

## 지역산업연관모델을 이용한 '2011 서울모터쇼'의 경제적 파급효과 분석: 전시참관객의 지출액을 바탕으로

Estimating the Economic Impact of '2011 Seoul Motor Show' Using Regional  
Input-Output Model: Based on Expenditures of Exhibition Attendees

김대관\*, 한연주\*\*, 이상민\*\*\*, 최영배\*\*\*, 송수엽\*\*\*  
경희대학교 컨벤션경영학과\*, 킨텍스\*\*, 경희대학교 일반대학원\*\*\*

Dae-Kwan Kim(kdk@khu.ac.kr)\*, Youn-Joo Han(eventjune@hotmail.com)\*\*,  
Sang-Min Lee(ssmin-2000@hanmail.net)\*\*\*, Yeong-Bae Choe(yeongbae@khu.ac.kr)\*\*\*,  
Soo-Yeop Song(greematha@khu.ac.kr)\*\*\*

### 요약

본 연구는 전시회 개최가 지역 경제에 미치는 영향을 알아보고자, 2011년 4월 1일부터 10일까지 일산 KINTEX에서 열린 '2011 서울모터쇼'의 참관객을 대상으로 지출액 조사를 실시하여 '2011 서울모터쇼' 참관객들이 경기 지역 및 기타 지역에 미치는 경제적 파급효과를 지역산업연관모델을 통하여 분석하였다. 분석 결과, 지역경제에 파급시킨 총 생산 유발액은 약 531억 원이며, 총 소득유발액은 약 117억 원, 총 부가가치 유발액은 약 241억 원, 총 취업유발효과는 1,030명, 총 세수유발액은 약 26억 원 등으로 추정되었다. 이 밖에 전시산업의 생산유발승수는 다른 산업과 비슷한 것으로 나타났으나, 소득유발승수, 부가가치유발승수, 취업유발승수는 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 전시산업이 지역경제에 비교적 많은 소득, 부가가치와 고용을 창출시키고 있다는 점을 시사한다.

■ 중심어 : | 지역산업연관모델 | 경제적 파급효과 | 전시 | 참관객 | 모터쇼 |

### Abstract

This study aimed to estimate the economic impact of the '2011 Seoul Motor Show' using a direct survey-based regional input-output(I-O) model. Based on the regional I-O table, Exhibition multipliers were derived with respect to output, income, employment, value-added and indirect tax. Attendees' survey was conducted to estimate per capita expenditure. The results of this study indicated that all attendees of '2011 Seoul Motor Show' generated 53.1 billion Won of output impact, 11.7 billion Won of income impact, 24.1 billion Won of Value-added impact, 2.6 billion Won of tax impact, and 1,030 part-time and full-time jobs throughout direct and indirect effects. Another result of this study was that output multiplier of the exhibition industry was similar with other industries, however, income, employment and value-added multipliers were relatively larger than those of other industries.

■ keyword : | Regional Input-output Model | Economic Impact | Exhibition | Attendees | Motor Shows |

## I. 서론

전시회를 기업의 통합적 마케팅 커뮤니케이션의 중요 수단 중 하나라는 인식이 확산됨에 따라 전시회 개최 수는 급속도로 증가하고 있으며, 기업의 입장에서 다양한 마케팅 목표를 달성하는데 유용하게 활용하고 있다[1]. 이렇듯 전시 산업은 관련 산업으로의 연쇄적인 파급효과가 큰 고부가가치 서비스산업의 하나로 인식되고 있다[2][3]. 따라서 향후 전시 산업의 지속적인 성장을 위해서는 선진국과의 경쟁이 불가피할 것으로 예측되고 있으며, 이에 따라 국내 전시산업 발전의 정당성을 확보하고, 정책결정자들의 정책 수립 및 결정을 용이하기 위해 전시 산업이 국가 경제 전반에 미치는 경제적 파급효과 측정에 대한 중요성이 점차 커지고 있다[2]. 이는 전시 산업 전반에 적용될 뿐 아니라 각각의 개별적인 전시회 차원에서도 동일하게 적용되는 것으로, 전시회의 질적인 평가이외에 정확한 경제적 파급효과를 분석을 통하여 경쟁력 있는 전시회를 선별하여 효율적으로 관리해야 한다. 지금까지 국내에서 전시산업의 경제적 파급효과를 파악하기 위한 연구가 일부 학자들에 의해 시도되었으나[2-8], 개별적인 하나의 전시회를 대상으로 지역산업에 미치는 경제적 파급효과를 분석한 논문은 전무한 실정이다.

한편, 모터쇼는 상업적으로 열리는 전시회 중에서 규모나 내용 측면 모두에서 최고의 수준을 자랑하는 전시회의 하나로서 전 세계 각 지역에서 개최되며, 많은 연구 대상이 되고 있다[9]. 특히 전문 산업 전시회임에도 불구하고 업계 종사자뿐만 아니라 일반인들의 폭 넓은 참여가 이루어져 그 산업의 경제적 파급효과가 매우 클 것으로 예측되고 있다. 우리나라에서는 서울모터쇼와 부산모터쇼가 질적·양적 성장을 이어가고 있으며, 단일 전시회로서는 거의 유일하게 관람객 100만 명 이상을 동원하는 높은 성과를 이루고 있다[9][10]. 하지만, 이러한 모터쇼 개최를 통해 지역산업에 직·간접적으로 미치는 경제적 파급효과에 대한 연구는 아직 진행되지 않았으며, 전시 주최자로부터 발표되는 자료가 전부이다. 2011 서울모터쇼의 경우에도 수출 상담, 직·간접 고용

등 경제적 파급효과가 1조원에 달하는 것으로 발표되었으나[11], 그 분석방법이나 정확한 수치가 발표되지 않았다는 문제가 있다.

따라서 본 연구에서는 우리나라에서 규모면에서 대표적인 전시회라 할 수 있는 '서울모터쇼'를 대상으로 전시 관람객 유치를 통하여 지역 경제에 미치는 직·간접적인 파급효과를 지역 산업연관표를 통하여 파악하고자 한다. 이러한 연구를 통해 '서울모터쇼'의 경제적 성과를 명확히 파악하여, 세계적인 모터쇼로 점차 성장하기 위한 정책적 지원 혹은 외부 기관으로부터의 투자 유치 등을 위한 기초 자료로 활용 할 수 있을 것이다. 또한 향후 전시 산업 및 특정 전시회의 개최가 지역경제에 미치는 영향을 평가하기 위한 선행연구로서의 역할을 할 것으로 기대한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 지역산업연관모델에 관한 이론적 배경

산업연관분석은 경제를 구성하는 각 산업부문 간의 투입 및 지출에 대한 거래관계를 나타내주기 때문에, 각 산업부문 간의 상호연관관계를 쉽게 파악할 수 있다[12]. 한편, 지역 산업연관표는 각 지역 간의 상이한 생산구조나 교역 상태를 반영하여 작성되기 때문에[4][13][14], 기존의 전국 산업연관표에 의한 분석보다 특정 지역 경제에 미치는 효과를 정확하게 분석할 수 있다는 장점이 있다[15]. 즉, 서울모터쇼가 개최된 경기 지역에 미치는 경제적 파급효과를 측정하기 위해서는 전국을 대상으로 한 산업연관표보다는 지역 산업연관표를 이용한 분석이 바람직하다.

지역 산업연관표는 전국 산업연관표와 유사하게 구성되어 있으나 국내 다른 지역과의 거래관계를 나타내는 이입과 이출이 포함되어 있다는 점에서 차이가 있다. 지역산업연관표의 투입구조는 각 지역의 투입액, 해외 투입액(수입)과 부가가치를 포함하여 구성되어 있다. 지역 산업연관분석을 위해서는 일반적으로 분석 대상 지역과 그 이외의 지역으로 구분하여 두 개의 지역으로 지역 산업연관표를 통합하여 분석을 실시하므로,

이와 동일하게 전국이 2개의 지역으로 구성되어 있다고 가정하여 투입계수를 도출하는 과정을 살펴보면 [그림 1]과 같다.

투입계수는 지역 1이 생산 활동을 하기 위해서 자기 지역에서 구입한 중간재( $Z_{11}$ ) 및 타 지역에서 구입한 중간재( $Z_{21}$ ), 외국에서 수입한 중간재( $M_1$ ), 피용자 보수나 영업잉여 등을 포함하는 부가가치( $V_1$ )를 지역 내 산출액( $X_1$ )으로 나눈 값을 의미하며, 이를 식으로 표현하면 다음과 같다[14].

$$\text{지역내 투입계수: } A_{11}^d = \frac{Z_{11}}{X_1} \quad (1)$$

$$\text{지역간 투입계수: } A_{21}^d = \frac{Z_{21}}{X_1} \quad (2)$$

$$\text{부가가치 계수: } A_1^v = \frac{V_1}{X_1} \quad (3)$$

투입계수는 최종수요가 발생했을 때 각 지역 및 산업 부문으로부터 파급되는 직접효과를 나타내는 반면, 생산유발계수는 산업 간의 연쇄파급으로 인한 직간접 효과를 나타낸다. 두 지역 간 산업연관표를 수식으로 나타내면 다음과 같다[14].

$$Z_{11} + Z_{12} + Y_{11}^d + Y_{12}^d = X_1 \quad (4)$$

$$Z_{21} + Z_{22} + Y_{21}^d + Y_{22}^d = X_2 \quad (5)$$

여기서 각각의 중간 투입액( $Z_{ij}$ )을 총 산출액( $X_j$ )으로 나눈 투입계수를 통해 나타내기 위하여 식 (1)과 (2)를 식 (4)와 (5)에 대입하면 다음과 같다.

$$A_{11}^d X_1 + A_{12}^d X_2 + Y_{11}^d + Y_{12}^d = X_1 \quad (6)$$

$$A_{21}^d X_1 + A_{22}^d X_2 + Y_{21}^d + Y_{22}^d = X_2 \quad (7)$$

이를 다시 행렬기호를 이용하여 최종수요와 생산과

의 관계를 간단히 표시하면 다음과 같다.

$$A^d X + Y^d = X \quad (8)$$

$$(I - A^d) X = Y^d \quad (9)$$

$$X = (I - A^d)^{-1} Y^d \quad (10)$$

$A^d$ : 국산투입계수행렬

$X$ : 총 산출액 벡터

$Y^d$ : 국산품에 대한 최종수요 벡터(전시 참관객의 지출액)

$I$ : 단위행렬

위 식에서  $(I - A^d)^{-1}$ 을 생산유발계수 행렬이라고 하며, 이는 국산품에 대한 최종수요 1단위가 주어졌을 때 경제 전체에 걸쳐 직 간접적으로 파급되는 생산효과를 나타낸다. 생산유발계수행렬은 소득, 부가가치, 취업, 간접세 유발승수를 도출하는데 기반이 된다.

산업연관분석은 각 산업이 n 차 항까지 무한하게 파급효과를 창출하는 것을 전제로 하기 때문에, 전시 참관객의 지출액에 의한 경제적 파급효과를 계산하기 위해서는 전시회 참관객의 지출액을 최종수요에 대입하고 타 산업의 최종수요를 "0"으로 처리한 후 생산유발계수 등 각종 파급효과의 승수 행렬과 최종수요의 열 행렬을 곱하여 유발효과를 추정해야 하며[16][17], 이를 식으로 나타내면 다음의 식 (11)과 같다. 또한, 아래의 식을 바탕으로 생산유발계수 행렬 대신에 소득·부가가치·취업·세수 유발계수 행렬을 대입할 경우, 각 승수에 해당하는 파급효과를 도출할 수 있다.

$$O = (I - A^d)^{-1} \times C \quad (11)$$

$O$ : 생산유발효과 열 행렬

$(I - A^d)^{-1}$ : 생산유발계수행렬

$C$ : 전시 참관객 지출액을 지역산업연관표의 전시 참관객 관련 산업에 대입한 최종수요

지역 간 산업연관표		중간수요		최종수요		지역 내 산출액
		지역1	지역2	지역1	지역2	
국산 투입	지역 1	$Z_{11}$	$Z_{12}$	$Y_{11}^d$	$Y_{12}^d$	$X_1$
	지역 2	$Z_{21}$	$Z_{22}$	$Y_{21}^d$	$Y_{22}^d$	
수입투입		$M_1$	$M_2$	$Y_{11}^m$	$Y_{12}^m$	
부가가치		$V_1$	$V_2$			
지역 내 산출액		$X_1$	$X_2$			

▶

투입 계수 표		중간수요	
		지역1	지역2
국산 투입	지역 1	$A_{11}^d$	$A_{12}^d$
	지역 2	$A_{21}^d$	$A_{22}^d$
수입투입		$A_{11}^m$	$A_{12}^m$
부가가치		$A_{11}^v$	$A_{12}^v$
지역 내 산출액		1	1

그림 1. 지역산업연관표의 투입계수 산출과정

## 2. 선행연구 검토

전시 산업에 대한 경제적 파급효과에 대한 연구는 주로 전시 관련 연구기관에서 발표되었다. 국외 연구 사례를 살펴보면, 독일전시협회(AUMA)에서 매년 독일 전시산업에 대한 경제적 파급효과를 발표하고 있으며, 일본에서는 지바 현의 마쿠하리 메세의 경제적 파급효과에 대한 연구 사례가 있다[2]. 국내에서 산업연관분석을 통해 전시산업의 파급효과를 분석한 연구는 황희곤[8], 산업연구원[6], 한국전시산업진흥회[17], 김성섭 등[5], 김봉석[2][4] 등이 있다.

하지만, 김봉석[4]의 연구를 제외한 나머지는 전시산업이 국내 전반에 미치는 파급효과를 추정하기 위한 연구로, 특정 지역에 대한 경제적 파급효과를 분석하고자 수행되는 본 연구는 그 성격 면에서 다소 차이가 있다고 할 수 있다. 뿐만 아니라 김봉석[4]의 연구도 입지계수를 통해 전국 산업연관분석표로부터 경기 지역의 지역 산업연관표를 간접 추계하여 산업연관분석을 수행한 연구로 직접조사를 통한 전시산업 혹은 특정 전시회의 파급효과를 수행한 연구는 아직 수행되지 않았다.

따라서 전시산업의 파급효과 분석을 위한 위의 선행 연구들 보다는 특정 지역의 축제나 이벤트 개최를 통해 해당 지역에 미치는 경제적 파급효과를 측정하고자 하는 연구가 그 성격에 있어서 더 가깝다고 할 수 있다. 한국은행[14]이 직접조사법을 통해 작성·발표한 지역 산업연관표를 바탕으로 축제나 이벤트 개최의 지역 경제적 파급효과를 추정하기 위한 연구로는 안동국제탈춤페스티벌[18], 보령머드축제[19], 2007 경제세계문화엑스포[20] 등이 있다.

## III. 연구 방법

### 1. 지역 경제 파급효과 분석 방법

2011 서울모터쇼 관람객 지출에 의한 경기 지역과 타 지역에 미친 경제적 파급효과를 분석하기 위한 방법은 다음과 같다. 첫째, 한국은행[14]에서 직접추계방식으로 작성하여 발간한 2005년 지역 산업연관표를 바탕으로 경기지역과 기타 지역으로 통합하여 경기 지역 산업

연관표를 작성하였다. 둘째, 작성된 경기 지역 산업연관표의 168×168부문으로부터 31×31부문으로 통합하였다. 본 연구의 대상인 전시 관람객 관련 산업은 총 4개 부문(문화서비스, 관광운송, 음식점, 숙박)으로 분류 하였고, 나머지 27개 일반 산업 부문은 기존의 지역산업연관표상의 대분류 및 중분류 방식을 그대로 적용하여 통합하였다. 셋째, 통합 분류된 지역산업연관표로부터 경기 지역과 기타 지역의 생산·소득·부가가치·취업·간접세 승수를 도출하였다. 넷째, 도출된 승수와 모터쇼 전체 관람객들의 지출액을 최종요소로 하여 총 파급효과(경기 지역 및 기타 지역)를 분석하였다.

### 2. 지역산업연관표 상의 전시산업 분류

산업연관분석을 통해 전시 관람객에 의한 경제적 파급효과를 도출하기 위해 가장 중요한 것은 전시 관람객과 관련된 산업을 산업연관표 상에서 어떻게 분류하고 통합할 것인지에 관한 사항이다[4]. 그 이유는 산업간 분류에 따른 통합과정에서 그 방식이나 범위에 따라 최종 도출되는 승수가 변화하게 되어 경제적 파급효과와 분석 결과가 달라질 수 있으며, 특히 특정 산업 부문에서 기술적인 변화가 전혀 없었음에도 생산규모의 상대적 변화에 따라 원래의 산업연관표를 그대로 사용하는 것과 통합 부문을 사용하는 것 사이에 큰 차이가 발생할 수 있기 때문이다[21].

전시산업은 산업연관표 상에서 하나의 정확한 경제 부문으로 분류되어 있지 않다. 따라서 산업연관표상에서 전시 관람객의 주요 지출부문을 토대로 각 산업 간에 통·폐합을 통하여 새로운 산업으로 분류하는 것이 바람직하다. 한국은행[14]의 2005년 기준 지역 산업연관표는 기존의 전국산업연관표가 403부문으로 발표되었던 것과 달리 168개 부문으로 발표되어 기존의 선행 연구에서 사용되었던 403 분류 체계상에서의 전시 관람객 관련 산업을 그대로 적용하기에는 한계가 있다. 따라서 기존의 김봉석[4]의 연구에서 사용된 산업분류를 바탕으로 하여 168 부문의 산업분류에 맞도록 제조정한 전시 관람객 관련 산업부문은 [표 1]과 같다. 일부 산업부문에서 보다 세부적인 산업의 분리가 필요하나, 이를 403부문에서와 같이 세부적으로 분리하기 위해서

는 시·도별 해당 산업 부문의 산출액, 투입구조 및 산업별 배분구조가 있어야 하므로, 한국은행에서 발표한 168 부문의 지역 산업연관표를 그대로 활용하는 것을 원칙으로 하였다[22]1. 다만, 도로운송 부문의 경우 도로여객운송과 도로화물운송이 운수업조사를 참고하여 분리될 수 있어 여객운송과 관련된 부문만을 포함하고 나머지는 기존의 운수 산업부문에 그대로 포함하여 분석을 진행하였다.

표 1. 지역 산업연관표 상 전시 참관객 관련 산업 분류

주요 지출항목	산업연관표		
	대분류	분류 (168부문)	비고
입장료	사회/기타 서비스 (27)	문화서비스업 (161)	
숙박비	음식 및 숙박 (20)	숙박업 (131)	
식음료비	음식 및 숙박 (20)	음식업 (130)	
관광 교통비	운수 (21)	도로운송 (133)	도로여객운송(329) 도로화물운송(330)
		기타 운수 관련 서비스 (140)	기타 운수 관련 서비스 (340)

주: ( )안의 숫자는 산업연관표 상의 분류 번호임

### 3. 전시 참관객 총 지출액 추정 방법

전시 참관객으로 인한 경제적 파급효과를 파악하기 위해서는 첫째, 전시회에 참가한 참관객 수의 비율자료가 필요하며, 둘째, 전시 참관객의 직접 소비 지출액 자료가 필요하다.

2011 서울모터쇼에 참가한 참관객 수치에 대한 비율 자료는 언론매체에서 발표한 '2011 서울모터쇼'의 총 참관객 수를 그대로 활용하였다. 또한, 2011 서울모터쇼 참관객의 1인당 직접 소비 지출액을 파악하기 위하여, 행사가 개최된 2011년 4월 1일부터 10일까지 경기 일산 KINTEX에서 모터쇼 관람객을 대상으로 현장 설문조사를 실시하였다. 설문조사 항목은 입장료, 교통비, 숙

박비, 식음료비로 구성되었다. 조사 절차는 사전에 훈련된 조사요원들이 전시 참관객들에게 연구목적에 대해 충분히 설명한 후, 연구 목적에 동의한 전시 참관객들에게만 설문지를 배부하여 자기기입식으로 작성하도록 하였다. 현장 조사원은 총 20명으로 컨벤션 및 전시를 전공하는 학부생들이며, 조사목적과 조사방법을 충분히 교육한 후 현장 설문조사에 투입하였다. 설문조사의 신뢰성을 확보하기 위하여, 전시회 관람을 마치고 나온 참관객들을 대상으로 전시장의 로비, 주차장 및 서틀버스 대기 장소 등에서 설문조사를 실시하였다. 설문응답률을 제고하기 위하여 설문조사를 마친 참관객들에게 소정의 응답 사례를 제공하였다. 설문조사 결과 1,470명이 설문조사에 참여하였으며, 이 중 연구자 및 조사요원들에 의해 불성실하게 기입되었다고 판단된 108부2를 제외한 1,362매(92.7%)를 최종 분석에 이용하였다.

## IV. 경제적 파급효과 분석

### 1. 지출액 추정

설문조사(유효표본 N=1,362) 결과 모터쇼 참관객들의 1인당 평균 지출액은 [표 2]와 같이 약 28,675원으로 조사되었다. 이 중 교통비가 9,348원으로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났으며, 식음료는 8,907원, 입장료는 8,447원, 숙박비는 1,972원으로 나타났다. 서울모터쇼의 입장권이 예매 시 7,000원, 현장 구매 시 9,000원임을 고려할 때 입장료가 현장 구매 가격보다 낮은 8,447원인 것은 일부 사전예매 관람객이 있다는 것으로 충분한 설득력을 가진다고 할 수 있다. 숙박비의 경우에는 당일 관람객과 숙박 관람객을 모두 포함한 평균 비용으로, 설문조사를 통해 숙박비용을 기재한 관람객들의 평균 숙박비 지출액은 53,720원으로 나타났다

2 설문조사가 불성실하게 기입되었다고 판단한 기준은 첫째, 지출액을 전혀 기록하지 않아 전체 지출액이 0원인지 혹은 단순하게 누락되었는지 연구자에 의해 임의로 판단해야 하는 경우, 둘째, 지출액을 작성한 전시 참관객의 필체를 정확하게 파악하기 어려운 경우, 셋째, 각 항목의 지출액을 자세히 기술하지 않고, 총액만을 기술하여 각 지출항목의 세부 지출금액을 정확하게 판단할 수 없을 경우를 포함한다. 특히 세 번째 경우에 해당하는 설문지는 연구자가 임의로 각 지출항목의 금액을 결정할 경우, 연구자에 의한 편의(bias)가 발생할 것으로 우려하여 조사 대상 설문지에서 일괄적으로 제외하기로 결정하였다.

1. 이강욱[22]의 연구에서는 산업 간 분리를 위한 기초 자료 없이 임의로 분리할 수는 없으며, 통합된 자료를 그대로 활용하여 분석을 실시해도 파급효과의 차이가 크지는 않을 것으로 추정될 것이라는 한국은행의 투입 산출법의 전문가 자문 의견을 바탕으로 한국은행에서 제공된 형태를 그대로 활용함을 전제로 하였으며, 자료 분리가 가능한 항목은 세부 분류하여 분석하였다.

다. 1인당 지출액에 서울모터쇼의 전체 관람객 수 (1,005,460명)를 고려한 2011 서울모터쇼의 전체 참관객 지출액은 약 288.32억 원으로 추정되었다.

표 2. 2011 서울모터쇼 방문객의 1인당 지출액 추정

지출부문 <sup>a</sup>	모터쇼 방문객 지출액(N=1,362)		
	1인당 지출액 (원)	총 지출액 (백만 원) <sup>c</sup>	구성비 (%)
입 장 료	8,447.4	8,493.5	29.46
교 통 비	9,348.2	9,399.3	32.60
식 음 료 비	8,907.4	8,956.1	31.06
숙 박 비 <sup>b</sup>	1,972.1	1,982.9	6.88
총 지출비용	28,675.1	28,831.7	100.00

<sup>a)</sup> 2011 서울모터쇼를 방문하여 지출한 전체 지출액을 의미함

<sup>b)</sup> 숙박비는 당일과 숙박관광객 모두를 평균한 수치임

<sup>c)</sup> 총 지출액 = 1인당 지출액 \* 총방문객(1,005,460명)[23]

## 2. 승수 도출 결과

지역산업연관모델을 이용하여 도출된 각종 승수는 최종수요 1단위가 발생하였을 때 이를 위해 다른 산업으로 파급된 직·간접 효과를 의미하는데, 즉, 농림수산물 등의 지역 내 생산유발승수 1.339는 농림수산물이 1단위 투입되었을 때 지역경제에 1.339만큼 파급효과가 창출된다는 것을 의미한다. 전시 참관객들과 관련된 산업 부문별 각종 승수를 도출한 결과를 [표 3]에 정리하였다.

생산유발승수는 최종수요 1단위가 발생되었을 때 각 산업이 파급시킨 직·간접 생산유발 효과를 의미한다. 전시 참관객 관련 산업이 경기 지역에 미치는 평균 생산유발승수는 1.267로 일반산업평균(1.332) 및 전체산업평균(1.324) 보다 낮은 것으로 나타났다.

표 3. 지역산업연관모델에 의한 경기지역 및 기타지역의 승수 도출 결과

부분명칭	생산유발승수		소득유발승수		부가가치유발승수		취업유발승수 <sup>a</sup>		간접세유발승수	
	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역
1 농림수산물	1.339	0.563	0.082	0.069	0.639	0.222	0.047	0.012	0.039	0.038
2 광산물	1.267	0.572	0.212	0.073	0.603	0.216	0.007	0.007	0.010	0.049
3 음식료품	1.418	0.731	0.142	0.099	0.449	0.319	0.013	0.015	0.112	0.039
4 섬유 및 가죽제품	1.357	0.654	0.227	0.101	0.417	0.246	0.011	0.006	0.032	0.029
5 목재 및 종이제품	1.335	0.750	0.209	0.110	0.403	0.275	0.009	0.007	0.027	0.031
6 인쇄 및 복제	1.370	0.684	0.277	0.109	0.552	0.263	0.010	0.006	0.055	0.028
7 석유 및 석탄 제품	1.181	0.732	0.091	0.099	0.136	0.266	0.004	0.006	-0.043	0.032
8 화학 제품	1.276	0.772	0.189	0.100	0.416	0.261	0.007	0.007	0.043	0.029
9 비금속 광물 제품	1.281	0.853	0.191	0.129	0.406	0.335	0.007	0.008	0.013	0.037
10 제1차 금속 제품	1.204	1.090	0.107	0.099	0.245	0.296	0.003	0.008	0.006	0.020
11 금속 제품	1.388	0.957	0.240	0.104	0.444	0.286	0.010	0.008	0.015	0.023
12 일반 기계	1.447	0.900	0.241	0.115	0.431	0.289	0.009	0.008	0.024	0.023
13 전기 및 전자기기	1.288	0.434	0.152	0.064	0.391	0.163	0.006	0.004	0.018	0.014
14 정밀기기	1.387	0.656	0.239	0.093	0.449	0.235	0.010	0.006	0.038	0.021
15 수송 장비	1.668	0.948	0.199	0.122	0.381	0.291	0.006	0.014	0.057	0.026
16 기타 제조업 제품	1.398	0.770	0.266	0.109	0.454	0.271	0.011	0.007	0.055	0.026
17 전력, 가스 및 수도	1.171	0.134	0.087	0.017	0.344	0.056	0.002	0.001	0.036	0.009
18 건설	1.343	0.676	0.333	0.092	0.581	0.239	0.013	0.006	0.086	0.023
19 도소매	1.293	0.381	0.299	0.067	0.717	0.177	0.029	0.005	0.019	0.022
20 운수	1.163	0.411	0.311	0.048	0.685	0.151	0.017	0.005	-0.007	0.041
21 통신 및 방송	1.329	0.465	0.197	0.089	0.630	0.233	0.005	0.006	0.054	0.022
22 금융 및 보험	1.222	0.398	0.271	0.084	0.712	0.221	0.008	0.005	0.024	0.020
23 부동산 및 사업서비스	1.206	0.305	0.256	0.058	0.790	0.146	0.008	0.004	0.090	0.016
24 공공 행정 및 국방	1.206	0.366	0.528	0.058	0.737	0.140	0.011	0.005	0.006	0.016
25 교육 및 보건	1.251	0.300	0.592	0.046	0.781	0.123	0.018	0.004	0.011	0.015
26 사회 및 기타 서비스	1.359	0.496	0.291	0.077	0.689	0.194	0.018	0.008	0.145	0.024
27 기타	1.826	1.002	0.142	0.157	0.316	0.429	0.013	0.021	0.052	0.061
28 음식점업	1.335	0.763	0.238	0.095	0.497	0.327	0.027	0.022	0.109	0.054
29 숙박업	1.234	0.333	0.334	0.050	0.759	0.137	0.033	0.004	0.069	0.019
30 관광운송업	1.167	0.504	0.307	0.054	0.611	0.177	0.029	0.006	-0.012	0.056
31 문화서비스업	1.333	0.497	0.440	0.101	0.654	0.233	0.018	0.006	0.040	0.026
전시산업(방문객)평균	1.267	0.524	0.330	0.075	0.630	0.218	0.027	0.009	0.057	0.053
일반 산업 평균	1.332	0.630	0.236	0.089	0.511	0.235	0.011	0.007	0.150	0.092
전체 산업 평균	1.324	0.616	0.248	0.087	0.526	0.233	0.013	0.008	0.138	0.087

a) 한국은행(2009)의 『2005년 지역산업연관표』에서는 유급+무급을 포함한 취업자 수만을 제시하고 있음

b) 음영표시된 산업의 경우 '전시산업'에 포함되는 산업 부문임

소득유발승수는 최종수요 1단위가 발생되었을 때 각 산업부문이 전 산업에 파급시킨 직·간접 소득효과를 나타낸다. 전시 참관객 관련 산업이 경기지역에 미치는 평균 소득유발승수는 0.330으로 일반산업평균(0.236) 및 전체산업평균(0.248) 보다 높은 것으로 나타났다.

부가가치유발승수는 최종수요 1단위가 발생되었을 때 각 산업부문이 전 산업에 파급시킨 직·간접 부가가치효과를 나타낸다. 부가가치는 국내산업의 부문별 총산출액에서 생산을 위해 투입된 중간비용을 공제한 것으로, 피용자보수, 영업잉여, 고정자본소모 및 순생산세로 구성된다[17]. 전시 참관객 관련 산업이 경기지역에 미치는 평균 부가가치유발승수는 0.630으로 일반산업평균(0.511) 및 전체산업평균(0.526) 보다 높은 것으로 나타났다. 부가가치 유발계수가 0.630이라는 것은 국산품 최종 수요가 1,000원 발생하였을 때, 630원은 국내 부가가치로 창출되고, 나머지 370원은 중간재 수입 등에 사용되어 해외로 유출됨을 의미한다[18]. 전시 관람객 관련 산업 분야의 경기 지역 내 부가가치유발효과는 전 산업의 평균보다 높은 것으로 나타나 전시 산업이 고부가가치산업임을 입증하고 있다.

한국은행[14]에서 발간한 2005 지역산업연관표에는 임금근로자와 무급가족종사자 및 자영업자를 모두 포함한 취업자 기준 고용표가 제공된다. 이러한 취업자 기준 고용표는 피용자 기준 고용표에 비해 포함되는 인원이 많기 때문에 그 파급효과가 높게 나타나는 특징이 있다. 취업승수는 최종수요 1단위가 발생되었을 때 각 산업부문이 전 산업에 파급시킨 직·간접 취업효과를 나타낸다. 전시 참관객 관련 산업이 경기지역에 미치는 평균 취업유발승수는 0.027로 일반산업평균(0.011) 및 전체산업평균(0.013) 보다 높은 것으로 나타났다.

간접세유발승수는 최종수요 1단위가 발생하였을 때 각 산업부문이 전 산업에 파급시킨 직·간접 간접세유발효과를 나타낸다. 전시 참관객 관련 산업이 경기지역에 미치는 평균 간접세유발승수는 0.057로 일반산업평균(0.150) 및 전체산업평균(0.138) 보다 낮은 것으로 나타났다. 간접세유발승수에서 경기 지역 내 관광운송업 승수가 -0.012로 도출되었는데, 이는 한국은행[14]에서 발행한 지역산업연관표 상에 순 생산세가 음수(-)로 나타나 있어 발생한 것으로 유추된다.

### 3. 총 경제적 파급효과 분석

2011 서울모터쇼에 방문한 관람객들의 전체 관람객 지출 비용은 약 288.32억 원으로 추정되었으며, 이를 통하여 경기 지역과 그 밖의 국내 지역에 직·간접적으로 유발시킨 총 경제적 파급효과는 [표 4]와 같다.

2011 서울모터쇼 참관객들이 직·간접적으로 경기 지역과 타 지역에 파급시킨 총 생산유발액은 약 531.45억 원으로 나타났으며, 이 중에서 경기 지역 내 파급액은 전체의 69.04%에 해당하는 366.89억 원, 타 지역 파급액은 30.96%에 해당하는 164.56억 원으로 추정되었다. 총 소득유발액은 117.33억 원으로, 경기 지역 내 파급액은 전체의 80.24%인 94.14억 원이며, 타 지역 파급액은 19.76%인 23.18억 원으로 추정되었다. 총 부가가치유발액은 241.03억 원으로, 경기 지역 내 파급액은 전체의 71.60%인 172.58억 원이며, 타 지역 파급액은 28.40%인 68.44억 원으로 나타났다. 총 취업유발자수는 약 1,030명으로, 경기 지역 내 취업 유발자수는 전체의 70.43%인 약 726명이며, 타 지역 취업 유발자수는 29.57%인 약 305명으로 나타났다. 마지막으로 총 세수

표 4. 2011 서울모터쇼 참관객에 의한 총 경제적 파급효과

부분명칭	생산유발효과 (억원)		소득유발효과 (억원)		부가가치유발효과 (억원)		취업유발효과 (명)		세수유발효과 (억원)	
	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역	지역내	타지역
직접관련 산업 <sup>a)</sup>	298.96	11.14	83.13	3.42	143.63	5.45	666.74	21.25	10.20	0.34
일반산업 <sup>b)</sup>	67.93	153.42	11.01	19.77	28.96	63.00	59.04	283.41	3.19	12.33
소계	366.89	164.56	94.14	23.18	172.58	68.44	725.78	304.66	13.38	12.67
비율	69.04	30.96	80.24	19.76	71.60	28.40	70.43	29.57	51.36	48.64
총계	531.45		117.33		241.03		1,030.44		26.06	

a) 직접관련 산업은 전시 참관객들의 지출이 직접 영향을 미치는 음식점, 숙박, 관광운송, 문화서비스업을 포함

b) 일반산업은 전시 참관객들의 지출이 직접 미치는 산업 분야를 제외한 나머지 산업을 모두 포함  
주: 모든 수치는 소수점 아래 3자리에서 반올림되어 각 효과의 합과 소계 및 합계와 다를 수 있음

유발액은 26.06억 원으로, 경기 지역 내 파급 액은 전체의 51.36%인 13.38억 원이며, 타 지역 세수 유발액은 48.64%인 12.67억 원으로 추정되었다.

## V. 결론

본 연구는 우리나라의 대표적인 전시회의 하나인 '2011 서울모터쇼'의 참관객의 지출액을 통해 발생한 지역경제 파급효과를 분석하였다. 총 참관객은 약 100만 명에 이르며, 설문조사를 통해 도출된 1인당 평균 지출액은 약 28,675원으로 참관객들이 총 지출한 비용은 약 280억 원으로 추정되었다. 이러한 총 지출 비용을 바탕으로 지역 경제에 미치는 파급효과를 도출하기 위하여 한국은행[14]에서 직접 조사하여 발표한 지역 산업연관표를 전시산업에 맞게 통합하여 각종 승수를 도출하여 총 경제적 파급효과를 분석하였다. 분석결과 직·간접효과를 통하여 '2011 서울모터쇼'의 참관객들이 지역경제에 파급시킨 총 생산유발액은 약 531억 원이며, 총 소득유발액은 약 117억 원, 총 부가가치유발액은 약 241억 원, 총 취업유발효과는 1,030명, 총 세수유발액은 약 26억 원 등으로 평가되었다.

또한, 경기 지역의 승수도출 결과를 살펴보면, 참관객 관련 산업 부문들의 생산유발승수들이 전체 산업의 평균과 비슷한 것으로 나타났다. 이는 해당 산업이 타산업과의 상호연관관계가 강하지 않다는 것을 지적해준다. 반면에, 부가가치유발승수의 경우에는 전체 산업의 평균에 비해 상당히 높은 것으로 나타나고 부가가치산업으로서의 전시산업의 특징을 그대로 보여주고 있다. 소득유발승수와 취업유발승수도 타 산업에 비하여 매우 높은 것으로 나타나는데, 이는 전시 참관객 관련 산업의 소득 및 고용창출효과가 매우 높으며, 노동집약적인 산업이라는 것을 의미한다. 마지막으로 간접세유발승수의 경우 상대적으로 전체 산업 평균에 비해 낮은 것으로 나타나, 지방정부에 대한 재정기여도는 낮은 수준인 것으로 나타났다. 이러한 승수의 도출 결과는 경기도 전시산업의 지역경제 파급효과를 분석한 김봉석[4]의 연구 결과와 비슷하나, 지출액을 모두 고려한 지

역경제 파급효과는 다소 차이를 보이고 있다. 김봉석[4]의 연구에서는 총 26개 전시행사의 주최자, 참가업체, 참가자의 지출 비용을 모두 반영한 총 생산유발액이 약 3,872억 원으로, 한 개 전시회의 평균 생산 유발효과가 약 150억 원이었다는 점을 고려했을 때 '2011 서울모터쇼'의 생산유발효과 531억 원은 상대적으로 큰 성과를 이룩했다고 할 수 있다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 산업연관분석으로부터 도출된 승수를 살펴볼 때, '2011 서울모터쇼'를 통해 지역경제를 활성화시키기 위해서는 음식업과 숙박업을 육성하는 것이 바람직하다. 음식업의 경우 생산유발승수가, 숙박업의 경우 소득, 부가가치, 취업 유발 승수가 높게 나타났기 때문이다. 따라서 KINTEX 2 단계 완공에 따른 복합 쇼핑몰 및 호텔의 개발과 KINTEX 인근에 위치한 백화점 등과의 연계를 통해 전시 참관객들의 식음료 및 숙박 관련 만족도를 증대시키고, 지역경제를 활성화하는데 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구결과는 신규 전시회 또는 유망 전시회의 정책적 지원을 유도하기 위한 객관적 자료로 활용될 수 있다. 지역산업연관분석 결과 '2011 서울모터쇼'의 참관객 지출액만으로 총 생산유발액(531억 원), 총 소득유발액(117억 원), 총 부가가치유발액(241억 원) 등으로 단순 수치 상 합계로 약 900억 원에 가까운 직·간접적인 파급효과를 도출하였다. 이 밖에 전시 주최자나 참가업체의 지출액, 바이어와의 계약을 통한 잠재적인 경제 효과 등을 모두 포함할 경우 막대한 경제적인 효과를 입증할 수 있을 것이다. 따라서 전시산업에서 하드웨어적인 육성과 더불어 '서울모터쇼'와 같은 소프트웨어 콘텐츠의 육성·지원을 위한 근거로 본 연구 결과를 활용할 수 있으리라 생각한다.

셋째, 본 연구는 전시산업에서는 처음으로 한국은행[14]에서 직접조사법을 통해 발표한 지역 산업연관표를 활용하여 연구가 진행되었다. 선행연구에서 살펴본 것과 같이 그동안 전시 산업 파급효과 추정 연구나 본 연구와 유사한 성격을 지니는 지역 축제의 파급효과 추정 연구에서는 간접 추계 방식의 지역 산업연관표가 사용되었으나, 한국은행의 직접조사에 의한 지역산업연관표가 발표된 이후 이를 적용한 연구가 시작되었다. 이

러한 연구 흐름의 변화에 발맞추어 전시산업에 최초로 직접조사법에 의한 지역산업연관표를 적용했다는 것에 그 의미가 있다고 할 수 있겠다. 따라서 향후에 지역 산업연관분석을 통한 전시산업의 경제적 파급효과를 파악하는 연구의 선행연구로서 활용될 수 있다.

하지만, 본 연구의 한계점으로는 첫째, 산업연관표상에서 전시산업이 포함되어 있지 않아 선행연구를 바탕으로 선정하였으나, 표준화된 산업분류가 정립될 필요가 있다. 둘째, 전시회의 정확한 경제적 파급효과를 위해서는 주최자, 참가업체, 참관객 모두를 포함해야 하나, 본 연구에서는 참관객만을 대상으로 경제적 파급효과를 산정하였다. 따라서 향후 연구에서는 전시 주최자와 참가업체, 참관객들의 지출액을 모두 파악하여 보다 정확한 전시회의 경제적 파급효과를 산출할 필요가 있다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 손영석, 고재필, “전시회를 통한 촉진활동이 브랜드 자산에 미치는 영향”, 광고학연구, 제16권, 제3호, pp.143-163, 2005.
- [2] 김봉석, “국내 전시산업의 경제적 파급효과”, 호텔관광연구, 제10권, 제1호, pp.30-43, 2008.
- [3] 김화경, “전시서비스 속성이 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제2호, pp.410-422, 2009.
- [4] 김봉석, “지역산업연관모형을 이용한 경기도 전시산업의 지역경제 파급효과”, 경상논총, 제27권, 제3호, pp.47-69, 2009.
- [5] 김성섭, 안영희, 윤승현, “전시산업의 경제적 파급효과 추정”, 관광·레저연구, 제18권, 제3호, pp.191-210, 2006.
- [6] 산업연구원, 국내 전시산업 통계체계 수립방안, 2004.
- [7] 윤기관, “WTO 허용보조금으로서의 무역전시국 고지원자금의 효율적 운영을 위한 한국의 무역전시산업의 경제적 효과분석”, 무역학회지, 제31권, 제4호, pp.319-344, 2006.
- [8] 황희곤, “한국 전시산업의 경제적 성과에 관한 연구”, 국제무역연구, 제7권, 제2호, pp.3-31, 2001.
- [9] 김화경, “전시회 구성 콘텐츠가 재방문 및 추천의사에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제10호, pp.197-208, 2010.
- [10] 윤세목, 노용호, “산업전시박람회 방문자의 방문동기가 만족도, 재방문의도, 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 관광·레저연구, 제17권, 제1호, pp.43-61, 2005.
- [11] 윤정남, 이병철, “100만 관람객, 1조 경제 파급효과”, 파이낸셜뉴스, 2011년 4월 10일.
- [12] W. Leontief, “Quantitative input and output relations in economic system of the United States,” The Review of Economic Statistics, Vol.18, No.3, pp.105-125, 1936.
- [13] 김홍배, 도시 및 지역경제분석론, 기문당, 2005.
- [14] 한국은행, 2005년 지역산업연관표, 2009.
- [15] 이충기, 이강욱, “강원랜드 카지노리조트 개발로 인한 강원지역과 타 지역에 미친 경제적 파급효과 분석”, 관광학연구, 제34권, 제4호, pp.109-126, 2010.
- [16] 이강욱, 관광개발이 지역경제에 미치는 파급효과, 한국관광연구원, 1997
- [17] 한국전시산업진흥회, 국내전시산업의 경제적 파급효과 분석, 2006.
- [18] 이지석, “안동국제탈춤페스티벌의 경제적 파급효과 분석”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제1호, pp.371-378, 2011.
- [19] 이충기, 최영준, “지역산업연관모델을 이용한 보령머드축제에의 경제적 파급효과 분석”, 관광연구, 제25권, 제5호, pp.83-100, 2010.
- [20] 이충기, 서태양, 박종구, “2007 경주세계문화엑스포의 지역경제 파급효과 분석”, 관광연구, 제23권, 제1호, pp.63-79, 2008.
- [21] 한국은행, 산업연관분석해설, 2007.
- [22] 이강욱, 지역산업연관표를 활용한 관광산업의 경제 파급효과 분석, 한국문화관광연구원, 2009
- [23] 서울모터쇼조직위원회, 2011서울모터쇼 종합보고, 2011.

저 자 소 개

김 대 관(Dae-Kwan Kim)

정회원

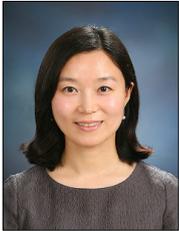


- 1991년 2월 : 서울대학교 산림자  
원학과(농학사)
- 1993년 2월 : 서울대학교 산림자  
원학과(농학석사)
- 1999년 8월 ; 미국 미시간주립대  
학교(관광학박사)

▪ 2003년 9월 ~ 현재 : 경희대학교 컨벤션경영학과 교수  
<관심분야> : 컨벤션 · 전시, 국제관광, 관광개발

한 연 주(Youn-Joo Han)

정회원



- 1998년 8월 : 고려대학교 경영대  
학원(경영학석사)
- 2002년 1월 : 조지워싱턴(관광학  
석사)
- 2010년 8월 : 경희대학교 호텔관  
광대학(관광학박사)

▪ 2003년 3월 ~ 현재 : 킨텍스 차장  
<관심분야> : 컨벤션 · 전시, 관광마케팅

이 상 민(Sang-Min Lee)

정회원



- 2008년 2월 : 경희대학교 관광경  
영학과(관광학석사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 경희대학  
교 호텔관광학과 박사과정
- 2009년 9월 ~ 현재 : 경희대학  
교 관광산업연구원 연구원

<관심분야> : 관광개발, 컨벤션 · 전시

최 영 배(Yeong-Bae Choe)

준회원



- 2010년 2월 : 경희대학교 컨벤션  
경영학과(컨벤션경영학사)
- 2010년 2월 ~ 현재 : 경희대학  
교 호텔관광학과 석사과정
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경희대학  
교 관광산업연구원 연구원

<관심분야> : 컨벤션 · 전시, 관광마케팅

송 수 엽(Soo-Yeop Song)

준회원



- 2011년 2월 : 경희대학교 컨벤션  
경영학과(컨벤션경영학사)
- 2011년 2월 ~ 현재 : 경희대학  
교 호텔관광학과 석사과정
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경희대학  
교 관광산업연구원 연구원

<관심분야> : 컨벤션 · 전시, 문화관광 콘텐츠