

# 지스타 2023 사회경제적 파급효과 분석 연구

결과보고서

2023.12

서던포스트 



지스타 2023  
사회경제적 파급효과 분석 연구

수행사: (주)서던포스트

본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 부산정보산업진흥원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

(재)부산정보산업진흥원 귀하

본 보고서를 “지스타 2023 사회경제적 파급효과 분석 연구용역”의 결과보고서로 제출합니다

2023년 12월 22일

연구수행기관 : (주)서던포스트





# 목 차



## 제1장 연구의 개요 ..... 5

- 1. 연구배경 및 목적 ..... 5
- 2. 연구방법 및 범위 ..... 5
  - (1) 연구방법 ..... 5
  - (2) 연구범위 ..... 6

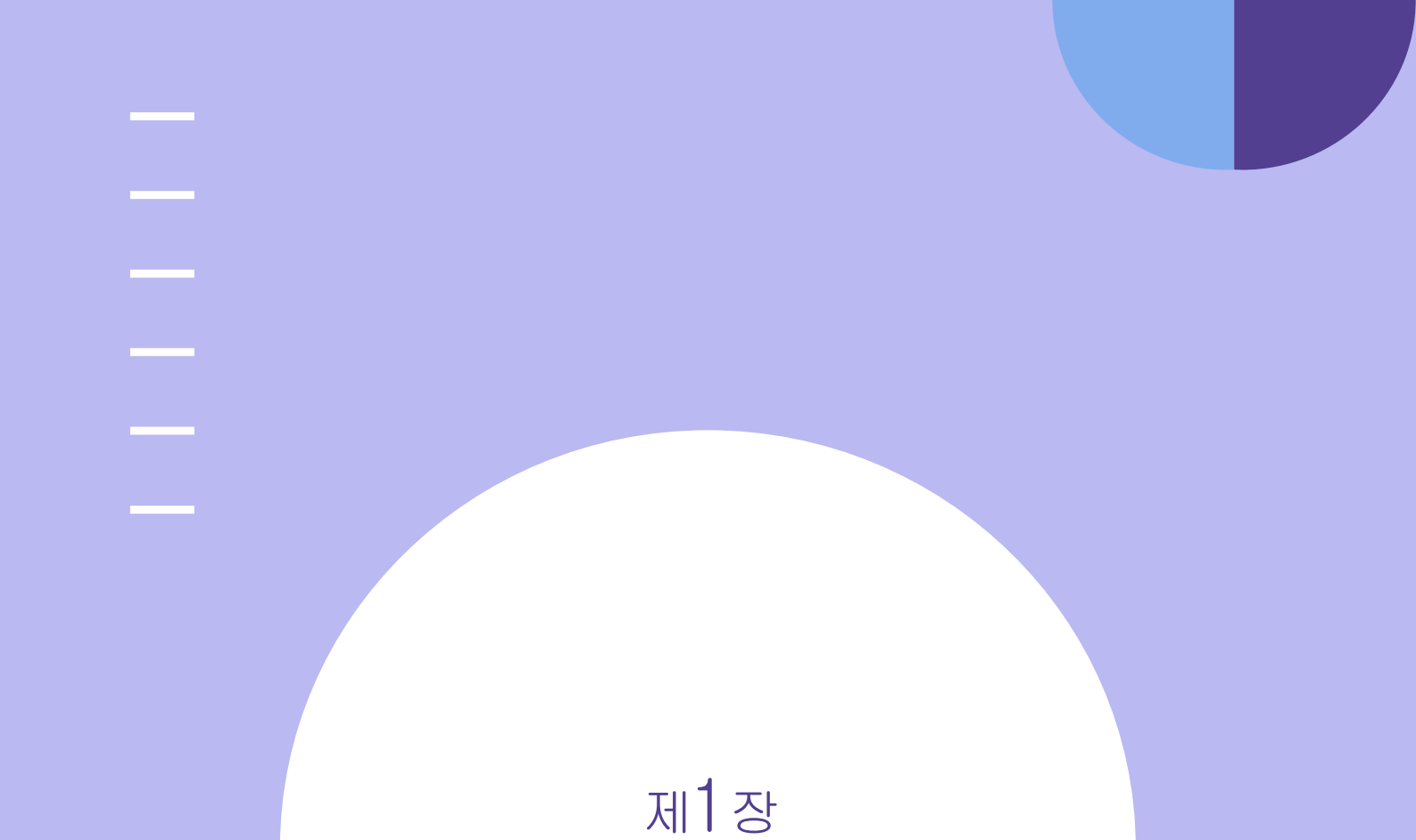
## 제2장 G-STAR 2023 개최 실적 및 성과분석 ..... 9

- 1. G-STAR 개최현황 ..... 9
- 2. 국제게임전시회 G-STAR 2023 행사개요 ..... 10
  - (1) 전시개요 ..... 10
  - (2) 전시 운영(BTC) ..... 12
  - (3) 전시 운영(BTB) ..... 13
  - (4) 옥외전시장 운영 ..... 13
  - (5) 푸드트럭존 운영 ..... 14
  - (6) BTC 온라인 전시 운영(지스타TV) ..... 14
  - (7) 지스타 국제게임 컨퍼런스(G-CON) ..... 15
  - (8) 게임 코스프레 어워즈 ..... 15
  - (9) 비즈니스 네트워크 파티 ..... 16
  - (10) 지스타인디 쇼케이스 ..... 16
  - (11) 지스타컵 파이터즈 스피릿 2023 ..... 17
  - (12) 서브컬처 게임 페스티벌 ..... 17
  - (13) 지스타와 함께하는 위메이드 페스티벌 나잇 ..... 18
  - (13) 지스타 BTB 부산공동관 운영 ..... 18
- 3. G-STAR 2023 개최성과 ..... 19
  - (1) 참가업체 ..... 19
  - (2) 관람객 ..... 20
  - (3) 바이어 ..... 21



# 목 차

<b>제3장 MICE산업 경제적 파급효과 선행연구</b> .....	<b>24</b>
1. 국제회의 경제적 파급효과 선행연구 검토(국내사례) .....	24
(1) 대전지역 MICE산업의 경제적 효과분석 연구 .....	25
(2) 지역 MICE 산업 육성 정책에 따른 MICE 산업의 경제적 파급효과 추정 : 광주광역시를 중심으로 .....	28
(3) 지역산업연관분석을 이용한 지역축제 방문객에 의한 경제적 파급효과 분석 : 2017 영주 한국선비문화축제를 중심으로 .....	31
(4) 지역축제 개최로 인한 지역경제 파급효과에 관한 연구 : 2019 철원 한탄강 얼음트레킹을 중심으로 .....	34
(5) 환경자원을 활용한 지역축제의 지역경제파급효과 분석 : 예천군 곤충 바이오엑스포 축제를 사례로 .....	37
(6) 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 경제적 파급효과 분석 : 코엑스 개최 전시컨벤션을 중심으로 .....	44
(7) 킨텍스 경제적 파급효과 분석 (경기도 고양시) .....	48
(8) 2021 MICE 산업의 경제적 파급효과 분석 (한국관광공사) .....	55
2. 국제회의 경제적 파급효과 선행연구 검토(해외사례) .....	56
(1) MICE산업의 고용효과 및 경제기여도에 관한 국제비교 연구 : 미국, 캐나다, 멕시코, 영국을 중심으로 .....	56
<b>제4장 파급효과 분석</b> .....	<b>63</b>
1. 경제적 파급효과 분석 .....	63
(1) 개요 .....	63
2. 사회문화적 파급효과 분석 .....	71
(1) 부산시의 게임산업 성장 견인 .....	71
(2) 관광산업과의 시너지 연계 .....	71
(3) 부산시의 지속 가능한 성장동력 확보 .....	72
(4) 국제행사 개최지로서의 지역경쟁력 제고 .....	72
3. 지스타 개최 시사점 .....	73



# 제1장 연구의 개요



## 제1장 연구의 개요

### 1. 연구배경 및 목적

- 전 세계 게임시장 규모는 2027년까지 연평균 성장률 9.7%를 기록하며 4,670억 달러(약 653조 8,000억 원)로 성장할 전망이다. 또한 중국 게임시장이 재개방되었고, 국내 게임 개발사들이 PC나 콘솔 게임과 서브컬처 게임 개발에 적극적으로 나서고 있기 때문에 게임산업의 전망은 긍정적으로 평가되고 있음<sup>1)</sup>
  - 부산시는 인디게임페스티벌, 부산 e스포츠페스티벌과 상설 e스포츠경기장 개관과 함께 해외 비즈니스 마케팅 플랫폼인 글로벌 게임전시회 G-STAR 개최를 통해 게임산업의 위상을 확장하고 있음
  - G-STAR 개최의 효과는 게임산업의 위상 제고 뿐만 아니라 행사 개최를 통해 고용 창출 및 지역 상권 활성화 등 부산시 내에 직·간접적인 경제적 효과도 유발하고 있음
- G-STAR 2023은 코로나19로 인한 사회적 거리두기 체제가 전면 해제된 이후 시행하는 첫 행사로 BTC관 2,432개, BTB관 896개 부스 등 3,328개 홍보부스, 1,037개 국내·외 대형 게임사들이 참여하여 역대 최대 규모로 개최됨
  - 지스타 2023 BTC, BTB 전체 부스 접수 조기 마감('23.6.)
  - 게임팬들의 수요를 반영한 서브컬처 게임 페스티벌 개최, 지스타 위메이드 페스티벌 나잇, FC PRO 페스티벌 등 연계이벤트 개최등 BTC 콘테스트 확대
  - 국내외 스타 개발자가 대거 참여하는 G-CON 총 3개 트랙, 41개 세션 구성
  - 스마일게이트, 윈스토어 등 협력을 통한 인디 쇼케이스 프로그램 강화(인디게임쇼케이스 40개 개발사 참여)
  - 일반 참관객 입장권 100% 사전 예매 방식 도입을 통한 관람 편의 향상
- 본 연구는 역대 최대 규모로 개최된 G-STAR 2023의 개최성과 및 연관 산업에 미치는 파급효과 분석을 통해 부산 개최의 가치를 평가하고, 지스타 개최로 인한 사회·문화·경제적 파급효과를 도출하여 부산시의 지속적인 개최의 근거자료로 활용하는데 그 목적이 있음

### 2. 연구방법 및 범위

#### (1) 연구방법

- G-STAR 성과보고서, 부산정보산업진흥원 내부자료, 인터넷 홈페이지 등을 통해 2023년 개최실적, 지스타와 관련된 국내외 선행연구 등 자료 수집
- 선행연구 및 자료 분석을 통한 파급효과 범위 및 분석방법 도출
- G-STAR 2023 개최에 따른 지역경제 및 사회·문화적 파급효과 분석

1) 글로벌 게임산업 트렌드(2023년 9+10월호), 한국콘텐츠진흥원

## (2) 연구범위

- 공간적 범위: 부산광역시 전역 및 기타
- 시간적 범위: 2023년 기준
- 내용적 범위
  - G-STAR 2023 개최 실적 및 성과분석
  - G-STAR 관련 국내외 선행 연구 및 자료 분석
  - G-STAR 2023 개최에 따른 사회·경제적 파급효과 분석



## 제2장

# G-STAR 현황 및 성과 분석





## 제2장 G-STAR 2023 개최 실적 및 성과분석

## 1. G-STAR 개최현황

- G-STAR는 Game Show & Trade, All-Round의 약자로 일반 관람객과 게임 산업 종사자를 대상으로 하여 전 세계 게임 트렌드를 한눈에 볼 수 있는 게임축제임
- G-STAR는 1995년부터 2004년까지 열렸던 대한민국게임대전이 전신으로, 대한민국게임대전이 2004년을 끝으로 폐회되자 문화관광부와 한국콘텐츠진흥원이 2005년 대한민국게임대전을 포함한 중소 게임전시회를 통합해 G-STAR를 출범시켰음
- 1회 G-STAR는 2005년 13개국 156개사가 참여한 가운데 일산 KINTEX에서 개최됨
- G-STAR는 2006년 ~2008년 대회 이후 2009년에 개최지를 부산으로 옮기고 매년 국내·외 게임사들이 대거 참여하면서 국내외 게임산업이 더욱 활성화 될 수 있도록 기여하고 있음
- 2012년에는 정부 주도 개최에서 민간으로 이양돼 한국게임산업협회에서 주최하고, G-STAR 조직위원회와 부산정보산업진흥원이 주관하여 개최되고 있음
- G-STAR는 국내 최대 규모의 게임관련 이벤트로 국내 대부분의 게임제작사들이 참여하며, 외국의 대형 게임사들도 많이 참여하는 세계적인 게임 행사로 입지를 다져왔으며, G-STAR 2023은 역대 최대 규모로 성황리에 막을 내림

【표2-1】 G-STAR 연혁

회차	개최일자	장소	슬로건	비고
1	2005.11.10~11.13	KINTEX	“오라!게임의 신천지가 열린다”	영어 슬로건 없음
2	2006.11.09~11.12	KINTEX	“게임으로 시작되는 세상” (LET the games begin)	
3	2007.11.08~11.11	KINTEX	“게임을 즐겨라, 비즈니스를 즐겨라” (Exciting games, growing business)	
4	2008.11.13~11.16	KINTEX	"게임으로 여는 즐거운 세상!" (Log in your dream)	수도권 마지막 G-STAR
5	2009.11.26~11.29	BEXCO	"아름다운 게임의 바다, 부산" (Beautiful Game Ocean, in Busan)	부산에서 첫 개최
6	2011.11.10~11.13	BEXCO	"게임, 그 이상" (Game and More)	
7	2011.11.10~11.13	BEXCO	"게임, 세상과 접속하다" (Connect With Game!)	

회차	개최일자	장소	슬로건	비고
8	2012.11.8~11.11	BEXCO	"게임, 세상을 감동시키다" (Game, touching the world)	
9	2013.11.14~11.17	BEXCO	"꿈을 꾸는 게임문화축제" (Game Together, Dream Forever)	KINTEX에서는 플레이엑스포 개최시작
10	2014.11.20~11.23	BEXCO	"게임은 끝나지 않았다" (Game is not over)	
11	2015.11.12~11.15	BEXCO	"게임, 이제부터 시작이다" (Now Playing)	
12	2016.11.17~11.20	BEXCO	"게임, 그 이상의 것을 경험하라!" (Play to the Next Step)	
13	2017.11.16~11.19	BEXCO	"당신의 게임을 완성하라" (Complete Your Game)	
14	2018.11.15~11.18	BEXCO	"게임, 우리의 별이 되다" (Let Games be Stars)	
15	2019.11.14~11.17	BEXCO	"새로운 세상을 경험하라" (Experience the New)	
16	2020.11.19~11.22	온라인	"온택트" (Ontact)	행사전체를 온라인으로 진행
17	2021.11.17~11.21	BEXCO	"다시 만나 반갑습니다" (Here comes the game again)	오프라인 전시 재개최/온라인 전시 병행
18	2022.11.17~11.20	BEXCO	"다시 한 번 게임의 세상으로" (The Gaming Universe)	
19	2023.11.16~11.19	BEXCO	Expand your Horizons	한국어 슬로건 없음

## 2. 국제게임전시회 G-STAR 2023 행사개요

### (1) 전시개요

- 기간: (BTC) 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일), 4일간  
(BTB) 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 18일(토), 3일간
- 장소 및 개최도시: BEXCO, 부산광역시
- 주최: (사)한국게임산업협회
- 주관: 지스타조직위원회, (재)부산정보산업진흥원
- 후원: 문화체육관광부

표2-2 전사회 구성

구분		주요 내용
전시	BTC	(오프라인) 온라인/모바일/아케이드 게임 전시, 인디게임 공동관, 야외부스 등 (온라인) 지스타 TV 온라인방송(자체 및 참가사 콘텐츠)
	BTB	(오프라인) 기업 비즈니스 상담, 해외국가관, 네트워크 라운지 등 (온라인) 라이브 비즈매칭(화상미팅)
공식행사		웰컴 리셉션, 개막식
부대행사		대한민국 게임대상, G-CON, 게임코스프레, 어워즈 등
연계행사		지스타컵, 서브컬처 게임 페스티벌, 위메이드 패스티브 나잇 등

■ 전시면적: 약 55,300㎡

- 제1전시장 1~3홀, 제2전시장 4~5홀, 오디토리움, 컨벤션홀, 야외광장, 백스코 부대시설 부지((구)세가사미 부지 (입장권 교환처)) 등

■ 참가현황: 42개국 1,037개사 3,328부스

그림2-1 전시장 구성



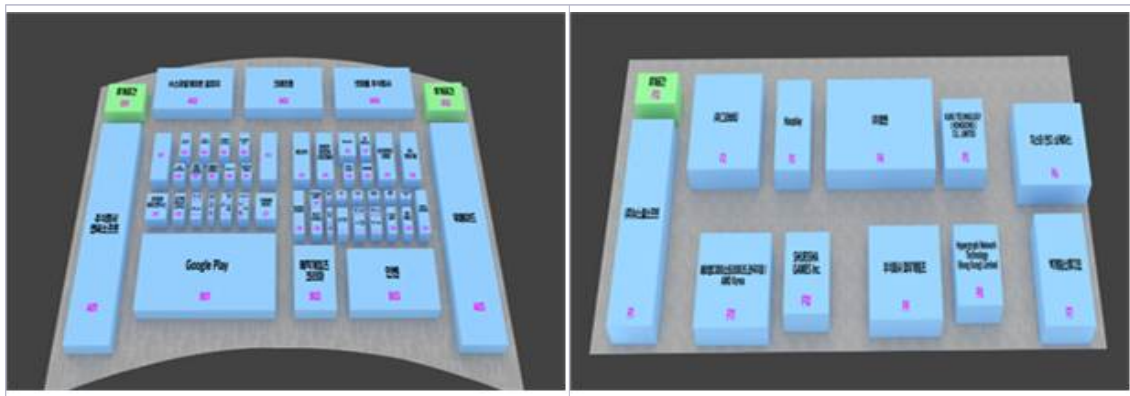
【표2-3】 주요 참가기업

구분		참가기업명 (부스 수)
BTC	국내	엔씨소프트(200), 위메이드(200), 구글코리아(200) 크래프톤(100), 넷마블(100), 인벤(100), 스마일게이트홀딩스(100), 웹젠(80), 뉴노멀소프트(60), 그라비티(50), 파우게임즈(40), 빅게임스튜디오(30)
	해외	에픽게임즈(50), AMD(40), Kuro Technology(20), Hypergryphy (20), Shueisha Games(20), Haoplay(20)
BTB	국내	부산정보산업진흥원(45), 위메이드(30), 스마일게이트홀딩스(30), 펄어비스(20), 카카오게임즈(20), 대전정보문화산업진흥원(12), 그라비티(12), 대구디지털혁신진흥원(10), 네이버클라우드(10), 넷텐션(10), 엔에이치엔(8), 인천테크노파크(9), 드래곤플라이(6)
	해외	Xsolla(9), 캐나다 대사관(6), 호주대사관(6), Coda Payments (6), Mistplay(6)

(2) 전시 운영(BTC)

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일)
- 장소: 벅스코 제1전시장, 제2전시장 1층
- 주요내용: 기업별 게임 전시, 중소기업 부스, 포토존, 특설 무대 등  
- 지스타 TV채널(플랫폼: Twitch TV)를 통한 현장 생중계
- 전시규모: 210개사, 2,432 부스

【그림2-2】 BTC 부스 배치도



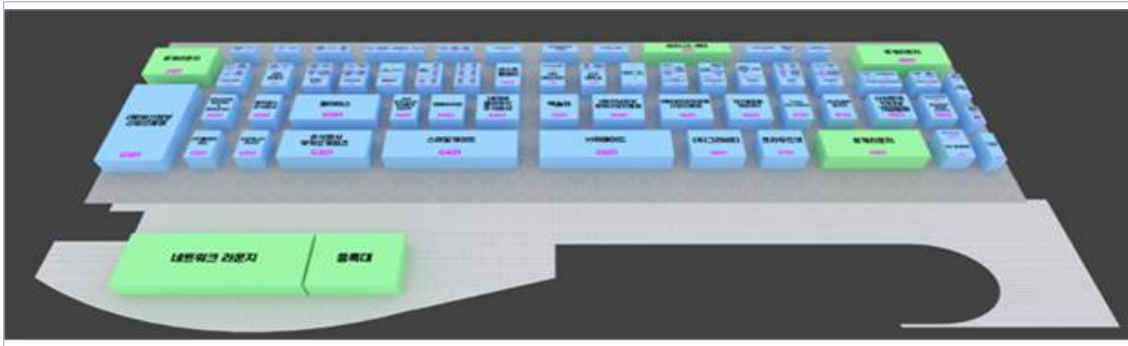
제1전시장 BTC관

제2전시장 1층 BTC관

## (3) 전시 운영(BTB)

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 18일(토)
  - 온라인은 11월 18일(토) 자정까지 진행
- 장소: 벅스코 제2전시장 3층
- 주요내용: 기업관, 국가관, 중소기업 공동관, 비즈니스 라운지 등
- 전시규모: 1,094개사, 896부스

[그림2-3] BTB 부스 배치도



## (4) 옥외전시장 운영

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일)
- 장소: 벅스코 제1전시장 광장 일대
- 주요내용: 지스타 메인스폰서 등 주요 참가기업 야외부스 구축 및 이벤트 진행

[그림2-4] 옥외전시관 부스 배치도



### (5) 푸드트럭존 운영

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일)
- 장소: 벅스코 제1전시장 야외주차장 일대
- 규모: 푸드트럭 총 35대
- 판매메뉴: 덮밥, 불초밥, 스테이크, 닭강정, 디저트, 피자, 음료 등
- 주요내용: 관람객들 대상 다양한 음식 문화 체험 및 식음 편의 제공

그림2-5 푸드트럭존



### (6) BTC 온라인 전시 운영(지스타TV)

- 일정: 2023년 11월 15일(수) ~ 11월 19일(일)
- 방송채널: 온라인 방송 플랫폼 트위치 내 지스타 채널([twitch.tv/gstar](https://www.twitch.tv/gstar))
- 추진방향: 참가사 콘텐츠 송출, 지스타 선정 기대작, 우수작 등 어워즈 형태 구성
- 주요내용
  - 2023 대한민국 게임대상
  - 위메이드, 엔씨, 넷마블 등 참가사 부스 현장 라이브 방송
  - 지스타 인디 쇼케이스, 서브컬처 게임 페스티벌 등 연계행사 송출

## (7) 지스타 국제게임 컨퍼런스(G-CON)

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 17일(금) 10:00 ~ 18:40
- 장소: 벅스코 컨벤션홀 1층
- 발표분야: AAA타이틀, 인디, 리메이크, AI, IP 등
- 세션구성: 3개 트랙, 41개 세션

[그림2-6] G-CON 현장



## (8) 게임 코스프레 어워즈

- 일정: 2023년 11월 19일(일) 13:30 ~ 16:00
- 장소: 벅스코 컨벤션홀 3층 그랜드볼룸 지스타 무대, 지스타TV
- 대상: 게임 코스프레 어워즈 본선 진출팀
- 시상내역: 총 상금 590만원

[그림2-7] 게임 코스프레 어워즈 현장



### (9) 비즈니스 네트워크 파티

- 일정: 2023년 11월 17일(금) 16:00 ~ 18:00
- 장소: 벅스코 제2전시장 3층 로비
- 참석인원: 참가사 임직원, 바이어 등 300여명
- 주요내용: 환영사, 축사, 공연 및 네트워킹

그림2-8 비즈니스 네트워크 파티 현장



### (10) 지스타인디 쇼케이스

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일) 10:00 ~ 18:00
- 장소: 벅스코 제2전시장 1층
- 참가팀: 인디게임 40개 개발자(사)  
- 스마일게이트, 윈스토어 협력

그림2-9 지스타인디 쇼케이스



## (11) 지스타컵 파이터즈 스피릿 2023

- 일정: 2023년 11월 18일(토) ~ 11월 19일(일)
- 장소: 부산이스포츠킴경기장
- 행사구성: 격투게임 종합 e스포츠 토너먼트
- 행사규모: 총 407명 참가 (선수 119, 참관객 288)
  - 온라인 뷰어십(시청자수) : 총 975,019명 (※ 한국, 일본 2개국 스트리밍 진행)
- 대회종목: 격투게임 5개 종목

【표2-4】 지스타컵 파이터즈 스피릿 2023 대회종목

종목명	길티 기어 STRIVE	스트리트 파이터 6	철권 7	더 킹 오브 파이터즈 XV	멜티 블러드 : 타입 루미나
종목사	아크 시스템 웍스	캡콤	반다이 남코 엔터테인먼트	SNK	라센글

## (12) 서브컬처 게임 페스티벌

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 19일(일) 16:00 ~ 18:00
- 장소: 벅스코 컨벤션홀 3층 그랜드볼룸 및 야외전시장
- 대상: 지스타 관람객
- 주요내용: 굿즈 마켓, 특별 무대 프로그램 및 야외 이벤트, 참관객 편의시설 등

【그림2-10】 서브컬처 게임 페스티벌 현장



(13) 지스타와 함께하는 위메이드 페스티벌 나잇

- 일정: 2023년 11월 19일(일) 20:00 ~ 20:30
- 진행기업: 위메이드(지스타 2023 메인스폰서)
- 장소: 해운대 해수욕장 이벤트 광장 및 광장 앞 해변 일대
- 주요내용: 지스타 2023의 성공개최를 축하하는 피날레 드론&불꽃 퍼포먼스 쇼

【그림2-11】 지스타와 함께하는 위메이드 페스티벌 나잇 현장



(13) 지스타 BTB 부산공동관 운영

- 일정: 2023년 11월 16일(목) ~ 11월 18일(토)
- 장소: 벅스코 제2전시장 3층
- 규모: (주)마상소프트, (주)넥스트스테이지 등 지역기업 23개사, 45개 부스(405㎡)
- 주요내용 및 성과: 비즈니스 미팅 지원, 바이어 및 퍼블리셔 네트워킹 등, 총 210건 상담

【그림2-12】 지스타 BTB 부산공동관 운영 현장



3. G-STAR 2023 개최성과<sup>2)</sup>

## (1) 참가업체

- 위메이드, 엔씨소프트, 구글코리아, 크래프톤, 넷마블 등 국내 기업과 에픽게임즈, AMD, 하오플레이, 엑솔라 등 해외 기업 총 42개국 1,304개사가 참여하여 총 3,328(BTB 896개, BTC 2,432개) 부스 운영
- G-STAR 2023의 최종 운영부스 3,328개는 지난해 2,947부스에서 약 12.9% 증가하였으며 G-STAR 2019가 기록한 3,208부스를 넘어 역대 최대 규모로 개최됨

【표2-5】 최근 3년 간 부스 운영현황

구분	2021년	2022년	2023년
BTC관	1,080부스	2,100부스	2,432부스
BTB관	313부스	847부스	896부스
계	1,393부스	2,974부스	3,328부스

- 2,432 부스가 운영된 BTC전시는 210개사가 참여하였으며, 기업별 게임 전시, 중소기업 부스, 포토존, 특설무대 등이 운영되었으며, 1,094개사 896부스가 운영된 BTB 전시는 기업관, 국가관, 중소기업 공동관, 비즈니스라운지 등으로 구성되어 기업 담당자 간 미팅을 통해 비즈니스 협력을 할 수 있는 공간으로 구성됨

【표2-6】 BTC, BTB 운영 성과

구분	BTC		BTB	
	국내	해외	국내	해외
참가기업	198개사 1,956부스	12개사 476부스	592개사 829부스	502개사 67부스
소계	6개국 210개사 2,432부스		43개국 1,094개사 896부스	
총계	43개국 1,304개사 3,328부스			

2) 출처: 지스타 2023 보고서

【표2-7】 참가기업별 BTC 참여규모

구분	기업/기관 수	기업명
100부스 이상	7개사	위메이드, 구글 코리아, 엔씨소프트, 넷마블, 스마일게이트, 크래프톤, 인벤
60부스 이상	2개사	웹젠, 뉴노멀소프트
20부스 이상	14개사	에픽게임즈, 그라비티, AMD Korea, 파우게임즈, 빅게임스튜디오, 일렉트로닉아츠, 레드브릭, 엔트리플, Haoplay, KURO TECHNOLOGY, Hypergryph Network Technology, SHUEISHA GAMES, 광주정보문화산업진흥원, 한국콘텐츠진흥원
10부스 이상	5개사	Nuverse, 한미마이크로닉스, 전라북도콘텐츠융합진흥원, 동서대학교 산학협력단, 부산정보산업진흥원
6부스 이상	6개사	모션테크놀로지, 몬스타주식회사, 제닉스크리에이티브, 코드캣, 투헨즈인터랙티브, 경기게임마이스터고등학교

【표2-8】 참가기업별 BTB 참여규모

구분	기업/기관 수	기업명
20부스 이상	5개사	위메이드, 스마일게이트, 카카오게임즈, 펠어비스, 부산정보산업진흥원
10부스 이상	6개사	그라비티, 네이버클라우드, 넷텐션, 대전정보문화산업진흥원, 전남정보문화산업진흥원, 대구디지털혁신진흥원
4부스 이상	16개사	엑솔라, 엔에이치엔, 드래곤플라이, 플레이위드, 해치랩스, Coda Payments, Mistplay, 네오리진, 밥게이트, 씽킹데이터코리아, 큐로드, 캐나다대사관, 호주대사관, 한국인터넷기업협회, 경일대학교 산학협력단, 신구대학교
3부스	6개사	수퍼톤, 업템포글로벌, 티엔케이팩토리,m 피티더블유코리아, memoQ, Terminal 3

(2) 관람객

- 이번 G-STAR 2023은 게임팬들의 수요를 반영한 서브컬처 게임 페스티벌 개최, 지스타 위메이드 페스티벌 나잇, FC PRO 페스티벌 연계이벤트 개최로 BTC콘텐츠가 확대 개최되었고, 일반 관람객 입장권 100% 사전 예매 방식 도입으로 관람객 동선 및 구매 편의성을 확보하고 시간대별 티켓 예매로 단계별 밀집 상황을 관리해 관람 편의가 향상됨
- G-STAR 2003의 관람객은 197,000명으로 집계되어 전년 184,000명 대비 약 7.1% 증가하였음
- 온라인으로 지스타를 관람한 시청자 수는 94만 4,000여 명으로 온/오프라인 관람객은 총 114만명에 달함

【표2-9】 최근 3년 간 관람객 수

구분	2021년	2022년	2023년
오프라인	28,000명 (코로나 팬데믹 제한입장)	184,000명	197,000명
전년 대비 증감률	-	+557.1%	+7.1%

【표2-10】 지스타 TV 온라인 라이브방송 시청률

구분	평균 동시 시청자 수	최고 동시 시청자 수	고유 시청자 수	누적 시청자 수
2023-11-15	4,432명	8,167명	80,856명	119,113명
2023-11-16	3,856명	4,993명	207,762명	403,716명
2023-11-17	3,820명	7,079명	254,699명	538,377명
2023-11-18	4,423명	6,451명	245,563명	511,112명
2023-11-19	4,846명	9,066명	236,013명	464,88명
Total				2,037,306명

### (3) 바이어

- 벅스코 제2전시장 3층에 마련된 BTB관은 전년 대비 부스 규모가 확대된 BTB관('22년 847부스, '23년 896부스)은 국내 1,463명, 해외 1,020명, 총 2,483명의 유료바이어가 참가하였음

【표2-11】 유료바이어 현황

구분	참가사수(개사)		바이어수(명)	
	국내	해외	국내	해외
등록	592개사	502개사	1,463명	1,020명
합계	1,094개사		2,483명	

- 해외바이어는 일본에서 228명으로 가장 많이 참가하였음



## 제3장

# MICE산업 경제적 파급효과 선행연구



## 제3장 MICE산업 경제적 파급효과 선행연구

### 1. 국제회의 경제적 파급효과 선행연구 검토(국내사례)

#### (1) 대전지역 MICE산업의 경제적 효과분석 연구

##### 1) 연구배경 및 목적

- 대전은 대한민국 중심부에 위치해 있으며, 영남과 호남으로 통하는 삼남의 관문으로서, 수도 서울까지는 167.3km, 부산까지는 294km, 광주까지는 169km의 거리에 있다. 경부 호남고속도로, 국도가 분기하고 있어 우리나라 교통의 요지이다. 이러한 지리적 이점과 더불어 대전은 과학연구 단지가 있어 관련 국제회의가 많이 개최되는 특성을 갖고 있음
- 본 연구에서는 MICE 산업의 중심지로 떠오르는 대전지역 MICE산업의 경제적 파급효과를 분석하여 대전지역의 MICE산업의 위상과 중요성을 인식 및 확인하고자 함

##### 2) 연구개요

- 연구범위 : MICE산업 전체
- 분석절차 : 1) 산업연관분석 사용계수 도출  
2) 대전지역의 MICE 분야별 지출내역 및 비용 공급·수요 측면에서 산출  
3) MICE 산업별 경제적 파급효과 예측 및 분석

##### 3) 경제적 파급효과 분석 결과

- 대전지역 공급자측면과 수요자측면의 MICE산업별 경제적 파급효과는 다음 <표4-1>과 같이 분석됨
- 대전지역의 MICE산업에서 공급자 측면에서 발생하는 경제적 파급효과는 다음과 같음
  - 생산유발효과는 117,613백만 원, 소득유발효과는 25,274백만 원, 수입유발효과는 12,116백만 원, 부가가치유발은 51,113백만 원, 고용유발효과는 642명으로 분석되었음

【표4-1】 MICE 산업별 경제적 파급효과

공급자 측면	생산유발(백만원)	소득유발(백만원)	수입유발(백만원)	부가가치유발(백만원)	고용유발(명)
Meeting	97,119	20,895	9,996	42,265	626
Convention	18,010	3,845	1,864	7,767	0
Exhibition	2,485	534	256	1,082	16
공급 총효과	117,613	25,274	12,116	51,113	642
수요자 측면	생산유발(백만원)	소득유발(백만원)	수입유발(백만원)	부가가치유발(백만원)	고용유발(명)
Meeting	531,938	103,967	55,781	230,821	0
Convention	194,059	39,073	19,176	86,280	0
Exhibition	396,730,152	69,620,594	49,343,917	161,399,855	2
수요 총효과	397,456,149	69,763,634	49,418,873	161,716,958	2

- 대전지역 2018년부터 2030년까지 MICE 산업으로 인한 생산유발, 소득유발, 수입유발, 부가가치 유발, 고용유발의 경제적 파급효과를 분석함
- 파급효과 분석을 위하여 가장 보수적으로 대전의 MICE산업에서 수요자 측면에서 발생하는 경제적 파급효과 분석 결과는 다음과 같음
  - 생산유발 효과는 397,456,149원, 소득유발효과는 69,763,634원, 수입유발효과는 49,418,873원, 부가가치 유발은 161,716,958원으로 나타났으며 고용유발효과는 2명으로 분석됨
- 대전지역은 MICE산업으로 발생하는 경제적 총 파급효과와 고용유발 효과는 상당한 것으로 나타났으며, 간접적인 경제적 파급효과까지 고려한다면 파급효과는 더 커질 것으로 예상됨
- KDI 경제성장률은 2010년부터 2020년까지 3.6%, 2021년부터 2030년까지 2.6%로 예측하고 있으며, 이를 사용하여 대전지역의 MICE 산업의 총 경제적 파급효과와 고용유발인원을 예측한 결과를 정리하면 다음 <표 4-2>와 같음

【표4-2】 대전 MICE 경제적 총 파급효과

연도	경제적 총 파급효과(원)	고용유발(명)
2015	207,834,000,000	647
2016	215,316,024,000	670
2017	223,067,400,864	694
2018	231,097,827,295	719
2019	239,417,349,078	745
2020	244,205,696,060	772
2021	249,089,809,981	792
2022	254,071,606,180	813
2023	259,153,038,303	834
2024	264,336,099,070	856
2025	269,622,821,051	878
2026	275,015,277,472	901
2027	280,515,583,022	924
2028	286,125,894,682	948
2029	291,848,412,576	973
2030	297,685,380,827	998

- MICE의 대전지역 경제적 파급효과는 2020년 244,205,696,060원이며, 2025년은 269,622,821,051원이고, 2030년에는 297,685,380,827원으로 예측되며, 고용유발 효과는 2020년 772명, 2025년은 878명으로, 2030년에는 998명으로 예측됨
- 따라서 향후 대전지역은 MICE 산업의 중심지로 부각될 것으로 예측되며, 대전지역 MICE산업의 경제적 파급효과 등으로 야기되는 예측 및 정책적 측면의 연구와 지속적인 후속연구도 기대됨

(2) 지역 MICE 산업 육성 정책에 따른 MICE 산업의 경제적 파급효과 추정 : 광주광역시를 중심으로

1) 연구 배경 및 목적

- 본 연구는 최초로 국제회의복합지구로 지정된 지역 중 수도권 외 지역인 광주광역시를 중심으로 MICE 산업 육성 정책 중 하나인 국제회의복합지구 지정에 따른 효과를 측정하고자 함
- 이를 위해 선행연구 검토를 통해 지역산업연관표를 활용한 지역산업연관모델을 활용하고자 하며, 개최지역 내·외에 발생하는 직·간접적 경제적 파급효과를 추정하여 분석 결과를 통해 광주광역시의 MICE 산업에 대한 경제적 파급효과를 파악하고 향후 경쟁력 확보를 위한 시사점을 제시하는 것을 연구 목적으로 설정하고자 함

2) 연구설계 및 분석 방법

- 본 연구는 지역 MICE 산업의 파급효과를 정확하게 추정하기 위하여 두 가지 중점적인 고려사항을 연구에 반영
  - 1) MICE 분야는 Meeting/Convention, Incentive, Exhibition을 모두 포괄하는 분야이므로, 각각의 파급효과를 독립적으로 산출하여 분석 결과에 활용함 다만, 광주에서 개최되는 Incentive 행사의 규모 비용을 추정하기 어려워 본 연구에서는 Meeting/Convention, Exhibition 만을 포함하여 분석을 실시
  - 2) MICE 행사 개최에 따른 공급과 수요 부분에 대한 추정을 분리하여 추정

3) 자료수집

- 본 연구는 광주광역시에서 국제회의복합지구 관련 정책으로 수행된 MICE 관련 정책의 결과로서 지역 MICE 산업의 경제적 파급효과를 추정하기 위한 연구로, 연구의 자료는 연구의 신뢰성과 타당성을 확보하기 위하여 2차 자료를 활용하여 분석을 실시
  - 1) MICE 산업의 각 세부 유형별 공급 부분의 비용을 추정하기 위하여 한국관광공사에서 발간하는 연도별 MICE 산업 통계조사 보고서의 경제적 파급효과 부분의 1인당 공급 비용을 적용
  - 2) MICE 각 세부 유형별 수요 부분의 비용은 MICE 참가자 조사의 지출 구조를 바탕으로 연구를 진행
  - 3) 각 행사별 평균 수치와 MICE 산업 통계 조사 보고서 상의 광주광역시 개최 행사의 유형별 수를 곱하여 전체 MICE 산업 공급 및 수요 부분의 지출액을 결정
  - 4) 분석에 활용된 정보는 광주광역시 김대중국제회의복합지구가 지정된 2018년부터 가장 최근 통계가 발표된 2021년까지를 대상으로 함

4) 경제적 파급효과 분석 결과

- 총 생산유발액은 2018년 약 6,900억 원 정도로 나타났으며, 2019년에는 6,828억원으로 추정되나 2020년과 2021년에는 코로나의 여파로 약 367억, 1,060억 정도로 추산됨 2018년 생산유발효과 중에서 약 69.30%인 약 4,784억 원 정도가 광주지역에 미치는 영향으로 나타났으며, 호남 지역에는 약 5.29%인

365억 원 정도의 영향을 받는 것으로 나타났고 2019년 광주지역에 미치는 생산유발효과가 69.13%로 소폭 하락한 이후 2021년까지 69.16%로 소폭이나마 지속적으로 상승하는 것은 긍정적이라 볼 수 있음

- 총 수입유발액은 2018년 약 500억 원 정도로 나타났으며, 광주지역에 미치는 영향은 약 184억 원 (36.77%), 호남지역에는 56억 원(11.22%) 정도로 나타났다. 총 수입유발효과는 2019년 492억 원으로 소폭 하락하였으며, 2020년에는 코로나의 영향으로 약 27억 원에 그치는 것으로 나타남 2021년에는 다시 상승하여 약 78억 원 정도로 추산됨 광주지역에 미치는 영향은 평균적으로 약 37% 정도이며, 호남지역에는 약 11% 정도의 영향을 미치는 것으로 조사됨
- 총 소득유발액은 2018년 1,535억 원(광주: 1,192억 원, 호남: 48억 원, 전국: 295억 원)으로 나타났으며, 2019년에는 소폭 하락한 1,505억 원(광주: 1,163억 원, 호남: 48억 원, 전국: 293억 원)으로 나타남 2020년과 2021년에는 코로나의 영향으로 총 소득유발효과가 각각 81억 원과 233억 원으로 추정되었다. 광주지역에 미치는 영향의 비율은 대체로 77.6% 정도로 일정하게 나타남
- 총 부가가치유발액은 2018년 약 3313억 원(광주: 2,465억 원, 호남: 132억 원, 전국 716억 원)으로 나타났으며, 지역별 영향의 비중은 광주 약 74.4%, 호남 약 3.98% 등으로 나타남 2019년에는 총 부가가치유발효과가 약 3273억 원(광주: 2,413억 원, 호남: 148억 원, 전국 712억 원)으로 소폭 하락하였으며, 광주지역에 미치는 영향의 비중도 73.7%로 하락하였음 다만, 호남지역에 미치는 부가가치유발액과 비중 (4.53%)이 소폭 상승한 점을 볼 때, 지역 활성화라는 성과를 달성한 것으로 볼 수 있음
- 총 취업유발자수는 2018년 10,991(광주: 7,582, 호남: 1,600, 전국 1,809)명으로 나타났으며, 2019년에는 11,260명, 2020년에는 592명, 2021년에는 277명으로 나타남 전체 취업유발자수의 지역별 영향은 2018년 광주 68.98%에서 2021년 67.2%로 소폭 하락한 것으로 나타남 점은 고민이 필요한 부분으로 판단됨
- 총 간접세유발액은 2018년 약 305억 원(광주: 220억 원, 호남: 12억 원, 전국: 728억 원)으로 추정되었으며, 광주 지역에 미치는 영향은 약 72.16%, 호남지역은 3.99% 등으로 나타남 2019년에는 총 간접세유발액이 약 305억 원으로 거의 유사하게 나타났으나, 2020년과 2021년에는 16억 원, 46억 원 등으로 큰 폭으로 감소한 것으로 나타남 광주지역에 미치는 비율은 약 2018년 72.15%에서 2021년 71.11%로 감소한 것으로 나타났으며, 호남지역에 미치는 영향은 2018년 3.99%에서 2021년 4.15%로 소폭 증가한 것으로 나타남

표4-3 광주광역시 MICE 산업 경제적 파급효과(단위 : 백만원, 명)

구분	생산유발효과				수입유발효과			
	광주지역	호남지역	전국지역	총계	광주지역	호남지역	전국지역	총계
2018	478,370	36,505	175,402	690,277	18,381	5,608	26,005	49,994
2019	471,975	36,555	174,224	628,754	18,249	5,499	25,491	49,239
2020	25,402	1,951	9,382	36,735	987	303	1,406	2,696
2021	72,965	5,645	26,894	105,504	2,883	874	4,028	7,785
구분	소득유발효과				부가가치유발효과			
	광주지역	호남지역	전국지역	총계	광주지역	호남지역	전국지역	총계
2018	119,165	4,798	29,519	153,482	246,457	13,180	71,616	331,253
2019	116,349	4,790	29,346	150,485	241,261	14,826	71,236	327,323
2020	6,325	255	1,568	8,148	13,021	786	3,820	17,627
2021	18,085	734	4,487	23,306	37,249	2,277	10,952	50,478
구분	취업유발효과(명)				간접세유발효과			
	광주지역	호남지역	전국지역	총계	광주지역	호남지역	전국지역	총계
2018	7,582	1,600	1,809	10,991	22,031	1,218	7,282	30,531
2019	7,865	1,591	1,804	11,260	22,144	1,190	7,190	30,524
2020	410	85	97	592	1,135	66	395	1,596
2021	1,066	243	277	1,586	3,289	192	1,145	4,626

### (3) 지역산업연관분석을 이용한 지역축제 방문객에 의한 경제적 파급효과 분석 : 2017 영주 한국선비문화축제를 중심으로

#### 1) 연구 배경 및 목적

- 지역의 중심소재를 바탕으로 개최되는 영주 한국선비문화축제의 지속가능성을 확보하고 발전 방안을 검토하기 위해 본 연구에서는 영주 한국선비문화축제의 투자타당성에 대한 검토와 향후 효과성의 증대를 위한 다양한 방안을 도출하고자 함
- 세부 목표 : 1) 영주 한국선비문화축제의 방문객 대상 조사를 실시하여 해당 지역 내 직접지출효과를 파악  
2) 영주 한국선비문화축제가 지역 내외에 미치는 경제적 파급효과를 규명하고자 함  
3) 도출된 결과를 바탕으로 향후 한국선비문화축제의 경제적 파급효과 증대 방안 및 발전방안을 위한 유의미한 시사점을 제공하는 것을 통해 궁극적인 목적을 달성하고자 함

#### 2) 분석 방법

- 아래 절차와 같이 분석을 진행함
  - 1) 2017 영주 한국선비문화축제에 참가한 방문객의 소비지출 규모를 파악하기 위해 현장 설문조사를 실시
  - 2) 한국은행(2015)에서 발간한 가장 최신의 『2013년 지역산업연관표』의 소분류 161부문을 대분류 30x30을 기준으로 관광과 연관된 산업을 통합
  - 3) 지역산업연관표를 도출된 관광 연관 산업 33x33부문을 바탕으로 관광산업의 유발승수(생산유발승수, 소득유발승수, 부가가치유발승수, 간접세유발승수, 취업유발 승수)를 통합하였으며, 지역 내외 지역 간 승수로 구분하여 지역 내에 발생하는 효과와 더불어 지역 외에 발생하는 누출효과를 산출
  - 4) 2017 영주 한국선비문화축제 방문객의 소비지출액을 구분된 부문별 관광산업 유발승수에 적용하여 경제적 파급효과를 분석하였음

#### 3) 자료수집 방법

- 축제가 개최되는 축제기간(2017년 5월 26일~29일) 전일 동안 현장 설문조사를 실시
  - 표본추출방법으로는 비확률표본추출법 중 할당표본추출법을 통해 방문객의 거주지를 기준으로 지역민과 외지인의 비율을 비슷하게 할당
- 조사를 통해 650부의 설문지를 수거하여 불성실응답을 제외하고 총 634부의 유효표본을 활용하여 분석을 실시

4) 경제적 파급효과 분석 결과

- 2017 영주 한국선비문화축제 방문객에 의한 직접지출효과와 관광산업 각각의 유발 승수를 활용하여 2017 영주 한국선비문화축제의 총 경제적 파급효과를 분석하였으면 결과는 다음과 같음

표4-4 2017 영주 한국선비문화축제로 인한 경제적 파급효과 분석결과 (단위: 백만원)

구분	지역	생산 유발효과	소득 유발효과	부가가치 유발효과	간접세 유발효과	취업 유발효과(명)
숙박	지역내	581	171	334	4	8
	지역간	276	36	86	1	1
	소계	857	208	420	4	9
쇼핑	지역내	1,319	274	861	8	31
	지역간	381	61	147	2	3
	소계	1,699	335	1,008	10	33
식음료	지역내	1,709	228	628	14	31
	지역간	1,177	145	395	7	9
	소계	2,886	373	1,024	22	40
문화·오락·서비스	지역내	514	128	281	27	10
	지역간	236	33	77	1	2
	소계	751	162	359	28	12
현지 교통	지역내	1,261	272	496	5	22
	지역간	530	61	145	2	2
	소계	1,791	333	641	7	24
합계	지역내	5,384	1,073	2,601	58	101
	지역간	2,600	336	850	13	17
	소계	7,984	1,409	3,452	71	118

- 생산유발효과는 79억 8,400만원으로 나타났으며, 지역 내 생산유발효과는 53억 8,400만원, 타 지역으로 누출되는 지역 간 생산유발효과는 26억 원으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 식음료 생산유발효과 28억 8,600만원(지역 내 17억 900만원, 지역간 11억 7,700만원), 현지교통 생산유발효과 17억 9,100만원(지역 내 12억 6,100만원, 지역 간 5억 3,000만원), 쇼핑 생산유발효과 16억 9,900만원(지역 내 13억 1,900만원, 지역 간 3억 8,100만원), 숙박 생산유발효과 8억 5,700만원(지역 내 5억 8,100만원, 지역 간 2억 7,600만원), 문화오락서비스 생산유발효과 7억 5,100만원(지역 내 5억 1,400만원, 지역 간 2억 3,600만원) 등의 순으로 높게 나타남
- 소득유발효과는 14억 900만원으로 나타났으며, 지역 내 소득유발효과는 10억 7,300만원, 타 지역으로 누출되는 지역 간 소득유발효과는 3억 3,600만원으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 식음료 소득유발효과 3억 7,300만원(지역 내 2억 2,800만원, 지역 간 1억 4,500만원), 쇼핑 소득유발효과 3억 3,500만원(지역 내 2억 7,400만원, 지역 간 6,100만원), 현지교통 소득유발효과 3억 3,300만원(지역 내 2억 7,200만원, 지역 간 6,100만원), 숙박 소득유발효과 2억 800만원(지역 내 1억 7,100만원, 지역 간

3,600만 원), 문화오락서비스 소득유발효과 1억 6,200만원(지역 내 1억 2,800만원, 지역 간 3,300만원) 등의 순으로 높게 나타남

- 생부가가치유발효과는 34억 5,200만원으로 나타났으며, 지역 내 부가가치유발효과는 26억 100만원, 타 지역으로 누출되는 지역 간 부가가치유발효과는 8억 5,000만원으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 식음료 부가가치유발효과 10억 2,400만원(지역 내 6억 2,800만원, 지역 간 3억 9,500만원), 쇼핑 부가가치유발효과 10억 800만원(지역 내 8억 6,100만원, 지역 간 1억 4,700만원), 현지교통 부가가치유발효과 6억원 4,100만원(지역 내 4억 9,600만원, 지역 간 1억 4,500만원), 숙박 부가가치유발효과 4억 2,000만원(지역 내 3억 3,400만원, 지역 간 8,600만원), 문화오락서비스 부가가치유발효과 3억 5,900만원(지역 내 2억 8,100만원, 지역 간 7,700만원) 등의 순으로 높게 나타남
- 생간접세유발효과는 7,100만원으로 나타났으며, 지역 내 간접세유발효과는 5,800만원, 타 지역으로 누출되는 지역 간 간접세유발효과는 1,300만원으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 문화오락서비스 간접세유발효과 2,800만원(지역 내 2,700만원, 지역 간 100만원), 식음료 간접세유발효과 2,200만원(지역 내 1,400만원, 지역 간 700만원), 쇼핑 간접세유발효과 1,000만원(지역 내 800만원, 지역 간 200만원), 현지교통 간접세유발효과 700만원(지역 내 500만원, 지역 간 200만원), 숙박 간접세유발효과 400만원(지역 내 400만원, 지역 간 100만원) 등의 순으로 높게 나타남
- 생취업유발효과는 118명으로 나타났으며, 지역 내 취업유발효과는 101명, 누출되는 지역 간 취업유발효과는 17명으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 식음료 취업유발효과 40명(지역 내 31명, 지역 간 9명), 쇼핑 취업유발효과 33명(지역 내 31명, 지역간 3명), 현지교통 취업유발효과 24명(지역 내 22명, 지역 간 2명), 문화오락서비스 취업유발효과 12명(지역 내 10명, 지역 간 2명), 숙박 취업유발효과 9명(지역 내 8명, 지역 간 1명) 등의 순으로 높게 나타남
- 경북지역의 관광산업 승수는 타 산업에 비해 높은 부가가치유발효과, 취업유발효과, 간접세유발효과가 높은 것으로 나타남
- 방문객들의 방문 범위를 확대할 수 있는 연계 상품 개발이 필요하며, 방문객 1인당 소비지출의 경우 지역민, 외지인은 식음료비에 비교적 많은 비용을 소비하는 것으로 나타났다. 식음료의 경우 높은 생산유발효과, 소득유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 가지고 있는 산업으로 식음료 부분에서 많은 지출이 발생할 수 있도록 전략을 수립할 필요가 있음

(4) 지역축제 개최로 인한 지역경제 파급효과에 관한 연구 : 2019 철원 한탄강 얼음트레킹을 중심으로

1) 연구 배경 및 목적

- 정부는 ‘행사·축제 예산총액 한도제’를 도입하여 예산을 동결 하고(행정자치부, 2016), 효율성이 낮은 지역 축제에 대해 국고지원을 단계적으로 중단하는 ‘일몰제’를 실시하고 있다(경제관계장관회의, 2018). 따라서 지역축제에 대한 투자 타당성과 효과성이 담보되지 않으면 지속적인 투자가 어렵게 되었다. 이제 지역축제도 경제 논리를 적용하여 정확한 경제적 파급효과에 따라 경쟁력 있는 축제로 관리 및 육성할 필요성이 있음
- 이에 한탄강 얼음트레킹의 경제적 파급효과를 분석하는 연구는 철원의 대표축제로 육성하고 지속적인 개최에 당위성과 객관적인 자료를 제공해 줄 수 있을 것

2) 연구개요

- 얼음트레킹 개최에 따른 지역경제의 경제적 파급효과를 측정하기 위하여 다음과 같은 연구방법을 활용
  - 1) 얼음트레킹 참가자에 대한 지출액을 추정하기 위하여 현장에서 참가자를 대상으로 설문조사를 실시
  - 2) 한국은행(2015)이 발간한 2013년 지역산업연관표를 이용하여 강원지역의 지역산업연관표 161x161부문을 29x29부문으로 통합
  - 3) 통합한 29x29부문의 지역산업연관표를 이용하여 관광승수(생산, 소득, 부가가치, 취업승수)를 도출하였으며, 타 지역으로의 누출효과를 고려하기 위하여 지역 내(순수효과)와 지역 간(누출효과)으로 구분
  - 4) 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 1인당 지출액에 참가자 수를 반영하여 총 지출액을 산출하였다. 이 총 지출액에 도출된 관광승수를 적용하여 철원 한탄강 얼음트레킹의 개최를 통해 발생한 경제적 파급효과를 분석하였음

3) 자료수집 방법

- 본 연구는 2019 철원 한탄강 얼음트레킹의 참가자 지출액을 추정하기 위하여 현장에서 직접설문조사 실시
  - 축제 기간은 2019년 1월19일(토)부터 1월27일(일), 설문조사는 1/19(토)~1/21(월)로 3일간 진행
  - 얼음트레킹 참가자를 대상으로 편의표본추출법을 이용하여 조사를 진행
- 총 275부가 회수되었으며 이 중에서 불성실하게 작성된 8부를 제외한 267부를 본 연구의 분석에 이용

4) 경제적 파급효과 분석 결과

- 2019 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 총 지출액과 강원도 지역산업연관표로부터 도출된 관광부문별 승수를 이용하여 총 경제적 파급효과를 분석하였다. <표 4-5>에서 보는 바와 같이, 경제적 파급효과는 지역 내의 파급효과인 순수효과와 지역 간 파급 효과인 누출효과로 구분하였음

【표4-5】 경제적 파급효과 분석(단위: 백만원, 명)

부문	효과 구분	생산 파급효과	소득 파급효과	부가가치 효과	취업 파급효과
쇼핑업	순수효과	1085	209	694	13
	누출효과	376	68	163	22
	소계	1461	277	857	35
음식업	순수효과	3020	518	1190	22
	누출효과	2208	297	889	82
	소계	5228	815	2090	104
숙박업	순수효과	1983	652	1273	11
	누출효과	867	149	335	38
	소계	2850	801	1607	49
관광교통업	순수효과	2173	565	999	25
	누출효과	1159	193	426	66
	소계	3331	758	1425	91
문화오락업	순수효과	1201	234	620	7
	누출효과	658	107	258	22
	소계	1860	341	879	29
합계	순수효과	9462	2177	4776	78
	누출효과	5268	815	2072	230
	소계	14730	2991	6847	308

- 2019 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 지출액으로 인하여 직·간접으로 발생한 생산파급효과는 147억 3,000만 원으로 산출되었으며, 이 중에서 지역 내 순수한 생산파급효과는 94억 6,200만 원, 지역 간 누출된 생산파급효과는 52억 6,800만 원으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면, 쇼핑업의 생산파급효과는 14억 6,100만 원(순수효과 10억 8,500만 원, 누출효과 3억 7,600만 원), 음식업은 52억 2,800만 원(순수효과 30억 2,000만 원, 누출효과 22억 800만 원), 숙박업은 28억 5,000만 원(순수효과 19억 8,300만 원, 누출효과 8억 6,700만 원), 관광교통업은 33억 3,100만 원(순수효과 21억 7,300만 원, 누출효과 11억 5,900만 원), 문화오락업은 18억 6,000만 원(순수효과 12억 100만 원, 누출효과 6억 5,800만 원)으로 분석되었음
- 2019 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 지출액으로 인하여 직·간접으로 발생한 소득파급효과는 29억 9,100만 원으로 산출되었으며, 이 중에서 지역 내 순수한 소득파급효과는 21억 7,700만 원, 지역 간 누출된 소득파급효과는 8억 1,500만 원으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면, 쇼핑업의 소득파급효과는 2억 7,700만 원(순수효과 2억 900만 원, 누출효과 6,800만 원), 음식업은 8억 1,500만 원(순수효과 5억 1,800만 원, 누출효과 2억 9,700만 원), 숙박업은 8억 100만 원(순수효과 6억 5,200만 원, 누출효과 1억 4,900만 원), 관광교통업은 7억 5,800만 원(순수효과 5억 6,500만 원, 누출효과 1억 9,300만 원), 문화오락업은 3억 4,100만 원(순수효과 2억 3,400만 원, 누출효과 1억 700만 원)으로 분석되었음
- 2019 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 지출액으로 인하여 직·간접으로 발생한 부가가치파급효과는 68억 4,700만 원으로 산출되었으며, 이 중에서 지역 내 순수한 부가가치 파급효과는 47억 7,600만 원, 지역

간 누출된 부가가치 파급효과는 20억 7,200만 원으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면, 쇼핑업의 부가가치파급효과는 8억 5,700만 원(순수효과 6억 9,400만 원, 누출효과 1억 6,300만 원), 음식업은 20억 8,000만 원(순수효과 11억 9,000만 원, 누출효과 8억 8,900만 원), 숙박업은 16억 700만 원(순수효과 12억 7,300만 원, 누출효과 3억 3,500만 원), 관광교통업은 14억 2,500만 원(순수효과 9억 9,900만 원, 누출효과 4억 2,600만 원), 문화오락업은 8억 7,900만 원(순수효과 6억 2,000만 원, 누출효과 2억 5,800만 원)으로 분석되었음

- 2019 철원 한탄강 얼음트레킹 참가자의 지출액으로 인하여 직·간접으로 발생한 취업파급효과는 308명으로 산출되었으며, 이 중에서 지역 내 순수한 취업 파급효과는 78명, 지역 간 누출된 취업파급효과는 230명으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면, 쇼핑업의 취업파급효과는 35명(순수효과 13명, 누출효과 22명), 음식업은 104명(순수효과 22명, 누출효과 82명), 숙박업은 49명(순수효과 11명, 누출효과 38명), 관광 교통업은 91명(순수효과 25명, 누출효과 66명), 문화오락업은 29명(순수효과 7명, 누출효과 22명)으로 분석되었음
- 본 연구는 2019 철원 한탄강 얼음트레킹의 경제적 파급효과를 분석하는 데 있어 지역산업연관모델을 이용한 관광승수 도출, 직접조사방법을 통한 참가자의 지출액을 추정하여 지역 내의 순수효과와 지역 간의 누출효과를 구분하여 측정하였다. 또한, 분석결과를 토대로 경제적 파급효과를 높이기 위한 방안을 제시하였음
- 향후 연구에서는 철원 한탄강 얼음트레킹의 투입예산의 증감 여부와 방문객의 만족도, 재방문을 등의 관계를 규명한다면 적정한 투입예산의 규모를 검토하는 데 도움이 될 것

(5) 환경자원을 활용한 지역축제의 지역경제파급효과 분석 : 예천군 곤충 바이오엑스포 축제를 사례로

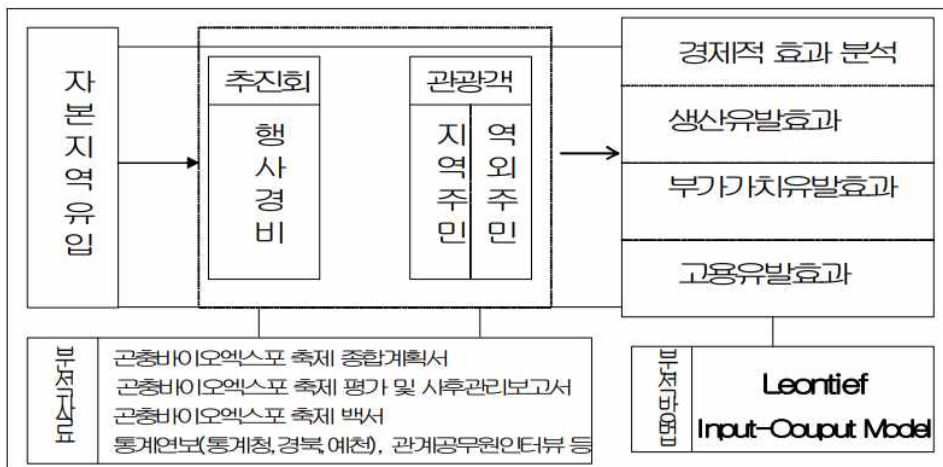
1) 연구 배경 및 목적

- 예천곤충바이오엑스포 축제는 예천의 특수한 자연환경을 통해 중앙정부의 균형개발 특별회계에 의해 설립한 곤충연구소의 인프라를 활용하여 기획한 행사로 많은 수익을 발생시키는 축제로 도시 자치단체와 차별되는 자연자원을 통해 추진된 환경축제로, 기존 행사와 뚜렷하게 차별화 되고 있음
- 이런 측면에서 본 연구는 환경자원을 통해 지역마케팅이라는 차별적인 특성을 지닌 예천곤충바이오엑스포 축제를 사례로 지역경제파급 효과를 분석

2) 연구개요

- 분석 방법은 산업연관분석법을 활용하여 예천지역의 생산유발효과, 부가가치유발효과, 고용유발효과를 도출 하였으며, 연구방법을 모형화하면 아래와 같이 도식화 할 수 있음

그림4-1 분석의 틀



- 본 연구를 수행하기 위한 자료로는 한국은행의 지역산업연관표, 예천곤충바이오엑스포 축제추진위원회의 종합계획서, 2007년 곤충바이오엑스포 평가 및 사후관리 방안 보고서, 곤충바이오엑스포 축제백서, 통계청의 사업체 기초통계 조사보고서, 경북의 지역총생산 등이다. 또한 자료의 추정이 불가능한 것은 행사를 주관한 추진위원회 직원들의 인터뷰를 실시하였다. 본 연구에서 예천곤충바이오엑스포 축제의 경제적인 효과로 분석되는 생산유발, 부가가치유발, 고용유발효과를 도출하기 위해 예천지역 유발계수의 산정은 통계청의 사업체 기초통계 조사보고서 및 예천군 통계연보, 경상북도 지역총생산 등의 자료를 활용

### 3) 경제적 파급효과 분석 결과

- 분석결과 예천곤충바이오 엑스포는 1,520백만원의 예산을 들어 약 46,495.7백만원의 생산파급효과를 예천 지역에 가져왔으며, 약 24,844백만원의 부가가치가 나타났고 고용효과는 약 454명이 창출된 것으로 나타남
- 이는 예천 지역 내 관광산업의 비중과 관광산업이 경제적 파급효과가 매우 큰 산업임을 설명해 주며, 또한 지역축제에 대한 육성을 위해 구체적이고 체계적인 접근이 필요하다는 것을 의미

【표4-6】 산업별 예천지역의 생산유발파급효과(백만원)

구분	생산자 가격기준의 지역유입액(A)	예천지역의 생산유발계수(B)	지역경제생산파급효과(A×C)
인쇄출판업(제조업)	260	2.16	561.6
전기수도	130	1.89	245.7
도소매	8,139	1.54	12,534.1
음식 및 숙박	7,701	1.91	14,708.9
운수 및 보관	7,221	1.64	11,844.4
통신방송	204	1.61	328.4
공공행정	250	1.51	377.5
문화오락서비스	2,834	1.51	4,279.4
기타서비스	1,070	1.51	1,615.7
계	20,115,701		46,495.7

【표4-7】 산업별 예천지역의 부가가치파급효과(백만원)

구분	생산자 가격기준의 지역유입액(A)	예천지역의 부가가치유발계수(B)	지역경제 부가가치효과(A×B)
인쇄출판업(제조업)	260	0.75	195
전기수도	130	0.64	832
도소매	8,139	0.90	7,325.1
음식 및 숙박	7,701	0.79	6,083.8
운수 및 보관	7,221	0.91	6,571
통신방송	204	0.89	181.6
공공행정	250	0.88	220
문화오락서비스	2,834	0.88	2,493.9
기타서비스	1,070	0.88	941.6
계	20,115,701	-	24,844

【표4-8】 산업별 예천지역의 고용파급효과(명)

구분	생산자 가격기준의 지역유입액 (백만원, A)	예천지역의 고용		고용유발효과(C) C : A×B
		고용유발계수 계수(B) B : A÷C	1인당고용 유발비용 (천원)	
인쇄출판업(제조업)	260	0.0115	86,667	3.0
전기수도	130	0.0077	130,000	1.0
도소매	8,139	0.0020	50,241	162.0
음식 및 숙박	7,701	0.0018	54,232	142.4
운수 및 보관	7,221	0.0098	102,000	70.8
통신방송	204	0.0013	76,011	2.7
공공행정	250	0.0015	65,500	3.8
문화오락서비스	2,834	0.0018	55,569	51.0
기타서비스	1,070	0.0016	62,941	17.0
계	20,115,701	-	-	453.7

(6) 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 경제적 파급효과 분석 : 코엑스 개최 전시컨벤션을 중심으로

1) 연구 배경 및 목적

- 전시컨벤션센터의 건설은 지역의 전시컨벤션산업의 발전뿐만 아니라 지역경제의 활성화에 크게 이바지 하고 있다는 긍정적인 의견이 있는 반면에 운영의 비수익성을 이유로 비판적인 입장도 많이 있다. 따라서 지역의 전시컨벤션센터에서 개최되고 있는 전시컨벤션에 대한 경제적 파급효과의 분석은 전시컨벤션센터의 중요성 및 전시 컨벤션산업의 중요성을 인식시켜주는 논리적인 근거가 될 수 있음
- 따라서 본 연구는 우리나라의 대표적인 전시컨벤션센터인 서울 코엑스에서 개최되는 전시컨벤션이 서울지역에 얼마만한 경제적 파급효과를 나타내는 지를 분석하기 위하여 지역산업연관표를 이용하여 서울지역의 전시컨벤션산업을 통합하고 생산, 소득, 부가가치, 수입, 순간접세 및 취업승수를 도출하고자 하며, 경제적 파급효과의 도출을 통해 그 의미를 해석

2) 연구개요

- 다양한 최종수요부문의 지출항목들을 전시회참관자, 전시회참가업체, 전시회주최자, 컨벤션참가자, 컨벤션주최자의 5개 지출주체의 관점에서 소비지출을 조사하였고 이를 토대로 전시컨벤션산업을 통합하고 분류함
- 서울지역에서 개최된 전시컨벤션이 서울지역에 발생시킨 경제적 파급효과를 분석하기 위하여,
  - 1) 한국은행(2011)에서 가장 최근에 발간한 서울지역의 산업연관표를 41×41부문으로 통합하였으며 전시컨벤션 부문을 16개 부문으로 분류
  - 2) 통합된 서울지역의 산업연관표로부터 생산, 소득, 부가가치, 순간접세, 수입 및 취업승수를 구함
  - 3) 서울지역의 전시회참관자, 전시회참가업체, 전시회주최자, 컨벤션참가자 및 컨벤션주최자에 대한 설문조사를 실시하여 서울에서 실제로 소비한 1인 혹은 1개 기업 기준으로 지출액을 추정한 후 총 참가자 혹은 기업의 수를 반영하여 지출항목별 총 지출액을 산출
  - 4) 도출된 승수와 전시회참관자, 전시회참가업체, 전시회주최자, 컨벤션참가자 및 컨벤션주최자의 총 지출액을 반영하여 총 파급효과를 추정

3) 자료수집 방법

- 지출액 추정을 위한 설문조사는 전시회의 경우는 2011년 5월 1일부터 2011년 12월 31일까지 실시하였으며, 컨벤션의 경우는 2011년 9월 1일부터 2011년 12월 31일 까지 자기기업식 방법으로 실시
- 전시회 참가기업의 경우는 1,350부의 설문지를 배포하여 430부를 회수하였으며 284부의 설문서를 분석에 활용하였다. 전시회참관객의 경우는 2,001부의 설문지를 배포하여 1,547부를 회수하였으며 1,455부의 설문서를 분석에 활용하였다. 컨벤션참가자의 경우는 965부의 설문지를 배포하여 615부를 회수하였으며 543부의 설문서를 분석에 활용함

## 4) 경제적 파급효과 분석 결과

[표4-9] 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 생산파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	6,840	48,322	0	10,874	66,036	3.55
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	133,777	82,815	0	36,415	253,007	13.58
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	172,140	15,678	0	9,065	196,883	10.57
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	11,522	0	9,472	20,994	1.13
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	15,135	0	0	0	15,135	0.81
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	81,414	0	0	55,465	0	136,879	7.35
광고(광고홍보비)	0	88,604	73,931	0	23,840	186,374	10.01
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	10,634	0	28,904	39,538	2.12
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	10,502	0	3,071	13,574	0.73
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	13,936	0	13,780	27,716	1.49
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	142,022	17,919	17,444	19,233	17,692	214,311	11.51
음식점(식음료비)	126,681	18,957	15,778	22,258	8,294	191,968	10.31
숙박(숙박비)	95,811	19,821	1,306	51,485	3,330	171,753	9.22
도소매(쇼핑, 주문제작비)	124,189	6,096	29,030	22,275	12,312	193,903	10.41
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	86,888	7,044	5,888	9,117	5,737	114,675	6.16
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	1,344	17,666	0	653	19,663	1.06
합계	657,004	487,679	354,453	179,833	183,440	1,862,408	100.00
비율(%)	35.28	26.19	19.03	9.66	9.85	100.00	

【표4-10】 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 소득파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	735	5,190	0	1,168	7,092	1.62
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	30,123	18,648	0	8,200	56,971	13.01
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	59,315	5,402	0	3,123	67,841	15.49
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	1,623	0	1,335	2,958	0.68
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	3,268	0	0	0	3,268	0.75
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	21,531	0	0	14,669	0	36,200	8.26
광고(광고홍보비)	0	15,934	13,296	0	4,287	33,517	7.65
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	2,184	0	5,936	8,120	1.85
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	2,521	0	737	3,258	0.74
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	4,790	0	4,737	9,527	2.18
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	36,283	4,578	4,457	4,914	4,520	54,752	12.50
음식점(식음료비)	22,538	3,373	2,807	3,960	1,476	34,154	7.80
숙박(숙박비)	23,884	4,941	326	12,834	830	42,814	9.77
도소매(쇼핑, 주문제작비)	29,487	1,447	6,893	5,289	2,923	46,039	10.51
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	20,451	1,658	1,386	2,146	1,350	26,992	6.16
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	308	4,041	0	149	4,498	1.03
합계	154,175	125,680	73,563	43,811	40,772	438,001	100.00
비율(%)	35.20	28.69	16.80	10.00	9.31	100.00	

【표4-11】 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 부가가치파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	4,522	31,947	0	7,189	43,658	5.14
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	53,077	32,857	0	14,448	100,383	11.83
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	99,616	9,073	0	5,246	113,934	13.42
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	3,284	0	2,700	5,984	0.70
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	11,389	0	0	0	11,389	1.34
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	34,463	0	0	23,479	0	57,942	6.83
광고(광고홍보비)	0	27,763	23,165	0	7,470	58,398	6.88
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	3,868	0	10,515	14,384	1.69
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	4,865	0	1,423	6,288	0.74
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	8,534	0	8,439	16,974	2.00
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	56,200	7,091	6,903	7,611	7,001	84,806	9.99
음식점(식음료비)	47,335	7,084	5,896	8,317	3,099	71,730	8.45
숙박(숙박비)	52,682	10,899	718	28,309	1,831	94,438	11.13
도소매(쇼핑, 주문제작비)	63,703	3,127	14,891	11,426	6,316	99,463	11.72
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	43,873	3,557	2,973	4,604	2,897	57,904	6.82
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	765	10,059	0	372	11,196	1.32
합계	298,257	228,890	159,035	83,745	78,945	848,871	100.00
비율(%)	35.14	26.96	18.73	9.87	9.30	100.00	

【표4-12】 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 간접세 파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	656	4,634	0	1,043	6,333	30.83
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	2,839	1,757	0	773	5,368	26.13
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	955	87	0	50	1,092	5.32
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	134	0	110	244	1.19
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	33	0	0	0	33	0.16
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	1,144	0	0	779	0	1,923	9.36
광고(광고홍보비)	0	1,621	1,352	0	436	3,409	16.59
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	105	0	285	390	1.90
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	171	0	50	221	1.08
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	186	0	184	370	1.80
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	-12,052	-1,521	-1,480	-1,632	-1,501	-18,186	-88.53
음식점(식음료비)	4,539	679	565	798	297	6,878	33.48
숙박(숙박비)	2,159	447	29	1,160	75	3,870	18.84
도소매(쇼핑, 주문제작비)	-975	-48	-228	-175	-97	-1,523	-7.41
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	6,426	521	435	674	424	8,481	41.28
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	112	1,474	0	54	1,641	7.99
합계	1,240	6,293	9,222	1,604	2,183	20,543	100.00
비율(%)	6.04	30.64	44.89	7.81	10.63	100.00	

【표4-13】 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 수입파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	105	744	0	167	1,016	1.20
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	9,085	5,624	0	2,473	17,183	20.30
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	4,900	446	0	258	5,604	6.62
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	2,693	0	2,214	4,907	5.80
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	246	0	0	0	246	0.29
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	2,923	0	0	1,991	0	4,915	5.81
광고(광고홍보비)	0	3,248	2,710	0	874	6,832	8.07
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	576	0	1,566	2,142	2.53
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	820	0	240	1,060	1.25
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	303	0	299	602	0.71
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	6,554	827	805	888	816	9,890	11.68
음식점(식음료비)	8,211	1,229	1,023	1,443	538	12,443	14.70
숙박(숙박비)	2,651	548	36	1,424	92	4,752	5.61
도소매(쇼핑, 주문제작비)	5,641	277	1,319	1,012	559	8,808	10.41
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	2,814	228	191	295	186	3,714	4.39
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	37	483	0	18	538	0.64
합계	28,794	20,730	17,772	7,053	10,301	84,651	100.00
비율(%)	34.02	24.49	21.00	8.33	12.17	100.00	

【표4-14】 서울의 전시컨벤션 개최에 따른 총 취업파급효과

산업부문	전시 참관객	전시회 참가업체	전시회 주최자	컨벤션 참가자	컨벤션 주최자	합계	비율 (%)
부동산 (전시회의장 임대)	0	33	234	0	53	320	1.42
목재, 전기장치, 비주택건축 (행사장치공사비)	0	1,313	813	0	358	2,484	10.99
기타사업서비스(부스임대, 인력 운영비)	0	2,499	228	0	132	2,859	12.64
영상, 음향, 통신기기 (A/V, 통신기기사용료)	0	0	90	0	74	164	0.73
운수, 하역, 보관 (전시품운송비)	0	192	0	0	0	192	0.85
사회단체(전시입장료, 회의등록비)	1,088	0	0	741	0	1,829	8.09
광고(광고홍보비)	0	583	486	0	157	1,225	5.42
인쇄, 복제, 출판 (출판인쇄비)	0	0	106	0	288	394	1.74
사무용품, 컴퓨터 (사무국운영)	0	0	81	0	24	104	0.46
사업관련전문서비스 (PEO, PCO 기획비)	0	0	90	0	89	178	0.79
철도, 도로, 항공운송 (교통및수송비)	2,305	291	283	312	287	3,478	15.39
음식점(식음료비)	2,048	306	255	360	134	3,103	13.72
숙박(숙박비)	1,261	261	17	678	44	2,261	10.00
도소매(쇼핑, 주문제작비)	1,756	86	410	315	174	2,741	12.13
문화, 오락서비스 (관광문화오락비)	854	69	58	90	56	1,127	4.98
보험, 금융관련서비스 (지급수수료)	0	10	134	0	5	149	0.66
합계	9,311	5,644	3,285	2,495	1,873	22,609	100.00
비율(%)	41.18	24.96	14.53	11.04	8.29	100.00	

- 서울지역의 전시컨벤션 개최로 인하여 2011년에 서울지역에 직간접효과를 통하여 발생시킨 경제적 파급효과를 보면 총 생산파급액은 약 1조 8,624억원, 총 소득파급액은 약 4,380억원, 총 부가가치 파급액은 약 8,489억원, 순 간접세 파급액은 약 205억원, 총 수입 파급액은 약 5억원, 총 취업파급자수는 약 22,609명으로 나타남
- 산업부문별로는 행사장차 부문, 교통 및 수송 부문, 부스임대 및 인력운영 부문, 쇼핑 부문, 음식점 부문, 숙박 부문 등에서 경제적 파급효과를 많이 발생시키는 것으로 나타났으며, 행사 주체별로 보면 전시회참관자, 전시회참가업체, 전시회주최자, 컨벤션참가자 및 컨벤션주최자의 순으로 경제적 파급효과를 많이 발생시키는 것으로 나타남

## (7) 킨텍스 경제적 파급효과 분석 (경기도 고양시)

### 1) 연구 배경 및 목적

- 우리나라 최대의 전시장인 킨텍스는 2005년 개장 이래로 다양한 국내외 행사들을 유치하면서 국제 상품 및 인력 교류의 장으로서의 역할을 수행하며 괄목할 만한 성장을 보여 왔음.
- 킨텍스가 국가경제에 기여하고 있다는 데에는 공감하고 있으나, 고양시 지역경제에의 영향에 대하여는 다양한 의견이 존재함. 따라서, 킨텍스가 지역경제에 미친 영향에 대한 신뢰할 만한 연구 분석을 통하여 공감대를 형성하여 고양시민과 킨텍스가 상호 이해 하에 상생 발전할 수 있는 협력 환경을 조성하는 것이 필요함.
- 킨텍스의 전시사업이 국민경제의 각 산업부문에 미치는 영향을 분석함으로써 국민경제에 대한 파급효과를 분석하기 위함.
- 이를 위하여 킨텍스에서 개최되는 전시사업에 참여하는 참가자들, 즉 주최기관, 참가업체, 참관객 등의 지출을 분석하여 생산유발효과, 부가가치창출효과, 고용창출효과 등 국민경제에 미치는 파급효과를 분석하고자 함.

### 2) 연구개요

- 지출 판별 모형 구축
  - 전시 유형 분류 기준 중 소비 지출 차이를 가장 잘 설명할 수 있는 분류 방안 탐색
  - 분산분석(ANOVA)에 의하여 최적 모형 탐색
- 경제적 파급효과 분석
  - 전시 참여 주체(주최기관, 참가업체, 참관객)들의 지출 조사
  - 전시 참여 주체들의 연도별(2016~2018년) 지출 추정
  - 지출 비용의 항목별 배분: 산업중분류 기준
  - 산업연관분석을 위한 계수 준비: 생산유발계수, 부가가치창출계수, 고용창출계수
  - 경제적 파급효과 분석: 생산유발효과, 부가가치창출효과, 고용창출효과
- 지역경제에의 기여도 분석
  - 조사 대상 전시회 참여 주체(주최기관, 참가업체, 참관객)들을 대상으로 고양시내 지출 비용 조사
  - 전시 참여 주체들의 연도별 고양시내 지출 추정
  - 지출 비용의 항목별 배분: 산업중분류 기준
  - 경제적 기여도 분석을 위한 계수 준비: 업종별 부가가치율, 고용계수
  - 지역경제에의 기여도 분석: 부가가치, 고용
- 킨텍스 전시사업의 경제성 분석
  - 비용 추정: 킨텍스 설립 시점인 2002년부터 2018년까지 투입된 투자 비용
  - 편익 추정: 전시장의 상업적 가동이 시작된 2005년부터 2018년까지 킨텍스의 전시행사 참여자들의 지출이 창출한 고양시내 부가가치

## 3) 경제적 파급효과 분석 결과

- 2018년도 킨텍스 전시사업 참여자들의 지출이 국민경제에 미치는 파급효과를 분석한 결과는 다음과 같음.
  - 연간 2조5천여억원의 생산 유발 효과 추정
  - 연간 1조1,194억원의 부가가치 창출 효과 추정
  - 연간 24,859명의 고용 창출 효과 추정
- 파급효과 중 70% 이상은 경기도에서 발생하는 것으로 분석되었음.
  - 생산유발효과의 71.7%인 연간 1조7,966억원의 생산 유발 효과가 경기도에서 발생
  - 부가가치창출효과의 78.7%인 연간 8,811억원의 부가가치가 경기도에서 발생
  - 고용창출효과의 80.2%인 연간 19,934명의 고용이 경기도에서 발생

【표4-15 킨텍스 전시사업 참여자 지출의 경제적 파급효과 종합(2018년) (단위: 억원)

구분	전국	경기도	경기도 비중
1. 생산유발효과	25,068	17,966	71.67%
2. 부가가치창출효과	11,194	8,811	78.71%
3. 고용창출효과	24,859	19,934	80.19%

【표4-16 킨텍스 전시사업 참여자 지출의 업종별 경제적 파급효과(2018년) (단위: 억원, 명)

구분	생산유발효과(억원)			부가가치창출효과(억원)			고용창출효과(명)		
	경기도	기타	합계	경기도	기타	합계	경기도	기타	합계
농림수산물	60	184	245	140	87	227	25	76	100
광산업	11	32	43	834	1,990	2,824	9	25	34
음식료품	184	296	480	393	27	420	112	181	293
섬유및가죽제품	16	50	66	46	41	87	11	35	45
목재및종이제품	93	110	202	209	21	230	69	81	150
인쇄및복제	33	39	71	25	1	25	24	29	53
석유및석탄제품	3	601	604	382	311	692	0	54	54
화학제품	217	386	603	635	135	771	93	166	259
비금속광물제품	255	176	431	356	84	272	163	113	276
제1차금속제품	136	997	1,133	563	395	958	49	359	408
금속제품	275	353	628	151	2	153	157	201	358

구분	생산유발효과(억원)			부가가치창출효과(억원)			고용창출효과(명)		
	경기도	기타	합계	경기도	기타	합계	경기도	기타	합계
일반기계	105	151	256	257	9	248	62	89	151
전기및전자기기	244	298	542	1,538	175	1,363	146	179	325
정밀기기	13	17	30	193	39	155	4	5	9
수송장비	33	114	147	117	6	123	22	75	97
기타제조업제품	49	27	76	66	7	59	42	23	66
전력,가스및수도	133	307	441	1	0	1	27	61	88
건설	4,457	132	4,588	0	0	0	3,654	108	3,762
도소매	1,245	462	1,708	143	30	114	1,345	499	1,844
음식점및숙박	1,124	172	1,296	270	70	201	1,169	179	1,348
운수및보관	1,042	323	1,366	535	33	569	886	275	1,161
통신및방송	803	254	1,056	194	5	198	594	188	782
금융및보험	260	563	823	165	22	143	182	394	576
부동산및사업서비스	6,332	766	7,098	1,450	205	1,245	10,068	1,218	11,285
공공행정및국방	12	2	15	10	2	11	12	2	14
교육및보건	77	40	117	0	0	0	101	52	153
사회및기타서비스	115	146	261	80	19	61	97	124	222
기타	638	107	745	59	13	46	811	136	946
합계	17,966	7,103	25,068	8,811	2,383	11,194	19,934	4,925	24,859

## (8) 2021 MICE 산업의 경제적 파급효과 분석 (한국관광공사)

## 1) 연구 배경 및 목적

- MICE 산업은 2009년 신성장 동력산업으로 지정된 이후 정부, 지방자치단체, 산업계의 협업으로 지속적인 규모의 성장을 이루고 있으며, 국제적 위상이 높아지고 있음
  - 국제협회연합(UIA; Union of International Associations) 인정 국제회의(A+B Type 기준)를 기준으로 우리나라는 2021년 473건의 국제회의를 개최하며 개최건수 세계 2위를 달성함
- MICE 행사 유치에 위한 근거를 마련하고 지속적인 성장을 도모하기 위하여 MICE 산업의 경제적 가치 측정이 필요하며 특히 최근 코로나 19 팬데믹이 유례없는 영향을 끼침에 따라 산업 현황 파악의 중요성이 강조됨
  - MICE 산업은 전형적인 대면 서비스 산업으로 제조업에 비하여 상대적으로 경기 변화에 탄력적으로 반응하므로, 코로나19 팬데믹으로 인한 피해를 회복하기 시작한 2021년 기준의 현황을 면밀히 파악할 필요가 있음

## 2) 연구개요

- 한국은행에서 발간한 산업연관표주1)를 바탕으로 MICE 산업을 재분류함
  - 파급효과 산출을 위해 사용하는 기초 자료인 산업연관표에는 MICE 산업이 별도로 분류되어 있지 않음
  - 따라서 전문가 자문 결과에 근거하여 MICE 각 부문의 개념을 정리하고 한국은행에서 발표한 산업연관표 중 최신 기초가격주2) 실측표인 2015년 결과의 기본 부문을 재구성해 'MICE 산업 분류'를 작성함
  - 향후 MICE 산업의 경제적 파급효과의 정확성 및 연속성 유지를 위해 MICE 연관 산업 검증 공급자 지출구조 파악 등에 대한 심도 있는 연구가 필요함
- 산업연관표 재분류 결과를 활용하여 MICE 산업을 통해 발생하는 경제적 파급효과를 파악함
  - 타 산업과의 결과 비교를 통해 MICE 산업의 경제적 중요성을 파악할 수 있는 정책투자마케팅 기초자료로 활용할 수 있음
- <한국관광 데이터랩> 내 경제적 파급효과 계산기를 통해 개별행사의 경제적 파급효과 예측값을 제공함
  - 행사별 파급효과 예측을 통해 행사 유치/개최단계에서의 개최 기대효과를 파악할 수 있고 정부 및 지자체 정책 수립 시 기초자료로 활용 가능함
  - MICE 산업 이해관계자들이 경제적 파급효과를 보다 쉽게 파악할 수 있도록 온라인 플랫폼을 통해 편의를 제공함

## 3) 경제적 파급효과 분석 결과

- 2021 MICE 산업의 전체 경제적 파급효과는 생산유발효과 약 3조 3,633억 원, 부가가치유발효과 약 1조 4,896억 원, 취업유발효과 30,798명, 고용유발효과 19,397명 등으로 나타남
  - 직접효과는 생산유발효과가 약 2조 2,711억 원, 부가가치유발효과가 약 1조 757억 원, 취업유발효과 24,433명, 고용유발효과 15,680명 등으로 나타남
  - 간접효과는 생산유발효과 약 1조 922억 원, 부가가치유발효과 약 4,140억 원, 취업유발효과 6,365명, 고용유발효과 3,717명 등으로 나타남

【표4-17】 MICE 산업의 경제적 파급효과 (생산/부가가치/취업/고용유발효과) (단위: 원, 명)

구분		생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과	고용유발효과
미팅	직접효과	1,346,143,934,509	644,003,453,484	14,440	9,370
	간접효과	661,269,672,102	249,096,819,483	3,821	2,211
	총효과	2,007,413,606,611	893,100,272,967	18,261	11,580
컨벤션	직접효과	199,086,391,708	96,182,559,393	2,109	1,364
	간접효과	107,415,020,660	41,941,940,261	628	384
	총효과	306,501,412,368	138,124,499,654	2,737	1,748
전시	직접효과	725,862,631,543	335,470,693,642	7,884	4,946
	간접효과	323,523,773,643	122,919,334,841	1,916	1,122
	총효과	1,049,386,405,186	458,390,028,483	9,800	6,068
전체	직접효과	2,271,092,957,760	1,075,656,706,519	24,433	15,680
	간접효과	1,092,208,466,404	413,958,094,585	6,365	3,717
	총효과	3,363,301,424,164	1,489,614,801,104	30,798	19,397

주1) 2019년도 연구부터 전시 부문 수요 측면을 항목별 쇼핑 식음료 등 로 구분하여 산출하였으므로 과거 결과와 비교 시 해석에 유의해야 함

- 2021 MICE 산업의 전체 경제적 파급효과는 간접세유발효과 약 183억 원, 소득유발효과 약 7,506억원, 수입유발효과 약 3,029억 원 등으로 나타남
  - 직접효과는 간접세유발효과가 약 114억 원, 소득유발효과 약 5,882억 원, 수입유발효과 약 606억 원 등으로 나타남
  - 간접효과는 간접세유발효과 약 69억 원, 소득유발효과 약 1,624억 원, 수입유발효과 약 2,423억 원 등으로 나타남

【표4-18】 MICE 산업의 경제적 파급효과 (간접세/소득/수입유발효과) (단위: 원)

구분		간접세유발효과	소득유발효과	수입유발효과
미팅	직접효과	6,836,870,201	353,597,961,412	31,241,385,751
	간접효과	4,094,523,373	97,794,521,792	139,003,307,467
	총효과	10,931,393,574	451,392,483,205	170,244,693,218
컨벤션	직접효과	969,266,139	52,654,804,390	3,284,292,995
	간접효과	694,785,796	16,706,849,083	21,304,332,971
	총효과	1,664,051,936	69,361,653,473	24,588,625,967
전시	직접효과	3,549,494,229	181,907,711,237	26,113,055,920
	간접효과	2,146,452,291	47,898,702,847	81,985,633,696
	총효과	5,695,946,520	229,806,414,084	108,098,689,616
전체	직접효과	11,355,630,569	588,160,477,039	60,638,734,666
	간접효과	6,935,761,461	162,400,073,722	242,293,274,134
	총효과	18,291,392,029	750,560,550,761	302,932,008,801

주1) 2019년도 연구부터 전시 부문 수요 측면을 항목별 쇼핑 식음료 등 로 구분하여 산출하였으므로 과거 결과와 비교 시 해석에 유의해야 함

- 미팅 부문의 총 파급효과는 생산유발효과 약 2조 74억 원 부가가치유발효과 약 8,931억 원, 취업유발효과 18,261명, 고용유발효과 11,580명, 간접세유발효과 약 109억 원, 소득유발효과 약 4,514억 원, 수입유발효과 약 1,702억 원 등으로 나타남

표4-19 미팅 부문의 경제적 파급효과 (단위: 원, 명)

구분		생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과	고용유발효과
공급 측면	직접효과	521,986,498,989	266,960,397,425	5,588	3,824
	간접효과	163,878,668,131	56,652,859,404	776	456
	총효과	685,865,167,120	323,613,256,829	6,363	4,281
수요 측면	직접효과	824,157,435,520	377,043,056,058	8,852	5,545
	간접효과	497,391,003,970	192,443,960,080	3,045	1,754
	총효과	1,321,548,439,491	569,487,016,138	11,898	7,300
전체	직접효과	1,346,143,934,509	644,003,453,484	14,440	9,370
	간접효과	661,269,672,102	249,096,819,483	3,821	2,211
	총효과	2,007,413,606,611	893,100,272,967	18,261	11,580

구분		간접세유발효과	소득유발효과	수입유발효과
공급 측면	직접효과	2,582,676,897	146,517,499,939	17,758,708,816
	간접효과	818,098,634	22,375,929,310	39,754,290,231
	총효과	3,400,775,530	168,893,429,250	57,512,999,047
수요 측면	직접효과	4,254,193,304	207,080,461,473	13,482,676,936
	간접효과	3,276,424,739	75,418,592,482	99,249,017,236
	총효과	7,530,618,043	282,499,053,955	112,731,694,171
전체	직접효과	6,836,870,201	353,597,961,412	31,241,385,751
	간접효과	4,094,523,373	97,794,521,792	139,003,307,467
	총효과	10,931,393,574	451,392,483,205	170,244,693,218

주1) 2019년도 연구부터 전시 부문 수요 측면을 항목별 쇼핑 식음료 등 로 구분하여 산출하였으므로 과거 결과와 비교 시 해석에 유의해야 함

- 컨벤션 부문의 총 파급효과는 생산유발효과 약 3,065억 원 부가가치유발효과 약 1,381억 원, 취업유발효과 2,737명, 고용유발효과 1,748명, 간접세유발효과 약 17억 원, 소득유발효과 약 694억 원, 수입유발효과 약 246억 원 등으로 나타남

【표4-20】 컨벤션 부문의 경제적 파급효과 (단위: 원, 명)

구분		생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과	고용유발효과
공급 측면	직접효과	27,669,635,106	14,063,393,060	293	201
	간접효과	8,624,354,153	2,976,394,189	40	24
	총효과	36,293,989,259	17,039,787,249	334	225
수요 측면	직접효과	171,416,756,602	82,119,166,332	1,816	1,163
	간접효과	98,790,666,506	38,965,546,073	588	360
	총효과	270,207,423,109	121,084,712,405	2,404	1,523
전체	직접효과	199,086,391,708	96,182,559,393	2,109	1,364
	간접효과	107,415,020,660	41,941,940,261	628	384
	총효과	306,501,412,368	138,124,499,654	2,737	1,748

구분		간접세유발효과	소득유발효과	수입유발효과
공급 측면	직접효과	135,750,802	7,714,995,761	939,075,426
	간접효과	43,024,244	1,173,571,859	2,116,154,080
	총효과	178,775,046	8,888,567,620	3,055,229,506
수요 측면	직접효과	833,515,337	44,939,808,629	2,345,217,569
	간접효과	651,761,552	15,533,277,224	19,188,178,891
	총효과	1,485,276,889	60,473,085,853	21,533,396,460
전체	직접효과	969,266,139	52,654,804,390	3,284,292,995
	간접효과	694,785,796	16,706,849,083	21,304,332,971
	총효과	1,664,051,936	69,361,653,473	24,588,625,967

주1) 수요 측면에서 지출항목과 관련한 숙박, 쇼핑, 식음료, 관광활동, 현지교통, 기타 부분 간의 간접효과는 수요 측면과 관련되므로 직접효과에 포함되어 있음

- 전시 부문의 총 파급효과는 생산유발효과 약 1조 494억 원 부가가치유발효과 약 4,584억 원, 취업유발효과 9,800명, 고용유발효과 6,068명, 간접세유발효과 약 57억 원, 소득유발효과 약 2,298억 원, 수입유발효과 약 1,081억 원 등으로 나타남

표4-20 전시 부문의 경제적 파급효과 (단위: 원, 명)

구분		생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과	고용유발효과
공급 측면	직접효과	271,931,180,957	134,491,412,746	2,897	2,020
	간접효과	80,484,848,968	27,545,203,570	345	193
	총효과	352,416,029,924	162,036,616,316	3,242	2,214
수요 측면	직접효과	453,931,450,586	200,979,280,896	4,986	2,926
	간접효과	243,038,924,675	95,374,131,270	1,571	929
	총효과	696,970,375,261	296,353,412,167	6,558	3,855
전체	직접효과	725,862,631,543	335,470,693,642	7,884	4,946
	간접효과	323,523,773,643	122,919,334,841	1,916	1,122
	총효과	1,049,386,405,186	458,390,028,483	9,800	6,068

구분		간접세유발효과	소득유발효과	수입유발효과
공급 측면	직접효과	1,298,522,425	74,416,724,467	9,482,581,683
	간접효과	418,053,616	10,166,734,580	20,391,756,882
	총효과	1,716,576,040	84,583,459,047	29,874,338,566
수요 측면	직접효과	2,250,971,804	107,490,986,770	16,630,474,236
	간접효과	1,728,398,675	37,731,968,267	61,593,876,814
	총효과	3,979,370,479	145,222,955,037	78,224,351,050
전체	직접효과	3,549,494,229	181,907,711,237	26,113,055,920
	간접효과	2,146,452,291	47,898,702,847	81,985,633,696
	총효과	5,695,946,520	229,806,414,084	108,098,689,616

주1) 2019년도 연구부터 전시 부문 수요 측면 항목별 (쇼핑, 식음료 등) 로 구분하여 산출하였으므로 과거 결과와 비교 시 해석에 유의해야 함

## 2. 국제회의의 경제적 파급효과 선행연구 검토(해외사례)

(1) MICE산업의 고용효과 및 경제기여도에 관한 국제비교 연구 : 미국, 캐나다, 멕시코, 영국을 중심으로

### 1) 2012년 미국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도

- 2012년 미국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과, 미국은 2012년 총 183만 건의 MICE행사가 개최되었고 총 참가자수는 2억 2,495만 명, 직접지출효과는 2,804억 달러로 나타났다. 2012년 미국 MICE산업의 직접GDP기여효과는 1,156억 달러, 간접GDP기여효과는 2,782억 달러였으며, 이를 합산한 총 GDP기여효과는 3,938억 달러로 나타남
- 미국 MICE산업의 고용유발효과는 직접효과 179만 명, 간접효과 208만 명 등 총 501만 명으로 나타났으며, 연구자가 미국 MICE산업의 2012년 총GDP기여효과를 2012년 미국의 GDP로 나누어 산출한 미국 MICE산업의 GDP기여도는 2.42%로 나타남

【표4-15】 미국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과(2012년 기준) (단위: USD, in millions)

구분		분석결과
개최현황	총 개최건수	1,833,200건
	총 참가자수	224,947,000명
	평균 참가자수	123명
직접지출효과		
GDP 기여효과	직접 GDP기여효과	\$115,615
	간접 GDP기여효과	\$278,169
	총 GDP기여효과	\$393,784
고용유발효과	직접 고용효과	1,787,000명
	간접 고용효과	3,520,000명
	총 고용효과	5,307,000명
2012년 미국 GDP		\$16,244,600
GDP기여도 (총GDP기여효과 / GDP)		2.42%

- \* 자료출처: PwC(2014), The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy
- \* 2012년 미국GDP는 세계은행(World Bank)의 국내총생산(Gross Domestic Product) 자료 적용
- \* GDP기여도는 연구자가 직접 '총GDP기여효과/GDP'로 산출하였음

## 2) 2012년 캐나다 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과

- 2012년 캐나다 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과, 2012년 기준 총 59만 건의 MICE행사가 개최되었고, 총 참가자수는 3,530만 명, 직접지출효과는 291억 달러(캐나다)로 나타났다. 2012년 캐나다 MICE산업의 총GDP기여효과는 275억 달러로 나타났는데, 직접기여효과가 125억 달러, 간접기여효과는 150억 달러였다. 캐나다 MICE산업의 고용유발효과는 직접효과 20만 명, 간접효과 14만 명 등 총 34만 명으로 나타났으며, 연구자가 2012년 캐나다 MICE산업의 총GDP기여효과를 2012년 캐나다의 GDP로 나누어 산출한 2012년 캐나다 MICE산업의 GDP기여도는 1.51%로 나타남

【표4-15】 캐나다 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과(2012년 기준) (단위: CAD, in millions)

구분		분석결과
개최현황	총 개최건수	585,439건
	총 참가자수	35,293,000명
	평균 참가자수	60명
직접지출효과		CAD 29,100
GDP 기여효과	직접 GDP기여효과	CAD 12,500
	간접 GDP기여효과	CAD 15,000
	총 GDP기여효과	CAD 27,500
고용유발효과	직접 고용효과	201,000명
	간접 고용효과	140,000명
	총 고용효과	341,000명
2012년 캐나다 GDP		\$1,821,424
GDP기여도 (총GDP기여효과 / GDP)		1.51%

- \* 자료출처: MPI Foundation(2014), Meeting Activity Profile Study(CEIS 3.0)
- \* 2012년 캐나다GDP는 세계은행(World Bank)의 국내총생산(Gross Domestic Product) 자료 적용
- \* GDP기여도는 연구자가 직접 '총GDP기여효과/GDP'로 산출하였음

## 3) 2010년 멕시코 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과

- 2010년 멕시코 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과, 2010년 멕시코는 총 20만 건의 MICE행사가 개최되었고, 총 참가자수는 2,306만 명, 직접지출효과는 181억 달러로 나타났다. 멕시코 MICE산업의 총GDP기여효과는 251억 달러였으며, 직접기여효과가 121억 달러, 간접기여효과는 130억 달러로 나타남
- 멕시코 MICE산업의 고용유발효과는 직접효과 44만 명, 간접효과 34만 명 등 총 78만 명으로 나타났고,

연구자가 2010년 멕시코 MICE산업의 총GDP기여효과를 2010년 멕시코 GDP로 나누어 산출한 2010년 멕시코 MICE산업의 GDP기여도는 2.41%로 나타남

【표4-15】 멕시코 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과(2010년 기준) (단위: USD, in millions)

구분		분석결과
개최현황	총 개최건수	197,400건
	총 참가자수	23,060,000명
	평균 참가자수	117명
직접지출효과		\$18,111
GDP 기여효과	직접 GDP기여효과	\$12,064
	간접 GDP기여효과	\$13,021
	총 GDP기여효과	\$25,086
고용유발효과	직접 고용효과	441,300명
	간접 고용효과	342,400명
	총 고용효과	783,700명
2010년 멕시코 GDP		\$1,039,662
GDP기여도 (총GDP기여효과 / GDP)		2.41%

- \* 자료출처: PwC(2011), the Economic Significance of Meetings to the Mexico Economy.
- \* 2010년 멕시코GDP는 세계은행(World Bank)의 국내총생산(Gross Domestic Product) 자료 적용
- \* GDP기여도는 연구자가 직접 '총GDP기여효과/GDP'로 산출하였음

#### 4) 2011년 영국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과


- 2011년 영국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과, 영국은 총 130만 건의 MICE행사가 개최되었고, 총 참가자수는 1억 1,610만 명, 직접지출효과는 597억 파운드에 나타났다. 2011년 영국 MICE산업의 총GDP기여효과는 584억 파운드였는데, 직접기여효과가 225억 파운드, 간접효과가 359억 파운드였음
- 영국 MICE산업의 고용유발효과는 직접효과 42만 명, 간접효과 59만 명 등 총 102만 명으로 나타났고, 연구자가 2011년 영국 MICE산업의 총GDP기여효과를 2011년 영국의 GDP로 나누어 산출한 2011년 영국 MICE산업의 GDP기여도는 3.83%로 나타남

【표4-15】 영국 MICE산업의 고용효과 및 경제기여도 분석결과(2011년 기준)

구분		분석결과
개최현황	총 개최건수	1,300,000건
	총 참가자수	116,100,000명
	평균 참가자수	89명
직접지출효과		£ 59,653
GDP 기여효과	직접 GDP기여효과	£ 22,545
	간접 GDP기여효과	£ 35,898
	총 GDP기여효과	£ 58,443
고용유발효과	직접 고용효과	423,445명
	간접 고용효과	592,949명
	총 고용효과	1,016,394명
2012년 영국 GDP		\$2,445,408
GDP기여도 (총GDP기여효과 / GDP)		3.83%

- \* 자료출처: MPI foundation(2012), "The Economic Impact of the UK Meeting&Event Industry"
- \* 2012년 영국GDP는 세계은행(World Bank)의 국내총생산(Gross Domestic Product) 자료 적용
- \* GDP기여도는 연구자가 직접 '총GDP기여효과/GDP'로 산출하였음





# 제4장 파급효과 분석

















표5-12 지스타 2023 개최에 따른 경제적 파급효과

(단위: 천원, 명)

구분	개최	관람객	바이어	참가사	합계
생산파급효과	9,926,900	79,271,790	3,018,538	108,388,262	200,605,490
부가가치 파급효과	3,985,600	31,102,263	1,185,553	43,517,338	79,790,754
수입파급효과	1,192,500	8,648,792	332,039	13,020,480	23,193,811
고용파급효과	79	615	24	2,347	3,065
계	15,105,000	119,022,845	4,536,130	164,926,080	303,590,055







