

‘마이스-관광’ 선순환 생태계로 수익 창출 극대화

광주관광공사 출범 배경과 과제

8월 출범 목표...구조혁신 구상 돌입
“운영 비중 70%...인적투자 중요”
“도시 콘텐츠와의 연결 방안 관건”

최근 광주시는 공공기관 혁신안을 통해 광주관광재단과 김대중컨벤션(DJ)센터를 통합한 광주관광공사 출범을 예고했다.

광주 관광전략과 산업에 대한 기획력을 강화, MICE(마이스)가 관광으로 이어지게 함으로써 선순환 생태계를 구축하겠다는 의도다. 오는 8월 출범하게 될 광주관광공사는 통합될 두 기관의 고질적인 문제점을 어떻게 해소하고, 혁신을 이끌어 낼 것인지 관심이 모아진다.

광주시가 제시한 자료에 따르면 광주관광재단·김대중컨벤션센터 통합은 오는 5월 중순께 광주시의회 임시회에서 통합조례안이 통과되면 급물살을 타게 될 것으로 보인다. 7월까지 통합기관 정관과 인사조직 제규정 개정을 비롯해 기관통합 및 흡수된 공공기관 해산 절차가 마무리 되면 광주관광공사 사장 및 임원 임명이 이루어질 예정이다.

‘굴뚝 없는 산업’으로 불리는 관광은 포스트 코로나를 맞은 한국경제의 활로로 꼽힌다. 특히 ‘황금알을 낳는 거위’ 마이스산업은 관광 분야의 하나로 15년 전부터 새로운 민생경제 산업으로 주목되며 도시, 지역 등에서 지방자치 경영의 한 방법으로 주목받고 있다.

광주시가 광주관광재단과 DJ센터를 통합, 광주관광공사를 출범하기로 한 것은 ‘마이스 산업’을 육성시키겠다는 의지로 풀이된다. 하지만 일각에서는 마이스산업이 목표가 돼선 안된다고 지적한다.

외국 바이어와 참가자 비율은 한 자리 수에 불과하고, 마이스 행사 참가자들의 광주 체류 시간은 짧고 광주 개최 행사의 약 15%만이 DJ센터에서 열리는 통계는 광주 마이스산업이 관광과 연계되지 못했을 때 결과를 지나치게 보여주고 있다.

광주 관광자원을 발굴하고 유기적으로 연계하는 작업이 동시에 이뤄졌을 때 ‘마이스-관광-마이스’라는 선순환 생태계를 구축할 수 있다는 것이다. 선결되어야 할 점은 통합 될 두 기관의 고질적인 문제점을 해소하는 일이다. DJ센터는 팬데믹 이후 가동률이 정상화되

고 있지만 매년 35억원 상당의 감가상각비에도 못미치는 영업이익을 내고 있다는 외부 평가도 있었다. 마이스 추진과 마케팅 강화를 위해선 고유사업 추진과 함께 적정 인력 확보가 중요하다는 지적도 지속적으로 제기되었다.

지난 2020년 출범, 올해로 만 3년째를 맞는 광주관광재단 역시 인력과 예산확보 문제가 지적돼 왔다. 관광재단 설립시 인력에 대한 단계적 충원 인원은 3년차의 경우 31명이지만, 현재 25명으로 2년차 정원에도 미치지 못하는 상황이다.

광주시가 제시한 관광분야 도시 경쟁력 상위지역 비교에서 광주시의 관광 도시경쟁력은 하위권에 그쳤다. 그 이유로 관광재단의 경쟁력이 턱없이 부족한 것으로 분석됐다. 예산 1위 지역은 690억원인 반면 광주관광재단은 56억원에 불과하다.

인력 역시 1위 기관은 159명이지만 광주관광재단은 25명 뿐이었다. 1위 지역 기관과 광주관광재단의 사업 규모 및 내용은 △마이스육성 지원 △국내외 관광홍보 및 마케팅 △관광시장 조사·연구·컨설팅 및 정보제공 △관광기업 육성 및 지원 △관광자원 개발 및 상품화 등 관광 콘텐츠 확충 등으로 비슷하다는 점을 미루어 볼때 광주관광재단의 인력과 예산은 사업 수행의 걸림돌로 작용할 수밖에 없어 보인다. 민선 8기 관광관련 공약사항 수행을 위해 관광공사의 예산 및 인력 지원이 절실한 이유다.

지난해 9월 DJ센터에서 열린 광주 관광 활성화 위한 관광발전포럼 마이스산업 분과 워크숍에서도 이러한 부분에 관한 지적과 해법이 제시됐었다.

김현 전북문화관광재단 관광진흥본부장은 “마이스산업은 운영이 70%, 기획이 30%인 만큼 사람에 투자해야 마이스산업의 성장을 이끌 수 있다”고 말했다.

마이스 자체가 목적이기 보다는 관광으로 이어질 수 있도록 수단이 돼야 한다는 의견도 제기됐다. 광주만의 정체성, 장소성을 기반으로 한 도시 콘텐츠를 발굴하고 마이스 사업과의 연계가 중요한 대목이다.

문창현 광주전남연구원 책임연구원은 “마이스가 비즈니스 이벤트로 변화하면서 장소성을 기반으로 지역 성장산업 동력들과 연계해 발전할 필요성이 더욱 제기되고 있다”며 “산업을 통한 성장과 함께 지역에 수혜를 주는 콘텐츠들이 기본적으로 고려돼야 할 것”이라고 밝혔다. 박상지 기자 sangji.park@jnilbo.com



마이스 산업 성공, ‘차별성·연속성’ 관건

김상목 김대중컨벤션센터 사장

MICE(마이스)산업은 변화무쌍하다. 사람들의 선호가 수시로 바뀌고, 산업기술 또한 날로 발전하며, 경쟁이 치열하기 때문이다. 변화를 읽고 앞서가면 탄탄대로의 성공이 있지만 주춤거리면 곧바로 도태한다. 마이스의 대표적인 형태인 전시회에서 그 부침을 쉽게 찾아볼 수 있다.

미국 COMDEX(컴덱스), 독일 CeBIT(세빗), 광주 그린카 전시회가 도태하거나 뒤쳐진 사례다. 컴퓨터 산업을 호령하던 미국의 컴덱스, 세계 최대 정보통신박람회로 한때 70여 개국·45만명이 찾았다는 독일 세빗은 제4차 산업혁명 기술의 변화에 상응하는 전시 콘텐츠 구성에 실패해 각각 2003년과 2018년을 끝으로 사라졌다.

그린카 전시회는 자동차부품 전시회라는 이름으로 김대중컨벤션(DJ)센터 전시관 전체를 사용했다가 이제는 전시회 이름만 바뀌었을 뿐 3분의1 규모로 축소됐다.

미국 세계가전전시회(CES)는 부러움의 대상이다. 미국 소비자 기술협회가 주최하는 CES는 2010년대에 들어서 산업기술 변화의 바람에 적극적으로 대응했다. 전시회의 핵심



주제를 제품에서 기술로 전환하고 대형화, 국제화에 매진했다. 기술의 융·복합화 트렌드를 빠르게 받아들였다. 전시 품목도 IT 기기에서 자동차에 이르기까지 지속 확장해 관람객들의 호기심을 충족시키고 있다.

이렇듯 마이스의 성공에서 가장 중요한 요소는 관람객을 만족시키고, 감동을 주는 기획 역량이라고 생각한다. 산업과 시장의 변화를 읽어야 하고, 관람객의 호기심을 자극하는 특색있는 연출 능력을 발휘해야 한다.

스위스의 ‘몽트뢰 재즈 페스티벌’은 마이스산업을 키우는 데 반면교사로 삼을만하다. 몽트뢰는 2만6000여명이 사는 레만 호수가의 조그만 도시이다.

매년 7월 2주 동안의 재즈 페스티벌 기간에 거주인구의 7배가 넘는 20여만명이 이 작은 도시를 찾는다. 많은 사람을 모을 수 있는 비결은 뭘까? 바로 특색 있는 기획력과 끈질긴 투자 덕분이다.

이 페스티벌은 몽트뢰 관광청 직원인 클로드 뉘스가 1967년 기획했다. →

친환경 신재생 에너지 전문기업/전기공사업

태양광 발전소 분양·매매!!

- ✓ 100% 시공계약이행보증
- ✓ 분양, 시공, 인허가 토탈컨설팅!!
- ✓ 안정된 연금식 노후 보장
- ✓ 맞춤형 발전소 가능
- ✓ 투명하고 합리적인 분양가

태양광발전소 시공/유지/보수관리

문암(주) | 광주광역시 광산구 진곡산단중앙로 274
TEL:062)714-3471 FAX:062)714-3472