제489호 (2010-21) 2010. 9. 14

e-KIET 산업경제정보

우리나라 이벤트산업의 구조와 활성화 방안

[요 약]

◦ 이벤트산업은 최근 시장규모가 빠르게 확대되고 있으며, 향후 부가가치 창출과 고용확대에서 큰 역할을 할 수 있을 것으로 예상

- 이벤트는 단순한 소비성 행사가 아니라 기업의 판매활동을 촉진하는 중요한 사업지원 서비스

◦ 그러나 업계의 불합리한 관행과 정부의 지원제도 미비가 이벤트산업의 발전을 저해

- 적정 대행료 및 기획료의 부재, 불합리한 하청구조, 입찰과 행사 개최 준비 과정에서의 불합리한 관행 등은 우리나라 이벤트산업의 발전을 저해하는 주요 요인
- 또한, 우리나라 이벤트산업은 전시산업, 컨벤션산업 등 유사 산업과 달리 정부로부터의 세제 및 금융지원이 부재

◦ 이벤트산업의 활성화를 위해서는 불합리한 관행 개선을 위한 업계 자체의 노력과 함께, 정부도 (가칭)' 이벤트산업발전법 '의 제정 등 제도적 장치를 마련할 필요

- 대형사 위주의 입찰조건 지양, 제출된 기획서에 대한 저작권 보호, 행사용역에 대한 정산규정 명문화 등 제도적 장치 마련
- 행사취소 시 적정 수준의 보상과 수주실패 시 최소한의 보상(rejection fee) 방안도 고려 필요
- 컨벤션산업의 국가자격증과 같은 수준으로, 정부차원의 이벤트자격증 제도 도입 등을 통한 고급인력 양성 도모

KIET 산업연구원

▫ 이벤트산업은 기업의 판매를 촉진하고 국민 여가의 질을 제고

◦ 이벤트에 대한 통일된 정의는 존재하지 않으나, 일반적으로 " 주어진 기간 동안 정해진 장소에 사람을 모이게 하여 사회문화적 경험을 제공하는 행사 또는 의식으로서 긍정적 참여를 위해 비일상적으로 특별히 계획된 활동 "으로 정의할 수 있음.[1)]

- 보다 광범위하게는" 특정 목적을 가지고, 특정 기간에 특정 장소에서, 특정 대상에게, 개별적이고 직접적으로 자극을 주는 수단 "으로 정의될 수도 있음.
- 이벤트는 전시와 컨벤션 등 대규모 행사뿐만 아니라 소규모 파티까지도 포함하는 포괄적인 개념이며, 최근에는 마케팅에서 기획까지 모든 분야로 범위가 확대되고 있는 추세임.

◦ 이벤트산업은 크게 산업이벤트, 문화이벤트, 스포츠이벤트, 기타 이벤트 등으로 구분할 수 있음.

◦ 이벤트산업은 단순한 소비성 산업이 아니라 기업의 판매활동을 촉진하는 중요한 사업지원 서비스임.

- 즉, 이벤트산업은 기업의 제품 및 서비스 홍보라는 경제적 파급효과 외에도, 지역축제 개발 등을 통해 관광자원 개발과 국민들의 여가의 질 향상 등에도 크게 기여할 수 있음.
- 또한, 대규모 이벤트는 단기적으로는 관광객 유치, 인프라 확충 등의 효과를, 장기적으로는 국가 및 지역의 이미지 제고, 시민의식 제고 등의 효과를 가져올 수 있음.

  · 우리나라도 세계 3대 이벤트(올림픽, 엑스포, 월드컵)개최를 통해 경제

<표 1> 이벤트산업의 분류

	행사내용
산업이벤트	기업SP(sales promotion), 엑스포 등
문화이벤트	지역축제, 문화제 및 예술행사, 콘서트 등
스포츠이벤트	올림픽, 월드컵, 전국체전 등
기타 이벤트	단합대회, 연설회 및 강연회, 파티 등

자료 : 이경모(2003)를 토대로 본고에서 재구성

1) 이경모,「이벤트학 원론」, 백산출판사, 2003.

적 효과뿐만 아니라 국가인지도 제고와 시민의식 향상 등의 비경제적 효과를 경험한 바 있음.

▫ 이벤트산업의 구성과 수주절차

◦ 이벤트 주관 업체는 크게 광고대행사, 방송사, 이벤트전문업체 등으로 구성됨.

- 이벤트전문업체는 이벤트 개최를 주 수입원으로 하는 반면, 광고대행사와 방송사의 이벤트팀은 주로 하나의 부서에 소속되어 있음.
  · 광고대행사와 방송사의 규모가 이벤트전문업체에 비해 크기 때문에 이들이 주로 대형 이벤트를 수주하고 있음.
- 그 외에 무대, 음향, 조명, 특수효과, 영상, 각종 렌탈, 공연팀, 가수, MC 등 다양한 회사군도 이벤트 업계의 구성요소로 볼 수 있음.

◦ 이벤트는 행사주최에 따라 수주절차에 다소 차이가 있는데, 민간기업의 이벤트는 주로 업체의 전문성에 따라 수주가 결정되는 반면, 공공기관의 이벤트는 입찰조건 제한과 공공기관의 관행 등의 이유로 전문성보다는 규모에 의해 수주가 결정됨.

- 이에 따라 공공기관에서 주최하는 대규모 이벤트는 방송사나 대기업 계열 광고대행사가 낙찰을 받은 후, 세부 운영은 중소 이벤트 업체에 하청을 주는 방식이 일반화되어 있음.

<표 2> 이벤트(행사)의 수주 절차

행사주최	정부, 지자체, 공공기관	민간기업
입찰방식	공개입찰	개별영업 혹은 지명경쟁
절차	입찰공고 → 현장설명 → 공개심사 → 선정	지명경쟁 → 공개발표 → 선정
심사	· 입찰조건에 의거하여 참가사 제한(자본금, 매출액 등) · 내외부 심사위원으로 구성	· 영업능력으로 심사(기업규모에 따른 입찰조건 없음) · 내부 심사위원으로 구성

자료 : 엄상용(2010)을 토대로 본고에서 재구성. 엄상용(2010),“ 이벤트산업의 현황 및 활성화 방안 ”, 산업연구원 서비스산업 포럼 발표자료.

- 이벤트산업의 성장을 통해 이벤트산업 자체의 부가가치 창출효과뿐만 아니라 다른 산업들의 부가가치를 동시에 높이는 효과를 기대할 수 있음.

▫ 업계의 불합리한 관행들이 이벤트 전문 업체들의 성장을 저해

◦ 첫째, 적정 대행료 및 기획료의 부재는 우리나라 이벤트산업의 발전을 가로막는 대표적인 요인임.

◦ 즉, 공공행사의 경우 행사 관련 대행료 및 인건비 등에 대한 규정이 존재하지 않아, 지자체 및 국가 단체, 담당자의 인식에 따라 대행료 및 인건비가 천차만별임.

- 공공 행사용역에 대한 정산 규정은 대부분 건설공사 관련 규정을 적용받고 있고, 대행료 및 기획료의 책정이 지나치게 낮은 수준임.

  · 예컨대, 서울시의 경우 행사대행 업체의 수익률이 3% 정도만 되도록 대행료를 책정하고 있음.

◦ 이벤트 산업과는 달리, 소프트웨어, 연구원, 홍보대행사 등 타 분야의 인건비 규정은 명확하게 존재함.

- 이는 우리나라 이벤트산업에서는 기획이나 행사대행 같은 무형의 가치가 정상적으로 인정받지 못하고 있음을 의미함.

◦ 둘째, 불합리한 하청구조도 이벤트업계의 발전을 가로막는 요소로 작용하고 있음.

◦ 우리나라의 공공기관 주최 대규모 이벤트는 방송사나 대기업 계열의 대형 광고대행사가 이벤트기업에 하청을 주는 형태로 이루어져 있음.

- 즉, 대기업 계열의 대형 광고대행사나 방송사의 BTL팀은 4~5명의 최소 인원으로 운영되는 것이 일반적이어서, 수주한 대형 행사를 이벤트 전문업체에 하청하는 방식으로 행사를 주관함.
- 대기업 계열의 대형 광고대행사나 방송사들은 이름만 빌려주고 실질적인 기획이나 운영은 이벤트 전문업체가 하는 경우가 많은데, 이들은 실질적인 이벤트업무를 하지 않아도 수주 후 하청을 통해 행사 금액의 7~15%의 중간마진을 취득함.

  · 이러한 관행이 정착된 이유는 공공행사의 입찰자격과 조건이 이벤트업체의 전문성보다는 규모에 의해 결정되기 때문임.

◦ 특히, 공공기관 주최 메가이벤트(월드컵, 올림픽, 엑스포, G20, ASEM 등)에서는 대기업이나 방송사 계열의 대형 광고대행사가 계약을 주도하기 때문에 행사 기획이나 연출 등에 전문성이 높은 이벤트 전문업체들의 수익률은 낮아지게 됨.

- 소수의 대형 광고대행사가 규모가 큰 행사를 대부분 수주하는 상황에서는 중소형 이벤트 전문업체들이 적절한 수준의 이익을 보장받기 어려움.

◦ 이와 같은 대형사 위주의 입찰조건이 개선되지 않는다면 현재와 같은 하청구조의 부작용은 지속될 것임.

- 공공기관 주최 행사에서도 규모 위주의 입찰조건보다는 전문성과 실제 기획 및 운영 능력 등을 고려한 탄력적 입찰제도가 도입되어야 함.

◦ 셋째, 입찰과 행사 개최 준비 과정에서의 불합리한 관행도 이벤트 업체들의 부담을 증가시키는 요소로 작용함.

◦ 예컨대, 광고 수주 후 광고주의 사정으로 행사가 취소되었을 경우에 이벤트 업체가 보상을 받을 수 있는 규정이 없음.

- 공공기관 발주 행사가 정치적 이유 등으로 취소되는 사례가 빈번함에도 불구하고, 광고 수주와 행사개최 준비 과정에서 투입된 모든 비용과 노력은 거의 보상받지 못하고 이벤트 업체의 손실로 귀착됨.

◦ 또한, 입찰과정에서의 과다한 자료 제출요구도 업계의 비용부담을 높이는 부작용을 초래하고 있음.

- 입찰에 사용되는 기획서는 분량이 많고(기획서 10권, 200페이지 이내 등) 다양한 영상 및 시안제작이 필수적인데, 대형 행사의 경우에는 이 비용이 수천만 원대에 이르고 있음.
  · 전국체전, 울산옹기엑스포 등과 같은 대형 행사에서는 기획서 출력비만 2,000만~2,500만원이 소요됨에도 불구하고, 행사를 수주하지 못하면 이 비용은 전혀 보상받지 못함.
- 심사과정에서 이 자료들을 모두 검토하는 경우는 극히 드문 경우이므로 자료 제작비용의 상당 부분은 사실상 낭비되는 비용이며, 이 비용은 업체들이 부담하게 됨.
- 다국적 기업의 경우 관련 자료의 PDF 제작과 USB 제출을 요구함.

▫ 이벤트 업계에 대한 정부지원도 부족

◦ 우리나라의 경우 전시와 컨벤션산업은 모두 해당 산업의 진흥법이 존재하는 반면, 이벤트산업은 관련 진흥법이 존재하지 않고 담당 주관부서도 없는 상황임.

- 일본은 경제산업성 산하에 일본이벤트산업협회를 두고 지원사업을 펼치고 있음.

◦ 이벤트 업체들은 일반적으로 규모가 영세하여 운영자금 확보 등에 어려움을 겪는 경우가 많음에도 불구하고, 정부로부터의 세제 및 금융혜택은 사실상 없다고 볼 수 있음.

- 이벤트 업체들은 제조업체들과 달리 공장부지나 기계설비와 같은 담보가 부족하여 신용보증기금 등을 통한 자금조달에 어려움을 겪고 있음.
- 또한, 수주계약을 체결한 후 광고주가 어음을 발행하는 경우가 많은데, 신용보증기금을 포함한 금융기관에서는 계약서에 대한 담보가치를 거의 인정하지 않고 있음.

▫ 이벤트산업의 활성화를 위해서는 업계의 관행 개선과 정부의 지원이 필요

◦ 이벤트산업은 최근 시장규모가 빠르게 확대되고 있으며, 향후 부가가치 창출과 고용확대에서 큰 역할을 할 수 있을 것으로 예상됨.

◦ 그러나 우리나라 이벤트산업은 업계의 불합리한 관행과 정부의 지원부족으로 아직 영세성을 벗어나지 못하고 있음.

<표 3> 유사 산업 간 정부지원 비교

	이벤트	컨벤션	전시
관련 법률	없음	컨벤션산업법률	전시산업발전법
국가지원	없음	미래성장산업 육성(MICE)	미래성장산업 육성(MICE)
담당부서 및 지원기관	없음	문화관광부/ 한국관광공사	지식경제부/ 한국전시산업진흥원 코트라(전시지원)
관련 전시회	2009년 첫 실시 (민간자본)	MICE산업전 (국고지원)	전시산업전 (국고지원)

자료 : 엄상용(2010)의 자료를 토대로 산업연구원 재구성
주 : 이벤트는 컨벤션 및 전시를 제외한 기타 이벤트를 대상으로 함.

- 특히, 이벤트산업과 유사한 성격을 지닌 컨벤션과 전시산업은 정부의 지원이 활발한 반면, 이벤트산업에 대한 정부의 지원은 거의 없는 실정임.
- 이는 이벤트산업이 비교적 최근에 시작된 산업이고 업계의 입장을 대변할 수 있는 이벤트 관련 협회 등 활동이 매우 미약하여 이벤트산업의 중요성이 상대적으로 덜 알려진 것도 주요 원인으로 지적될 수 있음.

◦ 이벤트산업의 활성화를 위해서는 무엇보다도 비합리적 관행의 개선을 위한 업계 자체의 노력이 필요함.

- 불합리한 하청구조 개선, 합리적인 심사절차 확립, 산학네트워크 강화 등 업계의 노력이 반드시 수반되어야 함.

◦ 또한, 정부는 (가칭)' 이벤트산업발전법 '을 제정하는 등 이벤트산업의 활성화를 위한 제도적 장치를 마련해야 함.

- 대형사 위주의 입찰조건 지양, 제출된 기획서에 대한 저작권 보호, 행사용역에 대한 정산규정 명문화 등 다양한 문제를 해결하기 위한 제도적 개선이 필요함.
- 행사취소시 적정 수준의 보상과 수주실패시 최소한의 보상(rejection fee) 방안도 고려되어야 함.
- 또한, 컨벤션산업의 국가자격증과 같은 수준으로 정부 차원의 이벤트자격증 제도 도입 등을 통한 고급인력 양성을 도모해야 함.

조 현 승
(연구위원·서비스산업연구센터)
hscho@kiet.re.kr
(02-3299-3216)

본 자료는 산업연구원 홈페이지 www.kiet.re.kr을 통하여 항상 보실 수 있습니다.
이미 발간된 산업경제정보 및 더욱 상세한 관련 보고서도 보실 수 있습니다.

KIET 산업연구원 Korea Institute for Industrial Economics & Trade
발행인 송병준 / 편집인 김휘석 / 편집·교정 조계환
130-742 서울특별시동대문구회기로 66
Tel : 3299-3114 / Fax : 963-8540 / www.kiet.re.kr