐길만한 프로그램 제공

· 세계불꽃축제가 00 국제회의 유치에 한 몫 했습니다. 지난해 열린 00불꽃축제에 참가한 24개국의 개최도시 선정 위원들이 00불꽃축제를 다시보기 위해 지난 6월 00 개최를 결정했어요.

· 밤 문화를 즐길 수 있는 기회가 적고 소득수준이 높은 이들이 비용을 지출할 만한 동기부여가 부족한 것이 약점이었던 것 같아요.

· 00회의의 성격상 가족을 동반해서 여행의 기회로 삼는 경우가 많기 때문에 관광의 매력이 중요하다고 판단한 실무위원회는 전 세계적으로 한국과 제주도의 관광지로서의 홍보가 부족하여 경쟁국인 뉴질랜드나 말레이시아와 경쟁하려면 이러한 단점을 유치단계에서부터 보완할 필요성을 절감했어요. 이를 위해 온라인 뉴스레터를 발행하는 홍보 전략을 구사했구요.

□ 다양한 요구 수용 가능한 숙박 시설 보유

· 회의장 인근 5 Km 반경에 다양한 등급의 호텔이 30여개 7,500객실이 있다는 것을 알렸습니다. 특급호텔에서부터 저렴한 숙박시설까지 있다는 것에 상당히 만족해하더군요.

12. 정부 및 지자체의 지원

□ 국제기구의 본부 유치

· 싱가포르의 경우에는 전략적으로 국제기구 본부의 유치를 하고 있어요. 우리나라는 우리나라에서 회의를 만든 경우를 제외하고는 거의 없죠. 상주시킬 수 있는 Benefit을 주어서 본부를 유치해 오는 것이 국제회의를 많이 개최할 수 있는 방법이 될 것 같아요.

□ 중앙 정부 및 관련 조직의 지원

- 유치활동에는 현지 대사님이 연이틀 만찬과 마지막 날 전체회의에 참석하여 각국 대표들을 설득하는 등 측면지원을 해주셨고, 00도 국제회의 전문가들을 파견하는 등의 지원을 해주셨어요.
- 세계대회 유치는 한 개인의 힘이나 학회 단독이라기보다는 관련 국가기관과의 적극적인 협력을 바탕으로 세계에서의 입지를 확고히 하는 것이 중요한 요소가 될 것이라고 생각합니다.
- 세계대회 유치지원 태스크포스팀을 구성하여 컨벤션, 교통, 호텔숙박, 관광, 종합지원 등 대회유치를 위한 노력을 경주했어요.
- 요즘 국제회의 하려면 저희가 사전에 기재부 타당성 조사를 받아야 하는데 00부가 승인 나도록 도와주고 돈이 몇 천만원이 들어가는데 그 부분을 00부에서 지원을 해 주셨어요.
- 00단체총연합회를 통해 간접적으로 지원을 받고 있어요.
- 홍보투어 예산을 직접 받았다고보다 저희가 수출 지원을 받는 것이 있는데, 어쨌든 그 예산을 활용해서 다녀온 거니까요. 지원을 한 단계 거쳐서 받았다고 할 수 있죠.
- 00부에서 저희가 홍보를 위한 실사 투어를 기획해 운영할 때 각종 공문을 발송해주시고, 유관 기관들에게 협조해 달라고 요청해 주셔서 많은 도움이 되었어요.
- 저희가 00부 산하기관이니까 00부 장관 지지서한, 00부 장관 지지서한 보내 주셨고요. 저희한테 도움이 많이 되고 물심양면으로 지원해 주셨죠.
- 우리가 2013년에 유치를 할 때, 그 때에는 한국인의 밤 행사를 했을 때 대사가 나와 준 적이 있었어요.
- 예전에 지질총회 유치할 때, 외교부에서 도움을 많이 주셨어요. 저희가 외교부에 회원국 리스트를 드리면서 주요 인사에 대한 컨택을 도와달라는 협조 요청을 한 적이 있어요. 그랬더니 각 나라의 대사관에 공문을 보내 부산에서 이런 행사를 유치하려고 하는데 알고 있는 투표권자나 결정권자를 알려달라고 요청했는데, 실제로 각 국 대사관에서 투표권자나 결정권자를 많이 알려줘서 회의 유치에 정말 핵심적인 도움이 되었어요.

□ 안전 및 출입국 용이성

- 전차 세계대회에는 회원국 대표단 상당수가 비자문제로 입국이 좌절됐고 치안 불안으로 참가자들이 거의 호텔 안에 머물 수밖에 없는 상황에 비해서 우리나라는 치안이나 비자 문제가 없다는 것이 큰 장점으로 작용했어요.

□ 개최지역 지자체의 적극적 지원

- 00시와 000관계자들의 조언과 유치제안서 영어 교정지원, 그리고 매력적인 유치제안서를 만들기 위한 자료지원, 한국과 00을 보여줄 홍보 영상물의 Intro에서 00시장님의 인사말 촬영 협조, 그리고 홍보 영상물 제작비용 지원 등 다양한 면에서 많은 도움을 주셨어요.
- 실사 오시잖아요. 실사단의 방한 비용, 항공, 호텔, 식사 등 지원하시고, 유치 성공 시 홍보비용을 지원합니다. 예를 들면 2022년도 회의 유치 성공 시 2021년에 회의가 열리는 곳에 가서 내년에 우리나라에서 하니까 많이 오세요 라고 하는 홍보를 할 비용을 주는거죠.
- 도 차원에서 도지사님께서 만찬을 주재해주시는 경우도 있고 도지사님이 앞에서 인사말 해 드리는 경우도 있는데요. 지지를 하겠다는 글자보다는 아무래도 동석하셔서 얼굴도 비추시고 인사도 하시고 하면 공신력이 올라가죠.
- 실사단 파견 올 때였는데 00시에 연락 드렸더니 시설 섭외와 공문발송을 전부 해 주셔서 편하게 다닐 수 있었어요.
- 00시에도 제안서 작성이나 그런 것을 저희보다 더 주도적으로 해 주셨어요. 보통은 지자체에서는 뒷짐 지고 저희가 주로 다 하는데요. 이번에 담당하셨던 주무관님은 굉장히 이런 것에 열의가 있으셔서 거의 대부분의 제안서 작성을 00시에서 하셨고요. 실무 쪽에서는 00시가 많이 작업을 해 주셨어요.

13. 효과적인 유치지원 활동

□ 주요 의사결정권자 네트워크 지속관리 지원

- 회원국의 주요 인사를 알아야 하는 상황이었는데 외교부에서 주요 리스트를 찾아서 보내주셨어요.
- 한국관광공사 지원을 받아서 해외 VIP 임원들을 한국에 초청해서 메뉴를 안내하고, 공항에서 거기까지 가는데 무리가 없다 알려주고요. 만족하시고 효과가 좋아서 내년 상반기에 또 진행하려고 합니다.

□ 지지의사 표명

- 저희 행사 예산의 1/3 정도를 중앙 부처나 지자체에서 지원해 준다는 것을 약속을 받고 그것을 경쟁력으로 내세웠었거든요.

□ 동반참석 및 PT, 인사

· 실제로 발표 장소에 해당 지자체 직원이라든가 컨벤션 부서 직원이 참여해서 같이 있는 것만 해도 많이 플러스 된다고 하더라고요.

□ 제안, PT 관련 컨설팅 지원

· 사실 대중 앞에서 영어로 발표하는데 있어서 상당한 스트레스를 모든 사람이 갖잖아요. 지금은 그 부분이 제도화되어 있으니까 상당히 그 부분은 만족을 하고 계세요.

□ 관계 부처 및 기관의 유기적 협력 시스템

· 이번 회의 유치는 00부, 00시, 00청의 지지와 00관광마케팅의 헌신적 도움으로 이루어냈다고 생각합니다.
· 정부, 지자체, 공사 모두 다 함께 지원제도를 딱 패키지 프로그램으로 만들어서 저희가 비딩을 갈 때에 제안을 할 수 있으니까요. 그런 부분에 있어서는 외부에서 봤을 때 훨씬 더 조직화되고 믿음만하다는 평가를 받을 수 있는 거죠.

□ 현지 인력지원 및 현지 정보 제공

· 한국관광공사 일본지사 현지 직원 분들 도움이 정말 컸어요. 우리가 아무리 준비를 잘한다 해도 문화적 차이가 있고 소통의 차이도 있는데 추천도 잘 해주시고 일본 정서에 대한 설명도 잘 해 주셨어요.
· 한국관광공사에서 현지에 거주하는 직원을 저희 부스에 붙여줘서요. 부스에서 직접 안내도하고 홍보를 직접 했었거든요. 그 사람은 현지에 대해서 너무나 잘 알고요. 다른 나라 부스하고 비교가 되더라고요.
· 한국을 알리고자 하는 행사를 했고 홍보 부스를 했는데요. 그 행사를 할 때에도 함축선 체험이라든지, 아니면 한복 입어보기 체험 등을 했는데요. 그럴 때 지사 분들이 도우미를 구해 주셔서 도움을 받았어요.

□ 현지 사정을 반영한 기념품 제공

· 우리는 가방하고 부채를 줬거든요. 부채 자체는 단가가 저렴한 조그만 부채였는데요. 이탈리아가 은근히 덥고 학회장이 냉방이 잘 안 되어서 효과가 좋았어요. 참가자들이 부채를 꺼내서 잘 썼습니다.
· 미팅에서 자료를 돌릴 때 질 좋은 가방에 담아 갔어요. 다른 데는 그냥 종이만 주거나 아니면 종이를 무슨 봉투 같은 것에 넣어서 줬거든요.

참고문헌

- <https://www.japanmeetings.org/why-japan/unique-venues/> (일본 유니크 베뉴)
- <https://www.uniquevenuesoflondon.co.uk/> (런던 유니크 베뉴)
- <https://venues.be/page/homepage> (브뤼셀 스페셜 베뉴)
- <https://eventumbot.com/> (챗봇)
- <http://k-mice.visitkorea.or.kr> (한국관광공사 코리아MICE부로)
- <http://kr.miceseoul.com/> (서울관광재단 서울컨벤션부로)
- <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/08/07/national/2020-tokyo-olympics-chiefs-unveil-pioneering-face-recognition-security-system/#.XNmbTY4zY2w>(일본 2020 도쿄올림픽 안면인식 시스템 도입 기사)
- Event MB Studio Team(2018), How Facial Recognition Can Speed Up Check-in Times [Case Study]
<https://www.eventmanagerblog.com/facial-recognition-check-in>
- Phillips, Jack J., Myhill, Monica, and McNonough, James B.(2007), Proving The Value of Meetings and Events, ROI Institute and Meeting Professionals International
- Zenus(2018), Facial Recognition and Events: A Comprehensive Guide
<https://www.eventmanagerblog.com/facial-recognition-guide-2018>
- 글로벌 MICE Insight(2012), Meeting ROI 분석 및 활용사례, 제12호
- 글로벌 MICE Insight(2012), 해외 주요도시의 Unique Venue 활용전략 및 사례, 제12호
- 글로벌 MICE Insight(2017), 가상현실기술, 컨벤션산업의 홍보수단으로 진화, 제32호
- 글로벌 MICE Insight(2019), MICE산업에 녹아든 차세대 정보기술, 제35호
- 박의서, 장태순, 이창현(2015), MICE산업론 제4판, 학현사
- 한국관광공사(2014), 유니크 베뉴(Unique Venues) DB발굴 및 활용방향
- 한국관광공사(2015), 2015 한국 컨벤션 유치 경쟁력 조사 보고서
- 한국관광공사(2016), 국제회의 유치 성공 생생 스토리
- 한국관광공사(2018), 한국관광공사-KOREA 유니크베뉴 선정 보도자료
- 한국관광공사(2018), 2017년 국제회의 개최현황
- 한국관광공사(2018), 미팅 테크놀로지 가이드
- 한국관광공사(2018), 2018 한국 컨벤션 유치 경쟁력 조사 보고서

국제회의 유치매뉴얼

주관기관 한국관광공사

작성기관 전시컨벤션경영연구소(주)
