

A Study on MICE Legacy Creation
in Goyang City

고양시 마이스 개최
유산(MICE Legacy)
창출을 위한 연구

김 은 진
반 서 연

A Study on MICE Legacy Creation in Goyang City

고양시 마이스 개최 유산(MICE Legacy) 창출을 위한 연구

연구책임자

김은진(고양시정연구원, 도시정책연구실, 부연구위원)

공동연구자

반서연(고양시정연구원, 도시정책연구실, 연구원)

발 행 일 2022년 11월 30일

저 자 김은진, 반서연

발 행 인 정원호

발 행 처 고양시정연구원

주 소 10393 경기도 고양시 일산동구 태극로 60 빛마루방송지원센터 11층

전 화 031-8073-8341

홈페이지 www.goyang.re.kr

S N S <https://www.facebook.com/goyangre/>

I S B N 979-11-91726-75-6(93320)

이 보고서의 내용은 연구진의 개인적인 견해로서, 고양시정연구원의 공식 견해와는 다를 수 있습니다.
해당 보고서는 고양시서체를 사용하여 제작되었습니다.

목 차

요약	i
----------	---

제1장 서론	1
---------------------	----------

제1절 연구 배경 및 필요성	3
-----------------------	---

제2절 연구 목적	6
-----------------	---

제3절 선행연구 검토	7
-------------------	---

제4절 연구 내용 및 방법	9
----------------------	---

제2장 이론적 고찰	11
-------------------------	-----------

제1절 마이스 개최 유산의 개념	13
-------------------------	----

제2절 마이스 개최 유산의 범주와 측정	18
-----------------------------	----

제3절 마이스 개최 유산 관리체제	29
--------------------------	----

제3장 고양시 마이스산업 현황 분석	33
----------------------------------	-----------

제1절 고양시 마이스산업 현황	35
------------------------	----

제2절 고양시 마이스 행사 개최 현황 분석	61
-------------------------------	----

제3절 시사점	73
---------------	----

제4장 국내외 마이스 개최 유산 창출 사례	77
--------------------------------------	-----------

제1절 개요	79
--------------	----

제2절 국내외 사례 분석	80
---------------------	----

제3절 시사점	92
제5장 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안	95
제1절 고양시 마이스 개최 유산 창출의 이슈 진단	97
제2절 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 전략 방안	106
제6장 결론 및 제언	115
제1절 결론	117
제2절 정책 제언	120
참고문헌	123
Abstract	129

표 목차

[표 1-1] 선행연구 요약	7
[표 2-1] 메가스포츠 이벤트 개최 유산 개념 정의	14
[표 2-2] 마이스 개최 유산의 개념 정의	17
[표 2-3] 올림픽 개최 유산의 구성 차원	19
[표 2-4] 메가스포츠 이벤트 개최 유산 구성 차원	20
[표 2-5] 비즈니스 이벤트 개최 유산의 차원	22
[표 2-6] 이벤트 개최 유산의 유형	23
[표 2-7] 대구 비즈니스 이벤트 개최 유산 유형	25
[표 2-8] 고양국제꽃박람회 개최 유산	26
[표 2-9] 마이스 개최 유산의 차원	27
[표 2-10] 본 연구에서 마이스 개최 유산의 차원	28
[표 2-11] 마이스 개최 유산 관련 이해관계자	30
[표 3-1] 마이스 도시 경쟁력	36
[표 3-2] 고양시 마이스산업 육성 및 관련 자치법규	38
[표 3-3] 고양시 및 주요 국제회의복합지구 지정도시 관광사업체 현황(2022년 9월 기준)	47
[표 3-4] 고양시 마이스산업 담당 부서 업무	52
[표 3-5] 고양컨벤션뷰로 마이스산업 담당 업무	53
[표 3-6] 킨텍스 마이스산업 담당 업무	55
[표 3-7] 고양특례시 국제회의복합지구 현황 개요	57
[표 3-8] 소노캄고양 준회의시설 현황	58
[표 3-9] 3개 연도 고양국제회의복합지구(GCC GOYANG) 활성화 사업 추진 현황(2019~2021년) ·	60
[표 3-10] 고양시 킨텍스 마이스 행사 개최 구분 기준 개요	62
[표 3-11] 전시 부문 행사 방문객 수 상위 10위(2018~2021년)	67
[표 3-12] 컨벤션 부문 행사 방문객 수 상위 10위(2018~2021년)	69
[표 3-13] 학회 행사 방문객 수(2018~2021년)	71

[표 4-1] 국내외 사례 분석 개요	79
[표 4-2] IBRO 2019의 유산	82
[표 4-3] IWA 2022의 유산	87
[표 4-4] ESTRO 2021의 유산	91
[표 5-1] 전문가 및 주요 이해관계자 의견조사 개요	97
[표 5-2] 본 연구에서 마이스 개최 유산의 차원	98
[표 5-3] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식	99
[표 5-4] 마이스 개최 유산 측정 체계 마련의 필요성 인식	101
[표 5-5] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식	103
[표 5-6] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식	104
[표 5-7] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식	105

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 흐름	10
[그림 2-1] 이벤트 개최를 통한 레거시 창출 과정	16
[그림 3-1] 마이스 도시 경쟁력 점수	36
[그림 3-2] 고양시 철도 운행 현황 및 노선계획도	41
[그림 3-3] 고양시 철도 운행 현황 및 노선계획도	42
[그림 3-4] 국제회의복합지구 지정 도시별 관광-마이스산업체 비율 현황(2022년 6월 30일 기준)	46
[그림 3-5] 국제회의복합지구 지정 도시별 관광-마이스산업체 비율 현황(2022년 9월 30일 기준)	47
[그림 3-6] 킨텍스 방문자 현황(2018~2022년)	49
[그림 3-7] 고양시 주요관광지점 입장객 통계(2018~2022년 9월)	50
[그림 3-8] 고양 국제회의복합지구	58
[그림 3-9] 2018~2021년 4년간 유형별 마이스 행사 개최 비율(본행사 기준)	63
[그림 3-10] 2018~2021년 4년간 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 주최자 비율(본행사 기준) ·	63
[그림 3-11] 유형별 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 개최 비율(본행사 기준, 연도별)	64
[그림 3-12] 연도별 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 주최자 비율(본행사 기준)	65
[그림 3-13] 고양 국제회의복합지구 내 개최 전문전시회 품목 비율(본행사 기준)	66
[그림 5-1] 고양시민이 인식하는 킨텍스 일대 마이스산업 발전 저해 요소	102
[그림 5-2] 고양시민이 인식하는 마이스산업의 고양시 경제/사회 발전 기여 정도	102
[그림 5-3] 코펜하겐 레거시 연구소 사례	107
[그림 5-4] 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 업무협약 및 관련 연구	108
[그림 5-5] 대구테크니컬투어 프로그램	112
[그림 6-1] 마이스산업 생태계(Ecosystem) 구성	120

요 약

□ 연구 배경 및 목적

○ 연구 배경

- 마이스 행사 개최를 통해 발생하는 비즈니스 가치 재정립 필요
- 산업 기반의 지속적인 마이스 유치를 통한 선순환적 마이스 도시 육성 필요
- 마이스 개최 유산 창출의 학문적 근거 마련으로 고양시 마이스산업 육성을 위한 방안 마련 필요

○ 연구 목적

- 마이스산업을 통해 고양시에 창출되는 긍정적인 영향과 파급효과를 높이기 위해 마이스 유산을 창출하는 정책을 수립하는 데 기초적인 자료 확보와 정책 방안 제시

□ 선행연구 검토

○ 마이스 개최 유산 창출 관련 선행연구

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
1	<ul style="list-style-type: none"> ● 과제명: Business events and friend ship: Leveraging the sociable legacies ● 연구자: Foley, Edwards, & Schlenker (2014) ● 목적: 비즈니스 이벤트와 우정의 연계성 제시하고, 비즈니스 이벤트의 전문성을 강화하기 위한 전략 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ● 문헌연구 ● 온라인 설문조사 	<ul style="list-style-type: none"> ● 시드니에서 개최된 5개의 비즈니스 이벤트를 대상으로 비즈니스 레거시에 대한 온라인 설문조사를 실시로 사회적 결과를 도출함을 제시 ● 비즈니스 이벤트에서 형성된 우정(friendship)은 협회 회원의 수, 콘퍼런스 참가자, 직원 유지, 성공적인 연구 및 전문적인 협력, 산업의 창의성과 혁신에 기여함을 제시

구분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
2	<ul style="list-style-type: none"> Conferences: Catalysts for Thriving Economies 연구자: Du Cros, Edwards, Foley, & Hergesell(2017) 목적: 경제발전과 지역사회 번영의 촉매제로서 비즈니스 이벤트의 확대된 레거시 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 사례연구 설문조사 	<ul style="list-style-type: none"> 선행연구를 기반으로 한 비즈니스 이벤트 레거시 실증연구 3개 요인 13개의 레거시 도출 행사 개최 및 운영에 따른 레거시 형성 과정 모델화
3	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: Business Events Legacies: JMIC Case Study Project Report 연구자: JMIC(2019) 목적: 레거시 효과를 극대화하기 위한 성공적인 비즈니스 이벤트 개최 방안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 사례연구 	<ul style="list-style-type: none"> 비즈니스 이벤트의 9가지 사례결과를 수집하고 분석하여 회의, 박람회, 컨벤션 등이 목적지, 지역사회, 산업 및 경제에 기여하는 효과 파악 글로벌 비즈니스 이벤트 산업은 지식경제, 산업 혁신, 지역사회의 삶의 질에 기여 정부의 평가와 비즈니스 이벤트가 전달하는 가치의 불일치 제시
4	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: Advancing Event Legacies Through Impact Measurement 연구자: BestCities(2020) 목적: 비즈니스이벤트의 가치 인식 제고와 주최자 및 목적지를 대상으로 전략적인 레거시 창출 방향 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 	<ul style="list-style-type: none"> 레거시에 대한 개념 및 기초제시 선행연구를 바탕으로 레거시 측정을 위한 프레임워크와 모델 제시
5	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 대구 비즈니스 이벤트 레거시 연구자: 대구컨벤션센터(2021) 목적: 비즈니스 레거시 백서 발간을 통한 마이스산업의 중요성 및 인식 제고 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 전문가 인터뷰 	<ul style="list-style-type: none"> 대구시의 주요 비즈니스 이벤트 사례 분석을 통한 레거시 분석
6	<ul style="list-style-type: none"> 과제명: 고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 연구 연구자: 고양시정연구원(2021) 목적: 고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 운영 방안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌연구 사례연구 전문가 자문 주요 이해관계자 FGI 	<ul style="list-style-type: none"> 마이스 레거시 관점을 적용하여 마이스 레거시의 개념과 특성 제시, 고양국제꽃박람회의 현황과 운영 전반을 점검하고, 고양국제꽃박람회를 통해 창출될 수 있는 레거시 제시 전략적인 꽃박람회 개최를 위한 방향성 제시

□ 연구 범위 및 방법

○ 연구 범위

- 공간적 범위: 고양시 고양국제회의복합지구 일대¹⁾
- 대상적 범위: 고양 국제회의복합지구 내에서 개최된 행사를 대상으로 고양시 개최 마이스 행사 분석
- 내용적 범위
 - 마이스 행사를 통해 목적지에 도출되는 마이스 개최 유산 논의
 - 고양시 마이스산업 현황과 마이스 행사 개최 현황 분석
 - 국내외 마이스 개최 유산 창출 사례 분석
 - 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방안 도출

○ 연구 방법

- 2차 자료분석: 고양시 행사 개최 원자료(raw data) 분석
- 사례연구: 마이스 행사 개최를 통해 지역 내 파급효과와 다양한 사회문화 효과를 창출한 우수 사례인 대구, 코펜하겐, 마드리드에서 개최된 행사 사례 검토
- 심층면접조사: 고양시 마이스 이해관계자와 전문가 의견 수렴

2. 이론적 고찰

□ 마이스 개최 유산의 개념 및 범주

- (마이스 개최 유산의 개념) 마이스 개최로 목적지 내의 주요 이해관계자에게 발생하는 장기적인 혜택과 가치
- (특성) 마이스 개최 유산은 자연적으로도 발생할 수 있지만 전략적인 계획하에 더 잘 창출될 수 있기 때문에 행사 개최 이전 준비 단계부터 지속적인 관리가 이루어져야 함
- (마이스 개최 유산의 범주 차원) 마이스 개최 유산의 범주를 경제, 사회, 환경, 산업 유산 등 네 가지 차원으로 제시

¹⁾ 현재 고양시의 공식적으로 집계된 데이터는 고양 국제회의복합지구 내 전시컨벤션시설인 킨텍스의 개최지를 중심으로 집계되며, CVB의 지원 행사 또한 소노람, 원마운트 등 고양 국제회의복합지구 내에서 개최되고 있어서 고양국제회의복합지구 일대를 연구의 공간적 범위로 지정함

구성차원		내용
산업적	정책/거버넌스 강화	국제협력 기구 증가, 산업협력 노력 증가, 클러스터화, 거버넌스 확장
	지적 자산(정보 공유) 증대	신규 어젠다 제시, 신규 정보 확산, 생산 정보 공유
	인적 역량 강화	관련 신규 창업, 관련 일자리 창출, 참가자 전문성 향상, 산업종사자 네트워크 확장
	비즈니스 이벤트 창출	관련 비즈니스 이벤트 창출
경제적	무역증진	무역 건수 증가, 무역 금액 증가
	투자유치	투자 유치 건수, 투자 유치 금액, 지역 신성장산업 발굴/육성
	경제성장	국가소득증대, 생산유발효과, 소득유발효과, 수입유발효과, 부가가치유발효과, 간접세유발효과
	일자리 창출	직접고용창출, 취업유발효과, 고용유발효과
사회적	생활수준 향상	삶의 질 향상
	지역주민 인식 개선	지역주민 의식수준 향상, 지역주민 국제화 의식수준 향상, 지역주민 참여 증대, 지역주민 자부심 향상
	지역 및 산업 인지도 제고	인지도 제고, 지역홍보마케팅 기회 증대
	정부서비스 개선	정부 정책 개선, 정부 서비스 개선, 공공복지서비스 증대
환경적	도시 인프라 개선	정보 인프라 개선 및 확충, 교통 인프라 개선 및 확충, 생활편의시설 인프라 개선 및 확충, 시설(베뉴) 인프라 개선 및 확충 등
	환경 보호 활성화	환경보호활동 노력 증가, 탄소중립, 친환경 시설 마련 등

- (마이스 개최 유산 관리체제) 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 회의기획자, 주최자, 정부 및 지자체, 지역주민, 지역 산업, 컨벤션뷰로, 컨벤션센터 등 주요 이해관계자 간 협력을 통한 전략적인 목표 수립이 가능한 마이스 개최 유산 관리체제 구축이 필요

3. 고양시 마이스산업 현황 분석

□ 마이스산업 현황

- (마이스 도시 경쟁력) 글로벌 차상급 도시(second-tier city) 가운데 중간 정도의 경쟁력을 지닌 것으로 나타나며, 베뉴인 킨텍스를 중심으로 한 장점을 적극적으로 활용하여 주요 행사를 개최할 수 있도록 방안 마련 필요

- (마이스 관련 주요 이슈) 도시 브랜드와 마케팅 측면에서 장점을 나타내고 있지만, 숙박 인프라 시설, 접근성 측면에서 아직 해결해야 할 부분이 남아 있음

□ 고양시 마이스 행사 개최 현황

- (유형별 행사 개최 비율) 비율상으로는 컨벤션 행사 비율이 전체의 절반을 넘어서지만, 같은 기간의 사용 면적과 기간으로 살펴보면 전시행사 개최가 높게 나타남
- (전문전시회 부문) 여가·취미·엔터테인먼트, 임신·출산·육아·웨딩, 엔지니어링·산업·제조·기계·기기·하드웨어의 순으로 나타나며 공공전시 중심으로 나타남
- (컨벤션 부문) 국제회의의 비율은 높지 않으며, 주로 네트워크마케팅(다단계) 기업의 교육과 세미나, 종교 행사 등이 차지함
- (학회 부문) 전문 학회의 비율은 높지 않으며, 대부분 대규모 컨벤션과 전시회 행사의 세부 프로그램이 개최됨

4. 국내외 마이스 개최 유산 창출 사례

□ 국내외 사례 분석

- (마이스 개최 유산 창출 정책 존재) 마이스 개최 유산에 대한 고민을 시작한 도시는 마이스 개최를 통해 발생하는 가치의 전략적 창출과 측정 방안 마련
- (지역 산업 연계) 마이스를 통해 실질적으로 지역 산업을 어떻게 육성할 것인가에 초점을 맞추어 정책 방향 마련
- (이해관계자 협력 인식 존재) 유산을 창출하기 위해 다양한 이해관계자의 협력이 중요하다는 점을 인식하고 행사 개최 전부터 유산 창출을 위한 협력적인 전략 계획 수립

5. 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안

□ 고양시 마이스 개최 유산 창출의 이슈 진단

- (마이스 개최 유산 인식 진단) 본 연구에서 도출한 다양한 가치(산업, 경제, 사회, 환경적 가치) 등 행사를 통해 발생하는 가치를 언급하고 있으나, 모든 것을 고려하여 폭넓게 인식하지 못하는 상황
- 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 선결 과제
 - 마이스 개최 유산 측정체계 마련
 - 마이스 이해관계자와 지역주민의 인식 제고 방안
 - 고양시 주변 부족한 콘텐츠와 산업 마련 방안
 - 비즈니스 지원 방안 마련

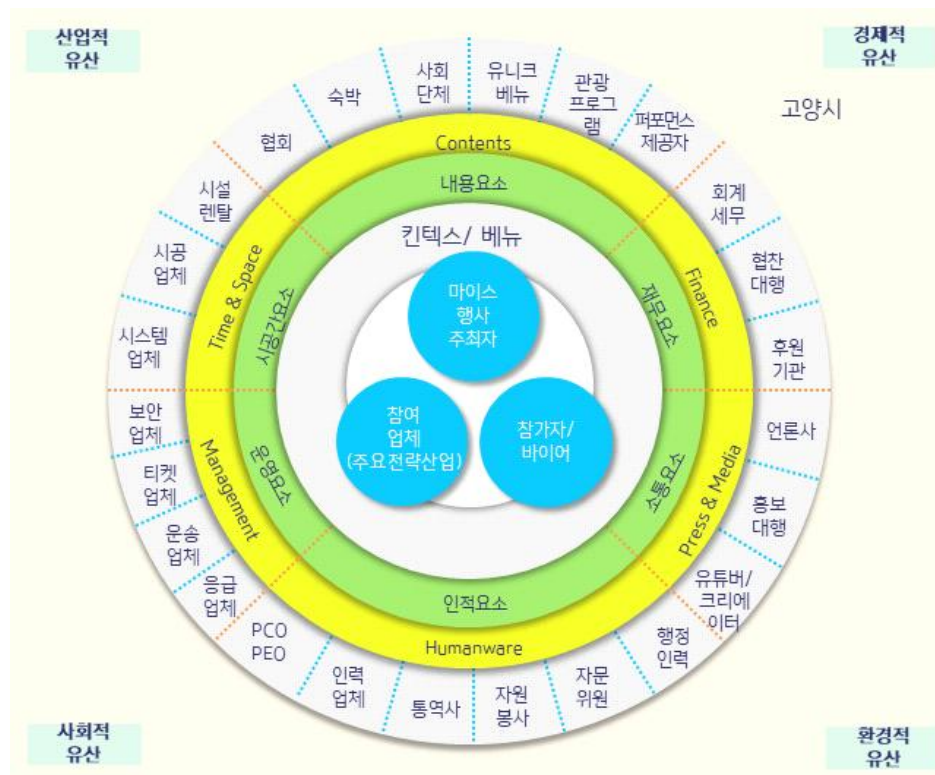
□ 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 전략 방안

- 고양시 마이스 개최 유산 창출 체계 마련
 - 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 모델 마련
 - 고양시 마이스 개최 유산 측정 방법론 마련
- 주요 이해관계자 인식 제고
 - 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 적절한 정보 제공
 - 일자리 창출 도모
- 고양시 주요 전략산업 간 연계
 - 고양시 주요 전략산업 연계 마이스 행사 유치·개최
 - 산업 연계 콘텐츠 개발
- 기업 불편 해소를 위한 지원
 - 특구 혜택 등의 가시화를 통한 지원 방안 마련

- 행정절차 등 부담 완화

□ 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 제언

- 마이스 이해관계자로 주요 전략산업 관련 이해관계자를 포함하여 마이스 얼라이언스를 운영할 필요 있음
- 고양시 주요 이해관계자 생태계 구축을 위해 마이스 생태계 시스템을 가시화하여 각 영역 간 관계성과 비즈니스 방안을 고민할 필요가 있으며, 각 이해관계자의 역할과 사업 내용을 매년 세미나나 포럼 형식으로 나누고 교류하는 자리를 만들어야 할 필요성 있음



제 1 장 서론

제1절 연구 배경 및 필요성

제2절 연구 목적

제3절 선행연구 검토

제4절 연구 내용 및 방법

제절 연구 배경 및 필요성

1. 연구 배경

1) 마이스 행사 개최를 통해 발생하는 비즈니스 가치 재정립 필요

마이스산업은 지식과 창조경제를 기반으로 하는 산업으로 마이스 행사 개최지 내에 관련 산업의 이해관계자(국내외 전문가, 투자자, 생산구매 유통자)를 불러들여 국제적인 네트워크를 형성하고 사업과 무역을 할 수 있는 여건을 만들어 낸다. 즉, 마이스산업의 가치는 일반적으로 알고 있는 방문자 수와 숙박일 수로 나타나는 경제적인 파급효과를 넘어 행사를 통해 비즈니스 네트워크를 만들어 낸다. 그 결과 지역 내 이해관계자의 비즈니스 창출과 지역 산업 혁신, 지역민의 삶의 질 향상으로 나타날 수 있다.

해외의 주요 마이스 도시는 이러한 마이스 개최 유산과 비즈니스 가치의 중요성을 인지하고 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책과 전략을 수립하고 있다. 예를 들면, 덴마크 코펜하겐이나 스페인 마드리드 등 해외 주요 컨벤션뷰로에서는 마이스 개최 유산 연구를 토대로 지속적인 행사를 통해 도출되는 가치 연구를 수행하고 있다. 영국¹⁾에서는 코로나 이후 도시의 경제적 효과를 견인하는 도구로서 마이스의 중요성을 인지하고 지역 내 마이스 효과와 가치를 제시하는 연구를 진행하기도 하였다. 이는 마이스 도시로서 경쟁우위를 차지하기 위해서는 마이스 개최 유산의 인식을 토대로 지역 마이스산업 정책을 마련하는 것이 중요한 과제임을 뜻한다고 볼 수 있다. 따라서 고양시의 마이스 개최를 통해 발생하는 가치는 무엇인지 살펴보고, 비즈니스 가치를 지속적으로 창출할 수 있는 정책 마련이 필요하다.

¹⁾ Cities Restart(2021, September). The Importance of International Conferences and Business Events to Restarting City Economics, Central district alliance. <https://www.centraldistrictalliance.com/media/waupluld/cities-restart-report-the-importance-of-restarting-international-conferences-business-events-to-city-economies-060921.pdf>

2) 산업 기반의 지속적인 마이스 유치를 통한 선순환적 마이스 도시 육성 필요

고양시는 2014년 국제회의도시로 지정, 2018년 킨텍스 일대의 국제회의복합지구 지정으로 양적 성장을 이뤄 왔으나, 다른 국제회의도시와 비교하여 유치 측면에는 부족한 실정이다. 특히 킨텍스를 중심으로 한 공공전시회 중심의 마이스 행사가 개최된다는 점 외에는 고양시 마이스 유치나 개최의 방향성과 정체성 또한 두드러지지 않는 상황이다.

이 같은 상황 속에서 마이스 행사의 지속적인 유치를 위해서는 지역 내 전략산업을 활용한 마이스 행사의 유치가 중요하다는 점이 타 지자체의 사례를 통해 제시되고 있다. 대구, 대전 등 국내 도시에서는 마이스를 산업 육성과 경제 회복을 선도하는 도구로 활용하고 있다. 국제사회에서도 도시의 지속적인 성장에 도움이 되는 산업 분야의 마이스 행사를 유치, 발굴하여 지역사회를 발전시키고 도시 이미지를 제고하며 지역의 투자 유치에 기여하는 거시적 안목으로 마이스 개최 유산 창출에 초점을 맞추고 있다. 이들 사례에서 살펴볼 수 있는 것처럼 고양시의 주요 산업인 마이스산업을 중심으로 산업 기반의 행사를 유치, 개최하여 ‘행사 유치 → 개최 → 산업 육성 → 도시 체류 → 투자일자리 창출 → 행사 유치’ 등으로 이어지는 산업 육성 여건 마련이 필요하다. 따라서 국내외 사례를 토대로 고양시의 마이스 가치 창출 방안을 고민하고, 이를 통해 선순환적으로 가치를 창출하는 마이스 도시 육성을 위한 정책 방안을 모색해야 할 것이다.

3) 마이스 개최 유산 창출의 학문적 근거 마련으로 고양시 마이스산업 육성을 위한 방안 마련 필요

마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방안 모색을 위해 마이스 개최 유산의 본질적인 의미와 마이스 개최를 통해 창출되는 다양한 가치 범주의 검토가 필요하다.

마이스 개최 유산 관련 선행연구를 살펴보면, 올림픽 같은 메가 이벤트 레거시를 중심으로 레거시의 개념과 차원, 유형과 대규모 레거시 계획, 관리에 관한 연구(Barney 2003; Chapplelet, 2003; Getz, 2005; Preuss, 2007; 2019; Thomson, Schlenker & Schulenkorf, 2013; Thomson, Kennelly & Toohey, 2020)가 주를 이룬다. 국내의 선행연구는 마이스 개최 효과에서도 경제적인 효과인 지역 내 방문자 경제 효과(김철원·허준,

2009; 신창열, 2019)를 중심으로 연구가 진행되었으나, 최근에는 사회문화적 파급효과, 지역발전 효과, 컨벤션산업의 가치(김미진·황희곤, 2020; 김미성·윤유식, 2022)의 중요성을 다루는 것으로 확장되고 있다.

한편 최근 실제 해외 산업 현장에서는 마이스 개최 유산을 사회적 측면과 가치의 측면에서 살펴보고 지속가능성(sustainability), 기업의 사회적 책임(CSR), 유엔 지속가능발전목표(SDGs)와 연계하여 그 가치를 도출해 내고자 하는 프로젝트가 이루어지고 있다²⁾.

이처럼 마이스 개최를 통해 도출되는 유산 관련 선행연구, 현장의 추세와 사례연구를 반영하여 마이스 행사 개최로 창출될 수 있는 유산과 가치와 관련한 학문적 논의를 통해 고양시의 마이스 개최 유산 창출을 위한 관리 방안 마련이 필요하며, 지속가능한 마이스산업 육성을 위한 방향성 제시가 필요하다.

²⁾ Joint Meetings Industry Council은 국제 회의산업 협회로 국제 회의산업과 관련한 정보 교환, 전략 개발과 산업의 우수성 인정을 위한 다양한 역할을 수행해오고 있다. JMIC는 현재 마이스의 가치를 확장시켜 나가기 위하여 2017년 The Iceberg 프로젝트를 시작하였으며, 국제사회의 주요 이슈와 확장하여 마이스산업의 가치를 확장하고 그 결과를 정량화시키기 위하여 다양한 연구와 교육을 진행하고 있다.

제2절 연구 목적

본 연구의 목적은 마이스산업을 통해 고양시에 창출되는 긍정적인 영향과 파급효과를 높이기 위해 마이스 유산을 창출하는 정책을 수립하는 데 기초적인 자료를 확보하고, 그 방향성을 제시하는 데 있다.

이에 따라 본 연구의 세부 목적은 다음과 같다.

첫째, 마이스 개최를 통해 고양시에 창출되는 효과의 이론적 근거를 마련하고자 한다.

둘째, 고양시에 개최된 행사 현황과 기초자료를 확보하여 주요 전략산업과 연계된 고양시 마이스 개최 유산의 창출 가능성을 논의하고자 한다.

셋째, 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방향을 제시하여 고양시가 선순환적 마이스 도시로 발전하기 위한 기반을 마련하고자 한다.

제3절 선행연구 검토

마이스 개최 유산과 관련한 연구는 주로 해외의 컨벤션센터 즉, 마이스 실행기관을 중심으로 지역의 연구진과 협업을 통해 이루어져 왔다. 선행연구를 통해 살펴볼 수 있는 바와 같이, 지역 산업을 토대로 마이스 행사 개최를 통해 도출되는 긍정적이고 장기적인 효과의 논의가 중요하게 대두되고 있다. 해외에서는 마이스 행사를 통해 창출되는 다양한 가치를 입증하려는 연구가 수행되었으나, 국내에서는 이러한 마이스 개최 유산과 관련한 고민이 다소 미진하였다.

이에 따라 본 연구에서는 고양시 개최 행사의 유형별, 산업별 특성을 파악하여 그동안 고양시에 축적된 마이스 개최 유산을 살펴보고자 한다. 또한 국내외 주요 마이스 도시의 마이스 개최 유산 창출 사례를 토대로 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방향을 제시하고자 한다는 점에서 선행연구와 차별성이 있다.

[표 1-1] 선행연구 요약

구 분	연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
주요 선행연구 및 유사연구	1 <ul style="list-style-type: none"> ●과제명 Business events and friendship: Leveraging the sociable legacies ●연구자: Foley, Edwards, & Schlenker (2014) ●목적 비즈니스 이벤트와 우정의 연계성 제시하고, 비즈니스 이벤트의 전문성을 강화하기 위한 전략 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●온라인 설문조사 	<ul style="list-style-type: none"> ●시드니에서 개최된 5개의 비즈니스 이벤트를 대상으로 비즈니스 레거시에 대한 온라인 설문 조사를 실시로 사회적 결과를 도출함을 제시 ●비즈니스 이벤트에서 형성된 우정 (friendship)은 협회 회원의 수, 컨퍼런스 참가자, 직원 유지, 성공적인 연구 및 전문적인 협력 산업의 창의성과 혁신에 기여함을 제시
	2 <ul style="list-style-type: none"> ●Conferences: Catalysts for Thriving Economies ●연구자: Du Cros, Edwards, Foley, & Hergesell(2017) ●목적 경제발전과 지역사회 번영의 촉매제로서 비즈니스 이벤트의 확대된 레거시 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●사례연구 ●설문조사 	<ul style="list-style-type: none"> ●선행연구를 기반으로 한 비즈니스 이벤트 레거시 실증연구 ●3개 요인 13개의 레거시 도출 ●행사 개최 및 운영에 따른 레거시 형성 과정 모델화

구 분		연구 목적	연구 방법	주요 연구 내용
	3	<ul style="list-style-type: none"> ●과제명 Business Events Legacies: JMIC Case Study Project Report ●연구자: JMIC(2019) ●목적 레거시 효과를 극대화하기 위한 성공적인 비즈니스 이벤트 개최 방안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●사례연구 	<ul style="list-style-type: none"> ●비즈니스 이벤트의 97지 사례 결과를 수집하고 분석하여 회의, 박람회, 컨벤션 등이 목적지, 지역사회, 산업 및 경제에 기여하는 효과 파악 ●글로벌 비즈니스 이벤트 산업은 지식경제, 산업 혁신, 지역사회의 삶의 질에 기여 ●정부의 평가와 비즈니스 이벤트가 전달하는 가치의 불일치 제시
	4	<ul style="list-style-type: none"> ●과제명 Advancing Event Legacies Through Impact Measurement ●연구자: BestCities(2020) ●목적 비즈니스 이벤트의 가치인식 제고와 주주자 및 목적지를 대상으로 전략적인 레거시 창출 방향 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 	<ul style="list-style-type: none"> ●레거시의 개념과 기초 제시 ●선행연구를 바탕으로 레거시 측정을 위한 프레임워크와 모델 제시
	5	<ul style="list-style-type: none"> ●과제명 대구 비즈니스 이벤트 레거시 ●연구자: 대구컨벤션뷰로(2021) ●목적 비즈니스 레거시 백서 발간을 통한 마이스산업의 중요성 및 인식 제고 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●전문가 인터뷰 	<ul style="list-style-type: none"> ●대구시의 주요 비즈니스 이벤트 사례 분석을 통한 레거시 분석
	6	<ul style="list-style-type: none"> ●과제명 고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 연구 ●연구자: 고양시정연구원(2021) ●목적 고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 운영 방안 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●사례연구 ●전문가 자문 ●주요 이해관계자 FGI 	<ul style="list-style-type: none"> ●마이스레거시 관점을 적용하여 마이스 레거시의 개념과 특성 제시, 고양국제꽃박람회의 현황과 운영 전반을 점검하고, 고양국제꽃박람회를 통해 창출될 수 있는 레거시 제시 ●전략적인 꽃박람회 개최를 위한 방향성 제시
본 연구		<ul style="list-style-type: none"> ●과제명 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 연구 ●목적 선순환적 마이스 도시 육성을 위한 고양시 전략 산업 도출 및 마이스 유치를 위한 정책 방향성 제시 	<ul style="list-style-type: none"> ●문헌연구 ●사례연구 ●전문가 및 주요 이해관계자 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> ●도시에 축적되는 마이스 개최 유산특성 논의 ●고양시 마이스산업 현황 분석 및 개최 행사 분석 ●국내외 사례분석을 통한 시사점 도출 ●고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방향 제시
		차별성		<ul style="list-style-type: none"> ●지역 산업을 토대로 마이스 행사 개최를 통해 도출되는 긍정적이고 장기적인 효과 관련 논의가 중요하게 대두되고 있으나, 국내에서는 이러한 마이스 개최 유산 관련 연구 미흡 ●고양시 개최 행사의 유형별 특성, 산업별 특성을 파악하여 그동안 고양시에 축적된 마이스 레거시를 검토 ●고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방향 제시

제4절 연구 내용 및 방법

1. 연구 범위

- 공간적 범위: 고양시 고양국제회의복합지구 일대³⁾
- 대상적 범위: 고양 국제회의복합지구 내에서 개최된 행사를 대상으로 고양시 개최 마이스 행사 분석
- 내용적 범위:
 - 마이스 행사를 통해 목적지에 도출되는 마이스 개최 유산 논의
 - 고양시 마이스산업 실태와 산업 육성 정책 분석
 - 고양시 마이스 행사 개최 현황 분석
 - 국내외 마이스 개최 유산 창출 사례 분석
 - 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방안 도출

2. 연구 방법

- 사례연구
 - 마이스 행사 개최를 통해 지역 내 파급효과와 다양한 사회문화적 효과를 창출한 우수 사례
 - 국내 사례: 대구
 - 해외 사례: 코펜하겐, 마드리드

³⁾ 현재 고양시의 공식적으로 집계된 데이터는 고양 국제회의복합지구 내 전시컨벤션시설인 컨텍스의 개최지를 중심으로 집계되며, CVB의 지원 행사 또한 소노캄, 원마운트 등 고양 국제회의복합지구 내에서 개최되고 있어서 고양국제회의복합지구 일대를 연구의 공간적 범위로 지정함

○ 심층면접조사(또는 FGI)

- 반구조화된 설문지 활용 이해관계자 심층면접조사 시행
- 고양시 공무원, 고양시 마이스 이해관계자(학계, 전문가) 의견 수렴
- 전략산업 관련 전문가(산업 전문가, 주최자) 의견 수렴

[그림 1-1] 연구의 흐름

연구 절차	주요 내용	연구 방법
1. 문헌조사 2. 관련 선행연구 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 연구의 목적, 필요성 기술 • 연구의 내용 및 방법 구체화 • 국내외 선행연구 검토 	<ul style="list-style-type: none"> • 문헌자료 검토 • 관련 선행연구 분석 • 전문가 자문
3. 고양시 마이스산업 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 마이스산업 현황 및 실태 분석 • 고양시 개최 마이스 행사 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 문헌자료 검토 • 2차 자료 검토
4. 국내외 사례 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 마이스 개최 유산 창출 모범 사례 분석 • 시사점 도출 	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 현황자료 분석 • 전문가 자문
5. 마이스 개최 유산 창출을 위한 방향 제시	<ul style="list-style-type: none"> • 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 정책 방안 • 전문가 및 이해관계자 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> • 전문가 자문
6. 결론 및 제언	<ul style="list-style-type: none"> • 연구의 결론 및 의의, 한계점 기술 • 정책 제언 	

제 2 장

이론적 고찰

제1절 마이스 개최 유산의 개념

제2절 마이스 개최 유산의 범주와 측정

제3절 마이스 개최 유산 관리체제

제절 마이스 개최 유산(MICE Legacy)의 개념

1. 마이스 개최 유산(MICE Legacy)의 정의

마이스 개최 유산은 해외에서 ‘마이스 레거시’ 또는 ‘비즈니스 이벤트 레거시’라는 용어로 활용되고 있으며, 마이스 개최를 통해 만들어진 것 또는 창출되는 것이라 할 수 있다. 마이스 개최 유산의 기본은 올림픽 개최 유산 즉, 올림픽 레거시(Olympic Legacy)를 통해 살펴볼 수 있다.

올림픽위원회(Olympic Committee)는 올림픽 개최 유산은 올림픽 게임 개최 전부터 개최 후까지 올림픽으로 창출되는 개최 도시와 지역민의 장기적인 혜택을 포함하는 것¹⁾이라고 하고 있다. Leopkey & Parent(2012)는 스포츠 이벤트 개최 유산의 개념은 다양한 의미를 지닌다고 하였다. 물려받거나 행사로부터 남은 모든 것이라고 하기도 하며, 올림픽 연구나 담론에서 언급되는 것이라고도 하였다. 스포츠 개최 유산의 범주를 문화, 경제, 환경, 이미지, 정보·교육, 운동, 물리적, 정치적, 심리적, 사회적, 지속가능성, 도시를 아우르는 유형과 무형의 것을 포함하는 것이라 하였다. 특히 레거시는 스포츠 인프라, 도시재생, 관광 증대, 비즈니스 기회, 지역사회 정신 개선, 도시 이미지 향상, 자원봉사자 교육 등 긍정적인 효과와 행사 개최로 발생한 국가 또는 지역 정부의 빚, 행사 이후 사용되지 않는 인프라, 지역 자원의 과도한 사용, 주택 문제 등 부정적인 부분이 있음을 제기하였다.

Chappelet(2012)은 행사 개최 유산은 행사 개최 지역의 범위(지역, 국가, 국제)에 남아 있는 것, 시간과 누구의 관점에서 간주되는 것 또는 행사의 결과로 여겨지기 때문에 행사 개최 유산은 다면적이라고 하였다.

¹⁾ IOC(2017, December). Legacy Strategic Approach: Moving Forward. <https://olympics.com/ioc/olympic-legacy>

Grix et al.(2017)에 따르면 가장 많이 인용된 이벤트 개최 유산 개념은 Preuss(2007)의 개념인데 “스포츠 이벤트를 통해 계획적 또는 비계획적으로 창출된 긍정적이고 부정적인 유무형의 구조이며, 이벤트 그 자체보다 길게 영향을 미치는 것”이라고 하였다. 즉, 구조의 다양한 유형과 시간적인 개념을 함께 나타내고 있다고 볼 수 있다. 이후 Preuss(2019)는 지속적인 연구를 통해 이벤트 개최 유산은 올림픽에서 기인한 구조적 변화로 발생한 모든 결과이며, 사람과 공간에 영향을 미친다고 하였다.

이처럼 스포츠 이벤트 또는 메가 이벤트의 개념을 살펴보면 전반적으로 개념 정립의 어려움을 제기하고 있다. 그러나 공통적인 부분을 살펴보면 이벤트 개최 유산은 행사 개최를 통해 행사가 개최되는 지역사회, 국가 내에 창출된 것으로 유무형의 형태를 띠며, 시간이 지남에 따라 긍정 또는 부정의 효과를 창출하는 것이라 할 수 있다.

[표 2-1] 메가스포츠 이벤트 개최 유산 개념 정의

연구자	개념	맥락	창출	기간	긍정/부정
Getz (2005)	비관광 혜택(비즈니스와 무역), 목적지 프로모션(브랜딩, 이미지 향상, 미디어관리), 영구적 레거시 개발(돈, 시설, 인프라, 역량 강화 등)	관광 + 이벤트	계획	영구	-
Preuss (2007)	창출 시기, 공간과 상관없이 스포츠 이벤트를 위하거나 이벤트로 만들어진 계획된 것과 되지 않은 것, 긍정적이고 부정적인 유무형의 구조로 이벤트 자체보다 더 오래 남는 것	스포츠+ 관광 : 경제	계획 + 비계획	영구	모두 포함
Mangan (2008)	전임자로부터 물려받은 유무형 자산, 이벤트나 과정의 장기적인 효과와 긍정적 또는 부정적이거나 의도되거나 의도되지 않은 것	올림픽 : 사회, 경제 환경, 스포츠	계획 + 비계획	장기	모두 포함
Chappelet (2012)	행사 개최 지역 내에 행사로부터 남는 것이며 시간과 누구의 관점에서 간주되는 것, 행사의 결과로 간주될 수 있기 때문에 행사 개최 유산은 다면적이며 범위의 논쟁은 끝나지 않을 것임	올림픽	계획 + 비계획	장기	모두 포함

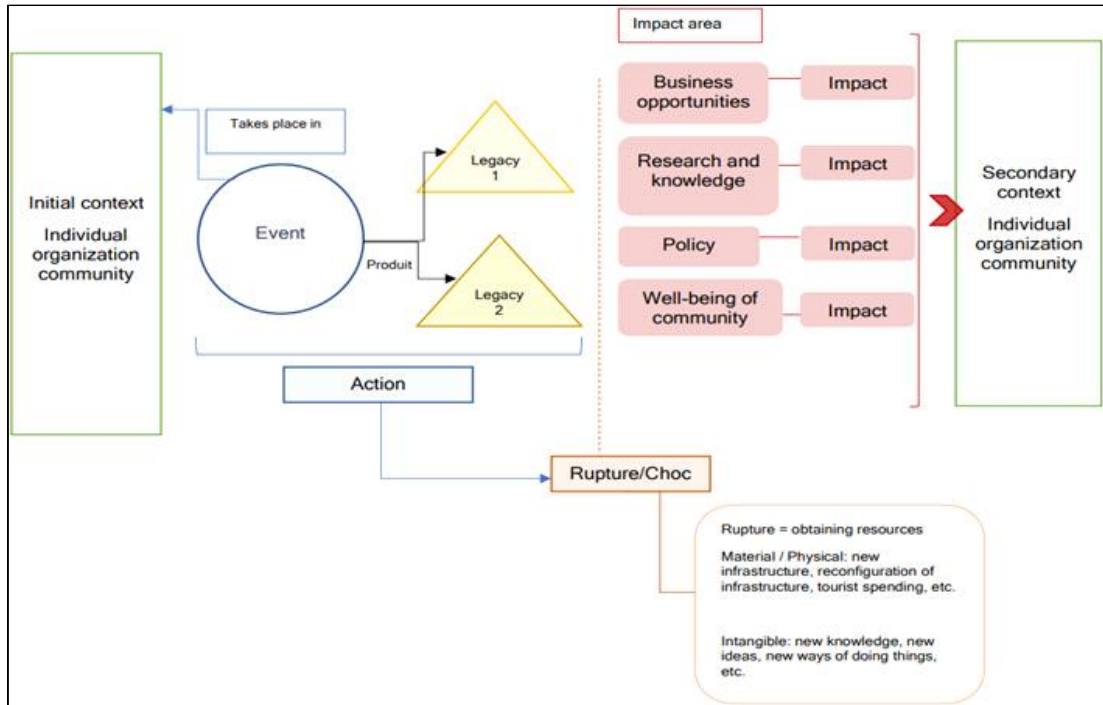
연구자	개념	맥락	창출	기간	긍정/부정
Leopkey & Parent(2012)	물려받거나 행사로부터 남은 모든 것이며, 올림픽 연구나 담론에서 언급되는 것으로 유무형, 긍정적이고 부정적인 부분을 포함	올림픽	-	장기	모두 포함
Thomson, Schlenker, & Schulenkorf(2013)	이벤트 개최를 통해 개최도시에 미치는 장기적 또는 영구적 효과이며, 이벤트의 시작부터 계획되어 모든 주기에서 발생하는 효과(경제적, 관광, 사회적, 심리적, 환경적)	스포츠 이벤트	계획	단계별 이벤트의 모든 주기에서 발생	모두 포함
Preuss (2019)	그 자체로 구조적 변화가 아니며, 올림픽 게임에서 기인한 구조적 변화로 발생한 모든 결과이며 사람과 공간에 영향을 미침	올림픽	계획 + 비계획	장기	중립, 긍정, 부정
Thomson, Kennelly, & Toohey(2020)	사회적인 레거시	스포츠 이벤트	계획	장기	모두 포함

〈출처〉 선행연구를 토대로 연구자 작성

마이스 개최 유산에 관해서는 컨벤션뷰로를 중심으로 한 실무기관에서 개념화 작업을 먼저 시도하였다. 호주 비즈니스이벤트협회(Business Event Council of Australia, 2015)에서는 마이스 개최 유산은 마이스 행사를 통해 유의미한 결과를 남기려는 마이스 주최자와 관련 이해관계자의 활동으로부터 확장된 영향력이라고 하였다. 시드니컨벤션뷰로(Business Event Sydney)와 지속적으로 이벤트 레거시 연구를 진행해 온 시드니기술대학(University of Technology Sydney)의 연구진은 레거시를 비즈니스 이벤트 레거시를 콘퍼런스, 전시회, 컨벤션센터, 컨벤션뷰로가 목적지와 지역사회, 산업, 경제에 전달하는 다방면의 기여라고 제시하였다. 기여하는 부분으로는 지식 경제, 산업 혁신, 지역사회의 안녕에 해당한다고 하였다.

덴마크컨벤션뷰로(Meet Denmark)에서는 마이스 이해관계자와 논의를 통해 회의 개최 유산을 ‘회의가 창출하고자 하는 장기적인 영향’으로 정의하였다. 이 과정에서 이해관계자 간 관계 유형에 따라 마이스 개최 유산은 다른 의미로 작용할 수 있음을 언급하였다.

[그림 2-1] 이벤트 개최를 통한 레거시 창출 과정



<출처> #MEET4IMPACT(2021), Delivering social impact through your business events: Best practices for the event industry, p.13

#MEET4IMPACT²⁾는 어원과 사전적인 의미 해석을 토대로 레거시는 자발적, 합법적, 논리적, 일시적 측면에서 물려받은 것으로 하나 또는 그 이상의 자원을 전달하는 활동과 연결되어 있으며, 이를 통해 수혜자에게 하나 이상의 변화를 선사하는 것이라고 하였다. 이를 마이스 행사에 대입하면, 마이스 행사의 결과로 발생하는 발전적인 변화이며, 장기적인 혜택을 제공하거나 촉진하는 것이라고 하였다.

국내에서는 실무기관에서의 트렌드와 다르게 마이스 개최 유산 관련 논의가 활발하게 이루어지지 않은 부분을 지적하면서 정성적인 인터뷰를 통해 마이스 개최 유산의 개념을 정립하고자 하였다(김미성·윤유식, 2022). 이 연구에서는 컨벤션 개최로 발생하는

²⁾ #MEET4IMPACT는 2019년 만들어진 비영리기구로 마이스 마이스 이벤트를 통한 사회적 가치를 정의, 관리, 측정, 논의할 수 있도록 산업 이해관계자를 교육하고 지원함(<https://www.meet4impact.global/our-dna>)

긍정적이고 장기적인 가치를 마이스 레거시라고 정의하였다. 또한 ‘유산’이라는 용어는 과거의 것이 남겨진 것의 의미가 강하여 ‘레거시’라는 외래어를 그대로 활용하여 개념화할 것을 제기하였다.

선행연구 결과 마이스 개최 유산의 특성을 정리하면 다음과 같다. 마이스 개최 유산은 비계획하에서도 발생할 수 있지만, 계획에 따라 더 효과적으로 창출될 수 있으므로 행사 개최 이전 준비단계에서부터 지속적인 관리가 이루어져야 한다는 점을 시사하고 있다. 특히 마이스 개최 유산에서는 부정적인 측면은 배제하고 긍정적인 가치와 혜택의 측면을 강조하고 있음을 살펴볼 수 있는데, 실무적인 측면에서 지속적인 관리를 통해 장기적이고 긍정적인 성과를 창출하겠다는 의지를 담고 있다고 할 수 있다.

이에 따라 본 연구에서는 고양시 마이스 개최 유산을 창출하기 위해 어떻게 고양시의 마이스 개최 유산을 관리할 것인가 하는 고민이 필요하다. 마이스 유산을 관리하기 위하여 본 연구에서는 마이스 개최 유산을 ‘마이스 개최로 고양시 내에 발생하는 장기적이고 긍정적인 혜택과 가치’라고 정의하고자 한다.

다음 절에서는 올림픽과 마이스 개최 유산 관련 연구를 토대로, 본 연구에서 활용하고자 하는 마이스 개최 유산의 범주를 도출하고자 한다.

[표 2-2] 마이스 개최 유산의 개념 정의

연구자	개념	창출	기간	긍정/부정
JMIC(2019)	컨퍼런스, 전시회, 컨벤션센터, 컨벤션뷰로가 목적지, 지역사회, 산업과 경제에 전달하는 다방면의 기여	계획 + 비계획	장기	긍정
덴마크컨벤션뷰로 (Meet Denmark) (2020)	회의가 창출하고자 하는 장기적인 영향	계획 + 비계획	장기	긍정
#MEET4IMPACT (2020)	마이스 행사의 결과로 발생하는 발전적인 변화이며, 이는 장기적인 혜택을 제공하거나 촉진하는 것	계획 + 비계획	장기	긍정
김미성·윤유식 (2022)	컨벤션 개최로 발생하는 긍정적이고 장기적인 가치	계획 + 비계획	장기	긍정

〈출처〉 선행연구를 토대로 연구자 작성

제2절 마이스 개최 유산의 범주와 측정

1. 올림픽 개최 유산 범주와 측정

앞서 개념적 설명에서 살펴본 바와 같이 마이스 개최 유산의 기본은 올림픽 개최 유산을 통해 살펴볼 수 있다. 올림픽과 같은 행사 개최 유산 관련 연구는 행사 개최를 위한 투자와 공공의 지원을 정당화하기 위한 수단으로 활용되어 왔다(Girginov & Hills, 2008; Misener et al., 2013; Preuss, 2019). 올림픽 개최 비용이 대규모임에 따라 정치적으로 활용되기도 하면서 올림픽 주최자와 관련 이해관계자에게 행사 개최의 정당성을 확보하려는 방안으로 활용되었다. 이에 올림픽 개최 유산의 범주, 유산을 통한 장기적인 비용과 혜택에 관한 연구가 이루어졌다. 코로나19 이후 마이스산업 내부에서도 산업의 육성을 위해 마이스 개최 유산의 중요성과 관련한 연구가 이루어졌으며, 이 같은 산업 육성의 정당성을 확보하기 위한 수단으로 올림픽 개최 유산의 범주를 먼저 살펴볼 필요가 있다.

Leopkey & Parent(2012)는 1956년부터 2016년까지 올림픽 유치제안서와 최종 보고서를 토대로 올림픽 레거시의 범주에 관한 내용 분석을 토대로 새로운 레거시의 트렌드와 범주를 고찰하였다. 올림픽 레거시를 문화적, 경제적, 환경적, 이미지, 정보·교육적, 향수(nostalgia), 올림픽 운동, 물리적, 정치적, 정신적, 사회적, 스포츠, 지속가능성, 도시 관련 등 13개 유산으로 범주화하였다. 1930~1960년대는 올림픽이 국가의 이미지와 지방 정부를 표현하는 수단으로 활용되면서 문화적, 이미지 부분이 범주로 포함되었다. 1970년대는 메가 이벤트 개최를 통한 도시재생, 도시개발과 지역경제 수단으로 활용되었고, 2000년대에 접어들면서 환경운동과 지속가능한 개발의 차원까지 유산의 범주가 확장된 것을 살펴볼 수 있다. 이들의 연구에서는 올림픽 제안서와 최종보고서 작성 시 이벤트 개최 유산을 자기 기록 방식으로 작성하도록 하고 있어서, 실제 올림픽 개최 유산의 발생 여부와 정도에 관해서는 추가 논의가 필요하다는 견해를 제시하였다.

[표 2-3] 올림픽 개최 유산의 구성 차원

유산 주제	내용
문화적	문화적 프로그램, 기회와 관련된 요소
경제적	일자리, 관광, 펀딩, 개최 기회, 마케팅과 관련된 재무적 요소
환경적	환경친화적 건축과 엔지니어링, 정책, 교육 측면의 요소
이미지	개최지와 지역의 국제적 인지도와 이미지 향상 관련 요소
정보적/교육적	경험, 지식, 개인적 개발, 연구, 거버넌스 역량과정을 얻는 것과 관련된 요소
향수(nostalgia)	행사와 연관된 개인적 경험과 기억을 고려하는 것
올림픽 운동	청소년에게 미치는 영향, 국제적 조화 등 올림픽 가족에게 중요한 가치 포용
정치적	정책과 정책 개발 제도 포함
정신적	개인과 지역사회의 국가적 자부심, 열정, 감정 포함
사회적 문제	사회적 발전, 건강, 일반 인구와 특수 인구에 미치는 영향, 새로운 기회, 시민 참여와 관련된 요소
스포츠	스포츠 발전, 스포츠 시설, 참여 증가, 건강증진 등 관련 요소
지속가능성	장기적 계획, 환경친화적, 경제적으로 실행가능한 요소
도시	스포츠 시설, 교통, 도시 서비스, 계획, 여가 공간의 재생 관련 요소

〈출처〉 Leopkey, B., & Parent, M. M.(2012). Olympic Games legacy: From general benefits to sustainable long-term legacy. The international journal of the history of sport, 29(6), p.932.

Kassens-Noor(2012)는 올림픽을 통한 인프라 유산의 발전을 20년간의 올림픽을 토대로 도출하였다. 인프라 가운데서도 교통 부문에 초점을 맞추었다. 바르셀로나, 아테네, 시드니, 런던 등 도시 사례를 토대로 공항 개발, 공원 재활성화, 새로운 교통수단, 추가 도로 용량, 지능형 교통 시스템(ITS), 공항과 도시의 연결을 유형적인 유산으로 제시하였다. 연구 결과로 대규모 이벤트를 도시계획과 교통계획을 실현할 수 있는 도구로 활용할 수 있음을 제기하였다.

Grix et al.(2017)는 스포츠 mega 이벤트 관련 선행연구를 토대로 5개의 주요 유산을 경제, 도시재생, 국가적 자부심, 물리적 활동과 스포츠 참여 증가, 국제적 명성과 스포츠

트파워 등 5개 범주로 제시하였다. 2012 런던올림픽을 대상으로 2005년 개최지 선정 이후부터 행사 개최 이후까지의 효과를 분석하였으며, 물리적 활동과 스포츠 참여 증가에 서는 효과가 없음을 증명하였다. 이를 통해 일부 유산의 효과가 있다고 하더라도 미디어에서 호도되는 부분에서는 과장이 있을 수 있음을 제기하였다. 이러한 부분은 Weed et al.(2015)의 연구와도 유사한 결론을 보인다. 이들은 올림픽의 효과에 관한 연구를 통해 참여 증대, 참여 빈도, 활동 전환의 효과가 도출될 수 있음을 제시하였지만, 실제 효과는 높지 않음을 질적인 연구를 통해 증명하였다. 효과를 높이기 위해서는 올림픽 행사와 연계한 스포츠 참여 이니셔티브가 함께 진행되어야 한다고 하며, 이벤트 개최 유산을 창출하기 위해서는 계획과 관리가 수반되어야 함을 시사하였다.

이벤트 레거시의 기본적인 전제를 토대로 이벤트 레거시 개념 틀과 측정 관련 연구가 이루어지기도 했다(Preuss, 2019). 이 연구에서는 이벤트 개최 유산의 구성요소를 도시개발, 환경 향상, 정책거버넌스, 인적 개발, 지적자산, 사회적 개발의 공간과 사람 차원의 내용으로 구분하였다. 이벤트를 통한 효과의 발생 시점이 구성 차원마다 다르므로 측정 기간이 차원과 요소마다 달라져야 한다고 하였다. 또한 각 이해관계자가 경험하는 이벤트 개최 유산에 따라 다른 가치와 효과가 나타나며 각 유산의 특성에 따라 측정 방법이 달라지기 때문에 각각의 이벤트에 따라 핵심 성과 지표(KPI: Key Performance Indicator)가 달라질 수 있음을 제시하였다. 인적 개발, 지적자산, 사회적 개발 같은 무형의 이벤트 개최 유산은 측정하기 어려우며, 타당한 측정 방식을 찾기도 어려워 인식 조사로 측정 가능하다고 하였다. 전반적으로 이벤트 개최 유산의 측정이 쉽지 않기 때문에 이해관계자를 대상으로 심층 인터뷰를 진행해 내용을 기록화하는 작업을 통해 유산을 정리할 수 있음을 강조하였다.

[표 2-4] 메가스포츠 이벤트 개최 유산 구성 차원

연구자	내용
Kassens-Noor (2012)	공항 개발, 공원 재활성화, 새로운 교통수단, 추가 도로 용량, 지능형 교통 시스템(ITS), 공항과 도시의 연결
Weed et al.(2015)	참여 증대, 참여 빈도, 활동 전환

연구자	내용	
Grix et al.(2017)	경제	티켓 판매, 고용기회 증가와 같은 직접 효과와 FDI, 외국인 방문과 같은 간접 효과
	도시재생	황무지, 이웃환경, 교통 시스템의 재개발
	국가적 자부심	국가에 대한 자부심 향상, 지역 공동체에 대한 인식 향상
	물리적 활동과 스포츠 참여 증가	유명스포츠선수를 볼 수 있는 기회와 인프라 시설의 증가로 스포츠 참여 증대
	국제적 명성과 소프트파워	지역사회의 국제적 홍보 효과
Preuss (2019)	도시 개발(공간)	교통과 모빌리티 인프라, 도시(주거와 물, 위생, 전기, 고형 폐기물 처리, 다른 공공 시설) 개발, 도시 서비스와 인프라(통신, 경찰서, 보안, 병원, 스마트시티 그리드, 호텔, 스마트 건축물 등) - 올림픽을 통한 인프라 변화, 인프라 사용가치, 인프라 방문객 측정
	환경 향상(공간)	공기와 수질 개선 관련 -탄소발자국, 생물다양성 측정
	정책/거버넌스(사람)	새로운 법, 규제, 거버넌스, 조직적 구조 등 - 새로운 거버넌스 구조 또는 효율성 측정(인터뷰/설문조사)
	인적 개발(사람)	새로운 기술, 지식, 네트워크 -(측정 어려움) 지식의 증가여부 설문/인터뷰, 지역 내 사업 허가증의 증가율 측정
	지적자산(사람)	올림픽 게임을 통해 새롭게 개발된 모든 것 -(측정 어려움) 발명 또는 개발에는 시간이 걸리기 때문에 측정 어려움
	사회적 개발(사람)	사회적 발전, 사람들의 신념과 습관과 관련된 것 -대중교통의 높은 이용 빈도, 스포츠 클럽의 높은 이용 빈도, 인종주의 운동 감소, 지역사회 안전 증감 등(인터뷰/설문조사)
Koenigstorfer et al.(2019)	경제적, 사회적, 스포츠 관련, 도시 관련, 지역주민 관련, 환경적, 정치적, 보안 관련	

〈자료〉 선행연구를 토대로 연구자 작성

2. 마이스 개최 유산의 구성 차원과 측정

마이스 행사 개최를 통해 참가자들의 네트워크와 정보 공유가 이루어지면서 마이스 개최 유산은 사회적인 맥락에서 중요한 영향력을 제공한다고 할 수 있다. 이러한 차원에서 시드니의 컨벤션뷰로인 ‘비즈니스이벤트시드니’는 비즈니스 이벤트 참가를 통해 참가객이 얻을 수 있는 사회적인 가치를 중심으로 행사를 통해 얻을 수 있는 혜택과 성과를 제시하였다(2011). 마이스 행사 개최로 지식 확장, 네트워킹 확장, 상호협력 관계 형성, 교육적 성과, 재정 마련과 미래 연구 역량 강화, 인식 제고, 목적지 평판 제고 등의 혜택이 도출될 수 있음을 언급하였다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 비즈니스 이벤트 개최 유산을 정량적으로 측정하고자 하였으며, [표 2-5]에서 살펴볼 수 있는 바와 같이 다섯 가지의 비즈니스 이벤트 개최 유산을 제시하였다.

특히 유산의 범주를 구분하기는 했으나 유산의 차원을 측정했다기보다는 비즈니스 이벤트를 통해 도출되는 혜택을 정리하였다. 그 결과 혜택과 성과는 각각의 개최 유산으로 구분될 수 없으며, 하나의 혜택과 성과가 다양한 유산으로 영향을 미친다는 점을 강조하였다. 또한 마이스 행사는 지식의 상호작용이 일어나는 중심 공간으로서 국가 산업 전략의 전략적인 플랫폼으로 활용이 가능함을 시사하였다.

[표 2-5] 비즈니스 이벤트 개최 유산의 차원

주제	내용
본질적 레거시 (Intrinsic Legacies)	행사를 통해 행사 관련 산업 분야에서 일할 수 있는 잠재력을 충족할 수 있는 지식, 기술 등을 개발하는 기회 제공
실무적 레거시 (Practice Legacies)	행사 참가로 얻을 수 있는 새로운 인사이트와 정보, 기술, 해결 방안 도출 등 기술과 지식에서 유산을 창출함
사회적 레거시 (Social Legacies)	행사를 통해 유사한 생각의 사람들과 관계를 맺을 수 있는 동지애와 지역사회에 큰 영향을 미치는 전략적 관계를 나타냄
경제적 레거시 (Economic Legacies)	다른 참가자와 상호작용을 통한 신뢰 형성, 새로운 지식, 정보와 역량 강화, 새로운 실천 및 교육 강화, 신규 투자 및 펀딩 마련, 산업 부분 정책 강화 등 유무형의 효과가 창출됨
태도적 레거시 (Attitudinal Legacies)	행사 참가 경험에 대한 참가자의 반응과 국내외 미디어를 통하여 보도되는 중요한 이슈에 대한 정부, 기업, 개인 등 이해관계자의 인지를 통해 태도의 전환이 이루어짐

〈자료〉 Business Event Sydney(2010), Beyond Tourism Benefits-Measuring the social legacies of business events, 연구자 재구성

최근 들어 해외에서 제시하는 이벤트 레거시 즉, 이벤트 개최 유산의 유형은 경제, 정책, 사회, 환경, 산업적인 부분을 포괄하여 제시하고 있는 것으로 나타난다([표 2-6]; BestCities, 2020; Meet Denmark, 2020).

[표 2-6] 이벤트 개최 유산의 유형

차원	내용
경제적 레거시 (Economic Legacies)	<ul style="list-style-type: none"> • 비즈니스 성장(Business Growth) • 수출/무역(Exports/Trade) • 산업 발전(Industry development) • FDI(Foreign direct investment) • 인재 유입(Talent attraction)
정책적 레거시 (Political Legacies)	<ul style="list-style-type: none"> • 정책 변화 영향(The impact of policy reform) • 투표율/시민 참여(voter turnout/civic engagement) • 개선된 정부 서비스 결과(improved government service outcome) • 정치적 책무(political accountability) • 부패 감소(Reduced Corruption)
사회적 레거시 (Social Legacies)	<ul style="list-style-type: none"> • 대중인식의 영향(impacts of public awareness, acceptance and engagement) • 사망률 감소(Reduced mortality) • 실업률 감소(lower unemployment justice) • 문화 및 유산 보호 향상(improved cultural & heritage preservation) • 교육 증진(Enhanced education outcomes) • 사회적 포용성(social inclusion/accessibility) • 권리 보호(protection of human rights) • 공공복지 향상(improved public welfare) • 삶의 기준 향상(improved living standards) • 인프라 향상(improved infrastructure) • 삶의 질 향상(improved quality of life) • 건강 증진(improved health outcomes)
환경적 레거시 (Environmental Legacies)	<ul style="list-style-type: none"> • 생태계 보호 강화(Enhanced protection of ecosystems) • 식량 및 물 안보(food & water security) • 기후목표 도달(Climate targets reached) • 탄소 중립/녹색에너지 전환(Carbon neutrality/green energy transition) • 도시의 지속가능성 향상(enhanced sustainability in cities)
산업적 레거시 (Sectoral Legacies)	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 지식 전파의 측정된 효과(Measured effects of global knowledge transfer) • 인적자원 역량 개발(HR Capacity development - quantity & skill set) • 포용력과 접근성(Inclusivity & accessibility(e.g.women professionals, minorities etc.)) • 탄력성: 완화, 적응과 혁신(Resilience: Mitigation, adaptation & innovation) • 클러스터 개발(cluster development) • 기술적 혁신(technological innovation) • 글로벌 리더십(global leadership) • 적용된 모범사례와 경영(applied best practice & management) • 자원 동원(resource mobilisation) • 과학적 발전(scientific advancement)

<자료> BestCities(2020). Advancing Event Legacies Through Impact Measurement.; MeetDenmark(2020). Meeting Legacies: Innovating for Enhanced Value Creation, 연구자 재구성

경제적 차원에서는 비즈니스 성장, 수출 무역, 산업 발전, FDI, 인재 유입의 내용을 담고 있으며, 산업적 차원에서는 글로벌 지식 전파의 효과, 인적 역량 개발, 포용력과 접근성, 클러스터 개발, 기술적 혁신 등의 내용을 담고 있다. 정책적 차원에서는 정책 변화의 영향을 비롯하여 투표율, 부패 감소 등의 내용을 담고 있으며, 사회적 차원에서는 행사를 통해 나타나는 사회적 관계를 통해 발생하는 혜택과 함께 사망률 감소, 실업률 감소, 권리보호, 공공복지 향상이라는 더욱 거시적인 관점의 내용을 담고 있다. 또한 환경적 측면에서 생태계와 식량, 물 안보 그리고 기후 목표 도달이라는 내용이 있는 것으로 나타난다. 이들의 이벤트 개최 유산의 범주에는 실제 마이스산업에서 이루어지는 성과보다는 상당히 장기적이고 사회 전반적인 내용을 담고 있다. 이러한 부분은 마이스산업 내에서도 중요하게 대두되고 있는 보편적인 문제인 경제, 사회, 환경 문제 등을 포함하는 지속가능발전목표(SDGs) 부분을 고려하여 작성되어 사회 전반의 혜택을 아우르고 있기 때문으로 여겨진다.

국내에서는 그동안 이루어졌던 방문객 경제 중심의 연구에서 확장하여 산업, 정치, 환경, 사회문화 부문의 성과를 아우를 수 있는 연구가 필요하다는 필요성을 인지하고 연구가 이루어지고 있다.

대구컨벤션뷰로는 대구 비즈니스 이벤트 레거시 관련 보고서(2021)를 통해 이러한 마이스 개최 유산을 정립하고자 하였다. 보고서는 대구의 전략산업과 연계한 행사 개최를 통해 어떠한 비즈니스 이벤트 개최 유산이 도출되었는지를 지난 20여 년 동안 대구에서 창출된 마이스 개최 유산을 중심으로 정리하였다. 이 결과를 토대로 마이스 개최를 통해 창출될 수 있는 마이스 개최 유산을 정치/외교, 경제/산업, 환경/생태, 사회/문화 등 네 가지로 제시하였다([표 2-7] 참조). 정치/외교 부문에서는 국제 영향력 증대, 정부 정책 변화를 목표로 하며, 경제/산업에서는 경제 활성화, 산업 혁신과 발전, 무역투자유치, 산업/기업 홍보 등을 포함한다. 환경/생태에서는 기반시설 확충, 도시환경 개선, 환경/생태 보존을 목표로 하며, 사회/문화 부문에서는 복지, 지역 정체성 확립, 시민의식 수준 향상, 지역 인지도 제공, 지식 공유와 확산, 네트워킹 강화 등을 목표로 한다. 대구는 마이스 개최 유산을 측정하면서 개최 유산을 심층 인터뷰하여 기록화하는 방식을 활용해 마이스가 대구 지역 전략산업과 마이스산업에 기여한 바를 제시하였다.

[표 2-기] 대구 비즈니스 이벤트 개최 유산 유형

구성차원		내용
정치/외교	국제 영향력 증대	대규모 국제회의 개최국/개최도시로서 국제 영향력 증대, 국제기구/학회/협회 사무국 유치/창립
	정부 정책 변화	중앙정부 투자 유치/중앙정부 산하기관 이전, 지역중부의 인식/정책 변화, 규제자유특구 지정
경제/산업	경제활성화	소득증대, 고용창출, 세수증대, 외화획득
	산업혁신	지역 산업구조 변화, 지역정부의 신성장산업 발굴/육성, 클러스터/복합단지 구축/확대
	산업발전	업무협약체결 및 상호교류 협력 추진, 기업유치/본사 이전/공장신설 및 이전, 지역기업 선진기술 습득, 신규사업 발굴 및 매출 성과 증대
	무역증진 및 투자유치	무역상거래 증진, 국제무역(수출)촉진 및 지역기업 투자 유치
	산업/기업 홍보	글로벌 시장에 지역 산업, 기업, 제품, 서비스 홍보
	비즈니스 이벤트/창출 유치	개최지역 배뉴 및 시설 명성 향상, 글로벌 비즈니스 이벤트 창출, 유치, 개최
환경/생태	기반시설 확충	기반시설 확충, 교통시스템 구축, 항공항만시설 정비
	도시환경 개선	환경/조경 개선, 문화시설 개발, 주변지역 정비효과
	환경/생태보존	생태자원 보존, 환경보존에 관심 증가, 지역주민에게 친환경 시설 보급
사회/문화	복지/행복	삶의 질 향상, 주민행복, 지역복지 서비스 향상
	지역정체성 확립 및 자부심 향상	지역 정체성 확립 및 지역에 대한 자부심 향상 및 애착심 제고
	시민 의식수준 향상 및 국제화	지역주민의 관심 및 의식수준 향상, 글로벌 마인드 정립, 국제화, 국제친선 공헌
	지역 인지도 제고 및 글로벌 위상 제고	지역홍보, 지역 인지도 제고, 지역 이미지 제고, 지역 글로벌 위상 확립 및 제고
	지식공유 및 지식 확산	신제품, 신기술, 산업동향 등 새로운 정보 확산, 정보교류 및 지식공유, 참가자 전문성/실무능력 향상
	네트워킹/관계/협력 구축 및 강화	네트워킹 기회 제공, 장기적인 관계 형성, 학자, 실무자, 정부 관료의 네트워크 구축 및 관계 강화, 연구/비즈니스 협력 프로젝트 활성화
	교육 및 연구 혜택	개최지역 학생을 위한 기회 제공, 정부/민간부분 연구비/프로젝트 비정보 습득 및 수주기회, 연구자의 독창적 연구결과를 전 세계에 노출, 연구개발을 촉진하는 연구 아이디어 습득

〈출처〉 대구컨벤션뷰로(2021). 대구 비즈니스 이벤트 레거시

한편 고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 연구(2021)에서는 해외의 레거시 관련 보고서와 관련 연구를 기반으로 레거시별 목표를 다음과 같이 제시하였다([표 2-8] 참조).

비즈니스 이벤트 레거시 연구에서 본질적, 실무적 레거시 두 부문은 행사를 통해 정보와 지식을 나눈다는 의미에서 유사한 가치로 인식되지만, 산업 내의 기본적인 지식 함양과 보다 실무적인 정보를 얻을 수 있다는 부분에서 구분한 것으로 판단된다. 이에 따라 실무적 레거시를 산업적 레거시로 수정하였으며, 지역적 레거시를 추가하여, 본질적, 산업적, 경제적, 지역적, 태도적 레거시 차원을 도출하였다. 하지만 지역적 레거시와 태도적 레거시가 사회적인 차원으로 묶일 수 있으며, 내용상 다소 구분이 어렵다는 점에서 차원의 재정리가 필요할 것으로 보인다.

[표 2-8] 고양국제꽃박람회 개최 유산

차원	레거시
본질적 레거시	성공적인 고양국제꽃박람회 개최
산업적 레거시	고양국제꽃박람회를 통한 지역 내 전문적 역량 강화
경제적 레거시	이해관계자를 위한 비즈니스 창출
지역적 레거시	지역사회를 위한 혜택
태도적 레거시	시민참여와 인식 개선을 통한 꽃 시민문화향유 확산
	고양국제꽃박람회와 고양시 브랜드 강화

〈출처〉 고양시정연구원(2021), 고양 국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 연구.

학계에서는 해외의 레거시 관련 연구 보고서를 토대로 마이스 행사를 통해 개최지에 미치는 경제적인 영향과 컨벤션 주제 산업 분야가 산업과 지역에 미치는 영향을 포괄적으로 담은 탐색적 연구가 이루어졌다(김미성·윤유식, 2022). 이 연구에서는 마이스 개최 유산의 차원을 주제산업, 지역적, 경제적, 사회문화적, 환경적 부문 등 다섯 가지 차원으로 분류하였다. 이는 최근 해외에서 대두되고 있는 경제, 정치, 사회문화, 환경, 산업적 부문을 다룬다는 점에서 동일한 방향성을 지닌다. 특히 산업적인 부문 중 이러한 부문에 더해 경제와 사회적 성과의 지역적인 측면을 구분하여 측정하고자 하였다. 그러나 지역적 차원으로 구분이 이루어지면서 범주 내 경제와 사회적 성과 그리고 마이스산업의 성과가 혼재되어 나타난다는 데서 추가적인 범주의 정리가 필요한 것으로 여겨진다.

이처럼 선행연구를 통해 올림픽 개최 유산에서는 경제, 정치, 사회문화, 도시, 환경적 측면에 스포츠 참여와 관심이라는 부분 또한 추가하여 고려하고 있는 것을 살펴볼 수 있다. 스포츠 참여와 관심은 올림픽을 통한 관련 산업 분야의 공간과 인적자원 증대, 새로운 기술이라는 관련 산업적인 효과를 강조하고 있다. 마이스 개최 유산의 범주는 올림픽 개최 유산과 같이 경제, 정치, 문화, 환경(도시 포함), 산업 범주로 나타나며, 산업적 측면을 보다 강조하고 있었다.

[표 2-9] 마이스 개최 유산의 차원

구성 차원		내용
주제산업 레거시	산업협력 증대	국제협력 기구 증가, 산업협력 노력 증가, 클러스터화
	정보기술 공유 증가	신규 어젠다 제시, 신규 정보 확산, 생산 정보 공유
	인적 역량 강화	관련 신규 창업, 관련 일자리 창출, 참가자 전문성 향상, 산업종사자 네트워크 확장
	비즈니스 이벤트 창출	관련 비즈니스 이벤트 창출
지역적 레거시	지역 산업 발전	지역 기업 투자 유치 건수, 지역 기업 투자 유치 금액, 지역 신성장산업 발굴/육성
	지역인프라 개선	관광수용태세 개선, 컨벤션 수용태세 개선, 지역 인프라 개선, 지역 인프라
	지역주민 인식 개선	지역주민 의식수준 향상, 지역주민 국제화 의식수준 향상, 지역주민 참여 증대, 지역주민 자부심 향상
	지역 인지도 제고	지역인지도 제고, 지역홍보마케팅 기회 증대
경제적 레거시	무역증진	무역 건수 증가, 무역 금액 증가
	투자유치	국내 투자 유치 건수, 국내 투자 유치 금액, 해외 투자 유치 건수, 해외 투자 유치 금액
	경제성장	국가소득증대, 생산유발효과, 소득유발효과, 수입유발효과, 부가가치유발효과, 간접세유발효과
	일자리 창출	직접고용창출, 취업유발효과, 고용유발효과
사회문화적 레거시	생활수준 향상	삶의 질 향상
	의식 수준 향상	시민의식 수준 향상, 국제화의식 수준 향상, 시민 사회활동 참여 증대
	정부서비스 개선	정부 정책 개선, 정부 서비스 개선, 공공복지서비스 증대
환경적 레거시	인프라 개선	정보 인프라 개선 및 확충, 교통 인프라 개선 및 확충, 의료보건 인프라 개선 및 확충, 생활편의시설 인프라 개선 및 확충, 시설(베뉴)인프라 개선 및 확충
	환경 보호 활성화	환경보호활동노력 증가, 탄소중립, 그린에너지 전환

〈출처〉 김미성·윤유식(2022). 컨벤션 산업의 가치 재조명을 위한 컨벤션 개최 레거시에 관한 탐색적 연구. MICE관광연구, 22(1), 77-101(p.92)

이러한 연구 내용을 종합하여 본 연구에서는 마이스 개최 유산의 범주를 경제, 사회, 환경, 산업 유산 등 네 가지 차원으로 정리하였다([표2-10] 참조). 마이스 개최를 통해 지역 산업에 기여하는 ‘산업적 유산’, 전반적인 경제성장에 기여하는 ‘경제적 유산’, 지역민의 사회문화적인 부분과 태도에 기여하는 ‘사회적 유산’, 도시인프라 개선과 지속가능한 환경에 기여하는 ‘환경적 유산’ 등 네 가지로 제시하였다.

앞서서 마이스 개최 유산의 측정 과정에서 상당수 어려움을 제시하고 있으며, 지역 또는 마이스 행사에 따른 가이드라인을 토대로 정성적으로 측정할 것을 요구하고 있는 것을 살펴볼 수 있었다. 이에 이 연구를 통해 제시된 유산은 추후 고양시 마이스 유산을 기록하여 정리하기 위한 가이드라인으로 활용될 수 있을 것이다.

[표 2-10] 본 연구에서 마이스 개최 유산의 차원

구성차원	내용
산업적	정책/거버넌스 강화
	국제협력 기구 증가, 산업협력 노력 증가, 클러스터화, 거버넌스 확장
	지적 자산(정보 공유) 증대
	신규 여젠다 제시, 신규 정보 확산, 생산 정보 공유
경제적	인적 역량 강화
	관련 신규 창업, 관련 일자리 창출, 참가자 전문성 향상, 산업종사자 네트워크 확장
	비즈니스 이벤트 창출
	관련 비즈니스 이벤트 창출
사회적	무역증진
	무역 건수 증가, 무역 금액 증가
	투자유치
	투자 유치 건수, 투자 유치 금액, 지역 신성장산업 발굴/육성
환경적	경제성장
	국가소득증대, 생산유발효과, 소득유발효과, 수입유발효과, 부가가치유발효과, 간접세유발효과
	일자리 창출
	직접고용창출, 취업유발효과, 고용유발효과
환경적	생활수준 향상
	삶의 질 향상
	지역주민 인식 개선
	지역주민 의식수준 향상, 지역주민 국제화 의식수준 향상, 지역주민 참여 증대, 지역주민 자부심 향상
환경적	지역 및 산업 인지도 제고
	인지도 제고, 지역홍보마케팅 기회 증대
	정부서비스 개선
	정부 정책 개선, 정부 서비스 개선, 공공복지서비스 증대
환경적	도시 인프라 개선
	정보 인프라 개선 및 확충, 교통 인프라 개선 및 확충, 생활편의시설 인프라 개선 및 확충, 시설(베뉴)인프라 개선 및 확충 등
환경적	환경 보호 활성화
	환경보호활동노력 증가, 탄소중립, 친환경 시설 마련 등

〈출처〉 연구자 작성

제3절 마이스 개최 유산 관리체제

1. 마이스 개최 유산 창출을 위한 주요 이해관계자

“누가 마이스 개최 유산을 창출하고 전달하는 데 책임이 있는가?” 이 질문에 답하기 위해서는 주요 마이스 개최 유산을 통해 혜택을 받는 이해관계자가 누구인지 살펴보고, 마이스 창출 과정을 고려해야 한다. 마이스 개최 유산 창출에서 목적지의 마케팅을 전담하는 컨벤션뷰로가 이러한 부분을 전담해야 하는 것이 아니냐는 의견이 있을 수도 있다. 하지만 세부적으로 내용을 살펴본 결과, 주최자와 목적지 내의 다양한 이해관계자의 협력적인 체계를 구축하여 마이스 개최 유산 관리체제를 구축하고 있었다.

BestCities(2020), Meet Denmark(2020) 등 실무 관련 기관의 연구보고서에서는 실제 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 이해관계자 간의 전략적인 목표를 설정하여 행사를 통해 어떤 가치를 창출할 것인지 고민이 필요하다고 하였다. 이해관계자 간의 목표 설정을 통해 행사 개최를 위한 다양한 활동을 준비하고 적용하는 등의 과정을 거쳐 장기적인 가치 창출이 가능하며, 축적된 가치의 홍보 활동과 정보 공유를 통해 지속적으로 마이스 개최 유산 창출이 가능하고, 브랜드를 구축할 수 있음을 설명하였다.

JMIC에서는 9개 행사의 다양한 이해관계자(협단체 연구자와 대표, 대학교, 지역 컨벤션뷰로, 지역 컨벤션센터, 주최자, 정부, 산업협회 등)와 인터뷰를 통해 비즈니스 이벤트 유산 창출과 관련한 주요 이해관계자를 정리하였다. 개별 특성과 조직적 특성에 따라 개인(individuals), 조직적 팀(organisational teams), 조직(organisations), 지역사회 그룹(communities and large stakeholder groups), 정부와 공공 서비스 제도(government and public service institutions) 등 다섯 가지로 제시하였다. 세부적으로 살펴보면 전문적/산업적 참관객, 컨벤션센터, 정부기관, 연구팀, 학계, 학회, 산업계(전문적/산업적 조직), 비즈니스 이벤트 관련 조직(PCO: 컨벤션센터, 컨벤션뷰로), 비정부기관, 미디어, 지역사회, 지방정부, 정책입안자, 관광 관련 조직 등 다양한 이해관계자가 마이스 행사를 통

해 직간접적으로 유산을 창출하는 데 기여하는 것으로 설명하였다.

Koenigstorfer et al.(2019)는 선행연구를 바탕으로 메가 이벤트 관련 31개 이해관계자를 정리하였으며, 그중 주요 이해관계자로 지역주민, 국가, 정부, 방문객, 주최조직, 개최지 외 지역주민을 언급하였다. 그 외 이해관계자로는 시장, 직원, 비영리조직, 지역 정치인, 스포츠 관련 국제기구, 스포츠 관련 협회, 자원봉사자, 미디어, 지역 대표, 물리적으로 활발한 사람, 상인, 후원자, 사회복지 단체, 교육기관, 이벤트 후원자의 타깃, 방문객 센터, 경기장 소유주와 관리인, 경찰, 유권자, 도움이 필요한 사람, 신탁, 의료제공자, 환경운동가를 제시하였다.

그 외에도 BestCities, Wonderful Copenhagen, Meet Denmark 등 실무 관련 기관에서는 다소 차이는 있긴 하지만, 회의기획자, 주최자, 지자체, 컨벤션뷰로, 지역사회 등 다양한 이해관계자를 담고 있는 것으로 나타난다.

[표 2-11] 마이스 개최 유산 관련 이해관계자

구분	이해관계자
JMIC(2019)	개인, 조직적 팀, 조직, 지역사회 관련 그룹, 정부 및 공공서비스 제도 [전문적/산업적 참관객, 컨벤션센터, 정부기관, 연구팀, 학계, 학회, 산업계(전문적/산업적 조직), 비즈니스 이벤트 관련 조직(PCO: 컨벤션센터, 컨벤션뷰로), 비정부기관, 미디어, 지역사회, 지방정부, 정책입안자, 관광 관련 조직 등]
Koenigstorfer, Bocarro, Byers, Edwards, Hones & Preuss(2019)	지역주민, 국가, 정부, 방문객, 주최조직, 개최지 외 지역주민을 주요 이해관계자로 제시
BestCities(2020)	회의기획자, 주최자, 회의 참가자, 지역주민
Wonderful Copenhagen (2020)	회의기획자, 컨벤션뷰로, 주최자, 기업 스폰서, 연구기관, 지방정부, 지역 비즈니스 커뮤니티 등
Meet Denmark(2020)	회의기획자, 주최자, 기업, 지역사회, 공공·정부조직, 개최지 전략적 파트너, 컨벤션뷰로

〈출처〉 선행연구를 토대로 연구자 작성

이처럼 마이스 개최 유산을 창출하기 위해서는 이해관계자 가운데 어느 한 가지 유형의 이해관계자 역할이 중요한 것이 아니라 마이스 행사를 둘러싼 주요 이해관계자의 역할이 중요하게 작용하고 있었다. 따라서 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 회의기획자, 주최자, 정부와 지자체, 지역주민, 지역 산업, 컨벤션뷰로, 컨벤션센터 등 주요 이해관계자와의 협력을 통한 전략적인 목표 수립이 가능한 마이스 개최 유산 관리체제 구축이 필요하다.

현재까지 고양시 마이스 개최 유산 관련 선행연구 검토를 토대로 마이스 개최 유산의 개념과 범주를 살펴보았으며, 마이스 개최 유산 창출에서 주요 이해관계자는 누구인지 살펴보았다. 다음 장에서는 고양시의 마이스산업 현황 분석을 토대로 고양시의 마이스 개최 유산 창출을 위해 주요 이슈로 작용하는 부분이 무엇인지 살펴보려고 한다.

제 3 장

고양시 마이스산업 현황 분석

제1절 고양시 마이스산업 현황

제2절 고양시 마이스 행사 개최 현황 분석

제3절 시사점

제3절 고양시 마이스산업 현황

1. 고양시 마이스 도시 경쟁력

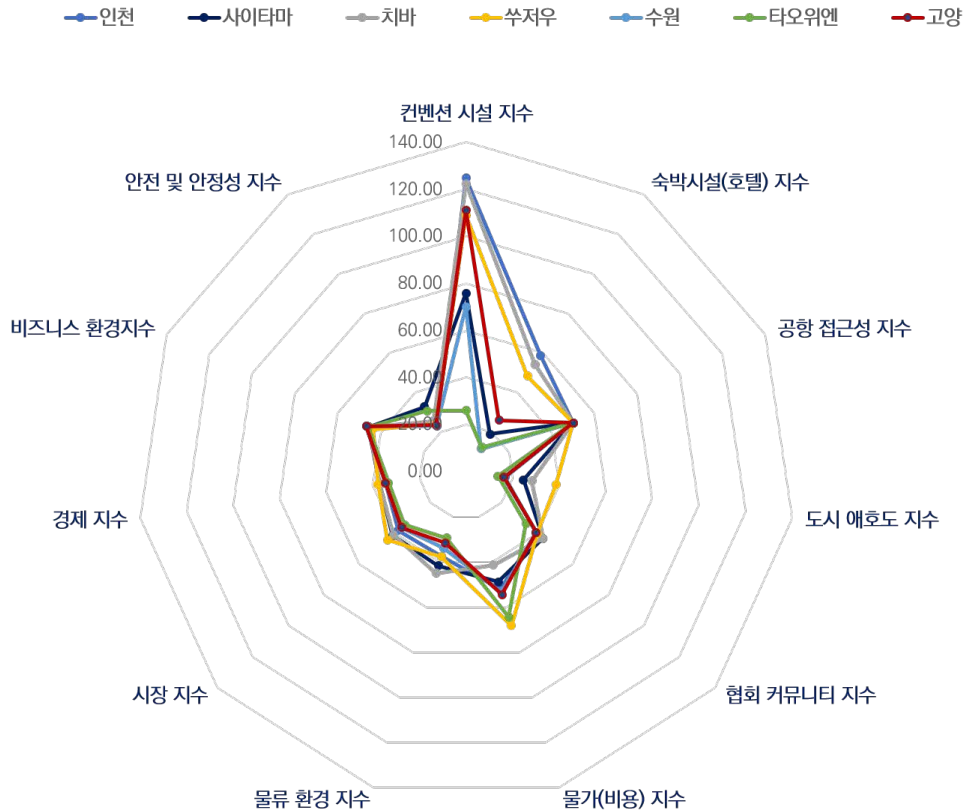
앞서 선행연구에서는 마이스 개최로 목적지 내의 주요 이해관계자에게 발생하는 장기적인 가치는 자연발생적으로 만들어지기도 하지만, 면밀한 계획하에 발생할 수 있음을 강조하였다. 이에 따라 고양시 마이스 개최 유산 창출 계획과 가능성을 살펴보기 위해서 전반적인 고양시의 마이스 도시로서 경쟁력과 산업 현황, 마이스 행사 개최 현황을 알아 볼 필요가 있다.

먼저 구체적인 현황을 살펴보기에 앞서 2020년 게이닝에지(Gaining Edge)에서 고양시 마이스 도시 경쟁력을 분석한 내용을 살펴보고자 한다. 이 보고서에서는 잘 발달한 동아시아 국가 중 인구 100만 명이 넘는 ‘차상급 도시(second-tier city)’¹⁾ 가운데 해당 국가의 수도/글로벌 허브에 인접한 목적지(아시아 글로벌 수도의 위성 도시) 여부, 아시아 주요 공항과 인접한 목적지 지역으로 최소 하나의 대규모 전문컨벤션센터 보유 여부, 성장 가능성이 크고 자체 회의 비즈니스 브랜드를 개발할 가능성이 있는 회의 비즈니스 유무 등의 기준을 바탕으로 비교 분석 대상지를 설정하였다.

보고서에서는 [그림 3-1]과 같이 규모와 지역, 비즈니스 현황, 기존 회의 인프라를 기반으로 타 마이스 목적지와 고양시의 상대적 경쟁력을 조사하였다. 그 결과 고양시는 전체 종합점수 469.5점으로 비교 도시 가운데 4위를 차지하였으며, 한국의 수원, 일본의 사이타마, 대만의 타오위안보다 강력한 것으로 파악되었다.

¹⁾ 게이닝에지에서는 차상급 도시로 대한민국 인천(서울 인근)과 수원(서울 인근), 일본 사이타마(도쿄 인근), 일본 지바(도쿄 인근), 중국 쑤저우(상하이 인근), 대만 타오위안(타이베이 인근) 등 6개 도시를 설정하였다. 이 보고서에서 다루는 경쟁력 지수는 ‘최고’ 또는 ‘가장 성공적인’ 회의 목적지를 측정하기보다 목적지 선택에 영향을 미치는 요소와 각 도시의 강점 측면에서 목적지를 비교하는 평가에 목적을 두었다.

[그림 3-1] 마이스 도시 경쟁력 점수



[표 3-1] 마이스 도시 경쟁력

	구분	인천	사이타마	치바	쑤저우	수원	타오위안	고양
기본 요인	컨벤션시설지수	124.70	75.80	122.36	109.00	70.12	26.00	111.00
	숙박시설(호텔)지수	58.48	18.98	54.25	48.41	11.68	12.25	26.00
	공항접근성지수	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
경쟁 우위	도시애호도지수	16.70	24.67	28.30	38.54	16.10	13.67	16.25
	협회커뮤니티지수	39.54	43.26	43.29	40.08	39.44	33.81	39.46
	물가(비용)지수	51.97	48.72	41.31	68.23	53.24	64.46	54.47
차이를 만드는 요인	물류환경지수	37.54	41.60	45.02	37.58	33.86	29.30	31.45
	시장지수	38.08	41.29	40.90	44.33	36.42	34.55	36.23
	경제지수	34.58	37.16	37.16	37.80	34.58	33.28	34.58
	비즈니스환경지수	46.54	45.51	45.51	43.53	46.54	45.71	46.54
	안전·안정성지수	23.08	32.76	25.51	23.83	23.40	30.63	23.53
종합경쟁력지수		521.2	459.8	533.6	541.3	415.4	373.7	469.5

〈자료〉 Gaining Edge(2020). Destination Competitive Index Study for Goyang, 연구자 재구성.

세부적으로 살펴보면, 고양시는 국내 최고의 전시컨벤션센터인 킨텍스를 보유하고 있어 컨벤션시설지수가 높게 나타났다. 이는 고양시의 가장 큰 마이스 도시 경쟁력으로서 강점으로 꼽히기도 한다. 보고서에 따르면, 지난 6년간 ICCA 기준 고양시 행사 개최 횟수는 저조하나 대규모 행사가 개최되어 대규모 행사 수용력에서 강점이 있는 것으로 나타났다. 킨텍스는 시설을 통해 한꺼번에 4만 명 정도의 대규모 국제회의를 주최할 수 있다. 그러나 킨텍스는 주로 대규모 전시 개최 위주로 운영되고 있어 국제적인 마이스 행사, 국제회의에서는 그만큼의 시설 용량을 잘 활용하지 못하고 있는 것으로 드러났다.

비즈니스환경지수는 높게 나타나고 있다. 이러한 부분은 수도권에 인접해 주요 인프라를 공유할 수 있기 때문으로 판단된다. 또한 일부 협회가 고양시 내에 위치하고 있으며, 고양시 내의 방송영상콘텐츠, 의료/바이오 등의 산업과 연계하여 정책적으로 활용할 가능성이 있기 때문으로 여겨진다.

반면에 도시에호도지수, 숙박시설지수 등은 저조한 것으로 나타났다. 킨텍스는 해외에서 서울에 위치한 것으로 홍보하고 있기 때문에 킨텍스의 브랜드가 고양시와 연결되지 않기도 한다.²⁾ 이에 더해 킨텍스에서 개최하는 중요한 행사는 한국의 수출 중심 산업 진흥에 중심을 둔 코트라(KOTRA: 한국무역투자진흥공사)가 주관하거나 지원하는 국가, 지역 전시 박람회라는 사실 때문에 강력한 지역 브랜드가 없는 것으로 분석된다. 이 같은 부분이 마이스 행사를 통해 도시 경쟁력을 높이는 데 일조하지 못하는 것으로 판단된다. 숙박시설은 마이스 행사 참가자가 이용하기에 대부분 킨텍스와 멀리 떨어져 있어 접근성이 좋지 않은 것으로 나타났다. 또한 행사장 주변 호텔 객실 부족에 따른 격차가 크게 나타났다. 이와 함께 고양시는 선진국 도시 수준을 갖추고 있어 해외 출장자에게 상대적으로 물가가 비싼 것으로 나타났다.

언급한 바와 같이 마이스 도시로서 고양시는 일부 경쟁력이 있는 것으로 나타나고 있지만, 도시에호도와 일부 지원시설 측면에서 부족한 부분이 있는 것으로 제기되었다. 도시에호도 측면은 도시마케팅과 고양시 마이스의 전략적인 개최를 통해 만들어 갈 수 있을 것으로 여겨지며, 이를 위해 세부적으로 고양시의 현황이 어느 정도인지 계속 살펴보려고 한다.

2) 실제 국제전시산업협회(UFI: The Global Association of the Exhibition Industry) 홈페이지에서는 킨텍스는 서울에 위치하는 것으로 정보를 제공하고 있음(<https://www.ufi.org/> 공식홈페이지 참조)

2. 고양시 마이스 정책 현황

2012년 경기도는 「경기도 마이스산업 육성에 관한 조례」를 제정하여 경기도 내의 국제회의산업을 체계적으로 육성하고 지원하려는 의지를 나타냈다. 이에 발맞춰 고양시도 2013년 「고양시 마이스산업 육성에 관한 조례」를 제정하여 고양시 마이스산업의 성장 기회를 발굴하고 물적·인적 지원을 강화하고자 하였다.

2016년 (사)고양시관광컨벤션협의회 내부 조직으로 고양컨벤션뷰로를 구성하였다. 이후 2020년 9월 고양컨벤션뷰로의 독립성과 전문성을 인정하고 강화하기 위해 「고양컨벤션뷰로 설립·운영에 관한 규칙」을 제정하여 별도의 사단법인으로 독립시켰다.

[표 3-2] 고양시 마이스산업 육성 및 관련 자치법규

경기도 마이스산업육성에 관한 조례	고양시 마이스산업육성에 관한 조례	고양컨벤션뷰로 설립 운영에 관한 규칙
제1조(목적)	제1조(목적)	제1조(목적)
제2조(정의)	제2조(정의)	제2조(명칭)
제3조(도의 책무)	제3조(기본계획의 수립)	제3조(설립)
제4조(종합계획의 수립)	제4조(마이스산업 육성 및 지원)	제4조(사무소)
제5조(마이스산업 육성 및 지원)	제5조(마이스산업 전문인력 양성)	제5조(적용범위)
제6조(지원협회의 설치 및 운영)	제6조(마이스관광 활성화 지원)	제6조(사업)
제7조(전담조직의 설치)	제7조(전담기구의 설치·지원)	제7조(임원 등)
제8조(전문인력의 양성)	제8조(마이스산업 인프라 구축)	제8조(이사회)
제9조(국제회의 및 전시 시설 운영)	제9조(국제회의 및 전시 시설 운영·지원)	제9조(직원)
제10조(마이스산업 유치 협력관)	제10조(지원위원회 설치 및 기능)	제10조(비밀준수)
제11조(마이스산업 행사 지원금)	제11조(지원위원회 구성 등)	제11조(사업연도)
제12조(사무의 위탁)	제12조(위원장 등의 직무)	제12조(사업계획 승인 등)
제13조(시행규칙)	제13조(위원의 임기)	제13조(지도·감독)
	제14조(위원의 해촉)	제14조(공무원 파견)
	제15조(회의 등)	제15조(운영규정)
	제16조(수당 등)	제16조(준용)
	제17조(시행규칙)	제17조(시행규칙)
관계 법령	국제회의산업 육성에 관한 법률	지방재정법
	전시산업발전법	고양시 각종 위원회 구성 및 운영에 관한 조례
	민법	지방공무원법
		고양시 마이스산업육성에 관한 조례

<자료> 국가법령정보센터(www.law.go.kr), 연구자 재구성.(검색일 2022.10.23.)

3. 고양시 마이스산업 이슈

1) 고양시 마이스 인프라 부문

(1) 킨텍스 제3전시장 건립

킨텍스 제3전시장 건립은 2016년 7월 산업자원부 전시산업발전위원회 심의를 통과하여 2016년 12월 예비타당성 대상 사업으로 선정되고, 2020년 1월 기획재정부의 예비타당성 조사를 통과하였다. 2020년 12월 건설기술진흥법에 따라 수도권종합전시장 건립 3단계 기본계획이 수립된 뒤 2021년 12월 건립 예산이 국회에서 확정되고, 건설사업관리 사업자로 선정되었다.

정부의 수도권 종합전시장 건립계획(1998년) 총 3단계 사업 중 마무리 사업으로 현재 킨텍스 제1·2전시장의 전시 면적 10.8만 m²를 3단계 전시장 건립을 통해 총 17.8만 m²로 확장을 추진하고자 한다. 또한 킨텍스 3단계 전시장 건립으로 세계 25위권의 국내 초대형 전시장을 확보하여 글로벌 수준의 국내 전시회 육성, 해외 대형 전시회 유치 등을 통해 국내 전시산업 경쟁력을 제고하는 데 목표를 두고 있다.

당초 계획은 2025년 10월 준공을 목표로 총 4,853억 원의 예산을 투입해 전시면적 7만 m², 총 건축면적 29만 3,735m² 규모로 추진하였으나 2022년 5월 건설비가 급등해 총사업비의 급격한 증가로 2022년 본예산이 전액 삭감되어 일정 변경이 불가피한 상황이다.

(2) 숙박시설

고양시는 기초지방자치단체 최초로 국제회의복합지구로 지정되었으며, 지구는 킨텍스 일대에 소노캄호텔, 원마운트, 현대백화점을 포함한 지역이다. ‘고양 국제회의 복합지구 육성진흥계획(안)’에 따르면 당초 국제회의복합지구 내 호텔은 K-컬처밸리호텔 등 총 7개, 3,651실을 계획하였으나 현재 운영 중인 호텔은 2곳으로 소노캄 특1급 422실과 비즈니스 377실, 킨텍스바이케이트리 레지던스호텔 422실로 총 1,221실만 운영되고 있다.

호텔 부지 중 킨텍스 지원부지인 S2부지 769실은 낙찰받은 업체에서 외자 유치에 실패하여 계약이 취소된 상태이다. 고양관광문화단지에서 분양한 4필지 중 CJ라이브시티와 호텔 310실은 사업이 잇달아 변경되면서 지연되다가 최근 경기도가 CJ라이브시티의 3차 사업변경계획안을 조건부 승인하여 CJ아레나 공사가 재개되었다. 고양 국제회의 복합지구는 행사장 규모와 숙박시설의 격차가 커 대책 마련이 시급한 상황이다.

(3) 교통

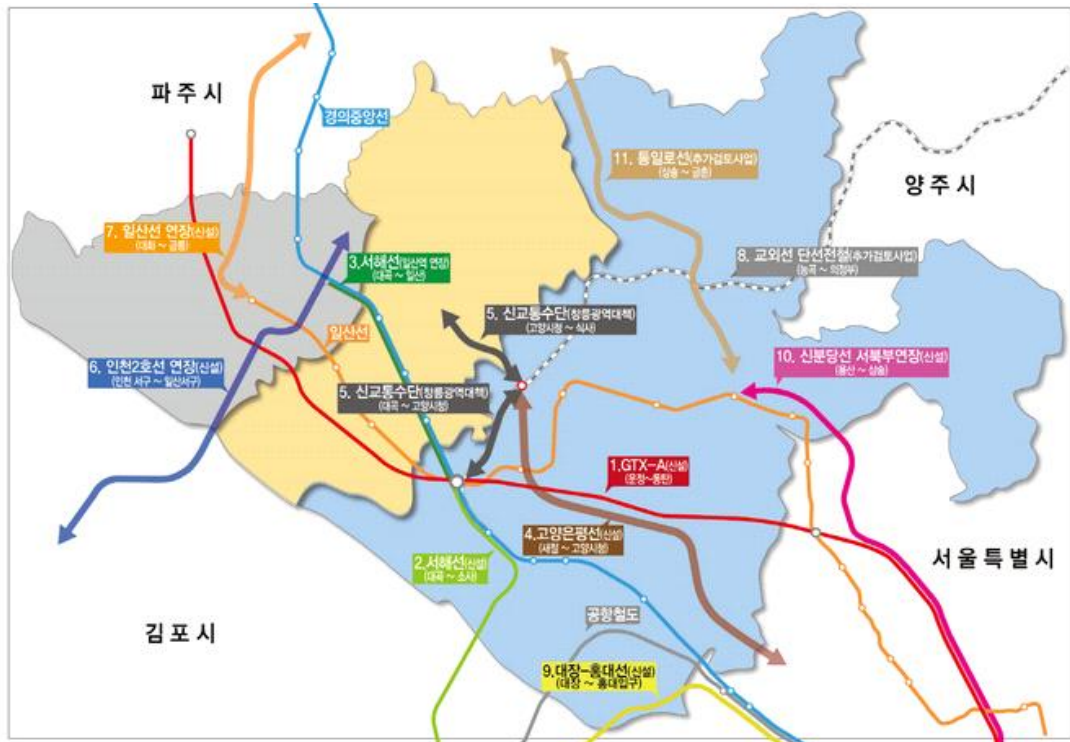
① 수도권광역급행철도(GTX) A노선

2016년 국토교통부는 ‘GTX 타당성 조사 및 기본계획 용역연구’를 마무리하고, 이를 바탕으로 수익형 민자사업(BTO: Build·Transfer·Operate)³⁾ 방식으로 추진하고 있다. GTX-A 노선은 파주 운정에서 출발해 서울역과 삼성역을 거쳐 수원 동탄에 도달하는 교통선이다. 고양에서 강남까지 37.4km 거리를 20여 분 만에 도달하여 수도권의 심각한 출퇴근 교통난을 해소할 것으로 예상된다. 또한 생산 유발 효과 27조 원, 고용 창출 효과 약 19만 명, 연간 약 44만 톤의 이산화탄소 배출 감소 등의 효과를 기대하고 있다.

2020년 12월 국토교통부가 발표한 ‘광역교통개선대책’의 GTX-A 노선에 3기 창릉 신도시 창릉역이 추가로 포함되어 고양시에는 킨텍스역, 대곡역, 창릉역 등 총 3개의 GTX-A 정거장이 설치될 예정이다. 국토부의 ‘GTX 타당성 조사 및 기본계획 용역연구’에 킨텍스역 예정지가 킨텍스와 거리가 먼 킨텍스 사거리로 되어 있어 지역주민과 공공기관, 기업 간 갈등이 발생하여 고양시 주요 현안으로 뜨거웠던 시기도 있었으나, 국토교통부는 GTX-A노선 운영을 2024년 6월 이전으로 앞당기면서 구간별 순차 개통을 고려하고 있다. 그러나 삼성역 복합환승센터 건설이 지체되면서 앞으로 수년간 서울역까지만 운행될 것이라는 관측이 나오고 있으며, 전문가들은 GTX-A 삼성역 개통 시기를 2028년 이후로 예상하고 있다. 2022년 8월, 국토교통부는 수도권 시민의 출퇴근난 해소를 위한 GTX 확충에 박차를 가하기 위해 15명의 전담인력으로 구성된 ‘GTX 추진단’을 발족하였다. 전담인력 확충에 따라 GTX 사업은 한층 더 탄력을 받을 것으로 전망된다.

3) 도로·철도·항만 등의 사회기반시설을 민간자금으로 건설(Build)하고, 소유권을 정부로 이전(Transfer)하되, 민간 사업자가 일정 기간 사용료 징수 등의 운영권(Operate)을 갖고 투자비를 회수하는 민자사업 방식. 기획예산처(2006). 「민간투자사업 업무 매뉴얼」.

[그림 3-2] 고양시 철도 운행 현황 및 노선계획도



[자료] 경기신문. [특집] '자족', '교통' 확보...고양시 지도 확 바뀐다(<https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=697231>)(검색일 2022.10.23.)

② 트램

국토교통부의 의뢰로 서울과학기술대학교 산학협력단이 2021년부터 약 1년간 진행한 '일산선(가좌~교하) 연장사업 추진 방안 연구용역'에 따르면 일산서구 가좌마을을 비롯해 파주 운정3지구와 교하를 잇는 신규 철도노선을 연구한 결과 '트램 건설'이 가장 합리적인 것으로 확인됐다. 사업 추진에 절대적 영향을 미치는 경제성분석(BC)에서 트램노선은 0.92가 나왔으며, 경제성이 1을 넘지는 못했지만, 경기도 도시철도망 선정 기준이 0.7 이상인 것을 감안하면 상당히 높은 경제성을 보여 실현 가능성이 높은 것으로 보인다.

연구의 기본 방향이었던 교하 방향 3호선 직결은 BC값이 0.37로 매우 낮은 것으로 나타났다. 총 사업비와 연간 운영비가 사업성에 가장 큰 영향을 미치는데, 3호선(대화역) 직결의 경우 사업비 7,400억 원, 연간 운영비 270억 원이 드는 반면에 트램은 GTX역가

과 환승 연계가 가능하며 CJ라이브시티 접근성도 향상된다. 철도 환승만 따져보면 3호선(대화역), GTX(킨텍스), 인천2호선(일산테크노밸리) 등 총 3개 철도노선과 환승 연계할 수 있다. 트램의 실현 가능성이 커지면서 고양시 마이스산업 인프라에서 지속해서 제기된 미흡한 접근 편의성이 개선될 것으로 보인다.

2) 도시 브랜드와 마케팅 부문

마이스 도시로서의 브랜드 마케팅은 고양컨벤션뷰로가 담당하고 있다. 고양컨벤션뷰로는 2016년 설립 이후 6주년을 맞아 2022년 고양컨벤션뷰로 2.0으로 새롭게 역할을 정립하였다. 기본적으로 고양컨벤션뷰로는 ICCA(국제컨벤션협회), DI(국제도시마케팅협회), UIA(국제협회연맹), 한국마이스협회, 전주시최자협회 등에 가입하여 95개국 975개 회원사와 교류하고, 마이스 개최지로서 고양시의 매력과 인프라 등을 소개하고 있다. 이번에 새롭게 정립한 2.0 모델은 기존 도시마케팅 전담기구 DMO(Destination Marketing Organization)의 전통적인 개념에서 벗어나 지속가능한 운영에 부합하는 새로운 모델인 DMMO(Destination Marketing & Management Organization)로 전환을 도모했다.

2022년 4월, (사)고양컨벤션뷰로와 (주)한국탄소거래표준원은 고양시 마이스산업 지속가능성과 기후변화 대응, 탄소 저감 활동, 유엔 지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위한 사업개발과 관리, 원활한 업무 수행에 필요한 상호협력 도모를 위해 업무협약을 체결하였다. 또한 고양시는 세계태권도연맹이 2년마다 개최하는 G2등급의 국제대회인 ‘세계태권도품새선수권 대회’를 개최하고, 62개국이 참가해 성황을 이루었다.

한편 올해 6회 차를 맞이한 ‘국제 데스티네이션 경쟁력 포럼’은 ‘2022년 경기도 지역특화 마이스 발굴 및 육성사업’에 선정되어 최대 지원금 6,500만 원을 지원받는 등 도시 브랜딩과 마케팅 활동에도 힘쓰고 있다. 국제 데스티네이션 경쟁력 포럼은 42개국 600여 명이 온·오프라인으로 참가하며, 마이스산업의 동향과 전략을 공유하는 국제회의이다. 올해 ‘문화, 관광 그리고 도시’라는 가제를 바탕으로 마이스산업뿐만 아니라 데스티네이션 마케팅 전반을 아우를 수 있는 행사를 추구하였다. 아태지역 청년들을 대상으로 ‘아시아태평양 비즈니스 이벤트 유스 챌린지’ 공모전을 개최하여 3개 우승팀을 뽑아 국제컨

벤션협회 총회 참가 비용을 지원하여 ‘국제 데스티네이션 경쟁력 포럼’과 고양시 모두의 브랜드 강화를 위한 기획을 펼쳤다.

2022년 세계 주요 도시를 대상으로 이뤄진 ‘지속가능 마이스 목적지 평가(GDS-I)’에서 고양시는 전체 15위, 아시아태평양 지역 1위에 선정됐다. GDS-I는 공신력 있는 글로벌 지속가능 마이스 목적지를 평가하는 도시 협의체에서 시행하는 평가이다. 현재 회원 가입 도시는 유럽, 북미, 아시아 지역 90개 마이스 도시이며, 올해는 총 78개 도시가 평가에 참여했다. GDS-I는 환경과 사회, 마이스 인프라, 도시마케팅 조직 등 4가지 분야별 역량을 종합 평가해 매년 11월 열리는 국제컨벤션협회(ICCA) 총회에서 발표한다. 고양컨벤션뷰로는 2017년부터 GDS-1 평가에 참여하였으며, ‘대한민국 지속가능한 마이스 수도, 고양시’를 목표로 마이스산업 활성화를 위해 노력하고 있다. 특히 이번 평가에서 아시아태평양 지역 상위권 마이스산업 도시로 손꼽히는 호주의 멜버른과 시드니는 물론이고 싱가포르까지 넘어서는 성과를 달성하였다.

3) 산업 연계

고양시는 일산테크노밸리, 방송영상밸리, 킨텍스 제3전시장, CJ라이브시티가 조성될 예정이다. 일산테크노밸리는 2021년 12월 지장물 철거공사를 시작으로 단지 조성에 들어갔다. 대화동 일원 약 87만 m²에 미디어·콘텐츠, 바이오·메디컬, 첨단제조 분야 혁신기업 유치를 위한 입지 기반을 조성할 예정이다. 바이오 정밀의료클러스터 조성을 위해 2022년 8월 한국신약개발연구조합과 업무협약을 체결하였으며, 고양시와 한국신약개발연구조합은 고양시 바이오 정밀의료 클러스터 조성을 위한 육성 협력, 고양시 바이오 정밀의료 클러스터의 경쟁력 강화 협력, 정밀의료 산업의 기술발전 및 중소·벤처기업의 육성을 위해 필요한 사항 지원 등에 적극 협력할 것을 협약하였다.

또한 장항동 한류월드 부지에는 국내 최대 규모의 K-POP 전문공연장인 CJ라이브시티 아레나가 들어설 예정이며, 메타버스 결합형 ‘버추얼 아레나’로 실내 2만 명, 야외 4만 명 수용이 가능한 최첨단 공연시설로 조성될 계획이다. 이와 함께 글로벌 콘텐츠 비즈니스 타운, 상업 숙박 시설, 친환경 생태 공간 등도 함께 조성될 것이라고 밝혔다.

인구 100만의 특례시라는 이름에 걸맞게 이러한 대규모 하드웨어 구축 개발 사업은

적극적으로 추진하고 있으나, 산업군을 어떻게 조성하고 활성화할 것인가 하는 소프트웨어적인 전략 기획 측면은 다소 약한 상황이다. 바이오 정밀의료클러스터 조성을 위해 고양시에 구축되어야 하는 제반 사업과 산업군에 관해 심도 있는 고민이 필요할 것이다. 그뿐만 아니라 고양시만이 기업에 제공할 수 있는 메리트가 반드시 있어야 할 것이다. CJ라이브시티의 경우만 하더라도 그 안에 어떤 콘텐츠로 채워 넣을 것인지, 완공 이후 방문객을 어떻게 수용할 것인지 고민하며 최소한의 교통과 숙박, 민원 해결 등 방안을 마련해야 한다.

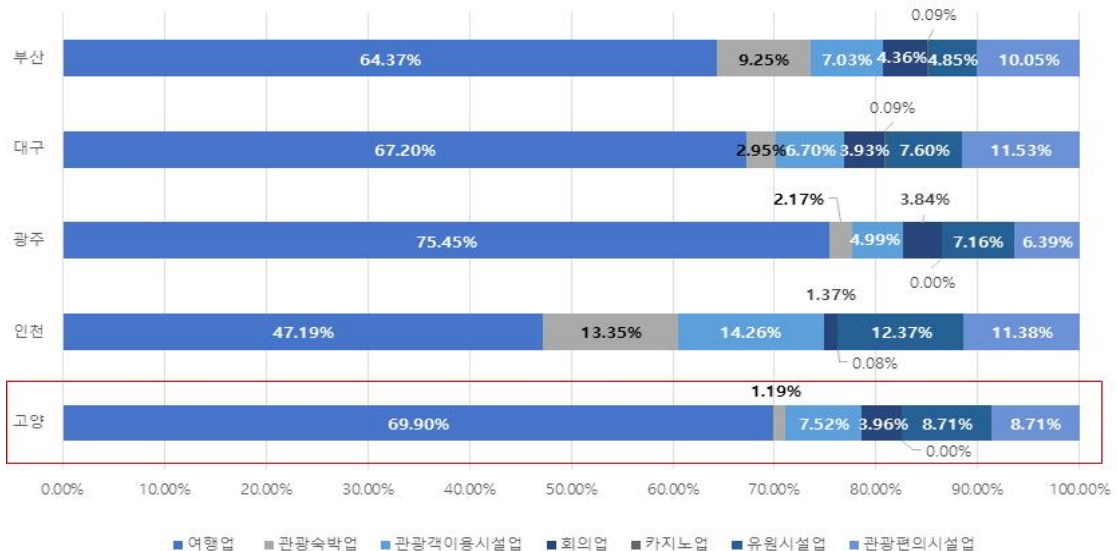
특히 이런 부분은 고양시에 크게 위협으로 작용할 수 있는 잠실 국제교류복합지구⁴⁾에 대비하여 고양시의 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 여겨진다. 서울과 인접한 위성도시로서 고양시는 잠실 국제교류복합지구가 완공되기 전 전시컨벤션시설과 고양시의 자원 환경을 파악하고 활용하여 현재 고양시 전략산업과 필사적으로 연계하고, 고양시의 아이덴티티를 구축해야만 한다.

4) 잠실 국제교류복합지구는 코엑스에서 잠실 종합운동장을 잇는 199만 m² 규모로 들어선다. 서울시는 이 일대를 국제업무, MICE산업, 스포츠산업, 엔터테인먼트 산업이 융합된 '국제교류복합지구'를 조성하여 광역 경제권 경쟁력 강화에 있어 서울의 역할을 강조하고, MICE산업 육성 및 잠실 일대가 보유한 자원과 입지 잠재력을 개발, 극대화하고자 한다. 서울시는 시대가 변해도 바뀌지 않을 차별화된 미래 도시 계획을 마련한다는 포부하에 향후 100년의 토대를 준비하고 있다.

4. 고양시 관광·마이스산업체 현황

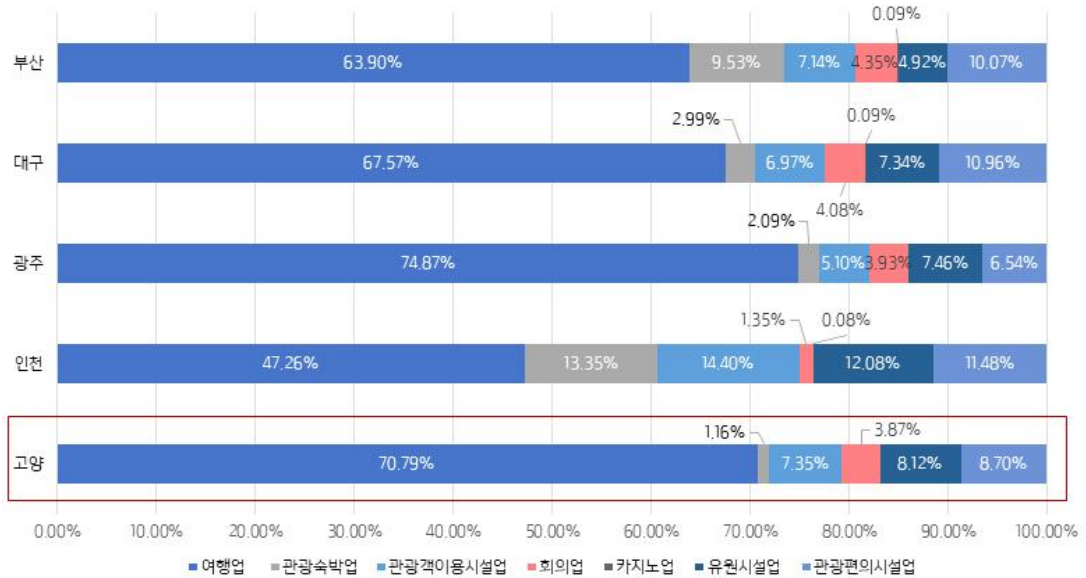
고양시는 국제회의복합지구로 지정된 유일한 기초지방자치단체이다. 국제회의복합지구로 지정된 부산광역시, 대구광역시, 광주광역시, 인천광역시와 비교했을 때 비율상으로는 회의업 비율이 크게 떨어지지 않아 보인다([그림3-4], [그림 3-5] 참조). 2022년 6월 통계자료와 비교했을 때 회의업이 3.96%에서 2022년 9월 3.87%로 소폭 하락하였으며, 이와 반대로 대구는 3.93%에서 4.08%로 증가, 광주도 3.84%에서 3.93%로 상승하고 있다. 하지만 세부적인 수치로 봤을 때 인천 다음으로 낮게 나타나는 것으로 파악된다([표 3-3] 참조). 이에 따라 전문컨벤션전시시설인 킨텍스의 독보적인 인프라를 바탕으로 마이스산업 생태계가 성장할 수 있는 산업체 지원 방안을 마련해야 할 것으로 판단된다. 특히 고양시도 회의업을 비롯한 마이스산업체가 지속적으로 뿌리를 내릴 수 있는 기업 환경 조성이 필요하다. 또한 관광숙박업의 비중이 최하위를 기록하고 있어 고양시 마이스산업 이슈 중 하나인 숙박시설 확충이 시급한 상황이다.

[그림 3-4] 국제회의복합지구 지정 도시별 관광·마이스산업체 비율 현황(2022년 6월 30일 기준)



〈자료〉 한국관광협회중앙회 전국 관광사업체 현황(2022.06.30.기준). 연구자 재구성.

[그림 3-5] 국제회의복합지구 지정 도시별 관광·마이스산업체 비율 현황(2022년 9월 30일 기준)



〈자료〉 한국관광협회중앙회 전국 관광사업체 현황(2022.09.30.기준). 연구자 재구성.

[표 3-3] 고양시 및 주요 국제회의복합지구 지정도시 관광사업체 현황(2022년 9월 기준)

구 분			경기	고양	인천	광주	대구	부산
여행업	종합여행업		841	116	232	126	168	322
	국내외여행업		1290	190	243	300	420	756
	국내여행업		607	60	155	146	158	363
	소 계		2738	366	630	572	746	1441
관광숙박업	호텔업	관광호텔업	118	3	84	15	28	99
		수상관광호텔업	0	0	0	0	0	0
		한국전통호텔업	0	0	2	0	0	0
		가족호텔업	16	0	2	0	0	1
		호스텔업	41	3	86	1	5	106
		소형호텔업	9	0	2	0	0	4
		의료관광호텔업	0	0	0	0	0	0
	휴양콘도미니엄업		20	0	2	0	0	5
	소 계		204	6	178	16	33	215

구 분			경기	고양	인천	광주	대구	부산
관광객이용시설업	전문휴양업		15	0	1	0	0	1
	종합 휴양업	제1종	5	0	0	0	1	1
		제2종	0	0	0	0	0	0
	야영장업	일반야영장업	692	3	81	4	10	10
		자동차야영장업	74	0	18	2	7	3
	관광 유람선업	일반관광유람선업	0	0	3	0	0	5
		크루즈업	0	0	0	0	0	0
	관광공연장업		0	0	0	0	1	1
	외국인관광 도시민박업		62	25	77	23	33	136
	한옥체험업		58	10	12	10	25	4
소 계			906	38	192	39	77	161
회의업	국제회의시설업		2	1	1	1	1	1
	국제회의기획업		81	19	17	29	44	97
	소 계		83	20	18	30	45	98
카지노업			0	0	1	0	1	2
시설업 유원	종합유원시설업		10	1	0	1	2	1
	일반유원시설업		61	4	22	4	12	13
	기타유원시설업		626	37	139	52	67	97
	소 계		697	42	161	57	81	111
관광편의 시설업	관광유희음식점업		1	0	0	0	0	2
	관광극장유희업		25	2	12	2	2	3
	외국인전용유희음식점업		163	0	2	1	14	15
	관광식당업		430	36	91	44	94	163
	관광순환버스업		7	2	3	0	2	1
	관광사진업		2	0	0	0	1	2
	여객자동차터미널시설업		0	0	0	0	0	0
	관광펜션업(휴양펜션업)		83	0	26	0	0	4
	관광궤도업		4	0	1	0	2	2
	관광면세업		4	2	10	0	2	10
	관광지원서비스업		29	3	8	3	4	25
	소 계		748	45	153	50	121	227
총 계			5376	517	1333	764	1104	2255

〈자료〉 한국관광협회중앙회 전국 관광사업체 현황(2022.09.30. 기준), 연구자 재구성

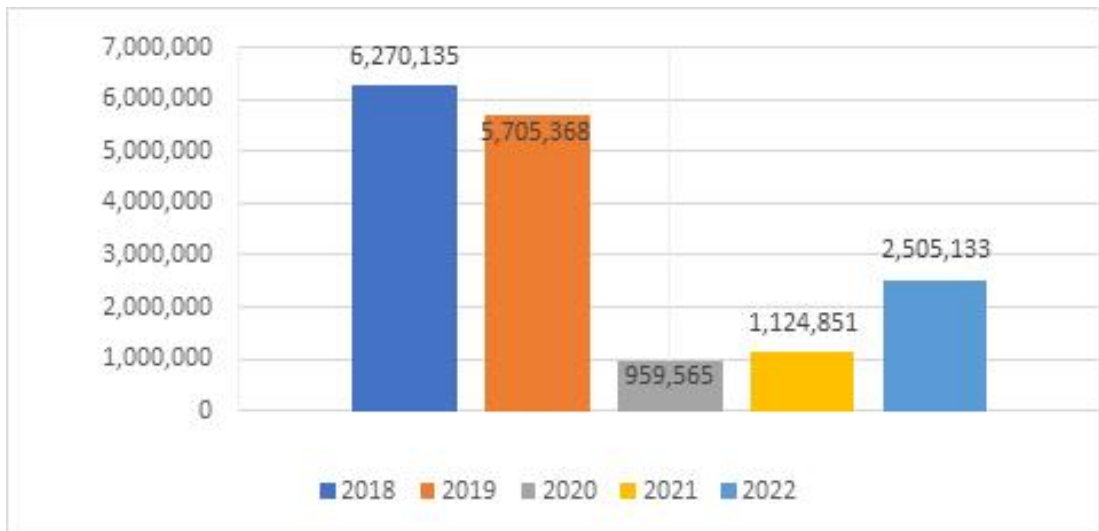
※ 광역자치단체 및 기초자치단체, 각 시도별 관광협회를 통해 집계·수집되었음.

※ 관광편의시설업 내 관광지원서비스업 신설(관광진흥법 시행령 및 시행규칙 개정, 2019.7.10. 시행)

5. 고양시 방문객 현황

고양시의 방문객 현황⁵⁾을 살펴보면, 고양 국제회의복합지구, 고양 전시문화특구, 고양 관광특구로 지정된 일산동구 킨텍스를 중심으로 관광객이 집중되어 있다([그림 3-6] 참조).

[그림 3-6] 킨텍스 방문자 현황(2018~2022년)

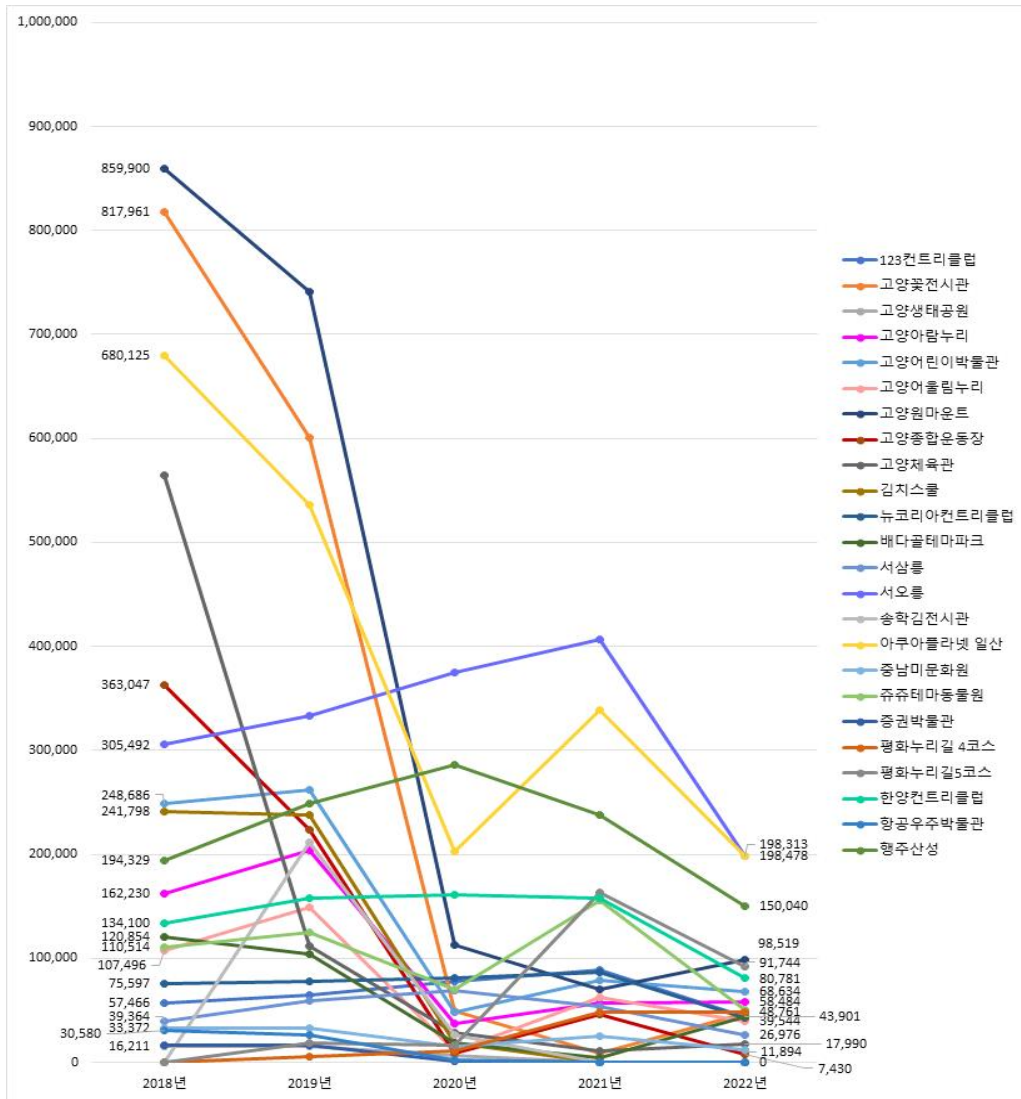


<자료> 관광지식정보시스템(<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/area.do?sideCode=11000000000&areald=seoul#>), 연구자 재구성.(검색일 2022.11.05.)

전체 방문객 수를 보면, 코로나19 이전 대비 고양시 방문객 수가 80% 정도 감소한 것으로 나타난다. 코로나19 이전에는 원마운트, 고양꽃전시관, 아쿠아플라넷 등 실내 장소 수요가 높았으나, 코로나19 이후 서오릉, 행주산성, 킨트리클럽 등 야외 문화관광지와 생태관광지의 방문객이 급격하게 증가하였다. 이는 안전한 실외 활동을 위해 몰린 것으로 판단되나, 다중이용시설 방역수칙이 완화되면서 다시 킨텍스 일대의 관광지 방문객이 증가하는 추세를 보인다. 한국관광데이터랩 자료에서도 유사한 패턴을 보여준다.

5) 고양시 방문객 현황은 고양시 주요관광지점 입장객의 2018년부터 2022년 9월까지의 추이를 살펴봄

[그림 3-7] 고양시 주요관광지점 입장객 통계(2018~2022년 9월)



<자료> 관광지식정보시스템(<https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/area.do?sidoCode=1100000000&areald=seoul#>). 연구자 재구성.(검색일 2022.11.05.)

2022년 8월 기준 고양시 2020년 방문객은 코로나19 이전인 2019년에 비해 7.81% 감소하였으며, 2021년은 다시 3.63% 증가한 것으로 나타난다. 숙박 유무로 방문객 현황을 살펴보면 무박이 덕양구 95.5%, 일산동구 96.2%, 일산서구 95.4%로 당일 관광객이

주를 이루는 것으로 나타나, 고양시는 당일 관광의 비중이 매우 높게 나타나는 것을 보여 준다. 검색 목적지 1위는 일산서구 킨텍스 제1전시장(371,867건), 일산동구 코스트코홈세일일산점(431,052건), 덕양구 이케아고양점(344,056건)으로 나타났다. 관광소비와 관련하여 업종별 신용카드 소비 비율을 살펴보면 일산서구 쇼핑업 59.5%, 일산동구는 식음료업 60.8%, 덕양구는 쇼핑업과 식음료업이 동일하게 각각 45.2%로 나타났다.

이러한 부분을 종합하면, 고양시는 킨텍스를 중심으로 한 당일 방문객의 비율이 높게 나타나며, 일대 쇼핑지구에서 관광 소비가 다소 높게 이루어지는 상황이라 하겠다.

6. 고양시 마이스산업 유관 조직

1) 고양시 마이스산업 부서

고양시 일자리경제국 전략산업과 마이스산업팀과 킨텍스지원팀이 주요 마이스산업 정책 수행을 담당하고 있다. 마이스산업팀은 팀장 1명, 주무관 3명 등 총 4명으로 구성되어 있으며, 고양시 마이스 행사 유치와 개최 지원, 고양컨벤션뷰로 운영과 사업지원, 지도 감독을 담당하고 있다. 또한 고양시 마이스산업 중장기 육성계획 수립과 국제회의복합지구 활성화사업, 고양시 마이스산업 지원위원회 등 전반적인 마이스산업 관련 업무를 수행하고 있다.

같은 전략산업과 내 킨텍스지원팀은 팀장 1명, 부팀장 2명, 주무관 2명 등 총 5명으로 구성되어 있으며, 킨텍스 제3전시장 건립 추진 업무와 킨텍스 관련 업무를 수행하고 있다.

[표 3-4] 고양시 마이스산업 담당 부서 업무

부서	담당 업무	
일자리경제국 전략산업과 마이스산업팀 (4인)	마이스 행사유치 및 개최 지원 고양컨벤션뷰로 운영 및 사업 지원 고양컨벤션뷰로 지도감독 고양 데스티네이션워크 개최 고양 마이스산업 중장기 육성계획 수립 고양컨벤션뷰로 설립 운영에 관한 규칙 국내외 마이스 전문박람회 참가	마이스 공모사업 추진 마이스 행사 유치 및 개최 지원 국제회의복합지구 활성화 사업, 타당성 검토 고양시 마이스산업 지원위원회 운영 마이스행사 후원명칭 사용 승인 마이스 육성센터 운영 마이스 관광 안내데스크
일자리경제국 전략산업과 킨텍스지원팀 (5인)	킨텍스 제3전시장 추진 킨텍스 캠핑장 운영 한국국제전시장 건축물 유지관리 한국국제전시장 1, 2단계 지구단위 계획	킨텍스 행정업무협의 및 지원 킨텍스 주주총회 및 이사회 운영 지원 킨텍스 지원시설 부지 매각업무

〈자료〉 고양시 웹사이트(https://www.goyang.go.kr/www/user/cityHall/BD_openEmplInfo.do), 연구자 재구성.(검색일 2022.10.23.)

2) 고양컨벤션뷰로(고양CVB)

고양컨벤션뷰로는 2016년 고양관광컨벤션협의회 소속으로 설립되었으며, 2021년 고양시 산하 기관으로 독립하였다. 사무국장 1명과 팀장 1명, 대리 2명, 주임 3명, 매니저 2명 등 총 9명으로 이루어져 있다. 전국 16개 컨벤션뷰로 중에서 독립기구 형태로 운영되는 곳은 대구광역시와 제주특별자치도에 이어 고양시가 세 번째이며, 기초지방자치단체로는 최초이다.

고양컨벤션뷰로는 고양시 마이스산업 생태계 조성을 통한 실질적 효과를 창출하는데 목표를 두고 있으며 이를 위해 고양시 마이스산업 생태계 조성의 고도화를 통한 창업과 기업육성과 일자리 창출 같은 실질적 효과를 창출하여 지역경제에 기여하고자 한다. 또한 제2기 ‘고양시 마이스산업 중장기 육성 방안(2019~2023년)’의 핵심 과제와 실행방안의 실효성 있는 추진을 통하여 중장기 과제를 추진하고 위드 코로나 시대에 국제적인 마이스도시로서 고양시 브랜드와 마이스산업 경쟁력 강화에 힘쓰고 있다.

2022년 고양컨벤션뷰로는 창립 6주년을 맞이하여 컨벤션뷰로 역할과 기능을 고찰하고, 지역 마이스 전담조직으로서 지난 5년간의 성과를 평가하였다. 포스트 코로나 시대 달라진 마이스산업 환경 속에서 컨벤션뷰로 역할을 모색하고, ‘아시아 마이스 중심도시, 고양시’ 달성을 위한 뷰로의 기능과 역할을 강화하기 위해 ‘고양 CVB 2.0’을 발표하였다. DMO(Destination Marketing Organization)에서 DMMO(Destination Marketing & Management Organization)으로 변화하여 마이스산업의 기반 조성 and 역량강화를 통한 생태계를 조성하고, 유치와 개최 지원, 대내외 네트워킹, 마케팅 등을 통해 목적지 마케팅까지 아우르는 뷰로의 역할을 정립하였다.

[표 3-5] 고양컨벤션뷰로 마이스산업 담당 업무

부서	담당 업무	
고양컨벤션뷰로 (9인)	고양시·컨텍스 네트워킹 고양 데스티네이션 워크 마이스 인력 양성 및 운영 고양 마이스 안내데스크 홍보마케팅	지속가능성 경쟁력 평가(GDS-I) 고양마이스얼라이언스 고양마이스 유치 및 개최 지원 국제 마이스 기구 활동(ICCA, UIA 등) 고양국제회의복합지구 활성화 사업

<자료> 고양CVB 웹사이트(<http://korean.goyangcvb.com/organization>). 연구자 재구성.(검색일 2022.10.23.)

3) 킨텍스(KINTEX)

2005년 개관한 킨텍스는 대한무역투자진흥공사(KOTRA, 코트라), 경기도, 고양시가 공동 출자하여 설립한 국제전시컨벤션센터이다. 전시화·컨벤션 유치사업, 킨텍스 브랜드 전시회 개최사업, 부대시설 임대사업이 주요 사업 영역이며, 현재 조직이 경영본부(기획조정실, 경영지원실), 사업본부(전시사업실, 마케팅실), 제3전시장건설단 등 2본부 4실, 1단으로 구성되어 있다.

국내 최대 전시면적 10만 8,011㎡를 보유하고 있으며, 2025년 완공되는 제3전시장을 포함하면 총 17만 8,000㎡의 전시면적을 확보하여 세계 20위권 규모의 전시장으로 도약할 예정이다. 현재 총 10개의 전시홀이 운영되고 있으며, 바닥하중 최대 5t/㎡으로 중장비 전시가 가능하다. 회의실은 제1전시장이 22개실(그랜드볼룸, 이벤트홀, 중회의실, 분할회의실, 통합회의실, VIP회의실)로 총 면적 6,214㎡, 제2전시장이 16개실(이벤트홀, 중회의실, 분할회의실, 통합회의실, 대회의실)로 총 면적 9,637㎡를 보유하고 있다. 또한 화상상담실도 7개실, 104,6㎡를 지니고 있다. 그 외 오피스시설과 부대시설 등을 갖추고 있다. 지상과 지하 주차시설을 모두 포함하여 전용주차장에 4,200대, 임시주차장에 4,000대 수용이 가능하다.

킨텍스는 글로벌 시설 운영도 수행하고 있다. 전시면적 30만 ㎡에 달하는 인도 뉴델리 IICC전시장(India International Convention & Expo Centre)의 건립단계 컨설팅부터 참여하였으며 향후 20년간의 운영권을 갖고 있다. IICC 프로젝트는 인도 정부가 주도하는 스마트시티 프로젝트로 총 30만 ㎡의 인도 최대 규모 전시컨벤션 복합시설이다. 5개의 대형 전시장과 함께 6,000석 규모의 오디토리움을 포함하여 최대 1만 3,000명 동시 수용이 가능하다. 킨텍스와 전시주최사 메세이상은 함께 인도 현지 상법에 따른 법인 KINEXIN을 설립하여 2022년 하반기 개장을 목표로 하고 있다. 사업운영권 획득을 통해 킨텍스의 전시컨벤션센터 운영과 마케팅 노하우를 최초로 해외에 수출하고, 국내 중소·중견 기업의 인도와 서남아시아 시장 진출의 발판을 마련하였다.

[표 3-6] 킨텍스 마이스산업 담당 업무

부서	담당업무				
경영 본부	기획조정실	사업 본부	마케팅실		
	뉴델리사업단(5명)		전시마케팅팀(5명)	컨벤션마케팅팀(6명)	해외사업팀(6명)
	글로벌 배뉴 운영사업 및 사업 개발 IICC 세일즈 및 마케팅 IICC 전시장 운영 사업		• 산업재, 소비재, 국제회의, 정부 행사 등 유치 계 약	• 마이스행사 유치 • 기업 및 스포츠 행사 • 기타 이벤트	• 해외전시장 위탁 발굴, 글로벌시장 동향 • 해외네트워크 구축 • 해외전시 개발 및 해외 거점화 추진
사업 본부	전시사업실				
	전시기획팀(5명)	산업재전시팀(9명)	소비재전시팀(8명)	융합전시팀(5명)	
	전시기획업무 총괄 사업심사평가 홍보 관리, 사업공모전 운영 신규사업 R&D 및 팀 서무	World Smart City Expo 나라장터 엑스포 디지털미디어테크쇼 한국건설안전박람회 아시아콘크리트엑스포	서울국제식품산업대전 K-BEAUTY KOREA K-BEAUTY BANGKOK K-BEAUTY TAIWAN K-BEAUTY INDONESIA	InQuE, 소부장뿌리기술대 전, 신규사업 수소모빌리티+쇼 오토살롱위크	
그 외	잠실MICE사업 전담반: 잠실 마이스사업 총괄(2명)				
	제3전시장건립단: 건립기술팀(5명), 건립기반팀(4명)				

〈자료〉 킨텍스 웹사이트(<https://www.kintex.com/web/ko/company/organization.do>), 연구자 재구성.(검색일 2022.11.16.)

7. 고양 국제회의복합지구(GCC GOYANG: Global Convention Complex GOYANG)

1) 기본 개요

고양 국제회의복합지구는 2018년 문화체육관광부가 시행한 국제회의복합지구 사업지에 기초지방자치단체 최초로 지정되었다. 고양시 일산서구 킨텍스로 217-60일대이며 킨텍스를 중심으로 210만 m² 규모로, 마이스 지원단지(135만 m²)와 고양관광문화단지(75만 m²)로 이루어져 있다.

고양 국제회의복합지구의 지정 배경에는 국내 최대 규모의 전문전시컨벤션시설인 킨텍스가 위치하고 있으나 국제회의기획업, 국제전시기획업 등 고양시 내에 등록된 마이스산업체 수가 서울에 비해 부족한 상황이었으며, 이를 개선해 가고자 하는 데 있었다. 고양시는 마이스산업을 육성하고 체계적으로 지원하기 위해 마이스산업 육성 조례를 제정하고 킨텍스를 중심으로 주변 부대시설 간 연계성을 강화하여 마이스 전문단지로서 실용성을 제고하고자 하였다.

국제회의복합지구의 지정 조건에는 관광진흥법에 따른 관광숙박시설, 대규모 점포, 공연법에 따른 공연장이 있어야 하므로 고양 국제회의복합지구는 고양관광특구와 많은 영역이 겹쳐 있다. 또한 2010년 지식경제부 제19차 지역특화발전특구 지정에 따라 ‘고양 전시문화특구’로 지정되어 있으며 이는 국내 유일의 전시문화특구로서 경쟁력을 확보한 것이다. 고양 전시문화특구 역시 국제회의 복합지구 등 많은 영역이 겹치며 대상 위치는 경기도 고양시 일산서구 대화동 1396번지와 장항동 464-1번지 등 1,683필지(면적 249만 3,130.9m²)이다.

고양시는 장항지구 개발사업, 고양관광문화단지(한류월드), 관광·영상특구 등이 둘러싸는 형태로 조성될 예정이며, 킨텍스 제3전시장 건립 등과 맞물려 마이스산업과 문화콘텐츠가 연계된 새로운 발전 모델을 제시하여 고양시 브랜드 이미지 제고와 지역경제 활성화에 박차를 가하고 있다.

[표 3-7] 고양특례시 국제회의복합지구 현황 개요

구분	내용
지구 명칭	GCC GOYANG(Global Convention Complex GOYANG, 고양 국제회의복합지구)
지정 일자	2018. 8. 27.(문화체육관광부 지정)
지구 위치	경기도 고양특례시 일산서구 킨텍스로 217-60 일대
지구 면적	2,098,917.6㎡
대상 입지	킨텍스 제1전시장과 제2전시장 및 인근으로, 마이스 자원단지(135만 ㎡)와 고양관광문화단지(75만 ㎡)가 국제회의복합지구 지정 대상 입지로 선정되어 있음
목 표	고양 국제회의산업의 경쟁력 강화와 시민 삶의 질 향상 추구

구분	시설명	규모
전문회의시설	킨텍스 제1, 2전시장	실내전시장면적 108,566㎡
	킨텍스 제3전시장 확충 예정	
집적시설	관광숙박업 소노캄고양	826실
	대규모 점포 원마운트	165,386㎡
	현대백화점 현대백화점	169,405㎡
주변시설	관광숙박업 K-Tree by Kintex(리지던스호텔)	430실
	대규모 점포 이마트타운	99,753㎡
	공연장, 테마파크 현대모터스튜디오 고양	63,878㎡
	CJ LIVE City	42,000석

〈자료〉 고양컨벤션뷰로 웹사이트(https://gccgoyang.com/goyang/gcc_overview.html), 연구자 재구성, (검색일 2022.08.16.)

2) 집적시설

고양 국제회의복합지구는 전문 전시·컨벤션센터 킨텍스를 중심으로 도보 약 20분 거리에 현대백화점·레이킨스몰(쇼핑), 소노캄호텔(5성급, 숙박), 원마운트(위락시설)가 집적시설로 모여 고양시 마이스산업 생태계를 형성하고 있다.

국제회의복합지구 집적시설의 조건에는 부합하지 않으나 주변시설로 킨텍스바이케이트리(KINTEX by K-tree)와 현대모터스튜디오 고양, 아쿠아플라넷, CJ Live City(예정)가 있어 엔터테인먼트 요소를 보완하고 관광자원으로 조성될 잠재력을 지녀 최적의 마이스 인프라를 갖춰 가고 있다.

[그림 3-8] 고양 국제회의복합지구



〈출처〉 고양컨벤션뷰로 웹사이트(https://gccgoyang.com/goyang/gcc_overview.html). (검색일 2022.09.16.)

(1) 소노캄고양

소노캄고양은 경기도 최초의 5성급 호텔이며 고양시 일산동구 태극로 20에 위치해 있다. 객실 총 826실을 보유하고 있으며 레스토랑, 비즈니스센터, 컨벤션센터 등 다양한 시설을 보유하고 있다. 일산 호수공원 도보 약 8분, 킨텍스로부터 도보 약 15분 거리에 위치해 집적시설을 비롯한 주변 편의시설과 인접해 있다.

[표 3-8] 소노캄고양 준회의시설 현황

부서 구분	이스트타워				웨스트타워				
	소연회장		중연회장	대연회장	소연회장		중연회장		
연회장	사파이어 I	사파이어 II	다이아몬드	그랜드볼룸	로즈 I	로즈 II	라일락 I	라일락 II	크리스탈볼룸
위치	1F	1F	1F	2F	2F	20F	2F	2F	2F
규모(㎡)	51.1	51.1	343.1	730.6	86.9	79.3	141.6	129.2	286.3
스쿨식	30명	30명	230명	430명	48명	36명	99명	88명	213명
라운드식	30명	30명	200명	420명	32명	-	80명	64명	160명
분임토의식	24명	24명	120명	250명	40명	36명	80명	72명	192명

〈자료〉 소노캄고양 웹사이트(<https://www.sonohotelsresorts.com/goyang>). (검색일 2022.09.16.)

200명 이상의 인원을 수용할 수 있는 대회의실과 30명 이상 인원을 수용할 수 있는 중소회의실 3실 이상의 국제회의복합지구 지원시설 조건 또한 충족하고 있다. 고양 국제회의복합지구 집적시설로 지구 내 킨텍스, 고양CVB, 현대모터스튜디오 고양, 킨텍스바이케이트리호텔과 2018년부터 2021년까지 40개의 행사를 협력하였으며, 집계되지 않는 더 많은 연계 업무를 협력하고 있어 메인호텔로서 역할을 해내고 있다.

(2) 원마운트

원마운트는 고양시 일산서구 한류월드로 300(대화동)에 위치한 종합문화상업시설이다. 킨텍스 지원시설 계획에 따라 사업이 추진되었으며, 쇼핑몰과 스포츠클럽, 워터파크, 스노파크 등 규모가 큰 고양시의 대표적인 위락시설이다.

고양 국제회의복합지구 내 집적시설 간 연계 업무를 추진하고 있으며, 최근에는 집적시설 조건에는 부합하지 않지만 새롭게 개관한 킨텍스바이케이트리호텔과 협력하여 패키지 상품을 개발하는 등 다양하고 활발한 협력을 수행하고 있다. 주로 킨텍스에서 진행하기에는 규모가 작은 소규모 기업행사와 프라이빗한 이벤트 행사의 수요에 맞춤 진행을 하고 있으며 한국관광공사·경기관광공사 등과 팸투어 프로그램을 진행하고 있다.

(3) 현대백화점

현대백화점은 고양시 일산서구 호수로 817(대화동)에 위치하고 있는 쇼핑시설이다. 2019년 전국 매출 33위 3,237억 원을 기록하였고, 2020년에는 코로나19 여파 때문에 매출이 3,043억 원으로 작년 대비 -6%로 역신장했으나, 매출 순위 자체는 한 계단 상승한 32위를 기록했다.⁶⁾ 그러나 마이스 행사 방문객의 현대백화점 연결고리가 약하며, 고양시를 비롯하여 국제회의복합지구 내 타 시설 간 연계협력 부분이 잘 이루어지지 않고 있어 이를 해소할 방안의 마련이 필요하다.

6) 어패럴뉴스, 2021년 국내 5대 백화점 70개 점포 매출 순위
(http://m.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=194920)(발행 2022.01.05.), 2022년 10월 7일 접속

3) 국제회의복합지구 활성화 사업

문체부에서는 국제회의복합지구 활성화 사업을 진행하고 있으며, 고양시에서는 고양CVB에서 해당 사업을 담당하고 있다. 국제회의복합지구는 6대 전략과제를 설정하고 이에 해당하는 세부 사업을 계획하고 수행하도록 하고 있다. 고양 고양국제회의복합지구도 이에 맞추어 6대 전략과제에 해당하는 세부 사업 계획을 수립하고 활성화 사업을 운영, 관리하고 있다. 고양시는 선도적인 국제회의복합지구 사업을 수행하여 마이스온 앱을 개발하고, 창업육성센터를 운영하고 있다.

2018년 국제회의복합지구 선정 이후 2019년 사업 운영 예산은 7억 원(국고보조금 50%, 자부담금 50%)으로 시작하였으며, 2020년 3억 6,000만 원, 2021년 3억 4,000만 원, 2022년에는 4억 1,000만 원의 예산을 확보하였다.

[표 3-9] 3개 연도 고양국제회의복합지구(GCC GOYANG) 활성화 사업 추진 현황(2019~2021년)

	6대 전략과제	2019년	2020년	2021년
1	국제회의 유치와 개최	- GCC GOYANG 브랜드 개발 및 홍보(IBTM World 참가)	- 마이스 방역 지원 - 마이스 행사 디지털 미팅 서비스 지원	- GCC GOYANG 홍보
2	관망자원 조성 및 개발	-	-	-
3	편의시설 설치와 확충	- 고양 마이스온 앱 개발	- 고양 마이스온 활성화 및 유지보수 - 셔틀버스 운영	- 고양 마이스온 활성화 및 유지보수 - 복합지구 내 키오스크 설치 및 안내시스템 구축
4	마이스사업자 육성과 협력 강화	- 육성센터 개관	- 육성센터 운영 (컨설팅 교육) - 창업리그 등	- 육성센터 운영 (컨설팅 교육) - 창업리그 등
5	국제회의 집적시설 조성	-	-	-
6	국제회의 시설 개선 확장	-	-	-
	배정 예산	7억 원	3억 6,000만 원	3억 4,000만 원

〈자료〉 고양컨벤션뷰로(2022), 2022년 고양 국제회의복합지구 활성화 지원 사업계획(안), 연구자 재구성.

제2절 고양시 마이스 행사 개최 현황 분석

1. 고양국제회의복합지구 마이스 행사 개최 현황

고양시는 국내 최대 규모의 전문전시컨벤션시설인 킨텍스를 보유하고 있다. 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 킨텍스가 설립된 이래로 어떤 마이스 행사가 개최되었는지 살펴보고, 분류와 흐름을 살펴볼 필요가 있다. 국제회의복합지구 내 시설인 킨텍스에서 집계한 2018년부터 2021년까지 4개 연도의 행사 개최 데이터와 고양CVB 지원 행사 데이터를 분석하고 고양시 마이스 현황을 살펴보고자 한다.

먼저 킨텍스의 행사 가운데 본행사 그리고 본행사와 함께 열리는 공동행사 또는 종속하여 열리는 행사를 구분하였다. 그리고 고양CVB가 지원한 행사와 중복되는 행사는 제외하여 총 1,539건의 본행사를 대상으로 분석하였다. 대분류는 마이스에 해당하는 카테고리 중에서 전시회, 컨벤션, 이벤트, 기타 등 4가지 항목으로 분류하였다. 기타는 전시회, 컨벤션, 이벤트를 제외한 입학설명회, 입주자설명회 같은 마이스산업 분류 범주 내에 담을 수 없는 행사를 포함하였다. 대규모 면접, 수학 올림피아드, 자격증 시험 같은 행사는 제외하였다. 또한 행사의 주최자에 따라 기업/민간, 정부/공공, 학회, 협단체, 기타로 분류하였다. 주최자 구분에서 기타 행사를 개최하는 개인사용자, 입주자회, 입시설명회 개최 학교 등을 기타 주최자로 구분하였다.

한국전시산업진흥회에서 공개하는 전시산업통계조사의 품목 기준을 활용하고자 하였으나, 마이스 행사에서 다뤄지는 세부 산업 품목이 점차 다양해지고 있어 더 세분화된 구분 기준이 필요했다. 따라서 본 연구에서는 UFI 전시회 품목 구분의 기준을 따라 세부 품목을 분류하였다. 거기에 더해 한국의 특성을 반영한 임신·출산·육아·웨딩, 국방, 공공, 문화·예술의 세부 품목을 추가하여 분류하고 분석하였다([표3-10]참조).

또한 세부 품목은 본행사에 해당하는 전시회에 한하여 분류하였다. 집계된 모든 행사를 대상으로 분류할 경우, 공동행사와 주요 본행사에 종속하여 열리는 행사는 대부분

이 사업설명회, 수출상담회, 분과세미나 등 컨벤션 형태로 이루어지고 있어 컨벤션 부문의 비율이 매우 높아져 실제 개최 현황 간 차이가 커질 수 있기 때문이다.

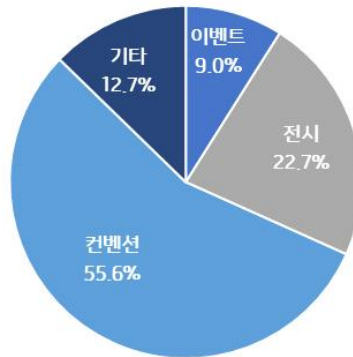
[표 3-10] 고양시 킨텍스 마이스 행사 개최 구분 기준 개요

구분		대분류		주최자	
1	본행사	1	전시회	1	기업/민간
2	공동행사 및 종속행사	2	컨벤션	2	정부/공공
		3	이벤트	3	학회
		4	기타	4	협단체
				5	기타

전시산업통계 품목		UFI 전시회 구분 품목			
1	농수축산/식음료	1	농업, 임업, 어업	18	보석, 시계 및 액세서리
2	에너지/환경	2	자동차, 오토바이	19	여가, 취미, 엔터테인먼트
3	섬유/의류/주얼리	3	항공, 항공 우주	20	광학
4	금속/기계/장비	4	미용, 화장품	21	프리미엄, 가정용품, 선물, 장난감
5	전기/전자/정보통신/방송	5	비즈니스 서비스, 소매	22	인쇄, 포장
6	보건/의료/광학/정밀	6	화학	23	부동산
7	건설/건축/인테리어	7	건설, 인프라	24	보안, 화재 안전, 방어
8	운송자입/서비스	8	교육	25	섬유, 의류, 패션
9	가정용품/선물용품	9	전자, 부품	26	운송, 물류, 해상
10	뷰티/화장품	10	에너지, 석유, 가스	27	여행
11	금융/부동산/전문서비스	11	엔지니어링, 산업, 제조, 기계, 기기, 하드웨어	28	임신, 출산, 육아, 웨딩
12	공공/국방	12	환경 보호	29	국방
13	교육	13	식음료, 접객업	30	공공
14	임신/출산/육아	14	가구, 인테리어 디자인	31	문화, 예술
15	웨딩	15	일반	한국특성 반영한 추가 품목	
16	문화/예술	16	건강, 의료기기		
17	레저/관광/스포츠	17	IT 및 통신		

2018년부터 2021년까지 4년간 고양 국제회의복합지구 마이스 개최 행사의 유형별 비율([그림 3-9 참조])은 컨벤션 55.6%, 전시 22.7%, 기타 12.7%, 이벤트 9.0%로 나타났다. 컨벤션 부문의 개최 비율이 높은 이유로는 같은 기간 대규모 면적과 일정 기간(2~5일)을 사용해야 하는 전시회에 비해 기업회의, 세미나, 워크숍, 콘퍼런스 등 크고 작은 컨벤션 행사가 더 자주 열릴 수 있기 때문으로 보인다.

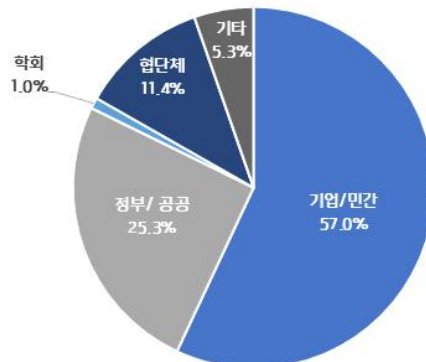
[그림 3-9] 2018~2021년 4년간 유형별 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 개최 비율(본행사 기준)



〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

[그림 3-10]과 같이 2018년부터 2021년까지 4년간 고양 국제회의복합지구 마이스 개최 행사 주최자의 비율은 기업/민간이 57.0%, 정부/공공 25.3%, 협단체 11.4%, 기타 5.3%, 학회 1.0% 순으로 나타났다.

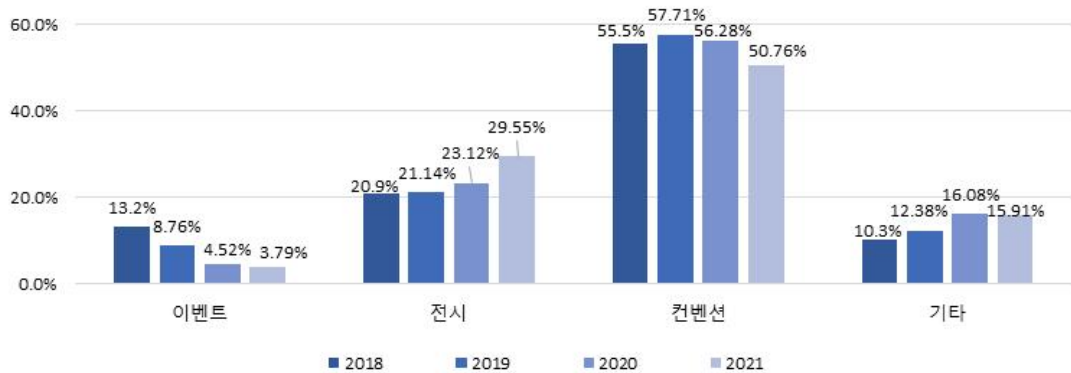
[그림 3-10] 2018~2021년 4년간 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 주최자 비율(본행사 기준)



〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

2018년부터 2021년까지 유형별 마이스 행사를 살펴보면 컨벤션의 비율이 가장 높고, 전시, 기타, 이벤트 순으로 나타나고 있다([그림 3-11] 참조). 컨벤션과 이벤트의 개최 비율은 매년 감소하고 있으나, 전시 부문은 증가하고 있는 것을 볼 수 있다. 2020년과 2021년 컨벤션과 이벤트 개최 비율의 감소는 코로나19의 발생으로 사회적 거리두기, 실내 활동 제약 등으로 많은 행사가 취소된 데 영향을 받은 것으로 파악된다.

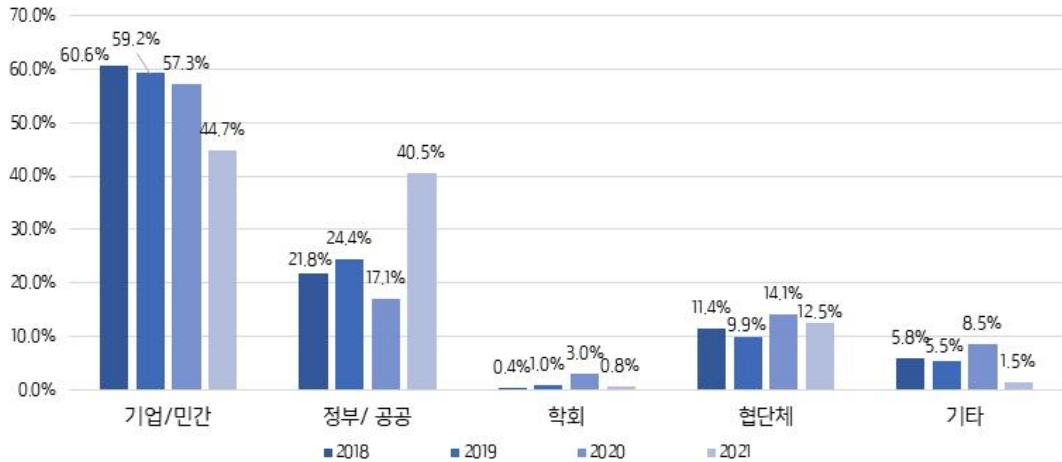
[그림 3-11] 유형별 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 개최 비율(본행사 기준, 연도별)



〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

2018년부터 2021년까지 연도별 마이스 행사 주최자를 살펴보면 기업/민간의 비율이 과반을 이상을 차지하고 있으나 점차 감소하고 있다([그림 3-12 참조]). 2020년 코로나19의 발생 이후 정부/공공 영역이 주최자인 행사가 급증하였으며, 이는 기업/민간 주최자는 감염병 발생으로 사회적 거리두기 같은 각종 제한과 위험을 피하기 위해 행사 취소 또는 연기한 것으로 파악된다. 다시 말해 행사 유형별 또한 마이스 행사의 지연이나 취소로 마이스산업 내 어려움이 존재하는 가운데 정부/공공 영역의 대표성을 띠는 행사를 중심으로 개최되었기 때문으로 파악된다.

[그림 3-12] 연도별 고양 국제회의복합지구 마이스 행사 주최자 비율(본행사 기준)



〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

고양 국제회의복합지구 내 개최 전문전시회의 품목 비율을 살펴보면 가장 높은 비율을 차지하는 것은 ‘여가·취미·엔터테인먼트’이다([그림 3-13] 참조). 뒤를 이어 ‘임신·출산·육아·웨딩’ 품목이며, ‘엔지니어링·산업·제조·기계·기기·하드웨어’ 품목 등으로 나타나고 있다. ‘여가·취미·엔터테인먼트’ 품목에서 대표적인 전시회로는 ‘PlayX4(플레이엑스포)’, ‘경기 국제 보트쇼’, ‘국제아웃도어캠핑 & 레포츠 페스티벌’ 등 게임 콘텐츠와 아웃도어 활동과 관련한 전시회가 대표적이며, ‘임신·출산·육아·웨딩’ 품목에서 ‘베이비페어-(주)유아림·(주)미래전람·(주)메썸아상’이 대표적이었다. ‘엔지니어링·산업·제조·기계·기기·하드웨어’ 품목의 대표적 전시회는 ‘서울국제공작기계전(SIMTOS)’, ‘한국승강기엑스포’, ‘클린에어엑스포’ 등으로 나타났다. 소비재 품목 전시회의 경우 10만 명 이상의 집객은 어려우나 엔지니어링 같은 산업적 품목 전시회에서 대표적인 전시회는 기본적으로 10만 명 이상의 집객을 기록하고 있다.

2. 마이스 영역별 방문객 수

1) 전시 부문

2018년에서 2021년까지 4년 동안 고양 국제회의복합지구 내에서 진행된 마이스 행사 중 전시 부문의 방문객 수를 살펴보면 2018년 ‘2018 한국국제승강기엑스포’가 28만 8,748명, 2019년 ‘2019 서울모터쇼’가 71만 1,043명, 2020년 ‘제53회 MBC건축박람회’ 7만 2,640명, 2021년 ‘2021 서울모빌리티쇼(옛 서울모터쇼)’ 7만 4,419명으로 많은 객이 일어난 전시회로 나타났다.

[표 3-11] 전시 부문 행사 방문객 수 상위 10위(2018~2021년)

	2018년		2019년	
	행사명	방문객 수	행사명	방문객 수
1	2018 한국국제승강기엑스포	288,748	2019서울모터쇼	711,043
2	2018 대한민국과학창의축전	214,336	2019 대한민국 미래교육 한마당	153,502
3	2018 경향하우징페어 2018 리빙안라이프스타일 2018 경향부동산페어	180,000	제51회 MBC건축박람회	136,166
4	제11회 동아 스포츠·레저산업 박람회 제10회 동아 가구엑스포 제12회 동아 차·공예박람회 제18회 동아 홈8라빙페어/ 제4회 기프트쇼	156,500	제11회 동아 스포츠·레저산업 박람회 제10회 동아 가구엑스포, 2019 클리어엑스포 2019 코리아빌드위크(코리아빌드) 2019 코리아빌드위크(2019 경향부동산페어/ 대한민국건설산업대전) 2019 코리아빌드위크(인테리어디자인코리아)	136,041
5	2018 정원 및 조경박람회 2018 서울 국제 안경산업 박람회 제12회 스포츠·레저산업 박람회 제15회 기프트·차공예박람회 제 19회 동아 홈8라빙페어 2018 동아 냉난방 및 건축설비 박람회 제48회 MBC건축박람회	156,500	제50회 MBC 건축박람회	126,368
6	2018 제7회 대한민국 교육기부 박람회	136,015	플레이엑스포 2019	114,459
7	서울국제공작가대전(SIMTOS 2018)	109,135	메가쇼2019 시즌2	106,704
8	2018 대한민국 방위산업전(DX KOREA)	101,123	제31회 mamobebie엑스포	100,073
9	제27회 국제임신출산·육아용품박람회 (mamobebie엑스포)	95,863	제30회 국제임신출산·육아용품박람회 (mamobebie엑스포)	98,987
10	2018 마비베비엑스포 / 미래유아교육박람회	93,592	2019 마비베비엑스포 / 미래유아교육박람회	97,589

	2020년	방문객 수	2021년	방문객 수
	행사명		행사명	
1	제53회 MBC건축박람회	72,640	2021서울모빌리티쇼	74,419
2	2020 캠핑&피크닉페어	49,908	2021 코리아빌드위크	60,000
3	메가쇼2020 시즌2	46,245	제56회 MBC건축박람회 공공시설 및 조경박람회 서울조명박람회 디지털프린팅·사인엑스포 홈&리빙페어 기프트쇼 차·공여박람회 가구엑스포 스포츠·레저산업박람회	51,393
4	메가쇼2020 시즌1	45,586	메가쇼2021 시즌2/ 2021 트래블쇼	44,507
5	제22회 국제포장기재전 제10회 국제물류산업대전 제15회 국제제약·바이오화장품기술전 제12회 국제화학장차산업전 제14회 국제연구·실험 및 첨단분석장비전 제10회 국제의약품·바이오산업전 제5회 국제화장품원료기술전	43,046	2021 케이펍페어일산 (대한민국펍산업박람회)	43,112
6	2020 케이펍페어일산(대한민국펍산업박람회)	38,096	제57회 MBC건축박람회 2021 시니어 라이프&복지 박람회 2021 스포츠·레저·건강산업 박람회 제29회 홈&리빙·기프트&차공여박람회 2021 정원&조경 및 냉난방·건축설비박람회	42,720
7	2020 국제아웃도어캠핑&레포츠페스티벌	34,496	2021 캠핑&피크닉페어	40,742
8	2020 고양기구박람회	33,933	2021 국제포장기재전 스페셜 & 2021 제 약·화장품위크 제11회 국제물류산업대전 국제포장기재전 스페셜 제16회 국제제약·바이오·화장품기술전 제13회 국제화학장차산업전 제5회 국제연구·실험 및 첨단분석장비전 제6회 국제화장품원료·기술전	33,881
9	제 32회 코베베아리페어	29,754	메가쇼2021 시즌1(팔도밥상 FAIR)	33,000
10	2020 대한민국 고졸인재 일자리콘서트	24,100	2021 케이펍페어일산 (대한민국펍산업박람회)	31,558

〈자료〉 컨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

2) 컨벤션 부문

2018년에서 2021년까지 4년 동안 고양 국제회의복합지구 내에서 진행된 마이스 행사 중 컨벤션 부문의 방문객 수를 살펴보았다. 해당 영역에서 다루는 컨벤션 행사는 규모가 큰 전시회, 이벤트와 함께 진행되는 행사를 제외한 본행사로서 컨벤션 행사 데이터를 대상으로 다루었다.

그 결과 2018년 ‘애틀리 석세스 아카데미’가 4만 200명, 2019년 ‘2019 신통일한국시대 개문 희망전진대회’가 7만 명, 2020년 ‘World Summit 2020’ 7,500명, 2021년 ‘태양광발전 창업교육’ 2,100명 등으로 많은 인원이 참가한 것으로 나타났다. 단독 컨벤션 행사는 주로 네트워킹마케팅(다단계) 기업 교육과 세미나 행사, 종교 행사 등이 차지하는 것을 알 수 있다.

[표 3-12] 컨벤션 부문 행사 방문객 수 상위 10위(2018~2021년)

	2018년		2019년	
	행사명	방문객 수	행사명	방문객 수
1	애틀리석세스아카데미	40,200	2019 신통일한국시대개문 희망전진대회	70,000
2	21회 세계 램프대회	33,000	1.2019 Unicity Global Leadership and Innovation Conference	63,000
3	2018 Unicity Korea Convention	32,600	2019 세계램프대회& 청소년교류엑스포	62,000
4	G12 Conference	30,200	G12 Conference	60,300
5	2018 Unicity Korea Convention	24,900	여호와의 증인의 2019 서울 국제대회	55,000
6	SeacretdirectOne-day Seminar	24,300	2019 애틀리석세스아카데미	41,200
7	2018 뉴스킨코리아 라이브 컨벤션	22,300	Showcase: Film of Josiah (여호와의 증인의 2019 서울 국제대회)	15,000
8	2018 SeacretNey Year Kick-off Convention	20,800	Case Studies (여호와의 증인의 2019 서울 국제대회)	11,000
9	2018 뉴스킨코리아	20,600	미래교육한마당 교육정책 토크	10,050
10	애틀리원데이세미나	19,300	Watching out against Materialism (여호와의 증인의 2019 서울 국제대회)	10,000

	2020년	방문객 수	2021년	방문객 수
	행사명		행사명	
1	WORLD SUMMIT 2020	7,500	태양광발전 창업교육(필수과정)	2,100
2	USANA KICK-OFF CELEBRATION	5,300	안전문화 확산 공모사업 우수사례 발표대회	2,047
3	2020년 PBL 전국 특별 강연회	4,500	세계대학생토론대회 개막식	940
4	세계평화컨퍼런스(WORLD SUMMIT 2020)	3,160	KEIT 자율주행자동차 기술교류회	759
5	세계평화청년학생연합총회 (WORLD SUMMIT 2020)	2,780	고양시 도시계획위원회	620
6	아태비즈니스세미나	2,000	코리아 H2 비즈니스 서밋(Korea H2 Business Summit)	506
7	2020 천주교 의정부 교구총간벤션	2,000	2021년도 제1회 탄소소재 신기술 심포지엄	500
8	2020 국민은행 경영전략회의	1,800	2021 IDEA KOREA CONVENTION Opening Ceremony	456
9	Amway National Convention	1,764	Foundation in Foot Programming(2021 IDEA KOREA CONVENTION)	413
10	2020 LG전자 한국영업본부 정책발표회	1,700	40차 유엔 세계평화의날기념행사	402

〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

3) 학회 부문

학회 행사는 2018년에서 2021년까지 4년 동안 독립적인 본행사로 개최되기보다는 규모가 큰 전문전시회, 컨벤션 행사와 함께 진행되는 세부 프로그램으로 개최되었다. 본 행사로 보기에는 어렵지만, 하위 행사 프로그램에서 큰 부분을 차지하고 있어 학회 부문의 방문객만 별도로 살펴보고자 한다.

2018년 대한소화기내시경학회가 진행한 ‘Korea Society of Gastrointestinal Endoscopy Int'l Seminar’가 9,040명, 2019년 사단법인 한국원자력학회가 진행한 ‘한국 원자력학회 2019 추계학술발표회 + 학생학술대회’ 3,200명, 2020년 대한소화기내시경학회가 진행한 ‘소화기내시경학회 학술대회’ 880명, 2021년 한국위험물화학회가 진행한 ‘위험물학회 개회식 및 정기총회’ 105명 등으로 많은 인원이 참가한 것으로 나타났다. 다양한 세미나, 포럼 등의 세션을 학회가 운영하는 것으로 나타났다.

[표 3-13] 학회 행사 방문객 수(2018~2021년)

	2018년		
	행사명	학회명	방문객 수
1	Korea Society of Gastrointestinal Endoscopy Int'l Seminar	대한소화기내시경학회	9,040
2	2018 메디&슬립 코리아	사단법인 한국수면산업협회, 대한수면의학회, 컨텍스, 서울전람	5,361
3	Korean Clinical Psychology Association Symposium	한국임상심리학회	2,440
4	한국물환경학회·대한상하수도학회·2018년 공동학술포럼	한국물환경학회	1,000
5	2018년도 한국방재안전학회 학술발표대회	(사)한국방재안전학회	600
6	2018년 (사)한국재난정보학회 특별세미나 및 정기학술대회	(사)한국재난정보학회	600
7	(사)한국건설안전학회 2018년도 정기학술대회	(사)한국건설안전학회	500
8	2018 춘계학술포럼대회	한국구매조달학회	360
9	2018 SENDEX 국제 재활 컨퍼런스	한국재활복지공학회	320
10	제53회 한국포장학회 학술대회 및 제2회 ISTA 아시아퍼시픽국제 심포지엄 - 물류포장설계와 우수공급관리(GDP) 동향 -	한국포장학회, 국제포장수송협회(ISTA), 한국건설생활환경시험연구원(KCL)	240
11	신뢰성학회 추계학술대회	신뢰성학회	240
12	구미 불산 누출사고 6주기 포럼	(사)한국위험물학회	240
13	2018 제어로봇시스템학회 학술대회	(사)제어로봇시스템학회	210
14	제4회 한국동물재활학회 컨퍼런스	한국동물재활학회	160
15	문화재방재심포지엄	(사)문화재방재학회	100
16	한국항공보안학회 제 4회 세미나	한국항공보안학회	40
	2019년		
	행사명	학회명	방문객 수
1	한국원자력학회 2019 추계학술포럼 + 학술포럼	사단법인 한국원자력학회	3,200
2	제60회 대한소화기내시경학회학식	대한소화기내시경학회	2,010
3	KOSDI 2019년 정기학술대회 및 특별세미나	(사)한국재난정보학회	450
4	건설관리학회 창립 20주년 기념식	한국건설관리학회	420
5	2019년도 (사)한국화학물리학회 추계학술대회	사단법인 한국화학물리학회	400
6	The International Emergency Management Society 2019 Annual Conference	(사)한국방재안전학회	350

	2019년		
	행사명	학회명	방문객 수
7	한국물류과학기술학회 2019 춘계학술대회	(사)한국물류과학기술학회	320
8	2019년도 춘계학술 발표대회(조달학회)	한국구매조달학회	140
9	제55회 한국포장학회 학술대회 및 기술 세미나	한국포장학회	130
10	2019 문화재방재학회 학술발표 대회	(사)문화재방재학회	130
11	자활로봇학회 추계학술대회	자활로봇학회	130
12	추계 정기 학술대회 한국재활복지공학회	한국재활복지공학회	120
13	건설산업에서 4차산업DEVICE와 BIM	한국BIM학회	100
14	전쟁의 다른얼굴"새로운테러리즘"	한국테러학회, 한국대테러산업협회, 대테러안보연구원	100
15	구미 불산 누출사고 7주기 포럼	사단법인 한국위험물학회	100
16	포인트 클라우드 기반의 디지털 아카이브 구축과 활용	한국디지털건축인테리어학회	50
17	2019 가을 임상심리학회 이사회	(사)한국임상심리학회	50
	2020년		
	행사명	학회명	방문객 수
1	소화기내시경학회 학술대회	대한소화기내시경학회	880
2	제8회 한국위험물학회정기총회 및 학술대회	사단법인 한국위험물학회	350
3	Update Process of 2020 Korean guideline for cardiopulmonary resuscitation and emergency cardiovascular care	응급의학회	161
4	제57회 한국포장학회 학술대회 및 Global Packaging Seminar 2020	한국포장학회	100
5	한국간담체외과학회경인지회 2020 추계 학술대회	한국간담체외과학회	100
6	대한심혈관중재학회학술대회	대한심혈관중재학회	100
7	대한상하수도학회정기총회	한국물환경학회-대한상하수도학회	50
8	한국물환경학회총회	한국물환경학회-대한상하수도학회	48
	2021년		
	행사명	학회명	방문객 수
1	위험물학회 개회식 및 정기 총회	한국위험물학회	105
2	2021년 한국지방자치학회 춘계학술대회	한국지방자치학회	52
3	한국가구학회 학술세미나	한국가구학회	48
4	한국건설안전학회 정기 학술대회	한국건설안전학회	46
5	한국건설방수학회학술발표대회	한국건설방수학회	44
6	한국간담체외과학회 경인지회 2020 춘계 학술대회	한국간담체외과학회	20

〈자료〉 킨텍스 내부자료, 연구자 재구성.

제3절 시사점

고양시는 전문전시컨벤션시설인 킨텍스라는 시설 보유를 강점으로 고양 국제회의복합지구로 지정되었으나, 코로나19 확산으로 급격한 산업환경 변화에 대처 방안을 마련해야 하는 상황이다. 감염병이라는 위험 요소 앞에서 대규모 전시, 많은 사람의 집결이 불가능했던 시기 미팅 테크놀로지는 비약적으로 발전하였다. 메타버스 같은 온라인 공간 속 마이스 행사도 개최되었으나, 실제적인 만남으로 발생하는 주요 이해관계자 간 네트워크를 통해 발생하는 가치를 중시하는 마이스 행사의 특수한 조건과 상황에 따라 빠르게 회복세를 보이고 있다. 이러한 환경 속에서 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해 마이스 행사를 통해 창출되는 가치에 관한 고민이 필요하며, 전략적으로 가치를 확장하기 위한 방안 마련이 요구된다.

본 장에서는 고양시의 산업 기반과 개최 마이스 행사 현황을 면밀하게 검토한 자료를 토대로 고양시의 마이스 행사를 통한 가치를 확장하기 위해 필요한 부분을 살펴보았다. 그 결과 ‘행사 유치 및 개최 측면’, ‘산업 연계 측면’, ‘마이스 산업체 측면’, ‘접근성 측면’ 등 네 가지 측면에서 시사점이 도출되었다.

첫째, 행사 유치와 개최 측면에서 살펴보면, 이미 환경적 유산인 킨텍스가 보유하고 있는 시설 인프라 강점은 그대로 활용하고, 그와 동시에 마이스산업 메카로 거듭나기 위해 크고 작은 마이스 행사의 유치가 필요하다. 현재 고양시는 5t/m² 하중을 견딜 수 있도록 설계된 킨텍스의 강점이 작용할 수밖에 없는 ‘건설, 산업, 엔지니어링’ 등의 품목인 B2B 전시와 주요 산업전을 포함하여 공공전시회 위주로 행사가 진행되고 있다. 이를 활용하여 고양시 킨텍스가 국내 산업의 육성과 활성화 측면에서 기여한 부분과 발생한 비즈니스 가치를 정리하여 국내 대표 전시회장으로서 브랜딩과 마케팅을 시행할 필요가 있을 것으로 여겨진다. B2C 전시의 경우 여가·취미·엔터테인먼트, ‘임신·출산·육아·웨딩’ 품목의 소비재 전시가 활발하게 이루어지고 있다. 이에 고양시 자체가 지닌 100만 인구의 수요를 살피고, 소비 인구 부분을 주의 깊게 살펴볼 필요가 있다. 소비재 제품의 경우,

고양시 시민도 관심을 가지고 지속적으로 행사장을 방문할 수 있도록 시민과 연계한 다양한 프로그램이 마련되어야 할 것이다.

그동안 고양시는 공공전시 측면에서 강점을 발휘해 왔으나, 국제회의 또는 학·협회 회의를 활용한 마이스 행사 유치 전략의 수립이 필요하다. 고양시에서 개최된 주요 컨벤션 행사를 살펴보면, 대부분 네트워크 마케팅 기업의 회의 또는 종교적인 행사가 개최되고 있으며, 지역 내 비즈니스적인 가치를 확장해 나갈 수 있는 종류의 행사는 개최되지 못하고 있기 때문이다. 이는 전시행사를 중심으로 시설이 갖추어진 킨텍스 컨벤션시설의 한계 때문이라고 할 수도 있지만, 전략적으로 고양시에 특화된 국제회의 또는 행사를 유치, 개최하려는 방안 마련이 부족했다고도 할 수 있겠다. 물리적인 환경을 개선하기 위해서는 킨텍스를 비롯하여 고양시 내의 유니크베뉴, 호텔, 위락시설 등 다양한 자원을 활용하는 방안을 마련해야 할 것으로 보인다. 또한 고양시 행사 유형과 주요 주최자, 손실기회 등을 고려하여 지속적인 마이스 행사 유치 전략의 수립 방안 마련이 필요하다.

둘째, 산업 연계 측면에서 고양시의 전략산업을 활용하여 마이스 개최 유산을 만들어 나가기 위한 방안 마련과 고민이 필요하다. 현재 고양시 마이스 행사의 브랜드나 정체성에 의문을 제기하는 가운데, 고양시 마이스 행사만의 확정적인 정체성을 구축해나갈 필요가 있다. 거기에다 앞으로 서울 잠실 국제교류복합지구와 GTX-A노선이 조성되면, 고양시 마이스의 정체성이 없는 한 마이스 행사 참석 후 유출 방문객은 더욱 커질 수밖에 없을 것으로 보인다. 이에 따라 고양시의 전략산업을 전략적으로 활용하여 고양시의 마이스 정체성을 만들어 가야 한다.

고양시의 전략산업이라고 하면 현재는 다소 침체하였지만 활용 가능한 산업으로 화훼, 가구산업 등이 있으며, 미래 산업이자 전략산업으로 문화콘텐츠, 바이오·의료산업 등을 제시한다. 이들 침체된 산업에 활력을 다시 불어넣는 도구이자 산업의 활성화와 육성을 위한 고양시 전략산업의 플랫폼으로서 마이스산업을 활용할 수 있을 것이다. 마이스 행사를 통해 지적자산과 네트워크 가치가 발생하며, 산업과 비즈니스 가치가 발생할 수 있다. 이에 따라 고양시 전략적인 행사 개최 방안 마련과 관리로 마이스 개최 유산 창출을 위한 대책 마련이 필요하다.

셋째, 마이스산업체 측면에서 마이스산업과 관련 지원시설을 육성해 나가는 방안 마

련이 필요하다. 고양시 마이스산업체 현황을 살펴보면 국제회의복합지구로 지정된 타 도시에 비해 회의업의 성장이 소폭 하락된 것으로 나타난다. 고양시에서 마이스산업 생태계 구축을 목적으로 사업을 수행하고 있으며 창업육성센터도 운영하고 있으나, 고양시라는 브랜드를 달고 지속적인 생명력을 갖기에는 한계가 있다. 그와 함께 기업 친화적인 환경이 아니며, 다양한 사업을 펼치기에 과도한 행정절차가 기업을 기다리고 있어 고양시에서 사업체를 꾸리고 사업을 해 나가기가 쉽지 않다는 인식이 자리 잡고 있다. 침체한 고양 마이스산업의 회복과 도약을 위해 공공부문과 민간부문이 서로 중요성을 확인하고 지속가능한 가치와 연대 의식 강화가 필요하다.

마지막으로 접근성 측면에서 고양시의 거리적 접근성과 심리적 접근성을 줄이려는 노력이 필요하다. 국내 최대 전시장 보유, 국제회의복합지구, 관광특구, 전시문화특구 등 고양시를 지칭할 수 있는 주요 타이틀을 획득하기 위해 선도적인 역할을 수행해 온 것은 분명하다. 그러나 도시 인프라 측면에서 시설과 교통, 숙박, 위락시설 등의 균형이 잡혀 있지 않으며 특히 마이스 행사를 개최하는 데 숙박과 접근성이 킨텍스의 최대 약점으로 꼽힌다. 이 같은 부분을 해결하기 위해 고양시는 GTX-A노선과 트램을 조성하여 물리적인 연결성을 강화하겠다는 의지를 보이고 있으나, 트램의 경우 아직까지 계획이 확정적이지 않으며 선결되어야 할 문제가 있는 것으로 나타난다. GTX-A의 경우에도 ‘GTX의 역설’⁷⁾ 우려도 존재하여 킨텍스 물에 관한 아이디어도 거론되고 있는데, 이를 통해 상권을 조성하기 위해서는 코엑스몰처럼 1년 내내 유동 인구를 유입시키는 시설을 마련할 계획과 방안의 강구가 시급할 것이다. 이는 환경적 마이스 개최 유산을 위해서라도 필수적인 일이다.

킨텍스뿐만 아니라 ‘고양시’라는 지역이 서울에서 편리하게 접근하기에는 애매하다는 심리적 거리감 또한 자리 잡고 있다. 이에 따라 앞서 언급된 GTX-A를 활용한 물리적인 교통편의를 제공하는 방법도 있지만, 고양시의 매력 요소 또는 볼거리를 확장하는 방안을 통해 심리적인 거리감을 낮추는 방안도 필요할 것으로 여겨진다. 가령 고양시 행사 방문객을 대상으로 국제회의복합지구 일대 다양한 관광 프로그램 연계로 일대에서 시간

7) GTX가 유동인구를 늘리기보다 지역 거주민의 생활권을 강남 등 서울 도심으로 쏠리게 하는 역효과(연구자 주)

을 보내고 서울로 다시 돌아가는 방안 등을 고민해야 할 것으로 보인다.

고양시가 2013년 「고양시 마이스산업 육성에 관한 조례」를 제정한 이래 2022년은 9년 차에 접어들고 있다. 이제는 고양시의 마이스산업이 어떤 모습이며, 현재 어떤 상황과 위치에 처해 있는지 객관적인 분석이 필요하다. 이런 분석을 통해 향후 발생할 수 있는 불안정한 상황에 대비하고 새로운 상품과 가치를 만들어 내는 방안 마련이 필요하다. 산업적, 경제적, 사회적, 환경적 측면에서 고양시의 마이스 개최 유산을 어떻게 만들어 나갈 수 있는지 그 전략을 수립하고, 향후 무엇을 전략적으로 남겨갈 것인지 그 방향성도 계속 고민해야 할 것이다.

제 4 장

국내외 마이스 개최 유산 창출 사례

제1절 개요

제2절 국내외 사례 분석

제3절 시사점

제절 개요

1. 국내외 사례 분석 개요

고양시 마이스 개최 유산의 관리 방안과 유산 창출 과정을 도출하기 위해 국내외 사례를 살펴보았다.

국내 사례로는 산업 중심으로 마이스 개최 유산을 창출하고 있는 사례라고 손꼽히는 대구의 사례 중 2019년 개최된 세계뇌신경과학총회(IBRO 2019)를 선정하였다. 해외 사례로는 마이스 개최 유산 창출을 위한 전략을 토대로 행사를 개최, 운영한 사례인 2022 세계물대회(코펜하겐 개최)와 2021 유럽 방사선 요법과 종양학회(마드리드 개최)를 토대로 제시하였다.

분석 방법은 선행연구에서 도출된 마이스 레거시 개최 유산의 네 가지 차원(산업적, 경제적, 사회적, 환경적)을 토대로 각 지역의 행사가 도시에 미치는 영향과 가치를 분석해 보고자 하였다.

[표 4-1] 국내외 사례 분석 개요

도시	행사명	산업 분야
대구	2019 세계뇌신경과학총회(IBRO 2019)	의료
코펜하겐	2022 코펜하겐 세계 물대회 & 전시회(IWA 2022)	물
마드리드	2021 유럽 방사선 요법과 종양 학회(ESTRO2021)	의료

〈자료〉 연구자 재구성

제2절 국내외 사례 분석

1. 대구: 2019 세계뇌신경과학총회

1) 대구시 마이스 개최 유산 창출 관리 방향

대구에서는 대구컨벤션뷰로를 중심으로 대구 신성장 ‘5+1산업(물, 의료, 미래형자동차, 에너지, 로봇, 스마트도시)’을 활용한 비즈니스 이벤트 도시로서 마케팅에 힘을 쏟고 있다. 2020년 3월 엑스코와 경북대학교, 대구유통단지 일대가 국제회의복합지구로 선정되면서 그 일대와 산업적 장점을 적극 활용하여 비즈니스국제회의복합지구를 구축해 나가고 있다. 국제회의복합지구를 통한 비즈니스의 기획, 네트워크의 연결로 지속가능한 비즈니스 창출을 위해 대구 비즈니스 이벤트 레거시 관리를 통한 지속적인 사업 유치와 도시 브랜딩을 강화해 나가고 있다. 특히 국제회의복합지구 사업을 시작으로 “왜 대구인가?”라는 비즈니스 중심의 핵심 가치를 마이스 개최 유산의 스토리로 엮어 전달하는 데 초점을 맞추고 있다.

대구컨벤션뷰로는 출범 당시부터 경제 활성화를 목표로 하여 산업의 육성과 발전 수단으로 활용되고 있으며, 이러한 목표를 적극적으로 활용하여 대구시의 산업특화 비즈니스 이벤트 모델을 구축해 나가고 있다. 국제회의와 비즈니스 이벤트를 중심으로 한 행사 유치와 개최로 지역특화 산업과 지역 마이스산업의 발전, 지역경제에 크게 기여하고 있다.

2) 2019 세계뇌신경과학총회

(1) 세계뇌신경과학총회 개요

1982년 스위스 로잔에서 처음 시작된 세계뇌신경과학총회는 4년마다 전 세계를 순회하며 개최되는 뇌신경과학 분야의 최고 권위를 자랑하는 학술회의이다. 아시아에서는

1995년 일본에 이어 2019년 대한민국 대구에서 두 번째로 개최되었으며, 2023년 스페인 그라나다에서 열한 번째 행사가 개최 예정이다.

국제뇌과학기구인 IBRO는 전 세계 뇌신경과학학회와 협력하여 행사를 개최하는데, 이를 통해 신경과학 분야를 홍보하고, 관련 분야 연구의 인식을 제고하며, 연구원, 학생, 교수 등 주요 이해관계자 간 협력을 촉진하기 위한 목적으로 개최된다. 행사는 도움이 필요한 지역에서 뇌신경과학을 발전시키는 것을 목표로 매년 전 세계의 지역을 순회 개최하여 경제적으로 어려움을 겪고 있는 연구자가 총회에 참여하여 자원을 공유하고 역량을 강화하는 기회를 제공한다.

(2) 2019 세계뇌신경과학총회 주요 프로그램

2019년 세계뇌신경과학총회는 스페인과 중국 간 치열한 경쟁 끝에 대구로 유치되었다. 2019년 9월 21일부터 25일까지, 92개국 4,385명이 참가하여 세계뇌신경과학총회 개최 이래 대구 엑스코에서 역대 최대 규모의 행사로 치러졌다.

총회는 한국뇌신경과학회, 한국뇌연구원이 공동으로 주관하고 국제뇌과학기구(IBRO), 아시아오세아니아 뇌신경과학연맹(FAONS)이 공동으로 주최하여 개최되었다. 총회에서는 다양한 프로그램의 진행으로 뇌연구의 최근 동향 공유, 글로벌 협력 방안 논의 등이 이루어졌다. 노벨상 수상자를 포함한 11개의 초청발표가 이루어졌다. 40여 개의 심포지엄, 워크숍, 세미나, 전시, 포스터 세션 등 다양한 프로그램이 진행되었고, 1,733편의 뇌신경 관련 논문이 발표되었다. 그뿐만 아니라 미래 뇌과학도 양성과 교류를 위한 국제뇌과학경진대회(International Brain Bee), 젊은 연구자 양성 프로그램(YITP)과 함께 뇌과학을 통한 새로운 교육 방안을 논의하는 유네스코-WISET 교육 워크숍, 세계여성뇌신경과학자협회(WWN)세션 같은 행사도 함께 개최되었다.

3) 2019 세계뇌신경과학총회의 유치 과정과 유산

2021년 뇌과학총회의 유치 과정은 높은 경쟁과 그동안 관련 학회의 낮은 참여로 쉽지 않았다. 10여 개 후보국 중 최종 후보로는 중국의 상하이, 스페인의 그라나다가 물망에 올랐다. 특히 중국은 당국에서 뇌 연구에 막대한 예산을 투입하면서 급성장하고 있다

는 평가를 받고 있었고, 스페인은 노벨상 수상자를 배출하는 등 세계 뇌 연구 분야에서 선도적인 역량을 보유한 것으로 평가받고 있었다. 이 같은 한계를 극복하기 위해 대구시는 대구컨벤션뷰로와 함께 유치활동과 유치준비에 큰 공을 들였다. 대구시는 대구컨벤션뷰로와 함께 남미와 유럽 등 9개국 11개 도시를 방문하여 해외 유치활동을 펼쳤으며, 유치제안서와 발표자료 제작에 노력을 기울인 것으로 전해진다.

그 결과 총회를 대구시에서 개최할 수 있었고 세계적인 뇌과학자들의 한국과 대구에 관한 인식이 크게 변화하여 대구시가 글로벌 뇌연구 중심지이자 산업도시로 자리매김하는 데 이 행사가 크게 기여한 것으로 나타났다. 총회를 통해 세계적인 학자들이 대구를 방문하면서 한국의 뇌 연구 중심 도시로 대구가 자연스럽게 홍보되기 시작했고, 세계적인 뇌 연구 국가와 협력 관계를 강화하는 기회가 된 것으로 보인다. 지역 내의 산업 클러스터를 확장하는 데도 크게 기여한 것으로 나타났는데, 총회를 계기로 한국뇌연구원 2단계인 우뇌 연구동과 실용화센터 건립이 확정되었다. 또한 총회 직후 정부의 ‘뇌지도 구축 및 융합 챌린지 프로젝트’ 예산 130억 원을 확보하였으며, 국가 뇌 연구 사업도 주도하게 되는 계기가 되었다.

[표 4-2] IBRO 2019의 유산

IBRO 2019의 유산	
1982년 뇌과학 총회 개최 이래 역대 최대 규모 기록 총 92개국 4,385명 참여, 총 1,733편 최신 연구 결과 공유 아시아오세아니아뇌신경과학술대회, 유네스코 국제교육국 포럼, 국제뇌과학이니셔티브 회의 등 다양한 국제기구 주최 회의의 동시 개최	
산업적	<ul style="list-style-type: none"> - 뇌지도 구축 및 융합 챌린지 프로젝트 예산 130억원 확보 - 지역 뇌 과학자가 국제 뇌과학기구와 아시아오세아니아뇌신경과학연맹 사무총장 선출 - 총 1,733편의 최신 연구 결과 공유, 지역 주요 인사의 해외 네트워크 구축과 인지도 상승 국제뇌과학이니셔티브의 한국 대표로 참여 - 2023 아시아오세아니아생리학회, 2026 세계신경재활학회 등 관련 분야 국제학술대회 유치에 직접적 기여
경제적	<ul style="list-style-type: none"> - 전시 참여 지역 바이오 이미징 솔루션 업체가 총 20여개 연구기관과 주문협업의 진행성과 등의 지역업체 제품 홍보 및 수출 기회 마련
사회적	<ul style="list-style-type: none"> - 세계적 뇌과학자들의 한국과 대구에 대한 인식 증가 - 대구에 대한 외국인 호감도와 추후 관광 마이스 참가 목적 재방문 의사 대폭 증가 - 국내 뇌과학 대중적 인지도 제고
환경적	<ul style="list-style-type: none"> - 한국뇌연구원 2단계 우뇌동 및 뇌연구실용화센터 건립 주요 명분 획득(사업비 527억 원)

<자료> 대구컨벤션뷰로 웹사이트(<http://www.daegucvb.com>)를 토대로 연구자 정리

2. 코펜하겐: 2022 코펜하겐 세계 수자원전시회

1) 코펜하겐 마이스 개최 유산 창출 관리 방향

덴마크는 비즈니스 관광을 위하여 국가개발협회인 ‘Meet Denmark’를 2015년 설립하였다. 이는 비즈니스 산업 및 재무부(Ministry of Business Industry and Financial Affairs)와 덴마크의 주요 관광 목적지 컨벤션뷰로 4곳(Copenhagen Convention Bureau, Destination Nord, Destination Fyn, VisitAarhus Convention Bureau)의 협력을 통해 마이스 목적지로서 덴마크를 알리고, 비즈니스 이벤트의 혁신과 지속성을 높이기 위한 다양한 활동을 수행하고 있다. 특히 행사 개최를 통해 발생하는 가치를 확장하여 지속적으로 덴마크와 코펜하겐 내에 마이스 행사를 유치하기 위해 노력하고 있으며, 이를 알리기 위해 마이스 개최 유산과 주최 효과에 관한 연구를 진행하고 있다.

이러한 국가적인 마이스산업의 방향성에 더하여 코펜하겐컨벤션뷰로는 2018년부터 ‘코펜하겐 마이스 개최 유산 실험실(Copenhagen Legacy Lab)’을 통해 코펜하겐에서 개최된 국제회의와 행사를 지역민, 비즈니스와 산업 관련 이해관계자와 연계하여 장기적인 가치를 창출하기 위한 이니셔티브를 진행하고 있다. 협회와 주최자의 비전과 목표에 따른 행사 개최 유산의 목표를 설정하고, 그에 따른 결과를 끌어낼 수 있는 행사 계획, 성과 측정, 공유 솔루션을 제공한다.

한편 2019년 코펜하겐은 세계 최초의 녹색관광기구¹⁾로 인증받았으며, ICCA 글로벌 목적지 지속가능성 지수에서 2위를 차지하였다. 지속가능한 관광과 행사 개최를 통해 유엔 지속가능발전목표(SDGs)에 기여하기 위해 지역의 전략 목표로 지속가능성을 추구하고 있다. 지속가능성 가이드를 마련하여 지역 내에서 보다 지속가능한 이벤트를 개최할 수 있도록 가이드를 제공하고 있다.

¹⁾ 코펜하겐은 25년 전 그린카인증서를 만드는데 참여했으며 현재 55개국 2900개의 관광조직이 포함된 HORESTA의 녹색관광단체 인증을 받음

2) 2022 코펜하겐 세계수자원전시회

(1) 세계수자원전시회 개요

세계 수자원전시회를 주최하는 국제물협회(IWA: International Water Association)는 지금으로부터 75년 전인 1947년에 결성된 IWSA(International Water Supply Association)와 1962년, 1965년에 설립된 IAWPR(International Association of Water Pollution Research) 등 2개 주요 전 세계 전문·기술 물 협회로 거슬러 올라간다. 1980년 IAWPR는 국제 수질 오염 연구 및 통제 협회(IAWPRC)로 이름이 바뀌었고 1990년에는 국제수질협회(IAWQ)로 다시 발전했다. IWA는 IWSA와 IAWQ의 합병으로 1999년에 설립되었다.²⁾

오늘날 세계가 직면한 심각한 물 문제는 전례 없는 글로벌 대응이 필요하며, IWA는 전 세계 140개국에 위치해 있으며, 현명한 세상을 만들기 위해 노력하는 최대 규모의 물 전문가 국제 네트워크를 형성하고 있다.

세계수자원전시회(IWA Water Congress & Exhibition)는 100여 개국 6,000명의 물, 환경 관련 전문가를 중심으로 과학, 기술 혁신의 새로운 동향을 배울 수 있는 기회를 제공한다. 100여 개국의 물 전문가들이 모여 물과 환경 분야의 혁신적인 기술과 최신 동향을 나누는 장이다. 물과 환경 분야에서 사람들의 네트워킹의 장을 제공하는 이 전시회는 오염된 하천을 대규모로 정화하는 시스템, 새로운 정책과 규정, 공공과 민간의 파트너십, 물과 환경 분야에서 성공 사례를 벤치마킹할 수 있도록 도와준다. 총회, 주요 기조 연설자, 공개 토론, 프레젠테이션, 포스터 세션, 최신 기술 소개, 새로운 문제 관련 논의, 리더십 포럼과 워크숍을 통해 집단적 지식과 노하우를 공유한다.

세계수자원전시회는 새로운 기술과 혁신, 모두가 창의적인 교류를 할 수 있는 장소로서 전 세계 물 관리의 발전에 기여하는 다양한 영역에서 활약하는 전문가가 하나의 정돈된 플랫폼으로 활용하고 있다.

²⁾ IWA웹사이트(<https://iwa-network.org/iwahistory/>)(검색일 2022.11.11.)

(2) 2022 덴마크 코펜하겐 세계수자원전시회 주요 프로그램

2021년 덴마크 코펜하겐에서 개최 예정이었던 세계 수자원전시회는 코로나19로 인하여 행사가 지연되어 2022년에 개최되었다.

세계수자원전시회(IWA World Water Congress & Exhibition)는 물의 순환과 관련한 모든 것을 다루는 물 전문가를 위한 글로벌 행사이다. 의회는 도시와 국가를 순회하기 때문에 각 행사는 지역의 특정 관심사에 특별히 중점을 둔다.

덴마크 코펜하겐에서 개최된 이번 행사는 지속가능발전목표(SDGs)에 관한 물 부분의 진행 상황을 보고하고, 물과 위생에 전념하는 SDG 6에 중점을 두었다. 또한 17개의 글로벌 SDGs 모두와 물이 얽힌 관계를 강조하고 탐구하였다. 디지털 경제, 스마트하고 살기 좋은 도시, 기업가 정신과 혁신 확산, 기후변화 적응, 지역사회와 고객 참여, 지속가능성에 중점을 둔다.

본 행사는 크게 포럼과 세미나 부분, 전시회로 나뉜다. 세부 프로그램으로 SG 리더스 포럼, IWA 고위급 정상회담, 지하수 포럼, 떠오르는 물 지도자 포럼, 산업용수 사용자 포럼, 유틸리티 리더 포럼, 혁신가 플랫폼, 수도 규제자 포럼, 프라임워터 회의, 비즈니스 포럼, 전시회, 어워즈 등이 주요 프로그램으로 구성되어 있다.

SG(Specialist group) 리더스 포럼은 IWA 사무국의 가용 자원을 최대한 활용하여 커뮤니케이션 전략과 소외된 부문, 지리적 지역 목표 지원 활동을 통해 구성을 더 잘 참여시킬 방법을 논의하는 자리이다. 전문가 그룹 리더가 참여하여 과학, 기술, 관리 주제 등을 논의한다. IWA 고위급 정상회담에서는 덴마크 환경부, 외무부와 협력하여 국제 물 협회, 덴마크 물 및 폐수 협회, 코펜하겐시, P4G(Partnering for Green Growth and the Global Goals 2030), 덴마크 산업연맹이 주최하며, 장관, 시장, 정치인, 정책입안자들이 정상회담에 참가한다. 2022년 ‘기후화 SDGs에 대한 행동의 핵심으로서의 물’이라는 주제로 이루어졌다.

전시회 또한 1만 명 이상의 물 분야 전문가가 참여하며 지난 대회 전시회는 252개 전시업체 참여, 9,815명의 참가자(그중 75%가 의사결정자), 462개의 프레젠테이션이 이루어지는 등 명실상부한 물 분야 대표 전시회로 자리매김하고 있다.

3) 2022 덴마크 코펜하겐 세계수자원전시회 유산

총 130여 개국에서 과학자, 연구자, 관련 산업 기업 10,000여 명이 집결하여 다음과 같은 목표를 설정하였다.

- 목표 1. 전 세계 가능한 최고의 물 관리를 위해 선도적인 덴마크의 지식과 솔루션을 공유한다.
- 목표 2. 물, 도시 관련 SDGs의 국제적 이행을 지원한다.
- 목표 3. 인재 영입으로 물산업이 지속적으로 발전할 수 있게 보장한다.
- 목표 4. 물 분야의 혁신을 위한 촉매제 역할을 한다.

그 결과 102개국이 참여하고, 약 500편 이상의 연구 결과가 공유되었다. 그리고 300여 개 전시부스가 마련되고, 160여 개 테크니컬 세션 등이 진행되었다.

산업적 측면에서 고위급 정상회담을 통해 주요 기관과 공동 ‘Water Vision 2025’의 동의를 이끌어 내는 성과를 거두었다. 또한 2030년까지 물 부문의 탄소중립에 기여한다는 덴마크의 정치적 목표를 수립하였고, 이러한 행사 개최 전후 시기에 지식을 공유할 수 있는 소셜미디어 플랫폼을 구축하고, 백서를 발행하였다. 이와 함께 리더스 포럼을 개최하여 새로운 지식을 공유하고 전달하여 확산시키고자 하였다. ‘Physical Water Solution’ 쇼케이스를 비롯하여 세계 워터캠프, 물 리더스 포럼, 스타트업 마스터클래스 등 다양한 프로그램을 통해 네트워크를 구축하고 인재를 양성하는 유산을 일궈 냈다.

사회적으로 덴마크의 지속가능성에 초점을 둔 신기술을 홍보하여 국제적인 인지도가 증가하였으며 SDGs 지침에 적합한 더 나은 물 계획을 위한 가이드라인을 개발하는 환경적 유산 또한 거두었다.

[표 4-3] IWA 2022의 유산

IWA 2022의 유산	
총 130여 개국 10,000여 명(과학자, 연구자, 기업 등)	
목표 1. 전 세계 가능한 최고의 물 관리를 위해 선도적인 덴마크의 지식과 솔루션을 공유	
목표 2. 물, 도시 관련 SDGs의 국제적 이행을 지원	
목표 3. 인재 영입으로 물 산업이 지속적으로 발전할 수 있게 보장	
목표 4. 물 분야의 혁신을 위한 촉매제 역할	
→ 102개국 참여, 500편 이상의 연구결과 공유, 300여개 전시부스, 160여개 테크니컬 세션 등	
산업적	<ul style="list-style-type: none"> - 고위급 정상회담을 통한 주요 기관과의 공동 Water Vision 2025 동의 - 2030년까지 물 부분의 탄소중립에 기여한다는 덴마크의 정치적 목표 수립 - 회의 전후 지식을 공유하는 소셜 미디어 플랫폼 구축, 백서 발행, 리더스 포럼 개최 등으로 관련 새로운 지식 공유, 전달, physical water solution 쇼케이스 - 총회 이전부터 개최 이후 다양한 프로그램(세계 워터캠프, 물 리더스 포럼, 스타트업 마스터 클래스 등)을 활용하여 인재 양성, 네트워크 구축
경제적	- 현재까지 파악된 유산 없음
사회적	- 덴마크의 지속가능성에 초점을 둔 신기술 홍보로 국제적 인지도 증가
환경적	- SDGs 지침에 따른 더 나은 물 계획을 위한 가이드라인 개발

<자료> 코펜하겐 컨벤션뷰로 웹사이트 (<https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/association-congresses/cases-and-perspectives>)를 토대로 연구자 정리

3. 마드리드: 2021 유럽 방사선 요법과 종양학회

1) 마드리드 마이스산업 정책 방향

코로나 이후 행사를 통해 발생하는 가치 인식 성장과 지역사회에 미치는 영향의 인식이 증가하면서, 마드리드컨벤션뷰로도 새로운 가치를 활용하여 산업 전략을 도출하고자 하는 시도를 하고 있다.

마드리드컨벤션뷰로는 2021년 관광국과 협력하여 ‘우리과 함께 유산을 위한 플랫폼(Platform for Legacy with US, PLUS)’을 만들었다. 마이스 행사를 통해 창출되는 전통적인 성과인 경제적 효과를 넘어 목적지 내에서 나타나는 지식 공유, 도시 브랜드 향상, 외부 투자, 인재 유입, 학문적 연구의 증가, 비즈니스 창출 등 다양한 가치를 인지하고 행사를 통해 창출되는 긍정적이고 장기적인 효과를 측정하기 위하여 다양한 방안을 제공한다. 첫째, 지속가능한 기준에 따라 행사를 개최하고 서비스를 제공할 수 있도록 지속가능성 리포트를 제공한다. 둘째, 행사 주최자가 행사 개최 시 이벤트 개최 유산과 장기적인 효과를 도출할 수 있는 전략을 지역 NGO, 협회, 기관 등(기부, 건강, 문화, 사회적 포용, 환경 등의 분야)과 함께 세울 수 있도록 정보를 제공하고 있다. 셋째, 행사 개최 후 탄소발자국을 측정할 수 있도록 관련 가이드라인을 제공한다. 마지막으로 친환경 자원에 대한 데이터베이스를 제공하여 행사 개최 시 친환경 서비스와 제품을 이용하여 친환경적인 영향을 가져올 수 있도록 가이드를 제공한다.

2) 2021 유럽 방사선 요법과 종양학회

(1) 유럽 방사선 요법과 종양학회 개요

1980년에 설립된 유럽방사선치료종양학회(ESTRO: European Society for Radiotherapy and Oncology)는 암의 다양한 치료에서 환자 치료를 개선하기 위해 방사선종양학의 모든 측면을 발전시키는 비영리 과학 조직이다. 유럽 안팎에 6,500명 이상의 회원이 있는 ESTRO는 방사선 종양 전문의, 의학물리사, 방사선생물학자, RTT(방사선 치료사), 광범위한 종양학 커뮤니티 같은 모든 방사선 종양 전문가의 일상 업무를 지원한

다. 비영리 과학 조직인 ESTRO의 사명은 모든 측면에서 방사선 요법(방사선종양학이라고도 함), 임상종양학과 방사선 요법, 방사선 기술과 방사선생물학에 적용되는 물리학을 포함한 관련 주제를 육성하는 것이며, 임무를 완수하기 위해 ESTRO는 다음과 같은 활동을 수행한다.

- 방사선 요법 및 임상종양학 교육 표준 개발 및 촉진
- 방사선 요법, 임상종양학 및 관련 주제의 관행 표준 홍보
- 모든 관련 분야의 과학 지식 교류 촉진
- 암 관리와 관련한 다른 전문 직업과 관련하여 방사선 요법과 임상종양학의 임상 전문성 강화
- 방사선 요법, 임상종양학과 관련 주제를 대표하는 국제, 지역과 국가 사회, 기관 간 협력 장려
- 방사선 요법, 임상종양학과 관련 주제의 연구개발 촉진

‘ESTRO 2021’은 2021년 8월 27일부터 31일까지 5일간 스페인 마드리드에서 개최되었다. 이 행사는 마드리드에서 직접 진행되었으며 현장에서 2,300명 이상의 참가자와 전체 기술전시회가 있었으며, 풍부한 기능의 온라인 플랫폼이 보완되어 추가적으로 1,700명의 참가자가 모든 강연을 실시간으로 팔로할 수 있었다. 2021 ESTRO는 국내외 학회와 많은 양해각서를 체결하고 갱신하면서 전 세계 종양학과 방사선요법학회 간 상호작용을 강화하였다. 또한 방사선종양학실무자문위원회(ACROP: Advisory Committee on Radiation Oncology Practice)는 방사선종양학 분야의 임상, 기술 가이드라인 개발을 위해 노력한 결과 유럽 내외 다른 전문 종양학학회를 포함하는 공동 다학제 가이드라인을 강화하는 등 학회가 남길 수 있는 무형적 유산에도 힘쓰고 있다.

ESTRO 2021은 ESTRO가 코로나19 확산의 어려운 상황에서 어떻게 새로운 아이디어를 제시하고 커뮤니티를 위한 가치를 창출할 수 있는 기회로 전환할 수 있었는지에 관한 훌륭한 사례가 되었다.

(2) 2021 유럽 방사선 요법과 종양학회 주요 프로그램

유럽 방사선 요법과 종양학회는 마드리드컨벤션뷰로와 행사 개최 유산 프로젝트를 추진하여 사업의 시작부터 행사를 통해 도출될 수 있는 가치를 함께 고민하고 있다.

2021 ESTRO는 4,120명의 참가자, 1,927개의 연구, 174개의 세션, 278명의 초대 강연자(현장 140명, 온라인 138명), 255회(현장 108회, 온라인 147회)의 구두발표가 이루어졌다. 코로나19 사태의 불확실성 속에서 하이브리드 형식의 운영은 최대한의 행사 접근과 함께 상호작용까지 가능하게 한 최적의 솔루션이었다. 또한 ESTRO는 퍼스트 무버로서, 팬데믹 이후 대규모 모임이 허용되자마자 현장 참여자를 환영한 최초의 의료협회였다는 데 의의가 있다.

ESTRO 2021에서는 전체 수상 강의, 심포지엄, 토론회, 임상시험 결과를 강조하는 논문과 최신 초록을 통해 방사선종양학의 최신 발전을 선보이고, 전문가에게 배울 수 있는 기회를 제공하였다. 또한 사전 회의 과정, 강의와 윤곽 세션을 통해 방사선종양학의 모든 분야에 관심 있는 다양한 교육 프로그램을 제공하였다.

2021년 ESTRO와 ECF(ESTRO Cancer Foundation)는 Varian 및 Elekta와 협력하여 고가치 방사선 요법에 환자 접근을 최적화하는 새로운 프로젝트인 VBHC(The Value Based HealthCare)를 시작하였다. 이 프로젝트의 목적은 지속가능한 의료시스템 내에서 방사선 요법의 혁신 가치를 평가하기 위한 도구를 제공하는 것이다. 이는 2012년에 시작된 ESTRO의 HERO(Health Economics of Radiation Oncology) 프로젝트에 포함되어 있으며, HERO 프로젝트의 맥락에서 방사선종양학의 가치 프레임워크 개발을 지원하기 위한 과학적 산출물 개발의 진행은 VBHC와 겐트대학의 과학적 협력으로 운영될 예정이다. 아울러 이 프로젝트는 3년 동안 진행되며 정책적 함의와 함께 방사선종양학에서 VBHC의 프레임워크를 제공할 것이다.

3) 2021 유럽 방사선 요법과 종양학회 유산

온라인 1,748명, 오프라인 2,372명 총 4,000여 명이 ESTRO 2021에 참여하였으며 약 1,900편의 최신 연구 결과를 공유하였다. 유럽 방사선 요법과 종양학회는 모두를 위한 최적의 건강을 통해 과학계, 공공행정, 시민사회에서 암과 방사선 관련 인식을 높이고

관련 기술의 혜택을 누릴 수 있도록 하겠다는 목표를 수립하고 2022년 1월부터 3년간 성과를 측정한다.

정치인의 인식 제고를 통해 RT 인력 확충을 위한 정치적 활동을 촉구하였으며, 최신 연구 결과의 공유, 플랫폼 개발과 방사선 요법 캠페인을 통한 양질의 정보를 공유하여 관련 이해관계자의 인식을 증대하는 산업적 성과를 거두었다. 펀딩을 통해 3억 유로(약 4,110억 원, 2021년 8월 기준) 상당의 시설을 도입하고, 암 환자를 위한 7억 유로(약 9,590억 원, 2021년 8월 기준)의 경제적 유산을 창출하였다. 방사선 요법의 부정적인 인식을 경감하여 방사선 요법 인식 개선에 앞장섰으며, 지역주민의 대중적인 방사선종양학 인지도 제고에도 기여하였다. 앞서 기술한 펀딩을 통한 시설 도입을 비롯하여 방사선 장비 시설과 인프라 확충 같은 환경적인 측면의 성과도 거두었다.

[표 4-4] ESTRO 2021의 유산

ESTRO 2021의 유산	
4,000여 명 참여(온라인 1,748명, 오프라인 2,372명, 개최지 선정 시 6,000명 예상) 총 1,900여 편의 최신 연구 결과 공유 목표: 모두를 위한 최적의 건강을 통해 과학계, 공공행정, 시민 사회에서 암과 방사선에 대한 인식을 높이고 관련한 기술의 혜택을 누릴 수 있도록 함 → 2022년 1월부터 3년간 성과 측정	
산업적	<ul style="list-style-type: none"> - 정치인의 인식 제고와 RT 인력 확충을 위한 정치적 활동 - 총 1,900여 편의 최신 연구 결과 공유, 플랫폼 개발(inforadioterapia.com 사이트 출시)과 방사선 요법 캠페인을 통해 양질의 정보 공유 - 관련 이해관계자의 인식 증대(정치인, 전문가, 환우, 학생 등)
경제적	<ul style="list-style-type: none"> - 암 환우를 위한 7억 유로의 경제적 유산 창출 (펀딩으로 3억 유로 상당의 시설 도입)
사회적	<ul style="list-style-type: none"> - 방사선 요법의 부정적 인식 경감으로 인식 개선에 기여 - 지역주민의 대중적 방사선종양학 인지도 제고
환경적	<ul style="list-style-type: none"> - 방사선 장비 시설과 인프라 확충

<자료> 마드리드 컨벤션뷰로 웹사이트(<https://www.esmadrid.com/mcb/en/news/estro-congress-2021-to-take-place-in-madrid/>); The Iceberg Legacies of business events (<https://www.the-iceberg.org/features/bestcities-global-forum-three-legacy-journeys/>)를 토대로 연구자 정리

제3절 시사점

국내외 사례를 토대로 살펴본 마이스 개최 유산을 창출하기 위한 시사점은 세 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 마이스 개최 유산을 고민하기 시작한 도시들은 마이스 개최를 통해 발생하는 가치를 어떻게 전략적으로 창출하며, 측정할 것인가 하는 부분을 중점적으로 고민하는 것을 살펴볼 수 있다. 행사를 통해 발생하는 가치는 단순한 방문객 경제 효과를 넘어 지역민에게 편리한 시설, 지역 산업의 혁신 생태계와 정책 마련, 인적·지적자산 창출, 사회적 인식 개선 등 사회 전반에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 코펜하겐컨벤션뷰로와 마드리드컨벤션뷰로는 마이스를 통해 언급된 다양한 가치를 창출하고 사회적으로 직면한 문제를 해결하기 위해 적극적인 해결사이자 조력자 역할을 수행하고 있음을 살펴볼 수 있었다. 마이스 개최 유산 창출을 위해 행사 개최 이전부터 지속적인 계획과 관리를 통해 방안을 수립하고 있음을 살펴볼 수 있다. 행사를 통해 발생하는 환경과 기후 영향을 최소화하는 한편, 광범위한 사회적인 가치의 창출을 극대화하고자 하며, 국제사회에서 국제협력을 위한 플랫폼 역할을 수행하고자 하는 것으로 나타난다. 사회적인 가치를 지속가능성, SDGs 등의 측면과 연계하여 가치창출의 목표로 삼고 있다. 이에 따라 가치를 지속적으로 창출하기 위해 많은 인적자원과 시간을 들여 전략 방향을 도출하는 시도를 계속 진행하고 있다. 측정 측면에서 살펴보면, 선행연구에서도 나타나는 바와 같이 이러한 부분은 정량적인 측정이 쉽지 않기 때문에 유산의 범주와 내용 관련 연구를 수행하여, 가이드라인을 제시하고 백서 또는 사례 연구 모음의 방식으로 정리하고 있는 점을 살펴볼 수 있다.

둘째, 마이스를 통해 실질적으로 지역 산업을 어떻게 부흥시킬 것인가에 초점을 맞추고 있다. 앞선 사례에서 살펴본 바와 같이 상당수 국가의 재무부 또는 도시개발, 산업개발 관련 기관과 함께 사업을 수행하고 있는 것을 살펴볼 수 있다. 이는 마이스산업은 더는 관광의 영역으로만 바라보지 않으며, 산업적인 측면에서 지역 산업 육성과 경제 활

성화의 전략적인 수단으로 활용되고 있음을 시사한다. 주요국은 전략적인 유산 계획 수립하에 비즈니스 행사가 개최되며, 그 결과 네트워크가 구축되고 정보 공유와 지적자산이 축적되는 과정이 이루어지고 있음을 사례를 통해 제시하였다. 일련의 과정에서 관련 주요 이해관계자와 지역사회에 기여하는 구조를 구축하고자 함으로써 더 많은 가치 창출의 기회를 만들고 다른 목적지와 차별화된 경쟁우위를 점하고자 한다. 여기서 중요한 부분은 지역 내의 비즈니스와 산업, 정부와 지자체, 마이스산업 관련 이해관계와 협력적인 관계 구축에 관한 부분이다. 앞서 선행연구에서 마이스 개최 유산은 의도될 때, 다시 말해 계획단계에서 긍정적으로 창출 가능하다고 설명하였으며 그 결과는 코펜하겐과 마드리드의 사례에서 살펴볼 수 있다. 마이스 개최 유산 창출을 위해 주요 비즈니스 관련 정부기관 간 협력을 토대로 사업을 추진하고 있으며, 본 사례연구에서는 언급되지 않았지만, 호주, 미국의 사례에서도 유사하게 나타나고 있다. 지속적으로 가치를 창출하기 위해서는 유산의 지속적인 관리가 필요하며, 실무적인 측면에서 지역 주요 산업 관련 이해관계자가 함께 노력하지 않는 한 가치 창출에 어려움이 있다. 따라서 고양시에서도 지역 내 산업 중심의 주요 마이스 행사 개최를 통해 지역 중심 산업 또는 성장 가능성이 있는 산업 촉매제로서 역할을 할 수 있도록 시정 전반에 걸쳐 정책적인 지원이 필요하다. 산업 차원에서도 지속적으로 정책입안자와 시정부 관련 부서의 관심이 필요하다.

셋째, 유산을 창출하기 위해 다양한 이해관계자의 협력이 중요하다는 것을 인식하고 있었다. 마드리드의 사례에서는 주최자가 나서서 행사 본연의 기능과 가치를 넘어 행사를 통해 개최지와 함께 지역사회 참여를 이끌어 낼 수 있는 가치를 만들어 나가하고자 하고 있음을 살펴볼 수 있었다. 이는 단순히 한 지역에서만 나타나는 것이 아니라 유럽, 북미를 중심으로 발생하고 있다. 해외 주최자가 이런 가치 창출의 과정에 개최지의 이해관계자가 동참할 것을 요구하고 변화해 가고 있는 상황에서 이 같은 트렌드를 이해하고 대책을 마련할 필요가 있다. 현재 국내를 비롯하여 고양시에서는 산업적으로 접근해야 하는 마이스산업의 특성과 가치에 관한 주요 이해관계자의 이해도가 높지 않아 어려움을 겪고 있다. 따라서 이해관계자의 역할 정립과 역량 강화를 위해서 먼저 시와 유관기관에 적절한 용어로 마이스산업의 가치 판단이 가능하도록 앞서 도출된 다양한 마이스 가치와 영향, 고양시 주요 행사의 마이스 개최 유산 창출 사례 등 적절한 정보의 제공이 필요하다.

제 5 장

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안

제1절 고양시 마이스 개최 유산 창출의
이슈 진단

제2절 고양시 마이스 개최 유산 창출을
위한 전략 방안

제절 고양시 마이스 개최 유산 창출의 이슈 진단

1. 개요

앞서 살펴본 바와 같이 마이스 행사 개최에 따른 사회적 가치 창출과 측정 필요성, 지역 산업 연계 필요성, 마이스산업에 관한 이해관계자의 높은 인식과 협업 필요성 등을 종합적으로 살펴보았을 때 마이스산업은 정책 의존도가 매우 높게 나타나는 것을 알 수 있다.

본 절에서는 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 전문적인 의견을 수렴하여 앞으로의 방향과 전략을 제시하고자 하였다. 본 연구에서는 주최자의 고양시 마이스 개최 유산의 정의, 마이스 개최 유산 창출을 둘러싼 고양시 마이스산업의 이슈와 문제점을 분석하고, 마이스 개최 창출 방안을 모색하기 위해 고양시 내부 주요 이해관계자(킨텍스, CVB 등), 학계 전문가, 주최자, PCO 등 13명을 대상으로 심층인터뷰와 서면 자문을 진행하였다.

이에 따라 주요 마이스 개최 유산을 창출하는 데 선결되어야 할 장애 요인과 이슈를 토대로 고양시 마이스 개최 유산 창출 방안을 도출하였다.

[표 5-1] 전문가 및 주요 이해관계자 의견조사 개요

MICE 관련 전문가	
일시	2021.07.~2021. 11.
대상	고양시 MICE 학계 전문가 및 실무 전문가 13인
목적	마이스 개최 유산에 대한 마이스 전문가 의견 수렴
진행내용	마이스 트렌드 및 개최 유산 창출 사례 개최 유산 창출을 둘러싼 고양시 마이스산업 이슈 및 문제점 고양시 마이스 개최 유산 창출방안 등

2. 고양시 마이스 개최 유산 창출 관련 이슈 진단

1) 고양시 마이스 개최 유산 인식 진단

본 연구에서는 선행연구의 마이스 개최 유산 즉, 마이스를 통해 창출되는 다양한 가치를 검토하여 그 차원을 살펴보았다. 그 결과 다음([표 5-2] 참조)과 같은 유산의 차원과 내용을 정리하였다. 마이스 개최 유산의 가치를 어떻게 인식하고 있는지는 앞으로 고양시에서 마이스산업의 전략을 어떻게 수립할지에 중요한 기준점이 됨에 따라 고양시 마이스 개최를 통해 지역 내에서 발생 가능한 가치를 어떻게 인식하는지 주요 이해관계자를 대상으로 인터뷰를 시행하여 의견을 수렴하였다.

[표 5-2] 본 연구에서 마이스 개최 유산의 차원

구성차원		내용
산업적	정책/거버넌스 강화	국제협력 기구 증가, 산업협력 노력 증가, 클러스터화, 거버넌스 확장
	지적 자산(정보 공유) 증대	신규 어젠다 제시, 신규 정보 확산, 생산 정보 공유
	인적역량 강화	관련 신규 창업, 관련 일자리 창출, 참가자 전문성 향상, 산업종사자 네트워크 확장
	비즈니스 이벤트 창출	관련 비즈니스 이벤트 창출
경제적	무역증진	무역 건수 증가, 무역 금액 증가
	투자유치	투자 유치 건수, 투자 유치 금액, 지역 신성장산업 발굴/육성
	경제성장	국가소득증대, 생산유발효과, 소득유발효과, 수입유발효과, 부가가치유발효과, 간접세유발효과
	일자리 창출	직접고용창출, 취업유발효과, 고용유발효과
사회적	생활수준 향상	삶의 질 향상
	지역주민 인식 개선	지역주민 의식수준 향상, 지역주민 국제화 의식수준 향상, 지역주민 참여 증대, 지역주민 자부심 향상
	지역 및 산업 인지도 제고	인지도 제고, 지역홍보마케팅 기회 증대
	정부서비스 개선	정부 정책 개선, 정부 서비스 개선, 공공복지서비스 증대
환경적	도시 인프라 개선	정보 인프라 개선 및 확충, 교통 인프라 개선 및 확충, 생활편의시설 인프라 개선 및 확충, 시설(메뉴) 인프라 개선 및 확충 등
	환경 보호 활성화	환경보호활동노력 증가, 탄소중립, 친환경 시설 마련 등

<자료> 연구자 작성

본 연구의 주요 이해관계자가 인식하는 마이스 행사를 통해 지역 내에서 창출되는 가치는 방문객의 증가에 따른 방문자 경제로만 인식하고 있기도 하지만 선행연구에서 제시하는 산업, 사회, 환경적 가치 또한 인식되고 있는 부분이라는 점은 염두에 두어야 할 대목이다. 그러나 주요 이해관계자 중심의 전문가 집단에서 행사를 통해 발생하는 가치를 폭넓게 생각하고 있지 않은 상황이 발생하고 있는 만큼, 지속적인 연구와 자료의 축적, 가치 인식 제고가 이루어져야 할 필요가 있다.

마이스 개최 유산 인식 관련 의견을 수렴하면, 산업적으로 킨텍스 일대의 방송영상밸리와 테크노밸리에 입주하게 될 산업을 고려하여 고양시가 자족도시로서 발전해 나가며 지역과 산업 인지도를 제고하는 데 크게 기여할 수 있을 것으로 여겨진다. 이에 마이스산업의 육성을 위하여 많은 행사를 개최하는 것도 중요하지만, 지역 산업 관련 행사가 지속적으로 개최될 수 있는 기반을 갖추 수 있도록 사업화해야 할 필요가 있을 것으로 보인다.

[표 5-3] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식

응답 내용	
관광을 통한 지역 경제 기여	“마이스를 통한 첫 방문 이후 순수 관광 목적의 재방문이 빈번하게 발생해요. 비즈니스를 통해 처음 방문했던 고양시의 일정을 재방문 또는 주변 지인에게 추천해 주는 계기가 되죠.” (주최자, 30대)
지역 경제 기여와 인지도 제고	“배후 숙박, 음식점, 카페 등의 매출 증대로 인한 지역 경제 활성화가 가능하고요, 지역 전시 관련 장치 및 서비스업 활성화가 가능해요. 고양시 이미지 제고에도 큰 영향을 미치고요.” (주최자, 50대)
산업적, 사회적 가치 인식	“마이스는 지역경제의 종합 예술이라고 생각해요. 기회의 장을 제공해 줌으로써 도시의 브랜드, 일자리 창출, 산업의 융복합, 정치적 효과까지 다각적인 방면으로 긍정적인 기능을 하죠.” (협회, 30대)
실제 창출되는 가치에 대한 국내 인식 미흡	“마이스 개최를 통해 도출되는 가치는 우리가 알고 있는 경제적 가치를 넘어 사회적인 가치의 영역까지 다양하죠. 해외에서는 SDGs와 연계해서 사회적인 가치를 비롯한 다양한 가치를 창출하고자 하고 있는데 국내에서 그런 이해까지는 어렵죠.” (학계, 40대)
산업적, 환경적 가치 인식	“마이스 개최를 통해 창출되는 가치는 무궁무진합니다. 우리 시 같은 경우는 마이스를 통해서 지역 산업에서 큰 성과가 있었고요. 이를 통해서 컨벤션전시시설이 확충되고 호텔들을 비롯해서 인프라 확충까지 이루어졌어요.” (CVB, 50대)
산업적 가치 인식	“산업을 알리는 데 마이스의 역할이 크긴 하죠. 관련해서 큰 행사가 킨텍스에서 개최된다면 산업적으로 성장하는 데 도움이 되긴 할 겁니다.” (지역 산업, 50대)

〈자료〉 연구자 작성

이러한 부분은 현재 고양시 마이스의 정책 방향이 달라져야 할 필요가 있다는 것을 의미한다. 현재 고양시에서는 전략산업과에서 마이스산업을 담당하고 있지만, 주요 전략 산업으로 마이스산업을 인식하기보다는 단순히 방문객 경제 측면에서 마이스산업을 바라보고 있다. 따라서 전략적인 산업 발전 수단이자 경쟁력 제고 수단, 즉 산업의 플랫폼 역할을 할 수 있도록 전략적인 계획을 수립하는 것이 적절할 것으로 보인다.

2) 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 선결 과제

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해 선결되어야 할 장애 요소와 주요 이슈를 분석한 결과 ①마이스 개최 유산 측정체계 마련 ②마이스 이해관계자와 지역주민의 인식 제고 방안 ③고양시 주변 부족한 콘텐츠와 산업 마련 방안 ④비즈니스 지원 방안 마련 등 4가지 요소로 정리되었다. 세부적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 마이스 개최 유산 측정 체계 마련

의견수렴 결과, 마이스 개최 유산 측정 체계 마련이 중요한 과제로 판단되었다. [표 5-4]에서 언급된 바와 같이 마이스 개최 유산 측정체계를 마련하는 것이 목적지 내 지속적으로 축적된 가치를 평가하고 관리하기 위해서 중요한 것으로 인식하고 있었다. 하지만 국내 상황에서는 마이스 개최 유산의 측정과 관리를 위해 필요한 자원의 투입 대비 효율성이 떨어지고, 실제 측정이 쉽지 않다는 점이 문제점으로 지목되고 있었다.

다소 한계가 존재하기는 하지만, 이러한 부분은 마이스산업 성장 측면에서는 기회 요인이라 여길 수 있는 부분이다. 그동안 상당수 국내 지자체에서 마이스의 직접적인 경제 효과에만 초점을 두고 마이스 정책을 추진하면서, 마이스 행사를 통해 발생하는 성과가 기대치에 미치지 못하는 상황이 왕왕 발생하였다. 그에 따라 도외시하던 마이스 행사의 ‘플랫폼’ 역할을 통해 발생하는 사회문화적인 가치와 측정의 필요성을 인식하기 시작하였다. 이러한 인식이 해외 주요 마이스 도시에서 발생하고 해외 주최자의 사회적 가치 측정 요구 또한 발생함에 따라, 글로벌 마이스 도시 경쟁력을 추구하는 고양시의 신속한 대처가 필요한 시점이라는 부분은 염두에 둘 필요가 있다. 따라서 특히 고양시 마이스

개최 유산을 관리, 측정하기 위한 ‘측정 가이드라인 수립-측정-기록 및 활용’의 구조가 확립될 수 있는 방안 마련이 필요하다.

[표 5-4] 마이스 개최 유산 측정 체계 마련의 필요성 인식

응답 내용	
모범사례로 활용 필요성	“고양시 산업과 연계하여 유산을 측정하는 연구가 이루어지는 것은 긍정적인 부분이에요. 지속적인 연구와 실제 적용을 통해 고양시가 마이스 개최 유산을 창출하는 모범사례가 되도록 할 필요가 있어요.” (학계, 50대)
측정의 필요성	“레거시는 파급효과라고 할 수 있는데 이것을 지속적으로 남겨야 해요. 후세대가 기억하게끔 만드는 핵심은 기록이에요. 긍정적인 효과에 대해 기록해야 하는데 거기에 대한 얘기는 안 해요.” (학계, 60대)
측정의 어려움	“유산을 측정하고 기록화하는 일은 정말이지 시간과 노력, 많은 자원이 들어가는 일이에요. 저희도 백서를 지역 교수님들과 함께 만들었고요. 그 이후 팔로업하는 게 쉽지는 않지만 필요한 작업이에요.” (CVB, 50대)
유산 창출을 위한 관리체계 마련 필요성과 측정의 어려움	“마이스 개최 유산은 의도되지 않은 것과 의도된 것으로 나눌 수 있어요. 의도된 부분은 지자체 정부의 의지가 정말 중요하고, 주최자와 정부의 어젠다도 중요해요. 이를 토대로 뷰로의 역량, 기반 인식, 자본 등 많은 자원이 집적되어야 마이스 개최 유산 창출이 가능하고, 창출됐다고 해도 정량적인 측정, 시스템 마련이 쉽지 않아요.” (CVB, 50대)

〈자료〉 연구자 작성

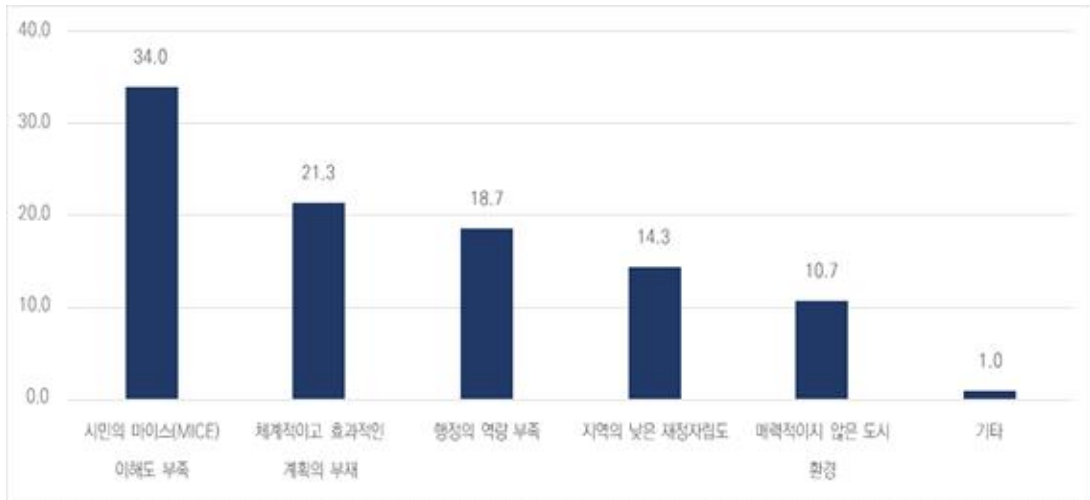
(2) 마이스산업과 지역주민의 인식 제고 방안

전문가들은 지역주민, 마이스 이해관계자의 전반적인 인식 제고 방안 마련이 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해 중요하게 해결해야 할 과제인 것으로 판단하였다([표5-5] 참조). 이는 고양시의 마이스산업과 비즈니스 인식과 이에 관한 시민의 인식이 다소 낮게 발생하는 데 대응해야 할 필요가 있음을 언급하는 것으로 판단된다.

지역주민의 긍정적인 인식이 확보되지 않는다면 사업 추진의 어려움이 발생하는 일이 빈번하게 발생하기 때문이다. 고양시의 경우, 킨텍스를 중심으로 한 국제회의 지원 시설이 도넛 모양을 형성하고 있으며 그 내부와 외부에 주거시설이 위치한 상황으로, 지역주민의 산업 관련 인식 강화가 다른 도시에 비해 강하게 요구된다. 이런 부분은 시민 인식 조사에서도 중요한 것으로 나타난다. 고양 국제회의복합지구 활성화 기본계획연구(2022)에 따르면, 킨텍스 일대의 마이스산업이 활성화하는 데 어려운 이유로 시민의 마

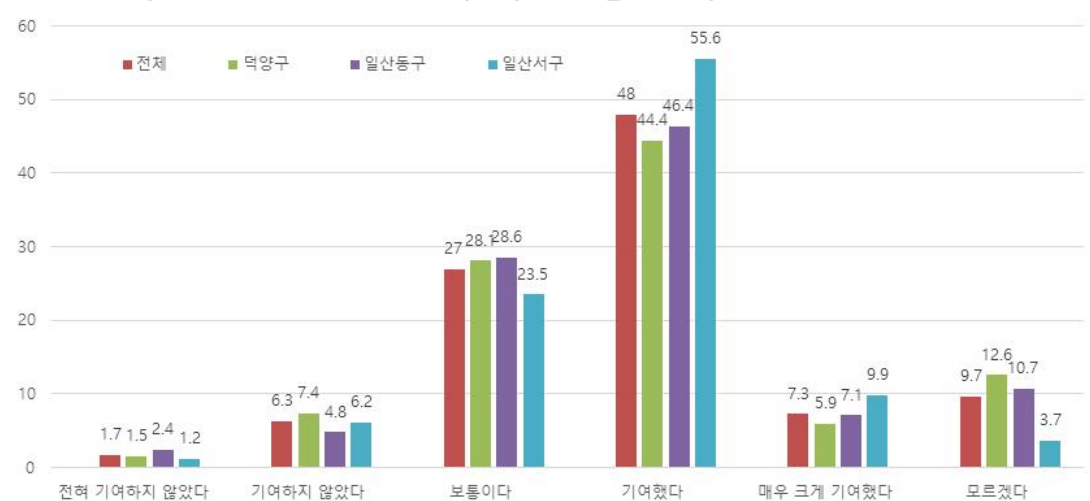
이스 이해도 부족이 전체의 34%로 나타나며, 체계적이고 효과적인 계획의 부재(21.3%), 행정 역량의 부족(18.7%)로 나타난다([그림 5-1] 참조). 이에 따라 최소한의 마이스와 관련한 시민의 인식 제고가 필요한 것으로 여겨진다.

[그림 5-1] 고양시민이 인식하는 킨텍스 일대 마이스산업 발전 저해 요소



〈출처〉 경기관광공사(2022), 고양 국제회의복합지구 활성화 기본계획 연구.

[그림 5-2] 고양시민이 인식하는 마이스산업의 고양시 경제/사회 발전 기여 정도



〈출처〉 경기관광공사(2022), 고양 국제회의복합지구 활성화 기본계획 연구.

[그림 5-2]에서와 같이 마이스산업의 고양시 경제·사회 발전에 기여한 정도는 긍정이 50% 이상으로 높게 나타나지만, 아직 기여 정도를 잘 모르는 시민 또한 전체의 10%에 해당한다. 이에 지속적인 인식 강화로 마이스산업의 인식 제고가 이루어질 필요가 있다. 따라서 이런 부분을 고려하여 시민의 인식을 높이려는 노력이 필요하다. 또한 고양시와 공무원의 마이스산업과 비즈니스 관련 인식을 강화하는 노력이 필요하다. 마이스산업은 계속 언급하는 바와 같이 비즈니스를 위한 플랫폼으로 활용될 수 있으며, 이는 곧 비즈니스 이해 없이는 산업 육성에 어려움이 따른다는 점을 방증하는 것이기 때문이다.

[표 5-5] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식

응답 내용	
지역주민과 산업 연계성 부족	“고양시는 지역 주민과 연계성도 굉장히 떨어져 있고, 도시의 자긍심이 떨어져요. 고양시에 강의가면 이구동성으로 킨텍스에 대한 부정적인 평가, 자기들과 연계성 부족 이런 걸 계속 얘기 하더라고요.” (학계, 60대)
지역 마이스산업 인식 강화 필요성	“클러스터 또는 이해관계자 협의회를 만들어서 그 사람들이 어떻게 하면 같이 이해를 끄집어낼 것인가 고민해야 합니다. 시나 뷰로가 중심이 되기보다는 산업계에서 중심이 돼서 이끌어 나가면 아이디어와 인식을 모을 수 있어요.” (협회, 60대)
공무원 마이스산업과 비즈니스에 인식 미흡	“고양시가 특례시이고 서울에 붙어 있음에도 불구하고 마이스산업과 비즈니스에 관한 인식이 많이 뒤떨어져 있어요. 그런 부분을 극복하는 길은 (기업이) CSR 차원에서 좀 접근을 하면 의미가 있을 것 같아요.” (학계, 50대)
마이스 특화 도시 캠페인 필요성	“고양시는 마이스에 특화된 도시로서의 이미지 메이킹, 캠페인을 대규모로 진행해야 한다고 생각해요. 킨텍스에 전시회를 참가하거나 관람 오는 수백만의 관람객, 참가기업, 시민에게 진행되는 마이스 특화도시의 캠페인이 있으면 매우 효과적으로 고양시에 대한 인식을 바꿀 수 있어요.” (주최자, 50대)

〈자료〉 연구자 작성

(3) 고양시 주변에 부족한 콘텐츠, 산업 구축을 위한 지원 방안 마련

고양시의 부족한 콘텐츠를 강화하고 사업 연계를 통한 콘텐츠를 마련하는 것이 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 선결과제로 인식되고 있었다([표 5-6] 참조). 결국 마이스산업은 다양한 이해관계자가 모여 정보를 창출하고 공유하는 공간의 역할이자, 콘텐츠를 전달하는 미디어 같은 역할을 수행하며, 지식경제를 창출하는 산업이기 때문이다.

현재 고양시는 킨텍스를 제외한 일부 산업 생태계 구축이 어려운 것으로 제기되고 있으며, 이처럼 부족한 인프라와 생태계 구축의 한계를 극복하기 위해 부족하지만 활용 가능한 부분부터 접근할 필요가 있다. 혁신적인 부분은 현재 할 수 있는 일을 하나하나 집중해서 하는 과정에서 문화와 트렌드가 되고, 그 결과 혁신이 이루어질 수 있기 때문이다. 이에 따라 고양시의 부족한 콘텐츠와 산업을 마련하기 위해서는 고양시 마이스산업의 정체성 강화와 함께 현재의 주요 공간을 연결하는 부분, 콘텐츠를 연결하여 활용하는 부분, 전략산업 연계 콘텐츠 개발 부분, 주요 방문 대상을 고려한 콘텐츠 개발 부분 등 콘텐츠 마련의 필요성을 심도 있게 논의할 필요성이 있는 상황이다.

[표 5-6] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식

응답 내용	
정체성 강화 필요	“고양시는 테스티네이션의 개념과 지역의 정체성 이런 것에 대한 부분이 좀 약한 것 같아요. 지역 정체성과 같은 것이 함께 가야하는데 좀 약해요. 상징적 브랜드라는 관점에서 접근해야 해요.” (학계, 60대)
주요 공간 연결사업 마련	“킨텍스에서 행사를 하면, 호수공원 일대에서 같이 맞춰서 해 줘야 해요. 가령 K뷰티박람회를 할 때 고양시 관광특구의 K뷰티 관련 페스티벌을 함께 진행할 수 있는 거고, 꽃박람회를 하면 그때 맞춰서 킨텍스도 그것과 관련한 전시회나 콘퍼런스를 해 줘야 하는 거죠. 같이 해야 하는 거지 여기 따로 저기 따로 하면 항상...” (학계, 50대)
주요 이해관계자와의 지속적인 네트워크 구축을 통한 사업 수행 필요	“마이스산업과 연계할 수 있는 방송영상밸리나 테크노밸리의 성공은 주요 관련 산업 부문의 민간부분과 함께 사업을 만들어 나가는 과정이 쌓여서 구축이 가능해요. 함께 만들어 나가지 않으면 콘텐츠를 채울 수 없어요.” (지역 산업, 50대) “콘텐츠 개발은 네트워킹 없이는 불가능하기 때문에 둘은 분리될 수 없어요. 지역과 국가를 막론하고 다양한 전문가들의 소통채널을 고양시에서 만들 수 있다면, 아시아 글로벌 마이스산업의 허브를 성공적으로 유지할 수 있지 않을까 생각해요.” (협회, 30대)
지역기업 연계 콘텐츠 마련	“해외 바이어들이 방문을 하면 참가기업과 함께 하는 프로그램 외에 기업 현장 방문 쇼케이스와 같이 해외 바이어들의 고양시 방문 자체가 고양시 홍보 콘텐츠가 되는 기획도 함께 진행하면 훨씬 다양성이 높을 것 같은데, 프로그램과 성과 연계 기획이 부족한 것 같습니다.” (협회, 30대)
주요 방문 대상을 고려한 지원 서비스 마련	“전시회 측면에서 바라보면 킨텍스에서 열리는 행사의 대부분이 해외 바이어 대상이 아니고 국내 대상이다. 고양시에서 각 전시회의 국내 참가기업 대상으로 숙박할인권, 지역화폐를 활용한 식음료 서비스 이용, 전시회와 연계된 관광상품 등 지역 경제에 직접적인 영향을 줄 수 있는 예산 지원을 한다면 파급효과와 시너지 이미지 제고에 도움이 된다고 생각한다.” (주최자, 50대)
전략 산업 연계 전시 콘텐츠 마련	“주요 전략산업으로 발전 가능성이 있는 분야의 전시, 행사를 최대한 유치해서 지역의 산업을 홍보할 필요가 있어요. 정책적으로 당겨 와서 여기에 주요 산업 관련 뭔가가 있다는 것들을 조금 알려야 하는데 전시는 가능해요. 대규모 전시 빼고는 인프라가 그렇게 구성돼 있지 않아서 어려울 것 같아요.” (지역 산업, 50대)

〈자료〉 연구자 작성

(4) 비즈니스 지원 방안 마련

마지막으로 [표 5-7]과 같이 고양시 내부에서 기업을 경영하기 편한 환경, 마이스 하기 좋은 환경을 만드는 것을 지원하는 것이 중요한 것으로 여겨진다. 유연하고 능동적인 사업 지원이 이루어지기 위해서 고양시가 다른 이해관계자와 ‘조력자’로서 관계를 형성하여 규제와 규범을 완화하는 역할을 수행하는 것이 중요하다고 생각하기 때문에 판단한다.

앞서 다른 국가의 사례에서도 살펴본 바와 같이 국제적인 마이스 행사를 유치하고 개최하는 것은 정책 의존도가 상당히 높으며, 지속적인 자원과 재정 지원을 유발한다. 현재 고양시에서 나타나는 바와 같이 지자체의 지원은 한계가 있으며, 자생력을 키우고 시장 원리에 따라 마이스산업이 성장하기 위해서는 현재 맞닥뜨리고 있는 규제와 규범을 풀어나갈 수 있는 능동적인 사업지원과 함께 기업을 경영하기 편한 환경을 갖추어야 한다. 따라서 고양시 마이스 개최 유산의 창출에 기여하기 위해서는 현재 상황을 면밀하게 검토하여 비즈니스 지원 방안을 모색해야 할 것이다.

[표 5-7] 주요 이해관계자 마이스 개최 유산 인식

응답 내용	
기업을 경영하기 편한 환경을 위한 지원 필요	“기업의 애로사항 해결도 중요하지만 기업을 경영하기 편하도록 도시의 편의성도 고려하여 접근하면 좋을 듯하다. 관내 우수 기업을 선발하고 그들의 의견을 수렴하여 사업 방안을 수립하여 관내 기업 방문객 초청이 편한 도시가 되어야 한다.” (30대, 주최자)
유연한 사업 수행 필요	“기업 초청 행사 시 인센티브 관광 행사를 대상으로 단체버스 지원사업 시행에도 관심을 가졌으면 한다. 적절한 예산을 사용하면 기업은 관내에서 행사를 마치려 할 것이고 그 효과 역시 관내 특구와 소상공인들이 누릴 수 있다. 또한 사업 신청 시 작성하게 되는 신청 내역은 기업 초청행사에 대한 정확한 정보가 집계되고 데이터베이스가 축적되어 활용할 수 있다.” (40대, 주최자)
행정 절차 부담 완화	“사업을 진행해 나가면서 복잡한 행정절차를 간소화할 수 있도록 도와줄 필요가 있어요. 과도한 행정의무와 부담으로 시와 도를 오가면서 절차를 밟는 게 너무 힘들어요.” (지역 산업/50대, 숙박업/30대)
능동적인 사업 지원 필요	“민간의 정부과제 지원 시 시의 적극적인 대응이 수반되어야 한다. 관련 예산 대응, 인프라 제공 등이 필요하며 조례 제정 등 정책적인 지원이 필요하다. 예산 지원이 가능하지 않다면 최소한의 필요한 자원을 해 주고자 하는 노력이 필요하다.” (지역 산업, 50대)
방문객 유형에 맞는 서비스 제공 필요	“고양시 차원의 공동 출입국 관련 서비스 지원, 숙박시설과 부가서비스 인프라 제공이 필요해요 (지역 산업, 50대)

〈자료〉 연구자 작성

제2절 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 전략 방안

1. 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안

앞서서 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 장애 요인 즉, 선결되어야 할 부분 네 가지를 살펴보았다. 본 절에서는 이를 중심으로 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안을 ①고양시 마이스 개최 유산 창출 체계 마련 ②주요 이해관계자의 인식 제고 ③고양시 주요 전략산업 간 연계 ④기업 불편 해소를 위한 지원으로 제시하였으며, 세부적인 내용은 다음과 같다.

1) 고양시 마이스 개최 유산 창출 체계 마련

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해 가장 중요한 부분은 고양시 내에 마이스 개최 유산 창출 체계가 갖춰져 있는지 하는 부분이다. 앞서 국내외를 중심으로 마이스 개최 유산의 중요성 인식이 높아지고 있으며, 그에 따른 마이스 개최 유산의 측정과 관리의 어려움 또한 언급되고 있는 것을 제시하였다.

이를 위해서는 고양시 차원에서 마이스 개최 유산 창출을 위한 모델 체계를 구축해야 할 필요가 있으며, 마이스 개최 유산의 측정과 관리를 위한 방법론이 마련되어야 할 것이다.

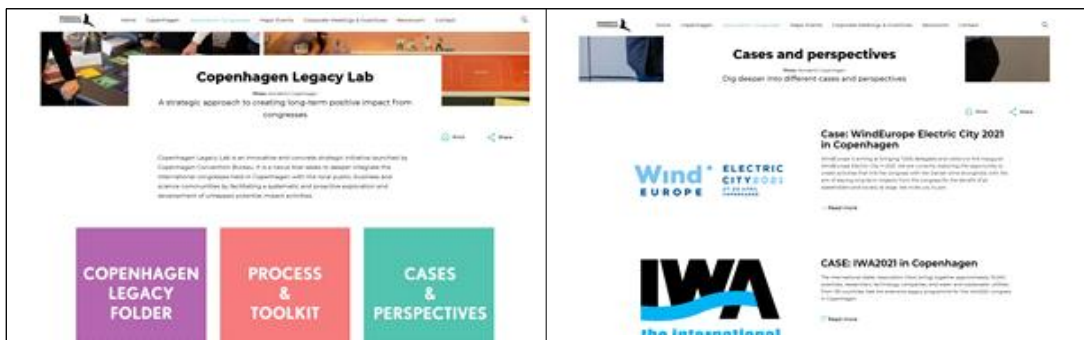
(1) 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 모델 마련

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 고양시 마이스 개최에 따라 지역 내에 발생한 가치를 창출하기 위한 가이드라인을 제시하고, 이를 측정하고, 활용과 관리를 위한 모델 마련이 필요하다.

앞서 살펴본 바와 같이 해외 주요 도시에서는 지역 내 마이스 개최로 발생 가능한

가치를 전략적으로 창출하기 위한 모델을 구축하고 있다. 가령 코펜하겐에서는 코펜하겐 레거시연구소(Copenhagen Legacy Lab)라는 전략적인 접근 방식을 구축하여 마이스 개최 유산 창출 모델을 도식화하고, 이를 통해 도출 가능한 사례를 정리하는 등 선도적인 역할을 수행하고 있다. 하지만 이처럼 가치 모델을 정립하는 데는 많은 시간이 소요되며, 지속적인 관리가 필요하다. 실제 코펜하겐의 사례에서도 마이스 개최 유산 창출의 필요성과 중요성을 토대로 유산 창출 과정을 제시하고는 있지만, 2개의 행사에 관한 개략적인 사례만을 제시하고 있으며 모든 행사의 사례를 홍보하고 알리지는 못하고 있다.

[그림 5-3] 코펜하겐 레거시 연구소 사례



<출처> 코펜하겐 컨벤션뷰로 웹사이트(<https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/association-congresses/cases-and-perspectives>) (검색일 2022.11.001.)

이를 해결하기 위해서 본 연구에서 제안된 마이스 개최 유산을 정리하여 유산 창출을 위한 가이드라인으로 활용할 수 있을 것이다. 그다음 고양시의 전략산업과 연계한 행사를 시작으로 그 행사의 유산을 측정하고, 그 내용을 정리하여 활용, 관리하는 방안이 필요하다. 현재 대구시의 사례가 전략산업과 연계하여 진행하고 있으며, 이 같은 사례를 차용하여 고양시의 사례를 만들어 갈 수 있을 것이다. 현재 마이스 행사를 통해 발생하는 가치를 고려하여 행사를 개최하는 방식이 해외 주최자를 중심으로 나타나고 있어, 앞으로 국제 행사를 유치하기 위해서는 이러한 요건에 적절한 방안이 수반되어야 한다.

이러한 모델 구축은 고양시와 컨벤션뷰로가 해결할 수 있는 부분은 아니며, 행사 주최자와 적극적인 협업이 필요하다. 행사 관련 데이터는 개인정보보호법과도 관련이 있지만, 민간 데이터의 경우 사업 관련 노하우가 축적된 자산이기도 하다. 따라서 현재 상황

을 해결하기 위해서는 킨텍스와 적극적인 협조가 필요하다. 킨텍스가 주최하는 행사의 성과를 정리하여 시에 제공할 수 있도록 하여, 그 결과를 고양시의 마이스 개최 유산 창출 사례로 활용할 수 있을 것이다. 이를 위해서는 킨텍스 또는 주최자의 인센티브 방안 마련도 염두해야 한다. 유산을 측정하는 데 시간, 비용 등 자원이 소비될 수밖에 없으므로 행사 개최 시 일정 부분의 예산 비용을 지원하여 유산을 측정하는 방안 마련을 고려해야 할 것이다. 고양시의 모델 구축을 위해 주요 전시 행사를 대상으로 유산 측정 모니터링을 시행해 볼 수 있을 것으로 여겨진다.

(2) 고양시 마이스 개최 유산 측정 방법론 마련

마이스 개최 유산을 측정하기 위해서는 측정 방법론 마련이 중요하지만, 모두가 인정하는 객관적 기준 마련에 어려움이 존재한다는 것이 선행연구와 사례, 전문가 의견을 통해 제기되었다. 행사가 추구하는 마이스 개최 유산 목표에 따라 그 결과가 다양하게 나타나기 때문에 모든 행사에 동일한 방법론을 적용하기는 어렵고, 실제 측정에서도 정량적 측정이 어렵다는 부분도 객관적 기준 마련의 장애 요인으로 작용한다.

고양시만의 마이스 개최 유산 측정을 위한 객관적인 기준 마련을 위해서는 전문가 협의를 토대로 충분한 의견 수렴을 통해 고양시의 개최 유산을 측정하는 방법론을 수립하는 것이 중요하다. 이러한 부분을 실제 적용하는 데 고양시와 고양컨벤션뷰로에게는 기회라고 할 수 있다. 현재 보유한 산·학·연 업무협약을 활용하여 전문가와 학계를 통한 의견 수렴이 가능하기 때문이다.

[그림 5-4] 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 업무협약 및 관련 연구



<출처> 고양컨벤션뷰로 웹사이트(<http://korean.goyangcvb.com/archivepds>) (검색일 2022.11.001.)

현재 전문 협단체와 대학교 간 협업을 통해 지속적으로 고양시 마이스산업과 관련한 전문적인 연구를 수행하고 있어 이들을 적극적으로 활용할 수 있다. 그와 함께 국제사회에서 사용되는 지표를 마이스 개최 유산 측정 지표로 활용할 수 있을 것이다. 그동안 고양컨벤션뷰로는 글로벌 마이스 목적지로 도시브랜드를 창출하기 위하여 매년 지속가능 마이스 목적지 지표(GDS-I)를 측정하고 있으며, 그 외에도 지속가능성과 ESG 관련 가이드라인을 수립하고 있다. 이는 마이스 개최를 통해 창출되는 긍정적인 가치와 파급효과를 측정하기 위해 활용 가능한 부분으로 그 결과를 잘 정리하여 고양시 마이스 개최 유산의 결과로 적극적으로 홍보할 수 있을 것으로 여겨진다.

2) 주요 이해관계자 인식 제고

연구 결과 고양시 마이스 개최 유산을 창출하는 데 고양시 공무원과 지역주민의 마이스산업과 비즈니스 인식과 시민의 인식이 다소 낮은 수준으로 파악되었다. 이에 따라 고양시 마이스 개최 유산 창출에 관한 적절한 정보 제공을 통한 인식 개선이 필요하며, 일차리 창출로 경제적 효과를 제공해 인식 제고에 기여할 수 있을 것이다.

(1) 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 적절한 정보 제공

고양시 마이스 개최 유산을 창출하기 위해 시민의 인식을 높일 수 있는 가장 효과적인 방안은 고양시 마이스산업과 비즈니스 그리고 고양시 마이스 개최를 통한 효과와 성과 정보의 적절한 제공이라 여겨진다. 정보 제공이 지속적이고 명확하게 이루어지지 않을 경우, 정보의 연속성이 끊기게 되어 인식 부재에 따라 마이스 행사 개최 시 시민 민원 발생 가능성이 존재한다.

정보를 제공하기 위해서는 시민의 흥미를 끌고 눈높이에 맞는 마이스 행사 개최 정보 제공이 중요하다. 가령 고양시 주요 행사 가운데 킨텍스 주최 행사를 중심으로 빅데이터를 구축하여 행사의 홍보 관리와 고객 커스터마이징 정보 제공 서비스가 필요할 것으로 여겨진다. 최소한의 정보를 통해 흥미를 이끌어 내고, 이를 통해 지속적으로 산업에 관심을 가질 수 있는 크고 작은 정보를 제공함으로써 마이스 개최를 통한 사회적 가치

실현에 기여할 수 있을 것이다. 현재 고양컨벤션뷰로에서는 고양시민 대상 마이스 아카데미를 연 2회 진행하고 있으며, 2022년 10월부터는 마이스 얼라이언스 시민위원회를 모집하였다. 이를 통해 마이스 인식을 높이고 시민의 마이스 행사를 통한 사회적 가치 실현에 기여하기 위한 의견을 개진하는 등 시민의 참여를 끌어내고 있다. 하지만 현재의 방식은 전문성이 있다는 점에서 의미 있는 방식이기는 하나 고양컨벤션뷰로의 업무 부담으로 이어질 수 있는 부분이다. 지속적으로 양방향 소통이 가능한 방식으로 사업을 운영하고 시민의 인식을 강화하기 위해서는 고양시 평생교육과에서 운영하는 평생교육과 연계하여 사업 운영의 지속성을 유지하는 한편, 사업의 전문성을 마련할 필요가 있다.

한편 공무원 대상의 역량 강화 교육 또한 전문적인 내용을 포함하여 이루어질 필요가 있다. 현재 신입 공무원 또는 교육 신청자를 대상으로 교육이 진행되고 있는데, 마이스 관련 업무를 담당하거나 비즈니스 업무를 직간접적으로 담당하는 공무원을 대상으로 교육이 이루어질 수 있도록 범위가 확장된다면 더욱 효과적으로 인식 함양이 이루어질 수 있을 것이다.

(2) 일자리 창출 도모

결국 시민의 인식을 바꾸는 것은 실제 시민에게 돌아가는 혜택의 결과이며, 지역사회 참여(community engagement)가 발생할 수 있는 실질적인 혜택을 지역민에게 제공하는 부분이 필요하다. 즉, 실제 일자리 창출을 통해 경제적 효과를 창출하는 것이 중요하다. 현재 고양시에서는 중장년 마이스 전문인력을 매년 모집하여 마이스 전문교육과 특강과 행사 운영요원 활동 기회를 제공하는 프로그램을 운영하고 있다. 이들을 적극적으로 활용할 필요가 있으며, 더 많은 중장년이 일할 수 있는 일자리의 범주를 넓혀 활동할 수 있도록 지원하는 방안 마련이 필요하다.

예를 들면 현재 킨텍스 행사 개최 시 공간이 넓어 정보를 제공하는 데 어려움이 제기되고 있다. 하나의 행사만 개최되는 경우 식사나 시간을 보내기 위해 어디로 가야 할지, 무엇을 해야 할지 등 어려움이 있는 것으로 나타난다. 중장년 자원봉사 프로그램을 통해 행사 개최 홀 부근에서 정보 서비스를 제공하거나 행사 개최 시 교통 안내 등을 제공하

여, 고양시에 필요한 마이스 인력을 확대하는 한편 지역사회 참여를 유도하는 부분이 필요하다. 특히 지역사회와 참여, 연계를 확장하기 위하여 고양시 자원봉사센터와 연계한 일자리 창출 방안 마련으로 시민 참여 생태 시스템을 구축해야 할 것이다.

3) 고양시 주요 전략산업 간 연계

본 연구에서는 마이스 개최 유산을 지속적으로 창출하기 위해서는 지역 산업과 연계하여 마이스의 가치를 확장해 나갈 필요성이 있음을 제기하였다. 이를 위하여 고양시 주요 전략산업 연계 마이스 행사 유치와 개최, 산업연계 콘텐츠 개발이 필요할 것으로 여겨진다.

(1) 고양시 주요 전략산업 연계 마이스 행사 유치·개최

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해 고양시의 전략산업과 연계하여 산업 플랫폼 역할을 수행할 수 있어야 한다. 하지만 문제는 고양시는 다양한 규제에 따라 산업적인 기반이 부족하다는 데 있다. 이러한 문제를 해결하기 위하여 민선 8기에서는 경제자유구역 지정과 함께 의료/바이오, 방송콘텐츠 등의 산업생태계와 클러스터를 육성하는 시도를 해 나가고 있다. 정책 방향과 연계한 산업 육성을 위하여 전시 중심의 행사를 개최하는 등 준비가 필요하며, 마이스를 홍보의 수단이자 네트워크의 장으로서 활용할 수 있어야 한다.

이처럼 마이스 행사를 통해 지역의 산업적 가치를 확장하기 위해서는 정보 공유를 위한 민간 중심의 실질적인 협의체 구축과 운영이 이루어져야 한다. 고양시 내의 실질적인 이해관계자와 연계를 통해 정보를 공유하여 산업연계 국제행사를 적극적으로 유치 또는 개최할 수 있을 것이다. 예를 들면 고양시 내의 6개 병원을 대상으로 협의체를 구성하여 병원 내의 교수진을 국제행사를 유치, 지원할 수 있는 인물로 적극적으로 활용할 수 있을 것이다. 그리고 이러한 전략산업과 연계하여 고양시에서 개최된 적이 있거나 유치를 진행했던 행사를 데이터베이스로 구축하고 잃어버린 기회를 창출할 수 있도록 기회손실(lost opportunity) 관리가 필요하다. 이러한 부분은 기본적인 부분이나 다시 한번 산업적 가치를 확장하기 위한 노력이 필요한 시점이다.

한편 고양시 킨텍스 일대, 관광특구에서 개최되는 행사 가운데 유사한 주제로 개최되는 행사가 동일 또는 비슷한 시기에 개최되어 시너지효과를 내는 방안 마련이 필요하다. 예를 들면 킨텍스에서 주최하는 대한민국 뷰티박람회(K-Beauty Expo Korea)와 관광과에서 개최하는 뷰티 관련 관광특구 페스티벌이 비슷한 시기에 개최되어 뷰티박람회 방문객에게 더 많은 볼거리를 제공하고 고양시에 머무는 시간을 확장할 수 있도록 해야 한다. 또한 고양국제꽃박람회가 개최되는 기간에 킨텍스에서도 유사 행사 또는 전시회를 개최하여 행사의 시너지효과가 발생할 수 있도록 방안을 고민해야 한다.

(2) 산업 연계 콘텐츠 개발

전략산업 연계 시찰 프로그램 마련으로 고양시 방문객에게 고양시의 가치와 볼거리를 제공하고, 지역 산업에 기여할 수 있을 것이다. 대구는 산업 중심 마이스 가치 창출이라는 확고한 정책 방향을 토대로 테크니컬 투어 프로그램을 마련하고 있다.

[그림 5-5] 대구테크니컬투어 프로그램



대구 테크니컬투어는 국제회의와 관련된 기업, 연구소, 기관 등을 시찰하고 간담회를 진행하는 프로그램입니다. 대구는 ‘의료특별시, 대구’라는 명성에 걸맞게 **메디시티 투어**와 **미래 산업 투어**, **기술과 예술 융합 투어** 등을 운영하고 있습니다.



<출처> 대구컨벤션뷰로 웹사이트(<http://www.daegucvb.com/mice/technicalTour/>) (검색일 2022.11.001.)

메디시티 투어, 미래 산업 투어, 기술과 예술 융합 투어라는 이름 아래 대구 산업 시찰 프로그램을 제안하고 있다. 고양시 또한 전략산업을 활용한 산업 시찰 프로그램 제공으로 고양시를 방문하는 방문객에게 다양한 경험과 가치를 제공해 줄 수 있는 시스템을 갖출 필요가 있다. 이러한 콘텐츠를 개발하기 위해서는 기업지원과, 소상공인지원과 연계하여 고양시 산업시찰에 활용할 수 있는 기업 데이터베이스 구축이 가능할 것이다. 이러한 프로그램을 통해 기업 견학 프로그램을 사업화하여 방문객은 흔히 하는 관광, 쇼핑 코스가 아닌 새로운 볼거리를 제공 받으며, 기업은 제품 홍보와 잠재적 바이어를 만날 수 있는 기회를 제공 받을 수 있다.

4) 기업 불편 해소를 위한 지원

(1) 특구 혜택 등 가시화를 통한 지원 방안 마련

고양시 마이스 개최 유산을 관련 이해관계자와 함께 창출하기 위하여 기업, 산업 유인 측면에서 효과적인 정책 방안은 가시적인 혜택을 제공하는 부분이다. 현재 혜택을 제공할 수 있도록 법적으로는 마련되어 있지만, 실제 운영이 미진한 부분을 연계할 필요가 있다. 가령 마이스산업 육성을 위한 국제회의복합지구 특구 혜택과 관광특구 혜택의 현실화가 필요하다.

국제회의복합지구의 혜택을 살펴보면 개발부담금, 대체산림자원조성비, 농지보전부담금, 대체초지조성비의 경우에는 개발의 경우에만 감면이 가능하여 실제 기업에 혜택을 가져오기는 어려운 실정이다. 그나마 교통유발부담금 부분이 혜택으로 제공할 수 있지만 이미 킨텍스의 경우 공공시설로 지원을 받는 상황으로 중복 수혜는 어렵다. 따라서 시 내부 협의 과정을 거쳐 실질적 혜택을 부여하는 방안 마련이 필요하다.

관광특구는 공터 내 공연과 음식 제공, 음식점의 옥외영업 등이 허용되나 고양시에서는 코로나로 관광특구가 아니라도 허용되고 있어 그 혜택이 미미하다. 활용할 수 있는 부분은 규제 특례에 따른 옥외광고물 설치 제한 완화 부분이다. 그 절차는 까다롭지만, 이러한 규제 해결을 통해 단순 광고판 역할이 아닌 문화공간으로 분위기 조성이 이루어질 수 있을 것으로 여겨진다. 예를 들면 킨텍스와 지원시설 일대의 분위기 조성이 중요한 상황으로 최근 생겨나는 LED 디지털 사이니지를 활용한 야간경관을 볼거리로 제공할 수

있을 것으로 여겨진다.

이러한 부분을 해결하기 위해서는 주무 부서인 관광과와 협업도 중요하며, 특구의 혜택을 현실화할 수 있도록 지속적인 정책적 문제 해결을 위한 관심과 지원이 필요하다.

(2) 행정절차 등 부담 완화

사업 허가의 신청, 점검 등 행정절차를 간소화하고 절차상 과도한 부담을 최소화해야 할 필요가 있다. 진단 결과 고양시 내부의 소극 행정¹⁾이 문제시되는 것으로 나타나고 있었다. 비즈니스를 위해서는 적극 행정²⁾이 절실하게 요구되며 이에 따라 규정 등에서 정해진 대로 하는 행정 행위를 넘어 소신껏 행정을 추진하는 태도가 필요하다. 선행연구에 따르면 적극 행정을 가로막는 장애 요소로는 조직 문화와 환경적 요소가 가장 크며, 개인적 동기와 유인 부족, 부적절한 제도적 요소로 나타나고 있어 이러한 요소를 최소화하려는 방안 마련이 필요하다(감사원, 2019).

특히 마이스 관광 산업의 경우 신기술 신산업 모델 도입, 새로운 사업 유형과 지원방식 등으로 규제 개선이 필요한 상황이다. 과도한 행정 의무와 부담으로 실질적인 효과가 감소하지 않도록 마이스산업 관련 사업 절차와 의무 부담을 검토할 필요가 있을 것으로 여겨진다. 이를 위하여 마이스 육성진흥센터에서 기업불편해소 민원(불합리한 규제나 애로사항 등)을 분기별 또는 일정 기간별로 수집하고, 고양시 기업지원과 소속 기업지원 SOS팀을 비롯하여 해당 부서 또는 기관에서 민원 사항을 전달하여 조속히 개선할 수 있도록 하는 방안 마련이 필요하다.

1) 감사원(2019)에 따르면 소극행정은 '책임을 지지 않는 범위' 내에서 '최소한의 노력'만을 기울이는 업무 처리 행태를 말한다.

2) 적극행정은 성실행정과 능동행정을 포함한다. 성실행정은 「국가공무원법」 제56조에 따라 공직자에게 기본적으로 요구되는 의무적 행정행위로 주어진 일을 성실히 수행한다는 태도이며, 능동행정은 성실행정을 기본으로 하되 업무를 스스로 찾아서 하는 태도를 말한다. 이러한 것에 더해 업무 추진과정이나 결과에 대한 책임이 따를 위험이 있음에도 공익을 위해 소신껏 행정을 추진하는 태도를 포함하는 개념이 적극행정이라고 하였다(감사원, 2019).

제 6 장 결론 및 제언

제1절 결론

제2절 정책 제언

제절 결론

국내외를 막론하고 주요 마이스 도시는 마이스 개최를 통해 지역 내에서 발생하는 가치의 중요성을 인지하고 마이스 개최 유산 창출을 위한 도시 마케팅 정책과 전략을 수립해 오고 있다. 지역 내에 발생하는 가치 연구를 지속적으로 수행하며, 그 결과를 활용하여 실제 행사를 유치하고 개최하는 데 적용하고 있음이 나타나고 있다. 국내에서도 대구를 중심으로 마이스 행사 개최를 통해 비즈니스 가치, 사회적 가치가 창출될 수 있음을 증명하고자 해 왔다. 포스트 코로나 시대에는 마이스산업을 어떻게 육성시켜 나가야 할지에 관해 많은 논의가 있는 가운데, 행사를 통해 지속적으로 융·복합적인 가치를 창출하고 확산해 나가고자 하는 노력이 필요한 시점이다. 이에 따라 본 연구는 마이스 행사를 통해 도출되는 장기적이고 긍정적인 가치를 고양시 내에 지속해서 창출하기 위한 기초자료를 확보하고, 정책 지원 방향을 모색해 보고자 하였다.

본 연구의 주요 결과를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 첫 번째 단계로 고양 마이스 개최 유산 창출을 위한 마이스 개최 유산의 기준을 마련하기 위해 마이스 개최 유산의 개념과 범주를 검토하였다. 연구 결과 고양시 마이스 개최 유산은 “마이스 개최로 고양시 내에 발생하는 장기적이고 긍정적인 혜택과 가치”로 정리될 수 있다. 이러한 마이스 개최 유산은 마이스 개최를 통해 지역 산업에 기여하는 ‘산업적 유산’, 전반적인 경제성장에 기여하는 ‘경제적 유산’, 지역민의 사회문화적인 부분과 태도에 기여하는 ‘사회적 유산’, 도시인프라 개선과 지속가능한 환경에 기여하는 ‘환경적 유산’ 등 네 가지로 도출되었다. 이러한 마이스 개최 유산의 관리 주체는 회의기획자, 주최자, 정부와 지자체, 지역주민, 지역 산업, 컨벤션뷰로, 컨벤션센터 등 주요 이해관계자 모두 포함되며, 이들의 협력적인 관계 형성을 통해 전략적인 마이스 개최 유산이 창출될 수 있을 것이다.

두 번째 단계로 고양시 마이스산업 현황 분석을 수행하였다. 고양시의 마이스 행사 개최 분석 결과 고양시에는 전시, 컨벤션 행사 위주로 개최되고 있는 것을 살펴볼 수 있었다. 산업적으로 분류하면 5t/m²의 하중을 견딜 수 있도록 설계된 킨텍스의 강점이 작용

할 수밖에 없는 품목인 ‘건설, 산업, 엔지니어링’ 등 B2B 전시와 B2C로 구분되는 ‘여가·취미·엔터테인먼트’, ‘임신·출산·육아·웨딩’ 등의 비율이 높게 나타난다. B2B 행사의 경우 고양시에 창출하는 가치를 확대할 가능성이 있음에도 이를 연계하여 지역 내 가치를 확장하는 마이스산업을 통한 선순환 구조 마련 방안이 미흡하였다. 단독 컨벤션 행사는 주로 네트워크마케팅(다단계) 기업의 교육이나 세미나 행사, 종교 행사 등이 개최되고 있어 고양시 내에 비즈니스 가치를 확장해 나가는 전략적인 방안 마련이 필요한 상황이다. 마이스산업 현황을 살펴보면 산업생태계 구축에 큰 노력을 기울였으나, 아직까지는 미흡한 상황이다. 국내 최대 전시장 보유, 국제회의복합지구, 관광특구, 전시문화특구라는 타이틀을 갖고는 있지만, 접근성, 숙박의 문제, 산업기반 미흡 등 해결해 나가야 할 이슈가 있는 것으로 나타났다. 현재 고양시 현황의 객관적인 분석을 토대로 마이스 개최 유산으로 산업적·경제적·사회적·환경적 측면에서 무엇을 달성하였는지 검토하고, 향후 전략 방안 수립이 필요한 것으로 보인다.

세 번째로 국내외 마이스 개최 유산 창출 사례를 분석하였다. 국내외에서 마이스 개최 유산 창출 관리가 이루어지고 있다고 판단되는 대구, 코펜하겐, 마드리드에서 개최된 행사의 사례를 분석하였다. 분석 결과 마이스 개최 유산을 고민하기 시작한 도시들은 마이스 개최를 통해 발생하는 가치의 전략적 창출 방안과 측정 방안을 고민하고 있었다. 또한 마이스를 통해 실질적으로 지역 산업을 어떻게 육성시킬 것인가에 초점을 맞춰 산업적인 부분을 함께 고려하는 것을 살펴볼 수 있었다. 그리고 이러한 유산을 창출하기 위해 주요 이해관계자가 가치 창출 과정에 기여해야 한다는 점을 인식하고 있었다.

이러한 분석을 바탕으로 전문가와 주요 이해관계자 대상 설문을 통해 마이스 개최 유산 인식과 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 주요 이슈와 문제점을 진단해 보고 이를 토대로 정책 방안을 모색하였다.

고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 선결 과제로 ①마이스 개최 유산 측정체계 마련 ②마이스 이해관계자와 지역주민의 인식 제고 방안 ③고양시 주변 부족한 콘텐츠와 산업 마련 방안 ④비즈니스 지원 방안 마련 등 4가지가 도출되었다.

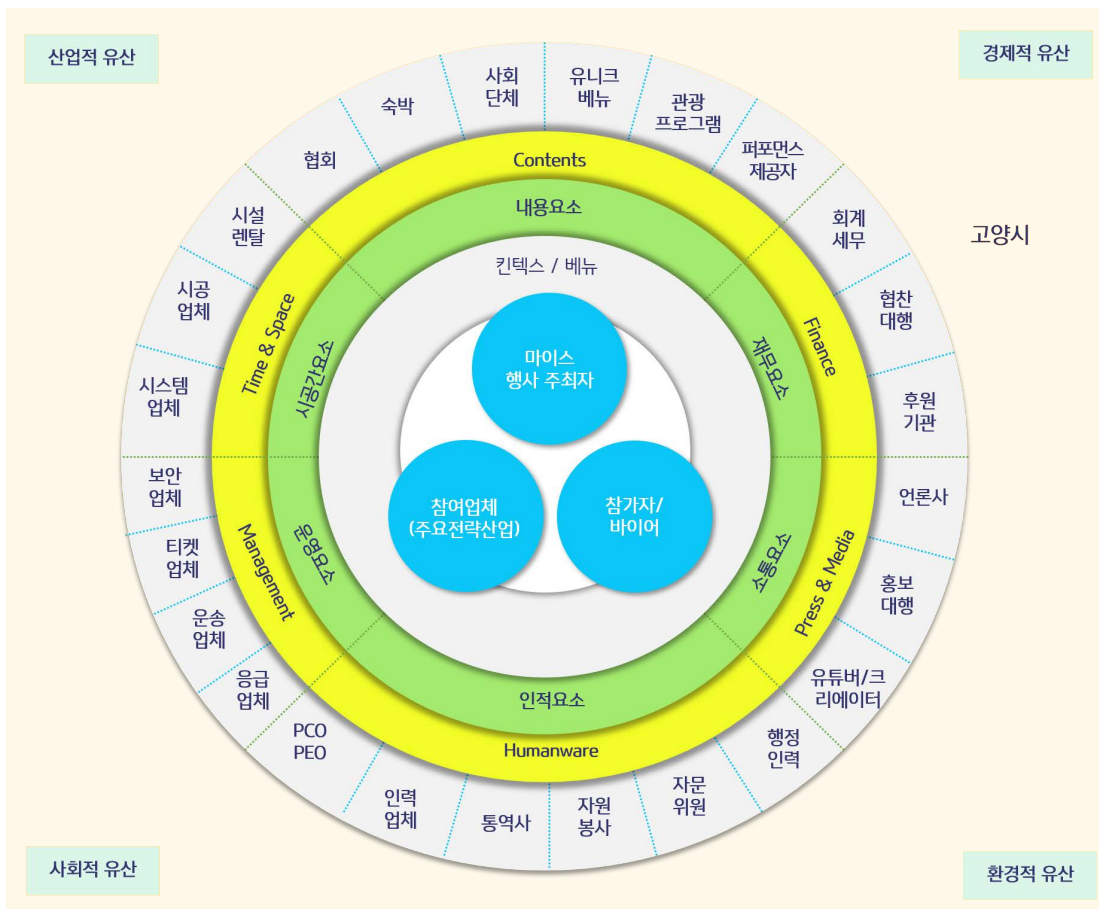
이를 토대로 도출된 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 방안은 다음과 같다. 첫째, 고양시 마이스 개최 유산 창출 체계 마련을 위해 고양시 마이스 개최 유산 창출을

위한 모델을 마련하고, 고양시 마이스 개최 유산 측정 방법론 마련이 필요하다. 둘째, 주요 이해관계자의 인식 제고를 위하여 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위한 적절한 정보 제공과 시민에게 실질적으로 제공할 수 있는 혜택으로 일자리 창출 도모가 필요하다. 셋째, 고양시 주요 전략산업 간 연계를 위해 고양시 주요 전략산업 연계 마이스 행사를 유치하고 개최할 필요가 있으며, 산업연계 콘텐츠 개발이 필요하다. 넷째, 기업 불편 해소를 위한 지원을 위해 특구 혜택 등의 가시화를 통한 지원 방안 마련과 행정절차 등 사업 수행을 위한 부담 완화 방안 마련이 필요하다.

제2절 정책 제언

마지막으로 고양시 마이스 개최 유산 창출을 위해서는 어떻게 고양시 마이스 이해관계자 간 협력적인 관계를 구축할 것인가를 고민해야 한다. 마이스 개최 유산은 자연발생적으로 나타나기도 하지만, 지속적인 계획과 관리하에 원하는 방향으로 유산이 발생할 수

[그림 6-1] 마이스산업 생태계(Ecosystem) 구성



〈자료〉 연구자 작성

있도록 의도적으로 노력할 필요가 있다는 것이 선행연구와 사례연구를 통해 나타나고 있었다. 그리고 그 계획에서 어느 한 부분의 이해관계자 역할을 넘어 목적지 내에 있는 다양한 이해관계자 간 협력을 통해 지속적인 마이스 개최 유산이 창출될 수 있음이 제시되었다.

이는 결국 마이스산업의 생태계를 면밀하게 검토하고 이 같은 생태계를 어떻게 구축할 것인가에 관한 고민이 필요하다는 점을 강조한다. 마이스산업에서 생태계 구축의 중요성은 계속하여 중요한 부분으로 인식되고 있으며, 대부분의 도시는 마이스 얼라이언스(MICE Alliance) 같은 협의체 구축을 중심으로 사업을 수행해 왔다. 지역별로 마이스 얼라이언스 정례협의회를 연 1~2회 개최하여 마이스 얼라이언스의 사업 방향을 논의하기도 하고 우수 회원사를 시상하기도 하는 등의 형태로 사업을 수행하고 있다. 이러한 상황 속에서 생태계 구축을 위해 마이스 얼라이언스 운영 방향을 공고히 하고, 새로운 방안을 모색해야 할 때라고 할 수 있다.

[그림 6-1]에서 보는 바와 같이 마이스산업 생태계는 관련한 여러 이해관계자가 하나의 팀으로서 행사를 유치하고 개최하기 위해 움직여야 함을 보여준다. 경쟁자는 목적지 내의 다른 이해관계자가 아니며, 목적지 내의 이해관계자는 서로 조력자 역할을 수행해야 한다는 점을 제시한다. 이에 따라 첫째, 마이스 이해관계자로 주요 전략산업 관련 이해관계자를 포함하여 마이스 얼라이언스를 운영할 필요가 있다. 기존 고양 마이스 얼라이언스는 마이스 서비스업, 여행업, 호텔업, 메뉴, 고양시의 다섯 가지 범주로 마이스 얼라이언스를 운영하고 있다. 이에 고양시 주요 마이스를 유치하고 개최하며, 그 정보를 공유할 수 있는 지역 내 주요 전략산업 또는 마이스 앰배서더(MICE Ambassador)를 포함하여 얼라이언스의 운영이 요구된다. 둘째, 마이스 생태계 시스템을 가시화하여 각 영역 간의 관계성과 비즈니스 방안을 고민할 필요가 있다. 각자의 영역에서 역할을 수행하면서, 그 결과를 세미나나 포럼 방식으로 한 해 동안 어떻게 업무를 수행해 왔는지 그 내용을 나누고 교류하는 자리를 만들 필요가 있다. 이 같은 시스템이 정례화된다면 지역 내 산업적·경제적·사회적·환경적 이익이 순환하여 비즈니스가 지속되고, 고양시민의 삶과 생활에 해당 영역의 산업이 융화되어 기여할 수 있을 것이다.

참고문헌

[국내문헌]

- 감사원(2019). 「적극행정 활성화 장애요인 분석」
- 경기관광공사(2022). 「고양 국제회의복합지구 활성화 기본계획 연구」
- 고양시(2018). 「고양시 MICE산업 중장기 육성 계획 수립 연구」
- 고양시정연구원(2021). 「고양국제꽃박람회의 레거시 창출을 위한 전략 연구」
- 기획예산처(2006). 「민간투자사업 업무 매뉴얼」
- 김미견·황희곤(2020). “MICE 산업의 사회문화적 파급효과 연구.” 무역전시연구, 15(2), 1-19.
- 김미성·윤유식(2022). “컨벤션 산업의 가치 재조명을 위한 컨벤션 개최 레거시에 관한 탐색적 연구.” MICE관광연구, 22(1), 77-101.
- 김철원·허준(2009). “국제회의 경제적 파급효과 분석에 관한 연구.” MICE관광연구, 22, 7-34.
- 대구컨벤션센터(2021). 「대구 비즈니스 이벤트 레거시」
- 신창열(2019). “지역산업연관모델을 활용한 춘천국제레저대회의 경제적 파급효과 분석.” 이벤트컨벤션연구, 33, 1-19.

[해외문헌]

- Barney, R. K.(2003). The Olympic legacy of wealth: A double edged sword. Paper presented at the Legacy of the Olympic Games 1984-2000, International Symposium.
- BestCities(2020). Advancing Event Legacies Through Impact Measurement.
- Business Event Sydney(2010). Beyond Tourism Benefits-Measuring the social legacies of business events.
- Chappelet, J. L. (2003). The legacy of the Olympic winter games: An overview. In

- The legacy of the Olympic Games: 1984–2000: International Symposium, Lausanne, 14th, 15th and 16th November 2002 (pp. 54–66). International Olympic Committee.
- Chappelet, J. L. (2012). Mega sporting event legacies: a multifaceted concept. [https://eprints.ucm.es/id/eprint/51639/1/2012-25\(76-86\).pdf](https://eprints.ucm.es/id/eprint/51639/1/2012-25(76-86).pdf)
- Du Cros, H., Foley, C., Edwards, D., & Hergesell, A. (2017). Conferences: Catalysts for thriving economies.
- ESTRO(2022). Annual Report 2021.
- Foley, C., Edwards, D., & Schlenker, K. (2014). Business events and friendship: Leveraging the sociable legacies. *Event Management*, 18(1), 53–64.
- GainingEdge(2020). Destination Competitive Index Study for Goyang.
- Getz, D.(2005). *Event management & event tourism*(2nd ed.). Elmsford, NY: Cognizant Communication Corporation.
- Girginov, V., & Hills, L. (2008). The 2012 London Olympic Games and participation in sport: Understanding the link. *The international journal of the history of sport*, 25(14), 2091–2116.
- Grix, J., Brannagan, P. M., Wood, H., & Wynne, C. (2017). State strategies for leveraging sports mega-events: Unpacking the concept of ‘legacy’. *International journal of sport policy and politics*, 9(2), 203–218.
- JMIC(2019). *Business Events Legacies: JMIC Case Study Project Report*
- Kassens-Noor, E. (2013). Transport legacy of the Olympic Games, 1992–2012. *Journal of Urban Affairs*, 35(4), 393–416.
- Koenigstorfer, J., Bocarro, J. N., Byers, T., Edwards, M. B., Jones, G. J., & Preuss, H. (2019). Mapping research on legacy of mega sporting events: Structural changes, consequences, and stakeholder evaluations in empirical studies. *Leisure Studies*, 38(6), 729–745.
- Leopkey, B., & Parent, M. M. (2012). Olympic Games legacy: From general benefits to

- sustainable long-term legacy. *The international journal of the history of sport*, 29(6), 924-943.
- Mangan, J. A. (2008). Prologue: guarantees of global goodwill: post-Olympic legacies-too many limping white elephants?. *The International Journal of the History of Sport*, 25(14), 1869-1883.
- MeetDenmark(2020). Meeting Legacies: Innovating for Enhanced Value Creation.
- Misener, L., Darcy, S., Legg, D., & Gilbert, K. (2013). Beyond Olympic legacy: Understanding Paralympic legacy through a thematic analysis. *Journal of sport management*, 27(4), 329-341.
- Preuss, H.(2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *The Journal of Sport Tourism*, 12(3-4), 207-227.
- Preuss, H.(2015). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6), 643-664.
- Preuss, H.(2019). Event legacy framework and measurement. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(1), 103-118.
- Thomson, A., Kennelly, M., & Toohey, K.(2020). A systematic quantitative literature review of empirical research on large-scale sport events' social legacies. *Leisure Studies*, 39(6), 859-876.
- Thomson, A., Schlenker, K., & Schlenker, N.(2013). Conceptualizing sport event legacy. *Event Management*, 17(2), 111-122.
- Weed, M., Coren, E., Fiore, J., Wellard, I., Chatziefstathiou, D., Mansfield, L., & Dowse, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: a systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect. *European sport management quarterly*, 15(2), 195-226.
- Wonderful Copenhagen(2020). Copenhagen Legacy Lab: A strategic approach to creating long-term positive impact from congresses

[웹사이트]

경기신문. [특집] ‘자족’, ‘교통’ 확보...고양시 지도 확 바뀐다. <https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=697231>, (접속일 2022.10.23.)

고양시 웹사이트. https://www.goyang.go.kr/www/user/cityHall/BD_openEmpInfo.do, (접속일 2022.10.23.)

고양신문. 고양시, 아시아-태평양 지역 최고의 ‘지속가능 마이스 목적지’로 우뚝 서다. <http://www.goyang1.com/news/articleView.html?idxno=19384>, (접속일 2022.11.22.)

고양컨벤션뷰로 웹사이트. <http://korean.goyangcvb.com/organization>, (접속일 2022.10.23.)

고양컨벤션뷰로 웹사이트. https://gccgoyang.com/goyang/gcc_overview.html, (접속일 2022.08.16.)

고양컨벤션뷰로 웹사이트. https://gccgoyang.com/goyang/gcc_overview.html, (접속일 2022.09.16.)

고양컨벤션뷰로 웹사이트. <http://korean.goyangcvb.com/archivepds> (접속일 2022.11.01.)

국가법령정보센터. law.go.kr. (접속일 2022.05.16., 2021.05.18.)

관광지식정보시스템. <https://know.tour.go.kr/stat/visitStatDis/area.do?sidoCode=1100000000&areald=seoul#>, (접속일 2022.11.05.)

대구컨벤션뷰로 웹사이트. <http://www.daegucvb.com/mice/technicalTour/>, (접속일 2022.11.001.)

마드리드 컨벤션뷰로 웹사이트. <https://www.esmadrid.com/mcb/en/news/estro-congress-2021-to-take-place-in-madrid/>, (접속일 2022.06.02.)

소노캄고양 웹사이트. <https://www.sonohotelsresorts.com/goyang>, (접속일 2022.09.16.)

일간경기. 고양시, 바이오 정밀의료클러스터 조성. <http://www.1gan.co.kr/news/articleView.html?idxno=218900>, 접속일 2022.11.05.

조선일보. 일산테크노밸리 등 경기북부 최대 기업단지 조성 중. https://www.chosun.com/special/special_section/2022/03/21/ALGRIT4AIJEVLMDJOYCXR3L57

M/. (접속일 2022.10.27.)

코펜하겐 컨벤션뷰로 웹사이트. <https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/association-congresses/cases-and-perspectives>. (접속일 2022.11.01.)

코펜하겐 컨벤션뷰로 웹사이트. <https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/association-congresses/cases-and-perspectives>. (접속일 2022.11.01.)

킨텍스 웹사이트. <https://www.kintex.com/web/ko/company/organization.do>. (접속일 2022.11.16.)

킨텍스 웹사이트. <https://www.kintex.com/web/ko/html/company/exhibitionHall3.do>. (접속일 2022.09.14.)

CJ newsroom, 고양 일산 CJ라이브시티, ‘글로벌 콘텐츠 비즈니스 타운’으로 사업에 가속도. <https://cjnews.cj.net/%EA%B3%A0%EC%96%91-%EC%9D%BC%EC%82%B0-cj%EB%9D%BC%EC%9D%B4%EB%B8%8C%EC%8B%9C%ED%8B%B0-%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C-%EC%BD%98%ED%85%90%EC%B8%A0-%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%8B%88%EC%8A%A4-%ED%83%80/>. (접속일 2022.10.24.)

IOC(2017, December). Legacy Strategic Approach: Moving Forward. <https://olympics.com/ioc/olympic-legacy> (접속일 2022.09.11.)

IWA 웹사이트. <https://iwa-network.org/iwahistory/>. (접속일 2022.11.11.)

The Iceberg 웹사이트. <https://www.the-iceberg.org/>. (접속일 2022.06.02.)

The Iceberg 웹사이트 (<https://www.the-iceberg.org/features/bestcities-global-forum-three-legacy-journeys/>). (접속일 2022.11.01.)

UFI 웹사이트. <https://www.ufi.org/>. (접속일 2022.10.02.)

#MEET4IMPACT(2021). Delivering social impact through your business events: Best practices for the event industry. https://www.meet4impact.global/_files/ugd/0a1109_d579684057e342f49db45649ec0c4747.pdf (접속일 2022.05.12.)

[기타자료]

고양시 내부자료(2021)

킨텍스 내부자료

고양시(2022). 고양특례시 국제회의복합지구 활성화 사업 계획안 및 실적보고서
(2019~2022)

고양시(2016). 2030년 고양도시기본계획

고양컨벤션뷰로(2022). 2022년 고양 국제회의복합지구 활성화 지원 사업계획(안).

고양컨벤션뷰로(2022). 고양컨벤션뷰로 2.0 소개자료

한국관광협회중앙회. 전국 관광사업체 현황

Abstract

A Study on MICE Legacy Creation in Goyang City

Eunjin Kim*, Seoyeon Ban**

With the recognition that MICE events generate value within a region, major MICE cities have developed city marketing policies and strategies to leverage MICE events as part of their MICE legacy development. Previous research findings on region value have been applied to attract and host events. Similar attempts have been made in Korea to evaluate the business value and social value of hosting MICE events, particularly in Daegu. MICE events must consistently create complex value to sustain the growth of the industry in the post-COVID-19 era. Hence, the main purpose of this study was to obtain preliminary data on creating long-term and positive value derived from MICE events in Goyang city and to suggest policy directions.

The results of this study were as follows. First, the concept and category of MICE legacy were reviewed to establish the criteria for the Goyang MICE legacy. The Goyang MICE legacy can thus be defined as "long-term and positive value creation through MICE events in Goyang city." The MICE legacy is divided into four categories: 'industrial legacy' contributing to local industry, 'economic legacy' contributing to overall economic growth, 'social legacy' contributing to the sociocultural aspects and attitudes of local residents, and

* Associate Research Fellow, Goyang Research Institute, Korea

** Assistant Researcher, Goyang Research Institute, Korea

finally 'environmental legacy' contributing to the development of urban infrastructures and a sustainable environment. A strategic MICE legacy can be created by cooperating with all the major stakeholders, such as conference planners, organizers, governments, local governments, residents, local industries, convention bureaus, convention centers, etc.

Second, this study analyzed the current status of MICE industry in Goyang city. As a result, the city of Goyang has hosted mainly exhibitions and conventions. More specifically, B2C events including "leisure, hobby, entertainment" and "pregnancy, childbirth, childcare, and wedding" and B2B events including "construction, industry, and engineering" were of high ratios. KINTEX, which is designed to withstand a load of 5t/m², has a significant advantage over B2B events. Even with the possibility of enhancing value creation in Goyang through B2B exhibitions, there is no virtuous cycle structure that expands value through MICE events. Independent convention events typically include network marketing, corporate training or seminars, religious events, etc. Therefore, it is necessary to establish a strategic plan to expand business value in Goyang city. Developing future strategic plans requires an assessment of the industrial, economic, social, and environmental aspects of the MICE legacy.

Third, the case of domestic and international MICE legacy creation was analyzed. In particular, this study examined events held in Daegu, Copenhagen, and Madrid, where MICE legacy creation management is considered to be taking place. According to the results, cities have begun to evaluate MICE legacy in terms of strategic creation and assessing the value that is created from holding MICE events. Moreover, the cities have considered the industrial aspect by focusing on how to foster local industries through MICE events. With this consideration, the cities are aware that major stakeholders need to contribute to the value creation process for legacy creation.

Based on the analyses, survey questionnaires were distributed to experts and major

stakeholders to identify the awareness of MICE legacy. This study also assessed key issues related to MICE legacy in Goyang city and explored a policy plan.

As a prerequisite for MICE legacy creation in Goyang city, four tasks were drawn: ① establishing a measurement system for the MICE legacy, ② raising awareness of MICE stakeholders and local residents, ③ providing insufficient content and industries in Goyang and its environs, ④ supporting the business.

Following measures were drawn for MICE legacy creation in Goyang city. First, it is essential to develop a model for MICE legacy creation system in Goyang city and a methodology for measuring Goyang MICE legacy. Second, to raise the awareness of major stakeholders, it is necessary to provide appropriate information about MICE legacy creation in Goyang and promote job creation as a benefit to citizens. Third, it is vital to attract and hold major strategic industry MICE events in Goyang city for linkage between Goyang city and major strategic industries and develop industrial-linked content. Fourth, in order to alleviate corporate inconveniences, it is critical to prepare a plan to assist the project through visualization of special zone benefits and administrative procedures.