

호남 대표 MICE산업 성공모델



제2전시장 건립 등 재도약 모색

김대중컨벤션센터가 정부의 국제회의 복합지구 지정과 제2전시장 건립 등을 통해 새로운 도약에 나선다. 개관 15년째를 맞는 김대중컨벤션센터는 명실상부한 광주 MICE 산업을 주도하고 있는 지방공기업이다. 사실상 광주 MICE산업의 역사이자, 현재, 그리고 미래로 불리고 있다.

특히 다른 지역과 달리 호텔 등 전시컨벤션 인프라가 훨씬 열악함에도 호남지역의 대표적인 전시컨벤션센터로, 대한민국 MICE 산업의 성공 모델로 성장했다는 데 높은 평가를 받고 있다.

◇갈수록 치열해지는 국내외 MICE 산업 현황=지난달 29일 개관 수원컨벤션센터를 포함해 현재 국내 컨벤션센터는 15곳이다. 그리고 14곳에서 신축과 증축이 경쟁적으로 진행 중이다. 울산·청주·여수·충남·전주 등이 추가로 신축되면 향후 3~4년 내 20여개로 증가할 것으로 예상된다. 따라서 MICE 유치를 위한 치열한 마케팅 경쟁이 벌어질 것으로 전망된다.

아시아 지역의 MICE 산업 경쟁 또한 더욱 치열하다. 최근 국제전시협회(UFI)가 발표한 아시아 전시산업 보고서에 따르면 2017년 기준 연간 순 전시 면적은 중국이 1300만㎡로 아시아 지역 1위를 차지했다. 이는 아시아 평균의 약 10배 규모로, 아시아 전체 순 전시면적의 58.3%다.

국가별 전시컨벤션시설 개수 및 규모에서도 중국은 120개로, 668만2744㎡로 1위였다. 2위 인도(16개·38만8780㎡)와 3위 일본(14개·37만3409㎡)을 약 17배 이상 앞서는 전시컨벤션 인프라 대국의 면모를 자랑하고 있다.

대한민국은 일본에 이어 아시아 4위로, 14개 전시컨벤션센터와 26만8032㎡의 전시장 면적을 확보하고 있다. 반면, 국제회의 개최 건수는 대한민국 1위를 차지하고 있다. 2016년에 이어 2017년에도 1297건을 개최해 국제회의 개최국가로서의 위상을 자랑하고 있다.

◇MICE 생태계 열악에도 성장세 뚜렷=광주의 MICE 산업 생태계는 국내 경쟁 도시에 비해 취약한 실정이다. 최근 일부 중소형 비즈니스 호텔들이 생겨나기는 했지만, 여전히 특급호텔 등 숙박 여건은 부족하다. 특히 이 지역의 민간 전시주최자(PEO)나 회의전문기획사(PCO)는 극소수에 불과하다.

한국관광공사가 발표한 '국내 MICE 산업통계'에 따르면 2016년 기준 국내 MICE 산업 총 매출액은 5조584억원으로, 이 가운데 광주는 631억원으로 1.3%에 불과했다.

MICE 산업
Meeting(회의), Incentive(포상관광), Convention(컨벤션), Exhibition(전시회)의 약자로, MICE 참가자들은 일반 관광객보다 평균소비액이 3배, 체류기간이 1.5배에 이르는 대표적인 지식산업으로 알려져 있다.

MICE 개최 건수도 국내 총 25만3385건 중 광주는 5941건으로 2.3%에 그쳤다. MICE 산업 종사자 수도 국내 전체 2만1967명 중 광주가 700명(3.2%)밖에 되지 않은 것으로 나타났다.

그럼에도 김대중컨벤션센터는 매년 30여건의 국제회의를 포함한 1500여건의 크고 작은 MICE 행사를 개최하면서 명실상부 서남권 MICE 중심도시로 성장했다. 개관 초기인 2006년도 개최 건수 500여건에 비교하면 3배 정도의 외형적 성장을 이룬 셈이다.

◇제2의 전시장 건립 등 새로운 도약 나사=김대중컨벤션센터는 국내 15개 전시컨벤션 가운데 전시 면적 기준으로 7위다. 국내 5위였던 전시 면적이 지난해 인천 송도컨벤시아와 창원 CECO가 증축을 완료함에 따라 인프라 경쟁력이 하락했다. 이런 가운데 김대중컨벤션센터가 제2전시장 건립에 나섰다. 특히 국내 최고 수준의 전시장 가동률을 수년간 유지하면서 제2전시장 건립이 시급한 과제로 떠올랐기 때문이다. 조만간 광주시가 건립부지를 확정하면 기본 용역을 거쳐 사업계획서를 마련할 계획이다. 이어 산업부 전시산업발전협의회 심의와 행정안전부 타당성 검토, 예산확보 등의 과정을 거쳐 이르면 2020년 착공해 2021년 하반기 준공을 목표로 하고 있다.

제2전시장 건립과 함께 국제회의복합지구 건설을 위해 소품, 문화시설, 호텔, 시내면세점 등 광주 MICE 복합타운 구축을 위한 주요시설 확충 계획도 광주시와 관련기관 등과 함께 추진된다.

지난해 8월 문화체육관광부가 김대중컨벤션센터를 중심으로 한 상무지구 일원을 국제회의 복합지구로 지정한데 이어 이달 문화체육관광부가 공모한 '2019 국제회의복합지구 활성화사업'에도 선정됐다.

국제회의의 복합지구는 컨벤션센터를 비롯 숙박, 소품, 위락시설 등 각종 MICE 시설들을 설립 운영하는데 경제적, 제도적, 행정적 제한들을 대폭 완화해 '관광특구'와 같은 혜택을 부여하게 된다. 개발부담금, 교통유발부담금, 대체산림자원조성비, 농지보전 부담금, 용적률 완화 등의 부담금 감면 혜택을 받게 된다.

따라서 현재 시설이 부족한 김대중컨벤션센터 제2전시장 설립과 호텔, 면세점 등의 입점도 촉진 시킬 수 있을 것으로 기대된다. 이럴 경우 광주가 국내 전시·컨벤션(MICE)사업 허브로 발전할 수 있을 것으로 전망된다.

/최권일 기자 cki@kwangju.co.kr



광주 상무지구 김대중컨벤션센터 사옥.

“소통과 혁신 통해 공격적 경영 일자리 창출·지역경제 활성화”

정종태 김대중컨벤션센터 사장



정종태 김대중컨벤션센터 사장은 “지방공기업은 공공성과 수익성의 균형을 유지해야 하는 경영이 필요한 만큼 올해 주요 경영 목표는 사회적가치 창출 관련 분야를 전면에 내세우고, 수익성 제고 노력을 위한 공격적 경영도 해 나갈 것이다”고 밝혔다.

취임 6개월을 맞은 정 사장은 18일 광주일보와의 인터뷰에서 “MICE 산업 활성화를 통한 일자리 창출과 지역경제 활성화를 위해 최선을 다할 것”이라며 올해 주요 경영 방향을 이같이 소개했다.

대한무역투자진흥공사(KOTRA)에서 34년 간 근무하며 5대양 6대주를 누리며 국제 경험을 쌓아온 정 사장은 무엇보다 MICE 산업발전을 위해서는 차별화와 브랜드화·국제화·융복합화 등을 꼽았다. 다음은 일문 일답.

-주요 경영철학은.

▲우선 직원들과의 소통과 화합이다. 이를 통해 최고의 성과를 지향할 수 있다고 생각한다. 다음으로는 사장의 균형잡힌 시각에서의 경영 판단이다. 편협한 시각으로는 전체를 총괄하기 힘들다. 또한, 고객이 만족할 때까지의 서비스를 우선 시해야 한다. 그리고 효율적 실행으로 조직의 업무 부담을 최소화하는데 노력하고, 민주적 리더십과 서번트 리더십을 지향하는 게 저의 경영 철학이다.

-김대중컨벤션센터의 새로운 도약을 위한 차별화된 사업 추진 방향은 어떤게 있나.

▲지난해 11월 취임사를 통해 차별화, 브랜드화, 국제화, 융복합화, 질적성장, 지역발전, 경영혁신 등 7가지 키워드를 제시했다. MICE 산업은 국내 지자체 간 경쟁은 물론 해외 도시와도 경쟁을 해야 하는 만큼 무엇보다 브랜드화와 국제화, 전시컨벤션 산업의 융복합화 등의 노력이 필요하다. 이를 위해서 김대중 전 대통령의 브랜드를 활용한 컨벤션센터의 차별화와 브랜드화를 추진하고, 유사 분야 통합을 통한 국제화와 전문 국제컨퍼런스 동시 개최 등 융복합화를 꾀해 경쟁력을 높이는 게 중요하다고 생각한다.

또한, 이제는 젊은 세대 공약을 위해 스마트 마케팅 전략으로 양적·질적 성장을 동시에 추구해야 한다. 마지막으로 지역 공기업인 만큼 지역경제발전에 도움이 되는 전시 컨벤션을 개발·육성하는 것이다.

-새로운 경영비전으로 '소통과 혁신의 글로벌 MICE 플랫폼'을 선포했다. 그 이유는.

▲민선7기 시정가치인 혁신·소통과 함께 김대중컨벤션센터가 MICE 산업 글로벌화를 선도함으로써 지역경제 활성화에 기여하고자 하는 의지를 담았다. 무엇보다 지방공기업인 만큼 지역민과 소통하고 조직 내 혁신이 우선이라는 점에서 강조된 것이다.

-올해 핵심사업과 주요 경영 목표는.

▲MICE 산업 활성화를 통한 일자리 창출과 지역경제 활성화를 위해 세 가지 경영 및 사업 성과 목표를 제시했다. 우선 자립경영 기반 구축이다. 수익 10%, 순이익 10% 상승과 비용 10% 절감을 목표로 하는 '10-10-10' 캠페인을 벌이고 있다. 이는 전 사적 수익구조 개선 운동으로, 이를 바탕으로 향후 3년 이내에 자립경영을 달성할 계획이다.

사업분야로는 전시컨벤션 1500건 유치와 주관 전시회 12건의 성공적 개최를 통해 지역경제 활성화에 기여한다는 게

목표다. 마지막으로 '국제회의 복합지구' 실현을 위한 제2전시장 건립과 민자유치 추진도 올해 주요한 핵심사업으로 꼽고 있다.

-MICE 산업과 관련해 다른 지자체와의 경쟁도 치열한데.

▲현재 15개의 국내 컨벤션센터가 있다. 향후 3~4년 내로 추가로 건립되는 지자체들까지 합치면 모두 20여개의 국내 컨벤션센터들이 경쟁

하게 된다. 따라서 MICE 유치를 위한 마케팅 경쟁도 더욱 치열해질 수밖에 없는 게 현실이다.

따라서 고객 데이터 분석을 통한 수요 발굴과 함께 맞춤형 고객서비스, 컨벤션부서 등 지역 유관과의 협력 강화를 통해 전시컨벤션 유치에 최선을 다할 것이다.

특히 자동차, 에너지, 문화콘텐츠 등 지역특화산업과 연계한 전시회를 통해 국내외 네트워크를 강화하고, 국제화 노력을 통해 더욱 글로벌하고 관련 산업을 대표하는 전시회로 육성할 계획이다. 또한, 미래먹거리 발굴 및 무역통상 전문 기능도 강화할 것이다.

-글로벌 전시컨벤션 기업으로서의 구상은.

▲우선 구성원들이 전문 역량을 갖춘 글로벌 인재 집단이어야 한다. 글로벌 협력네트워크 확대와 전시컨벤션사업 국제화 등이 추진되어야 한다. 이를 위해서는 CEM 등 전시컨벤션 전문교육 프로그램을 더욱 강화하고 MICE 국제통상 전문 인력 양성제도를 도입할 계획이다.

또한, 현재 약 40여개에 달하는 해외 협력네트워크를 더욱 확대하고, 해외 참가업체 및 바이어 유치, 현지 마케팅 지원 등 실질적 성과창출을 위한 프로그램도 강화할 예정이다.

-지역민의 사랑을 받는 지방 공기업으로서의 역할에 대한 구상은?

▲김대중컨벤션센터는 국내에서는 전시컨벤션센터만을 운영하는 유일한 지방공기업이다.

따라서, 다른 지자체 센터와는 달리 정부의 공공기관 관련 정책과 광주시정 방향에도 부응해야 하는 과제를 안고 있다. 새 정부의 주요 키워드인 일자리와 사회적가치, 양성평등, 일가정양립과 더불어 민선7기 광주시의 혁신·소통·정렴이라는 세 가지 시정가치 등을 경영전면에 반영해야 하는 것이다. 올해에는 센터만의 특성을 살린 공익프로그램 확대, 인권경영 체제 정착, 청년의무 고용비율 등 정부 권장제도 준수를 통한 광주 MICE 산업 발전 견인 등을 추진할 계획이다.

-지역민들에게 당부하고 싶은 말이 있다면.

▲광주 MICE산업의 역사이자 현재, 그리고 미래인 김대중컨벤션센터는 앞으로 제2전시장 건립과 국제회의 복합지구 활성화 등 광주 MICE 산업의 새로운 도약에 앞장서고 있다.

MICE 산업을 통해 김대중컨벤션센터에 주어진 사명인 전시컨벤션산업 발전으로 지역경제 활성화에 기여하고, 4차 산업혁명 시대에 능동적으로 대응하여 '정의롭고 풍요로운 광주 건설'을 선도할 것이다. 앞으로도 지역민들의 아낌없는 관심과 사랑을 부탁한다.

/최권일 기자 cki@kwangju.co.kr

남구 덕남동, 임야

- 광주광역시 남구 덕남동, 산
- 임야 22600평중 300평, 지분매매
- 도시지역, 자연녹지, 그린벨트, 도로접
- 인접토지 맹지도 15-20만원에 매매 됨
- 대학교수, 세무사, 간호사도 매입함
- 각종 개발 호재 많음, 투자적합
- 장/단기 최고 투자처
- 매매 - 7,500만원

문의. 010-6834-7400

