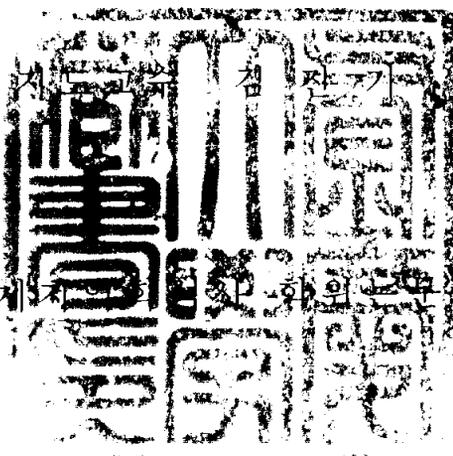


국제지역학석사학위논문

일본과 한국의 컨벤션산업  
비교 연구



이 논문을 국제지역학 석사학위논문으로 제출함

2004년 2월

부경대학교 대학원

국제지역학부

김정은

김정은의 국제지역학석사  
학위논문을 인준함

2004년 2월

주 심 사회학박사 이 중 희



위 원 정치학박사 김 진 기



위 원 법학박사 김 채 형



# 목 차

제1장. 서론 .....	1
1. 연구의 목적 .....	1
2. 연구의 방법 및 구성 .....	3
3. 선행연구의 검토 .....	4
제2장. 컨벤션산업의 개념과 특징 및 타 산업에의 파급효과 .....	7
1. 컨벤션산업의 개념 및 종류 .....	7
2. 컨벤션산업의 특징 .....	12
3. 컨벤션산업의 파급효과 .....	14
제3장. 일본과 한국의 컨벤션 산업의 비교(1): 법·제도적 측면 ..	19
1. 일본 컨벤션 산업 .....	19
1) 일본의 컨벤션 법과 지원조치 .....	19
2) 일본의 컨벤션전담기구의 설치와 역할 .....	22
3) 일본의 컨벤션 전문 인력 관리 측면 .....	26
2. 한국 컨벤션 산업 .....	27
1) 한국의 컨벤션 법과 지원조치 .....	27
2) 한국의 컨벤션전담기구의 설치와 역할 .....	30
3) 한국의 컨벤션 전문 인력 관리 측면 .....	32
3. 일본과 한국의 비교(1): 소결론 .....	34

제4장. 일본과 한국의 컨벤션산업의 비교(2): 개최실적 및 규모 ..38	
1. 일본의 컨벤션 개최현황 .....	38
1) 주요 도시별 개최 현황 .....	38
2) 업종별 개최 현황 .....	40
3) 규모별 개최 현황 .....	41
2. 한국의 컨벤션 개최현황 .....	43
1) 주요 도시별 개최 현황 .....	43
2) 업종별 개최 현황 .....	45
3) 규모별 개최 현황 .....	46
3. 일본과 한국의 비교(2): 소결론 .....	47
제5장. 일본과 한국의 컨벤션산업(3): 도시사례 연구 .....	49
1. 컨벤션산업 환경 비교 .....	49
1) 후쿠오카시(福岡市) .....	49
2) 부산시 .....	53
2. 컨벤션 센터 비교 .....	56
1) 후쿠오카시(福岡市)의 마린메세(Marinemesse) .....	56
2) 부산시의 벅스코(Busan Exhibition Convention Center, BEXCO) .....	58
3. 컨벤션 뷰로 비교 .....	60
1) 후쿠오카시(福岡市)의 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로 .....	60
2) 부산시의 부산컨벤션 뷰로 .....	64
4. 일본과 한국의 비교(3): 소결론 .....	65

제6장. 결론 .....	67
1. 연구의 요약 및 결론 .....	67
2. 일본의 컨벤션산업이 한국에 주는 함의 .....	72
참고문헌 .....	76

# 표 목 차

<표 2-1> 국제회의에 대한 전문기관별 기준 .....	10
<표 2-2> 컨벤션의 형태별 종류 .....	11
<표 2-3> 컨벤션산업의 수출대체효과 .....	16
<표 2-4> 컨벤션 관련 산업의 업무 예시 .....	17
<표 3-1> 일본의 컨벤션 유치·지원기구 .....	24
<표 3-2> 일본의 국제회의 관광도시와 각 도시별 컨벤션 뷰로 .....	25
<표 3-3> 컨벤션 관련 주요 법률 및 규정 .....	27
<표 3-4> 컨벤션 뷰로의 주요 사업현황 .....	31
<표 3-5> 컨벤션 교육 기관 .....	32
<표 3-6> 컨벤션 기획사 수요 .....	33
<표 3-7> 컨벤션 기획사 수급 예상 .....	36
<표 4-1> 주요 도시별 개최 현황 .....	39
<표 4-2> 업종별 개최 현황 .....	40
<표 4-3> 규모별 개최 현황 .....	42
<표 4-4> 주요 도시별 개최 현황 .....	43
<표 4-5> 업종별 개최 현황 .....	45
<표 4-6> 규모별 개최 현황 .....	46
<표 5-1> 경제활동별 시내의 총생산 구성비 .....	50
<표 5-2> 후쿠오카시(福岡市)의 관광비용이 각 산업에 미치는 생산파급효과 .....	51

<표 5-3> 생산유발효과 .....	52
<표 5-4> 부산시의 경제활동별 시내의 총생산 구성비 .....	53
<표 5-5> 전국대비 부산 관광객 점유율 .....	54
<표 5-6> 부산시의 관광비용이 각 산업에 미치는 생산효과 및 취업자 유발효과 .....	55
<표 5-7> 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로의 개요 .....	62

# 그림 목 차

<그림 1> 후쿠오카 마린메세 주변 숙박시설 .....	57
--------------------------------	----

# Comparative Study on Japanese and Korean Convention Industry

Jung-Eun Kim

*Division of International Area Studies, Graduate School.*

*Pukyong National University*

## ABSTRACT

The convention industry is one of the fastest growing segments of the world's economy today. The business convention industry is growing dramatically not only in Korea but also all over the world. The business convention is the core of the tourism industry, based on the high value added industry, because its effectiveness can overflow into various areas such as national or regional public relations, economic, social and political aspects.

The purpose of this study is to compare the Japanese business convention industry with its Korean counterpart.

The countries with developed convention industries are European countries such as Germany and France, and Southeast Asian countries including Singapore and the region of Hong Kong. To become competitive with these countries, Japan drew up the "Convention Promotion Law", so-called convention law. Japan appointed 49 convention tourism cities on the basis of financial and legal support, and established The Japan Congress Convention Bureau(JCCB) to promote a convention industry based on the law. In order to develop such a convention industry, the central government and autonomous regional governments have coexisted harmoniously over the years. Japan hosts numerous conventions in cities throughout the nation and in various fields of economy. Japan prefers to host major conventions that have a positive impact on its competitive economy.

Alternatively, Korea has drawn up the "Convention Industry Promotion Law", established in 1996, and started building convention centers. The Korean convention law is not as systemic as the Japanese version. In contrast to the Japanese, the Korean convention law is divided into the promotion law of international conferences and exhibitions. Convention visitors bureaus are established only under the autonomous regional governments in Busan and Daegu. Management of human resources started only in last August beginning with the implementation of a certified meeting planner examination.

From 1997 to 2000, over 90 percent of Korean conventions were held in Seoul, and 25% of them

were IT-related. Moreover, it is becoming evident that the era of the "big convention" is declining while big conventions are now being oriented. It is also becoming clear that the Japanese business convention industry had already adapted to the changes. However, by contrast, the Korean business convention industry is suffering difficulties. Fukuoka and Busan were compared in this study in order to identify the differences between them.

Japanese convention activities and promotions are conducted efficiently and effectively, and a comparative analysis of the two countries shows that the Korean convention industry has much to learn from its Japanese counterpart if it is to become competitive in the global markets.

**Key words:** Japanese convention industry, Korean convention industry, Japanese Convention Act, Korean Convention Act, Convention Visitors Bureau(CVB)

# 제1장. 서론

## 1. 연구의 목적

21세기 미래지향적 산업으로 최근 전 세계적인 붐을 조성하고 있는 산업이 컨벤션산업이다. 컨벤션산업은 단지 회의의 주관이나 운영을 통해서 정보를 얻는 것뿐만 아니라 하나의 모임을 유치함으로써 파생적으로 얻을 수 있는 경제적, 사회적 이득이 매우 많은 산업이다. 국제회의나 전시회 등과 같은 이른바 컨벤션의 유치 및 개최는 개최지역과 관련기업 등에 경제적, 문화적, 사회적으로 긍정적인 효과를 미치기 때문에 선진국들은 이미 컨벤션산업의 중요성을 인식하며 하나의 독자적인 산업으로 육성하고 있다(최승담 외 1994:8). 이는 컨벤션산업이 예산 100억불이 넘는 고속성장산업으로 인식되고 있는 데에서도 알 수 있다(東京國際會議事務局 1995:33).<sup>1)</sup> 컨벤션의 유치 및 개최는 인적·물적 교류의 촉진을 통하여 국제간 상호 이해를 증진시키고, 관련시설을 정비, 대규모의 관광객을 유치함으로써 관광관련업체들에게 새로운 수익창출을 제공하는 간접적 효과도 있다. 즉, 컨벤션산업은 직접적인 수익 창출뿐만 아니라 개최지역의 세계화, 지역경제의 활성화에 기여하는 등 간접적인 파급효과가 있기 때문에 전 세계적으로 관심을 쏟고 있는 것이다.

그러나 각 국의 컨벤션 진흥 추세와 비교하여 볼 때, 우리나라의 현실은 대조적이다. 즉, 컨벤션산업에 대한 중요성을 여전히 인식하지 못하고 있으며, 그 기반 시설 또한 매우 취약한 조건을 갖고 있다. 이는 우리나라

---

1) 유럽에서는 “conference industry”, 미주에서는 “meeting industry(business)”, “multi-billion dollar” 산업이라고 칭하고 있다.

컨벤션산업의 통계자료에서도 드러나고 있다.<sup>2)</sup> 이러한 점을 감안해 본다면, 컨벤션산업을 적극적으로 육성하고 있는 국가와 비교해서 우리나라는 상대적으로 경쟁 우위를 잃어버리고 있는 것이 현실이다.

물론 우리나라도 2002년 한·일 월드컵을 포함하여 2002 아시안 게임, 2000년 ASEM(아시아, 유럽정상회담) 등을 성공적으로 유치하여 컨벤션에 대한 정부와 국민의 인식과 지원이 강화되었다. 그럼에도 불구하고 우리나라는 2002년 현재, 컨벤션산업에서의 국제적 위상이 세계적으로 33위, 아시아 지역에서는 8위<sup>3)</sup>에 머물러 있는 실정이다. 요컨대 우리나라의 컨벤션산업은 컨벤션 선진국인 유럽이나 미주 여러 국가에 뒤떨어져 있을 뿐만 아니라 같은 아시아 국가인 싱가포르, 홍콩 등과 비교해 보아도 훨씬 미미한 수준에 머물러 있는 것이다.

우리나라의 컨벤션산업과는 대조적으로 일본의 컨벤션산업은 단시간에 세계적인 수준으로 성장하였다. 현재의 산업 인프라는 물론이고 운영적 측면이나 인적 서비스 수준까지 선진국 대열과 비교했을 때 손색이 없다. 일본은 2002년 기준으로 컨벤션 개최 실적이 아시아 지역 1위, 세계 12위를 차지하고 있다.<sup>4)</sup> 이는 컨벤션산업의 유치를 위해 지난 1987년부터 국제회의 도시계획을 세워 외래 관광객 유치 체제 정비를 위해 기반 설비를 확충한 결과이다. 더군다나 일본은 49개 도시를 컨벤션 관광 도시로 지정하여 “국제회의 진흥관련법률”을 입법화하는 등 각종 정책을 추진하고 있다. 뿐만 아니라 일본은 정부의 적극적인 후원 하에 전문 인

2) 이 통계에 대해서는 한국관광공사, 1995, “한국국제회의 산업현황”을 참조할 것.

3) [http://www.koreaconvention.org/info\\_place/pds\\_content.asp?pds\\_seq=13](http://www.koreaconvention.org/info_place/pds_content.asp?pds_seq=13) (검색일 2003.11.18)

4) <http://www.jnto.go.jp/info/conventions/tokei/tokei2-2.html> (검색일 2003.11.18)

력을 양성하고 전문적인 컨벤션 시설을 확충해 나가고 있다. 이러한 국제회의에 대한 투자와 홍보로써 현재 일본은 관광 선진국 더 나아가 국제회의시장에서 경쟁력 있는 컨벤션 선진 국가가 되었다.

일본은 일찍이 국제회의산업의 중요성을 간파함으로써 컨벤션 시설의 건설 및 운영을 위한 각종 지원책 마련에 노력과 투자를 아끼지 않았다. 그러나 이러한 일본의 컨벤션산업에 대한 연구가 우리나라에서는 소수에 불과하며<sup>5)</sup> 국가간 비교 대상도 우리나라와의 비교가 아닌 선진국인 미주와 유럽 혹은 홍콩, 싱가포르 등지이다. 이러한 측면에서 본 논문의 목적은 일본과 한국의 컨벤션산업을 비교분석 함으로써, 양국의 장·단점을 동시에 파악하고 일본의 컨벤션산업이 한국의 컨벤션산업에 미치는 함의를 검토해 보는데 있다.

## 2. 연구의 방법 및 구성

본 연구의 방법으로는 문헌적 연구방법(documentary study)을 중심으로 할 것이다. 따라서 일본의 1·2차 자료, 한국의 1·2차 자료 및 비교를 위한 자료 조사가 주 연구방법이 될 것이다.

연구의 구성은 다음과 같다. 제1장은 연구의 목적과 필요성에 대한 문제의 제기와 연구 목적을 서술하고 어떻게 전개할 것인지에 대한 연구의 구성을 소개한 다음 선행연구를 고찰한다. 제2장에서는 ‘컨벤션이 과연

---

5) 김성혁의 “일본·홍콩·싱가폴의 컨벤션산업의 현황과 전망”, “일본 컨벤션산업의 현황과 경제적 파급효과 분석”, 김창식의 “일본의 컨벤션산업 진흥 전략에 관한 실증적 고찰”, 윤정은의 “일본 지방도시의 컨벤션 활성화 방안 연구” 등의 논문이 있다.

무엇인가?’ 하는 원론적인 설명을 시작으로 컨벤션산업의 개념, 특징, 그리고 컨벤션 산업으로 인해 타 산업에 미치는 파급효과를 알아본다. 따라서 이 장에서는 컨벤션산업에 대한 일반적인 설명이 이루어 질 것이다. 제3장에서는 일·한 컨벤션산업을 법·제도적 측면, 컨벤션 전담 기구의 측면, 그리고 전문 인적 관리의 측면에서 비교해 본다. 그리고 제4장은 개최실적 및 규모에 있어서의 개최현황을 비교한다. 제5장은 일본과 한국의 도시사례 연구로서 후쿠오카(福岡)와 부산을 각각 컨벤션산업의 경제적 배경과 센터, 그리고 뷰로 부문에서 비교해 본다. 제6장에서는 앞장에서 나타난 결과를 통해 일본과 한국의 컨벤션산업이 지닌 장단점을 살펴보고 일본의 컨벤션산업이 한국의 컨벤션산업에 시사하는 바가 무엇인지를 살펴본다.

### 3. 선행연구의 검토

이제까지 우리나라에서 나타난 컨벤션산업에 관한 연구는 대체적으로 3가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 컨벤션산업의 개념 정립에 대한 연구, 둘째는 컨벤션산업의 파급효과에 관한 연구, 그리고 마지막으로 한국 컨벤션산업의 발전 방안에 대한 연구이다.

우선 컨벤션산업의 개념에 대한 연구로써, 이장춘은 컨벤션산업을 전시 박람회, 학술세미나, 제반 문화예술행사, 스포츠 행사, 외국기업체들의 인센티브관광 등과 관련된 산업으로 개념을 설정하고 있다(이장춘 1997:159-160). 한국관광공사는 컨벤션산업을 컨벤션의 유치 및 개최에 필요한 컨벤션 편의시설, 서비스 등과 관련되는 산업이라 정의하고 있다(대한지리학회 1996:127). 이정록은 컨벤션산업을 항공업, 호텔업, 여행

업, 식·음료업, 운송업, 쇼핑 산업 등의 참가자 관련 산업과 소프트웨어업, 정보처리업, 정보제공 서비스업, 디스플레이업, 디자인업, 경영컨설팅업, 기계설비업, 물품 임대업, 이벤트관련 상품, 검사업, 경비업 등의 컨벤션 관련 서비스산업으로 구분하였다(이정록, 이견철 2000:8).

둘째로, 컨벤션산업의 파급효과에 관한 연구로 김성섭·이강욱의 연구는 국제회의 참가자 및 주최자의 관련 지출액을 국제회의 산업의 최종수요로 삼아 산업연관표에서 도출된 유발계수행렬에 적용하여 타산업에 파급되는 효과를 파악하는 방법으로 계산하였다. 국제회의 관련지출액을 최종수요에 대입한 후 타산업의 최종수요를 “0”으로 처리하여 생산유발계수행렬에 최종수요의 열행렬을 곱하여 지출액에 의한 생산유발액을 계산해 보면 최종수요 백만원이 약 1,728,250원의 직·간접 산출효과를 국민경제에 파급시킨다는 결론을 도출하였다(김성섭, 이강욱 2002).

마지막으로 한국 컨벤션산업의 육성 방안은 김영준이 제시한 지방자치단체의 전문 기획력 구축, 관광인프라 구축, 컨벤션센터 내부시설 및 운영의 경쟁력 강화, 마케팅 및 이미지 제고 활동 강화, 지자체 정책 개발 추진 등이다(김영준 2002). 윤주현의 연구에서는 국제회의산업의 경쟁력 방안으로 지방도시를 국제회의도시로 지정·개발하여 유치할 것을 제시하였고, 장윤선은 전문인력의 육성 및 자격증 제도의 도입, 복합 컨벤션센터의 건립 및 선별적 추진, 컨벤션에 관한 유용한 정보 수집 및 체계화, 전담조직의 설치, 컨벤션 유치 및 홍보활동을 제시하였다(김윤희 2001).

이상에서 살펴본 기존연구들은 컨벤션산업에 대한 연구가 미미한 우리나라

라에서 컨벤션산업의 개념 및 정의, 파급효과, 육성방안이라는 측면에서 크게 기여했다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 이 연구들은 모두 한국의 현황과악에 기초한 기본적 내용이었으며 분석이 있다 하더라도 미주나 동남아의 개최 현황을 기준으로 한 연구였다. 뿐만 아니라 같은 동북아 국가이며 아시아 컨벤션의 선진국가인 일본에 대한 연구는 상당히 미미한 것이 현실이다.

이러한 점에 착안하여 본 연구는 일본을 비교 대상으로 삼았다. 그리고 비교의 기준으로써 법과 제도, 개최 현황을 다루고 마지막으로 부산과 후쿠오카를 사례로 들어 비교해 보았다. 이는 단순히 일본이라는 한 국가에 국한된 연구가 아니라, 컨벤션산업을 둘러싼 법·제도적·환경적 요인이 일·한간에 어떠한 차이가 있는지, 그리고 이러한 요인들이 실제로 부산과 후쿠오카에 어떻게 적용되는지를 살펴보는데 그 의의가 있을 것이다. 즉 컨벤션산업이 어떠한 방향으로 나아가야 할 지에 대한 함의를 찾을 수 있을 것이다. 또한 국가간 비교를 연구방법으로 하는 지역학적 관점에서 일본과의 비교연구는 선행연구가 미미한 현실에 비추어 보면 의미있는 연구라 할 수 있을 것이다.

## 제2장. 컨벤션산업의 개념과 특징 및 타 산업에의 파급효과

### 1. 컨벤션의 개념 및 종류

컨벤션의 어원을 살펴보면 ‘con’ 이라는 단어는 “with · together”, ‘vene’는 “to meet” 라는 의미이다. 따라서 Convention이라는 단어는 합성어로서 “함께 서로 만나다” 즉, “회의하다”라는 뜻으로 사용되고 있다(한국관광공사 1999:11). 여기서 발전되어 컨벤션은 “사람들의 모임에 의해 직접적인 정보교환이 진행되고, 동시에 그 모임이 새로운 정보 발신원이 될 수 있는 바, 이러한 목적을 위하여 사람들을 모이게 하는 구조”를 기본적인 개념으로 이해하고 있다(大岡哲 1992:12). 과거에는 주로 각종 기구나 단체에서 개최하는 연차 회의의 의미로 많이 사용되었으나 근래에는 회의분야를 포함한 총회는 물론 휴회기간 중에 개최하는 각종 소규모 회의, 위원회 등을 포괄적으로 의미하는 용어로 사용되고 있다(한국관광공사 1989a:7).

우리나라의 경우 대부분의 관련자료에서는 한국관광공사(Korea National Tourism Organization, KNTO)의 정의<sup>6)</sup>가 주로 사용되고 있다. 한국관

---

6) 국제회의산업육성에 관한 법률은 국제회의의 유치를 촉진하고 그 원활한 개최를 지원하여 국제회의산업을 육성 진흥함으로써 관광산업의 발전과 국민경제의 향상등에 이바지함을 목적으로 하고 있다.(제1조: 목적) 국제회의의 정의는 국제회의 산업육성에 관한 법률 시행령, 제2조에서 다루고 있는데 내용은 다음과 같다.

“국제회의 산업육성에 관한 법률 시행령, 제2조(국제회의의 종류, 규모)”  
② 제1항의 규정에 의한 회의 중 국제기구 또는 국제기구에 가입한 기관 또는 법인·단체가 개최하는 회의는 다음 각 호의 요건을 갖추어야 한다.

1. 당해 회의에 5개국 이상의 외국인이 참가할 것
2. 회의 참가자가 300인 이상이고 그 중 외국인이 100인 이상일 것
3. 3일 이상 진행되는 회의일 것

광공사(KNTO)의 정의는 “통상 공인된 단체가 정기적으로 주최하고 3개국 이상의 대표가 참가하는 회의”이다(김영준 1989:21). 일본관광협회(Japan National Tourism Organization, JNTO)에서는 컨벤션을 “국제회의를 비롯하여 각종 회의 등에 사람들이 모여 서로 이야기하는 것, 또는 사람을 중심으로 상품·지식·정보 등의 교류를 위한 모임, 회합의 場을 갖춘 각종 이벤트·전시회”로 정의하고 있다(박규영 2000:54).

일본 학계의 정의는 대체로 “다국의 국가대표들에 의해서 국제 간의 제 문제를 협의하기 위해 만나는 회합으로, 일반적으로 2개국 이상에서는 참가하는 회의를 국제회의”라고 정의하고 있다(日本觀光協會 1996:1). 大岡哲은 정보화 사회의 진전에 따라 사람들의 모임에 의해 직접적인 정보 교환이 진행되고, 동시에 그 모임이 새로운 정보의 발신원이 될 수 있는데 이 목적을 위하여 사람들을 모이게 하는 구조를 컨벤션으로 보고 있다(大岡哲 1992:12). 梅澤忠雄은 정보화 및 국제화 추세를 반영한 인적·물적·정보의 종합적 교류의 場으로서 회의와 전시가 복합된 형태가 일반적이며 국제회의 및 대회, 세미나, 연수회, 견본사, 전시회, 이벤트, 축제, 박람회, 기업회의, 발표회 등을 광범위하게 포함하는 개념으로 정의한다(梅澤忠雄 1998:11-13).

한국의 학계에서는 “사전에 결정된 일정에 의해 진행되는 공식적인 회의·전시·이벤트 등을 수반하는 일련의 집회로서 일반적으로 많은 관계자들이 정기적, 연례적으로 참여하는 것”을 컨벤션이라고 정의하고 있다(김형구 2002:3). 김성혁은 “대회의장에서 개최되는 일반단체회의를 말하며, 사람과 물건의 만남을 만드는 시스템으로서 정보화시대의 「제3의 미디어」”라고 하였다(김성혁 1995:7). 국제회의에 대한 전문기관별 기준

은 <표 2-1>에서 보는 바와 같다. 즉, 국제회의연합(Union of International Associations, 이하 UIA<sup>7)</sup>)에서는 UIA 발간 국제기구 연감과 국제회의 캘린더에 수록되어 있는 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의로써 <표 2-1>에서 제시하는 조건 4가지를 만족시키는 회의를 컨벤션으로 정의하고, 세계국제회의전문협회(International Congress and Convention, 이하 ICCA<sup>8)</sup>)에서는 정기적인 회의로서 최소 4개국 이상을 순회하면서 개최되고, 참가자가 100명 이상인 회의를 컨벤션으로 정의한다.

---

7) 국제회의연합(Union of International Associations, UIA)은 1910년에 설립되었으며 현재 4만여 국제기구와 단체들(international organizations and constituencies)에게 정보를 제공하기 위해 자료를 수집, 정리, 연구하는 비영리단체이다. 이에 대해서는 <http://www.uia.org/uia/> (검색일 2003.12.5)을 참고할 것.

8) 회원단체의 비즈니스 활동 기회 극대화, 고객기대에 부응하는 전문능력의 향상, 컨벤션산업에 대한 회원단체의 이해제고 및 능력개발, 회원단체간의 정보교환 촉진을 위해 1963년에 설립되었다. 사무국은 네델란드 암스테르담에 있고, 말레이시아 (쿠알라룸푸르, 1998년 설립)와 우루과이 (몬테비데오, 2001년 설립)에 각각 지역사무국을 설치하고 있다. 77개국 626개 단체가 회원으로 있다.  
<http://www.cvb.busan.kr/home.html> (검색일 2003.12.6)

<표 2-1> 국제회의에 대한 전문기관별 기준

전문기관	국제회의 기준
국제회의연합 (Union of International Associations, UIA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· UIA 발간 국제기구 연감과 국제회의 캘린더에 수록되어 있는 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의</li> <li>· 국제기구의 국내 지부가 주최하는 국내회의 가운데 다음 4가지 조건을 모두 만족하는 회의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전체 참가자 수가 300명 이상</li> <li>- 참가자 중 외국인이 40% 이상</li> <li>- 참가국 수 5개국 이상</li> <li>- 회의기간이 3일 이상(병행하여 개최하는 전시회 포함)</li> </ul> </li> </ul>
세계국제회의 전문협회 (International Congress and Convention, ICCA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정기적인 회의로서 최소 4개국 이상을 순회하면서 개최되고, 참가자가 100명 이상인 회의</li> </ul>

자료: 한국관광연구원(1996:11)

본고에서 정의하는 컨벤션은 통상적으로 사용되고 있는 UIA의 기준을 따른다. 현재 공식적인 통계는 세계적으로 UIA의 기준을 따르고 있다. 따라서 이 논문에서의 컨벤션은 UIA 발간 국제기구 연감과 국제회의 캘린더에 수록되어 있는 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의 및 전시회 그리고 제반 행사들로 제한하며 전체 참가자 수가 300명 이상, 참가 외국인이 전체의 40% 이상, 참가국이 5개국 이상, 그리고 회의 기간이 3일 이상 지속되는 것으로 정의한다.

컨벤션의 종류는 컨벤션의 규모, 참가범위, 참가대상 등에 의해 다양하게 구분되지만, 현재 컨벤션 관련 국제기구의 기준과 각 국의 분류내용이

상이하기 때문에 컨벤션 종류의 확실적인 구분은 어려운 바, 특히 대규모, 중규모, 소규모 등 물리적인 형태로 컨벤션의 종류를 구분하는 것은 용이하지 않다.

<표 2-2> 컨벤션의 형태별 종류

분류	분류에 따른 종류
형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 컨벤션(Convention)</li> <li>· 콩그레스(Congress)</li> <li>· 심포지엄(Symposium)</li> <li>· 강연(Lecture)</li> <li>· 전시회(Exhibition)</li> <li>· 강연회(Institute)</li> <li>· 컨퍼런스(Conference)</li> <li>· 포럼(Forum)</li> <li>· 세미나(Seminar)</li> <li>· 패널토의(Panel Discussion)</li> <li>· 워크숍(Workshop)</li> <li>· 화상회의(Tele-conference)</li> </ul>
성격	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업회의(Corporate Meeting)</li> <li>· 비영리단체회의(Non-Profit Meeting)</li> <li>· 협회회의(Association Meeting)</li> <li>· 정부주관회의(Government Agency Meeting)</li> <li>· 시민회의</li> </ul>
규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 국제회의(International Meeting)</li> <li>· 해외개최국 내 회의</li> <li>· 지역회의(Regional Meeting)</li> </ul>
회의진행	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개회식(Opening Session)</li> <li>· 총회(General Assembly)</li> <li>· 위원회(Council)</li> <li>· 폐회식(Closing Session)</li> <li>· 위원회(Committee)</li> <li>· 집행위원회(Executive Committee)</li> </ul>
국제회의 참가자의 사회적 지위·역할	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정상회의(Summit Meeting)</li> <li>· 각료회의(Ministerial Meeting)</li> <li>· 고위급회의(Senior-Level Officials Meeting)</li> <li>· 전문가 그룹회의(Expert Group Meeting)</li> </ul>
개최주기별 분류	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정기회의</li> <li>· 비정기회의</li> </ul>

자료: 류서정(2002:17)을 재구성

그러나 일반적으로 컨벤션의 형태는 <표 2-2>에서 보듯이, 컨벤션의 형태, 성격, 규모, 회의진행 등에 따라 회의(meeting), 컨벤션(convention),

컨퍼런스(conference),<sup>9)</sup> 컨그레스(Congress), 세미나(seminar), 워크샵(workshop), 클리닉(clinic), 포럼(forum), 심포지움(symposium), 패널 토의(panel discussion), 강연회(lecture), 단기강습회(institute), 공동토의(colloquium), 전시회(exhibition), 기타 문화·예술·체육행사·공연 등으로 구분되어지고 있다.<sup>10)</sup> 하지만 현실적으로는 이러한 예들이 복합적으로 결합되어 개최되는 경우가 많다(Berkman et al. 1984:129-130).

## 2. 컨벤션산업의 특징

컨벤션산업은 여러 가지 특징을 지닌 산업이지만 크게 공익성 중시, 복합성, 높은 파생효과, 산업의 다양성과 고도의 전문성 그리고 시간과 공

---

9) 컨벤션과 거의 같은 의미로 쓰이지만 컨벤션에 비해 더 많은 토론이 이루어진다. 또한 컨벤션은 정기적인 총회의 성격을 띠는 반면 컨퍼런스는 과학, 기술분야 등에서 새로운 지식 습득 및 문제해결을 목적으로 한다. 이에 대해서는 안경모, 김영준(1992)를 참조할 것.

10) **컨그레스**: 유럽이나 국제행사에서 자주 사용되며 컨퍼런스와 성격이 유사하며 참가인원도 매우 다양하다.

**세미나**: 연사가 연단에서 강연을 하는 형식을 지양한다. 일반적으로 세미나에서는 의견교환이 자유로우며 토론 참석자 중 한 사람이 모임을 이끌어 간다.

**워크샵**: 주로 교육담당자의 주도 하에 참석자들은 서로 문제에 대한 새로운 지식이나 기술 등을 교환하면서 교육이 이루어진다. 참석자 전원이 참여한다.

**클리닉**: 주로 교육활동에 사용되는 형태의 모임으로 특정 주제에 대한 기술지도 및 강연이 이루어진다. 이러한 형태의 모임은 소그룹만이 가능하다.

**포럼**: 일반적으로 패널리스트나 연사의 주도 하에 이루어지는 토론회이다. 2인 이상의 연사가 서로 상반되는 견해를 가지고 청중에게 연설을 하게 되며 사회자는 쌍방의 견해를 요약해 주고 토론을 이끌어 가는 역할을 한다.

**심포지움**: 포럼과 유사한 형식을 취하지만 포럼에 비해 형식적이다.

**강연회**: 전문가가 청중에게 프리젠테이션을 하는 방식으로 이루어지며 청중의 질의기회는 상황에 따라 가능하다.

**단기강습회**는 주로 업계 내에서 이루어지는 것으로 좀더 심도있는 교육의 기회를 제공한다

**전시회**: 주로 회의와 연계되어 개최되는 행사로 판매자가 제품이나 서비스를 전시하는 형태를 취한다. 여기에 관한 내용은 서승진, 윤은주(2002) pp. 43-45를 참조할 것.

간직 상품이라는 5가지 특징으로 설명할 수 있다.

첫째, 공익성을 중요시하는 점이다. 컨벤션은 정치, 사회, 문화 등 사회 전반에 걸쳐 국가 이익이 우선하는 총체적 목적 수행을 과제로 삼고 있다(김상무 외 1988:36-37). 둘째, 컨벤션산업은 복합성을 띠고 있다. 컨벤션산업은 국제회의 기획 업체, 호텔, 여행사 등이 핵심적인 역할을 담당하고 있으나, 항공사, 쇼핑, 관광객 이용 시설업 및 관광 편의 시설업 등이 복합적으로 운영되고 있다. 출판업, 공원, 박물관, 대중도·소매점 등도 자체의 고유한 영업을 하면서도 컨벤션산업과 직·간접적으로 관련을 맺고 있다. 셋째, 컨벤션산업은 타 산업에 비해 파생효과가 높다는 점이다. 상기 제시된 사회 현상을 평가하는 정치, 사회, 문화적인 효과 외에도 세계 평화의 구현에 있어서도 국가 및 민간외교차원에서 파급 효과는 막대하다. 넷째, 컨벤션산업의 다양성과 고도의 전문성이 필요한 점이다. 복잡한 기획과정으로 인해 전문 기획사가 필요한데 이러한 전문 컨벤션 기획사는 개최지 선정에 중요한 영향력을 미친다. 이는 컨벤션의 유치 및 운영과정에서 지니고 있는 다양성과 컨벤션에 관한 종합적인 지식과 경험이 개최되는 각종 컨벤션 사업에 적용되기 때문이다. 다섯째, 시간과 공간적 상품이라는 점이다. 컨벤션 시설은 컨벤션센터 운영자 입장에서 본다면 고객에게 컨벤션 시설에 대하여 일정기간 동안 제한된 특정 공간의 사용권을 판매하는 것을 의미한다. 따라서 이와 같은 시간과 공간적 상품의 기능을 가진 컨벤션은 이를 운영하는데 있어 특별한 관리가 필요한데, 만약 그 날의 컨벤션 상품을 그 날 팔지 못하면 그 상품에 대한 가치는 상실되고 마는 것이며 저장 또한 불가능한 것이다(서승진, 윤은주 2002:47)

이상에서 살펴본 5가지 특징에서 보는 바와 같이 컨벤션산업은 단순하게 특징 지워질 수 없는 종합적이고도 전문적인 산업이라고 할 수 있다.

### 3. 컨벤션산업의 파급효과

컨벤션 산업은 경제적 측면뿐만 아니라 정치적, 사회적 그리고 문화적으로도 다양하고 광범위한 파급효과를 가져온다. 참가자가 외국의 여론 주도층이어서 국가 이미지 제고에 한 몫을 할 뿐만 아니라, 체재기간이 길고 소비 수준이 높아 외화 획득에 유리하다는 것이다. 이러한 파생 효과의 이점 때문에 세계 각 국에서는 이를 수용할 수 있는 대규모 현대식 국제 컨벤션센터의 건립에 막대한 자금을 투자하고 있다. 컨벤션센터 건립에 소요되는 1차적 건설비용보다는 컨벤션 유치 개최에 따른 파급 효과가 더 크기 때문인데 이는 사회 전반에 걸쳐 나타나고 있다(한국관광연구원 1998:23).

컨벤션산업은 사회 각 분야에 미치는 경제 승수 효과가 매우 큰 ‘종합서비스산업’이다. 컨벤션 참가자 및 주최자가 지출하는 소비액이 미치는 직접적 경제 승수 효과뿐만 아니라 세수증대·고용창출·생산 유발·소득 창출 효과 등과 같은 간접적 경제 효과도 있다(한국관광공사 1994:6-7; 日本觀光協會 1996:8).

한국의 경우, 한국관광공사가 1995년도에 개최된 제78차 국제라이온스대회, YWCA 세계대회, 제4차 아시아 이식학회 학술 대회 등 6건의 주요 국제 컨벤션에 참가한 외국인 3,953명을 대상으로 조사한 결과, 참가한 외국인 1인당 평균 소비액은 US \$3,285로서 일반 관광 소비액 US

\$1,064보다 3.1배 많았다. 참가자들의 평균 체재일 수는 7.4일로 일반관광객 체재일 수 5.2일보다 1.4배 이상 길었으며 또한 참가자들의 38%가 행사 전후 관광을 즐기고, 28.8%가 배우자 및 자녀 등을 동반하였다. (한국관광연구원 1996:136) 결과적으로, 외국인 참가자 1,000명인 컨벤션 1건 유치시, 총 생산효과는 약 65억원으로 나타났다.<sup>11)</sup> 2001년도 국제회의 부문의 국내 경제 효과를 분석해 보면, 총 생산효과는 4,628억원(직접생산효과 3,454억원, 간접생산효과 1,174억원), 총 고용효과 5,874명, 총 소득효과 863억원으로 보고 있다(이진식 2000). 독일의 경우 연간 850여 건을 개최하여 전시산업만으로 매년 900억 달러(GDP의 3%)로써 총 교역량의 80%에 달한다. 미국은 라스베가스에서만 2000년 1월-8월에 전시산업만으로 29억 7천만 달러의 경제적 효과를 얻었다. 이는 1999년 라스베가스 카지노로 올린 수입 70억 달러의 절반에 가까운 규모이다(조선일보 2000/10/25/14).

또한 <표 2-3>에서와 같이 컨벤션산업은 엄청난 수출대체효과를 가져온다. 이 자료는 S반도체의 128M DRAM 미주지역 수출가격, H자동차(1,500cc) 미주지역 수출가격 기준, 그리고 S전자 25인치 컬러 TV(아날로그 방식) 미주지역 수출가격이 그 기준이다. 이를 기준으로 산출된 결과에 의하면 국제회의 산업이 83.7%로, 반도체 산업의 67.9%, TV 부문 59.9%, 승용차 75.4%보다 훨씬 높은 효과를 내고 있음을 알 수 있다.

11) 이는 미국이나 일본 등지에서 참가자 소비규모의 80%를 책정한 금액이며, 주최측 지출은 참가자와 주최측 지출을 7:3 정도로 추산한 금액이다. 이에 대해서는 한국관광연구원, 1998년, "국제회의 산업 육성 기본계획(안)"을 참조할 것.

<표 2-3> 컨벤션산업의 수출대체효과(2002년 1월초 기준)

	외화획득액		외화가득률 감안	
	1인당소비액	총소비액	1인당소비액	총소비액
	(\$1,969)	(\$6,615만)	(\$1,648)	(\$5,536만)
반도체(\$2.50/128M)	787개	2,646개	970개	3,261만개
승용차(\$10,000/대)	0.2대	6,615대	0.22대	7.342대
TV(\$330/대)	5.97대	20만대	8.33대	28만대

자료: 이진식(2002a)

컨벤션산업은 대규모 단체 관광객 유치를 유발함으로써 컨벤션 개최지역의 국제회의 기획업체(Professional Convention Organizer, PCO), 호텔, 여행사, 항공사, 쇼핑센터 등 관련 업체들에게 경제적인 수요 창출과 이익을 제공해 준다. 컨벤션은 유·무형의 서비스와 제품의 혼합체로 구성되어 있다. 컨벤션 산업은 회의, 전시 자체뿐만 아니라 회의, 전시 활동에 따른 부가적인 유·무형의 서비스가 필요하며, 그 중에서도 숙박, 식·음료 시설, 상업시설, 교통 시설 등의 직접적인 관광 시설과 관계를 갖고 있는 분야를 살펴보면 다음의 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 컨벤션 관련 산업의 업무 예시

컨벤션서비스	회의장·숙박·음식	수송	관광	기타
국제회의전문업	회의장			
통역·번역·속기업	전시장	항공사	관광시설	
인쇄·출판·사진업	건본시회의장	여행사	오락시설	
전시·장식업	호텔	철도회사	미술관	은행
회의용품대여업	모텔	선박회사	박물관	병원
그래픽디자인	여관	버스회사	유원지	약국
경비·청소업	스포츠 센터	택시회사	동물원	우체국
전기·배관업	문화 센터	화물운송회사	수족관	통신회사
모형제작업	극장	통관업	안내소	매스컴
광고기획·DM제작업	레스토랑	창고업	안내원	(신문·라디오
예능업·모델	급식산업	배달업	문화시설	·TV·잡지)
나레이터	커피숍			
기념품·문구업	바(bar)			
꽃 판매업				

자료: 리사치코아(1990:178)

컨벤션은 회의 개최 국민과 참가자가 만나는 장이므로 인적·문화적 커뮤니케이션을 기대할 수 있다. 컨벤션 개최국은 자국의 사회·문화적 특성을 전반적으로 알리는 주체가 되며 컨벤션 참가자도 개최국의 사회·문화적 특성을 이해할 수 있는 기회가 되므로 국가 간 상호 이해를 증진시킬 수 있다. 회의에 직접 필요한 시설뿐만 아니라 사회 기반 시설의 설비 및 정비가 추진되어 결과적으로 지역주민의 생활환경을 보다 윤택하게 한다(최승이 1995:50). 개최 기간 중 개최지를 중심으로 복합 문화공간이 형성되어 새로운 정보를 직접 접할 수 있고, 그 결과 회의장은

정보의 중심지가 되어, 지역 활성화에 도움이 되기 때문이다(한국관광공사 1989b:24).

컨벤션산업에서 참가자의 공간적 이동은 국제 관광의 발전, 경제적 교류, 사회·문화적 교류 등 여러 가지 효과를 유발한다. 이는 컨벤션이 본질적으로 일련의 커뮤니케이션(communication) 과정이기 때문이다. 컨벤션은 다수 국가 또는 참가자가 인종, 언어, 관습 등을 초월하여 사회·문화적인 교류를 통해 이(異)문화를 극복하는 과정이며, 컨벤션산업은 이를 지원하고 촉진시키는 산업이라 할 수 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 컨벤션산업은 막대한 경제적 파급효과는 물론이고 관광적 효과, 상호이해 증진을 통한 사회적 효과와 문화적 파급효과가 있다. 뿐만 아니라 컨벤션산업은 인적 교류 확대, 국가간 정치적 협력 증진, 국제 평화적 교류로 대표되는 정치적 파급효과까지 유발함으로써 파급효과가 대단히 큰 21세기형 미래 산업으로써 손색이 없다고 할 수 있다.

## 제3장. 일본과 한국의 컨벤션산업의 비교(1): 법·제도적 측면

### 1. 일본의 컨벤션산업

#### 1) 일본의 컨벤션 법과 지원조치

일본은 국제회의의 유치를 통해서 지역의 관광산업을 진흥시켜 나가는 정책을 강도 높게 진행시켜 나가고 있다. 그러나 방일 외국인 여행자는 엔고 등의 영향으로, 1993년에 340만명이었던 것이, 전년도인 1992년의 360만명에서 20만명이나 감소했고, 일본인 해외 여행자수와는 비교할 수 없을 정도로 미미한 숫자에 머물렀다(김창식 1998:181). 결과적으로 일본의 컨벤션은 외국인 환영 행사 및 관광 활동을 각 지역의 실정에 맞추어 지역의 산업별 기대효과를 높여나가기 위한 경제정책이었다고 할 수 있다.

현재 일본의 컨벤션 개최상황은 지금까지 각 지방단체를 중심으로 국제회의장 시설이 완비되어 컨벤션 산업의 진흥에 박차를 가하고 있는 중이며, 대규모 컨벤션 개최건수는 10년 동안에 약 3배 이상 증가하여 세계 전체의 신장률보다 큰 폭으로 성장하고 있다. 그러나 이는 정치 및 경제 사회 분야에서 일본의 세계적인 위상에 비교해 볼 때 미미한 수준이라는 자성의 소리가 나왔었다(김창식 1998:181-182). 따라서 컨벤션을 통한 일본의 국제적 위상 향상을 목적으로 1994년 6월 21일 “국제회의 등의 유치 촉진 및 개최의 원활화 등에 의한 국제 관광 진흥에 관한 법률(이하에서는 “컨벤션 법”이라 약칭함)”이 제정되었다.

컨벤션은 일반적으로는 국제적인 회의, 전시회 등의 행사를 총칭하는 용

어로 사용되고 있다. 그러나 컨벤션 법 제2조(정의)에 의하면 “회의, 토론회, 강습회 기타 이들 부류에 속하는 집회(이들 회의에 결부해서 개최되는 전시회)에 있어서 해외에서의 상당수 외국인의 참가가 예상되는 회의, 혹은 이들 회의와 병행해서 이루어지는 관광 여행 기타 외국인을 위하여 관광 및 교류를 목적으로 개최하는 회의”라고 정의하고 있다. 구체적으로는 상당수의 외국인이 참가하는 회의, 세미나, 심포지움 등을 말한다. 또한 여기에서 이루어지는 컨벤션 투어 혹은 리셉션 등의 관광교류를 목적으로 하는 제반 행사 모두가 대상이 되고 있다(國際觀光振興會 1995:89).

동법 제4조(국제회의관광도시의 인정)에서는 시, 읍, 면은 신청에 따라 국제회의장 시설, 숙박시설 등의 하드부문이나 컨벤션 사무국(convention bureau)등의 소프트 부문의 체제가 정비되어 있다. 그 구역에는 운수 대신으로부터 국제회의 등의 유치촉진 및 개최의 원활화 등의 조치를 강구하는 것이 국제관광 진흥회에게 특히 유리해야 한다는 취지이다. 또한 국제관광 진흥회를 통해서 인정받은 시, 읍, 면(국제관광 도시)에 대해서는 국제관광 진흥회를 통해서 정보의 정기적 제공, 선전 등의 지원이 체계적으로 강구될 수 있도록 장치가 마련되어 있다(김창식 1998:182).

국제관광 진흥회를 통한 지원책은 동법 제8조에서 제10조에 걸쳐 규정하고 있다(國際觀光振興會 1995:89). 즉 “컨벤션 법”의 지원조치는 컨벤션의 유치단계에 있어서, 유치 후보 시, 읍, 면에 대한 정보 제공, 선전·조언·지원 등, 개최 단계에 있어서 주체에 대한 기부금의 모집·접수·교부금의 지원 및 컨벤션에 참가하는 외국인 관광객의 관광 매력을 증진

하기 위한 장치로 요약할 수 있다. 이를 정리하면 첫째, 각 도시의 지명도를 올리기 위한 국제회의 관광도시의 해외에서의 선전, 둘째, 개별 지방자치단체에서는 입수하기 어려운 컨벤션 유치 정보, 개최 정보의 제공, 셋째, 표적 시장에 맞추어서 국제회의 관광 도시가 추진하는 유치활동에의 원조, 넷째가 컨벤션 개최를 위한 면세 기부금의 확보 등의 사업을 추진하는 것이다. 이는 모두 컨벤션 유치의 활성화를 도모하고자 하는데 목적이 있다(김창식 1998:183).

국제관광 진흥회는 국제회의 관광도시에 대한 컨벤션의 유치에 대한 정보의 정기적인 제공, 국제회의 관광도시의 해외에 있어서 지명도 향상을 위한 선전 활동, 시·읍·면이 행하는 유치 활동을 지원하기 위하여 연락, 조정, 조언 등의 조치를 적극적으로 추진해 나가고 있다. 컨벤션 개최의 문제점으로는 첫째, 일본 전체의 컨벤션 개최 비용의 약 40%는 기부금에 의존하고 있는 것인데, 기부금의 확보가 매우 곤란한 점으로 대두되고 있다. 둘째, 컨벤션 운영주체는 임시적인 조직 위원회이며, 개최 준비 수속이나 운영은 아마추어적인 업무가 비일비재하게 발생하고 있다는 지적이다. 따라서 국제 관광 진흥회는 기부금의 모집(국제관광 진흥회는 컨벤션 법에 관련해서 기부금의 과세 특례 조치가 강구될 수 있는 세법상의 특정 공익 증진법인에 인정된 점) 및 기부금의 교부, 통역 안내업자의 알선 등 컨벤션 개최가 원활하게 이루어질 수 있도록 지원조치를 강구하고 있다. 더욱이 국제관광 진흥회는 주체자가 컨벤션 투어, 시찰 여행 등을 기획할 때 필요한 정보 및 조언을 제공하여 보다 충실한 관광 사업이 될 수 있도록 조정해 나가고 있다(김창식 1998:183).

또한 운수성은 장기적인 컨벤션 진흥책으로서 1986년부터 ‘국제컨벤션

시티 구상', 1987년에 컨벤션 진흥 시스템의 개발조사를 실시하였다. 컨벤션 수용의 기본 조건이 구비되어 있는 도시를 컨벤션 도시로서 지정하여 해당 도시의 해외홍보, 컨벤션 유치, 국제 상호 이해 증진, 지역의 활성화 및 지방도시의 국제화를 도모하고 있다.<sup>12)</sup>

컨벤션 도시의 지정 부처는 운수성으로, 운수성에 의해 컨벤션 도시로 지정된 도시는 2001년 8월 현재 총 49개 도시에 이르고 있다. 컨벤션 도시의 요건은 컨벤션의 유치 및 컨벤션 도시의 선전 활동 등을 위한 관·민 일체의 진흥기관이 있는 곳, 매력적인 관광인원이 존재하는 등 컨벤션 개최를 위한 제 조건이 정비되어 있는 곳, 적절한 컨벤션 등 사업 실시 계획이 있는 곳 등이다. 지정 도시에 대한 지원 사업으로는 특수법인 국제관광 진흥회의 해외 선전사무소(약 16개소) 등을 통하여 해외국가에 선전하고, 해외 컨벤션·트레이드쇼 참가 및 해외순회PR세미나 실시, 컨벤션 개최 결정권자의 초빙, 컨벤션 연수회 등의 개최, 컨벤션 사절단의 파견, 컨벤션 관계 정보의 제공 등이 이루어지고 있다.<sup>13)</sup>

## 2) 일본의 컨벤션전담기구의 설치와 역할

일본의 관광 정책을 수립하고 집행하는 주무부처는 운수성 운수정책국 관광부이며, 국제관광객의 유치 촉진을 위한 정책 입안과 전략 수립은 국제관광 진흥회에서 총괄하고 있다. 즉, 여행시장의 현장성과 관광 사업의 복합적 특성 때문에 업무 집행에 있어서도 국내부문과 국제부문으로

---

12) <http://www.jnto.go.jp/info/conventions/kankotoshi/kankoutoshi.html> (검색일 2003.8.14)

13) <http://www.jnto.go.jp/info/conventions/kankotoshi/kankoutoshi.html> (검색일 2003.8.14)

분할 추진하고 있는 것이다(김창식 1998:179). 컨벤션 업무에 관련해서는 국제관광 진흥회가 중앙부처와 협력을 모색하면서 급변하는 해외여행 시장의 변화에 능동적으로 대처해 나가고 있다.

국제관광 진흥회(Japan National Tourist Organization, 약칭 진흥회)는 국제관광 진흥회 법에 의하여 1964년 4월 설립된 특수법인이다. 비영리 법인의 공기업으로써, 세계인이 여행을 통해서 방문국의 실정을 돌아보고 체험함으로써 올바른 이해와 친선을 증진, 평화적 국제사회의 실현에 큰 역할을 한다는 취지에서 정부출연금으로 설립하였다. 국제관광 진흥회는 1966부터 국제회의의 운영 컨설턴트 업무를 수행해 왔으나, 1994년 6월 21일 국제회의 등의 유치촉진 및 개최의 원활화 등에 의한 “컨벤션 법”이 제정됨에 따라서 컨벤션 유치 사업을 전담하고 있다. 또한 진흥회는 컨벤션 산업의 활성화를 도모하기 위하여 새로운 조직으로써 각 지방 자치 단체에 컨벤션 유치 센터(Japan Convention Bureau)를 발족시켰다. 유치센터는 본부에 해외 유치부, 국내 유치부의 2부를 설치함과 동시에 해외 거점으로서 뉴욕 및 런던의 관광 선전 사무소 내에 컨벤션 유치 센터를 설치하여, 효용을 큰 폭으로 증가시켰다. 그리고 국제관광 진흥회 16개소의 해외 선전 사무소에도 컨벤션 매니저를 배치하여 이들 내·외의 선전 사무소와 밀접한 연계 활동을 전개하고 있고, 국내외의 컨벤션 사무국에 국제회의 유치를 위한 DB를 구축하는 등 적극적인 컨벤션 유치 활동을 전개해 나가고 있다(윤정은 2002:12-13).

<표 3-1> 일본의 컨벤션 유치·지원기구

구분	주요기능
일본국제관광진흥회(JNTO) 국제컨벤션유치센터(Convention Bureau): 일본의 국제회의 유치증대를 위한 해외 홍보 및 국내단체의 국제회의 유치·개최 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 컨벤션 유치 개최정보의 수집 및 제공</li> <li>· 컨벤션 유치 개최관련 정보지 발간, 배포</li> <li>· 세계 주요 컨벤션 참가 및 컨벤션 전문지 홍보·선전</li> <li>· 14개 해외관광선전사무소를 통한 컨벤션 유치·홍보활동</li> <li>· 지자체, 컨벤션뷰로 직원의 국제회의 실무교육 실시</li> <li>· 컨벤션 개최 지원(기부금 모집 및 교부)</li> </ul>
JCCB (Japan Congress Convention Bureau): 민관합동기구로서 일본의 컨벤션산업 기반강화 목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본 유일의 컨벤션 트레이드쇼 IME 개최</li> <li>· 컨벤션 유치 추진: 국제미팅, 엑스포 개최</li> <li>· 연구조사사업: 컨벤션 개최 의향, 경제효과조사, Database 구축</li> <li>· 인력 육성 사업: 연수회·세미나·포럼 개최, 컨벤션 실무자 해외 파견 연수</li> <li>· 홍보사업: Trade Show 참가, 해외세미나 개최, JCCB 뉴스, 컨벤션연감 발간 등 컨벤션 정보제공</li> </ul>
컨벤션 도시별 Convention Bureau: 지역별 컨벤션 도시의 컨벤션 유치, 개최 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지방자치단체, 지역상공회의소, 지역기업체 공동참여</li> <li>· 시장, 지사명의를 초청장 발송</li> <li>· 각종 국제기구의 총회 참가를 통한 공동유치 활동</li> <li>· 호텔, 컨벤션 센터 등 관련시설의 정보제공, 회의장·숙박예약</li> <li>· 특수시설의 리셉션 개최 사용협조(문화유적지·관광시설 등)</li> <li>· PCO, 전시업자, 기자재업자 등 관련업체 소개</li> <li>· 회의전후 행사의 기획 및 인력확보 지원</li> <li>· 개최준비자금의 대출 및 보조금 교부</li> </ul>

자료: 한국관광공사(1996:3)

컨벤션 유치 센터는 <표 3-1>과 같이 컨벤션 유치 관계의 정보의 수집 및 제공과 함께 유치, 선전활동, 인재 육성 등의 사업 추진을 통해서 컨벤션 법에 근거하여 국제회의 관광도시를 중심으로 컨벤션 유치를 적극

적으로 지원하고 있다. 또한 기부금을 유치, 합산하여 컨벤션 주최자에게 기부금의 교부업무를 하는 등, 갖가지 개최·지원사업을 통해 컨벤션 개최가 원활하게 이루어질 수 있도록 노력하고 있다.

<표 3-2> 일본의 국제회의 관광도시와 각 도시별 컨벤션 뷰로<sup>14)</sup>

국제회의 컨벤션 도시/ 컨벤션 뷰로	
· 札幌市/(財) 札幌국제프라자	· 旭川市/ 旭川컨벤션뷰로
· 盛岡市/(財) 盛岡관광컨벤션협회	· 仙台市/(財) 仙台관광컨벤션협회
· 秋田市/(財) 秋田관광컨벤션협회	· 鶴岡市/ 庄内관광컨벤션협회
· 山形市/(財) 山形컨벤션뷰로	· 箱根町/ 箱根컨벤션뷰로
· 츠쿠바地區/ 上浦츠크바컨벤션뷰로	
· 松本市/ 松本컨벤션뷰로	
· 前橋市/(財) 前橋컨벤션뷰로	· 新潟市/(財) 新潟관광컨벤션협회
· 金澤市/(財) 金澤컨벤션뷰로	· 木更津市/(財) 치바국제컨벤션뷰로
· 千葉市/(財) 치바국제컨벤션뷰로	· 成田市/(財) 치바국제컨벤션뷰로
· 福井市/(財) 福井컨벤션뷰로	· 横浜市/(財) 横浜관광컨벤션뷰로
· 富山市/(財) 富山컨벤션뷰로	· 富士吉田市/(財) 富士吉田컨벤션뷰로
· 長野市/(財) 長野관광컨벤션뷰로	· 上田市/ 上田관광컨벤션협회
· 岐阜市/(財) 岐阜관광컨벤션협회	· 高山市/ 高山컨벤션뷰로
· 靜岡市/(財) 靜岡컨벤션뷰로	· 浜松市/(財) 浜松관광컨벤션뷰로
· 名古屋市/(財) 名古屋관광컨벤션뷰로	
· 伊勢志摩地區/ 伊勢志摩관광컨벤션기구	· 京都市/ 京都컨벤션뷰로
· 大阪市/(財) 大阪관광컨벤션협회	· 神戸市/(財) 神戸국제관광컨벤션협회
· 奈良市/(財) 奈良컨벤션뷰로	· 岡山市/ 岡山컨벤션뷰로
· 松江市/松江컨벤션뷰로, (財) 쿠니키키메세	
· 廣島市/(財) 廣島관광컨벤션뷰로	· 高松市/(財) 高松관광컨벤션뷰로
· 松山市/(財) 松山컨벤션뷰로	· 福岡市/(財) 福岡관광컨벤션뷰로
· 北九州市/(財) 北九州컨벤션뷰로	· 長崎市/(社) 長崎국제관광컨벤션협회
· 熊本市/(財) 熊本국제관광컨벤션협회	· 別府市/(財) 別府컨벤션뷰로
· 宮崎市/(財) 宮崎컨벤션뷰로	· 鹿兒島市/(財) 鹿兒島관광컨벤션회
· 오키나와 4 市/(財) 오키나와관광컨벤션협회	

14) <http://www.jnto.go.jp/info/conventions/kankotoshi/kankoutoshi.html> (검색일 2003.12.1)

<표 3-2>에서 보는 바와 같이, 일본의 각 국제회의 관광 도시는 각각의 전문 컨벤션 뷰로가 설치되어 있다. 이렇게 49개의 지정도시는 각각의 전담기구가 각 도시의 실정에 맞는 컨벤션을 유치하기 위해 노력을 경주하고 있다.

### 3) 일본의 컨벤션 전문 인력 관리 측면

일본은 전문 인력을 자격증 제도를 시행함으로써 효율적으로 관리, 운영한다. 컨벤션 전문 인력은 컨벤션 산업에 종사하는 여러 직군 중에서 컨벤션 기획사로 한정한다. 일본의 컨벤션 기획사 자격증 제도는 사단법인 일본 이벤트산업 진흥협회(Japan Association for the Promotion of Creative Events, JACE)에 의해 시행되고 있다. JACE는 국제회의, 전시회, 박람회, 페스티벌 등에 관한 산업진흥 진작을 통해 경제의 건전한 발전, 풍요로운 국민 생활의 실현에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다. 이러한 JACE가 이벤트의 기획에서 실시에 이르기까지 종합적인 관리가 가능한 인재육성을 위해 통산성 장관이 인정하는 “이벤트 관리자 자격시험”을 1994년부터 운영하여 오고 있다.<sup>15)</sup>

또한 일본은 국제회의 용역업체(Professional Convention Organizer, PCO)가 이러한 전문인력 양성에 스스로 앞장서고 있다. 일본 최대의 국제회의 용역업체인 ‘콩그레’가 1997년 10월 일본 주요 도시인 오사카, 도쿄, 나고야, 후쿠오카 등에 전문 통역학교를 개설했다. 이는 증가 추세에 있는 일본의 컨벤션산업 규모에 비교하여 부족한 통역요원을 적극 보충하기 위한 것으로 시행 2년 후 오사카 700명, 나고야와 후쿠오카에 각

15) [www.jace.or.jp](http://www.jace.or.jp) (검색일 2003.10.17)

300명, 도쿄에 500명을 양성할 계획으로 진행하였다. 운영에 있어서는 실무적인 능력을 중시하여 현역 통역사를 강사로 초빙, 실제 국제회의에서 녹음한 카세트 테이프 등을 사용하여 트러블 처리, 조크 통역방법 등을 교육시키며 우수한 학생은 자사가 정규사원으로 채용하기도 하였다(한국관광공사 데이터베이스 No.120).

## 2. 한국의 컨벤션산업

### 1) 한국의 컨벤션 법과 지원조치

국내 컨벤션산업 관련법규는 <표 3-3>과 같이 1975년 12월 31일 “관광기본법”, 1996년 12월 30일에 “국제회의산업육성에 관한 법률”, 1998년 12월 31일에 “사회간접자본 시설에 대한 민간투자법”, 1996년 12월 30일에 “대외무역법시행령”, 2000년 1월 28일에 “무역기반조성에 관한 법률” 등이 각각 제정되었다.

<표 3-3> 컨벤션 관련 주요 법률 및 규정

소관부처 및 기관	관련법률 및 규정	제정년도
국무총리실	국제행사의 유치·개최에 관한 규정	-
문화관광부	관광기본법	1975년 12월 31일
	관광진흥법/시행령/시행규칙	전면개정
	관광진흥개발기금법/시행령/시행규칙	1972년 12월 29일
	국제회의산업육성에 관한 법률/시행령/시행규칙	1996년 12월 30일
	관광숙박시설지원등에관한특별법/시행령/시행규칙	1997년 1월 31일
산업자원부	대외무역법/시행령	1996년 12월 30일
	무역기반조성에관한법률	2000년 1월 28일
	외국인투자촉진법/시행령/시행규칙	1998년 9월 6일
건설교통부	사회간접자본시설에 대한 민간투자법	1998년 12월 31일
재정경제부	조세특례제한법/시행령/시행규칙	1998년 12월 28일

자료: 부산발전연구원(2001:32)

현행 “관광진흥법”상에서는 컨벤션과 관련하여 국제회의업이라는 업종만을 규정하고 있을 뿐 컨벤션과 관련된 실질적인 지원사항은 포함되어 있지 않다.16) 동법 제3조 4항, 동 시행령 제2조 4항에는 컨벤션의 개념을 국제회의로 한정하여 포함하고 있으므로 사업자나 관계자들이 개념적 혼란을 일으킬 소지를 제공하고 있다.

정부는 국제행사의 체계적인 관리와 내실 있는 운영을 통하여 국제행사를 성공적으로 개최함으로써 우리나라의 세계화 수준을 향상시키고 국제사회에서의 신뢰를 제고하며 지속적인 국가발전의 계기로 활용함을 목적으로 2003년 8월 6일 “국제회의산업 육성에 관한 법” 내에 국제행사 유치·개최 등에 관한 조항(제7조)17)을 전면 개정하였다.

현행 “대외무역법 시행령” 상에는 무역전시장, 무역연수원, 컨벤션센터

---

16) 이 법은 관광여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광사업을 육성함으로써 관광진흥에 이바지함을 목적으로 한다(제1조: 목적). 국제회의업을 관광사업에 포함시킨 배경은

첫째, 국제사회의 발달에 따른 활발한 인적교류로 점차 국제회의의 규모가 확대되어 가고 있는 추세로 국제회의를 관광과 연계하여 발전시킴

둘째, 1986, 1988 양 대회를 계기로 준비된 관광수요시설을 최대한 활용하고 보다 많은 대규모 관광객을 유치하여 관광수입을 증대시키기 위해서 국제회의를 적극 유치하기 위함이다.

17) 제7조 (국제회의 유치·개최 지원)

① 문화관광부장관은 국제회의의 유치를 촉진하고 그 원활한 개최를 위하여 필요하다고 인정하는 때에는 국제회의를 유치 또는 개최하는 자에 대하여 지원을 할 수 있다.

② 제1항의 규정에 의한 지원을 받고자 하는 자는 문화관광부령이 정하는 바에 의하여 문화관광부장관에게 국제회의 유치 또는 개최에 관한 지원을 신청하여야 한다.[전문개정 2003.8.6]

<http://www.mct.go.kr/uw3/dispatcher/korea/laws/law.html?item=관광> (검색일 2003.12.22)

등 무역관련 시설을 무역진흥을 위한 지원대상으로 명시하여 이러한 시설들에 대해서는 조세감면 혜택을 받을 수 있도록 하고 있다. “무역거래 기반조성에 관한 법률” 상에는 무역전시장의 건립을 포함해 전시회 개최·운영 등에 대한 지원기준을 명시하여 재정적인 지원을 받을 수 있도록 하고 있다(박기홍 2000:37).

“민간투자법” 상에는 국제회의 시설 건립과 각종 지원규정을 포함하고 있다. 예를 들면 “국제회의 산업 육성에 관한 법률” 제2조 제3호의 규정에 의한 국제회의 시설을 사회간접자본 시설로 간주하며 동법 제53조(재정지원)에 의해 시설 사업의 원활한 시행을 위해 필요한 경우 사업 시행자에게 보조금을 교부하거나 장기대부를 할 수 있도록 규정하고 있다. 동법 제57조(조세감면)에서는 시설건립을 위한 민자유치를 촉진하기 위하여 조세특례제한법 또는 지방세법이 정하는 바에 의하여 조세를 감면 받을 수 있도록 규정하였다.

현재 우리나라에는 컨벤션과 관련한 각 소관부처별 다수의 규정 및 법률들이 행정상의 필요에 의해 제정 및 개정되어 있다(부산발전연구원 2001:32). 전적으로 컨벤션의 지원을 위해 제정된 법률에는 “국제회의산업육성에 관한 법률”이 있다. “국제회의산업 육성에 관한 법률” 제3조에 국가가 국제회의 육성·진흥을 위해서 행정·재정상의 지원조치를 강구해야 한다고 명시하고 있으나 ‘관광 진흥 개발 기금의 우선 지원’과 같이 제도적 지원의 실효성을 기대할 수 없는 일반적 조항만을 포함하고 있다. 결국 법률상에는 전문 인력 양성을 위한 자격증 제도 조항이나 컨벤션 전담기구에 대한 재정적, 행정적 지원조항 등 실효성 있는 구체적 지원 기준이나 조건은 명시하고 있지 않아 컨벤션산업 육성에 직접적인 실

효성을 기대하기 어려운 상황이다. 뿐만 아니라 우리나라 컨벤션산업을 직접적으로 조율하는 “컨벤션육성에 관한 법률”은 “국제회의산업 육성에 관한 법률”과 “전시산업 육성에 관한 법률”로 나누어져 있다. 이에 따라 관할 관청 역시, 국제회의는 문화관광부 국제관광과로, 전시회는 산업자원부 무역진흥과로 나누어져 있다.

## 2) 한국의 컨벤션전담기구의 설치와 역할

우리나라의 전담 컨벤션 기구는 한국관광공사의 컨벤션 뷰로와 부산 컨벤션 뷰로, 그리고 대구 컨벤션 뷰로, 세 곳이다. 이는 국가의 관광산업 정책을 실무적으로 집행하는 기관인 한국관광공사와 부산시, 그리고 대구시의 소속기구로서 관 주도적 형태이다.

조사, 홍보, 선전, 출판, 자문 등 Convention Visitors Bureau(CVB) 고유의 기능을 수행하는 한국의 CVB인 한국관광공사 내에 있는 컨벤션 뷰로팀은 컨벤션 시장조사, 업계에 정보 제공, 국제회의 국내 유치활동, 국내 개최 컨벤션 운영 지원, 컨벤션 관련 홍보물 제작, 수용태세 개선을 위하여 행사지원 확대, 지방 컨벤션 산업의 활성화를 위한 지방 행정기관과의 협조, 국제회의 전문 용역업체 등에 전문 인력 양성 및 지원 등 컨벤션산업 육성을 위해 <표 3-4>처럼 다각적으로 노력하고 있다. 이 밖에도 지방 국제회의 유치 촉진 설명회 실시, 국제회의 캘린더, 국제회의 산업 현황, 컨벤션 뉴스 등을 제작·배포했으며, 컨벤션 DM 목록 구축, DB 구축 등 국제회의 유치 촉진을 위한 수용태세를 개선해 나가고 있다. 또한 국제회의 참가자 소비액 조사, 국제회의 개최 계획·실적 조사, 컨벤션 관련 국제기구 교육 프로그램 참가 등 다양한 연구 사업을 통해

변화하는 컨벤션 시장 환경에 능동적으로 대처하기 위한 노력을 기울이고 있다(김향미 2000:68-69).

<표 3-4> 컨벤션 뷰로의 주요 사업현황

사업 부문		업무 부문
유치 활동 부문	조사·연구	컨벤션 관련 데이터 베이스 구축
		국제회의 유치 의향 조사
		인센티브 유치 의향 조사
		국제기구 가입 국내 단체 현황 조사
		국제회의 참가자 소비액 조사
		국제회의 개최의 경제 파급 효과 분석 등
	홍보·선전	컨벤션 부문 국제회의 참가
		컨벤션 부문 전시박람회 참가
		유관인사 방한초청 지원
		광고 게재
유치 활동	홍보간행물 제작·배포	
	국내단체 및 업계의 관심제고 유치지원강화	
수용 태세 개선 부문	조사·연구	해외지사를 통한 유치활동 강화
		컨벤션 시설 건립 타당성 조사
		국제회의 개최 실적 및 계획 조사
	행사지원 확대	인센티브 상품 개발 답사
		국제회의 개최 지원
	전문인력 양성	인센티브 그룹 방한 행사 지원
		해외 전문 교육 참가
	지방 컨벤션산업 활성화 도모	컨벤션 전문 인력 양성교육 실시
국제회의 유치 지원 협의회 활성화 도모	지방 국제회의의 유치 촉진 설명회 개최	
	국제회의의 산업전 개최지원 및 세미나 개최	

자료: 서승진, 윤은주(2002:247)

2003년 현재, 설치되어 있는 한국의 컨벤션 전담 기구는 한국관광공사 내의 컨벤션 뷰로팀과 부산시, 대구시에 설치되어 있는 부산 컨벤션 뷰

로(Busan Convention Visitors Bureau), 대구 컨벤션 뷰로(Daegu Convention Visitors Bureau)가 전담기구로서 각 도시의 컨벤션을 지원하고 있다.

### 3) 한국의 컨벤션 전문 인력 관리 측면

컨벤션의 유치, 기획, 준비, 개최, 운영 등의 컨벤션 업무는 고도의 전문적 지식과 정보, 능력을 요구한다. 특히 실질적인 운영 능력은 회의에 참가하는 만족도에 직접적인 영향을 미치게 되므로 중요하다.

<표 3-5> 컨벤션 교육 기관<sup>18)</sup>

구 분	정규교육과정			비정규교육과정		
	한림대 국제학 대학원	경희대 관광 대학원	제주관광 대학	이화여대	고려대	경희대
인원	50	10	60	45	40	40
설립년도	1997	2000	1993	1998	1999	1999
졸업생 배출 현황	1995		60			
	1996		60			
	1997		60			
	1998		60			
	1999	50		60	45	
	2000	50		60	45	40
	2001	50		60	45	40
	2002	50	10	60	45	40
	2003	50	10	60	45	40
	2004	50	10	60	45	40
	2005	50	10	60	45	40

18) <http://tourism.uc.ac.kr/h13/h13-7/down/컨벤션기획사국가기술자격제도> (검색일 2003.11.14)

<표 3-5>는 현재 우리나라의 컨벤션 전문 교육 기관의 현황을 보여준다. 정규 교육기관은 대학원의 경우, 한림대 국제학 대학원 내의 컨벤션 전공과 경희대 관광대학원 내의 컨벤션 전공이 있으며 제주관광대학에는 학부과정에 컨벤션 전공이 개설되어 있다. 비정규 교육과정으로는 이화여대, 고려대, 경희대 등에 개설되어 있다.

최근 우리나라도 컨벤션 시설이 확충되고 각종 국제행사가 증가하면서 내수시장 규모가 급속하게 증가하고 있다. 그러나 이러한 수요증대 추세와 비교할 때 이를 담당할 수 있는 인력은 극히 한정되어 있는 상황이며, 기존 인력이 보유하고 있는 전문성도 체계적인 전문교육 과정을 통해 습득했다기보다는 실무경험을 통해서 체득한 것이 많기 때문에 한계가 있다. 이 때문에 국내 컨벤션산업 환경의 변화에 적극적으로 대응하고, 장기적으로는 컨벤션산업의 전략화를 추진하기 위해서 전문인력 양성 제도적 장치가 필요한데, 올 2003년 8월 노동부 산하 한국산업인력공단에서 국가기술자격종목으로 컨벤션 기획사 자격시험이 처음으로 시행되었다.

<표 3-6> 컨벤션 기획사 수요<sup>19)</sup>

구분		연도	2001	2002	2003	2004	2005
국제회의	건수		320	344	366	388	409
	1급수요(명)		58	63	67	70	74
	2급수요(명)		159	171	182	193	203
전시회	건수		119	123	127	131	134
	1급수요(명)		41	42	44	45	46
	2급수요(명)		133	138	142	147	150
기타행사	건수		136	149	161	172	184
	1급수요(명)		33	36	39	41	43
	2급수요(명)		101	111	120	128	137

19) <http://tourism.uc.ac.kr/h13/h13-7/down/컨벤션기획사국가기술자격제도> (검색일 2003.11.14)

<표 3-6>은 2001년부터 2005년까지의 컨벤션 각 분야별 전문가의 수요 현황이다. 이 표에서 보듯이, 국제회의, 전시회, 기타행사 모두 전문 기획사의 수요가 소폭이지만 늘어나고 있음을 알 수 있다. 따라서 전문 자격증을 소지한 컨벤션 전문가의 시급한 수급이 필요하다.

컨벤션 기획사 국가 기술자격은 변호사나 공인회계사 등과 같은 개별 법령에 근거한 국가자격(면허성격)과는 다른 국가기술자격법에 의한 자격인증의 성격을 갖고 있다. 따라서 컨벤션기획사 자격증이 없어도 컨벤션 산업 관련 분야(PCO 등)에 취업할 수 있으며 응시자격에 의하면 실무경력이 요구된다. 또한 현재 컨벤션 기획사를 일정비율로 채용해야 한다는 강제규정도 없으므로 일정 자격을 갖춘 컨벤션 기획사의 수급에 법적 조치가 수반될 필요가 있다.

### 3. 일본과 한국의 비교(1): 소결론

앞에서 살펴보았듯이 제3장은 법·제도적 측면에 있어서 일본과 한국의 컨벤션산업의 법·제도적 측면을 컨벤션 법과 법에 의한 지원조치, 컨벤션전담기구의 설치와 역할, 그리고 컨벤션 전문 인력 관리로 3가지 분야로 나누어 살펴보았다. 그 내용을 요약하면 다음과 같다.

우선 컨벤션 법과 법에 의한 조치를 살펴보면, 일본의 경우 1987년부터의 철저한 개발조사를 시작하여 1994년 컨벤션 법이 제정되었고 컨벤션 수용의 조건을 갖춘 컨벤션 도시가 49개에 이르고 있다. 반면 한국은 컨벤션산업의 중요성에 대한 인식이 뒤늦어 1996년 12월에서야 “국제회의 산업육성에 관한 법률”이 제정되고, 1997년에 그 시행령 및 시행규칙을

제정·공포함으로써 본격적인 지원을 시작하였다. 지원법률 제정이 뒤늦었을 뿐만 아니라, 한국의 컨벤션산업 지원법률이 산재되어 있다는 것도 문제점으로 지적할 수 있다. 일본은 일명 “컨벤션 법”이라 불리는 법률으로써 모든 컨벤션을 관리하고 있지만 한국은 현재 법률이 이원화되어 있다. 국내의 컨벤션 관련 법률은 “국제회의산업 육성에 관한 법률”과 “전시산업 육성에 관한 법률”로 나누어져 있고, 이에 따라 관할 관청도 나누어져 있다. 국제회의는 문화관광부 국제관광과에서 담당하고 있고, 전시회는 산업자원부 무역진흥과에서 담당하고 있다. 여기에서 비롯되는 정책적 혼란은 빨리 극복해야 할 문제점이다.

다음은 컨벤션전담기구 측면이다. 일본은 국내 관광 업무는 운수성 운수정책국 관광부에서 담당하고 있고, 국제 관광 업무는 특수법인 국제관광진흥회에서 전담하고 있다. 컨벤션 업무에 관련해서는 국제관광진흥회가 중앙부처와 협력을 모색하면서 급변하는 해외여행 시장의 변화에 능동적으로 대처해 나가고 있다. 또한 지자체 별로 컨벤션 뷰로를 설립하여 지역 컨벤션을 전담하고 있으며 진흥회는 세법상 기부금의 손금불산입의 특례대상이 되는 특정공익증진 법인에 지정되어 있어 독립적이다. 한국의 경우에는 현재 설립·운영되고 있는 컨벤션 뷰로가 한국관광공사 내의 컨벤션 뷰로팀과 부산 컨벤션 뷰로, 그리고 2003년 4월 오픈한 대구 컨벤션 뷰로 단 세 군데이다. 컨벤션 전문 시설이 건립되는 지방도시 별로 국제회의 유치증대와 수용태세 개선을 주도할 전담기구의 설치가 시급한 실정이다. 또 한가지 문제점은 우리나라 컨벤션 뷰로의 성격이다. 현재 우리나라에 설치되어 있는 컨벤션 전담기구는 한국관광공사 내의 컨벤션 뷰로팀과 부산, 대구 컨벤션 뷰로다. 그러나 이들은 앞서 언급하였듯이 국가기관에 소속되어 있으므로 그 성격이 관주도의 성격을 띠고

있는데, 컨벤션산업의 체계적인 육성을 위해서는 컨벤션 뷰로가 독립적인 전문기관이어야 한다. 산업의 특성상 민·관 협력이 필수적이라는 점을 감안할 때, 정부와 민간의 가교 역할을 할 수 있는 민관협력체계(public-private partnership) 형태의 전담 기구로 전환되어야 한다.

마지막은 인적 자원 관리 측면이다. 일본은 사단법인 일본 이벤트산업 진흥협회에서 1994년부터 전문 컨벤션 기획사 제도를 운영하고 있다. 또한 대표적 PCO(Professional Convention Organizer)인 '콩그레'에서 전문 통역 학교를 설립·운영하여 고급 통역요원을 양성해 내고 있다. 그러나 한국의 경우 구미의 선진국이나 본고의 비교 대상인 일본에 비해 비교적 컨벤션의 역사가 짧고 경제, 사회적인 파급효과 등에 대한 인식이 부족하여 컨벤션의 운영에 대한 전문인력 양성 또한 체계화되지 못한 실정이다. 컨벤션산업의 유치, 진행을 맡을 전문인의 수와 자질 역시 컨벤션 선진국에 비해 열세이다. 컨벤션산업 업계에 근무하는 대부분의 사람들이 컨벤션 산업에 대한 체계적인 교육을 받지 못하는 실정인데, 이는 체계화된 전문 교육기관의 부족과 연수 프로그램에 따르는 재정보조 지원책이 없다는 점이 주요 원인이다.

<표 3-7> 컨벤션 기획사 수급 예상<sup>20)</sup>

		2001	2002	2003	2004	2005
컨벤션 기획사 1급	수요인원	132	141	150	156	163
	공급인원	47	47	47	157	267
컨벤션 기획사 2급	수요인원	393	420	444	468	490
	공급인원	400	520	685	1130	1375

20) <http://tourism.uc.ac.kr/h13/h13-7/down/컨벤션기획사국가기술자격제도> (검색일 2003.11.14)

<표 3-4>에서 예상할 수 있듯이, 컨벤션 2급 기획사는 시험시행 첫 해에 양산되는 자격증 소지 인력으로 그 수요가 충원되어 그 이후의 인력은 유희 인력으로 공급과 수요에 있어 큰 격차를 예상할 수 있다. 컨벤션 기획사 1급 소지자 역시도 시험 시행 3년 간 수요인원이 공급인원을 초과하여 수요에 비해 공급인원이 부족할 것으로 예상되나, 시험 시행 후 3년 후부터는 잉여인력 양산으로 인한 실업문제가 예상된다. 한국의 경우에는 2003년 8월 처음으로 컨벤션 기획사 시험이 시행되었으며 유희인력 양산의 위험이 있다.

## 제4장. 한국과 일본의 컨벤션산업의 비교(2): 개최실적 및 규모

### 1. 일본의 컨벤션 개최현황

#### 1) 주요 도시별 개최 현황

<표 4-1>은 일본의 주요 도시별 개최 건수 현황을 보여 주고 있다. 여기서 볼 수 있듯이, 도시별 개최 건수는 96년 기준으로 1위가 동경(156건, 36.1%), 2위 오사카(77건, 17.8%), 3위가 치바(50건, 11.6%), 4위 나고야(27건, 6.2%), 5위 요코하마(26건, 6.0%), 6위 후쿠오카(23건, 5.3%)의 순위로 나타났다. 표에서는 나타나지 않았지만 교토의 약진도 주목할만한 수준이다. 교토는 도시의 역사적 자산을 잘 살려서 2000년, 2001년 각각 209건, 213건을 유치하는 등 컨벤션의 유치가 증가하고 있다. 그 결과, 일본 내의 개최건수 5위에 오른 후 2003년에는 243건을 유치하여 일본 내 유치 건수에서 오사카보다 앞서 개최순위에서 2위의 결과를 보이는 급속한 성장을 이루어내고 있다.

<표 4-1> 주요 도시별 개최 현황<sup>21)</sup>

도시명 \ 년도	년도								
	1994	1995	1996	1998	1999	2000	2001	2002	
동경	94	151	156	436	603	759	818	854	
오사카	93	74	77	224	222	245	258	224	
치바	64	58	50	-	-	88	9	-	
나고야	32	32	27	194	195	216	209	177	
요코하마	18	15	26	121	107	124	123	162	
후쿠오카	18	22	23	191	199	178	159	162	
히로시마	11	11	11	74	-	-	-	10	
고베	10	11	10	213	178	208	222	220	
삿포로	6	7	4	95	112	107	96	83	
키타큐슈	4	7	14	-	71	-	8	-	
기타	22	28	35	867	788	764	835	791	
계	372	416	433	2415	2,475	2,689	2,737	2,683	

주: 1) 하나의 회의가 복수의 도시에 걸쳐서 개최된 경우 각각 도시에 1건으로서 간주하고 있기 때문에 도시별 개최 건수는 실제의 회의 개최 건수보다 많다.

2) 동경은 22 특별구 포함

이 표에서 분석할 수 있듯이, 일본은 도쿄 이외의 많은 도시에서 국제회의가 개최되고 있다. 이것은 지방도시 발전에 기여하고 있음을 양지한 각 컨벤션 뷰로의 유치 경쟁이 치열하기 때문이라고 볼 수 있다. 오사카(大阪), 치바(千葉), 나고야(名古屋) 등이 컨벤션 도시로서의 충분한 개최 실적을 쌓고 있으며 일본의 컨벤션은 지방 분산화 상황이 지속되고 있다.

1994년에서 1996년, 2년 사이에 컨벤션 개최 건수가 거의 6배 가까이 상승하였음을 알 수 있다. 이는 1994년 제정된 컨벤션 법을 바탕으로 일본

21) 國際觀光振興會, 1997, 『Convention & Tourism data book』  
:http://www.jnto.go.jp/info/pdfs/0927cv.pdf (검색일 2002. 12.4)

이 컨벤션에 많은 노력을 기울였음을 증명할 수 있는 결과라고 할 수 있다. 1994년부터 최근 2001년까지 일본은 소규모이지만 개최건수가 꾸준히 증가하고 있음을 볼 때, 일본이 컨벤션 시장에서 경쟁력 있는 국가임을 추론할 수 있다.

## 2) 업종별 개최 현황

<표 4-2> 업종별 개최 현황<sup>22)</sup>

	정치· 경제· 법률	과학 기술	의학	산업	예술· 문화· 교육	사회	운수 관광	사교 친선	종교	체육	기타	합계
1993	276	494	215	89	254	158	17	69	7	13	73	1,665
1994	321	463	244	129	234	170	21	50	2	31	104	1,763
1995	306	523	242	132	268	230	26	58	6	9	20	1,820
1996	360	629	229	111	241	240	22	68	5	8	68	1,971
2001	431	833	413	155	358	172	25	125	9	22	194	2,737
2002	455	926	367	163	340	185	28	76	11	20	112	2,683

위의 <표 4-2>는 일본의 분야별 국제회의 개최 현황이다. 일본의 부문별 컨벤션 개최 건수는 2002년도 12월 기준으로 과학기술이 926건으로 1위를 차지하고 있고, 정치·경제·법률이 455건으로 2위, 의학이 2001년에 들어서면서부터 예술·문화·교육을 앞질러 367건으로 3위이고, 4위는 예술·문화·교육으로 340건으로 나타났다. 1위, 2위, 3위의 순위는

22) 國際觀光振興會, 1997, 『Convention & Tourism data book』  
:http://www.jnto.go.jp/info/conventions/tokei/tokei1-3.html (검색일 2003.12.8)

과거 10년 간 거의 변동이 없으나, 과거 2년 전까지 계속 4위의 자리를 차지하던 의학 분야가 1995년부터 사회 분야에 밀려났었으나 다시 유치가 활발해졌음을 알 수 있다.

일본에서 특히 정치·경제에 관한 회의가 많은 것은 이 분야에 있어서 일본은 세계적으로 역할이 중요하다는 점을 간접으로 시사하고 있다. 이는 학회, 연구기관, 각종 단체, 중앙 부처에서 많은 기대와 관심을 나타내고 있는 대목으로 사료된다. 사회, 사교 친선관계회의가 증가하고 있는데 이러한 추세의 요인으로는 환경, 여성, 인권, 평화 등에 대한 관심이 세계적으로 높아지고 있음을 입증하고 있다. 이노구치(猪口邦子, 上智大學校 法學部 교수)가 “컨벤션의 최대 조건은 경쟁력 있는 학자”<sup>23)</sup>라고 역설하듯이, 의학 분야의 컨벤션이 일본에서 꾸준히 경쟁력을 가지는 것은 일본의 의학분야의 세계적 입지를 증명하는 것이라고 할 수 있다.

### 3) 규모별 개최 현황

<표 4-3>은 일본 컨벤션의 규모별 개최현황을 보여준다. 이 표에서 보듯이, 가장 많이 이루어지고 있는 컨벤션은 5천명 이상 1만명 미만, 1만명 이상 5만명 이하의 인원이 참가하는 중규모 컨벤션이다. 5천명 이상-1만명 이하가 참여하는 컨벤션의 경우 1994년부터 96년까지 7.8%에서 10.2%로 비중이 높아졌다. 또한 1만명 이상-5만명 이하의 컨벤션은 1994년에 43.3%, 1995년에 51.2%, 그리고 1996년에도 46.5%를 유지함으로써 중규모의 컨벤션이 일본 컨벤션의 절반 정도를 점유하고 있음을 보여준다.

23) <http://www.jnto.go.jp/info/conventions/kouenroku/inoguchi.pdf> (검색일 2003.8.3)

<표 4-3> 규모별 개최 현황

규모 \ 년도	1994		1995		1996	
	건수	%	건수	%	건수	%
2,000명 이하	14	3.8	14	3.4	12	2.8
2,001명-5,000명	25	6.7	30	7.2	32	7.4
5,001명-10,000명	29	7.8	33	7.9	44	10.2
10,001명-50,000명	161	43.3	213	51.2	201	46.5
50,001명-100,000명	70	18.8	71	17.1	79	18.3
100,001명 이상	71	19.1	54	13.0	64	14.8
비공개	2	0.5	1	0.2	0	0.0
계	372	100.0	416	100.0	432	100.0

자료: 國際觀光振興會(1997) 참조

그리고 50만명 이상 100만명 이하의 대규모 컨벤션의 경우를 보면, 1994년에는 점유율이 19.1%였지만 1995년에 13.0%로 급감하였다. 1996년에 개최건수가 10건 증가하여 14.8%가 되었지만 그 증가폭이 감소폭에 비해 훨씬 작음을 알 수 있다. 그러나 반대로 2000명 이하가 참여하는 소규모의 컨벤션은 소폭 감소해 점유율도 계속해서 떨어지고 있다.

결론적으로, 일본의 규모별 컨벤션 비중은 소규모가 감소하고 있고, 5천명 이상 1만명 미만, 1만명 이상-5만명 이하 중규모의 컨벤션이 주류를 이루고 있다는 것이다. 그러나 50만명 이상이 참여하는 대규모 컨벤션은 1994년에서 1995년에 감소하여 증가로 돌아서지 못하고 있는 추세이다.

## 2. 한국의 컨벤션 개최현황

### 1) 주요 도시별 개최 현황

우리나라의 경우 컨벤션 개최를 위한 제반 조건을 갖춘 도시는 한정되어 있다. 대구, 부산, 제주의 대규모 컨벤션센터가 이미 완공되어 가동에 들어갔고, 고양 등에 대규모 컨벤션 센터가 건축 혹은 건축 예정 중이며 지방도시의 컨벤션 개최 여건이 개선되고 있다. 지방 도시에서 컨벤션을 개최할 경우에는 각종 시설 사용료가 비교적 저렴하고, 교통이 원활하며, 지자체 및 관련 기관의 전폭적인 지원은 물론 무엇보다도 숙박료가 저렴하다.

<표 4-4> 주요 도시별 개최 현황

	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년
서울특별시	178	174	190	195	332	301
제주도	15	20	15	21	27	45
대전광역시	19	13	20	16	16	9
경기도	7	6	17	15	20	26
경상북도	11	20	11	11	20	25
부산광역시	5	3	10	10	38	54
대구광역시	-	8	4	4	19	14
강원도	5	5	8	4	20	20
인천광역시	-	-	3	3	7	1
광주광역시	2	9	2	3	2	6
전라북도	3	2	1	3	15	12
충청남도	2	2	-	3	6	10
전라남도	-	1	1	2	8	9
경상남도	-	1	3	1	14	14
충청북도	1	3	2	1	8	12
계	248	267	287	292	556	561

자료: 한국관광공사 홈페이지<sup>24)</sup> 국제회의 통계자료

24) [http://www.koreaconvention.org/info\\_place/pds\\_content.asp?pds\\_seq=7](http://www.koreaconvention.org/info_place/pds_content.asp?pds_seq=7) (검색일 2003.8.27)

표를 살펴보면, 전통적으로 서울이 점유율 면에서 한국의 컨벤션을 독점하고 있다고 할 수 있다. 1997년부터 2000년까지 우리나라 주요 컨벤션 도시는 서울, 제주도, 대전광역시, 경기도, 경상북도, 그리고 부산이다. 그 원인은 서울의 경우, COEX의 조기 건립과 더불어 대한민국의 수도라는 점이 장점으로 작용하였고, 제주도는 우리나라의 대표적인 휴양 컨벤션 도시이다. 대전광역시는 한국과학기술원(KAIST)을 끼고 있는 과학기술 지향 도시이므로 과학 기술 관련 컨벤션이 많이 개최되고 있고, 경기도는 수도권으로 공항이 인접하고 교통의 편리성을 지니는 등 서울과의 접근성이 좋다. 경북은 경주에 가까운 거리적 장점, 부산은 2000년 건립된 BEXCO와 해양을 끼고 있는 교통이 장점으로 작용하였다고 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고 위의 표에서 보듯이 서울이 한국에서 개최되는 컨벤션의 90%이상을 점하고 있다. 최근 경주, 부산, 제주 등 지방 도시에 전문 컨벤션 시설이 건립되어 국제회의 개최 여건이 개선되었으나 개최 건수나 점유율을 살펴본다면 컨벤션의 지방 분산화가 거의 이루어지고 있지 않음을 알 수 있다. 서울의 유치 과부화로 인한 문제점을 해결하고 지방 컨벤션의 발전을 위해서라도 지방 고유의 색을 살린 컨벤션 유치가 시급한 실정이다.

그러나 <표 4-4>에 의하면 2000년과 2001년, 1년 사이에 컨벤션의 개최 건수가 거의 2배 가까이 상승했음을 알 수 있다. 2000년 292건에 불과하던 것이, 2001년에는 556건으로 급증하였다. 이는 우리나라의 컨벤션 인프라는 성공적으로 구축되었다고 볼 수 있을 것이다.

## 2) 업종별 개최 현황

아래의 <표 4-5> 업종별 개최 현황은 한국에서의 최근 5년 동안에 개최된 컨벤션의 업종을 표로 분류한 것이다.

분야별 개최 현황을 살펴보면, 꾸준히 과학/기술 분야의 컨벤션이 활발하였음을 알 수 있다. 전체 컨벤션 비율에서 25%를 차지하는 높은 비율로 타 분야에 비해 높은 개최율을 보이고 있다. 그 뒤로는 예술/문화/교육 분야, 의료/건강/보건 분야와 사회과학 분야가 변함없이 꾸준한 강세를 보이고 있다.

<표 4-5> 업종별 개최 현황

	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년
과학/기술	63	76	72	60	86
예술/문화/교육	37	24	40	66	65
의료/건강/보건	30	25	23	30	36
사회과학	25	19	24	23	13
경제/금융	21	25	39	25	33
생태/환경	21	13	26	17	18
교통/통신	14	11	20	21	35
경영	12	16	6	-	-
정치	11	25	25	19	8
농수산	9	9	3	12	16
관광	6	5	12	9	11
건축	5	6	3	-	-
스포츠/레저	3	5	4	10	12
안전	2	3	3	-	-
기타	8	25	19	128	92
계	267	287	292	420	426

자료: 한국관광공사 홈페이지<sup>25)</sup> 국제회의 통계자료

25) [http://www.koreaconvention.org/info\\_place/pds\\_content.asp?pds\\_seq=7](http://www.koreaconvention.org/info_place/pds_content.asp?pds_seq=7) (검색일 2003.8.27)

특징적인 것은 교통/통신 분야에 있어서의 증가이다. 이는 우리나라가 비교우위에 있는 IT를 집중 육성하는 산업구조를 반영하는 것이라고 할 수 있다. 또한 스포츠/레저 분야의 컨벤션 증가는 '주5일 근무제'를 통한 여가시간 활용에 대한 관심 증가가 원인이라고 추정된다.

### 3) 규모별 개최 현황

<표 4-6> 규모별 개최 현황

구 분	1998년		1999년		2000년		2001년		2002년	
	건수	점유율								
100~499명	1	1.08	2	1.79	2	1.71	3	2.34	2	1.71
500~999명	1	1.08	4	3.57	3	2.56	-	0.00	3	2.56
1천명~5천명미만	6	6.45	5	4.46	11	9.40	15	11.72	11	9.40
5천명~1만명미만	5	5.37	11	9.82	7	5.98	11	8.59	7	5.98
1만명~5만명미만	47	50.54	58	51.78	58	49.58	68	53.13	58	49.58
5만명~10만명미만	18	19.35	14	12.50	17	14.53	15	11.72	17	14.53
10만명이상	15	16.13	17	15.18	19	16.24	16	12.50	19	16.24
기 타	-	-	1	0.90	-	0.00	-	0.002	-	0.00
계	93	100.00	112	100.00	117	100.00	128	100.00	117	100.00

자료: 한국관광공사 홈페이지<sup>26)</sup> 국제회의 통계자료

한국은 소규모 즉, 천명 이상 5천명 미만의 컨벤션이 점점 증가함을 <표 4-6>에서 알 수 있다. 천명 이상 5천명 미만의 컨벤션은 1998년 6.45%에서 2년만인 2000년에 9.40%로 증가하였다.

그러나 표에서 보듯이, 중·대형 컨벤션은 개최 횟수와 점유율에서도 고

26) [http://www.koreaconvention.org/info\\_place/pds\\_content.asp?pds\\_seq=7](http://www.koreaconvention.org/info_place/pds_content.asp?pds_seq=7) (검색일 2003.8.27)

전을 면치 못하고 있다. 1998년에 18건을 개최해 19.35%였던 5만명 이상-10만명 미만 규모의 컨벤션이 총 개최건수가 증가한 2000년에는 오히려 1건이 감소한 17건, 14.53%의 점유율로써 유치건수 및 점유율 모두 감소하였다. 또한 10만명 이상의 대형 컨벤션은 개최건수는 1998년에서 2000년 사이 2건이 증가하였으나 총 개최횟수 대비 점유율에서는 16%대로 증감의 폭이 없이 제자리걸음을 하고 있다.

### 3. 일본과 한국의 비교(2): 소결론

제4장에는 일본과 한국의 컨벤션산업에서의 현황에 대한 데이터 비교를 통해 분석하였다. 본 장에서 다룬 현황은 크게 일본과 한국의 주요 도시별 개최 현황, 업종별 개최 현황, 규모별 개최 현황으로 나누었다. 그 결과를 요약해 보면 다음과 같다.

우선 일본의 주요 도시별 개최 현황표를 분석해 본 결과 일본은 도쿄의 점유율이 1994년 25.3%에서 1996년 36.1%로 증가하였으나 오사카(大阪)가 평균 20%의 점유율, 그리고 치바(千葉)가 평균 15% 가까운 점유율을 보이면서 지방 분산화가 잘 이루어져 있음을 알 수 있다. 또한 1994년에서 1996년, 2년 사이에 컨벤션 유치 건수가 약 6배로 증가하면서 명실공히, 아시아 최대의 컨벤션 국가로서 자리매김하였다. 반면 한국은 90% 이상이 서울에서 열려 집중화에 따른 여러 문제점의 가능성을 안고 있다. 따라서 전문 컨벤션 센터가 건립·운영되고 있는 부산, 대구, 제주도로 각기 지역의 특징과 특화 산업에 맞는 산업 관련 컨벤션의 분산화가 시급한 실정이다.

또, 업종별 개최 현황을 살펴보면, 일본은 1996년도 12월 기준으로 과학 기술이 629건으로 1위, 정치·경제·법률이 350건으로 2위, 예술·문화·교육이 241건으로 3위이고, 4위는 의학 240건으로 나타났다. 1위, 2위, 3위의 순위는 과거 10년 간 변동이 없으나, 의학 분야가 1995년부터 사회 분야에 밀려나는 변화가 일어났다. 이는 정치·경제 분야에 있어서 일본의 역할이 세계적임을 시사하고 있다. 한국의 경우에는 1998년부터 2000년까지 과학/기술 분야가 25%를 차지하고 있어 한국이 IT 강국으로서 경쟁력을 가진 부문에 집중 투자하여 컨벤션을 유치 가능하게 하였음을 보여준다. 이렇듯, 컨벤션이 산업의 발전과 맞물리는 특징을 잘 보여줌과 동시에 비교우위에 있는 산업에 컨벤션을 유치하는 전략적 마케팅의 결과라고 할 수 있다. 그 외에 예술/문화/교육, 의료 부문, 사회과학, 그리고 경제/금융 부문이 한국 컨벤션에서 큰 부분을 차지하고 있으며 스포츠/레저 부문의 컨벤션 비중 증가는 시작단계에 있는 '주5일 근무제'와 연관지을 수 있다.

마지막으로, 규모면에서는 <표 4-3>에서 알 수 있듯이, 일본은 소규모 즉, 2천명 이하의 컨벤션이 1994년에 14건에서 1996년 12건으로 소폭 감소하고 있다. 5천명 이상-1만명 미만, 1만명 이상-5만명 이하의 중규모 컨벤션은 점유율면에서 1994-1996년 계속해서 50%를 상회하고 있으므로 주류를 이루고 있다고 할 수 있다. 그러나 50만명 이상이 참여하는 대규모 컨벤션은 감소 추세로 컨벤션이 대규모화되지 못하였음을 알 수 있다. 한국은 소규모 컨벤션이 증가하는 반면 중·대형 컨벤션에서는 개최 횟수와 점유율에서도 고전을 면치 못하고 있다.

## 제5장. 일본과 한국의 컨벤션산업(3): 도시사례 연구

### 1. 컨벤션산업 환경 비교

#### 1) 후쿠오카시(福岡市)

후쿠오카시(福岡市)는 지리적으로 일본 전체에서 본다면 결절지역(結節地域, nodal region)으로써 큐슈(九州)지역에서 뿐만 아니라 아시아의 위치, 무역 면에서도 중요한 입지를 점하고 있는 도시이다(李昌訓 1998:107). 우선 일본전체 국토에서 본다면 큐슈(九州)는 일본의 서남단에 위치하고 총면적이 4만 4천km<sup>2</sup>, 인구는 약 1,460만에 달하고 있다. 후쿠오카(福岡)는 큐슈(九州)지방의 중추도시이자 아시아 교류의 거점도시이다. 부산에서 거리가 214km에 불과하여 서울(344km)보다도 훨씬 가까운 이웃이다. 경제적 상황은 동아시아에서 충분한 경쟁력을 지니고 있다. 1992년의 큐슈(九州)의 총생산액은 3,440억달러(1US\$=126.6¥)로서 세계 경제의 약 1%를 점하기도 하였다(李昌訓 1998:108). 이러한 큐슈(九州)의 중심 도시인 후쿠오카시(福岡市)는 한국의 부산과 약 200km밖에 떨어져 있지 않은데다 현재 활발하게 진행중인 부샤후 플랜(BuShaFu Plan)<sup>27)</sup>으

27) 부산시는 1993년 8월 상하이와 자매결연을 체결했으며 후쿠오카(福岡)와는 1998년 10월 행정협정을 체결, 활발한 교류를 해 오고 있다. 최근엔 대학을 중심으로 세 도시 간 학문교류도 진행되고 있다. 특히 부경대는 지난해 초 상하이 지아오통(交通)대학 및 후쿠오카 규슈대학과 '부샤후(BuShaFu) 플랜'을 체결, 대학 간 학술 교류와 함께 세 도시의 경제·문화 교류, 공동 발전 방안을 연구해오고 있다. 즉, BuShaFu Plan은 한·중·일 3개국 삼각벨트 구축을 통한 학술 및 인적 교류 확대 계획이다.

<http://news.busanilbo.com/cgi-bin/SRCH/textdisp?date=20030909&time=1001114422&sort=B&kwdstr=&USER=Guest438&eday=20031205>

;[http://news.naver.com/news\\_read.php?oldid=2001022100000179013&s=353&e=586](http://news.naver.com/news_read.php?oldid=2001022100000179013&s=353&e=586)  
(검색일 2003.12.5)

로 일본에서 한국, 중국과의 교류 역할을 중심으로 하고 있는 도시이다.

<표 5-1> 경제활동별 시내의 총생산 구성비(平成5年)

항 목	후쿠오카(福岡市)		전 국	
	액수(억엔)	구성비(%)	액수(억엔)	구성비(%)
1. 산업	60,425	96.1	4,376,561	94.0
(1)농림수산업	142	0.2	99,767	2.2
(2)광업	79	0.1	12,348	0.3
(3)제조업	3,715	5.9	1,248,777	26.9
(4)건설업	5,037	8.0	478,653	10.3
(5)전기·가스·수도업	1,411	2.2	134,576	2.8
(6)도매·소매업	20,139	32.0	583,892	12.5
(7)금융·보험업	2,693	4.3	204,254	4.3
(8)부동산업	6,119	10.3	549,208	11.8
(9)운수·통신업	14,596	9.7	293,903	6.2
(10)서비스업	3,869	23.2	762,183	16.3
2. 정부서비스생산자	165	6.2	368,120	8.0
(1)전기·가스·수도업	165	0.3	164,58	0.4
(2)서비스업	1,454	2.3	150,459	3.2
(3)공무	2,250	3.6	201,203	4.3
3. 對가계민간비영리서비스 생산자	1,229	2.0	96,382	2.2
(1)서비스업	1,229	2.0	96,382	2.2
4. 소계	65,523	104.2	4,832,063	103.9
5. 수입세	122	0.2	25,487	0.6
6. 기타	208	0.3	18,244	0.3
7. 귀속이자	2,550	4.1	207,200	4.2
8. 시내 총 생산액	62,888	100.0	4,659,724	100.0

자료: 「市民經濟計算」, 「國民經濟計算」 참조

후쿠오카시(福岡市)의 경제적 규모를 살펴보면 <표 5-1>과 같다. 표에서 보는 바와 같이, 제1차 산업이 0.2%, 제2차 산업이 14.0%으로 현저히 낮은 반면, 제3차 산업이 85.8%로 높은 비율을 차지하고 있다. 특히 제3

차 산업 중에서도 도매·소매업이 32.0%, 서비스업이 23.2%로 후쿠오카시(福岡市)의 총생산에서 높은 비중을 보여줌으로써 광역중심도시로서의 성격을 명확하게 보여주고 있다(李昌訓 1998:110).

다음으로 후쿠오카시(福岡市)의 관광산업의 현황을 보면, 후쿠오카시(福岡市)의 관광은 역사·축제를 활발하게 진행했던 종래 형태의 관광에다 대형쇼핑몰, 스포츠, 레크리에이션시설을 중심으로 도시형 관광을 형성하고 있다. <표 5-2>는 이러한 후쿠오카(福岡)의 관광비용이 타 산업에 미치는 생산과급효과를 계산한 것이다.

<표 5-2> 후쿠오카시(福岡市)의 관광비용이 각 산업에 미치는 생산과급효과  
(단위: 천엔, %)

	시외일일 관광객	구성비	시외 숙박관광객	구성비	외국인 관광객	구성비	합 계
농림수산업	180,009	0.2	419,429	0.2	42,045	0.2	641,483
광업	3,812	0	8,824	0	875	0	13,511
제조업	3,708,378	4.3	8,643,860	4.3	867,036	4.3	13,219,274
건설	668,583	0.8	1,522,382	0.8	146,540	0.7	2,337,505
전력·가스·수도	712,451	0.8	1,649,233	0.8	163,474	0.8	2,525,158
상업	5,516,125	6.3	12,912,429	6.4	1,304,597	6.5	19,733,151
금융·보험	3,040,731	3.5	6,919,224	3.4	665,215	3.3	10,625,170
부동산	3,383,416	3.9	7,791,726	3.9	765,355	3.8	11,940,497
운수	13,934,977	16	26,840,713	13.3	1,726,817	8.6	42,502,507
통신·방송	1,750,068	2	4,120,419	2	420,355	2.1	6,290,842
공무	42,525	0.1	98,223	0.1	9,699	0.1	150,447
서비스	54,119,362	62.1	130,830,670	64.8	13,924,930	69.6	198,874,944
불명	8,185	0	18,895	0	1,864	0	28,944
	87,068,622	100	201,776,027	100	20,038,802	100	308883,451

자료: 李昌訓(1998:120)

<표 5-3> 생산유발효과

(단위:억엔)

항목	관광비용	1차효과	2차효과	합계	유발효과(억)
시외일일관광객	585	696	175	871	1.49
시외숙박관광객	1,356	1,615	403	2,018	1.49
외국인관광객	135	160	40	200	1.48
합계	2,076	2,417	618	3,089	1.49

자료: 李昌訓(1998:121)

생산과급효과를 보면, 해외일일 관광객, 숙박관광객대비 외국인 관광객의 관광비용액은 각각 871억엔과 2,018억엔, 200억엔으로 여기서 발생된 생산과급효과는 3,089억엔이 된다. 이것은 앞서 관광비용액 2,076억엔에 비하면 1.5배가 되는 수치에 해당한다. 생산과급효과의 생산별 내역을 보면, 서비스업이 시외관광객대비 외국인 관광객을 합쳐 1,989억엔으로 최고 많고 과급액 전체의 69.6%를 점하고 있다. 다음이 운수로 425억엔(8.6%), 상업이 197억엔(6.5%)으로써 높은 효과를 보이고 있다. 이 3부분을 합하면 액수로만 후쿠오카 시내의 제조산업의 총생산의 약 70%에 달한다.

결과적으로 후쿠오카시(福岡市)는 일본 전체와 비교해 보았을 때, 서비스산업의 비중이 큰 도시이다. 그 중에서도 관광산업은 <표 5-2>를 보았을 때, 경쟁력이 강한 산업임에 틀림없고 경제불황 속에서도 비용 창출이 크게 기대되는 산업이다. 이러한 후쿠오카시(福岡市)의 산업적 구조 속에서 컨벤션은 어떠한 산업보다 더 큰 발전 가능성을 지닌 산업이다. 컨벤션산업은 관광산업의 영역에 속하는 서비스 상품이기 때문이다. 즉 컨벤션산업은 앞에서 제시한 서비스 산업과 관광산업의 교집합으로서의 특징을 갖는 산업이기 때문에 육성할만한 충분한 가치를 지닌다 하겠다.

## 2) 부산시

부산시는 한국 동남지역의 결절지역(結節地域, nodal region)으로서 동북아의 무역 거점도시이다. 앞서 언급한 것과 마찬가지로 부산시는 부사후 플랜(BuShaFu Plan)의 대상 도시로서, 일본 후쿠오카와는 경제적, 학문적, 인적 교류를 활발히 하고 있는 도시이다. 행정구역 면적은 531,17 km<sup>2</sup>이며 철도, 고속도로, 항공, 해운으로의 접근이 쉬워 거점도시로서의 기능을 하고 있다(李昌訓 1998:124). 이러한 부산시의 산업 구조를 살펴보면 <표 5-4>와 같다.

<표 5-4> 부산시의 경제활동별 시내의 총생산 구성비(1996년 기준)

항목	부산시		전국	
	액수(천억원)	구성비(%)	액수(천억원)	구성비(%)
1. 산업	1,989	95.1	275,238	90.2
(1)농림수산업	53	2.5	21,500	7
(2)광업	1	0	1,010	0.3
(3)제조업	480	22.9	81,991	26.9
(4)전기·가스·수도업	31	1.5	7,070	2.3
(5)건설업	266	12.7	41,026	13.5
(6)도매·소매업	360	17.2	35,603	11.7
(7)운수·통신업	248	11.9	22,629	7.4
(8)금융 및 부동산업	440	21	52,120	17.1
(9)사회·개인 서비스업	110	5.3	12,289	4
2. 정부서비스생산자	137	6.5	24,211	7.9
(1)공공행정 및 그 외	66	3.1	13,515	4.5
(2)사회 서비스업	71	3.4	10,696	3.4
3. 민간비영리서비스 생산자	60	2.8	7,870	2.6
4. 소계	2,186	104.5	307,319	100.7
5. 수입세	-	-	8,812	2.9
6. 금융귀속서비스	94	4.5	11,124	3.6
7 시내 총 생산액	2,092	100.0	305,007	100.0

자료: 부산시, 1996, 『부산지역산업성장의 패턴』 참조

<표 5-4> 부산시의 경제활동별 구성비를 보면, 제1차 산업이 2.5%, 제2차 산업이 22.9%로 낮고, 제3차 산업이 74.6%이다. 이는 한국 전체 평균치인 제1차 산업 7%와 제2차 산업 27.2%, 그리고 제3차 산업이 65.8%와 비교했을 때, 부산시가 제3차 산업의 비중이 높음을 알 수 있다. 부산시를 방문한 국제관광객수를 감안해 본다면 제3차 산업 중에서도 관광 산업의 비중이 높음을 짐작할 수 있다. <표 5-5> 전국대비 부산 관광객 점유율에서 보듯이, 감소 추세에 있긴 하지만 1985년도에 한국관광객의 50%를 넘는 50.1%, 1986년도에는 51.4%의 관광객이 부산을 선택한 것을 보면 부산의 관광산업에는 분명 잠재력이 있다고 하겠다.

<표 5-5> 전국대비 부산 관광객 점유율

(단위: 인)

연도	전국(A)	부산(B)	A/B(%)
1985	1,426,045	713,750	50.1
1986	1,695,972	871,512	51.4
1987	1,874,501	706,299	37.7
1988	2,340,462	999,243	42.7
1989	2,728,054	888,910	32.6
1997	3,908,140	1,097,142	28.1
1998	5,240,218	1,068,088	25.1
1999	4,659,758	1,281,190	20.0
2000	5,321,792	1,539,525	28.9

자료: 김영준(2002:76)

<표 5-6> 부산시의 관광비용이 각 산업에 미치는 생산효과 및 취업자 유발효과

(단위: 백만원, %, 명)

	시의일일 관광객	구성비	시의숙박 관광객	구성비	외국인 관광객	구성비	합 계	취업자 유발
농림수산업	31,593	0.7	14,157	0.7	12,073	0.7	57,823	198
광업	4,615	0.1	2,035	0.1	1,697	0.1	8,347	8
제조업	426,320	9	183,127	8.8	146,799	8.6	756,246	2453
건설	80,455	1.7	35,917	1.7	30,470	1.8	146,843	530
전력·가스·수도	53,454	1.1	23,773	1.1	20,061	1.2	97,288	78
상업	337,292	7.1	149,218	7.2	124,976	7.3	611,485	4998
금융·보험	187,924	4	81,772	4	66,847	3.9	336,543	1316
부동산	373,815	7.9	165,246	8	138,245	8.1	677,306	1713
운수 및 보관	710,621	14.8	710,621	12.4	148,977	8.7	1,117,895	4764
통신·방송	69,817	1.4	69,817	1.5	25,611	1.5	126,263	243
공무행정	550	0	550	0	201	0	993	6
서비스	2,246,732	47.2	2,246,732	49.5	905,507	52.9	4,182,016	28813
불명	232,469	5	232,469	5	88,153	5.2	424,454	0
합계	4,755,657	100	2,078,179	100	1,709,667	100	8,543,502	45120

자료: 李昌訓(1998:133)

관광산업 비용이 산업 전체에 미치는 전체적인 생산 유발 효과는 <표 5-6>이 나타내고 있다. 관광객이 미치는 타 산업의 생산효과는 8조 5,435억원에 달하는데 그 중 가장 비중이 큰 것이 서비스 영역이다. 서비스 부문에의 파급효과는 총 4조 1,82억원 가량으로 총 생산효과의 반 이상을 차지할 정도로 상당한 수준이다. 이에 따른 취업자 유발 효과를 살펴보면, 관광객으로 인한 각 산업의 취업자 예상자는 4만 5120명에 이른다. 그러나 가장 눈에 띄는 것은 서비스 산업에 취업인력 예상 인원총 2만 8813명인데 이는 4만 5천여명의 취업 유발효과의 약 63.8%이다. 따라서 관광산업이 생산 파급효과 및 취업자 유발 효과가 가장 큰 것으로 나타났다.

컨벤션산업은 그 산업의 특성상 서비스 산업으로 분류되고 있다. 양 도시의 경제적 배경을 살펴본 결과, 지리적 특성에서 비롯된 도시 산업의 구조에서 볼 때, 양국, 즉 일본과 한국 전체의 서비스업 비중 평균보다 점유율이 높고 그에 따라 과급효과도 높음을 알 수 있었다. 따라서 후쿠오카시(福岡市)와 부산시는 관광 서비스 산업에 포함되는 컨벤션산업의 거점도시로 발돋움할 수 있는 역량이 잠재되어 있음을 추론할 수 있다.

## 2. 컨벤션 센터 비교

### 1) 후쿠오카시(福岡市)의 마린메세(Marinemesse)

후쿠오카(福岡)에는 컨벤션 전문 시설이 3군데 있다. 2000년 설립된 후쿠오카 마린메세, 을 2003년 3월에 오픈한 후쿠오카국제회의장, 그리고 昭和54년에 설립된 후쿠오카 국제센터가 그것이다. 후쿠오카 마린메세는 가장 대표적인 컨벤션 전문 시설로서 과거부터 교류의 창 역할을 하던 후쿠오카시(福岡市)의 필요에 의해 설립되었다.<sup>28)</sup>

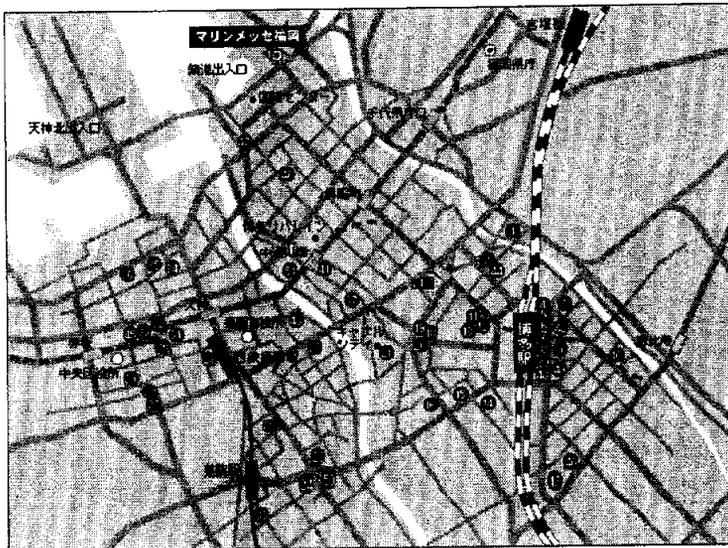
마린메세는 후쿠오카 국제공항으로의 직항노선이 많이 개발되어 있어 외국으로부터의 접근성이 좋다. 또한, 후쿠오카시(福岡市) 중심지인 텐진(天神)에서부터 약 1.5km, 하카다역(博多驛)에서 약 2.5km, 후쿠오카 공항에서도 약 4.5km밖에 떨어져 있지 않아 도심지에서도 쉽게 접근할 수 있다는 장점을 지닌다.<sup>29)</sup>

28) <http://www.marinemesse.or.jp/convention/index.html> (검색일 2003.12.5)

29) <http://www.marinemesse.or.jp/marine/access/index.html> (검색일 2003.12.5)

지하 2층, 지상 4층 건물로서 최대 수용 인원이 만 5천명이며 각각의 기능에 맞는 전시장, 회의장을 다수 보유하고 있다. 400명까지 수용가능한 대회의실 1곳, 60명, 90명, 120명을 각각 수용할 수 있는 회의실 3군데와 용도에 맞게 사용가능한 공실이 총 9군데 있다.<sup>30)</sup> 여기에는 모두 5개국어로 동시통역할 수 있는 시설이 완비되어 있다.<sup>31)</sup> 센터 내의 모든 회의실에는 최신 음향 및 조명시설과 정보시설, 케이터링 시설을 갖추고 있어 회의기획자의 의도에 맞게 회의를 운영할 수 있게 되어있다. 전시실은 5톤의 하중을 견딜 수 있는 약 2,420평 규모의 다목적 전시실과, 2층의 약 330평 규모의 전시실, 바다가 보이는 420평 규모의 바다물(海のモデル) 등이 있다.<sup>32)</sup>

<그림 1> 후쿠오카 마린메세 주변 숙박시설<sup>33)</sup>



30) <http://www.marinemesse.or.jp/marine/info/index.html> (검색일 2003.12.5)

31) <http://www.marinemesse.or.jp/marine/info/kinou.html> (검색일 2003.12.5)

32) <http://www.marinemesse.or.jp/marine/info/index.html> (검색일 2003.12.5)

33) <http://www.yadoplaza.com/convention/fukuoka.html> (검색일 2003.12.5)

<그림 1>은 후쿠오카 마린메세 주변의 숙박시설을 지도로 나타낸 것이다. 일본여행(日本旅行)사는 후쿠오카 마린메세 주변의 51개 숙박시설을 특징별로 정리하여 MVP호텔, 온천호텔, 비즈니스 호텔, 금연호텔 등과 같이 고객이 원하는 호텔을 검색하여 바로 예약할 수 있는 홈페이지<sup>34)</sup>를 운영하고 있다. 이 홈페이지에는 숙박 예약 시스템뿐만 아니라, 후쿠오카에서 일어나는 다른 이벤트 조치는 물론 JR 조회 및 예약, 공항·항공기 조회 및 예약도 가능하다. 숙박 및 교통의 조회와 예약이 원스톱 시스템(onestop system)을 취하고 있다.

2003년 기준으로 후쿠오카 마린메세의 컨벤션 유치 상황<sup>35)</sup>을 살펴보면, 컨벤션에서 비수기인 겨울 1, 2월에는 각각 8건과 11건이나 컨벤션 성수기인 봄과 가을을 살펴보면 가동률이 상당한 수준이다. 3월에는 12건, 4월에는 19건으로 증가하다 5월, 6월, 7월에는 각각 29건과 28건, 26건으로 거의 매일 컨벤션이 진행되고 있다고 해도 과언이 아니다. 8월부터는 계절적인 영향으로 8월에 16건, 9월에는 18건, 그리고 10월에는 17건으로 평균치를 유지하다 11월부터는 11월에 10건, 12월의 13건으로 비수기에 접어들게 된다. 그러나 2003년 한 해 동안에 총 207건을 유치한 결과로 가동률 면에서 성공적인 사례로 평가할 수 있다.

## 2) 부산시의 벅스코(Busan Exhibition Convention Center, BEXCO)

2001년 BEXCO가 완공되기 전에는 호텔이나 1994년에 개관한 부산무역 전시관에서 주로 컨벤션이 열렸으나, 서울 KOEX의 영향으로 개최비율

34) <http://www.yadoplaza.com/biz> (검색일 2003.12.5)

35) <http://www.marinemesse.or.jp/marine/event/index.html> (검색일 2003.12.5).

의 감소가 불가피하였다(대한상공회의소 한국경제연구센터 1999:124-125). 부산 전시컨벤션 센터, BEXCO는 부산시를 컨벤션 중심 도시로 만들고자 하는 정책적 필요에 의해 2001년 5월에 준공되었다.

인근 해운대에 호텔 단지가 있기 때문에 대규모 행사 참가자들의 숙박이 가능하고 특급 호텔과의 협조로 대규모 참가자가 유치 가능하다. 또한 지리적으로 일본, 중국, 대만 등의 아시아 시장으로의 접근이 유리하며 항만 접근성이 뛰어나다. 이러한 특성을 살려 BEXCO는 국내 유일 무주 공간 단층 전시장으로서 최대 바닥 하중이 5톤이며 천장도 최고 22.5m이기 때문에 전시기반시설에서 우위를 확보하고 있다(서승진, 윤은주 2002:130).

BEXCO의 시설은 앞서 언급한 전시 중심 센터로, 전시홀에는 1층의 대형 전시장과 2층, 3층의 중소전시실이 있고 특징적으로 야외에도 전시할 수 있는 야외전시장도 갖추고 있다. 전시홀에는 최첨단 인텔리전트 빌딩 시스템을 도입하여 열원, 공조, 위생, 소화, 실내조도 등을 자동으로 제어할 수 있다. 컨벤션홀에는 1층은 13,223㎡규모, 2층은 1,440㎡규모의 중소 회의실이 22실 있다. 3층에는 대회의실이 있는데 이들 회의실에는 모두 8개국 동시통역시스템 및 화상회의 시스템이 갖추어져 있어 각종 첨단 프리젠테이션이 가능하다(서승진, 윤은주 2002:130). 또한 1층에 1,465평 규모의 글래스 홀은 BEXCO의 가장 특징적인 시설이다. 글래스홀은 강화 유리창으로 설계해 채광조명을 100% 활용해야 하는 독특한 전시물과 비즈니스에 그 진가를 발휘하고 있으며 개방된 로비공간을 제공하기도 한다.

그러나 운영요원이 부산으로 이동해야 하는 사무국 운영의 어려움이 있어 부산 개최에 어려움이 있다(서승진, 윤은주 2002:130). 게다가 외국 주요도시 연결 직항 노선이 동남아에 한정되어 유럽과 미주지역 참가자들이 입국하는데 어려움을 겪고 있고, 시내 교통으로의 접근이 쉽지 않아 컨벤션을 BEXCO로 유치하는데 어려움을 겪고 있다(김영준 2002:93).

### 3. 컨벤션 뷰로 비교

#### 1) 후쿠오카시(福岡市)의 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로

<표 5-6> 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로의 개요에서 보듯이, 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 1986년에 컨벤션담당주사를 배치, 1987년에 '컨벤션도시 만들기' 기본 구상을 수립하여 1987년도에 후쿠오카 컨벤션 뷰로가 설립되었다. 1994년에 후쿠오카 컨벤션 뷰로가 후쿠오카시 관광협회와 통합되어 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로가 설립된 것이다. 후쿠오카시, 후쿠오카현, 후쿠오카상공회의소가 주도해 설립되었으며 후쿠오카상공회의소 회장이 대표자로 되어 있다.

후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 여러 가지 사업을 추진하고 있으나 크게 관광객 유치사업, 컨벤션 유치·지원사업, 조사·기획·개발사업 등을 하고 있다. 관광객 유치를 위해 국내외 관광객 유치를 위한 선전이나 관광행사나 관계단체 조성, 여행 기자 초대, 그리고 관광사진 콘테스트를 실시하는 등의 사업을 진행한다. 컨벤션 개최조사 및 데이터 베이스(Database) 작성, 국내·외 컨벤션 유치, 국제회의 설명회 세미나 개최,

컨벤션개최 자금의 대부금제도 활용, 그리고 컨벤션개최자금 조성금제도 운영 등을 통해서 컨벤션을 유치·지원하고 있다. 또한 관광컨벤션 기획 운영위원회를 개최하고 컨벤션 스케줄을 작성 배포하며 홈페이지 운영관리, 해외관광시찰단의 파견, 관광컨벤션 데이터집을 간행하는 등의 노력으로 조사·기획·개발사업을 추진하고 있다(서승진, 윤은주 2002:58-59). 이러한 사업 추진을 통해 학회, 대회 등에 대한 데이터 베이스(Database)를 구축하고 데이터를 갱신·확충해나감으로써 보다 효율적인 유치활동을 전개할 수 있는 것이다.

<표 5-7> 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로의 개요

구분	주요내용
명칭	· 재단법인 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로
설립경위	· 1986년 후쿠오카시 컨벤션담당주사 배치 · 1987년 후쿠오카시 컨벤션도시 만들기 기본구상 수립 · 1987년 후쿠오카 컨벤션뷰로 설립 · 1994년 후쿠오카시 관광협회와 통합 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로 설립
설립주도기관	· 후쿠오카시, 후쿠오카현, 후쿠오카상공회의소
대표자	· 회장(후쿠오카상공회의소 회장)
조직구성	· 상근 36명: 전무이사 1명, 상무이사 1명, 사무국장 1명 충무부: 6명 관광부 :14명 컨벤션부: 10명 관광자원개발부: 3명
업무	· 관광객 유치 · 컨벤션유치 및 주최자에 대한 지원 · 관광·컨벤션도시 후쿠오카의 홍보 및 선전 · 관광 및 컨벤션의 조사, 기획 및 개발 · 후쿠오카시로부터의 위탁에 의한 수탁사업의 관리운영 · 기타 목적을 달성하기 위해 필요한 사업
운영비	· 약 3억엔
주요 재원	· 기본재산 7억 9,600만엔의 이자 · 회원회비(법인회원 1구좌 2만엔), 부담금, 광고비 등의 수입 · 후쿠오카시 수탁사업수입
회원수	· 684단체·기업(1999년 3월)
행정지원	· 후쿠오카시 직원 파견 · 후쿠오카시 경제진흥국 관광컨벤션부와 협력관계 유지 · 후쿠오카시, 관광컨벤션 뷰로와 공동 컨벤션 유치 활동진개
특이사항	· 상근직 총 36명 중 10명 후쿠오카시 파견, 민간파견 10명 · 컨벤션부는 10명 중 민간회사에서 파견, 1명 촉탁, 1명 시파견으로 구성

자료: 부산발전연구원(2001:57)

조직구도는 최고책임자로서 회장(비상임)을 두고, 이사장(비상근) 및 전문이사(상근)이 회장을 보좌한다. 회장의 자문기관으로서 관광·컨벤션 기획운영위원회를 설치하고, 사업추진상의 전문적 과제를 심의·검토한다. 의결기관으로 이사회를 두고, 평의원회가 이사회를 보완함과 동시에 법인의 감사(監査)에 해당하는 감사(監事) 및 법인에 조인하는 고문·상담역을 설치하고 있다(부산발전연구원 2001:59).

특이한 점은 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 회원제도를 운영한다는 점이다. 1999년 기준으로 684개의 단체, 기업이 가입하여 회비를 연 2만엔 기부하는 것이다. 이렇게 회원에 가입하여 연회비를 내면 뷰로기관지, 컨벤션 스케줄, 그리고 각 종 팸플릿을 제공받고 상기 팸플릿에 게재·소개되며, 컨벤션 주최자 및 참가자에게 우선적으로 알선, 소개함으로써 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 회원들에게 반대급부를 제공하는 것이다.

후쿠오카 관광컨벤션 뷰로 설치 후, 1989년 컨벤션 유치 건수 41건에서 1999년 199건으로 5배 가까이 증가하였고 전국 순위에서도 6위에서 3위로 오름으로써 ‘컨벤션도시 후쿠오카’가 주목받고 있다.<sup>36)</sup> 뿐만 아니라, 해외관광객도 상기 기간사이 1.5배정도 증가하였다(부산발전연구원 2001:62). 이러한 결과로 볼 때, 후쿠오카시(福岡市)는 관광컨벤션 뷰로를 설치하여 후쿠오카 관광컨벤션부와 긴밀한 협력관계를 이루고 있다고 할 수 있다.

---

36) <http://www.jnto.go.jp/conventions/> (검색일 2003.12.6)

## 2) 부산시의 부산컨벤션 뷰로

부산시는 컨벤션산업의 전략적 육성과 대외적 신뢰도를 바탕으로 유치 능력을 향상시키는 기구의 설립이 불가피하였다. 이러한 시점에 치열한 국내외 컨벤션 유치 경쟁에 시차원의 조직적인 대응을 위하여 2002년 6월 부산컨벤션 뷰로(Busan Convention & Visitors Bureau, BCVB)가 지방자치단체에서는 최초의 컨벤션 전담 기구로써 개소하였다.<sup>37)</sup>

부산컨벤션 뷰로는 컨벤션을 유치, 지원하고 컨벤션 정보 및 자료를 제공, 홍보하고 전문 인력을 양성하며 컨벤션 관련산업을 육성하기 위해 설립되었다. 컨벤션 유치절차를 안내하고 부산관광 및 컨벤션 홍보물을 제공하며 공동으로 유치 활동을 펴는 등 컨벤션의 부산 유치를 위해 관련사업을 추진하고 있다. 또한 회의장을 수배·신청하고 관련업자와 단체를 소개하며 후원, 환영행사, 시장초청장을 발송하는 등 컨벤션 개최 지원 사업도 진행하고 있다.<sup>38)</sup>

조직구성을 보면, 컨벤션 뷰로는 컨벤션 팀장과 부팀장 4인, 그리고 컨벤션에 관계하는 부문인 관광협회, BEXCO, 항공사, 호텔, 경찰청, 출입국관리사무소, 한국관광공사, 여행사 등에 근무하는 컨벤션 지원협의회, 그리고 정책 개발 연구원과 업계 종사자(Professional Convention Organizer, PCO)들로써 실무위원회가 구성되어 있다. 팀장과 부팀장은 모두 부산광역시 국제협력과 소속 공무원으로써 민관이 공존하는 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로의 조직과는 차이가 있다.

---

37) <http://www.cvb.busan.kr/home.html> (검색일 2003.12.6)

38) <http://www.cvb.busan.kr/home.html> (검색일 2003.12.6)

“국제회의산업 육성에 관한 부산광역시 조례”<sup>39)</sup> 제8조가 전담기구설립·운영 기금 설치에 관한 내용이다. “국제회의 전담기구 설립 및 운영에 소요되는 자금을 충당하기 위하여 다음 각호의 재원으로 부산광역시국제회의산업 육성기금(이하 “기금”이라 한다)을 설치·운영할 수 있다”고 되어 있는데 이 기금은 시 출연금, 정부 또는 기타 기관·단체의 출연금, 그리고 기타 수입으로 한정하고 있다. 이는 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로가 회원제를 운영하여 민간단체로부터 자금을 제공받고 그 단체를 컨벤션산업 관련 단체에 다시 소개, 알선하는 등 민관 협력체 형태와는 다름을 확인시켜주고 있다.

그러나 부산컨벤션 뷰로가 설립된 후, 2003년 10월에 있었던 2003년 ICCA(International Congress & Convention Association) 연차 총회를 부산에 유치하고 아시아태평양용융아금도금협회 회의 등 10건의 국제회의를 유치 지원하는 등 전담기구로서의 역할에 충실하고 있다.<sup>40)</sup>

### 3. 일본과 한국의 비교(3): 소결론

앞에서 살펴보았듯이, 후쿠오카시(福岡市)의 컨벤션 관련 서비스에는 개인 컨벤션 참가자들이 자신들이 원하는 곳에서 숙박할 수 있도록 숙박 시설을 모아서 위치를 지도화 하고(그림 1), 등급별로 정리하여 한번에 예약까지 할 수 있는 원스톱 서비스(onestop service)를 제공하는 홈페이지

39) “국제회의산업육성에 관한 부산광역시 조례”는 지식기반 고부가가치를 창출하는 21세기 전략산업으로 아시아·태평양 국가의 전시·컨벤션 유치의 치열한 경쟁 속에서 부산의 지역적 한계를 극복하고 국제회의산업 육성을 통해 지역경제의 활성화를 도모하기 위해 2001년 12월 21일 제정되었다.

<http://www.cvb.busan.kr/home.html> (검색일 2003.12.6)

40) <http://www.cvb.busan.kr/home.html> (검색일 2003.12.6)

지의 운영 등이 있다. 이는 컨벤션에서 중요한 숙박 문제를 해결함과 동시에 참가하는 컨벤션에 대한 만족도도 배가시킬 수 있는 중요한 서비스이다.

컨벤션 전담 기구 면에서는 일본의 컨벤션 뷰로 채용 중에서 회원의 회비가 차지하는 비율이 전체적으로 20-30%를 차지하고 있다(부산발전연구원 2001:81). 이에 반해 부산시의 경우에는 회원 회비가 차지하는 비율이 2.53%에 지나지 않는다(서승진, 윤은주 2002:254). 또한 직원의 신분 측면에서도 상근직 36명중에 10명이 민간파견인 후쿠오카시(福岡市)와 비교해 보면 직원의 100%가 부산시 소속 공무원이다. 따라서 부산시 컨벤션 뷰로는 이상적인 전담기구 형태인 민·관 협력의 형태와는 거리가 있다 하겠다.

## 제6장. 결론

### 1. 연구의 요약 및 결론

본 연구에서는 법·제도적 측면에 있어서 일본과 한국의 컨벤션산업의 법·제도적 측면을 컨벤션 법과 법에 의한 지원조치, 컨벤션전담기구의 설치와 역할, 그리고 컨벤션 전문 인력 관리로 나누어 살펴보았다. 또, 일본과 한국의 컨벤션산업에서의 현황에 대한 데이터 비교를 통한 분석, 즉, 일본과 한국의 주요 도시별 개최 현황, 업종별 개최 현황, 규모별 개최 현황을 고찰하였다. 그리고 일본과 한국의 컨벤션산업의 구체적 사례로써 후쿠오카시(福岡市)와 부산시를 비교해 보았다. 여기서 나타난 바를 요약해 보면 다음과 같다.

우선, 컨벤션 법과 법에 의한 조치를 살펴보면, 첫째 컨벤션 법에 있어서 일본의 경우 1987년부터의 철저한 개발조사를 시작하여 1994년 6월에 컨벤션 법이 제정되었다. 컨벤션 법에 기초하여 2003년 현재 일본은 컨벤션 수용의 조건을 갖춘 컨벤션 도시가 49개에 이르고 있다. 한국은 1996년 12월에 “국제회의산업 육성에 관한 법률”이 제정되고 1997년에 그 시행령 및 시행규칙을 제정·공포하였다. 그러나 한국의 컨벤션산업 지원법률은 일본이 “컨벤션 법”이라 불리는 법률로써 모든 컨벤션을 지원하는 것과는 다르게 법률이 이원화되어 있다. 즉, 국내의 컨벤션 관련 법률은 “국제회의산업 육성에 관한 법률”과 “전시산업 육성에 관한 법률”로 나누어져 있다. 이에 따라 관할 관청도 나누어져 있는데, 국제회

의는 문화관광부 국제관광과에서, 전시회는 산업자원부 무역진흥과에서 담당하고 있다.

둘째로 컨벤션 전담 기구 측면이다. 일본은 국내 관광과 국외 관광을 나누어서 효율적으로 관리하고 있다. 국내 관광 업무는 운수성 운수정책국 관광부에서 담당하고 있고, 국제 관광 업무는 특수법인 국제관광 진흥회에서 전담한다. 따라서 국제 관광 업무에 속하는 컨벤션 업무는 국제관광 진흥회가 중앙부처와 협력을 모색하면서 시장의 변화에 능동적으로 대처하고 있다. 또한 49개 국제회의의 관광 지정도시마다 컨벤션 뷰로가 설립되어 지역 컨벤션을 전담하고 있다. 또한 진흥회는 특정공익증진 법인에 지정되어 있어 독립적 기관이라 할 수 있다. 한국의 경우에는 현재 설립·운영되고 있는 컨벤션 뷰로가 한국관광공사 내의 컨벤션 뷰로팀과 부산 컨벤션 뷰로, 대구 컨벤션 뷰로 단 세 곳이다. 전담기구의 성격 면에서도 독립적인 일본과 비교해서 차이점이 있다. 우리나라에 설치되어 있는 전담기구는 한국관광공사의 컨벤션 뷰로팀과 부산, 대구 컨벤션 뷰로이다. 그러나 이들은 모두 국가기관에 소속되어 있으므로 관주도의 성격을 띤다.

셋째는 인력 자원 관리 측면이다. 일본은 사단법인 일본 이벤트산업 진흥협회에서 1994년부터 전문 컨벤션 기획사 제도를 운영하고 '콩그레'에서 전문 통역 학교를 설립·운영하고 있다. 한국의 경우 비교 대상인 일본에 비해 비교적 컨벤션의 역사가 짧고 경제, 과급효과 등에 대한 인식이 부족하여 컨벤션의 운영에 대한 전문인력 양성이 체계화되지 못했다. 컨벤션산업의 유치, 진행을 맡을 전문인의 수와 자질 역시 열세이다. 컨벤션산업 업계에 근무하는 대부분의 사람들이 교육기관 부족과 재정보조가

없어 컨벤션 산업에 대한 체계적인 교육을 받지 못하고 있다. 또, 컨벤션 1급 기획사와 2급 기획사 시험을 분리해서 시행하는 바 인력 수급을 잘 조절해야 할 것이다. 2급은 시험시행 1년 만에 그 수요가 충족되어 그 이후의 인력은 실업의 위험이 있다. 1급도 시험 시행 3년이면 잉여인력이 될 가능성이 높다.

다음은 일본과 한국의 개최현황과 규모 측면에서 살펴본 결과이다. 첫째로, 일본의 주요 도시별 개최 현황표를 분석해 본 결과 일본은 점유율 면에서 분산화가 잘 이루어졌다고 평가할 수 있다. 도쿄(東京)의 점유율이 1994년 25.3%에서 1996년 36.1%로 증가하였으나 오사카(大阪)가 평균 20%의 점유율, 그리고 치바(千葉)가 평균 15% 가까운 점유율이 이를 증명한다. 1994년에서 1996년 사이에는 컨벤션 유치 건수가 약 6배로 증가하면서 컨벤션 선진국가로서 자리매김하였다. 한국도 2000년에서 2001년 사이에 개최건수가 2배 가까이 성장하는 등 가능성을 보이고 있으나 90%이상이 서울에 집중되는 문제점을 안고 있다. 따라서 전문 컨벤션 센터가 건립·운영되고 있는 부산, 대구, 제주도로 각기 지역의 특징과 특화 산업에 맞는 산업 관련 컨벤션의 분산화가 시급한 실정이다.

둘째로, 업종별 개최 현황을 살펴보면, 1995년부터 사회 분야의 컨벤션이 급증하는데 이는 정치·경제 분야에 있어서 일본의 위상을 보여준다. 한국의 경우에는 1998년부터 2000년까지 과학/기술 분야가 25%를 차지하고 있어 한국이 IT 강국으로서 경쟁력을 가진 부문에 집중 투자하여 컨벤션을 유치 가능하였다. 특이점은 스포츠/레저 부문의 컨벤션 비중이 증가한 점인데 이는 시작단계에 있는 '주5일 근무제'와 연관지을 수 있다.

마지막으로, 컨벤션의 규모 측면이다. 일본의 규모별 컨벤션 비중은 소규모가 감소하고 있고, 5천명 이상 1만명 미만, 1만명 이상 5만명 이하의 인원의 중규모의 컨벤션이 주류를 이루고 있으나 50만명 이상이 참여하는 대규모 컨벤션은 활성화되고 있지 못한 상황이다. 한국의 경우 역시, 소규모 컨벤션이 증가하는 반면 중·대형 컨벤션은 활성화되지 못하고 있다.

구체적 사례로써의 도시연구 결과, 대비점이 나타나기도 하였다. 첫째는 후쿠오카 컨벤션전담기구인 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 회원제를 바탕으로 이루어진다는 것이다. 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로는 회원을 모집하여 연회비를 모금하여 예산의 일부분으로 운영한다. 연회비를 납부하는 회원들에게는 컨벤션 유치시 관련산업 관계자에게 소개, 알선하고 후쿠오카 관광컨벤션 뷰로가 제작하는 팸플렛과 홍보책자에 소개해 주는 이점을 주는 것이다. 둘째로는 전담기구의 성격이다. 후쿠오카시(福岡市)는 상근직 총 36명 중 10명이 후쿠오카시(福岡市) 과견, 민간과견 10명으로써 민관 협력적 성격을 띠고 있지만 부산시의 부산 컨벤션 뷰로는 상근직인 컨벤션 팀장과 부팀장 4인이 모두 부산시 소속으로 관 주도적 성격이다.

이러한 비교를 통해 살펴본 일본의 컨벤션산업의 강점은 다음과 같다. 첫째, 일본은 독립적인 컨벤션법의 제정으로 효과적인 운영이 가능하다. 둘째, 컨벤션전담기구도 각 컨벤션 지정도시마다 설립되어 있으며 독립적인 전문기관이다. 셋째, 인력 관리가 일찍부터 제도화되어 전문적인 인력을 통해 컨벤션이 운영되고 있다. 넷째로 분산화가 잘 이루어져 컨벤션이 집중화되는 문제점이 없다는 것이다.

## 2. 일본의 컨벤션산업이 한국에 주는 함의

일본은 단시간에 컨벤션산업의 선진국으로 올라섰다. 본고에서 비교한 내용으로 일본의 컨벤션산업이 한국의 컨벤션산업에 주는 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 한국의 컨벤션 관련 법률이 개정되어야 한다. 일본은 컨벤션 관련 법률이 “국제회의 등의 유치 촉진 및 개최의 원활화 등에 의한 국제 관광 진흥에 관한 법률”로써 독립적으로 존재한다. 현재 우리나라의 국내 법규상 컨벤션산업은 관광업의 범주 안에 있으면서 그 법률상 관광과 무역으로 분리해석하고 있다. 즉, 회의 컨벤션은 문화관광부에, 전시컨벤션은 산업자원부의 관할 하에 둬으로써 실질적인 관계 기관들간의 협조 체제를 구축하는 데에 장애가 되고 있다. 이러한 법률상의 문제는 현실적으로 보다 적극적인 산업 육성의 기틀을 제공하지 못하는 결과를 초래함과 동시에 비효율성을 유발시키고 있다. 따라서 구체적으로 컨벤션산업 육성을 위한 법규의 개정이 이루어져 컨벤션산업 육성을 위한 법규를 독립적으로 제정하여야 한다.

둘째, 조직 및 제도적으로 산재되어 있는 정부 내 조직을 확충, 정비하여야 한다. 일본의 컨벤션 뷰로와 같이 관련 업계의 전문성을 관리하고 업체간의 협조 체제를 구축, 업무의 일관성과 효율성을 제고해야 할 필요가 있다. 예컨대 각 지방 자치 단체에 컨벤션 센터가 건립 중이거나 계획 중임에도 불구하고 컨벤션 전담 기구, 즉 전담 컨벤션 뷰로가 존재하는 곳은 부산시와 대구시 단 2곳뿐이며, 이 두 컨벤션 뷰로도 체계적인 활동을 하고 있지 못한 실정이다. 또한 한국관광공사 내의 컨벤션 뷰

로팀도 국제회의 산업의 규모가 커지고 있음에도 불구하고 수년간 그 조직 구조와 기능은 변하지 않고 있다. 컨벤션 전담 기구는 특히 지방 자치체의 실시로 인한 지방 컨벤션 산업의 활성화가 필요한 시점에서 각 자치단체들의 컨벤션 부서와 관련 단체들 간의 효율적인 운영과 협조 체제 구축을 위하여 더욱 필요하다. 따라서 컨벤션 전담기구가 컨벤션 센터의 건설과 더불어 확충되어야 할 것이다.

셋째, 인력 관리 제도인 컨벤션 기획사 제도의 성공적 정착지원 역시 필요하다. 컨벤션의 기획 능력은 컨벤션 경영에 있어서 결정적인 역할을 한다. 일본은 1994년부터 시행한 제도가 안정화에 접어들어 자격을 취득한 기획사가 컨벤션 전문가로서 활동하고 있다. 2003년부터 시행된 국내 컨벤션 기획사 제도뿐만 아니라 관광 공사와 국제회의 용역업, 국제회의 시설, 호텔 등의 운영 요원을 대상으로 정기적인 교육이나 해외 국제회의 관련 연수 등을 실시하여 보다 효율적인 운영이 이루어지도록 하는 것이 바람직하다. 이러한 축적된 전문 인력을 기반으로 적극적인 유치 활동을 전개한다면 이를 통한 경험과 역량 축적으로 향후 세계적인 컨벤션 수준으로 끌어올릴 수 있게 될 것이다.

넷째, 컨벤션 국가로 부각될 수 있도록 하는 전략 산업 중심의 국가의 유치 촉진 활동 역시도 노력을 기울여야 할 부분이다. 종합적인 프로젝트를 제정하여 한국의 컨벤션을 세계 수준으로 끌어올릴 수 있는 계획을 설정, 컨벤션 유치를 촉진·유도시켜 나가는 것도 한 방법이 될 수 있을 것이다. 그러나 앞에서 지적하였듯이 몇몇 산업에 치중된 컨벤션 유치는 국가의 산업 구조를 위해할 수 있으므로 적절한 수위 조절은 필수적이다.

다섯째, 컨벤션 개최에 필요한 기반 시설을 개선·확충해야 한다. 컨벤션 개최도시 결정에 중요한 사항 중의 하나는 숙박 시설의 준비태세이다. 그러므로 숙박 시설의 확충 계획을 체계적으로 세워야 한다. 현재 고비용의 숙박비용을 조절하는 것이 급선무인데, 중저가(Mid-priced) 숙박시설 및 민박시설의 확충 컨벤션센터 주변에 유스호스텔 건립이 참가자의 경제적 부담을 줄여 줄 수 있을 것이다. 따라서 이들 숙박 시설에 대한 효율적인 이용 계획 수립이 설정되어야 하겠다.

여섯째, 공격적인 마케팅 활동과 전략을 개발해야 할 것이다. 일본은 미국, 유럽 등 주요도시에 에이전트를 두고 유치 활동을 벌이고 있다. 한국도 공격적 마케팅을 위해서는 무엇보다 국제 컨벤션 기관과의 연계활동을 강화해야 할 것이다. 따라서 마케팅 추진 방향의 초점은 고객 충성도 제고를 위한 관계 증진형 마케팅 전략이어야 한다. 일본은 주요 인사들의 경우 등록비, 항공료, 숙박비용을 지원하면서까지 행사에 무료로 참가시키고 있다. 따라서 인터넷 등 첨단 정보통신 미디어를 적극 활용하고 부대 사업의 적극적인 개발을 하는 등 컨벤션 사업의 내실화와 수지 보전을 도모할 수 있는 전략의 개발이 필요하겠다.

이 외에도, 관광유인 요소를 개발하는데 주력해야 한다. 근래 회의 안내장의 내용을 보면 회의 내용에 대한 설명보다도 개최지의 볼거리, 먹거리, 즐길 거리, 관광 일정 등에 대한 소개가 더욱 강조되고 있다. 일본은 앞다투어 인센티브 및 Meeting Expo를 개최하여 지역의 관련 산업 책임자나 여행업, 호텔업, 항공사의 담당자 또는 동시 통역자까지 초청하여 도시 내의 컨벤션센터나 관광지를 소개하고 있다. 또한 이는 자국의 관광지를 최대한 홍보하며, 컨벤션을 자국으로 유치하려는 노력으로 볼 수 있

다. 따라서 우리나라도 관광기반 시설의 구축으로 개최지로서의 인정을 받을 수 있도록 관광 매력물을 개발하여야 한다(김영준 2002:120-121).

## 참고문헌

### ■ 국내 문헌

#### <저서>

- 김영준. 1989. 『국제회의 실무기획』 서울: 백산출판사
- 김성혁. 1995. 『국제회의산업론』 서울: 대왕사
- 대한상공회의소 한국경제연구센터. 1999. 『컨벤션산업 지역경제를 살린다』 서울:정문사문화주식회사
- 박규영. 2000. 『관광법류』 서울: 형성출판사
- 서승진, 윤은주. 2002. 『컨벤션산업론』 서울: 영진닷컴
- 안경모, 김영준. 1992. 『국제회의 실무기획』 서울: 백산출판사
- 안경모, 이광우. 1999. 『국제회의 경영론』 서울: 백산출판사
- 이장춘. 1997. 『관광자원학』 서울: 대왕사

#### <논문>

- 김상무, 박충희. 1988. “88올림픽 이후 국제회의 산업의 육성방안” 『관광학 연구』 12(1) pp.33-53
- 김성섭, 이강욱. 2002. “국제회의산업의 경제적 파급효과” 『관광학연구』 제25권 제4호
- 김성혁. 1997a. “일본·홍콩·싱가폴의 컨벤션산업의 현황과 전망”

- 『세종대호텔관광경영연구』 12(1) pp.27-49
- \_\_\_\_\_. 1997b. “한국무역전시산업 진흥을 위한 국제심포지엄 및 워크샵” 대한무역투자진흥공사
- \_\_\_\_\_. 1998. “日本 컨벤션産業의 현황과 經濟的 波及效果 分析” 『세종대호텔관광경영연구』 13(1) pp.5-33
- 김영준. 2002. “부산의 미래 전략산업으로서의 컨벤션산업의 육성방안” 동의대학교 경제학과 박사학위 논문
- 김우곤. 1997. “국내 컨벤션산업의 현황 및 경제과급효과에 관한 연구” 『세종대호텔경영연구』 12(1) pp.79-110
- 김우형. 1987. “效率的인 CONVENTION運營管理에 關한 研究” 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 김은희. 2001. “컨벤션산업의 마케팅전략에 관한 연구” 경기대학교 호텔경영학과 석사학위 논문
- 김재민. 1999. “컨벤션산업의 실태와 육성에 관한 연구” 『세종대호텔관광경영연구』 14 pp.5-21
- 김창식. 1998. “일본의 컨벤션산업 진흥 전략에 관한 실증적 고찰” 『제주산업정보대논문집』 19 pp.165-189
- 김향미. 2000. “컨벤션 전담조직에 관한 연구: 미국 CVB와 KNTO내 컨벤션뷰로를 중심으로” 한림대학교 국제대학원 석사학위 논문
- 대한지리학회. 1996. “컨벤션 센터의 입지 및 운영실태와 지역경제 파급효과-외국의 컨벤션 센터를 중심으로”
- 박기홍. 2001. “해외선진 컨벤션도시의 육성전략” 부산발전포럼 68
- 빈봉식, 김옥재. 1993. “한국컨벤션 산업의 활성화 방안에 관한 연구” 東義大産經論集 17 pp.171-196
- 산학경영기술 연구원. 1996. “컨벤션 산업의 육성과 운용방안”

- 성경배. 2002. “컨벤션의 효율적인 운영방안에 관한 연구” 경기대 대학원 석사학위 논문
- 성백환. 1983. “우리나라 Convention Industry의 문제점과 그 대책” 『경희호텔경영전문대논문집』 4 pp.135-144
- 신윤숙. 1997. “한국 국제회의산업(Convention Industry)의 실태와 발전 방향” 漢陽女專論文集(人文社會科學) 20 pp.311-339
- \_\_\_\_\_. 1999. “아시아 국제 회의 산업 동향: 일본·싱가폴·한국 비교 분석” 漢陽女大論文集(인문·사회) 22 pp.141-168
- 안종윤, 손대현, 이연택, 이충기. 1995. “한국관광산업의 경제적 파급효과 분석에 관한 연구” 『한국행정학회』 29(1) pp.123-142
- 오익근. 1996. “컨벤션 산업의 육성과 운용방안” 산학경영기술 연구원
- 오정환. 1997. “한국 국제회의 수정 방안에 관한 연구” 5 pp.7-37
- 윤정은. 2002. “일본 지방도시의 컨벤션 활성화 방안 연구” 숙명여자대학교 국제관계학전공 석사학위논문
- 이정록, 이건철. 2000. “미국 도시의 컨벤션센터 운영실태와 지역경제” 『全南大地域開發研究』 36 pp.215-233
- 이종우. 1995. “우리나라 컨벤션산업의 현황과 전망에 관한 연구” 서강대학교 경영대학원 석사학위 논문
- 정인희. 2001. “지역컨벤션전담기구의 설립 및 운영방안에 관한 연구: 미국·일본·한국 사례를 중심으로” 경희대 행정대학원 석사학위 논문
- 정종훈, 류서정. 2001. “한국 관광진흥을 위한 국제회의산업의 육성방안에 관한 연구” 『관광경영학연구』 13 pp.309-324
- 정현모. 2000. “컨벤션업 발전을 위한 정책방안” 한국관광정책 8(겨울) pp.36-40

- 주지현. 2001. “커뮤니케이션으로서의 이벤트에 관한 연구: 한국과 일본의 지역축제를 중심으로” 성균관대 언론정보대학원 석사학위 논문
- 최승담 외 2인. 1994. “컨벤션 센터 건립 방안” 『연구총서 94-16』 교  
통개발연구원
- 최승담. 1999. “컨벤션 유치 추세 및 향후 발전과제” 『관광시장정보』  
294(12월) pp.62-71
- 최승이. 1995. “국제회의산업의 효과에 관한 연구” 『관광품질 시스템  
연구』 창간호. 관광 품질 시스템 학회
- 허영희. 1997. “한국 컨벤션산업의 국제경쟁력 제고 방안에 관한 연구”  
연세대학교 경영학과 석사학위 논문

#### <신문·보고서 및 기타>

- 김인상. 2000. “전시컨벤션 산업편” 『조선일보』 (10월25일).14
- 김형구. 2002. “Convention 産業 概論” 부산경제연구소: BEXCO 컨벤  
션아카데미강의자료
- 문화관광부. 1998. “국제회의 산업 육성 기본계획”
- 박기홍. 2000. 『컨벤션 전담기구 설립·운영 방안』 한국관광연구원
- 부산발전연구원. 2001. 『부산관광컨벤션뷰로 설립·운영방안』
- 이진식. 2000. “컨벤션산업의 발전방향”. 대구지역의 전시·컨벤션산업  
활성화를 위한 전시·컨벤션 전문가 초빙 교육. EXCO 대구
- \_\_\_\_\_. 2002a. “국제회의산업의 현황 및 육성방안” 한림대학교 국제학  
대학원 특강 자료
- \_\_\_\_\_. 2002b. “한국컨벤션산업의 현황과 육성 정책방향” 문화관광부

- 한국관광공사. 1989a. 『국제회의운영편람』 제5호  
 \_\_\_\_\_, 1989b. 『컨벤션 / 인센티브트레블시장 동향』  
 \_\_\_\_\_, 1994. 『국제회의 산업 현황』  
 \_\_\_\_\_, 1996. 컨벤션뉴스 No. 7  
 \_\_\_\_\_, 1999. 『99 국제회의 기획 및 운영 클리닉』  
 한국관광연구원. 1996. “제주도 컨벤션센터 건립 타당성 조사”  
 \_\_\_\_\_, 1998. “국제회의산업육성 기본계획(안)”  
 특별취재팀. 2003. “부사후 삼각벨트 만들자” 『부산일보』 (9월9일).1

## ■ 외국 문헌

### <저서>

- Berkman et al. 1984. *Convention Management & Service*. AH & MA, East Lansing Michigan
- David Weaver, Laura Lawton. 2001. *Tourism Management*. second edition
- Denny G. Rutherford. 1990. *Introduction to the Conventions, Expositions and Meeting Industry*
- Karin Weber, Kaye Chon. 2002. *Convention Tourism - International Research and Industry Perspectives*. The Haworth Hospitality Press. New York
- Micheal Picard, Robert E. Wood. 1997. *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. University of Hawai'i Press
- Milton T. Astroff, James R. Abbey. 1998. *Convention Sales and Services*.

Waterbury Press. fifth edition

溝尾良隆. 1994. 『観光事業と経営』 東京: 東洋経済新報社

大岡哲. 1992. 『新都市 開発の時代』 東京: 麗島出版社

大八木智一. 1991. 『リゾート事業戦略』 東京: 請文社

駄田井正 外 8人 共著. 平成11年. 『観光とコンベンション』 東京:

同文館出版社

末武直義. 1984. 『観光事業論』 東京: 法律文化社

梅澤忠雄. 昭和60年. 『コンベンション都市戦略』 東京: 日本地域社会

研究所

リサチコア. 1990. 『日本立地センター』 東京: 歐美書館

## <논문>

George Laerty, Anthony van Fossen. 2001. "Integrating the tourism industry: problems and strategies" *Tourism Management*(22)

李昌訓. 1998. "都市観光の構造における日韓の地域間比較分析 -主に, 観光の経済波及効果を中心に-" 九州大学大学院比較社会文化研究科 日本社会文化専攻 博士學位 論文

## <신문·보고서 및 기타>

- 國際觀光振興會. 1994. 『國際コンベンション誘致センター案内』  
\_\_\_\_\_. 1995. 『コンベンション法 解説』 ICS企劃  
\_\_\_\_\_. 1997a. 『1996年 コンベンション統計』 獨立行政法人  
國際觀光振興 機構 コンベンション誘致部  
\_\_\_\_\_. 1997b. 『國際會議觀光都市』  
\_\_\_\_\_. 1997c. 『アジアとコンベンション』 JBBC國際 세미나  
報告書
- 東京國際會議事務局. 1985. 『Congress & Convention』 東京: 交通開  
發研究院
- 日本觀光協會. 1996. 『21世紀のコンベンション戰略』  
日本總理府. 1997. 『觀光白書』 平成9年版 大藏省印刷局  
日本JBBC・JNTO・JDI. 1996. 『コンベンションによるハンドブック』

## ■ 인터넷 자료

- <http://www.bexco.co.kr> (부산전시컨벤션센터)  
<http://www.busanilbo.com> (부산일보)  
<http://www.cvb.busan.kr> (부산컨벤션 뷰로)  
<http://www.daegucvb.com> (대구컨벤션 뷰로)  
<http://www.f3.dion.ne.jp/~annon/> (卓上遊戲硏究會)

<http://www.icca.org> (세계국제회의전문협회)  
<http://www.jace.or.jp> (일본 이벤트산업 진흥협회)  
<http://www.jnto.go.jp> (일본관광청)  
<http://www.jnto.or.kr> (일본관광청 서울사무소)  
<http://www.knto.or.kr> (한국관광공사)  
<http://www.koreaconvention.org> (한국관광공사 국제회의 전문 홈페이지)  
<http://www.marinemesse.or.jp> (후쿠오카 마린메세)  
<http://www.uia.org> (국제회의연합)  
<http://www.welcome-fukuoka.or.jp> (후쿠오카 관광컨벤션 뷰로)