

방문객, 회의 목적 외 체류일 '0.35일' 하위권



DJ센터 전경.

▶ 클로드는 다양한 음악 장르의 세계적인 거장들을 출연시켰고, 이들의 명성은 자연스럽게 이 페스티벌에 덧입혀졌다. 클로드는 여기서 만족하지 않고 이 행사를 몽트뢰의 유산으로 발전시켰다. 재즈 페스티벌의 다양한 공연을 자세한 정보와 함께 기록으로 만들어 유네스코 세계기록유산으로 등록했다. 46년에 걸친 이 기록물은 현대 대중음악의 변천사를 보여주는 중요한 자료로 활용되면서 몽트뢰의 위상을 한층 높이고 있다.

더 특별한 것은 몽트뢰 재즈 페스티벌이 지난 46년간 클로드 뉴스라는 한 사람의 총괄 감독하에 꾸준히 성장해 왔다는 점이다. 덕분에 페스티벌의 정체성이 유지되고, 기획자의 역량과 네트워크가 쌓여 더 좋은 행사로 발전하고 있다.

DJ센터는 오는 7월 개최될 세계중소기업협회의회를 준비 중이다. 대회 본부는 이 행사의 마지막 날 저녁에, 관례대로 250~300명이 턱시도와 드레스 차림으로 참가하는 고급 연회를 열 계획이다. 하지만 광주 시내에 그럴만한 시설이 없어 지금도 고민하고 있다.

이같이 마이스는 숙박, 연회장, 전시·컨벤션시설, 공연장, 교통 등 다양한 인프라가 필요하다. 인프라는 마이스의 수용 능력과 직결된다. 많은 투자가 따라야 한다. 호텔 등 상업 시설은 수요에 앞서 선제적으로 건설한다는 게 현실적으로 어려운 얘기다. 그러나, 전시장이나 교통망 등 공공이 담

당해야 할 부분은 앞선 투자가 절실하다. 광주의 경우 제2전시장 증축이 추진되고 있어 그나마 다행이다. 도시 이용인구 3000만명을 바라보고 경쟁 도시의 인프라 규모, 특히 전산업이 규모의 경제가 작동하는 산업 특성까지를 고려한다면 제3전시장 건립도 서두를 필요가 있다고 본다.

비전과 목표를 보다 빨리 달성하기 위해서는 마이스와 직·간접적으로 관계되는 관·학·산업계가 지혜를 모아야 한다. 관련 기관이나 단체 간에는 구체적인 목표까지 공유하는 것이 중요하다고 생각한다.

도시의 크기, 인구수, 관광 자원 등이 마이스 산업의 성공에 중요한 요소이나 충분조건은 아니다. 광주가 보여줄 게 없다고도 얘기하나, 광주를 방문한 외국인에게 김치타운이나 양림동, 동명동을 보여줬을 때 진심으로 만족해하는 모습을 보았다. 광주는 멋, 맛, 의 등에서 애깃거리와 매력이 많은 도시이다. 의지를 갖고 현명하게 가꾸면 우리만의 차별성, 관람객들에게 진한 감동을 주지 못할 것도 없다.

마지막으로 광주의 대표 이미지인 '맛의 고장 광주, 광주의 김치를 소재로 기네스북에 도전하면 어떨까?'라는 지인의 아이디어를 소개하면서 글을 마무리 짓는다.

민중회의 상징, 금남로 도로 한복판에서 김치 담그는 모습으로 기네스북에 도전하는 퍼포먼스를 해보자는 것이다. 광주라서 할 수 있는 이벤트다. 화제성 등에서 스페인 발렌시아의 라 토마티나(토마토 축제)보다 낫지 않을까.

통계로 보는 광주 마이스산업

전국 7개 권역 중 회의장 시설 3위
부대시설·운영능력 등 평가는 5위
DJ센터, 작년 역대 최대 매출 '성과'
"경영전략 재수립·발전 방향 모색"

전국 권역별 MICE(마이스) 시설 참가자를 대상으로 한 평가에서 광주시를 포함한 광주·전라지역이 하위권을 기록했다. 회의장 시설 평가는 전국 7개 권역 중 3위에 올랐으나, 부대시설 평가와 운영능력·프로그램 평가에서는 5위에 머물렀다.

19일 한국관광공사 '2019 마이스 참가자 조사'에 따르면, 마이스 시설 환경 평가 중 회의장 시설 평가에서 광주·전라지역이 3위를 차지했다. 서울·부산·대구·인천·대전·경기·광주·전라 등 7개 권역에서 부산, 인천 다음으로 가장 높은 점수다.

하지만 부대 시설 평가에서는 5위를 차지해 시설 확충 등이 필요할 것으로 보인다. 광주·전라지역 마이스 참가자의 행사 참가 목적 외 지역 체류일은 0.35일로 7개 지역 중 5위에 머물렀다. 시설 환경, 마이스 운영 능력, 마이스 프로그램 등도 5위를 차지하며 하위권을 기록했다.

광주의 마이스산업 발전을 위한 기반시설 개선, 전시회의 프로그램 개발 등에 대한 고민이 필요하다는 분석이다.

반면 외국인 행사 참가 외 체류일은 전국에서 2위를 차지해 마이스와 연계한 외국인 관광객 유치 가능성을 보였다.

광주 마이스산업을 이끌고 있는 김대중컨벤션(DJ)센터 매출액이 지난해 역대 최대치를 기록한 것은 의미있는 성과로 여겨진다. 타 도시에 비해 회의 개최 실적 등이 부족한 DJ센터의 약진은 눈에 띈다.

매출액은 전시·임대·대행 사업 등 영업 수익과 영업 외 수익을 합산한 값으로 DJ센터는 2019년 188억2000만원, 2020년 93억4000만원, 2021년 176억원, 2022년 206억9000만원을 기록했다. 2020년에는 코로나19로 전시 등 행사가 줄어들며 주춤했지만, 2021년 다시 증가세를 보였고 2022년엔 개관 이래 최대 매출을 기록했다.

한국관광공사 '2020 마이스 산업 통계 조사 연구'에 따르면 1년 동안 서울 마이스 개최 건

수는 1만73건으로, 광주(668건)의 15배 이상 차이를 보이고 있다.

다만 공공 부문 마이스 개최 시 광주지역 평균 참석자 수가 서울보다 많고, 협회·기타 부문 평균 참석자 수는 서울과 비슷한 수준으로 나타났다.

DJ센터는 전시장 가동률을 확대해 전시·컨벤션 등 마이스산업을 활성화할 방침이다. DJ센터는 2021년 전시 가동률 41.5%, 컨벤션 23%에서 2022년 전시 가동률 55.1%, 컨벤션 28.9%로 증가했다.

올해는 전시 가동률 70%, 컨벤션 40%를 목표로 하고 있다.

DJ센터는 지역 혁신 산업을 연계한 신규 전시도 열어 경영 성과를 내고 있다.

AI(인공지능) 중심도시 광주 실현을 위한 AI 분야 산업전 'AI Tech+', 광주 AI 기술을 농업 분야로 확대 특화한 'Green Agritech Asia', 지역 창업 활성화를 위한 글로벌 스타트업 네트워크 행사인 'Splash', 관광객 유치 확대를 위한 '주류 페스타' 등이다.

총 4건의 전시에 12억9800만원을 투자해 지역 산업과 함께 발전해왔다.

마이스산업을 통한 방문객과 관광객 유입 효과가 큰 만큼 광주시는 마이스 활성화를 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

시는 민선 8기 들어 DJ센터를 중심으로 한 글로벌 특화 마케팅과 인프라 구축 계획을 수립, 추진 중이다. DJ센터 제2전시장 운영과 제3전시장 확장 등 중장기적 로드맵을 토대로 글로벌 특화 전시·국제회의 등을 유치할 계획이다.

DJ센터 제2전시장은 2025년께 DJ센터 제1주차장 부지에 사업비 1461억원을 들여 4차 산업혁명 시대를 선도할 대표 스마트 전시장으로 구축한다. 주요 시설은 9000㎡ 전시장 2개소와 2000㎡의 회의실 10개소, 538대 수용 가능한 주차장 등으로 지하 2층, 지상 4층 규모다. 현재는 건립 사업이 종합건설본부로 이관돼 기본 설계 용역과 지방 건설 기술심의 등을 앞두고 있다.

DJ센터 관계자는 "영상 장비 고도화, 통합 고객 시스템 구축 등으로 시설을 개선하고 경영 전략 재수립을 위한 발전 방향을 모색하겠다"며 "제2전시장을 광주의 랜드마크 전시장으로 만들어 마이스산업 발전을 이끌어갈 것"이라고 말했다.

김해나 기자 haena.kim@jnilbo.com

No.1 Premium Balance Golf Ball

단 하나의 진짜

밸런스 라인

엑스페론