

김 돈 유 |

한국전시산업진흥회 부장

세종대학교 무역학과 졸업, 세종대학교 관광대학원 관광경영학 석사

코트라 전시부 근무, 세종대학교 호텔관광경영학과 강사

경희대학교 컨벤션경영학과 겸임교수

tel. 02-574-2024 | dykim0304@hanmail.net

세계 제1의 환경산업전으로 발전하기를 기대하며...

국내·외 친환경 녹색기술과 에너지 기술을 한자리에 선보이는 「제33회 국제환경산업기술&그린에너지전(ENVEX 2011)」이 6월 8일부터 10일까지 3일간 서울 삼성동 코엑스에서 개최되었다. 금년 33회째를 맞이하는 이번 전시회는 국내 202개 업체와 미국, 독일, 일본 등 해외업체 103개 등 총 25개국 305개 업체가 참가하여 환경분야 국내 최대 규모로 개최되었다.

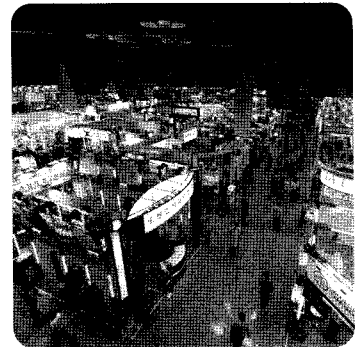
주요 전시품으로는 에너지 절감형 하수고도처리기술, 도로공사용 순환골재 생산기술, 태양열을 이용한 해수 담수화 기술, 태양열 조리기 및 솔라파라솔, 가정용 탄산수 제조기 등과 같이 국민의 일상생활에서도 사용 가능한 신제품이 전시되었다. 동 전시회의 가장 큰 특징은 국내 기술의 해외 진출이 가능한 중국, 베트남 등의 해외 바이어를 초청하여 국내업체의 해외 마케팅 및 시장개척을 지원하고 있다.

금년의 경우 45개국 240명의 해외 바이어를 직접 초청하였으며 이외에도 직간접으로 1천 여명의 외국 손님이 전시장을 방문한 것으로 알고 있다.



| 국내 대표 환경산업전으로 성장한 ENVEX 2011 |

전 세계 전시산업을 총괄하고 있는 기구인 국제기구인 UFI(국제전시협회)에서는 지난해 31,400개의 전시회가 개최되었다고 발표했다. 지역별로 살펴보면, 유럽 13,700개, 북미 12,500개, 아시아 2,770개, 아프리카 1,200개 순이다. 우리나라의 경우 킨텍스, 코엑스, 엑스코 등 12개 전시장에서 479개의 전시회가 개최되었다. 이렇게 많은 전시회가 여러 국가에서 개최되고 있는 것은 전시회가 각국의 교역확대와 산업발전의 수단으로 활용되고 있기 때문이다. 즉, CEIR(미국전시산업연구소)의 조사에 의하면, 미국 기업의 91%가 전시회를 구매 정보의 원천으로 활용하고 있으며, 전시산업이 가장 발달한 독일의 경우 독일 교역의 60~70%가 전시회를 통해 성사되고 있다고 AUMA(독일전시협회)에서 발표하고 있다.



급년에 개최된 ENVEX 2011의 경우 인천국제환경기술전, 국제환경&에너지산업전과 비교하여 역사나 규모면에서 전혀 비교가 되지 않는다. ENVEX는 최근 3년간 참가업체, 전시면적 및 관람객에서 지속적으로 증가하고 있다. 참가업체의 경우 2008년 253개 → 305개로 20% 증가하였으며, 전시면적도 10,368㎡ → 13,194㎡로 27% 증가했다. 전시회 관람객의 경우 19,523명 → 24,100명으로 23% 증가하였는데 관람객의 증가는 다른 어떠한 요인보다 중요하다. 왜냐하면 전시회와 관계된 주최자 및 참가업체 모두 관람객 유치를 위해 전시회를 기획·운영하기 때문이다.

〈 국내 환경관련 전시회 현황 〉

구분	국제 기후환경전	국제환경 에너지산업전	인천국제 환경기술전	국제환경산업기술 & 그린에너지전
주최기관	광주광역시	부산광역시	인천광역시	환경보전협회
개장장소	KD컨벤션센터	베스코	송도컨벤시아	코엑스
전시면적	6,400㎡	13,000㎡	8,400㎡	13,200㎡
참가업체	171개	200개	208개	305개

1 환경기술 및 그린에너지산업 발전을 선도한 ENVEX 2011

환경보전협회가 2011 국제환경산업기술&그린에너지전을 개최한 목적은 간단하다. 참가업체간 비교 전시를 통하여 기술발달을 촉진시킨다는 것이다. 이러한 것 외에 여러 가지 부수적인 목적도 있다. 그러나 가장 중요한 것은 관련산업을 한 단계 발전시키는데 있어 전시회가 가장 중요한 역할을 한다는 것이다.

Business Marketing이 발표한 매출액 5천만 달러 이상 미국 기업을 대상으로 조사한 마케팅 분야 지출예산을 보면 1위 광고, 2위 Sales Promotion, 3위 전시회로 되어 있다. 이와같이 많은 기업들은 전시회를 자기 회사의 마케팅 수단으로 활용하고 있다. 주최기관에서는 ENVEX의 단계별 발전전략을 수립·추진하고 있을 것으로 본다. 필자가 보기에 지금까지 성장기였다고 보며, 앞으로는 도약기와 완성기가 필요하다. 궁극적으로 완성이기인 2020년 정도가 되면 참가업체의 경우 300개 → 600개로 100% 증가되고, 관람객도 22,000명 →

50,000명으로 증가되어야 할 것이다. 명실상부한 아시아를 대표하는 환경산업기술분야 전시회로 성장시키겠다는 의지의 Master Plan이 필요하다고 본다. ENVEX에 누구보다도 애정을 갖고 있는 필자는 위에 언급한 목표가 조기에 달성되기를 기대한다.

우리나라 전시산업을 관장하는 지식경제부에서는 국내 전시산업을 육성·발전시키기 위하여 무역전시회에 한정하여 국고를 지원하고 있다. 급년의 경우 ENVEX를 포함 50개 전시회가 선정되었다. 50개 전시회 중에서 우리나라를 대표하는 전시회를 중점적으로 육성하기 위해 정부에서는 Global Top 전시회와 유망 전시회를 선정하였다. ENVEX는 2011년 지식경제부에서 선정한 유망 전시회이다. 한 마디로 지식경제부에서 전략적으로 지원하고 있는 전시회이다.

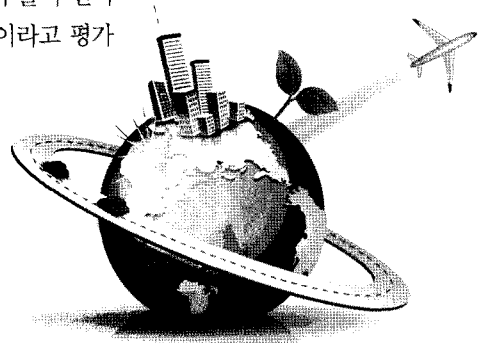
국내에서는 매년 약 500여건의 전시회가 개최되고 있으며, 우리 진흥회에서는 이중 정부에서 지원되고 있는 40~50개 전시회에 대한 성과 극대화와 향후 정부의 지원정책 수립 및 사업자 선정에 반영하기 위하여 평가를 실시하고 있다. 평가는 우리 진흥회에서 개발한 평가모델에 따라 인증 데이터 및 참가업체 등을 대상으로 조사한 설문 결과를 근거로 계량적 지표위주로 평가를 실시하고 있다. 아직 급년 전시회의 결과가 집계되지 않아 정확히 평가를 하는 것은 불가능하며, 지난해 전시회의 평가 내용을 보고자 한다.

1 세계 제1의 환경산업기술분야 전시회로 성장

평가내용을 살펴보면, ENVEX 2010의 전시면적은 12,474㎡이다. 여기에서 국내업체가 사용한 전시면적은 5,319㎡(87.8%)이며, 해외업체가 사용한 전시면적은 738㎡(12.2%)로 국내업체가 사용한 전시면적이 대부분을 차지하고 있다. 그러나 참가업체의 경우 국내와 해외의 비중은 227개 업체(84.7%), 41개 업체(15.3%)로 해외업체가 많아지고 있음을 알 수 있다. 정부에서 전시회에 대한 지원목적이 해외 마케팅을 통한 국내기업의 시작 개척이기 때문에 해외 부분이 중요하다.

전시기간 중에 방문한 관람객은 22,078명으로 국내 21,290명, 해외 788명이다. 전체 관람객 중 전시회와 직접적인 관련이 있는 바이어는 19,492명으로 전체 관람객의 88.3%를 차지해 일반인 보다 바이어의 참가가 많아 Trade Show의 성격이 강한 것으로 나타났다. 좀 더 세부적으로 보면 국내 관람객 중 바이어는 18,707명(87.9%)으로 나타났으며, 해외 관람객 중 바이어는 785명(99.6%)으로 국내와 해외 모두 관람객 대부분이 바이어인 것으로 조사되었다.

ENVEX가 국내 다른 어떤 전시회보다도 무역 전시회로 개최되고 있음을 알 수 있다. 앞서 언급한 것과 같이 참가업체는 방문객 즉, 일반인보다는 전문 바이어와 상담을 통하여 신제품 홍보, 시장개척 등을 하기 위하여 전시회에 참가하고 있다. 국내 많은 전시회가 외형적으로는 무역 전시회를 표방하면서도 전문 바이어보다 일반인들의 전시회 관람으로 참가업체들은 성과를 얻지 못하고 있는 것이 현실이다. 그러나 ENVEX는 다행스럽게도 무역 전시회로서 역할을 다하고 있다. 방문객의 경우도 임원급 22.7%, 간부급(과장 및 부장) 29.8%로 회사에서 상당한 의사결정력을 갖고 있는 간부들이 전시회를 방문하고 있다. 이러한 현상은 ENVEX가 갖고 있는 저력이라고 평가하고 싶다. 지난 33년간 쌓아온 힘이다.



필자가 앞에서 언급한 것과 같이 지금까지는 성장기였다. 궁극적으로 완성기인 2020년 정도가 되면 참가업체의 경우 300개 → 600개로 100% 증가되고, 관람객도 22,000명 → 50,000명으로 증가되어야 한다. 명실상부한 세계를 대표하는 환경산업기술분야 전시회로 성장시키겠다는 의지가 필요하다고 본다. 이러한 목표를 실현시키기 위해서는 첫째 국제화가 시급하다. 전시면적, 참가업체 및 방문객에 있어 해외의 비중이 높아져야 한다. 참가업체 등 모든 분야에 있어 아직은 부족하다. 비중을 현재 보다 상향시켜야 한다.

둘째 고객(참가업체 및 방문객)에 대한 만족도를 제고시켜야 한다. 상대적으로 ENVEX는 다른 전시회와 비교하여 만족도가 높다. 그러나 개선이 필요하다고 본다.

셋째 주최기관의 전시회에 대한 투자이다. 전시회에서 발생하는 이익금을 교육, 해외협력, 홍보 등에 적극 투자해야 한다. 필자가 제안한 이러한 요소가 충족될 때 ENVEX는 아시아를 넘어 세계를 대표하는 환경산업기술분야 전시회로 성장할 것으로 기대한다.