



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位 請求論文

제주지역 MICE 산업의 현황과 발전방향
-제주지역 K리조트 중심으로-

濟州大學校 經營大學院

會計學科 會計學專攻

金 仁 圭

2011年 6月

碩士學位 請求論文

제주지역 MICE 산업의 현황과 발전방향
-제주지역 K리조트 중심으로-

濟州大學校 經營大學院

會計學科 會計學專攻

金 仁 圭

2011年 6月

제주지역 MICE 산업의 현황과 발전방향
-제주지역 K리조트 중심으로-

지도교수 고 성 효

김 인 규

이 논문은 석사학위 논문으로 제출함.

2011년 6월

김인규의 경영학 석사학위 논문을 인준함.

심사위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

제주대학교 경영대학원

2011년 6월

차 례

I. 서론.....	1
제1절 연구의 배경과 목적	1
제2절 연구의 방법과 범위	2
II. MICE 산업에 대한 이론적 고찰.....	3
제1절 MICE 산업	3
1. MICE 산업의 개념	3
2. MICE 산업의 특성	6
3. MICE 산업의 현황	7
제2절 외국의 MICE 산업의 사례	14
1. 독일	14
2. 싱가포르	20
3. 독일과 싱가포르의 시사점	23
제3절 제주지역 MICE 산업의 현황	26
1. MICE 산업의 현황	26
1) MICE 산업 조직 및 시설	26
2) MICE 산업의 지원제도	29
3) MICE 산업의 관광자원	30

III. 제주지역 MICE산업의 현황분석과 발전방향.....33

제1절 제주지역MICE 산업의 발전방향33

1. MICE산업의 실태분석33

2. MICE 산업의 발전방향34

1) 과급경로 및 분석 방법34

2) 지역경제 과급효과34

3. 리조트 산업의 특성37

제2절 K리조트 MICE산업의 재무분석 사례41

1. K리조트의 현황41

1) 현황41

2) 경영실적_제주48

2. 재무분석51

3. K리조트 MICE 산업 도입효과57

IV. 결론.....66

제 1절 결과요약66

제 2절 시사점 및 한계점67

참고문헌69

ABSTRACT70

표 목 차

<표2-1> 세계 국제회의 개최건 수	7
<표2-2> 세계 주요 도시별 국제회의 개최현황(2005년~2008년)	8
<표 2-3> 아시아 지역 주요 국가별 국제회의 개최현황(2001~2008)	9
<표2-4> 연도별 국제회의 개최현황(1999~2008)	10
<표2-5> 전체 참가자 규모별 국제회의 개최현황	11
<표2-6> 국제회의 주기	12
<표2-8> 국제회의 개최주기(2004~2008)	13
<표2-9> 국제회의 개최장소(2004~2008)	13
<표2-11> 국제회의 관련 소비(2004~2008)	14
<표2-13> 독일MICE산업 수요공급현황	15
<표2-14> 국제회의 개최현황-세계 속 독일(2009)<UIA 기준>	15
<표2-15> 세계 주요도시 성장률(2005 - 2009)	20
<표2-16> 독일과 싱가포르의 MICE 비교	26
<표2-17 > 제주지역 MICE 관련 조직 및 사업영역	27
<표2-18> 제주지역 MICE 관련 시설현황	28
<표2-19> 제주지역 MICE 관련 국제회의 기획업체	29
<표2-20> 제주지역 MICE 관련 인센티브제도	30
<표2-23> 제주의 주요 공영관광지 현황	31
<표3-1> 제주지역 MICE 유치실적	33
<표3-2> MICE산업 중 컨벤션 및 인센티브의 월별 개최실적	34
<표3-4> MICE 참가자 1인당 지출경비	37
<표3-5> 제주지역 MICE 개최에 따른 소비지출 증대	37
<표3-7> 제주지역 MICE산업 지역경제과급효과 추이비교	38
<표3-8> 리조트산업의 특성	41
<표3-9> K리조트 현황	42
<표3-10> '07년~10년 약식 K리조트 손익계산서	43
<표3-11> K리조트 손익현황('07~10년)	44
<표3-12> 사업장별 주요 매출지표	44

<표3-13> 제주리조트 시설 현황	47
<표3-14> 제주리조트 연도별 손익 현황	48
<표3-15> K리조트(주)제주 매출액 및 매출원가 현황	49
<표3-16> K리조트(주)제주의 영업이익 현황	50
<표3-17> 분석자료	51
<표3-18> K리조트(주)제주의 년도 별 약식 재무상태표	54
<표3-19> K리조트(주)제주의 년도 별 손익계산서	55
<표3-20> 재무분석('07~10)	55
<표3-21> K리조트의 추정손익계산서('11년~15년)	58
<표3-22> K리조트의 추정재무상태표('11년~15년)	58
<표3-23> 추정재무제표 비율분석('11년~15년)	59
<표3-24> K제주리조트 MICE산업의 추정근거	61
<표3-25> K제주리조트의 매출액 점유율	62
<표3-26> MICE 산업 도입 시 추정손익계산서	62
<표3-27> MICE 산업 도입 시 추정재무상태표	63
<표3-28> 재무분석(MICE산업 도입 전 후 비교)	64

그림 목차

[그림 2-1] 국제회의 산업의 구성요소	5
[그림 2-2] 연도별 국제회의 개최 현황(1999~2008)	9
[그림 2-3] 전체 참가자 규모별 국제회의 개최현황(2006~2008)	12
[그림 3-1] 제주지역 MICE 개최에 따른 지역경제 파급효과 경로	34

제주지역 MICE 산업의 현황과 발전방향 - 제주지역 K리조트 중심으로 -

현재 리조트산업은 단순 숙박과 주변관광지 관람으로 여행한다는 개념에서, 컨벤션 산업 등의 MICE 산업으로 영업 전략을 수정해야 한다. K리조트를 분석한 결과 10년도 객실가동율이 80%를 웃도는 실적에 비해 당기순이익은 약 12억 정도로 매출액대비 수익성은 미약하다. 더 이상의 휴양이나 여행의 개념으로 고객을 유치하여 부가가치를 창출해 내는데 한계점에 도달했다고 볼 수 있다. MICE산업은 10년 기준으로 컨벤션 분야 128건 57,827명이 참가 소비지출은 161,073백만 원이며, 인센티브 분야는 151건 14,828명이 참가, 41,032백만 원으로 소비지출이 증대되었다. 그리고 1년간 제주지역에서 개최된 MICE 산업에 따른 생산유발효과는 3,557억 원, 부가가치효과는 1,847억 원이다. 막대한 경제적 효과를 유발하는 MICE산업이 리조트 산업에 도입 되었을 때의 파급효과를 재무 분석기법을 통하여 알아보하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하여 실시하고자 한다.

문헌적 연구에서는 국, 내외 관련논문, 재무관련 서적, 보도자료, 정기간행물, 통계자료 등을 활용하여 본 논문의 목적에 맞게 분류하여 그 현황을 파악하였다. 또한 경영 분석에 대한 이론적 고찰을 수행하여 재무비율이 본 논문의 목적과 연구하고자 하는 재무비율에 부합하도록 재분류하여 논문의 유용성을 높일 수 있도록 하였다.

실증연구에서는 K리조트의 재무제표를 표본으로 선정하여 결산기일을 기준으로 2007년부터 2010년까지 4개년도 재무상태표, 손익계산서, 감사보고서 및 기타 재무 관련 자료를 수집하여 재무 분석 자료로 이용하였다. 그리고 이러한 자료를 대상으로 금융감독원 공시 경영지표 기준에 맞게 각종 재무비율 분석을 실시하였다.

유동성 비율, 레버리지비율, 활동성비율, 수익성비율을 분석하였다. 분석결과 MICE 산업의 도입은 K리조트의 수익성을 증대시킨다는 결과를 확인 할 수 있었다. 결과적으로 K리조트는 앞으로 생존전략으로 MICE산업의 유치와 투자확대가 있어야 한다는 결론을 얻었다. 하지만 절대적인 수치의 변화로만 판단했다는 오류에도 불구하고 본 연구는 K리조트가 앞으로 나아가야 할 방향을 일정부분 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

제1장 서론

제1절 연구의 배경과 목적

서울에서 개최된 G20(주요 20개국 모임) 정상회의를 계기로 17대 신성장동력산업의 하나로 선정된 MICE 산업에 대한 관심이 더욱 높아지고 있다. MICE 산업은 회의(meeting), 인센티브(incentives), 컨벤션(conventions), 전시회(exhibitions) 종합하여 일컫는 것으로 최근 영국, 호주 등 일부국가에서는 비즈니스 이벤트(business events) 산업으로 부르기도 한다. MICE 산업은 컨벤션센터는 물론 숙박, 쇼핑, 항공 및 지상교통, 관광, 식료 서비스 등 대규모 정부 및 단체 관계자, 해외바이어 등을 수용할 수 있는 인프라와 이들을 감동시킬 수 있는 문화적 요소를 충분히 갖추어야 발전할 수 있는 전형적인 선진국 형 서비스 산업이다

2008년 경제규모면에서 세계15위인 우리나라는 MICE산업 공급비중은 0.58%로 세계25위에 불과하나 MICE 산업 수요비중은 약 2.44%로 세계12위 수준이다. 이는 G7(서방선진국 7개국 회의)이나 BRIC국가(브라질, 러시아, 인도, 중국)와는 달리 MICE산업의 공급비중은 경제비중의 1/3수준으로 크게 낮은 편이나, 수요비중은 경제비중을 크게 능가하는 수준이다. 그러나 우리나라의 MICE 산업의 공급능력은 매우 제한되어 있기 때문에 G7국가나 BRIC국가에 비해 향후 MICE산업 성장잠재력은 매우 낮다. 그러나 제주도는 MICE 산업을 “리조트 기반형 MICE산업의 선진화 전략사업”이라는 프로젝트 이름아래, 본격적인 사업을 수행하고 있으며, 인센티브 투어상품과 리조트 형 컨벤션 산업을 적합한 것으로 선정하여 다른 도시와 차별화된 목적지로 도약하기 위해 노력을 기울이고 있다.

이러한 제주도와 정부의 노력에 발맞추어 리조트산업도 단순 숙박과 주변관광지 관람으로 여행한다는 개념에서, 컨벤션 산업 등의 MICE 산업으로 영업 전략을 수정해야 한다. K리조트를 분석한 결과 10년도 객실 가동율이 80%를 웃도는 실적에

비해 당기순이익은 약 12억 정도로 매출액대비 수익성은 미약하다. 더 이상의 휴양이나 여행의 개념으로 고객을 유치하여 부가가치를 창출해 내는데 한계점에 도달했다고 볼 수 있다. MICE산업은 10년 기준으로 컨벤션 분야 128건 57,827명이 참가 소비지출은 161,073백만원이며, 인센티브 분야는 151건 14,828명이 참가, 41,032백만원으로 소비지출이 증대되었다. 그리고 1년간 제주지역에서 개최된 MICE 산업에 따른 생산유발효과는 3,557억원, 부가가치효과는 1,847억원이다. 막대한 경제적 효과를 유발하는 MICE산업이 리조트 산업에 도입 되었을 때의 파급효과를 경영분석기법을 통하여 알아보하고자 한다.

본 연구는 이미 매출액의 한계점에 도달한 K리조트의 4년간의 재무제표를 바탕으로 경영성과를 분석하여 재무적 안정성과 수익성을 파악 하였다. 현재 시점에서 고부가가치를 창출할 수 있는 MICE산업의 경제유발효과를 계량화하여 K리조트의 재무제표에 대입하여 앞으로 제주지역 MICE산업과 K리조트의 발전방향을 제시하는데 그 의의가 있다.

본 연구는 다음과 같은 연구 목적을 달성하고자 한다.

첫째, MICE산업의 실태분석을 통하여 경제적 파급효과를 계량화하고자 한다.

둘째, K리조트의 재무제표를 근거로 경영분석을 통하여 재무적 특성을 파악하고자 한다.

셋째, 경영분석을 근거로 K리조트 MICE산업의 발전방향을 제시하고자 한다.

제2절 연구의 방법과 범위

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구방법과 실증적 연구방법을 병행하여 실시하고자 한다.

문헌적 연구에서는 국, 내외 관련논문, 재무관련 서적, 보도자료, 정기간행물, 통계자료 등을 활용하여 본 논문의 목적에 맞게 분류하여 그 현황을 파악하였다. 또

한 경영 분석에 대한 이론적 고찰을 수행하여 재무비율이 본 논문의 목적과 연구하고자 하는 재무비율에 부합하도록 재분류하여 논문의 유용성을 높일 수 있도록 하였다.

실증연구에서는 K리조트의 재무제표를 표본으로 선정하여 결산기일을 기준으로 2007년부터 2010년까지 4개년도 재무상태표, 손익계산서, 감사보고서 및 기타 재무 관련 자료를 수집하여 재무 분석 자료로 이용하였다. 그리고 이러한 자료를 대상으로 금융감독원 공시 경영지표 기준에 맞게 각종 재무비율 분석을 실시하였다.

본 연구는 제1장 서론과 제4장 결론을 포함하여 모두 4장으로 구성되었다.

제1장에서는 연구의 배경과 연구목적, 연구의 방법, 연구의 범위를 제시한다.

제2장에서는 MICE산업의 이론적 고찰이다. 여기에서는 MICE 산업의 개념과 특성, 현황 그리고 외국의 MICE산업의 사례, 제주지역 MICE산업의 현황을 제시한다.

제3장에서는 제주지역 MICE산업의 실태분석과 발전방향, K리조트 MICE산업의 경영분석을 실증적으로 분석하여 그 발전방향을 제시한다.

제4장에서는 결론으로 연구결과 요약, 연구의 시사점 및 한계점을 제시한다.

제2장 MICE산업에 대한 이론적 고찰

제1절 MICE 산업

1. MICE산업의 개념

산업구조가 지식기반경제로 변화하면서 과거에 별개로 존재했던 영역들이 서로 밀접한 관계로 연결되면서, 다양한 분야의 전문가들이 지속적인 협력을 통해 혁신을 이루는 과정의 필요성이 요구되고 있다. 특히 정부, 기업, 민간 부문들에서 발생하는 문제들을 효율적으로 해결하기 위한 정보와 지식의 공유체계의 필요성이 커짐에 따라, 국제회의 및 이와 병행하여 개최되는 전시 및 각종행사를 포괄하는 의미

로서의 국제회의 산업은 전문화된 산업영역이 되고 있으며 MICE는 meeting, incentive tour, convention, exhibition(exposition)의 약어로 개념적 중복이 되는 논리적 모순을 가지고 있지만, 일반적으로 산업의 크기를 확대하고 사회적 네트워크를 묶을 수 있는 포괄적인 개념으로 이해되고 있다.

반면, 국가별로 MICE를 다르게 적용하여 명명하고 있다. 즉 캐나다는 MC&T(meeting, convention and incentive travel), 싱가포르는BTMICE(business travel & MICE), 호주는 business events로 규정하고 있다.

MICE산업의 정의를 각 분야별로 내리면, meeting은 국내외 모든 회의를 포함하며 국제회의뿐만 아니라 국내회의까지 회의산업으로 정하는 포괄적 개념을 담고 있다.

incentive travel은 기업회의에서 파생된 고수익의 보상관을 의미하며, 컨벤션과 인센티브가 통합된 conventive(convention and incentive; meeting & convention)의 형태로 보고 있다. 그리고 convention은 기존의 의미와는 약간 다른 차원에서 전시를 수반한 국제회의로 규정하고 있다. exhibition은 무역전시를 포함하고 잠재적으로 회의를 유발할 수 있는 다양한 산업전시를 의미한다. 기업의 경우 참가업체로 또는 참관객으로 참가하는 전시들을 뜻하며, 국내협회의 경우에는 회의와 함께 운영하기 위한 전시조직, 공공부문의 경우 정보 또는 지역 전시 행사를 의미한다.

MICE방문객은 본래 목적인 MICE 행사참석 외에 관광, 엔터테인먼트 등 다양한 활동을 하므로 MICE산업이 효과를 미치는 범위는 매우 다양하고 폭넓게 나타난다.

따라서, MICE산업은 단순히 관광산업의 일부분으로 볼 수 없으며 오히려 관광산업의 범위보다 훨씬 넓다고 볼 수 있다. 산업관점에서 살펴보면 국제회의 산업을 일차적으로 컨벤션센터의 운영과 관련된 설비 및 서비스 관련 산업과 전시, 이벤트 산업을 지칭하지만 광의로 보면, 관광, 레저산업, 숙박, 유흥, 식음료산업, 교통, 통신 산업 등과 긴밀히 연관된 종합산업이며, 지식과 정보의 생산과 유통을 촉진하는 고부가가치 지식기반으로 인식하고 있다. 국제회의 산업의 구성요소를 살펴보면 국제회의의 공급측면에서는 협회, 기업, 정부가 있으며 수요측면에서는 참가자가 있다. 그리고 국제회의 행사가 이루어지기 위해서는 개최장소, 수송, 숙박, 식음료, 국제회의 전문가 서비스, 지역비즈니스 등 다양한 이해관계자들의 결합되어 있는 것을 살펴 볼 수 있다.

[그림 2-1] 국제회의 산업의 구성요소



2007년 개정된 국제산업표준분류(ISIC)에서 국제회의 산업관련 카테고리를 “컨벤션과 트레이드 쇼 오거나이저”로 제시하고 있으며, 그 범주로 이벤트가 개최되고 시설을 운영하는 스태프의 경영과 제공을 포함하거나 하지 않는 경우를 포함하여 비즈니스, 트레이드쇼, 컨벤션, 컨퍼런스와 미팅과 같은 이벤트 조직, 프로모션, 경영을 포함하고 있다.

우리나라는 2007년 12월 한국표준산업분류(9차개정)에서 사업지원 서비스업 중 ‘전시 및 행사 대행업’으로 구분되며, 각종 전시회 및 행사를 기획 조직하는 산업활동, 그리고, 전시회 행사와 관련된 전반적인 책임을 맡은 업체를 포함하고 있다. MICE산업 관련하여 국제산업표준분류(ISIC)나 한국표준산업분류에 있어서 구체적인 산업영역을 제시하고 있지 못하고 있는 실정인바, 이 산업의 정확한 규모 및 경제적 효과를 추정하지 못하고 있다. WTO에서는 표준화 되지 못한 MICE관광 산업의 측정을 위해 TSA(tourism satellite account)라는 프레임워크를 제시하여 이를

권고하고 있다. UNWTO(united nation world tourism organization)의 「the measuring economic importance of meeting industry」에서는 “회의산업(meeting industry)”의 범주에 국제회의와 컨퍼런스, 전시와 인센티브를 포함하고 있어 MICE 산업과 그 범위를 유사하게 규정하고 있다.

2. MICE산업의 특성

일반적으로 관광 시장에서 레저관광이 차지하는 비중이 높게 차지하고 있으며, 경제교류가 글로벌화 되어 감에 따라 업무성격의 여행이 차지하는 비중이 점점 증가하고 있으며, MICE 산업의 비중은 급속히 성장하고 있는 추세이다. WTO자료에 의하면 2000년 기준으로 유럽인들의 아웃바운드 여행에 있어서 비즈니스 여행이 18%, MICE 여행의 성장률은 전체 아웃바운드 여행 성장률을 상회하고 있다. MICE산업에 많은 국가들이 관심을 갖는 이유는 MICE 방문객들이 지출하는 금액이 레저목적의 일반여행자들보다 높고, 행사의 규모가 커서 경제적 파급효과가 크기 때문이다. 그리고 관광비수기에 숙박업, 항공업, 회의개최시설, caterer 등의 관련 서비스 제공업체에 이익을 발생시키는 장점을 가지고 있기 때문이다. MICE방문객은 일반레저관광객들보다 2배 이상의 많은 지출을 하는 것으로 조사되고 있으며(한국관광공사 국제관광시장정보: 말레이시아 관광청, 스코틀랜드 관광청, 태국 관광청 발표자료 근거), 이는 MICE가 레저목적의 관광객보다 훨씬 매력적인 시장으로 인식되고 있는 중요한 이유이다. 이러한 경제적 효과 외에도, MICE 개최지의 사회적 인프라의 개선 및 개최지의 시민의식 향상 등의 사회문화적 측면과 국가 및 지역 홍보 효과를 가지고 있다.

CIC¹⁾에 따르면, 미국의 MICE 산업은 국민총생산(GNP)에서 29번째 산업 기여도를 나타내고 있으며, 호텔 산업의 수익 중 36%, 항공 산업 수익 중 17%를 창출하는 것으로 조사 되었다. 이 조사에서는, 미국 MICE 산업의 총 직접 소비액은 약 1,223억불(약 120조), 총 직접 세금은 약 213억불(21조)에 달하며, 약 100만개의 직접 고용을 창출하는 것으로 분석되었다.

1) 컨벤션산업협회(convention industry association)

MICE 산업의 특성을 경제적 측면, 사회문화적 측면, 정치적 측면, 관광산업 진흥 측면에서 살펴보면, 경제적 1차 효과로는 컨벤션 센터 관련 시설 건설에 따른 시설 투자 증대, 생산 및 고용 유발, 소득 증대 효과를 기대할 수 있고, 2차적으로는 컨벤션 개최에 따른 참가자들의 소비지출 증대, 회의, 전시, 숙박, 유흥음식, 관광레저 등 관련 산업에서의 고용 및 소득증대와 외화 가치를 제고를 통한 지역의 세수 증대, 개최지역의 이미지를 향상으로 지역 발전의 새로운 기회를 제공하는 특성이 있다. 지역 특유의 경제, 사회, 문화, 역사를 반영한 컨벤션 관련시설의 확충과 국제교류 및 친선의 확대를 통한 국제적인 컨벤션 개최지로서의 인지도 제고를 기대할 수 있다. 정치적 측면에서는 컨벤션 개최지는 국가의 대외 홍보효과를 극대화 시키며, 국가 간 민간외교를 확대함은 물론 상호이해를 증진시켜 개최국의 국제적 위상을 강화 시킨다. 개최지의 관광 관련 산업 수요 및 수익 창출과 밀접한 연관을 갖고 있는데, 컨벤션 참가자는 체재일 수가 길고, 외화소비 수준이 일반 관광객 보다 약 3배 정도 높기 때문에 지역경제 활성화를 위해서는 일반 관광객 유지보자 컨벤션 관광객 유치에 훨씬 경제적 효과가 높게 나타난다.

3. MICE산업의 현황

국제협회연합(union of international associations, UIA)의 자료에 의하면, 2008년에 전 세계적으로 개최된 국제회의는 총 11,085건으로 전년(10,318건)에 비해 7.43% 증가한 것으로 나타났다.

<표2-1> 세계 국제회의 개최건 수

(단위: 건, %)

구분	2008	2007	2006	2005
개최건수	11,085	10,318	8,871	8,953
증감률	7.43	16.31	0.94	2.26

자료원 : 2008 국제회의 개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

2009년 6월 국제협회연합에서 발표한 『2008년 국제회의 개최 현황』 통계에 따르면, 우리나라는 총 293건의 국제회의를 개최하여 세계12위를 차지했는데, 이는 전년

도(268건, 세계15위)보다 3순위 상승한 것으로, 국제회의 주요 개최지로서의 높아진 한국의 위상을 보여주고 있다.

<표2-2> 세계주요 도시별 국제회의 개최현황(2005년~2008년)

순위	국가	2008년		2007년	2006년	2005년
		건수	구성비	건수	건수	건수
1	싱가포르	637	5.75	466	298	177
2	파리	419	3.78	315	363	294
3	브뤼셀	299	2.7	229	179	189
4	빈	249	2.25	298	316	245
5	바르셀로나	193	1.74	161	139	162
6	도쿄	150	1.35	126	58	56
7	서울	125	1.13	121	89	103
8	부다페스트	116	1.05	70	88	96
9	코펜하겐	104	0.94	72	83	98
10	런던	103	0.93	103	118	128
31	부산	60	0.54	42	37	28
38	제주	53	0.48	50	33	22

자료원 : 2008 국제회의 개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

아시아 지역에서는 싱가포르와 일본이 비약적으로 성장하였는데 싱가포르가 아시아 지역 1위(세계3위, 개최건수 637건), 일본이 아시아 지역 2위(세계 4위, 개최건수 575건)를 차지하였다. 우리나라는 3위에 랭크되었으며 중국은 4위(세계16위, 개최건수216건)에 랭크되었다. 대륙별 개최순위에서 아시아 지역은 유럽에 이어 2위에 랭크, 전 세계적으로는 2008년 국제회의 개최건수가 총 11,085건으로 전년(10,318건)대비 7.43% 증가한 반면, 아시아지역 개최건수(2,042)는 전년(2,052건) 대비 17.06% 증가 하였다. 국가별로는 2008년 국제회의 개최건수가 큰 폭으로 상승한 싱가포르가 466건(26.52%), 일본이 575건(23.94%)을 개최하여 전년도에 이어 각각 1, 2위를 차지하였다. 한국역시 293건을 개최하여 전년도와 동일 3위에 랭크되었으며, 중국은 216건을 개최하여 4위에 랭크되었다.

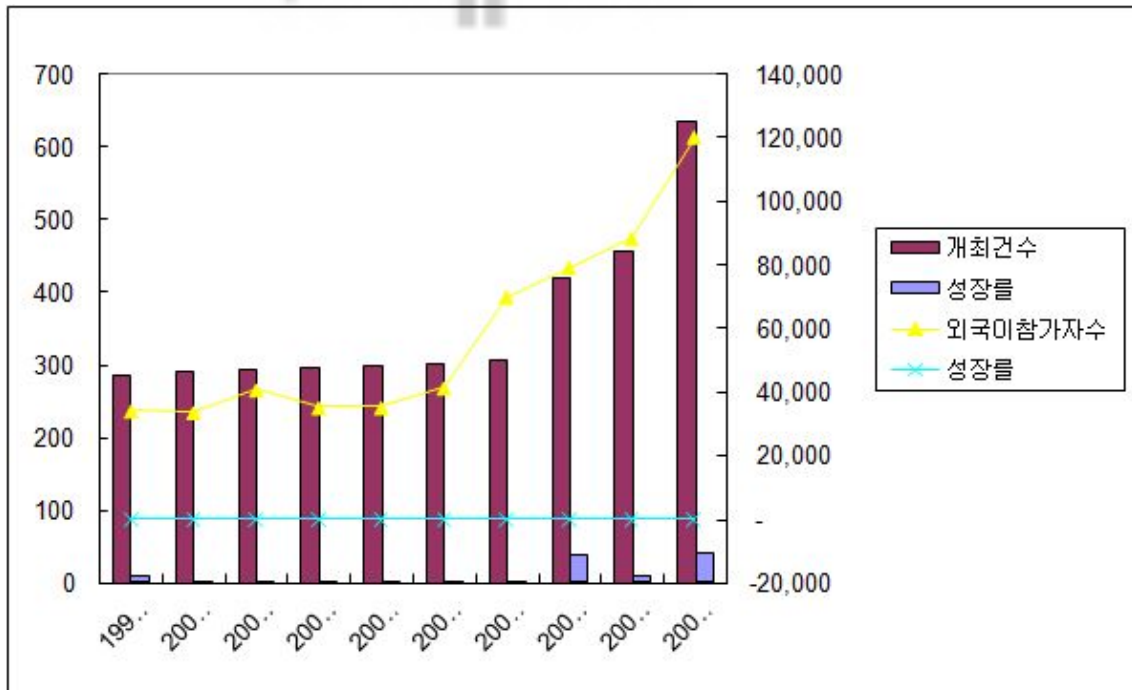
<표 2-3> 아시아 지역 주요 국가별 국제회의 개최현황(2001~2008)

순위	국가	2008년		2007년	2006년	2005년
		건수	구성비	건수	건수	건수
1	싱가포르	637	26.52	466	298	177
2	일본	575	23.94	448	166	168
3	한국	293	12.2	268	185	185
4	중국	216	8.99	197	163	185
5	인도	131	5.45	111	93	181
6	말레이시아	83	3.46	79	52	106
7	태국	64	2.66	89	68	61
8	홍콩	55	2.29	51	41	74
9	아랍에미리트	42	1.75	36	39	35
10	필리핀	39	1.62	56	25	32

자료원 : 2008 국제회의 개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

2008년 우리나라에서 개최된 국제회의는 총 634건으로 전년대비 39.04%증가 하였
고 외국인 참가자수 또한 전년대비 35.92% 증가하여 총 120,011명으로 집계 되었다.

<그림2-2> 연도별 국제회의 개최 현황(1999~2008)



<표2-4> 연도별 국제회의 개최현황(1999~2008)

연도별	개최건수	성장률	외국인 참가자수	성장률
1999년	287	7.49	34,038	49.78
2000년	292	1.74	33,562	-1.4
2001년	294	0.68	40,625	21.04
2002년	296	0.68	35,100	-13.6
2003년	298	0.68	35,100	-1.8
2004년	302	1.34	41,233	19.63
2005년	306	1.32	69,941	69.62
2006년	420	37.25	79,177	13.2
2007년	456	8.57	88,294	11.51
2008년	634	39.04	120,011	35.92

자료원 : 2008 국제회의개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

한국관광공사는 참가국 3개국 이상, 외국인 참가자수 10명 이상의 회의를 기준으로 ‘국내 국제회의 개최현황’을 집계하였는데 이 조사 결과에 의하면, 2008년은 총 634건의 국제회의 개최로 전년(456건)대비 39.04%가 증가하여 큰 폭으로 상승세를 이어갔으며, 외래객 유치에 있어서도 외국인 참가자수가 총 120,011명으로 전년도(88,294명) 대비 35.92%가 증가하였다. 우리나라도 2008년3월28일 대통령 주재 「관광경쟁력강화의」에서 MICE산업 육성정책을 발표한바 있으며, 정부의 제17대 신성장 동력의 하나로 MICE산업이 지정되어 서비스산업의 총아로 주목 받고 있다.

2009년 1월에는 정부에서 ‘컨벤션→MICE’로 사업 분야를 확대, MICE를 ‘16대 신 성장동력’ 산업으로 선정하고 집중 투자 방침을 발표였다. 최근에는 국제회의 산업의 개념을 MICE 산업의 개념으로 포괄적이고 광의의 의미로 해석하고 있는데, MICE산업은 meeting, incentive, tour convention, exhibition(exposition)의 약어로 개념적 중복을 가지고 있지만, 일반적으로 산업의 크기를 확대하고 사회적 네트워크를 묶을 수 있는 포괄적 개념으로 이해되고 있다.

최근 정부는 전국을 5개의 광역경제권(수도권, 충청권, 호남권, 동남권, 대경권)과 2개의 특별광역경제권(제주특별자치도, 강원도)로 구분하여, 광역경제권의 특성에 여건이 맞고, 새로운 성장 동력화가 가능한 산업을 대표산업으로 육성하기 위한 새로운 지역발전 전략을 추진 중에 있으며, 제주특별자치도는 광역경제권 주요 선도사업 중 하나로 관광레저의 ‘MICE 산업’이 선정되어 “동북아 최고의 리조트형

MICE 거점도시”라는 비전을 가지고 2009년 선도산업지원단이 출범 되었다.

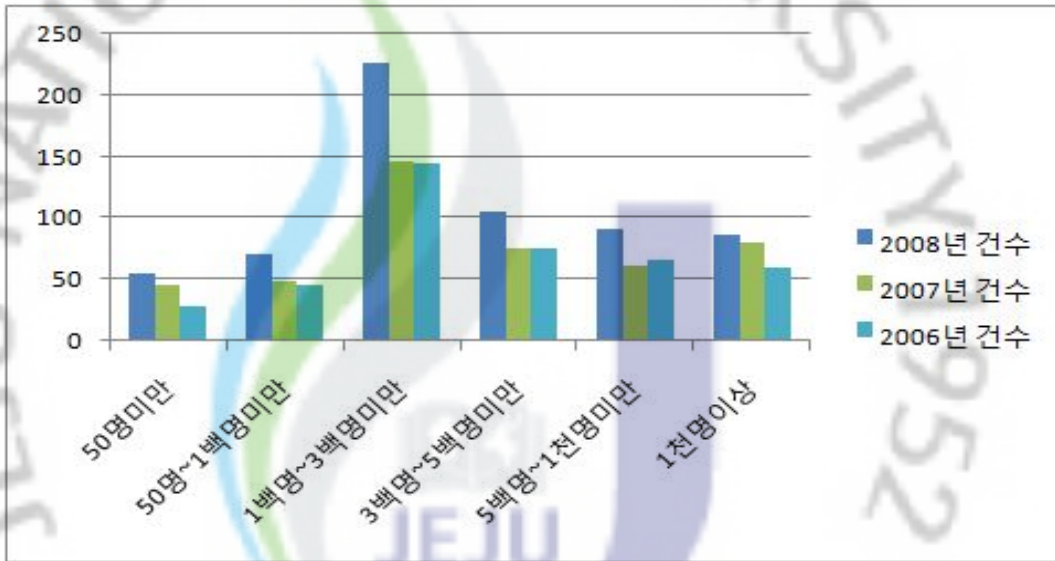
<표2-5> 전체 참가자 규모별 국제회의 개최현황

구분	2008년		2007년		2006년	
	건수	구성비	건수	구성비	건수	구성비
50명미만	55	8.68	45	9.87	28	6.67
50명~1백명미만	71	11.2	48	1.53	46	10.95
1백명~3백명미만	226	35.65	146	32.03	144	34.29
3백명~5백명미만	105	16.56	76	16.67	76	18.1
5백명~1천명미만	91	14.35	61	13.38	66	15.71
1천명이상	86	13.56	80	17.54	60	14.29
계	634	100	456	100	420	100

자료원 : 2008 국제회의개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

2008년 개최된 국제회의를 전체 참가자 규모별로 살펴보면, 100~300명 미만(226건), 300~500명 미만(105건), 500~1,000명 미만(91건), 1,000명 이상(86건) 순으로 나타났다. 300명 미만의 소규모 국제회의가 총 352건으로 전체의 약 55.52%를 차지하였고, 300명 이상의 중 대규모 국제회의는 282건으로 44.48%의 점유율을 기록하며, 각각 239건(52.41%), 217건(47.59%)을 개최한 전년도와 비슷한 양상이다. 또한 1천명 이상의 대규모 국제회의의 경우 개최 비율이 07년 17.54%에서 08년13.56%로 줄어든 반면, 100~300명 미만의 중소규모 국제회의 비율은 07년 32.02%에서 08년 35.65%로 늘어난 것이 특징이다.

<그림2-3> 전체 참가자 규모별 국제회의 개최현황(2006~2008)



자료원 : 2008 국제회의개최현황, 코리아컨벤션뷰로, 2009년 9월

전 세계적으로 개최되는 회의기간은 10년 동안 점차적으로 감소하고 있으며, 2004~2005년에는 4일, 2006년 이후 현재까지는 평균 3.9일 동안 회의가 개최되는 등 회의의 평균일수가 점점 짧아지고 있는 동향을 보이고 있다.

<표2-6>국제회의의 주기

연도별	전 세계 평균 회의 개최 기간	아시아 주 평균 회의 개최 기간
2004년	4	-
2005년	4	4
2006년	3.9	4
2007년	3.9	3.9
2008년	3.9	4

자료원 : The international Congress and Convention Association (ICCA) 발행보고서
The Association Meetings Market 1999-2008

국제회의의 주기를 분석하면, 매년 개최되는 국제회의의 비율이 55.3%로 가장 높았으며, 2년에 한 번씩 개최되는 비율이 24.1%로 두 번째로 높았다.

<표2-8> 국제회의 개최주기(2004~2008)

개최주기	2005	2006	2007	2008
매년개최	3,740	3,983	4,132	3,943
2년에 한번	1,433	1,718	1,368	1,720
3년에 한번	417	360	413	419

자료원 : The international Congress and Convention Association (ICCA) 발행보고서
The Association Meetings Market 1999-2008

국제회의 개최 장소를 분석하면, 컨퍼런스/전시 센터에서 국제회의를 개최하는 비율이 가장 높았으나, 2005년 이후부터는 점유율이 감소하고 있다. 반면 호텔 회의시설 이용 비율은 점차적으로 증가하여 2008년에는 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 대학에서의 국제회의 개최 비율도 증가하는 추세이다.

<표2-9> 국제회의 개최장소(2004~2008)

개최주기	2005년	2006년	2007년	2008년
컨퍼런스/전시 센터	836	1,155	1,397	1,723
호텔	766	963	1,076	1,240
대학	297	439	576	797
기타	155	209	312	393
합계	2,054	2,766	3,361	4,153

자료원 : The international Congress and Convention Association (ICCA) 발행보고서
The Association Meetings Market 1999-2008

국제회의 주제 별 개최 비율을 살펴보면 주로 의학, 과학기술, 과학 분야가 전체의 50%이상으로 차지한다.

<표2-10> 국제회의 개최주제(2004~2008)

개최주기	2005년	2006년	2007년	2008년
의학	1,582	1,713	1,667	1,675
과학기술	1,218	1,297	1,350	1,301
과학	1,161	1,172	1,171	1,191
산업	663	693	682	652
사회과학	464	478	451	465

자료원 : The international Congress and Convention Association (ICCA) 발행보고서
The Association Meetings Market 1999-2008

국제회의 참가자 1인이 평균 참가비는 547불로 나타났고, 참가자 1인이 지출하는 총 비용은 평균 2,487불인 것으로 나타났다.

국제회의를 개최를 통해 평균 총 비용과 총 수익을 분석한 결과를 보면 회의 개최 1 건당 평균 349,112불의 수익이 발생하는 것으로 나타났다.

<표2-11>국제회의 관련 소비(2004~2008)

(단위: USD)

개최주기	2005	2006	2007	2008
회의개최 1건당 평균 수익	290,445	350,447	317,846	349,112
회의개최 1건당 평균 총지출 비용	1,569,557	1,320,205	1,444,753	1,586,871

자료원 : The international Congress and Convention Association (ICCA) 발행보고서
The Association Meetings Market 1999-2008

제2절 외국의 MICE 산업의 사례

1. 독일

독일의 GDP 수준은 2009년 기준 6,730억 달러 규모로, 미국, 일본, 중국에 이어 4위 수준이며, 유럽국가들 중에서는 최강의 경제대국이다. 이 같은 경제적 수준에 걸맞게, 독일의 MICE산업의 수요 및 공급현황 역시 최고의 수준을 나타내고 있다. 독일은 2009년 ICCA기준 국제회의를 458건 개최(시장 점유율 5.5%)하여 세계2위, 유럽국가 중 1위를 차지하였고, 참가자수 부문에서는(ICCA, 2008년 기준)총 361.512명을 유치하여 세계 3위를 차지하였다. 한편 UIA기준 국제회의는 연간 555건을 개최(시장점유율 4.8%)하여 세계4위를 차지하였고, 유럽국가 중에서는 프랑스에 이어 2위를 차지하였다.

<표2-13> 독일MICE산업 수요공급현황

구분	내용	기준연도	현황	순위
경제규모	GDP	2009	US\$3조673십억	4위
수요	UIA개최건수	2009	555건	4위
	ICCA개최건수	2009	458건	2위
	ICCA개최인수	2008	361,512명	3위
공급	전시장 면적(UFI)	2006	3,112,973m ²	2위

자료원 : 2010 독일MICE산업의 수요공급현황, GLOBAL MICE insight, 2010년 2월

<표2-14> 국제회의 개최현황-세계 속 독일(2009)<UIA²⁾ 기준>

순위	대륙	국가	건수(건)	비중(%)
1	AM	미국	1,085	9.4
2	AS	싱가포르	689	6.0
3	EU	프랑스	632	5.5
4	EU	독일	555	4.8
5	AS	일본	538	4.7
6	EU	벨기에	470	4.1
7	EU	네덜란드	458	4.0
8	EU	오스트리아	421	3.7
9	EU	이탈리아	391	3.4
10	EU	스페인	365	3.2
11	AS	한국	347	3.0

자료원 : 2009 국제회의 개최현황, GLOBAL MICE insight, 2010년 2월

한편, 독일의 국제회의 부문의 성장현황을 살펴보면, 순회성회의 및 협회회의시장에 초점을 둔 ICCA³⁾기준 국제회의 개최건수가 2005년 389건에서 2009년 458건으로 17.7%가 증가 하였고, 참가자 수는 2005년 22만 명에서 2008년 36만 명으로 64.1%의 성장을 기록하여 연평균 성장률이 20%를 상회하는 등 매우 높은 수준의 성장추세를 보이고 있다. 최근 국제회의 시장에서 싱가포르를 비롯한 아시아 국가와 같은 신흥시장의 성장률은 높은 반면, 선진시장의 성장률은 둔화되거나 마이너스 성장으로 전환되는 추세임을 고려할 때, 독일의 이러한 지속적인 성장세는 매우

2) 국제회의연합(union of international association)

3) 국제회의전문기구(International Congress & Convention Association)

이례적인 사례라 할 수 있으며, 순회성 협회회의 시장에서 독일이 강력한 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 볼 수 있다.

독일은 회의 개최 시설로 100인 이상을 수용할 수 있는 약 6,200개 시설을 보유 및 활용하고 있다. 이들 회의 시설을 유형별 분포를 살펴보면, 컨퍼런스호텔이 3,091개(49.9%)로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 스페셜베뉴 1,611개(26%), 컨벤션/이벤트 시설이 1,498개(24.2%)이다. 이중 스페셜베뉴는 성, 수도원, 미술관, 공장/창고, 스튜디오, 테마파크, 동물원, 임대시설을 포함 한다. 한편, 독일의 대표적인 3대 회의도시로 베를린, 뮌헨, 프랑크푸르트를 들 수 있으며, 이들 도시 외에도 쾰른, 뒤셀도르프, 함부르크 등 10개 도시가 회의 개최지로 활발하게 기능하고 있다.

회의 수요자를 부문별로 살펴보면, 협회회의 부문이 40%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고, 기업주최 내부회의 24%, 기타 민간기업회의 21% 등 기업회의 부문이 차지하는 비중 역시 45%로 높은 비중을 차지하고 있다. 그 외에 교육 및 연수 부문이 7% PCO가 4%의 주요비중을 차지하고 있다.

독일은 비즈니스여행과 상관관계가 높은 MICE산업 강국답게 세계 비즈니스여행 강국답게 세계 비즈니스여행(business travel, BT)시장을 석권하고 있다. 이는 프랑스, 스페인 등 일반관광시장에서 강세를 보이는 국가들과는 다른 차원이다. 독일은 유럽국가 중에서도 기반산업이 튼튼하고 활발한 수출입 활동을 통한 대외무역이 국가경제를 주도하고 있어, 이 같은 비즈니스 목적의 여행지로서의 비중과 선호도가 매우 높다. 특히 MICE 시정을 포괄하는 “프로모션 성격의 비즈니스 여행(promotable business trips)” 부문의 시장이 잘 형성되어 있다. 독일 관광청의 발표에 따르면, 2009년 독일을 비즈니스 여행의 목적으로 방문한 방문객수는 약1,040만 명으로 2위인 프랑스와 3위인 영국보다 2배 이상 큰 규모이며, 이 중 50% 정도가 프로모션 성격의 비즈니스여행, 즉MICE방문객 시장으로 구성되어 있다. 독일 비즈니스 여행부문의 직접지출효과는 650억 유로(2008년 기준, 한화 약 100조원)수준으로, 이중 78%에 이르는 500억 유로는 체류형 비즈니스 여행객의 지출에서 발생한다. 체류형 비즈니스 여행객 수가 전체 여행객의 14%에 불과함에도 높은 지출비중을 차지한 것은 체류기간 동안 숙박, 식음료, 현지교통 등 여행객에 비해 크게 증가

하기 때문이다. 한편, 비즈니스 여행객의 방문지에서의 여가활동 선호도가 가장 높게 나타난 부문은 가이드투어(60%)였는데, 이는 비즈니스미팅 등 바쁜 업무일정 이외의 틈새 시간을 활용해야하는 비즈니스 여행객의 특성을 잘 보여주는 결과로 보인다. 이 외에 식음료 부문56%, 도보산책53%, 관광39% 등 주로 방문지 근거리 내에서의 활동이 원활한 부문에서 높은 비중이 나타났다.

전시 부문에서 살펴보면, 독일의 전시회 주최 사업자는 연간 약 27억 유로(약 4조 원)에 달하는 경제적 활동을 하고 있으며, 세계 10대 전시주최자 중 4개사는 독일 소재의 기업인 것으로 알려져 있다. 독일의 전시산업의 주요 특징 중 하나가 전시장 보유회사가 직접 전시회를 주최하는 것인데, 대규모 전시장을 확보하고 있는 독일의 전시장 운영사는 이러한 인프라를 기반으로 세계 최대수준의 국제 전시회를 다수 주최하고 있다. 독일의 전시주최 사업자는 2010년 발표 기준으로 약 100여 개이고, 이 중 40여 개는 국제전시회를 주최하고 있다. 한편, 국제전시회 시장의 5%는 해외 주최자가 점유하고 있다. 독일 전시회에는 연간 59,000여개의 업체가 참가하고 있는데, 이 중 51%가 제조업이고, 다음으로 서비스업 24%, 무역업 19%순이다. 전시회 참가업체의 50%가 50명 미만의 직원을 고용하는 중소기업이며, 50인 이상 500인 미만의 중대형 업체가 34.1%를 차지한다. 또한, 참가업체의 37.4%가 매출액 250만 유로 미만인 기업이고, 250만 유로 이상 500만 유로 미만인 업체 비중은 39.2%로 중소기업의 전시회 참가가 두드러진다. 독일 전시회 참관객의 21%는 직원 수 1,000명 이상을 고용하고 있는 기업 소속이고, 대형 글로벌 기업의 의사결정자는 그리 많지 않은 편이다. 반면, 나머지 79%는 1,000명 미만을 고용하고 있는 기업으로 이들 중 54%는 고용직원 수가 100명 이하인 소규모 업체인데, 참관객의 직위는 책임관리자 수준이 30%이며, 외국업체는 48%이다. 전체 참관객 중 의사 결정권자 수준의 직급인 경우가 61%, 해외참관객은 75%로 전시회 참관객이 기업의 구매 의사 결정에 미치는 영향력이 매우 높은 것으로 나타났다.

독일의 전시산업은 세계대전 패전 이후 국가의 경제적 부흥을 위한 기반산업 개발의 일환으로 성장 발전해왔다. 실제로 국가차원에서는 전시주최자 육성 및 신규 전시회 개발의 초석을 다지기 위하여 지난 수년 간 법적, 제도적 제재를 완화하여 시장 형성 및 발전을 도모하는 정책구조를 유지해 왔다. 그 결과 전시산업 부문은

강력한 산업기반이 구축되어 국가경제를 주도할 만큼 높은 경쟁역량을 가지게 되었으며, 타 산업이나 국가에 비해 국가 경제에의 기여도가 매우 높은 산업으로 성장하였다. 독일 전시산업의 생산 유발 효과는 230억 유로(한화 약 35조원)에 달하며, 풀타임 기준 고용창출효과도 22만명을 상회하는 등 많은 일자리 창출효과를 통해 독일이 전 세계적인 경제위기 속에서도 안정적인 경제상황과 높은 고용수준을 유지하는데 기여하고 있다. 독일 전시산업은 숙련된 노하우를 가진 전시주최자들이 강력한 경쟁력을 발휘하고 있다. 대부분의 주최자들이 각 산업을 대표하는 세계적 수준의 국제 전시회를 매년 개최하고 있을 뿐 아니라, 최대 20여개의 국제 전시회를 운영하는 대형 기업구조로 운영되는 전문기관들이 많이 있다. 이들은 전시주최와 관련한 부문 외에도 마케팅, 세일즈, 서비스 및 기술분야와 관련한 국제적 전문성을 겸비하고 있다. 또한, 전 세계 80여 개국에 450개 지사를 설립하여 해외시장 개척 및 독일 전시산업의 글로벌화를 주도하고 있다. 이들이 주최하는 전시회 참가업체의 평균 50%이상이 해외 참가업체로 구성되고, 참관객의 30% 이상이 해외 참관객으로 구성된다는 점은 독일 개최 전시회의 높은 국제화 수준을 방증하는 것이다.

독일 전시시설의 질적 수준은 타 국가들에 비해 매우 선진화되어 있다. 위치적으로는 접근성이 강화되어 있어 행사장으로 오가는 데 소요되는 시간과 에너지를 최대한 감축할 수 있으며, 건축설계, 화물운송, 및 기술면에서도 선진화되어 있어 참가업체 및 참관객의 선호도가 매우 높다. 이는 컨벤션 시설의 질적 수준을 제고하기 위하여 연간 3억 유로의 시설 개선 자금을 투입하고 있다.

독일 전시회에 참가하는 업체의 대부분은 중소형 기업으로 이들의 궁극적인 참가 목적은 전시장에서의 세일즈 및 마케팅 활동을 통한 수익창출이다. 독일은 이러한 점에 착안하여 참가업체의 전시회 참가를 활성화하기 위해 기업이 전시회 참가에 투자한 금액 이상의 성과를 거둘 수 있도록, 즉 참가업체가 전시회 투자수익률을 극대화할 수 있도록 지원하는 정책을 펼치고 있다. 이를 위해 다른 국가에서 개최되는 전시회와 비교하여 적정 수준의 부스임차가격을 책정하고, 제공되는 관련 서비스의 양적, 질적 수준을 높은 수준으로 유지하여 참가업체, 참관객 및 언론사/기자단의 만족도를 높이는 전략을 취하고 있다.

전시산업의 선진화 기준은 개별 전시회별로 다소 차이가 있으나, 전반적인 서비스

표준 관련 체계는 산업 전반에 걸쳐 협력 및 지원하는 구조를 가지고 있다. 독일 무역전시 관련 기업들은 지속적으로 서비스 범위를 확대하여 참가업체들의 전시참가에 대한 집중도를 높이고 단순화 할 수 있는 체계를 갖추어 나가고 있다. 일례로 교통, 숙박 등 여행관련 예약시스템, 언론매체 관련활동, 홍보마케팅 활동, 온라인 등 디지털 기반의 활동에 이르기까지 전시 주최자의 참가업체 및 참관객 관련 서비스는 그 범위가 점차 확대되면서, 포괄적인 서비스를 갖추는 추세이다. 개별 전시관련 기업에 대해서는 중장기적 시장개발 및 협력기반을 갖추 수 있도록 돕고 있다. 전시회 참가 전, 중, 후 3단계에 걸쳐 지속적인 사업파트너 발굴 및 전략적 사업기반 구축은 참가업체, 참관객, 전시주최자의 입장에서 상시 요구되는 부문으로, 이와 관련된 활동을 지원하기 위해 온라인 마켓플레이스 구축, 전자미디어 활용 등의 사업기반을 확충하여 통합서비스를 제공할 수 있도록 하고 있다.

독일의 MICE산업은 프로모션 성격의 비즈니스 여행과 긴밀하게 연계되어 있는 산업구조적 기반을 바탕으로 관련 산업 및 이해관계자의 경제적 활동 및 패턴을 측정하고 예측하는 체계를 갖추고 있다. 이와 함께 독일은 M, I, C, E 각 섹터별 활동의 범주 및 연계활동과 관련하여 잠재수요를 다각화하고 있으며, 이를 통한 부가가치 창출 역량을 강화하는 노력을 전개하고 있다.

특히, MICE시장에서 기존의 선진시장의 성장세가 둔화되거나 감소하고, 아시아 주요국과 같은 신흥시장의 성장세가 강화되는 추세에서, 독일은 MICE선진시장임에도 불구하고 지속적인 성장을 유지하고 있다는 점에서 특별한 의미를 갖는다고 할 수 있다.

독일 MICE산업의 이러한 지속적인 성장이 가능한 것은 인프라의 양적확대 뿐만 아니라 질적 수준 개선을 위한 투자를 지속적으로 진행하고, 정부와 민간의 협력을 통한 다양한 전략과 정책을 전개해 나가고 있기 때문이다. 단순한 컨벤션 시설의 활용에서 벗어나 다양한 시설을 회의장소로 활용하고, 매직시티스나 세븐센터스와 같은 컨벤션도시간, 컨벤션센터간 협력관계 구축을 통해 과잉경쟁을 방지하고 세계시장을 개척하기 위해 공동 협력하는 전략적 접근, 단순히 전시회 참가업체의 양적유치에 관심을 두지 않고, 이들이 투자한 금액 이상의 성과를 거둘 수 있도록 하는 고객중심의 산업정책 등은 점차 경쟁이 치열해지고, 지속적이고 수익성 있는

성장(sustainable and profitable)도모하기가 어려워지고 있는 MICE 시장에서 독일이 어떻게 꾸준히 양적, 질적 성장을 유지하고 있는지에 대해 알 수 있다.

2. 싱가포르

국제협회연합(UIA, union of international associations)이 발간한 『국제회의시장에 관한 통계보고서 2009』에 따르면, 싱가포르는 2009년 한 해 동안 689건의 국제회의를 개최하여 전년대비 5.2%, '07년 대비 41.5%의 성장을 기록하였으며, 2005년 이후 지난 5년간은 총 204.87%성장하여 세계 도시 중 가장 눈에 띄는 성장을 보인 것으로 나타났다. 서울의 경우 121건 개최로 9위를 차지하여, 전년대비 5.2%, '07년 대비 20.9% 성장하였다. 그간 국제회의 시장은 유럽 선진 도시 및 북미주 주요 도시를 중심으로 발전해 온 것이 사실이다. 2007년 싱가포르가 마침내 1위 자리를 차지하기 이전까지는 파리가 연간 400여건으로 회의 개최로 시장의 3%를 차지하며 세계 선두자리를 지켰고, 비엔나, 브뤼셀 등 유럽 주요 도시들이 연간 300여 건의 회의를 개최하며 상위권 자리를 점유해 왔다.

<표2-15> 세계 주요도시 성장률(2005 - 2009)

순위	도시명	2009		2008	2007	2006	2005	'05-'09	'07-'09
		건수	구성비	건수	건수	건수	건수	성장률	성장률
1	싱가포르	689	6.0	654	486	311	225	▲206.22%	▲41.77%
2	브뤼셀	395	3.4	350	287	279	285	▲38.60%	▲37.63%
3	파리	316	2.8	457	372	429	416	▼24.04%	▼15.05%
4	비엔나	311	2.7	250	332	359	285	▲9.12%	▼6.33%
5	제네바	183	1.6	145	195	201	191	▼4.19%	▼6.15%
6	베를린	171	1.5	99	160	120	140	▲22.14%	▲6.88%
7	프라하	170	1.5	83	100	137	138	▲23.19%	▲70.00%
8	스톡홀름	159	1.4	66	99	101	102	▲55.88%	▲60.61%
9	서울	151	1.3	141	130	145	117	▲29.06%	▲16.15%
10	바르셀로나	148	1.3	203	180	172	181	▼18.23%	▼17.78%

자료원 : 2009 국제회의 개최현황, GLOBAL MICE insight, 2010년 3월

연간 600 여건 이상의 국제회의를 개최한 싱가포르를 2위를 차지한 브뤼셀과 294건, 3위를 차지한 파리 373건 등 압도적인 차이를 보이며 국제회의 시장을 점령하고 있다.

UIA가 제시하는 국제회의의 조건에 부합하기 위해서는 두 가지 조건을 만족해야 한다. 즉, 국제기구가 주최하거나 후원하는 회의로 참가자 수 50인 이상이거나, 국내단체 또는 국제기구의 국내지부가 주최하는 국내회의 중 전체참가자 수가 300명 이상 및 이 중 해외참가자 40% 이상 또는 전시회 동반개최, 해외 참가국 수 5개국 이상이며 3일 이상 개최되는 회의 등의 집계 기준에 들어야 하는 것이다. 하지만 싱가포르가 국제회의 도시로 성장하기 위해서 UIA에서 제시하는 조건에 부응하는 활동만 펼쳐온 것은 아니다. 싱가포르는 '세계최고 회의도시'를 지향하면서 동시에 지구촌 비즈니스 여행객들이 늘 방문하고 싶어 하는 도시로 '포지셔닝(positioning)' 하기 위하여, 국가수준의 거시적 목표와 장기적인 산업육성정책 및 전략을 추진해 왔다. 이들이 추진한 전략 가운데 우리 중앙정부 및 광역지자체가 주목해야 할 관점을 중심으로 싱가포르의 회의 산업을 6가지로 분류하여 살펴보고자 한다.

첫째, 안전하고 위생적인 친환경 도시이다. 싱가포르는 아시아 주변국에 비해 안정된 정치, 문화적 배경을 가진 나라이다. 지정학적인 관점에서 아시아 대륙의 끝자락에 위치함과 동시에 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등 아시아 주요 도서국에 둘러싸인 도시국가로서, 독립적인 문화기반을 창출하고 동서양 교통의 관문으로서 다국적 문화에 접근 가능하기에 유리한 전략적 위치에 있다. 1829년 영국이 동서양을 잇는 무역거점지로 개발한 후, 싱가포르는 전 세계 사업가 및 전문가 중심의 글로벌 교류가 빈번한 자유무역도시로 번창해 왔다. 무역상 및 이민자를 주축으로 발전하게 된 이 도시국가는 종교, 인종, 언어가 각기 다른 이들의 분쟁을 막고 삶의 질을 보장하기 위하여 교육, 의료, 주택, 치안 등 복지에 주력한 다각적 정책을 펼쳐왔다. 사실상 이 같은 노력은 국가의 안정 및 위생적 발전을 이끌고 대내외적인 이미지를 구축하는 데 큰 기여를 해왔다. 아울러, 오늘날 싱가포르가 글로벌 리더 및 전문가들 간 네트워크를 형성하고 아이디어를 교환하며 세계 곳곳에서 발생하는 이슈에 대해 다양한 기회를 모색할 수 있는 세계 최고의 MICE도시로 포지셔닝 할 수 있는 기반이 되었다고 할 수 있다.

둘째, 정부의 적극적인 지원(destination policy)이다. 싱가포르 정부는 국제회의 유치 지원에 매우 적극적이다. 이를 위해 싱가포르는 국제회의시장을 세분화하고 분석하여 MICE보다 한 단계 넓은 범위인 'BTMICE(business travel과MICE그룹)'을 타깃시장으로 선택하고, 자국을 전 세계적 지식, 정보, 상업 교류의 장으로 포지셔닝하기 위한 제도 및 정책적 지원을 아끼지 않는다.

셋째, 전략적 통합적 네트워크강화(supporting factors - industry collaboration)이다. 싱가포르 정부는 BTMICE그룹을 중심으로 하는 국제회의 개최 및 외국인 방문객 유치사업을 국제 시장을 무대로 하는 자국의 경제개발 사업이라고 인식하고 있다. 경제개발국(EDB, economic development board), 투자자들이 싱가포르에서 새로운 사업을 추진하거나 사업을 성장시키는 데 필요한 지식연계 서비스를 제공한다. 전 지구적 가진 혁신적 아이디어를 개발하는 국제 기업을 상대로 공동 투자나 초기 투자자금 프로그램을 제공하고 있다. 아울러 다양한 벤처 캐피탈 자금, 인큐베이터, 비즈니스, 투자개발 등을 제공하기도 한다. 또한 싱가포르는 전문기업을 위한 세금 제도나 최적의 물리적, 제도적, 재정적, 기반시설을 제공하고 있어, 투자자들은 싱가포르의 광범위한 우호 무역 연계선상에서 자금을 대한 수익을 거둘 수 있다.

넷째, 결과중심적인 전문 인력구성을 지향한다. 싱가포르는 전 세계 25%, 28억 이상의 인구가 밀집되어 있는 신흥 아시아시장에 둘러싸여 있다. 이 지역을 국제적인 비즈니스 요지로 성장시키기 위해서는 국제수준의 실력을 갖춘 전문 인력을 확보하는 것이 중요하다. 실제로 지난해에도 비즈니스 여행 및 회의 산업분야에서 핵심적인 기업으로 명성을 날리고 있는 기업이 잇따라 세 개나 싱가포르에 등지를 텃다.

다섯째, 국제적 수준의 서비스 문화를 창출 한다. 실제로 싱가포르는 2006년 말 이래로 회의기획부문 인턴쉽프로그램 CAP(conference ambassador programme)를 운영해 오고 있다. 이는 향후 싱가포르의 국제회의를 기획하고 주최하게 될 아마추어기획자들을 상대로 하는 프로그램이며, 유치경쟁에 필요한 능력 및 폭넓은 자질을 갖춘 인재양성을 목표로 한다. 이 프로그램을 통해서 싱가포르의 핵심 경제성장 동력인 MICE산업을 이끌어 갈 전문가와 리더를 갖추어 세계최고의 MICE 데스티네이션 자리를 놓치지 않겠다는 전략이다. 이들 아마추어들은 싱가포르가 회의도시로 성숙할 수 있도록 대내외적인 자질을 갖춘 핵심인재로 함께 성장해 나갈 것이다.

여섯째, 인프라 투자 공조체제 구축이다. 싱가포르는 세계적 수준의 컨벤션 센터 외에도 조지 자체를 통합 MICE 데스티네이션으로 조성하기 위한 인프라 시설 구축에 힘쓰고 있다. 하지만 이 같은 개발노력에 있어 회의 산업뿐 아니라 자국에서 발생하는 모든 글로벌 비즈니스 활동의 가치창출에도 집중한다. 이에 따라, 비즈니스와 여가 활동을 동시에 즐길 수 있는 관광 도시 인프라 측면과 투자 활동의 가치적인 부문을 고려하여 유관기관 및 해외 투자업체들이 공조체제를 형성하고 있다.

3. 독일과 싱가포르의 비교분석 및 시사점

독일은 전시산업의 중추국으로 불리기도 한다. 전 세계에서 국제전시회의가 가장 많이 개최되는 대표적인 전시산업 선진국가로 독일 전시산업의 가장 큰 특징은 대규모로 운영되는 전시시설이 있는데, 세계 5대 전시장 중에서 무려 4개를 독일이 보유하고 있다. 독일정부는 구동독권 지역에 전시산업을 집중 육성하는 동시에 유사산업 전시회에 대한 지역 간 경쟁을 최소화하기 위해 전문전시회를 발전시켜나가고 있다. 아이러니하게도, 독일이 현재와 같은 세계전시산업 최대 강국으로 성장하게 된 배경에는 1, 2차 세계대전 패전뒤 독일은 자국의 경제적 자생력을 키우기 위해 내수 생산품의 해외 수출을 확대키로 하고, 이를 위해 경제회생 방안으로 적극적인 국제전시회 개최를 결정하게 된 것이다.

독일의 하노버전시장, 프랑크푸르트전시장, 쾰른전시장은 독일을 대표하는 3대 대형 전시장으로, 이들 전시시장은 모두 전시장 규모면에서 세계상위 5대 전시장에 포함될 만큼 글로벌 수준의 경쟁력을 자랑하는 인프라시설로 인정받고 있다. 2010년 이들 시설에서 개최된 산업전시회(trade fair)는 총 47건으로, 이들 전시회 대부분이 10만㎡ 이상인 전시장은 총 35개인데, 이 중 31개가 서유럽 지역에 소재하고 있으며, 나머지 4개는 중동부 유럽지역에 소재하고 있다.

전시회 참관객의 지출규모는 총 38억 유로(약 5조7천억)이며, 이 중 타 지역 및 해외 참관객 총 지출액의 76%를 차지한다. 특히 타 지역 및 해외 참관객 지출항목 중 장거리 여행 및 숙박비용으로 지출하는 금액이 가장 높은 비중을 차지하고 있는데, 숙박 부문 지출비중이 23%, 여행관련 비용 22.5%, 식음료 관련 비용이 20.9%

를 차지하는 것으로 나타났다.

위에서 언급한 것과 같이, 독일은 MICE산업 중 meeting & incentive tour 보다 exhibition 에 많은 비중을 두고 중점적으로 육성하고 있다.

반면, 싱가포르는 09년 글로벌 국제회의 시장에서 세계 최고의 자리에 오르며 글로벌 MICE도시로서의 위상을 보였다. 지난 3년간 국제회의 부분에서 줄곧 랭킹1위의 자리를 지켜온 싱가포르는 이제 연간 600여건의 국제회의 개최하는 명실상부한 국제적 도시로서의 입지를 굳혀가고 있다. 이러한 입지를 굳혀가기 위해 싱가포르는 안전하고 위생적인 친환경도시, 정부의 적극적인 지원 및 전략적/통합적 네트워크 강화, 결과중심의 전문 인력 구성, 국제적 수준의 서비스 문화, 인프라 투자 공조체제 구축 등 여섯 가지 요인을 확보하고 있다.

①안전하고 위생적인 친환경 도시

싱가포르는 아시아 주변국에 비해 안정된 정치, 문화적 배경을 가진 나라이다. 정학적인 관점에서도 아시아 대륙의 끝자락에 위치함과 동시에 인도네시아, 말레이시아, 필리핀 등 아시아 주요 도서국에 둘러싸인 도시국가로서, 독립적인 문화기반을 창출하고 동서양 교통의 관문으로서 다국적 문화에 접근가능하기에 유하한 전략적 위치에 있다. 1829년 영국이 동서양을 잇는 무역거점지로 개발한 후, 싱가포르는 전 세계 사업가 및 전문가 중심의 글로벌 교류가 빈번한 자유무역도시로 번창해 왔다. 무역상 및 이민자를 주축으로 발전하게 된 이 도시국가는 종교, 인종, 언어가 각기 다른 이들의 분쟁을 막고 삶의 질을 보장하기 위하여 교육, 의료, 주택, 치안 등 복지에 주력한 다각적 정책을 펼쳐왔다. 사실상 이 같은 노력은 국가의 안정 및 위생적 발전을 이끌고 대내외적인 이미지를 구축하는데 큰 기여를 해 왔다. 아울러, 오늘날 싱가포르가 글로벌 리더 및 전문가들 간 네트워크를 형성하고 아이디어를 교환하며, 세계 곳곳에서 발생하는 이슈에 대해 다양한 기회를 모색할 수 있는 세계 최고의 MICE도시로 포지셔닝 할 수 있는 기반이 되었다.

②정부의 적극적 지원

싱가포르 정부는 국제회의 유치에 매우 적극적이다. 이를 위해 싱가포르는 국제회

의시장을 세분화하고 분석하여 MICE보다 한 단계 넓은 범위인 'BTMICE(business travel과 MICE그룹)'을 타깃시장으로 선택하고, 자국을 전 세계적 지식·정보·상업 교류의 장으로 포지셔닝하기 위한 제도 및 정책적 지원을 아끼지 않는다.

③전략적·통합적 네트워크 강화

경제개발국(EDB, economic development board), 투자자들 싱가포르에서 새로운 사업을 추진하거나 사업을 성장시키는 데 필요한 지식연계 서비스를 제공 한다. 당국은 전 지구적 영향력을 갖춘 혁신적 아이디어를 개발하는 국제 기업을 상대로 공동투자나 초기 투자자금 프로그램을 제공하고 있다. 아울러 다양한 벤처 캐피탈 자금, 인큐베이터, 비즈니스, 투자개발을 제공하기도 한다.

④결과 중심 지향의 전문 인력구성

싱가포르는 전 세계 25%, 28억 이상의 인구가 밀집되어 있는 신흥 아시아 시장에 둘러싸여 있다. 이 지역을 국제적인 비즈니스요지로 성장시키기 위해서는 국제수준의 실력을 갖춘 전문인력을 확보하는 것이 중요하다. 실제로 지난해에도 비즈니스 여행 및 회의산업 분야에서 핵심적인 기업으로 명성을 날리고 있는 기업이 잇따라 세 개나 싱가포르에 등지를 텄다.

협회경영관리기업 kellen company, 게임전문기획사 leipzig messe, 의료행사 전문 기획사 kenes international 이 대표적인 기업이다.

⑤국제적 수준의 서비스 문화

최근 싱가포르에서 행사를 개최한 국제 간질(epilepsy)·간질퇴치국제기구 국제협력팀장(richard holmes)는 '동서양 문화가 조화를 이루는 독특한 서비스 문화가 싱가포르를 MICE 특별시로 이끈 최대의 전략적인 강점' 이라고 밝혔다.

25,000명의 해외 참가자를 동반한 Communicasia2007 주최자는, 싱가포르가 꾸준한 성장세에 이어 최고의 국제회의 도시에 오른 데에는 뛰어난 조직력 및 기획력, 친절한 서비스 마인드 및 영어권 문화의 배경이 연계적인 장점으로 작용했다고 언급했다.

⑥인프라 투자 공조체제 구축

싱가포르는 세계적 수준의 컨벤션 센터 외에도 도시 자체를 통합 MICE 테스트베이션으로 조성하기 위한 인프라 시설 구축에 힘쓰고 있다. 하지만 이 같은 개발노력에 있어 회의산업뿐 아니라 자국에서 발생하는 모든 글로벌 비즈니스 활동의 가치 창출에도 집중한다. 이에 따라, 비즈니스와 여가 활동을 동시에 즐길 수 있는 관광 도시 인프라 측면과 투자 활동의 가치적인 부분을 고려하여 유관기관 및 해외 투자업체들의 공조체제를 형성하고 있다.

<표2-16>독일과 싱가포르의 MICE 비교

구분	독일	싱가포르
MICE 주력산업	exhibition	convention
전시장면적/회의개최현황	3,112,973m ² /555건	-/689건
기타의 특징	전시산업위주	국제회의산업위주

자료원 : 2009 국제회의 개최현황, GLOBAL MICE insight, 2010년 3월

위 표에서 보듯이 독일은 전시위주의 성장을 해왔고 싱가포르는 회의산업을 집중 육성하여 세계 최고의 컨벤션 도시로 거듭났다. 독일에 비해 아시아 권역을 넘어 그간 국제회의시장을 주름잡아 오던 유럽과 미주 도시들을 제치고 세계 최고의 국제회의 도시로 성장한 싱가포르는 제주 MICE 산업이 앞으로 나아가야 할 방향을 제시하여 주리라 판단된다.

제3절 제주지역 MICE 산업의 현황

1. MICE산업의 현황

1) MICE산업 조직 및 시설

제주는 천혜의 자연환경을 가진 국내 최고의 관광지로 단순한 관광지를 넘어 리조트형 MICE 거점 도시를 지향하고 있다. 제주는 한아세안 특별정상회의, 세계스카

우트총회, WHO⁴⁾ 서태평양회의 등 다양한 국제회의 개최 경험이 있으며, 2008년 기준으로 국제회의 개최 세계38위, 아시아 8위를 차지하고 있는데, 개최실적은 점진적으로 증가하고 있는 추세이다. 제주에는 제주관광공사, 제주CVB,⁵⁾ 제주특별자치도 관광협회 등 MICE산업과 관련 있는 조직들이 상호 연계하여 다양한 활동을 펼치고 있다.

<표2-17 > 제주지역 MICE 관련 조직 및 사업영역

MICE 관련 조직	사업영역
제주관광공사	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 2009년 10월부터 MICE사업의 주관기관으로 참여 ◦ MICE 전문인력 양성사업 ◦ 인센티브 투어 & 컨벤션 유치지원 마케팅 ◦ 국내외 홍보 및 광고지원 ◦ 행사유치 과정지원, 국내외 트레이드 쇼 ◦ the jeju MICE 발간 등
제주CVB	◦ MICE 정보 원스탑 서비스시스템 구축 및 콜센터 운영
제주특별자치도 관광협회	◦ 테마파티, 팀빌딩이벤트 등의 공연상품개발
제주광역경제권 선도산업지원단	<ul style="list-style-type: none"> ◦ MICE포럼개최 및 국내외 정책동향 조사 ◦ MICE PPL 마케팅등

자료원: 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

제주의 MICE산업 관련 회의시설 인프라로는 다음과 같은 공공 및 민간시설들이 다양한 국제회의를 개최하고 있다.

4)세계보건기구(world health organization)
5)컨벤션뷰로(convention & visitors bureau)

<표2-18> 제주지역 MICE 관련 시설현황

구분	시설명	수용능력	
		수용인원 (대회의장)	객실수
전문회의시설	제주국제컨벤션센터	4,500	
준회의시설	서귀포 학생문화원	700	
	제주대학교 국제교류원	200	40
	제주특별자치도 문화진흥원	892	
	중소기업센터	250	
	제주한라대학 한라아트홀	831	
	롯데호텔제주	1,000	500
호텔	제주 신라호텔	800	429
	하얏트리젠시 호텔	400	224
	스위트 호텔	180	90
	하나호텔	70	85
	씨에스 호텔	80	30
	서귀포 KAL 호텔	300	225
	트래블러스 호텔	500	113
	제주 팜리조트	450	246
	라마다프라자 호텔	1,400	380
	오리엔탈호텔	450	313
	제주KAL호텔	600	282
	퍼시픽호텔	800	177
	한화리조트	350	397
	대명리조트 제주	160	242
	제주그랜드호텔	700	512
	더 호텔		224
	뉴크라운 호텔	140	123
	로얄호텔	220	102
	금호리조트 제주	670	242
	해비치 호텔	1320	503
샤인빌 리조트	600	414	
휘닉스 아일랜드	700	300	
합계		19,263	6,193

자료원 : 2008국제회의 개최현황, 코리아컨벤션뷰로 2009년 9월

제주의 MICE 선업관련 국제회의 기획업체 인프라로는 다음과 같이 8개의 업체들이 등록되어 있다.

<표2-19> 제주지역 MICE 관련 국제회의 기획업체

업체명	대표자	소재지	등록일
(주)제주국제컨벤션센터	김형수	서귀포시 중문동 2700	02.06.28
(주)몽치이벤트투어	현계아	제주시 이도2동 1148-2	02.07.05
(주)엠앤씨 제주	김영민	제주시애월읍광령2리2535	03.05.26
(주)프라임커뮤니케이션	권영진	제주시 노형동 743-1	05.02.22
(주)누리커뮤니케이션	유영신	제주시애월읍광령2리2535	06.04.24
(주)이디컴	고맹중	제주시 외도 1동 492-1호	08.03.18
특산인터넷서널	김찬식	제주시 용담2동2625-1	07.05.23
(주)새하라인	이상훈	제주시 도남동 914-1 서강빌딩	00.09.02

자료원 : 2009 제주특별자치도 문화, 관광, 교통, 스포츠 현황, 2009년9월

2) MICE산업의 지원제도

제주컨벤션뷰로에서는 제주지역 MICE산업의 육성을 위하여 제주에서 행사개최시 내국인 참가자 1인당 10,000원, 외국인 참가자는 20,000원의 인센티브를 지원하는 제도를 시행하고 있다. 한편 국제회의 지원을 효율적으로 수행하기 위하여 유치지원과 개최지원 분야로 구분하여 유치지원 분야는 제주에서 유치하고자 하는 국제회의 관련 유치활동 및 현장실사 등과 관련된 부분을 지원하고, 제주도 전략산업분야회의 및 기타 중소 규모로서 제주도 회의산업 육성 측면에서 필요하다고 판단되는 회의 경우는 개최지원을 실시하고 있다.

<표2-20> 제주지역 MICE 관련 인센티브제도

분류	meeting & incentive	convention	exhibition
기준	국제회의 - 참가자수 200명 이상 내외국인 등록된 회의 국내회의 - 참가자수 50명 이상 내외국인 등록된 회의 참가자가 3개국 이상, 외국인 참가자가 10명 이상인 회의		
혜택	참가안내서 제작 지원	유치지원서 제작	
	문화예술공연 지원	유치홍보물 제작	국제기구 간부의 사전답사
	공식 관광 프로그램 지원	관계자의 사전답사 기념품 제작	

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

3) MICE산업의 관광자원

제주세계자연유산, 제주세계지질공원, 생물권보전지역 등 세계가 인정한 청정 경을 비롯한 다양한 관광자원이 after mice 자원으로 활용되고 있다.

<표2-22> 제주의 주요관광자원 현황

구분	개소	주요안내
영주십경	10	성산일출, 녹담만설, 굴림추색, 영구춘화, 산포조어, 고수목마, 정방하폭, 산방굴사, 사봉낙조, 영실기암
新 영주십경	10	1. 철새들의 낙원- 하도리 2. 눈이 그린 그림- 1100도로 3. 이어도가 보이는 언덕- 송악산 4. 사랑의 언덕- 섭지코지 5. 신이 빛은 조각- 지삿개, 주상절리 6. 용이 사는 연못- 용연 7. 자연 그대로의 아름다움- 돈내코 8. 바람이 빛은 곡선미- 아부오름 9. 노을이 아름다운 포구- 자구내 포구 10. 섬 속의 섬- 우도
계곡	6	탐라계곡, 구구계곡, 안덕계곡, 무수천, 돈내코, 수악계곡

폭포 및 소연	6	천지연, 천제연, 정방폭포, 용연, 영또폭포, 용소연포
동굴	10	만장굴, 발레못굴, 김녕사굴, 미천굴, 소천굴, 협재굴, 쌍용굴, 와흘굴, 구린굴, 황금굴
기암	14	용두암, 성산기암, 외돌개, 바람바위, 영실기암, 방선문, 절부암, 우두암, 용암수형, 산방산, 백록담, 성판악, 삼각봉, 왕관(릉)
수림	4	비자림, 동백군, 구상나무군, 철쭉
기생화산	368	월랑봉(다랑쉬), 용눈이, 어승생악, 산굼부리, 송악산 등
식물	종1,841	왕벚나무, 문주란, 난(한란, 새우내란) 등
곤충 등 동물	종3,315	물장군, 왕은점, 표범나비, 팔색조, 노루, 오소리 등
해수욕장	10	이호, 삼양, 괘지, 함덕, 협재, 김녕, 화순, 중문, 표선, 신양
뉘시터	15	사라봉, 서부두, 용두암, 도두, 다려도, 비양도, 토끼섬, 두모, 용수, 하가, 차귀도, 마라도, 우도, 추자도, 형제섬
등산	5	어리목, 영실, 성판악, 관음사, 어승생
수렵	2	대유수렵장, 도전역(금렵구 제외)
사적지	1	삼성혈

<표2-23> 제주의 주요 공영관광지 현황

관리	명칭	주소	관련법규
문광부	국립제주박물관	제주시 건입동 261	박물관 및 미술관진흥법
제주특별자치도 교육청	교육박물관	제주시 이도2동 539-14	박물관 및 미술관진흥법
제주해양관리단	우도등대	제주시 우도면 조일리 337	-
제주특별자치도	국제평화센터	서귀포시 중문동 2572	제주특별자치도설치및국제자유도시 조성을위한특별법
	제주4.3평화공원	제주시 봉개동 산 51-3	(약) 4.3 특별법
	제주도립미술관	제주시 연동680-7	박물관 및 미술관진흥법
	민속자연사박물관	제주시 일도2동 996-1	박물관 및 미술관진흥법
	한라산국립공원	제주시 해안동 산220-1	자연공원법
	한라수목원	제주시 연동 1000	자연환경보전법
	만장굴	제주시 구좌읍 동김녕리 41	문화재보호법
	비자림	제주시 구좌읍 평대리 3164-1	문화재보호법

제주특별자치도	제주돌문화공원	제주시 조천읍 교래리 산 119	박물관 및 미술관진흥법	
	제주해녀박물관	제주시 구좌읍 상도리 471-35	박물관 및 미술관진흥법	
	항일기념관	제주시 조천읍 조천리 1156	박물관 및 미술관진흥법	
	현대미술관	제주시 한경면 저지리 2114-63	박물관 및 미술관진흥법	
	성산일출봉	서귀포시 성산읍 성산리 104	문화재보호법	
	갯 전시관	제주시 조천읍 교래리 457-1	문화재보호법	
	한라생태숲	제주시 용강동 산 14-1	산림자원조성 및관리에관한법률	
	사려니숲길	제주시 조천읍 교래리 산137-1	산림문화휴양에관한법률	
	제주시	용연, 용두암	제주시 용담1동 238-4 외 5필지	문화재보호법
수월봉		제주시 한경면 고산리	-	
신비의도로		제주시 노형동 289-15	-	
제주별빛누리공원		제주시 오등동 산 34	-	
절물자연휴양림		제주시 봉개동 산 78-1	산림문화휴양에관한법률	
제주목관아		제주시 삼도2동 43-3	문화재보호법	
삼양동선사유적		제주시 삼양2동 2126-12	문화재보호법	
중국피난선		제주시 건입동 1316-1	박물관 및 미술관진흥법	
항몽유적지		제주시 애월읍 상귀리 1012	박물관 및 미술관진흥법	
우도해양국립공원		-	자연공원법	
추자해양도립공원		-	자연공원법	
서귀포시		서귀포시 자연휴양림	하원동 산 1-1	산림문화휴양에관한법률
		이중섭 미술관	서귀동532-1	박물관 및 미술관진흥법
	기당 미술관	서홍동 621	박물관 및 미술관진흥법	
	외돌개	서홍동 794	문화재보호법	
	추사적거지	대정읍 안성리 1661-1	문화재보호법	
	성읍민속마을	표선면 성읍리 일대	문화재보호법	
	큰영	남원읍남원리 일대	관광진흥법	
	송악산	대정읍 상모리 일대	제주국제자유도시 특별법	
	섬지코지	성산읍 신양리 일대	제주국제자유도시 특별법	
	마라해양도립공원	송악산 일대	자연공원법	
	서귀포해양도립공원	강정동 일대	자연공원법	
	성산일출해양도립공원	성산리 해상일대	자연공원법	

서귀포시	돈내코	상효동1459 일대	자연공원법
	안덕계곡	안덕면감산리345	문화재보호법
	천제연폭포	중문동 2785	문화재보호법
	정방폭포	동홍동 962	문화재보호법
	주상절리대	중문동2766	문화재보호법
	서복전시관	서귀동100-2	박물관 및 미술관진흥법
	산방산	안덕면 계리 산16	문화재보호법
	서귀포감귤박물관	신효동 산 1	박물관 및 미술관진흥법
	소암현증화기념관	서귀동 157-1	박물관 및 미술관진흥법
	서귀포천문과학문화관	하원동 산 70	과학기술기본법

자료원 : 제주특별자치도, 2010 관광행정현황

제3장 제주지역 MICE산업의 현황분석과 발전방향

제1절 제주지역 MICE산업의 현황과 발전방향

1. MICE산업의 실태분석

제주지역 MICE 관련 개최실적 및 실태 조사 결과는 제주관광공사가 실시한 2009-2010 제주지역 MICE 산업 실태조사를 참고하여 정리 하였다. 제주지역 MICE 관련 개최실적 조사 결과를 보면 컨벤션 부문이 128건에 총 57,827명이 참가하였고, 인센티브 부문에는 151건에 14,828명이 참가한 것으로 나타났다.

<표3-1> 제주지역 MICE 유치실적

년도	구분	건수	전체참가자(명)	내외국인별(명)	
2009.6 ~	전체	279	72,665	내국인	51,143(73%)
				외국인	19,512(27%)
2010.4	컨벤션	128	57,827	내국인	41,506(71.8%)
				외국인	16,321(28.2%)
	인센티브	151	14,828	내국인	11,637(78.5%)
				외국인	3,191(21.5%)

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

제주지역 MICE 관련 컨벤션 개최실적은 주로 10월과 11월, 12월 등 4분기에 집중되는 것으로 나타났고, 1월과 2월이 가장 저조한 것으로 나타났다.

제주지역 MICE 관련 인센티브 유치실적은 주로 10월과 11월, 12월 등 4분기에 집중되는 것으로 나타났고, 2월이 가장 저조한 것으로 나타났다.

<표3-2> MICE산업 중 컨벤션 및 인센티브의 월별 개최실적

구분	09년6월	09년7월	09년8월	09년9월	09년10월	09년11월	09년12월	10년1월	10년2월	10년3월
개최건수 컨벤션	16	7	8	9	22	20	19	3	4	7
개최건수 인센티브	23	8	3	19	24	26	17	10	3	7

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

제주지역에서 개최된 MICE 관련 주최기관 및 단체의 유형을 분석하면 학회관련 개최 건수가 48%로 가장 높게 나타나 있고, 정부/준 정부(30%), 기업(12%)이 뒤를 잇는 것으로 나타났다.

<표3-3> MICE 주최기관 및 단체 유형

구분	학회	정부/준정부	기업	협회	기타
점유율	48%	30%	12%	7%	3%

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

2. MICE산업의 발전방향

1) 파급경로 및 분석방법

제주지역 MICE 관련 컨벤션 및 인센티브 유치에 따른 경제적 파급경로는 <그림>과 같다.

[그림3-1] 제주지역 MICE 개최에 따른 지역경제 파급효과 경로



먼저 대회 참가자들의 숙박비 및 음식료비 등의 소비지출 증가가 발생하고, 대회 준비 및 운영과 관련한 투자지출이 발생하게 된다. 이러한 소비지출은 해당산업의 직접적인 생산증가와 함께 생산과정에 참여한 사람들의 추가적인 소득과 고용을 창출하게 된다. 즉, 재화의 생산과정에서 중간재 투입에 대한 수요 외에 노동, 자본 등 기초 투입에 대한 수요를 발생시켜 새로운 고용기회를 창출하고, 새로운 부가가치를 유발시키며, 해외 중간재 수요를 증대시켜 수입을 유발시킨다. 한편, 해당산업의 생산증가는 이 산업이 중간재를 사용하는 산업의 생산증가를 초래하며, 이 과정에서 다시 부가가치와 고용을 유발하게 된다. 그리고 이러한 직접 및 간접적인 파급효과는 생산 활동을 통해서만 이루어지는 것이 아니라, 소득증가, 소비증가의 연쇄적인 과정을 통해서도 파급된다. 즉 각 산업에 있어서의 생산 증가는 그 생산 활동에 참가한 사람들이 소득을 높이고, 그 결과 소비를 증대시키며, 이 소비 증가가 다시 산업생산을 유발하는 연쇄과정으로 다른 산업에 n차까지 연속적으로 영향을 미친다.

파급효과의 분석에는 지난 2008년 한국은행 제주본부와 제주발전연구원이 공동 연구하여 발표한 「제주지역의 산업연관분석」¹⁾의 연구결과를 이용하였다.

지역산업 연관표에서 일연의 연립방정식체계로 역행렬을 유도하면 아래의 식과 같다.

$$\begin{aligned} AX+F&=X \\ X-AX&=(F-M) \\ (I-A)X&=(F-M) \\ X&=(I-A)^{-1}(F-M) \end{aligned}$$

위에서 X는 지역산업 부문별 산출액 열「벡터」, I는 단위행렬 A는 지역투입계수 행렬, F는 지역최종수요 열「벡터」, M은 지역수입 열「벡터」, 위의 (I-A)를 레온티에프 행렬이라고 한다. (I-A)⁻¹를 생산유발계수행렬 또는 다부문 승수라고 하는데 역행렬 (I-A)⁻¹를 (I-A)⁻¹=B=(bij)n×n으로 표기하면 bij는 j부문의 최종수요 1단위를 충족하기 위해 필요한 I부분의 재화 또는 용역의 직간접 생산단위를 나타낸다. 다시 말하면, 1단위 최종수요 충격(impact)에 의해서 직간접으로 유발되는 생산효과를 나타낸다.

MICE산업 유치에 따른 지역경제의 생산유발효과를 측정하기 위해서는 개최에 따른 소비지출이 최종수요의 한 항목으로 취급되기 때문에 운수 및 보관 도소매, 음식, 숙박업, 서비스업 등의 최종수요가 유발하는 각 산업별 생산유발효과를 분석할 수 있다. 즉 수식은 Q=(I-A)⁻¹·F가 되며, 여기서 Q는 신규투자에 따른 생산유발효과를 나타내며, F는 투자금액이다.

지역경제에 미치는 취업유발효과는 먼저 생산유발계수행렬에 노동계수(L)의 대각행렬을 곱하여 고용유발계수행렬을 작성한다. 노동계수는 제주지역의 산업별 종사자 수를 산업별 총산출액으로 나눈 것이다. 노동계수는 1단위 생산에 직접 필요한 노동량만을 의미하지만, 고용유발계수는 생산의 파급과정에서 직간접으로 유발되는 노동량을 계량적으로 나타내는 것이다.

2) 지역경제 파급효과

MICE산업이 제주지역 경제에 미치는 효과 분석은 관련 인사들의 대회 전후 소비 지출 및 관련 투자지출이 지역경제에 미치는 생산, 부가가치, 취업유발효과로 구분하여 분석 하였다.

대회 참가자들의 소비지출을 산정하기 위해서는 ICCA(국제컨벤션협회)의 발표 자료를 근거로 분석에 활용하였다.

<표3-4>MICE 참가자 1인당 지출경비

구분	ICCA발표자료
MICE 참가자 1인당 평균지출경비	2,487\$(2,785,440원)
(2010년 10월 20일 환율 1,120원 적용)	

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

<표3-5>제주지역 MICE 개최에 따른 소비지출 증대

년도	구분	건수	전체참가자(명)	내외국인별(백만원)
2009.6	전체	279	72,665	202,375
~	컨벤션	128	57,827	161,073
2010.4	인센티브	151	14,828	41,302

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

대회 참가자의 소비지출증대에 따른 지역경제파급효과를 생산, 부가가치, 고용효과로 구분하여 계측하였다. 그 결과 2009년 6월부터 2010년 4월까지 약 1년 여간 제주에서 개최된 MICE산업에 따른 생산유발효과는 3,557억원, 부가가치 유발효과는 1,487억원 등으로 나타났다.

<표3-6> 제주지역 MICE산업의 지역경제파급효과

구분	생산유발효과(백만원)	부가가치유발효과(백만원)
컨벤션	283,166	147,059
인센티브	72,608	37,708
MICE합계	355,774	184,767

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

<표3-7> 제주지역 MICE산업 지역경제파급효과 추이비교

구분	개최건수(건)	참가인원(명)	지역경제생산유발효과(억원)
2009년	137	65,949	2,307
2010년	279	72,665	3,557

자료원 : 제주관광공사, MICE 현황보고서, 2010

3. 리조트 산업의 특성

1) 리조트 산업의 정의

리조트(resort)는 오늘날 흔히 “종합레크레이션” 또는 “체재형 관광지”라 불리지만 정확한 정의에 대해서는 견해에 따라 차이가 많다.

옥스퍼드 사전에 의하면 리조트를 resort land, resort town, resort complex 등으로 불리는 “휴가·건강회복을 위해 사람들이 찾아가는 곳”으로 정의하고 있다. 또한 웹스터 사전에 의하면 ①“휴가 시 휴식과 레크레이션을 위하여 사람들이 많이 방문하는 곳(a place to which people go often or generally, esp. one for rest or recreation, as on a vacation)”과 ②” 도움을 받고 싶을때 의지할 사람과 의지할 것(a person or thing that one goes or turn to for help support. etc)” 으로 정의하고 있다.¹⁾

또한 일본에서는 리조트법에서 규정하고 있는데, 여기서 리조트를 : “양호한 자연 조건을 가진 토지를 포함한 상당규모의 지역으로, 국민이 여가 등을 이용하여 체재하면서 스포츠, 레크레이션, 교양문화활동, 휴양, 집회 등의 다양한 활동을 할 수 있도록 종합적인 기능이 정비된 지역” 으로 정의하고 있다.²⁾

그밖에 관광진흥법에서는 리조트를 제 3조 제 3항에 의거, 관광사업의 한 종류로 분류시켜 관광객 이용시설업이라 규정하고, ① 관광객의 휴양이나 여가선용을 위하여 숙박 또는 음식시설을 갖추고 관광객에게 이용하는 시설(전문휴양업)과, ② 관광객의 휴양이나 여가선용을 위하여 전문 휴양업 시설 또는 종합 유원시설업 시설 중 2종류이상의 시설을 갖추고 이를 관광객에게 이용하는 시설(제1종 종합 휴양업), 그리고 ③ 관광객의 휴양이나 여가선용을 위하여 전문 휴양업 시설 또는 종합 유원시

설업 시설 중 2종류 이상의 시설과 관광숙박업 시설을 함께 갖추어 이를 관광자에게 이용하게 하는 시설(제 2종 종합휴양업)으로 규정하고 있다.³⁾

이와 같은 점에서 본 연구에서도 같은 범주로 국내관광진흥법에서 규정하고 있는 종합휴양업의 골프장, 스키, 콘도미니엄을 병합하여 운영하는 것으로 정의한다.

2) 리조트 산업의 경영특성

리조트 산업은 복합성, 입지의존성, 변동성, 공익성, 서비스성의 내용을 종합적으로 포괄하는 일반적으로 관광사업의 특성에 기초하고 있는데 이러한 특성과 관련한 리조트 산업의 경영특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 방문객 시장에 있어 리조트는 즐거움과 휴양중심의 회의와 회사모임, 보상 등을 대상으로 한다. 그리고, 리조트는 숙박, 식음료, 오락, 위락시설과 기타시설이 한 곳에 모여져 관광자의 행동에 대응한다.

둘째, 시설에 있어 리조트는 호텔과 달리 장기적 숙박을 하므로 이에 충분한 공간 유지가 필수적이다. 그리고, 리조트에서의 평균체재 기간이 길어짐에 따라 각 방에 옷장과 침실 오락을 위한 적절한 공간이 구성되어야 하며, 골프코스, 테니스코트, 올림픽시설 규모의 수영장, 산책로, 그리고 다른 레크레이션 장소 등 활동에 필요한 공간이 필요하다.

셋째, 레크레이션으로 레크레이션 활동에 있어 주요 위락시설과 사업의 대형화, 고급화가 필요하며, 이것은 당연히 노동장비율(유형고정자산액/종업원수)를 높이게 한다.

넷째, 계절성이 있어 리조트는 계절적, 여름 또는 겨울 리조트로 분류되어진다. 계절적 특성을 가지고 있는 리조트는 눈이 많이 내리는 때나 따뜻한 날씨에 달려있는 90일에서 120일 정도로 짧게 운영되며, 단기적 운영은 투자비용과 운영비용, 자본에 대한 이익회수를 충당할 수 있는 충분한 재정수입의 기회를 감소시킨다. 그 밖의 인력수급의 문제와 비수기 타개를 위한 계절성의 극복으로 독창적인 행사와 축제를 시행할 수 있는 이벤트가 필요하다.

다섯째, 고객 측면에서 개인태도에 있어 상용호텔과 달리 리조트에 온 관광자는

여유 있는 만족을 기대하고 있어 고객에게의 질적 서비스가 리조트경영의 성공에 있어 중요한 요소들이며, 개인적 태도는 환대와 서비스의 질을 결정하는 필수 불가결한 요소이다. 그리고 리조트는 작으면 작을수록 개인적 서비스의 기대가 더 높아진다. 이는 곧 종업원의 대고객 태도와 관광자를 가족의 입장에서 서비스 해야함을 나타내는 특성이 있다.

여섯째, 경영자와 경영에 있어 고객들과의 관계속에서 일상의 지루함과 종업원의 비수기 때의 문제 그리고 시설과 장비운용의 문제점을 해결할 수 있어야 한다. 그리고, 리조트 경영자는 리조트 전반에 대한 지식과 발생하는 문제를 즉각적으로 해결할 수 있는 능력이 필요한 특성을 갖는다.

일곱째, 회사 또는 고용주의 책임에 있어 리조트가 위치해 있는 지역사회의 주민은 자신의 경제적 문제를 리조트 고용주에게 총체적으로 의존하고 있는 것이다. 리조트가 비수기 동안 종업원의 휴직을 결정한다면 고용문제는 결국 종업원의 사기를 떨어뜨리고 직무에 대한 만족을 기대할 수 없다. 리조트의 고용주는 종업원들에 대한 책임을 질 수 있는 인사 정책을 구사해야 하는 특성이 있다.

여덟째, 종업원 숙소에 있어 멀리 떨어져 있거나 새 리조트에 위치한 호텔은 구내에 종업원 숙소를 필요로 하며, 많은 리조트에서 종업원의 대다수는 2.3세대가 지속되므로 종업원의 주택문제가 해결되어야 하는 특성을 갖는다.

그 밖에, 리조트 지역이 빈틈없는 하나의 단위로 되려는 특성으로 인해 종업원 숙소를 설계하는 데 있어서 사생활에 대한 수요도 특별히 고려되어야 한다.

한편, 리조트 산업의 분류는 운영형태에 따라 분류되는데 고객의 회원제와 비회원제를 중심으로 분류된다. 먼저 관광진흥법 제 2조에 의하면 회원과 공유자로 분류할 수 있다. “회원”이라 함은 관광사업 시설을 일반이용자보다 우선적으로 이용하거나 유리한 조건으로 이용하기로 당해 관광사업자와 약정한 자를 말하는 것과 “공유자”라 함은 단독소유 또는 공유의 형식으로 관광사업의 일부시설을 관광사업자로부터 분양 받은 자를 말하는 것으로 이를 회원이라 통칭하고 그 이외의 관광자를 비회원이라 하는데 이를 기준으로 분류되는 제 특성을 정리해 보면 다음과 같다.

<표3-8> 리조트산업의 특성

항목	특성
노동기술	<p>-리조트에서의 업무는 고도로 전문화 되어 있고 일년 내내 정적인 일을 하는 일시적 호텔보다 광범위한 책임이 뒤따르는 융통성이 많은 일을 필요로 한다.</p> <p>-특히 사계절 휴양지에서의 리조트호텔은 비. 성수기 동안에 많은 인사이동을 통해 주된 업무이외에도 다른 업무를 함께 병행할 수 있도록 훈련을 필요로 한다.</p>
재정수입원	<p>-리조트는 객실과 식음료 수입뿐만 아니라 골프나 스키 등 다른 오락시설과 같은 인가 있는 레크레이션 활동에서부터 많은 수입을 얻고 있다.</p> <p>-수익의 원천을 제대로 파악하여 관광객들에게 다양한 레크레이션 기회를 제공하여 줌으로써 수익을 증진시키는 특성이 있다.</p>
활동의 조정	<p>-리조트의 분리된 계획은 각각의 레크레이션 활동에 대해서 준비되며, 종종 분리된 계획은 레크레이션 활동과 식음료와 같이 준비되며, 많은 리조트는 이러한 활동을 임대계약을 맺지만 관광객의 요구와 이익 또는 잠재적 이익 때문에 사내에서 직접 운영하는 경향이 있다.</p> <p>-따라서 관광객의 여가 활동을 관리하여 수익이 많은 부분에서 발생할 수 있도록 다양한 수요를 제공해야 한다</p>
재무상태표	<p>-리조트는 총 자산 중에서 토지와 고정자산에 대한 투자는 상용호텔보다 많다. 그러나 도심에서 멀리 떨어진 리조트와 연관된 방대한 토지는 다른 상업적인 용도로 바꾸기가 힘들다</p> <p>-일반적인 호텔보다 자본회수가 길다는 특성이 있다.</p>
리조트의 전통	<p>-리조트의 이미지와 전통을 유지하여 관광객들의 가슴에 포지셔닝 시킬 수 있는 전략이 요구되는 특성을 갖는다.</p> <p>-테니스대회의 개최, 요리경연, 갬블링, 환영파티, 기념일 행사, 테마가 있는 행사를 통해 전통을 이어가는 특성이 있다.</p>

제2절 K리조트 MICE산업의 재무분석 사례

1. K리조트의 현황

1) K리조트의 현황

국내 리조트 산업은 1980년대까지는 스키장을 중심으로 중소기업들이 리조트 산업을 주도 했으나 80년 후반 들어 막대한 자금력과 인력을 갖고 있는 대기업들의 적극 참여했다. K리조트도 1989년 (주)금호개발을 설립하면서 본격적으로 리조트

산업에 진출하기 시작했다.

이처럼 리조트 산업에 진출했던 것은 레저 수요가 크게 확대되고 레저패턴이 단 순숙박·관광형에서 체류·휴양형으로 변화됨에 따라 다양한 시설을 구비한 대형 리조트가 필요하였기 때문이다.

K리조트의 특징을 보면 ① 단지면적이 최소 100만평 이상이고, ② 고객들이 단 지내에서 남녀노소가 즐길 수 있는 PC방·노래방·수영장·사우나·회의실 등 부 대시설을 골고루 갖춰놓았고, ④ 투자규모가 1000억원대에 달한다는 점이다.

<표3-9>K리조트 현황

구분	리조트 사업부				골프부문		해외법인	
	충무리조트	설악리조트	화순리조트	제주리조트	스파부문	아시아나	웨이하이	라오라오
주요 연혁	요트장94.4 콘도 95.4 S/C 97.12	콘도97.6	온천장 95.10 콘도 97.9 어쿠아나97.6 피합병 98.6	1차콘도02.5 2차콘도07.7	온천장01.4 수영장03.6 자산매입08.2	준공92.8 개장93.6 피합병07.12	인수계약06 OPEN 08.8 인수비286억	인수계약07.3 G.OPEN 09 인수비158억
소재지	경남 통영시	강원 속초시	전남 화순군	제주 남원읍	충남 아산시	경기 용인	산동성 위헤시	사이판 라오라오
주요 시설	콘도272실 60평26실 27평194실 16평52실	콘도247실 29평10실 27평237실	콘도220실 71평3실 48평3실 35평10실 27평80실 17평124실	콘도242실 80평2실 70평2실 54평6실 29평52실 27평142실 22평8실 18평20실	위터파크 시설 대온천장 실내외풀장 수용인원 3,600명	36홀 클럽하우스 그늘집 실내외풀장 동코스 6,800Y 서코스 6,815Y	18홀 클럽 하우스 골프텔 53실 빌라28실 코스 6,615Y	36홀 클럽 하우스 골프텔 54실 동코스 6,334Y 서코스 6,805Y
	요트장 스포츠센터		대온천장 아쿠아나					

구분	리조트 사업부					골프부문	해외법인	
	충무리조트	설악리조트	화순리조트	제주리조트	스파부문	아시아나	웨이하이	라오라오
매출액 (백만원)	07	9,957	4,219	9,463	3,970	9,531	21,779	6,035 (US\$)
	08	10,533	4,357	9,759	6,897	9,900	22,456	6,326 (천RMB) 6,362 (US\$)
	09	11,080	4,205	8,204	7,766	11,188	22,481	27,249 (천RMB) 4,942 (US\$)
	10	11,600	4,800	9,800	8,200	12,000	23,900	71,492 (천RMB) 9,567 (US\$)
가동율(%) 내장객수	07	68.0%	48.5%	59.8%	64.5%	10,779명	111,742명	63,897명
	08	66.4%	49.0%	59.9%	68.1%	459,677명	106,929명	2,453명 65,247명
	09	73.7%	46.4%	55.8%	76.7%	486,058명	109,813명	14,223명 43,759명
	10	76.1%	46.4%	62.8%	79.6%	501,696명	111,700명	24,720명 54,744명

자료원 : 금호리조트(주) 2011

K리조트는 국내 최고급 종합리조트로서 “한국 휴양형 리조트의 메카”로 일컬어지고 있는 K리조트는 요트, 골프, 숙박을 연계한 상품을 즐길 수 있으며 그룹 계열사와 연계하여 항공, 렌터카등의 편의도 동시에 제공하고 있다.

89년 주식회사 금호개발을 설립, 91년에 놀이공원인 금호패밀리랜드를 개원하였고, 93년에는 아시아나컨트리클럽을 개장하여 본격적인 리조트의 면모를 갖추기 시작하였다. 그리고 94년에는 금호충무마리나리조트 요트장 개장, 97년에 금호충무마리나 콘도미니엄 개장, 98년 금호화순리조트 합병, 02년 금호제주리조트 1차 콘도미니엄 개장하여 사업영역을 확장하였다. 05년 금호개발에서 분리되어 금호산업(주)레저사업부를 신설하면서 독립적인 경영을 하는데 기반을 갖추기 시작했다. 06년에는 금호산업에서 분리, 금호리조트로 법인을 신설하여 사업부가 아닌 계열사로서의 독립적인 경영체제를 시작하면서 활발한 투자활동으로 해외사업 진출, 콘도미니엄 분양, 국내 콘도미니엄 신축 등 대형화되어 왔다.

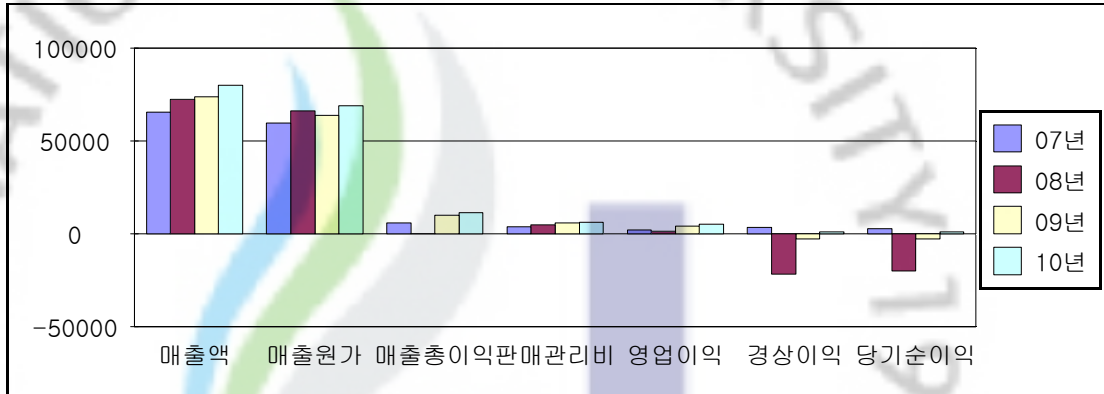
<표3-10> '07년~'10년 약식 K리조트 손익계산서

(단위 : 백만원)

구분	07년	08년	09년	10년
매출액	65,265	72,154	73,583	80,052
매출원가	59,609	66,017	63,567	68,767
매출총이익	5,656	6,137	10,016	11,285
판매관리비	3,589	4,793	5,834	6,277
영업이익	2,067	1,345	4,182	5,008
경상이익	3,189	-21,724	-2,879	1,030
당기순이익	2,709	-20,182	-2,879	1,030

자료원: 금호리조트(주) 2011

<표3-11> K리조트 손익현황('07~10년)



금호아시아나 그룹의 금호리조트(주)는 국내 및 해외사업장을 둔 종합리조트로서 국내 명문 골프장 아시아나 CC, 충남 아산시에 위치한 스파비스, 광주광역시에 위치한 놀이시설인 금호패밀리랜드, 국내 콘도사업장인 충무, 화순, 설악, 제주 리조트, 해외사업장으로는 웨이하이 포인트 골프클럽 등을 보유하고 있다.

다음은 K리조트의 경영실적으로, 매출액은 07년 652억원에서 10년 800억원으로 22.7%나 성장하였다. 이는 소득의 증가로 선택적인 소비지출인 레저비 지출이 늘어났기 때문이라고 풀이된다. 연도별로 입장객수 및 객실 가동율이 늘어나면서 객실/식음 부분의 매출이 크게 상승하였기 때문이다.

07년도에서 10년도 사업장별 매출지표는 아래와 같다.

<표3-12>사업장별 주요 매출지표

구분		2007년	2008년	2009년	2010년
골프 사업부	매출액	21,685	22,456	22,481	23,900
	내장객수	111,739	106,929	109,813	111,700
	충당가	194.1	210.0	204.7	214.0
콘도계	매출액	27,636	31,546	31,255	34,400
	판매수	193,825	216,338	225,335	241,779
	가동율	59.9%	60.9%	63.5%	68.1%
	객당가	142.6	145.8	138.7	142.3
충무	매출액	9,874	10,533	11,088	11,600
	판매수	67,543	64,190	71,246	73,854
	가동율	68.0	66.4	73.4	76.1
	객당가	146.2	164.1	155.5	157.1

구분		2007년	2008년	2009년	2010년
설악	매출액	4,170	4,357	4,205	4,800
	판매수	43,739	44,305	41,954	48,026
	가동율	48.5%	49.0%	46.5%	53.3%
	객단가	95.3	98.3	100.2	99.9
화순	매출액	9,636	9,759	8,204	9,800
	판매수	47,987	48,008	44,739	50,198
	가동율	59.8%	59.9%	56.0%	62.8%
	객단가	200.8	203.3	183.4	195.2
제주	매출액	3,956	6,897	7,766	8,200
	판매수	34,556	59,835	67,396	69,701
	가동율	64.5%	68.1%	76.9%	79.6%
	객단가	114.5	115.3	115.2	117.6
패밀리랜드	매출액	7,298	6,944	6,780	7,500
	입장객수	642,340	551,443	520,811	583,000
스파비스	매출액	8,148	9,900	11,188	12,000
	입장객수	447,547	459,677	486,058	501,696
	총단가	18.2	21.5	23.0	23.9

자료원: 금호리조트(주) 2011

위 표에서 해외사업장을 제외한 이유는 해외사업장은 지주회사 종속회사의 개념으로써 연결재무제표 분석까지 포함을 해야 한다. 이는 논문에서 논의하고자하는 논지에 크게 영향을 미치지 않기 때문에 해외사업장은 분석대상에서 제외한다.

(1) 아시아나CC

아시아나CC는 경기도 용인시 일대에 위치하고 있으며, 93년 6월에 정식으로 개장하였다.

총 동 코스와 서 코스로 나뉘며, 총 57만평에 구성되어 있는 아시아나CC는 국제적 수준의 골프장 시설은 물론, 다양한 오락문화시설을 설치함으로써 도시민들과 휴식과 문화생활을 즐길 수 있는 골프장을 추구하고 있다.

총 35만평 규모의 골프장 지구에 송호 골프디자인에서 설계한 18홀 규모의 회원제 골프장은 93년 6월에 개장하였다. 연간이용객수는 전년대비 1.7% 증가하여, 이용객 수는 크게 증가하지는 않았으나 총 단가의 상승으로 매출액이 15억이 증가하였다.

(2) 충무리조트

충무리조트는 경남 통영시 일대에 위치하고 있으며, 요트는 94년 4월, 콘도는 95년 4월에 개장하였다. 총 272실의 객실을 보유하고 있으며, 요트장과 스포츠센터를 보유하고 있다. 충무사업장은 07년 이후 꾸준히 매출이 증가하는 업장으로 07년 이후 국내 사업장으로는 처음으로 100억을 달성한 사업장이다, 그리고 09년부터 노후화된 객실을 리뉴얼을 시작하면서 투자비가 증가하여 당기의 손익이 감소하였지만 향후 리뉴얼된 객실을 판매하면서 객단가의 상승과 고급시설로 인해 매출액은 증가 할 것으로 판단된다.

(3) 설악리조트

가동율이 상대적으로 낮은 설악리조트는 노후화된 건물에도 불구하고, 09년 대비 10년도 매출액이 14.1% 증가한 48억원을 기록하였다. 건물의 노후화로 타 콘도에 비해 낮은 가격 책정으로 객단가의 하락에도 불구하고, 이용객수의 증가로 전년에 비해 매출액이 상승하였다. 전체매출액에 차지하는 비중은 낮지만, 10년 하반기부터 객실리뉴얼을 시작하면서 변모 중이며, 꾸준한 투자로 매출은 더 상승할 것으로 예상된다.

(4) 제주리조트

제주리조트는 02년 5월 개장, 07년 05월 증축개장하면서 현재 총 242객실과 수영장, 사우나 및 아쿠아나, 노래방등의 부대시설을 갖추고 있다. 그리고 MICE산업을 도입하기에 가장 알맞은 입지와 규모 및 시설을 갖추고 있다. 제주리조트는 최초 설계부터 호텔식 리조트를 추구 하였다. 07년 매출액 39억원에서 10년 매출액 82억으로 3년 사이에 210%의 성장률을 보이고 있으며, 11년 상반기까지 매출액도 전년 대비 100%이상의 매출실적을 달성하였다. 그러나 객실 가동률이 80%를 웃돌아 제주리조트의 시설로는 매출액의 한계가 온 것이라고 판단된다.

제주사업장은 제주특별자치도 서귀포시 남원읍 남원리 2390번지에 위치하고 있으며, 02년 05월 18일에 사업장을 설립하였다. 대지면적 38,768㎡, 건축물 연면적 26,044㎡이며 주요사업으로는 콘도미니엄업, 한식, 대중탕, 슈퍼 등의 사업을 하고

있다. 주요수상 경력으로는 07년 9월 제주지역리조트부문에서 서비스품질지수 1위, 08년 9월 제주지역리조트부문에서 서비스품질지수1위(2년연속), 09년 6월 무재해5배 달성, 09년7월 산업보건 우수사례발표 은상수상, 09년 11월 한국품질경영대상 대통령상 금상 수상, 10년 8월 무재해 6배 달성 등의 대외 활동 및 서비스 품질 향상에 도 꾸준한 노력을 기울이고 있다.

<표3-13> 제주리조트 시설 현황

객실 현황			연회 / 세미나실		부대업장
VIP	80명	2실	구관: 휴니퍼(1층)	1실/100명	구관: 직원식당(1차 운영시 한식당)
로얄 스위트	70명	2실	메이플(지하)	1실/100명	
로얄 스위트 디럭스(5/6층)	54명	6실	올리브(지하)	1실/20명	
스위트	27명	132실	신관: 데포빌(1층)	1실/270명	신관: 한식당(128석)- 최대 160석까지 가능
스위트 디럭스(5/6층)	29명	52실	오키드(1층)	1실/120명	슈퍼마켓(GS25시, 60평)
패밀리	22명	8실	데이지(1층)	1실/60명	아쿠아나(남/녀 락카 각 198개)
	28명	10실			
	18명	30실			
총 객실수		242실		총 6실 (670명)	기타(스넥/호프, 단란주점, 노래방, PC존)
					임대업장 (위계임존, 특산품점, 비지니센터)

자료원 : 금호리조트(주) 금호제주리조트 소개자료 2010

시설현황 중 연회/세미나실의 수용 규모는 실질적으로 관광공사에 발표한 자료보다 더 많은 인원을 수용할 수 있으며, 현재는 단체 관광객 및 일반 여행객만을 대상으로 영업활동을 하지만, 시설적인 면에서는 MICE 산업유치의 성공 가능성은 충분하다고 판단된다.

(5) 패밀리랜드

패밀리랜드는 광주 광역시에 위치하고 있으며, 가족형 놀이시설로서 놀이기종 25종, 관람시설, 공연시설을 보유하고 있으며, 패밀리랜드 내부에 시에서 운영하는 동물원도 포함하고 있다. 연간매출액은 07년 73억, 10년 75억으로 꾸준한 매출을 유지하고 있다. 놀이기종은 상당한 고가품이기 때문에 투자비의 회수기간이 길어 투자하기가 어려움이 따른다. 이는 현금흐름에 악영향을 미치기 때문에 회사의 입장에서는 투자를 꺼리는 요인이 된다. 그리고 패밀리랜드는 11년 6월로 광주광역시와 계약기간이 종료되어 기부채납의 형식으로 광주광역시로 재편입되어 실질적으로 패

밀리랜드의 앞으로의 행보에 따라 투자 여부가 결정될 것 이라고 본다.

(6) 아산스파비스

아산스파비스는 가족단위를 대상으로 한 물놀이 시설로서, 01년 4월에 온천장 개장, 03년 6월에 수영장을 개장하면서 본격적으로 영업활동을 시작하였다. 스파비스는 워터파크시설, 대온천장, 실내외 풀장을 보유하고 있으며, 3,600명을 수용할수 있는 대형 물놀이 시설이다. 07년 매출액은 95억, 10년도 매출액은 120억으로 매출이 상승하는 추세이다. 내장객수의 증가가 매출액의 상승요인으로 분석되며, 수용시설을 더 확장 했을 때 매출액은 꾸준히 상승할 것으로 예상된다.

2)K리조트(제주)의 경영실적

<표3-14> 제주리조트 연도별 손익 현황

(단위 : 백만원)

구분	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년 목표
1. 매출액	3,970	6,897	7,766	9,116	9,750
- 객 실	2,608	4,363	5,030	5,836	5,941
- 부대업장	1,212	2,256	2,393	2,883	3,397
- 아쿠아나	150	278	343	396	412
2. 매출원가	3,740	6,003	6,090	6,865	7,225
(원가율)	94.5%	87.0%	78.4%	75.3%	74.4%
3. 매출총이익	216	895	1,676	2,251	2,525
4. 판매관리비	394	553	541	634	732
5. 영업이익	-178	341	1,135	1,617	1,793

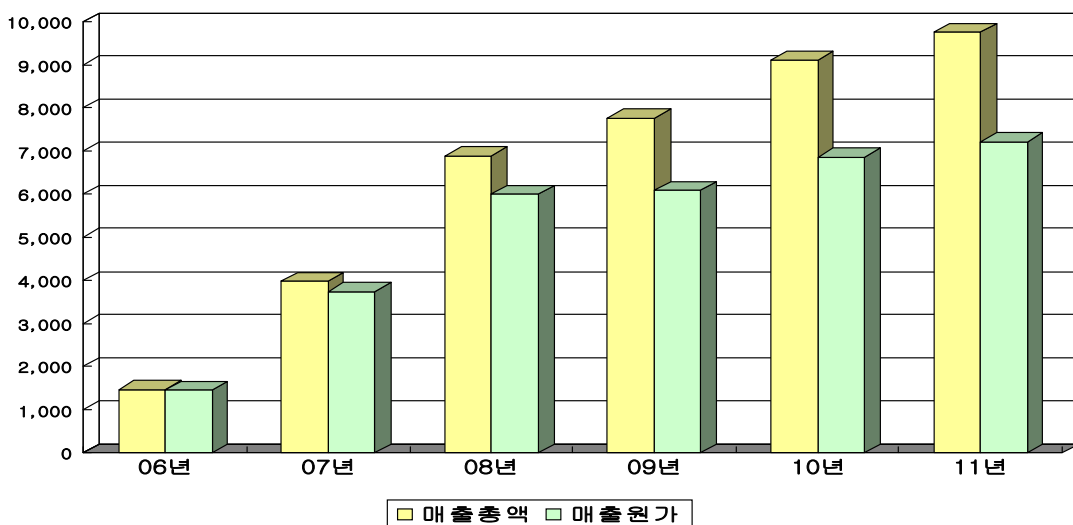
자료원 : 금호리조트(주) 2010

<표3-14>에서 보는 손익자료에서 판관비는 일반적으로 본점의 매출이 발생이 안되기 때문에 사업장별로 매출액 비율에 따라 배부한 금액이다. 실질적으로 사업장에서 계상한 비용은 기업회계기준에 따라 매출원가에 산입하도록 되어 있다. 하지만 제주리조트의 경영실적을 파악하기 위해서는 매출에 수반되는 비용은 구분하여 경영분석을 할 필요성이 있어 일반적으로 판관비에 포함되는 계정과목은 제주사업장의 판관비로 산입한다. 그리고 분석의 대상은 업장운영수입에 관련된 계정만을 다루고 분양매출 및 분양원가는 제외하도록 한다. 이는 분양은 리조트 영업활동과 관계없는 것으로 판단되어 논문에서 논의하고자 하는 MICE 산업이 미치는 영향과

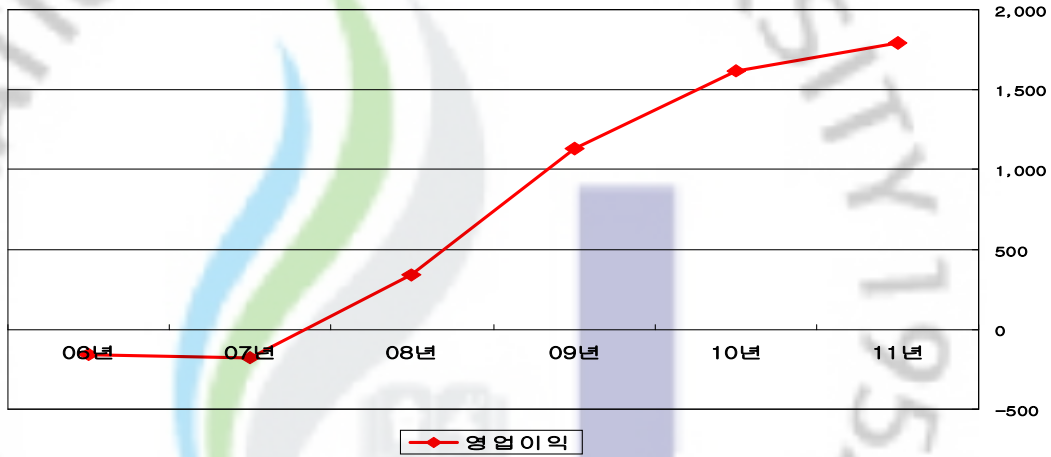
는 관계가 없다고 사료된다.

제주리조트의 경영실적은 07년 이후 꾸준히 상승하고 있다. 07년 개장시점부터 10년까지의 매출액 추이를 살펴보면 매출액 성장률이 146%상승 하였다. 이는 증축 개장하며, 07년도 상반기에는 50객실의 매출실적만 반영되었기 때문이다. 원가율 측면에서 07년도가 타 년도에 비해 상대적으로 높은 것은 공사원가의 반영으로 분석된다. 07년 리조트가 완성되면서 건설중인 자산으로 계상했던 것을 건물 및 원가로 계정 이체시키는 과정에서 공사원가의 계상이 원가율의 증가요인이다. 공사 이후 08년도 이후 실질적인 1회계년도 실적을 보면, 매출액은 07년 대비하여 약 73.7% 상승, 원가율 20.1% 감소하였고 영업이익도 적자에서 08년도 약 3억으로 흑자경영을 시작하여, 10년도에는 약 18억의 흑자를 기록하였다. 하지만 매출액의 추이를 보면 객실부문에서는 상승폭이 감소하고 있고, 부대업장과 아쿠아나(사우나 및 스파시설)는 꾸준한 상승을 하고 있으나 매출액에 미치는 영향은 10년도 까지 미미하다. 이는 단체 여행 및 가족단위 유치의 영업 전략으로 외부에서 모든 여가활동을 마친 후 숙박만을 이용하기 때문이다. 위의 손익현황을 보면 매출액은 꾸준히 상승하여 꾸준한 성장성을 보이지만, 앞으로의 영업 전략을 리조트 내에서 숙박, 식음, 여가까지 유도하는 영업 전략으로 바뀌어야 될 필요성이 있다.

<표3-15> K리조트(주)제주 매출액 및 매출원가 현황



<표3-16> K리조트(주)제주의 영업이익 현황



제주리조트의 년도별 경영실적을 살펴보면 다음과 같다.

①07년도는 상반기인 6월까지 50객실만이 판매 되었고 7월부터는 증축 개장을 하며 기존 50객실 포함 242객실을 판매하기 시작하였다. 상반기까지의 매출액은 정도이며 하반기 매출은 약 31억이다. 적자의 가장 큰 이유 중 하나가 공사원가의 비용대체가 30억으로 나타났다. 이는 매출액의 76.9%를 차지한다. ②08년도는 1 회계 년도의 매출과 투입된 원가가 균형을 이룬 최초년도로서 년 매출액 약 69억을 달성 하였고, 원가율도 07년 대비 7.5% 감소하였다. 영업이익도 적자에서 흑자로 전환되 었다. ③09년도에는 년 매출액이 약 77억 원가율이 75.3%이다. 신종플루의 영향으로 77억이상 매출액을 달성할 수 있었지만, 노쇼 및 취소의 손실로 인한 매출액이 약 10억 이상이었고, 노쇼로 인한 식자재의 부담도 3억이상으로 추정된다. ④ 10년도는 객실가동율이 80% 달하고 매출액의 한계점을 보여준 해였다. 매출액 91억, 매출액 부분에서 부대업장의 매출상승이 눈에 띄며, 객실부분의 매출상승은 미미하다, 업장 자체적인 판매로 인한 매출의 성장은 한계점을 보여준 해이며, 다른 방안을 모색해 야 하는 당면 과제를 제시해 준다.

2. K리포트의 재무분석

재무제표에서 선택하여 나타낼 수 있는 비율은 수없이 많은데, 이 많은 비율들은 여러 가지 방법으로 분류되어 사용된다. 여기서는 가장 자주 사용되는 분류방법인 비율의 의미에 따른 분류에 따라 설명한다.

비율이 나타내는 의미를 기준으로 다음과 같은 네 가지로 분류하였다.

- 유동성비율(liquidity ratio): 짧은 기한(보통1년) 내에 갚아야 되는 채무를 지급할 수 있는 기업의 능력을 측정하는 비율들
- 레버리지비율(leverage ratio): 부채성 비율이라고도 하며, 기업의 타인자본 의존도와 타인자본이 기업에 미치는 영향을 측정하는 비율들
- 활동성비율(activity ratio): 자산의 물리적 이용도를 측정하는 비율들
- 수익성비율(profitability ratio): 경영의 총괄적인 효율성의 결과를 매출에 대한 수익이나 투자에 대한 수익으로 나타내는 비율들

<표3-17>분석자료

구 분		
유동성비율	유동비율	유동자산/유동부채*100
	당좌비율	(유동자산-재고자산)/유동부채*100
레버리지비율	부채비율	타인자본/자기자본*100
	이자보상비율	영업이익/이자비용*100
활동성비율	재고자산회전율	매출액/재고자산*100
	매출채권회전율	매출액/외상매출금*100
	총자산회전율	매출액/총자산*100
수익성비율	총자본순이익률	세전순이익/총자본(총자산) ⁶⁾ *100
	매출액순이익률	순이익/매출액*100
	자기자본순이익률	순이익/자기자본*100

6)세후순이익을 쓰는 것이 보통이나, 우리나라에서 발표된 자료가 거의 세전으로 되어 있기 때문에 세전순이익을 사용하였다. 그러나 ROI는 세후순이익을 총자산으로 나눈 것으로 사용하는 경우가 더 일반적이다.

i) 유동성비율

유동성(liquidity)은 보통기업이 단기부채를 상환할 수 있는 능력으로 정의된다. 엄밀히 말하자면 유동성이란 기업이 현금을 동원할 수 있는 능력이라 할 수 있다. 이러한 유동성을 보여주는 비율들을 유동성 비율이라 하며, 기업에 돈을 빌려준 채권자들이 가장 중요시하는 비율이다. 유동성비율로는 유동비율과 당좌비율이 대표적이다.

첫째, 유동비율(current ratio)은 대차대조표상에 있는 유동자산을 유동부채로 나눈 것이다. 유동자산에는 현금, 시장성 있는 유가증권, 외상매출금과 재고자산 등이 포함되며, 유동부채에는 장기부채 중 1년 내에 만기가 되는 부분과 외상매입금등 단기부채, 그 밖에 미지급비용(accrued expenses)등이 포함된다. 유동비율은 기업의 유동성을 측정하는데 가장 많이 사용되는 비율이다.

둘째, 당좌비율(quick ratio)은 산성시험비율(acid test ratio)이라고도 하는 것으로, 유동자산 중에서 재고자산을 뺀 부분을 나눈 것이다. 유동자산 중에서 재고자산은 유동성이 가장 낮은 항목일 뿐만 아니라 처분할 때에도 손실을 입을 위험이 크다. 그러므로 기업이 재고자산을 처분하지 않고서도 단기부채를 갚을 수 있는가가 중요하다. 이런 의미에서 당좌비율은 유동비율보다 더 엄격히 유동성을 측정하는 비율이다.

ii) 레버리지비율

레버리지비율은 부채성비율이라고도 하며 기업이 타인자본에 의존하고 있는 정도를 나타내는 비율이며, 특히 장기부채의 상환능력을 측정하는 것이다. 이와 관련된 비율에는 여러 가지가 있으나 여기서는 두 가지만 살펴보도록 한다. 하나는 재무상태표상에서 볼 수 있는 비율로서 자기자본에 비하여 타인자본이 얼마나 되는가하는 정적 개념(static concept)의 성격을 지니는 것이며, 다른 하나는 손익계산서상에서 찾을 수 있는 비율로서 기업의 영업이익(operating income)이 부채로 인한 금융비용의 지출을 어느 정도 감당할 능력이 있느냐 하는 동적 개념(dynamic concept)의 성격을 지니는 것이다. 이 두 레버리지비율은 서로 보완적이므로, 재무분석을 할 때에는 두 비율을 살펴보는 것이 바람직하다고 판단된다.

첫째, 부채비율(debt to equity ratio)은 총자본을 구성하고 있는 자기자본과 타인자본의 비율을 말하는 것으로, 부채비율 계산 시 타인자본에는 유동부채·장기차입금·사채 등을 모두 포함하는 것이 보통이다.

둘째, 이자보상비율(times interest earned or interest coverage ratio)은 타인자본의 사용으로 발생하는 금융비용, 즉 이자가 기업에 어느 정도 압박을 가져오는가를 보기 위한 것이다. 기업의 영업이익이 매년 지급해야 할 금융비용의 몇 배에 해당하는가를 나타내는 비율이 바로 이자보상비율이다.⁷⁾

iii) 활동성비율

활동성비율이란 기업이 소유하고 있는 자산들을 얼마나 효율적으로 이용하고 있는가를 측정하는 비율이다. 이와 같은 비율들은 매출액에 대한 각 중요자산의 회전율로 표시되는 것이 보통이다.

첫째, 재고자산회전율(inventory turnover)은 매출액을 재고자산으로 나눈 값으로, 재고자산이 한 회계연도, 즉 1년 동안에 몇 번이나 당좌자산(현금 또는 매출채권)으로 전환되었는가를 측정하는 것이다. 재고자산회전율이 낮다는 것은 매출액에 비하여 과도한 재고를 소유하고 있다는 것이며, 높다는 것은 적은 재고자산으로 생산과 판매 활동을 효율적으로 수행하고 있다는 뜻이다.

둘째, 매출채권회전율(receivable turnover)은 매출액을 외상매출금으로 나눈 값이다. 같은 매출액에 비하여 외상매출금이 적을수록 매출채권관리를 잘하고 있다고 볼 수 있으므로, 매출채권회전율은 클수록 좋다.

셋째, 총자산회전율(total assets turnover)은 매출액을 총자산으로 나눈 것이다. 총자본은 자기자본과 타인자본을 합한 것으로서 총자산과 같은 크기를 가지므로 총자산회전율은 총자본회전율이라고도 한다. 이 비율은 기업이 총자본(또는 총자산)이 1년에 몇 번이나 회전하였는가를 나타내므로 기업이 사용한 총자산의 효율적인 이용도를 종합적으로 표시하는 것이다. 총자산회전율이 높으면 유동자산·고정자산등이 효율적으로 이용되고 있다는 것을 뜻하며, 이 회전율이 낮으면 과잉투자과 같은

7) 영업이익 대신에 현금흐름표상의 '영업활동으로 인한 현금흐름'을 이용하여 이자보상비율을 측정하기도 한다.

비효율적인 투자를 하고 있음을 의미한다.

iv) 수익성비율

기업의 수익성은 기업의 여러 가지 의사결정의 종합적 결과로서 나타나는 것이다. 앞에서 설명한 비율들은 기업이 어떻게 운영되고 있는가를 부분적으로 고려하고 있는데 반하여, 수익성비율은 기업의 모든 활동이 종합적으로 어떤 결과를 나타내는가를 측정한다.

첫째, 총자본순이익률(net profit to total asset)은 순이익과 총자본(총자산)의 관계를 나타내는 것으로서 기업의 수익성을 대표하는 비율이다. 이 비율은 투자수익률(return on investment)이라고도 하며, 간단히 ROI로도 쓰인다. 이 ROI를 이용하여 재무통제를 하는 방법이 널리 이용된다.

둘째, 매출액순이익률(net profit to sales)은 순이익을 매출액으로 나눈 것으로 매출액 1원에 대한 순이익이 얼마인가를 나타낸다. 보통 매출마진(margin on sales)이라는 용어를 많이 쓴다. 이 비율은 기업의 영업활동의 성과를 총괄적으로 파악하는 비율이라 할 수 있다.

셋째, 자기자본순이익률(net profit to worth)은 순이익을 자기자본으로 나눈 것으로, 1원의 자기자본으로 순이익을 얼마만큼 발생시켰는가를 나타낸다.

vii) K리조트(주)제주의 재무제표

<표3-18> K리조트(주)제주의 년도 별 약식 재무상태표⁸⁾

(단위 : 백만원)

구분	07년	08년	09년	10년
자산				
유동자산	944	565	353	406
당좌자산	751	450	284	300
재고자산	192	114	68	105
비유동자산	38,594	21,225	30,768	30,730
자산총계	39,538	32,790	31,122	31,136

8) 재무상태표에서 자산과 부채와 자본총계의 합이 일치하지 않는 것은 본지점간의 예수보증금(콘도분양대) 계정처리 때문으로 위의 재무상태표에서는 예수보증금(콘도분양)계정을 제외하고 측정한다.

부채				
유동부채	640	750	432	616
비유동부채	13,008	16,863	23,573	30,043
부채총계	13,649	17,916	24,005	30,659
자본				
자본총계	8,598	13,944	16,886	20,182

<표3-19>K리조트(주)제주의 년도 별 손익계산서

(단위 : 백만원)

구분	07년	08년	09년	10년
매출액	3,956	6,889	7,730	9,052
매출원가	3,340	5,437	5,424	6,111
매출총이익	615	1,452	2,306	2,934
판매비와관리비	394	553	541	634
영업이익	221,906	899	1,765	2,300
영업외비용	1,200	2	8	24
영업외수익	637	8	1	
경상이익	-977	905	1,757	2,276
법인세비용		175	362	476
당기순이익	-977	730	1,395	1,799

<표3-20>재무분석('07~10)

구분	비율	07년	08년	09년	10년
유동성비율	유동비율	147.4%	75.2%	81.8%	65.9%
	당좌비율	117.33%	59.99%	65.83%	48.79%
레버리지비율	부채비율	158.74%	126.32%	142.16%	151.91%
	이자보상비율	320%	30%	60%	100%
활동성비율	채고자산 회전율	20.6	59.9	112.0	85.3
	매출채권회전율	5.3	15.3	27.2	30.1
	총자산회전율	0.1	0.21	0.25	0.29

수익성율	총자본 순이익률	-2.47%	2.23%	4.48%	5.78%
	매출액 순이익률	-24.2%	10.6%	18.0%	19.88%
	자기자본 순이익률	-11.37%	5.24%	8.26%	8.92%

① 유동성비율

유동비율이 07년도에는 147.4%에서 계속 감소하면서 10년도에는 65.9%까지 감소됨을 알 수 있다. 이처럼 유동비율이 낮아졌다는 것은 k리조트의 단기부채지급능력이 낮다는 것을 뜻한다. 이것은 단기부채를 제공한 채권자의 입장에서 바람직하지 못한 현상이라 할 수 있다. 그러나 경영자 입장에서는 다른 결론을 내릴 수 있다. 유동자산은 높은 수익을 가져오는 자산이 아니기 때문에 유동자산이 많을 경우 수익성이 낮아질 우려가 있다. 이는 유동자산을 다른 곳에 투자하여 수익창출의 기회를 만들고 있다고도 해석되어질 수 있다. k리조트 경우에는 유동비율이 급격하게 낮아져 유동성의 압박을 받을 수 있다고 판단된다.

당좌비율을 보면, 당좌비율 역시 07년도 이후 급격히 낮아짐을 알 수 있다. 이는 08년도~10년도까지 유동자산 중 재고자산이 차지하는 비중이 많아졌다는 것을 나타낸다.

② 레버리지비율

부채비율을 보면, 07년도부터 10년도까지 거의 비슷한 수준을 보이고 있다. 채권자의 입장에서는 부채비율이 낮을수록 좋다. 부채비율은 항상 낮은 것이 좋다고는 할 수 없다. 부채비율이 높다는 것은 타인자본이 많다는 것을 의미한다. 부채사용에 따른 비용보다는 큰 수익이 예상될 때 회사에 돌아오는 이익이 커질 수 있기 때문이다. 하지만 k리조트는 수익에 비해 부채비율이 높다. 자기자본보다 타인자본으로 경영을 한다는 것은 분명 위험성을 가지고 있다고 판단된다.

07년도에는 당기순이익이 적자였고, 금융비용의 압박이 매우 컸다는 것을 알 수 있고 08년 이자보상비율이 감소추세에서 10년도에 이상보상비율이 100%로 금융비

용에 대한 압박이 크다는 것을 알 수 있다.

③ 활동성 비율

재고자산회전율은 점점 높아지다가 10년도에 다시 낮아지는 것을 볼 수 있다. 재고자산회전율이 높다는 것은 적은 재고자산으로 생산과 판매활동을 효율적으로 수행하고 있다는 것을 뜻한다. K리조트는 09년에 매출액 대비하여 재고자산으로 적어 판매활동이 가장 활발했다고 할 수 있다.

K리조트의 매출채권회전율은 높아짐을 볼 수 있다. 이는 매출액은 증가하지만, 채권관리를 잘하고 있다고 판단된다.

총자산회전율은 전체적으로 상당히 낮지만, 회계연도가 지날수록 높아지고 있다. 이는 투자의 효율성이 좋아지고 있다고 판단된다.

④ 수익성비율

총자본순이익률은 점차 호전되어 가고 있다. K리조트는 투자의 수익성이 좋아지고 있다는 것을 보여준다.

매출액순이익률을 보면, 꾸준히 높아지다가 10년도에는 19.88%로 수익성이 상당히 좋아지고 있음을 보여준다.

자기자본순이익률도 역시 꾸준히 높아지고 있다. 이는 자본을 효율적으로 이용하고, 있다고 판단은 되나, 부채비율이 높은 것을 보면, 차입에 비해 타인자본운용이 적절치 못했다고 판단될 수도 있다.

3. K리조트 MICE 산업 도입효과

향후 제주의 관광산업은 MICE산업의 유치에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 전 세계적으로 컨벤션 산업을 육성하면서, MICE산업의 유치가 보편화 되어 가고 있다. MICE관련 인센티브와 회의시설도 크게 늘어날 것으로 전망된다.

특히 제주도는 지방자치단체와 기업들을 중심으로 MICE산업의 활성화에 앞장서고 있는 실정이다. 이점에서 K리조트도 지역사회와 국가의 정책에 맞추어 영업전략방

안을 기존의 일반여행사, 학생단체, 골프 중심의 영업전략에서 고부가가치를 창출할 수 있는 컨벤션 쪽으로 영업전략을 수정해야 될 것으로 요구된다. 이 절에서는 K리조트의 11년도~15년도 5개년의 재무제표를 추정하고, 추정된 수치를 재무분석한다.

그리고, MICE산업을 도입했을때의 추정재무제표를 작성하여 도입전의 재무제표와 도입 후의 재무제표를 비교 분석하여 재무분석비율의 변화를 보여줌으로서 K리조트가 앞으로 나아가야 할 방향을 제시하고자 한다.

<표3-21>K리조트의 추정손익계산서('11년~'15년)

(단위 : 백만원)

구분	11년	12년	13년	14년	15년
매출액	9,750	10,254	10,783	11,339	11,924
-객실	5,941	6,563	6,901	7,257	7,631
객실가동율	86.3%	88.4%	90.5%	92.8%	94.7%
-부대업장	3,397	3,251	3,418	3,594	3,780
-아쿠아나	412	441	464	488	513
매출원가	7,255	7,630	8,023	8,438	8,873
매출총이익	2,495	2,624	2,760	2,901	3,051
판매비	732	718	755	794	835
영업이익	1,763	1,907	2,005	2,108	2,216
영업외비용	1,044	1,045	1,046	1,048	1,049
경상이익	719	861	958	1,060	1,167
법인세	178	210	231	253	277
당기순이익	541	652	727	807	890

손익계산서 추정 시 객실은 07년도부터 10년도까지의 평균 객실가동률 증가분인 2.1%를 적용하였고, 물가상승률 3%적용 판매비와관리비는 매출액대비 평균 점유율인 7%를 적용하여 추정하였다. 이자비용의 경우는 국세청에서 제시한 이자율인 3.4%를 적용하여 산출하였다. 위의 추정손익계산서는 분양매출을 제외한 수치이고, 매출원가 중에서 분양원가와 본 지점 회계처리 분은 제외하여 추정 하였다.

<표3-22>K리조트의 추정재무상태표('11년~'15년)

(단위 : 백만원)

구분	11년	12년	13년	14년	15년
자산					
유동자산	438	460	484	509	535
당좌자산	324	341	358	377	396
채고자산	114	120	126	132	139
비유동자산	30,422	30,118	29,817	29,518	29,223
자산총계	30,860	30,578	30,301	30,028	29,759
부채					
유동부채	664	698	734	772	812
비유동부채	30,044	30,044	30,044	30,044	30,044
부채총계	30,708	30,742	30,778	30,816	30,856
자본					
자본총계	20,723	21,375	22,102	22,909	23,799

추정의 근거는 매출액 대비 비율로서 추정하였다. 2010년도 매출액 대비하여 유동 자산은 4.49%, 비유동자산은 95.51%로 분포된 것을 알 수 있다. 이를 기준으로 추정손익계산서상의 추정 매출에 반영하여 자산의 분포를 추정하였다.

부채의 경우 유동부채 역시 매출액 대비하여 6.81% 분포비율로서 산출하였고 비유동부채는 본점과지점간의 회계처리에서 예수보증금에 대한 회계처리를 반영하지 않았으므로 10년 실적을 그대로 대입하였다. 그리고 리조트 산업에서 비유동부채 대부분이 예수보증금이며, 만기상환이 10년에서 15년 상품이므로 07년도에 증축개장을 감안하면, 변동이 없을 것이라고 추정된다. 자본의 경우도 주식의 분포와 이동이 본점과 지점 간에 변동에 대한 회계처리를 반영하지 않고 있어 단순히 당기순이익만을 자본에 이익잉여금으로만 산입하여 추정하였다.

<표3-23>추정재무제표 비율분석('11년~'15년)

구분	11년	12년	13년	14년	15년
유동비율	66%	66%	66%	66%	66%
당좌비율	49%	49%	49%	49%	49%
부채비율	124.8%	104.2%	88.9%	76.5%	67.3%
이자보상비율	672.6%	712.5%	736.5%	811.9%	786.9%

재고자산회전율	85.55	85.58	85.58	85.58	85.58
매출채권회전율	30.11	30.11	30.11	30.11	30.11
총자산회전율	0.49	0.52	0.55	0.59	0.61
총자본순이익률	7.37%	8.40%	8.89%	9.35%	9.79%
매출액순이익률	5.55%	6.36%	6.75%	7.11%	7.47%
자기자본순이익률	2.61%	3.05%	3.29%	3.52%	3.74%

① 유동성비율

추정 재무제표의 유동성비율을 살펴보면, 11년 추정부터 15년 추정까지 66%로 유동비율이 동일함을 알 수 있다. 이는 자산 추정 시 매출액 기준으로 추정하였기 때문에 같은 결과 값이 나왔다고 생각된다. 허나 이절에서는 년도 별 비율분석을 비교하는 것이 아니기 때문에 유동비율 추정연도가 66%, 당좌비율 49%로 동일한 결과 값이 나와도 MICE산업의 도입효과를 재무제표상에서 도출하는데에는 문제가 없다고 생각된다. K리조트는 11년부터 15년까지 추정한 결과 단기부채의 지급능력이 낮다는 것을 뜻한다.

② 레버리지비율

부채비율을 보면 11년에서 15년으로 갈수록 점차 낮아지는 현상을 볼 수 있다. 이는 당기순이익의 증가로 이익잉여금이 증가하여 자본의 증가로 이어졌고, 비유동부채는 예수보증금의 만가상환일이 10년~15년이므로 부채의 변동의 거의 없었기 때문이라고 판단된다. 유동부채의 증가도 매출액대비 하여 추정하였으므로 그 증가분은 미약하다고 볼 수 있다. 자기자본에 의해 수익창출을 한다고 판단된다.

이자보상비율을 보면, 영업이익의 증가로 금융비용의 압박을 거의 영향을 받지 않는다고 판단된다.

③ 활동성 비율

재고자산회전율을 보면, 5개년도 모두 약85회 정도의 회전율을 보인다. 이는 1년 동안 재고자산이 약 85회 정도 당좌자산으로 전환되었다고 볼 수 있다. 이는 판매 활동을 효율적으로 수행했다고 판단된다.

매출채권회전율도 역시 약30회 정도의 회전율을 보이는 것을 알 수 있다. 이는 매

출채권이 회수가 잘되어 매출채권관리를 효율적으로 수행한다고 볼 수 있다.

총자산회전율을 보면, 점진적으로 회계연도가 지날수록 좋아지고 있지만, 전체적으로 K리조트의 총자산회전율은 낮은 편이다. 과일투자와 같은 투자비가 비효율적으로 운영되고 있음을 의미한다.

④ 수익성비율

총자본순이익률은 2010년 2.78%에서 2011년 7.37% 그리고 9.79%까지 올라가는 것으로 추정을 하였지만 손익계산서상에 객실가동율을 보면 약94%에 달하는 가동율에도 9.79%의 총자본대비순이익을 기록 하였다. 실질적으로 94%란 항공, 기상 등의 이유로 거의 불가능한 수치이며, 이는 더 이상 현재의 상태로는 수익성 비율이 좋아질 수 없다는 것을 의미하기도 한다. K리조트는 투자대비 수익성은 양호한 상태를 보여준다.

매출액순이익률을 보면, 15년 만에 7%이상의 수익률을 보인다. 이는 기업의 영업활동 성과를 총괄적으로 파악하는 비율로 K리조트는 영업활동의 수익성이 좋아지고 있다고 판단된다.

자기자본순이익률도 K리조트는 능률적으로 운영을 하고 있고, 타인자본도 적절히 사용하고 있다고 판단된다.

현재 K제주리조트의 MICE 산업의 유치실적에 대한 자료는 없는 상태이며, 추정의 근거는 규모의 비율로서 추정을 하고자 한다.

<표3-24>K제주리조트 MICE산업의 추정근거

(단위 : 천원)

법인명	수용인원	수용비율	수용실적	추정수용인원	1인당지출경비	매출증대효과
K리조트	670	3.48%	57,827	2,011	2,785 (2,478\$)	5,602,415
제주전체	19,263	100%	57,827	57,827	2,785 (2,478\$)	161,073,000

제주지역 지방자치단체, 호텔, 리조트 등의 전체 수용인원은 19,263명이다. 이중 K

제주리조트가 670명을 수용한다, 이를 근거로 수용비율인 3.48%를 산출해 낸 후 2010 제주관광공사에서 발표한 제주지역 컨벤션 분야의 참가자인원 57,827명에 수용비율을 반영하여 추정수용인원 2,011명을 산출해 냈다. 그리고 ICCA에서 발표한 MICE 참가자 1인당 지출경비인 2,478\$ 반영하여, 매출증대효과로 약 56억을 산출해 냈다.

그리고 K제주리조트의 2010년 재무제표에 매출액 점유율 반영하여 11년도에 56억을 배부시켰고 12년도부터는 물가상승률을 반영하여 매출액을 3%씩 증가하여 추정매출액을 도출하였다.

<표3-25>K제주리조트의 매출액 점유율

(단위 : 백만원)

구분	2010년	점유율	MICE 도입 시 매출증대 효과
매출액	9,116	100%	5,602
-객실	5,836	64.00%	3,585
-부대업장	2,883	31.70%	1,776
-아쿠아나	396	4.30%	241

각 부문별로 대입시킨 결과, 객실부문 3,585백만원, 부대업장 1,776백만원, 아쿠아나 241백만원 매출증대 효과가 유발 되었다. 그리고 물가상승률 3%를 적용하여 매출증대에 반영하여 11년~15년까지의 매출을 추정하였다 추정한 결과 11년 매출액 약 150억, 12년 매출액 약 160억, 13년 매출액 약167억, 14년 매출액 약 179억, 15년 매출액 약 182억의 추정결과 나왔고 MICE산업의 매출증대효과는 매우 크다고 판단된다. 그 효과에 대해서는 아래의 표를 분석하여 그 결과 값으로 입증하도록 하겠다.

<표3-26>MICE 산업 도입 시 추정손익계산서

(단위 : 백만원)

구분	11년	12년	13년	14년	15년
매출액	15,352	16,024	16,726	17,991	18,229
-객실	9,526	10,255	10,704	11,174	11,666
-부대업장	5,173	5,080	5,302	5,535	5,779

-아쿠아나	653	689	719	751	784
매출원가	7,473	7,858	8,264	8,691	9,140
매출총이익	7,879	8,166	8,462	8,770	9,090
판매비	1,075	1,122	1,171	1,222	1,276
영업이익	6,805	7,044	7,291	7,547	7,813
영업외비용	1,057	1,059	1,060	1,062	1,064
경상이익	5,748	5,985	6,231	6,485	6,750
법인세	1,284	1,337	1,391	1,447	1,505
당기순이익	4,463	4,649	4,840	5,039	5,245

MICE산업의 매출증대효과는 <표3-24>에 나와 있는 표를 근거로 산출하였고, 부문별로는 <표3-25>에 근거하여 표시된 비율대로 부문별로 배부하여 매출액을 도출하였다. 당기순이익은 11년부터 15년까지 각각 4,003백만 원, 4,174백만 원, 4,352백만 원, 4,536백만 원, 4,737백만 원이 증가한 것을 볼 수 있다

<표3-27>MICE 산업 도입 시 추정재무상태표

(단위 : 백만원)

구분	11년	12년	13년	14년	15년
자산					
유동자산	898	935	973	1,012	1,054
당좌자산	784	815	847	880	914
재고자산	114	120	126	133	139
비유동자산	30,422	30,118	29,817	29,518	29,223
자산총계	31,320	31,052	30,789	30,531	30,277
부채					
유동부채	664	698	734	772	812
비유동부채	30,044	30,044	30,044	30,044	30,044
부채총계	30,708	30,742	30,778	30,816	30,856
자본					
자본총계	20,723	21,375	22,102	22,909	23,799

추정 재무상태표를 보면 매출액 상승으로 인한 당좌자산의 증가와 당기순이익의

증가로 인한 자본금의 증가를 볼 수 있다.

<표3-28> 재무분석(MICE산업 도입 전 후 비교)

구분		11년	12년	13년	14년	15년
유동비율	후	110%	109%	109%	108%	108%
	전	66%	66%	66%	66%	66%
	증감	+44%	+44%	+44%	+44%	+44%
당좌비율	후	93%	92%	92%	91%	91%
	전	49%	49%	49%	49%	49%
	증감	+44%	+43%	+43%	+42%	+42%
부채비율	후	126.1%	106.3%	91.4%	79.7%	70.4%
	전	124.8%	104.2%	88.9%	76.5%	67.3%
	증감	+1.3%	+2.1%	+2.5%	+3.2%	+3.1%
이자보상비율	후	643.8%	665.4%	687.7%	710.7%	734.6%
	전	672.6%	712.5%	736.5%	811.9%	786.9%
	증감	-28.8%	-47.1%	-48.8%	-101.2%	-52.3%
재고자산회전율	후	85.55	85.55	85.55	85.55	85.55
	전	85.55	85.55	85.55	85.55	85.55
	증감	0	0	0	0	0
매출채권회전율	후	15.83	15.93	16.03	16.12	16.23
	전	30.11	30.11	30.11	30.11	30.11
	증감	-14.28	-14.18	-14.08	-13.99	-13.88
총자산회전율	후	0.49	0.51	0.54	0.57	0.60
	전	0.49	0.52	0.55	0.59	0.61
	증감	0	-0.01	-0.01	-0.02	-0.01
총자본순이익률	후	37.44%	37.35%	37.25%	37.14%	37.03%
	전	7.37%	8.40%	8.89%	9.35%	9.79%
	증감	+30.07%	+28.95%	+28.36%	+27.79%	+27.24
매출액순이익률	후	29.07%	29.01%	28.94%	28.86%	28.77%
	전	5.55%	6.36%	6.75%	7.11%	7.47%
	증감	+23.52%	+22.65%	+22.19%	+21.75%	+21.30%
자기자본순이익률	후	18.11%	15.87%	14.18%	12.86%	11.81%
	전	2.61%	3.05%	3.29%	3.52%	3.74%
	증감	+15.5%	+12.82%	+10.89%	+9.34%	+8.07%

① 유동성비율

유동비율은 MICE 산업으로 인해 11년~15년까지 각각 44%씩 증가하였다. 이는 MICE 산업의 도입으로 인해 단기부채능력이 향상되었고, 유동성이 좋아졌다고 판단된다.

당좌비율 역시, MICE산업 도입 후 40%이상 증가하는 효과가 나타났다. 재고자산은 유동자산 중 유동성이 가장 낮은 항목일 뿐 만 아니라 처분할 때에도 손실의 위험이 크다. 그러므로 재고자산을 처분하지 않고서도 단기부채를 갚을 수 있는가 중요하다. 이런 의미에서 당좌비율은 유동비율보다 더 엄격하게 유동성을 측정한다. 당좌비율이 40%가 증가 했다는 것은 재고자산을 효율적으로 관리하고 있다는 의미이기도 하다. MICE산업의 도입효과로 인하여 재고자산의 비율이 상대적으로 낮아졌기 때문이라고 판단된다.

② 레버리지비율

부채비율은 5개년도 증감을 보면 1.3%~3.2%까지 증가된 현상이 나타난다. 이는 유동부채의 증가로 타인자본이 증가한 것으로 사료된다. 하지만 타인자본의 증가에 비해 수익성은 크게 향상되어 자본이 효율적으로 운용됐다고 판단된다.

이자보상비율 역시 부채의 증가로 인하여 이자비용의 증가율이 영업이익의 증가율보다 높았기 때문이라고 생각된다. 하지만 절대적인 영업이익의 차이는 MICE산업 도입 후 매우 많이 상승했다고 볼 수 있다.

③ 활동성비율

재고자산회전율은 거의 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 이는 매출액의 증가율과 재고자산의 증가율이 같음을 의미하며, 리조트산업 특성상 재고자산은 원재료, 저장품, 상품, 소모품등 유사계정만을 사용하기 때문에 실질적으로 바로 원가투입되거나 상품화되어 판매된다고 볼 수 있다. MICE 산업 도입이 매출액을 많이 상승시켰지만 매출에 수반되는 재고자산도 그만큼 상승시키는 요인이 되었다고 할 수 있다.

매출채권회전율을 보면, 당좌자산의 증가로 인해 회전율이 MICE산업 도입전보다 감소하였지만 이는 유동성 증가 측면에서 도입효과를 충분히 충족시킨다고 판단된다.

총자산회전율을 보면, 재무상태표상에 총자산은 당좌자산의 증가와 비유동자산의 감가상가비 계상에 따른 감소가 나타난다. 비유동자산은 MICE산업의 도입과는 관련이 없는 계정으로 MICE산업의 도입은 당좌자산을 증가시켜 도입 전 과 거의 비

슷한 비율이 나타났다고 볼 수 있다.

④ 수익성비율

MICE산업의 효과는 수익성 비율에서 가장 크게 나타난다. 총자본순이익률은 5개년도 30%이상 증가되었으며, 매출액순이익률도 5개년도 모두20%이상의 증가를 보이며, 자기자본순이익률 역시 큰 폭으로 상승해 수익성이 크게 향상 되었다. 수익성 비율은 기업의 여러 가지 의사결정의 결과로서 나타나는 최종 결과물이다. 이는기업의 모든 활동이 종합적으로 나타내는 수치에 대한 비율로 기업이 가장 중요시 해야 할 비율이다.

제4장 결 론

제1절 결과요약

본 연구의 목적은 급격하게 변화하는 리조트 산업에서 K리조트가 이미 매출액에 한계점에 도달한 상태에서 수익창출의 영업전략 방안으로 MICE산업을 도입하여 재무제표상에 나타나는 현상을 비교·분석하여 K리조트가 앞으로 나아가야 할 방향을 제시하는데 있다. K리조트의 재무분석한 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, K리조트의 추정재무제표에 MICE 산업을 도입하여 유동성비율을 산출한 결과, 유동성이 매우 호진된 것으로 나타났다. K리조트의 도입 전 유동성비율은 5개년 동안 66% 수준에 머물렀지만 MICE산업 도입 후의 유동성은 약 110%정도로 상승하여 약 44%의 증가되는 효과를 가져왔다. 특히 당좌비율이 증가하여 단기부채능력이 매우 좋아졌다고 볼 수 있다.

둘째, K리조트의 추정재무제표에 MICE산업을 도입하여 레버리지비율을 분석한 결과, 부채비율은 소폭 감소하여서, 안정성의 문제가 제기 될 수도 있자만, 부채비율의 감소원인은 매출액의 증가로 인해 당기순이익이 상승하면서 자기자본이 증가되어 부채비율 감소된 것을 알 수 있다. 이는 차입금등의 타인자본에 의존하지 않

고 자기자본으로 경영을 하여 수익을 창출한다고 해석할 수 있다.

셋째, K리조트의 추정재무제표에 MICE산업을 도입하여 활동성비율을 분석한 결과, 재고자산회전율, 매출채권회전율, 총자산회전율은 변화가 없다고 볼 수 있다.

재고자산회전율은 매출액의 증가비율과 재고자산의 증가비율의 일치하여 나타나는 현상이며, 리조트 산업의 특성상 많은 재고자산을 보유하고 있지 않기 때문에 나타나는 결과이며, 매출채권회전율은 매출액의 증가비율만큼 당좌자산의 외상매출금도 증가되었기 때문이다. 총자산회전율 또한 MICE산업의 도입이 자산의 증가 또는 감소를 가져오지는 않기 때문에 거의 변화가 없다고 볼 수 있다.

넷째, K리조트의 추정재무제표에 MICE산업을 도입하여 수익성비율율을 분석한 결과, K리조트에 가장 큰 변화가 나타난 것은 수익성이라고 판단된다. 총자본순이익률은 11년~15년 5개년 동안 각각 약 30% 정도의 수익률 증가를 가져왔고, 매출액순이익률은 20%이상의 수익률, 자기자본순이익률도 약 10%이상의 수익률 향상의 결과가 도출 되었다. 수익성비율의 경우 기업의 여러 가지 의사결정의 종합적인 결과로서 나타나는 것이다. 앞에서 분석한 세 가지 비율은 기업이 어떻게 운영되는가를 부분적으로 고려하지만 수익성 비율은 K리조트의 MICE산업의 도입효과를 종합적으로 측정하는 역할을 한다.

제2절 시사점 및 한계점

지금까지의 분석한 결과를 종합해보면, K리조트는 유동성비율, 레버리지비율, 활동성비율, 수익성비율 모두 MICE산업을 도입한 후 도입 전 보다 회사의 경영상태가 양호해 진다는 것을 알 수 있었다. 또한 이러한 MICE산업의 도입 결과가 단기간에 이루어 질 수 없다는 것도 알 수 있다. K리조트는 수익을 증대시키기 정부와 해당기관과의 연계 및 정책적, 제도적 지원의 뒷받침도 필요하지만, K리조트 내부에서의 MICE산업에 대한 의식을 고취시키고, 기존의 숙박만을 위한 영업전략을 수정하여 MICE산업대해 이해하고 투자를 확대하여야 치열한 리조트산업의 생존경쟁에서 살아남을 수 있을 것이라 생각된다.

본 연구의 한계점을 다음과 같이 제시할 수 있으며, 향후의 연구에는 이러한 한계를 극복하기 위한 노력이 필요할 것이다.

첫째, K리조트에서 MICE산업에 대한 실적이 거의 없는 실정이어서 ICCA에서 발표된 자료로 분석을 실시하여 자료의 오류로 인한 비율의 오차가 발생할 가능성이 있다.

둘째, 분석이 대상을 K리조트의 제주사업장만을 대상으로 하여 본점과 지점간의 회계처리는 제외하고 재무제표를 작성하여 자본 및 부채의 흐름을 정확하게 파악할 수 없었다.

셋째, K리조트의 공유제 즉, 분양매출과 분양원가, 그리고 부채계정에 예수보증금을 제외하여 결과물을 도출하였다. 이는 MICE산업은 업장운영상의 수익이기 때문에 제외시켰으나 실질적으로 현금흐름에 영향을 미쳤을 가능성이 크다.

본 연구는 K리조트와 MICE산업의 발전방향에 대해 연구를 시도하였다. 과거의 재무제표를 바탕으로 11년부터 15년까지의 재무제표를 추정하고 추정한 재무제표에 MICE산업의 도입효과를 재무제표상의 수치의 변화로만 분석하는 것이므로 한계를 갖는 것은 당연하다. 향후의 연구에서는 이러한 한계를 극복하기 위하여 보다 철저한 분석적 연구의 수행과 연구범위의 확장이나 다각적인 관점에서 영향요인을 찾는 노력이 뒤따라야 할 것으로 판단된다.

참고문헌

금호리조트(주), 회사경영정보, 2009

금호리조트(주), 감사보고서, 2007, 2008, 2009, 2010

금호리조트(주), 업무자료, 2010

금호리조트(주), 전략기획자료, 2010

금호리조트(주), 재무손익보고, 2011

박정식·박종원, “제2판 재무관리”, 다산출판사, 2009

오용규, “실증적회계이론”, 형설출판사, 1997

장영광, “현대경영분석”, 무역경영사, 1997

신동일, “제주지역 컨벤션 개최에 따른 지역경제 파급효과 분석”, 제주발전연구원, 2010

김학현, “리조트기업의 재무분석을 통한 수익성 증대방안”, 상지대학교 사회복지정책대학원 석사학위논문, 2006

김재규, “리조트기업의 경영분석을 통한 수익성 증대방안”, 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문, 2002

“global MICE insight 2월호”, 한국컨벤션전시산업연구원, 2011

“global MICE insight 3월호”, 한국컨벤션전시산업연구원, 2011

“international MICE in korea 2010 to 2019”, 한국관광공사, 2011

The Current State of MICE Industrial in Jeju Area and Direction for Development

In-Gyu Kim
Dept. of Accounting
Graduate School of Business Administration
Jeju National University

The current state of resort industrial needs to be changed from simple accommodations and being the center of tourism to convention industrial, such as MICE industrial. An analytical research shows that the K Resort sold 80% of its cabins in 2010, but its net profit of the term was low, 120,000,000 won. It shows that the K Resort has reached its limitation of making profit from an operation of resting and tourism. However, there has been 128 of convention field with 57,927 of people attended in 2010. The group of people in convention field has spent total of 1,610,730,000 won while there has been 151 of incentive field with 14,828 people and its profit was 410,320,000 won in the same year. Furthermore, there has been 35,570,000,000 won of an effect of production inducement and an effect of added value was 184,700,000,000 in Jeju area for an year. This report shows how MICE industrial, that causes enormous of economical affects, will bring a ripple effect when it is imposed in resort industrial, through a financial analyse.

A literature research and an empirical analyse are going to be proceeded to reach the goal of this report.

Domestic and abroad research papers, financial literatures, press releases, periodicals and statistics has been analysed to research the current state. Empirical analyses have been rearranged so they can be used correctly in this report.

The K resort's a financial statement, an income statement and a statement of audit of the terms among the years of 2007 and 2010 has been chosen as a model. The statements above have been used as data under the sample index of the Financial Supervisory Service.

The liquidity rates, the leverage rates, the activity rates and the profitability rates have been analysed. As a result, imposing of MICE industrial in K Resort will bring a enormous augment of the profit. Therefore, the K Resort should bring MICE system and increase of investment as its improvement. However, numerical figure may has errors to proceed in a real life. The analyse statements can give only a partial hint where to go in the future.