



AIME 2024 한국 홍보관 참가 국외출장 결과보고

2024. 3.



(MICE2팀)

목 차

I. 주요 결과	2
II. 출장 개요 및 주요 일정	3
III. 세부 추진 결과	5
IV. 시사점 및 향후 개선방향	11

1 주요 결과

호주 MICE 전시회 한국 홍보관 참가를 통한 MICE 목적지 서울 홍보 및 글로벌 MICE 동향 파악으로 서울 방한 수요가 있는 신규 MICE 단체 발굴

□ 행사 개요

- 행사명 : AIME 2024 *Asia Pacific Incentives&Meetings EXPO
- 행사일시 : 2024. 2. 19.(월) ~ 2. 21.(수) / 3일간
- 행사장소 : 멜버른 전시 컨벤션센터 (MCEC)
- 행사규모
 - 초청 바이어 600명, 일반 참가 바이어 3,500명
 - 전시자 33개국 570명, 미팅 12,000건 진행
- 주최기관 : TALK2 MEDIA&EVENTS
- 참가방식 : 한국관광공사 공동 참가
- 참가자 : KTO, RTO, CVB, 여행사 등 8개사
- 주요내용 : MICE 바이어 상담회 및 설명회를 통한 신규 잠재수요 발굴 및 최신 동향 파악이 가능한 MICE 전문 전시회

□ 주요 성과

- MICE 바이어 대상 비즈니스 상담 총 25건
- 주요 기업회의·인센티브 단체 **총 4건 발굴**(최대 2,210명)
- 신규시장인 호주 및 뉴질랜드 기업회의·인센티브 바이어 대상 서울 주요 MICE 인프라 및 PLUS SEOUL 지원 프로그램 홍보
- 바이어 상담을 통한 현지 동향 파악 및 참가기관 공동 마케팅을 통한 서울 MICE 유치경쟁력 제고

2 출장 개요 및 주요 일정

□ 출장 개요

- 출장기간 : 2024. 2. 17.(토) ~ 2. 23.(금), 5박 7일
- 출 장 지 : 호주 멜버른
- 출장인원 : 총 2명(MICE2팀 조은경 대리, 이새미 대리)
- 업무분장

출장자	주요업무
조은경 대리	<ul style="list-style-type: none"> - 개별 바이어 현장 방문(Drop by) 상담 스케줄 관리 및 현장 상담 진행 - AIME 공식행사 참석 및 멜버른컨벤션뷰로 간담회 참석 - 한국 홍보관 공동 참가사 사전 및 현장 간담회 참석
이새미 대리	<ul style="list-style-type: none"> - 개별 바이어 사전 예약(PSA) 온라인 스케줄 관리 및 현장 상담 진행 - 현지 주요 MICE 관계자 및 멜버른컨벤션뷰로 간담회 참석 - 영상물, 인쇄물 및 기념품 등 홍보물 현장 관리

○ 항공 일정

구분	구간	출발일시	도착일시	비행시간	비행편명
출국	서울(인천) → 시드니(경유) → 멜버른	2. 17.(토) 20:00	2. 18.(일) 12:35	11시간 55분	OZ601 QF437
입국	멜버른 → 시드니(경유) → 서울(인천)	2. 23.(금) 6:30	2. 23.(금) 19:00	12시간 05분	QF406 OZ602

○ 숙박 일정

호텔명	체크인	체크아웃	주소	전화번호
Travelodge Hotel Melbourne Docklands	2. 18.(일) 15:00	2. 23.(금) 11:00	66 Aurora Lane, Docklands, Melbourne, Australia	+61-38-615-1000

○ 세부 일정

일시		주요 일정	비고
2.17. (토)	20:00	인천 → 시드니 이동 (항공편: OZ601)	인천공항(ICN)
	08:20(+1)		시드니공항(SYD)
2.18. (일)	11:00~12:35	시드니 → 멜버른 이동 (항공편: QF437)	멜버른공항(MEL)
	16:00~18:00	상담 테이블 및 설명회 자료 세팅, 해외 홍보물 배송 확인 등 사전 현장 점검	Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC)
2.19. (월) 1일차	10:00~17:00	AIME Knowledge Program 참가	Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC)
2.20. (화) 2일차	08:30~09:00	상담테이블 및 홍보물 사전 세팅	Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC)
	09:00~17:30	한국 홍보관 서울 상담 테이블 운영	
			교육 및 네트워킹 세션 참석
	18:00~21:00	한국 홍보관 참가기관 간담회	레스토랑 '궁'
2.21. (수) 3일차	08:30~09:00	상담테이블 및 홍보물 사전 세팅	Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC)
	09:00~17:00	한국 홍보관 서울 상담 테이블 운영	
2.22. (목)	10:00~14:00	멜버른컨벤션뷰로 간담회	Melbourne Convention and Exhibition Centre (MCEC)
		멜버른컨벤션센터 답사	
2.23. (금)	03:30	공항 이동 및 도착	멜버른공항(MEL)
	06:30~07:55	멜버른 → 시드니 이동 (항공편: QF406)	
	10:20~19:00	시드니 → 인천 이동 (항공편: OZ602)	시드니공항(SYD)
	19:00	인천공항 도착 및 해산	인천공항(ICN)

3 세부 추진 결과

□ MICE 바이어 대상 서울 상담테이블 운영

- 일시: 2. 20.(화) 10:00~17:30 / 2. 21.(수) 10:00~17:00
- 장소: 멜버른 전시컨벤션센터 Bays 12-19, 부스 F21



○ 참가 규모

- (국내) KTO, RTO, CVB, 여행사 등 8개 기관
- (해외) 여행사 및 기업 관계자 4,600여 명

○ 주요 성과: 상담 총 25건 진행, 인센티브 주요 단체 총 4건 발굴

○ 주요 상담내용 ※ 상세 상담내용 별첨파일 참고

- '24~'25년 아태지역 글로벌 기업 인센티브 방한 단체 최대 2,700명 예정
- 호주 인근 아시아 MICE 목적지를 대체할 수 있는 새로운 도시로 서울이 대두되고 있으며, 대다수 호주 여행사 및 기업은 서울 송출 경험 없음
- 송출 경험이 있는 곳의 경우 서울 3~4박 투숙 및 강원도 연계 선호
- 호주 및 뉴질랜드 기업은 목적지 선택 시 ESG(지속가능한 메뉴 및 가치를 실현하는 행사기획자 등) 및 유니크메뉴 고려
- 기타 참가 국가 중 인도 바이어의 서울에 대한 관심이 높았으며, PLUS SEOUL 지원 프로그램 및 팸투어 문의 다수
- 바이어 대상 PLUS SEOUL 지원 프로그램, 서울 MICE 얼라이언스, 서울 MICE 유니크메뉴, 디스커버서울패스, 원모어트립 안내



바이어 상담 및 네트워킹



서울굿즈 홍보

서울 MICE 인프라 및 지원 프로그램 홍보

○ 바이어 대상 서울 MICE 홍보물 배포 및 영상 상영

구분	내용	수량	구분	내용	수량
홍보물	2023 PLUS SEOUL 지원 프로그램(영문)	5	기념품	명태 오브제	10
	2023 PLUS CITIES 지원 프로그램(영문)	5		서울 마이 소울 에코백	10
	SEOUL MICE Unique Venues(영문)	2		서울 마이 소울 키링	54
	서울 관광 안내 가이드북	200		여행용 케이블 키트	30
	서울 관광 지도	200	영상	PLUS SEOUL 홍보영상(영문)	1
	서울 MICE 홍보 USB	28		LIVE OUT YOUR SEOUL 브랜드 영상	1
	BTS 쇼핑백(소형)	10		Fill up your SOUL in sleepless SEOUL(영문)	1

□ 멜버른 컨벤션뷰로 미팅 및 컨벤션센터 답사

< 기관 개요 >

- 기관명: 멜버른 컨벤션뷰로
- 기관규모: 41명(해외 사무소 5개, 해외 에이전트 5명)
- 50년 이상의 멜버른 MICE 유치·개최 경험 보유



- 일시/장소: (1차) 2024. 2. 21.(수) 11:00~12:00
(2차) 2024. 2. 22.(목) 10:00~14:00

○ 참석자

- 서울관광재단(2): 조은경 대리, 이새미 대리
- 멜버른컨벤션뷰로(1): James Zheng
- 멜버른컨벤션센터(1): Jacinta Weir

○ 세부내용

① MICE 목적지 멜버른 특징점

- 호주 주요 도시(멜버른, 시드니, 골드코스트, 퍼스 등 주요 도시) 및 인근 MICE 거점인 뉴질랜드와의 거듭된 유치 경쟁으로 호주 국가적 MICE 경쟁력 강화
- 특히, 멜버른은 주요 MICE 유관기관('Team Melbourne')과의 긴밀한 파트너십으로 호주 타 도시와의 경쟁우위를 확보하며 업계에 꾸준히 비즈니스 기회를 제공한 덕분에 강한 신뢰 관계가 형성되어 있으며, 파트너 기관들은 비딩에 함께 참가하여 서비스 가격 인하 또는 무상 제공 등 협조적으로 유치에 기여함
- MICE 목적지로서 호주 및 멜버른의 강점은 자연환경, 타 국가들과 상반된 계절, 잦은 항공편(직항)임

② 멜버른 컨벤션뷰로 기업회의·인센티브 업무 동향

- 멜버른은 방대한 양의 리드 DB를 관리하고 있으며, 신규 담당자 1인당 누적 리드는 참가자 150명 이상 행사 기준 1천여 개에 달함

- 기업회의·인센티브 부문은 6인 규모(본사 2인, 상해 1인, 쿠알라룸푸르 1인, 인도 2인, 영국 2인)로 운영 중이며, 공격적 유치·개최 지원을 위해 해외 현지 사무소의 중요성을 강조함
- 현재 멜버른 컨벤션뷰로의 기업회의·인센티브 지원 기준은 아래와 같음
 - 1) 150인 이상 기업회의·인센티브 단체
 - 2) 멜버른에서 3박 이상 또는 빅토리아 주에서 2박 이상 숙박
 - 3) 빅토리아 주에서 운영하는 (유니크)메뉴 1곳 이상 사용하여 행사 개최
 ※ 비딩이 끝나고 목적지가 확정된 후 1주 이내에 DMC 혹은 주최자에 지원금 송금 처리하는 신속한 서비스 제공
- 지원 프로그램 다양화를 위해 10인 규모 기업회의·인센티브 단체를 대상으로 운영하는 지원금 프로그램을 준비 중임

③ 멜버른 컨벤션센터 시설 답사

< 시설 개요 >

- 시설명: Melbourne Convention Exhibition Centre
- 설립날짜: 1996. 2. 14.
- 시설면적: 70,000m²
- 특 장 점: 국제공항에서 30분 거리, 야라 강 조망



- '22년 하반기 ~ '23년 상반기 동안 코로나19 이후 최대 실적 달성
- 총 694개 행사 개최, 260만 명 이상 참가로 약 7천억 원(8억 500만 호주 달러) 이상의 경제적 부가효과 발생
- 행사 개최자 대상 컨벤션 360° 버추얼 투어 서비스 신설로 온라인에서 쉽게 행사장을 확인할 수 있도록 구현
- 기동 없는 전시장, 야외 뒤뜰 미팅 장소, 다양한 F&B로 타 컨벤션센터와의 차별화 노력



컨벤션뷰로 방문



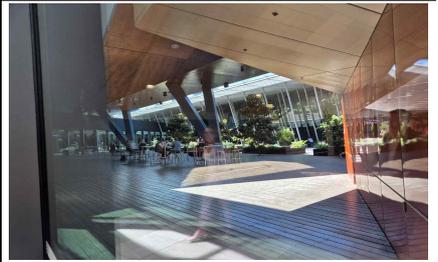
미팅룸 답사



멜버른 홍보관 방문



다회용컵 사용



실외 미팅 공간

□ 바이어 및 KTO 공동 참가기관 네트워킹

○ 공동참가사 간담회 참석

- 일 시: 2024. 2. 20.(화) 19:00~21:00
- 장 소: 멜버른 시내 음식점 '궁'
- 참 가 자: KTO, RTO, CVB, 등 국내 공동 참가기관 8개사
- 주요내용
 - 참가 기관 간 향후 협업방안 모색 및 향후 행사 모집·운영 방식 제언
 - 기업회의·인센티브 현황 및 지원 프로그램 운영방식 공유
 - 로드쇼 주요 결과공유 및 공동 참가 기관 간 네트워킹



간담회 전경



단체사진

□ Knowledge Program 참가

교육명	연사	주요내용
Keynote 1: 글로벌라이제이션 (globalization) 시대의 리더십과 문화	Lisa Ronson (Saxton Speakers)	<ul style="list-style-type: none"> - 세계화로 인해 기관 구성원의 다양성이 증대되고, 엔데믹으로 원격근무가 빈번해짐에 따라 리더의 5가지 자질이 요구됨 ① Care: 공감, 칭찬 등 공감 능력 ② Context: 팀의 회사에서의 역할, 강점 파악 능력 ③ Clarity: 명확한 커뮤니케이션 역량 ④ Clearing the Way: 팀 업무를 방해하는 장애물 제거 역량 ⑤ Celebrate: 성과 달성 시 팀과 하나되어 축하 능력 - MICE 소비자(타겟)의 일상에서의 기관의 역할과 의미 정의
Keynote 2: 열정의 효과	Sebastian Terry (ICMI)	<ul style="list-style-type: none"> - 업무 추진 시 개개인의 목표를 파악하여 열정을 가지고 추진했을 때, 주변에 긍정적인 영향을 주게 됨 - 업무에 투입되었을 때, 본인의 시간과 노력을 투자했을 때 달성하고자 하는 목표에 다다를 수 있는지 점검 필요하며 아니라고 판단된다면 방향을 달리할 것
Session 1: 넷제로(net-zero) 탄소 행사	Kai Hattendorf (UFI)	<ul style="list-style-type: none"> - 탄소배출량보다 큰 가치(성과)를 도출하는 행사 기획·운영 필요 - MECE는 지속가능성 및 넷제로 달성을 위한 전략을 '20년 수립했으며 체계적 이행을 위해 탄소 전문가(carbon consultant)를 채용, 2030 및 2050 2 단계에 걸친 넷제로 비전 수립 - 학 협회를 비롯한 MICE 개최자에게 넷제로 이행 장애물은 인프라(행사장, 교통, 시스템 등)를 직접 보유하지 않아 일관성을 유지하기 어렵고 기획자의 지속가능 이행 여부를 파악하기 어려운 것
Session 2: 올해의 동향	SITE Australia & New Zealand	<ul style="list-style-type: none"> - 아·태 지역 기업회의/인센티브는 전 세계 시장에서 가장 큰 폭으로 증가할 전망이며, 수요를 충족시킬 수 있는 수요자 맞춤 콘텐츠 제공이 필수 - 기 방문했던 곳을 새롭게 브랜딩하는 노력 필요, DMO는 새로운 콘텐츠를 발굴·홍보하고 방문을 용이하게 하는 노력(비자발급, 공항 패스트트랙 등) 필요 - '국제 이벤트 = 새로운 경험 제공'이 성립하므로 국제 이벤트는 인센티브 유치를 용이하게 하며, 체류 기간을 늘리는 역할을 함(예: 멜버른 테일러 스위트트 공연, 그랑프리 등) - 각종 시상식, 지역축제, 카니발 등 기업회의/인센티브 수요자의 관심 국제 이벤트도 다양화됨 - 호주 및 뉴질랜드 지역의 경우, 경제상황이 악화됨에 따라 개인(가족) 휴가가 어려워지며 인센티브 관광은 기업을 매력적이고 우수한 근무지로 보이게 하는 일종의 브랜딩 전략으로서 기능함 - 과거에는 기업회의/인센티브 시장 주요 타겟이 중장년층 백인 화이트 카라 남성이었지만, 여성의 경제활동이 증가하며 여성이 새로운 타겟으로 부상, 문화, 전통, 뷰티 등 새로운 트렌드가 대두됨



개막식



키노트 강연



분할 세션

4 시사점 및 향후 추진 방향

□ 시사점

- K-콘텐츠 위상 강화 및 인근 동남아 국가 대체재 발굴 필요에 따라 호주 및 뉴질랜드 지역에서 서울에 관한 관심도 및 방문 의향 증가
- 서울 송출 경험이 있는 바이어의 경우, 대다수가 팬데믹 이전에 송출하였기 때문에 신규 서울 MICE 및 관광 콘텐츠 홍보 필요
- 호주 바이어들은 전통 강조 유니크베뉴, K-컬처 연계 팀빌딩 프로그램 등 한국의 특색을 담은 콘텐츠를 요구함에 따라 해외 경쟁 도시와 차별화할 수 있는 서울 MICE 인프라 및 콘텐츠 개발이 필요함
- 대규모 단체의 경우, 서울 방문을 재희망 할 경우에도 대규모 단체 수용 컨벤션, 한강 조망 등 요구 기준을 충족하는 베뉴 선택지가 많지 않다는 바이어 의견에 따라 신규 유니크베뉴를 발굴하는 노력이 요구됨
- 서울 신규 송출을 위해 DMC 등 서울 현지 파트너 연결 문의가 다수 있었으며, 홈페이지를 통한 SMA 회원사 정보 확산이 필요함

□ 향후 추진방향

- 호주 시장은 서울 송출에 대한 수요는 있지만, 아직까지 신규시장으로 파악되며 실질적으로 송출이 활발해지는 시기는 '25년 이후일 것으로 예상
- 대규모 단체를 수용할 수 있는 유니크베뉴 발굴 및 홍보 요구됨
- 서울 MICE 지원프로그램 및 콘텐츠 관련 지속적인 온·오프라인 홍보 필요