

# 2010 대한민국 국제농기계 자재박람회(KIEMSTA) 개최에 따른 지역경제 파급효과 분석연구

양 종 곤\*

## 요약

본 연구는 2005년 한국은행에서 발간된 산업연관표를 바탕으로 2010년 천안에서 개최된 대한민국 국제농기계 자재박람회의 지역경제 파급효과를 분석하는 것을 주목적으로 하고 있다. 산업박람회의 경우 KINTEX와 같은 전문박람회 장소에서 개최된 행사에 대한 경제적 파급효과를 분석한 연구가 주류를 이루고 있지만, 본 연구와 같이 특정 장소의 실내가 아닌 실외에서 개최된 박람회에 대한 경제적 파급효과를 분석한 연구는 미비하다.

국제농기계 자재박람회에 참여한 주최자, 참여업체, 참관객을 대상으로 조사를 실시하였으며, 주최자의 경우 직접지출 자료를, 참여업체와 참관객의 경우 설문조사를 통하여 지출 금액을 산정하였다.

분석결과에 의하면, 박람회 개최로 인한 천안지역의 경제적 파급효과로는 생산유발효과 318억 원, 부가가치 유발효과 126억 원, 고용유발효과 466명으로 나타나 전시산업이 고부가가치 산업임을 입증하였다.

**핵심주제어** : 산업연관표, 산업박람회, 국제농기계 자재박람회, 경제적 파급효과

## I. 서론

최근의 주 5일제 근무, 웰빙문화의 확산, 그리고 시민들의 여가활동에 대한 욕구 등으로 지방자치단체는 다양한 축제와 전시회를 개최하고 있다. 한국문화관광연구원의 2006년 자료에 따르면, 지역축제 박람회 숫자가 적게는 900개, 많게는 1,200개로 집계된다. 범람하는 지

\* 단국대학교 상경대학 경영학부 부교수, E-mail : jgyang@dankook.ac.kr

〈논문 투고일〉 2014. 09. 08      〈논문 수정일〉 2014. 09. 11      〈게재 확정일〉 2014. 09. 22

역축제나 박람회 개최로 인해 귀중한 지방세의 낭비라는 비판이 존재하지만, 한편으로는 지역축제나 박람회의 개최가 지방경제의 활성화를 불러일으킨다는 주장도 제기된다. 축제나 박람회 개최로 인한 경제적 효과 이외에도 마케팅 효과, 관광활성화 효과, 관련 산업 활성화 등과 같은 사회적, 문화적 효과도 간과할 수 없다. 2009년 천안에서 개최된 천안웰빙식품엑스포의 경우 생산유발효과 735억 원, 부가가치 유발효과 281억 원, 고용유발효과 1077명으로 나타났다(양종곤, 김진규 2010). KINTEX 전시로 인한 경기도에 미치는 지역경제 효과는 생산유발효과 3,195억 원, 부가가치 유발효과 1,896억 원, 고용유발효과 3122명으로 나타나 전시산업이 고부가가치 산업임을 확인했다(김봉석 2009). 또한 7월 6일 개최가 확정된 2018 평창 동계올림픽의 경우 추정이지만 개최로 인한 생산유발효과는 20조 4,973억 원, 부가가치 유발효과는 8조 7,546억 원, 고용유발효과는 23만여 명에 해당하여 경제적 파급효과는 지대하다(매일경제 2011).

국제농기계 자재박람회의 경우 2010년 천안에서 개최되기 이전에는 서울 코엑스 전시공간에서 개최되어 왔으나, 2010년도에 최초로 천안에서 국제농기계 자재박람회가 야외에서 개최되었다. 전시회와 관련하여 경제적 유발효과에 관한 연구는 2차 자료를 활용한 연구와 설문지를 통한 지출추정액을 대상으로 한 연구로 나누어지고 있지만 대부분의 연구는 정확한 지출추정치를 계산하는 방법 보다는 주관적 판단기준에 의한 연구방법이 주류를 이루고 있다. 그러나 최근의 연구에 의하면 설문을 기반으로 한 지출예상액 산출하는 객관적 방법을 사용하고 있으며, 이에 따른 지역경제 유발효과에 관한 실증연구가 이루어지고 있다(김봉석 2009).

무분별한 지역축제나 박람회의 개최는 귀중한 혈세낭비라는 비판적 인식을 재고하기 위한 관점에서 보다 객관적인 데이터를 근거로 한 지역경제 효과를 산출하는 것은 박람회 개최를 위한 지방자치단체의 이유 있는 연구목적이 될 수 있다. 또한 2010년부터 지방에서의 박람회 개최가 실제적으로 서울이 아닌 지방에서 개최하는 당위성에 대한 근거를 제시하기 위해서도 2010년도 국제농기계 자재박람회 개최로 인한 경제적 효과를 산출하는 연구는 상당한 중요성을 가지고 있다. 더불어 기존의 연구는 실내에서 상시적으로 개최되는 전시회에 대한 경제적 파급효과를 분석한 것이 주류를 이루었던 것에 비하여, 실외에서 개최된 박람회를 독자적으로 분석한 점에 의의를 두고 있다. 본 연구는 2010년도 최초로 지방과 야외에서 개최된 국제농기계 자재박람회의 지역경제 파급효과를 도출하기 위하여 설문지를 통한 보다 객관적인 자료를 바탕으로 한 지출액 산정으로 지역산업연관모형을 활용하여 분석하고자 한다. 연구의 중심이 되는 주최자, 참가업체, 참관객의 지출액 산정을 위해서는 추정을 통하여 지출액을 산정한 기존의 연구방식을 지양하고자 하며, 구체적으로 참관객과 참가업체의 경우에는 설문

을 통한 추정치 자료를 활용하고 주최자의 경우 직접지출 항목의 자료를 획득하여 파급효과를 분석하였다.

## II. 선행 연구

### 1. 국제농기계 박람회 비교

국제농기계 박람회의 경우 하노버 농기계 박람회, 볼로냐 박람회, 호주 농업박람회, 그리고 루이빌 농기계 박람회가 존재한다. 본 연구에서는 4대 박람회 중 하노버 농기계 박람회와 볼로냐 박람회, 그리고 상주농업기계 박람회를 포함한 3개의 박람회를 대한민국 국제농기계 자재박람회를 비교하여 다음의 <표 1>과 같이 제시하였으며, 비교대상은 개최시기, 전시업체 수, 참관객 수, 전시면적으로 선정하였다. <표 1>에 의하면 세계적인 국제농기계 박람회로 대변되는 하노버 농기계 박람회와 볼로냐 박람회의 경우 일반적으로 5일간 개최하며, 천안에서 개최된 국제농기계 자재박람회는 4일, 상주농업기계 박람회는 3일간 개최한다. 전시업체 수를 살펴보면 천안에서 개최된 국제농기계 박람회의 경우 2010년 당시 최대 규모의 개최라고 언급되어 있지만 하노버 농기계 박람회 및 볼로냐 박람회와 비교하면 세계적 수준으로 도약하기에는 상대적으로 전시업체 수가 미약한 실정이다. 특히, 하노버 농기계 박람회의 경우 전체 전시업체의 50%에 육박할 정도로 해외 참여업체의 참가가 적극적인 것을 확인할 수 있다. 농기계 박람회의 경우 산업박람회의 성격을 가지기 때문에 대한민국 국제농기계 자재박람회가 세계적인 박람회로 도약하기 위해서는 보다 많은 해외업체의 참여를 유도하는 것이 중요한 사항 중 하나라고 사료된다. 한편, 전시면적 대비 참관객 수를 비교하여 살펴보면 2010년 국제농기계 자재박람회의 경우 해외 박람회와 비교해도 뒤떨어지지 않는 수준임을 확인할 수 있다. 한 가지 특이한 사항은 볼로냐 박람회의 경우 전체 개최일정인 5일 중에서 2일 동안은 동일한 산업과 관련된 전문 참관객이 방문하며 이후 3일간은 일반참관객이 방문하는 것으로 구분하여 전시업체의 입장을 대변하여 개최하고 있다.

〈표 1〉 국제 농기계 박람회 비교

	2010 국제농기계 자재박람회	2009 하노버 농기계 박람회	2008 볼로냐 박람회(EIMA)	2010 상주농업 기계 박람회
개최시기	2010. 11. 3. ~ 2010. 11. 6.(4일간)	2009. 11. 10. ~ 2009. 11. 14.(5일간)	2008. 11. 12. ~ 2008. 11. 16.(5일간)	2010. 3. 24. ~ 2010. 3. 26.(3일간)
전시 업체 수	271개 (해외 : 57)	2,308개 (해외 : 1,074개)	1,601개 (해외 : 464개)	124개
참관객수	231,055명 (해외 : 2,088명)	355,118명 (해외 : 80,175명)	166,429명 (해외 : 26,331명)	127,000명
전시면적	39,325 $m^2$ (11,916평)	319,409 $m^2$ (96,000평)	180,000 $m^2$ (54,000평)	11,510 $m^2$ (3,500평)
비고			2일 : 동산업 및 관련전문 참관객 3일 : 일반인 참가	

〈표 2〉 한국 전시장별 규모현황

(단위 :  $m^2$ )

전시장	면적	전시장	면적
COEX(서울)	36,027	aT Center(서울)	7,422
SETES(서울)	7,948	KINTEX(고양)	53,541
KOTREX(대전)	4,200	KDJ(광주)	9,072
EXCO(대구)	11,616	CECO(창원)	7,826
BEXCO(부산)	26,508	ICC JEJU(제주)	2,394
KIEMSTA(천안)	377,000(부지) 39,325(전시관)		

자료 : 김춘단(2009)의 연구를 바탕으로 저자 재작성.

〈표 2〉는 국내 전문전시장의 규모를 나타낸 것이다. 표에 의하면 천안의 경우 상설 전문 전시장은 아니지만 규모면에서는 국내 타 전시장과 비교하면 넓은 면적에서 개최되고 있음을 확인할 수 있다. 전시관 규모의 경우는 서울 소재의 COEX 전시장과 비슷한 규모이지만 전시관 이외에 문화공간으로 활용될 수 있는 부지가 대부분을 차지하여 다양한 용도로 활용이 가능한 공간이 많음을 파악할 수 있다.

## 2. 전시산업의 경제적 파급효과에 대한 선행연구

전시산업과 관련한 경제적 파급효과에 관한 연구는 전체 전시산업의 경제적 파급효과의 정도를 측정하는 연구가 선행되었다. 전시산업이 부가가치가 높은 산업이라 주장하는 연구자들의 입장에서 당연히 이루어져야 하는 연구결과이다. 황희곤(2001)은 1995년 한국은행 산업연관분석을 이용하여 전시산업의 경제적 파급효과를 지출규모의 개략적 평균방법을 이용하여 산출하였다. 그의 연구에 의하면 전시산업의 경제적 파급효과는 생산유발효과 7,546억 원, 부가가치 유발효과 3,493억 원, 그리고 고용유발효과는 2,967명에 달한다고 주장하였다.

황희곤(2001)의 연구와 유사한 개략적 지출규모 추정방법으로 전시산업의 경제적 파급효과를 분석한 산업연구원(2004)의 자료에 따르면, 2004년 전시산업의 경제적 파급효과는 생산유발효과 6,407억 원, 부가가치 유발효과 3,165억 원, 그리고 고용유발효과는 7,796명으로 나타났다. 전시산업의 경제적 파급효과 연구와 관련된 최근의 연구를 살펴보면, 김성섭 등(2006)은 2005년 한국관광공사에서 제시한 총 150건 전시회를 기준으로 하여 주최자, 참관객, 참가업체의 지출액을 추정하여 경제적 효과를 산출하였다. 해당 연구결과에서 제시한 전시산업의 경제적 파급효과는 생산유발효과 1조 2천억 원, 부가가치 유발효과 5천 7백억 원, 그리고 고용유발효과는 21,692명으로 각각 산출결과를 도출하였으며 해당 연구에서 제시된 수치가 이전의 연구보다 경제적 파급효과가 월등히 높은 이유를 전시산업의 지속적 성장에 따른 것으로 결론지었다.

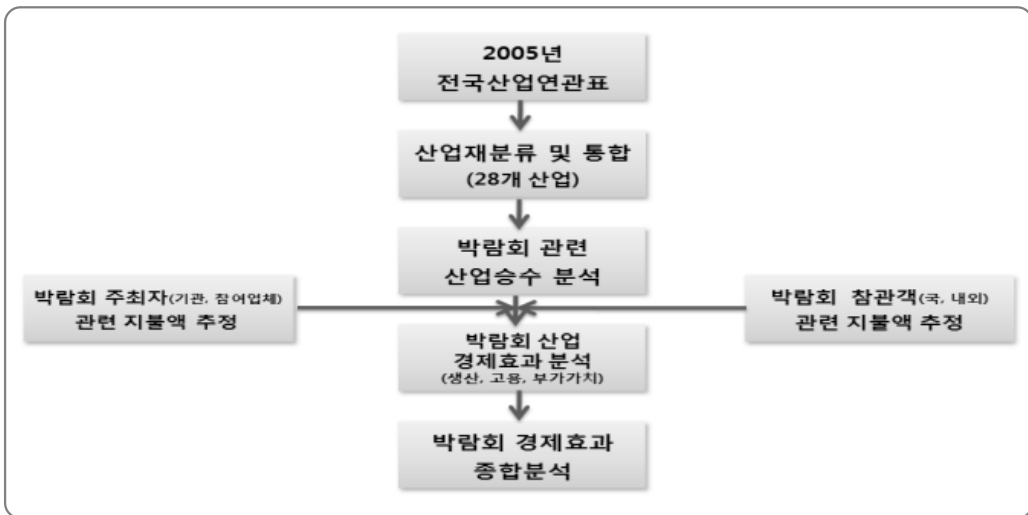
전시산업은 일반적으로 고부가가치를 창출하는 산업으로 분류되며 <표 2>에서 제시한 바와 같이 전시회는 전국의 각 도시에 건설된 전문전시장을 통해서 주로 개최되고 있기 때문에 각 지역자치단체에서도 전시산업의 활성화 및 경제적 파급효과에 주목하고 있다. 경남발전연구원은 2006년에 기계 산업의 중심지인 창원을 중심으로 개최된 국제로봇자동화전, 국제자동화정밀기전, 한국자동차부품산업전, 한국국제기계박람회, Feel 경남엑스포 전시회를 대상으로 한 경제적 파급효과를 분석하였다. 분석결과에 따르면 해당 전시회의 생산유발효과는 1,548억 원, 부가가치 유발효과 434.7억 원, 그리고 고용유발효과는 623.7명으로 나타났다. 한편, 김봉석(2009)은 2007년 경기도 일산의 KINTEX에서 개최된 26개 전시회를 바탕으로 주최자, 참관객, 참가업체를 대상으로 최종수요를 계산하여 지역경제파급효과를 분석하였다. 해당 연구에 따르면, 전시회 개최로 인한 경기도 내 지역경제의 파급효과는 생산유발효과 3.195억 원, 부가가치 유발효과 1,863억 원, 그리고 고용유발효과는 3,122명으로 나타났다.

### III. 경제적 파급효과 분석

#### 1. 경제적 파급효과의 분석체계

산업박람회의 경우 지역경제의 파급효과를 분석하기 위해서는 산업연관표를 활용한 승수 효과 분석방법을 활용하는 것이 대표적이다. 산업연관 분석방법의 경우 경제계획 수립이나 경제구조 분석에 활용되는 대표적인 방법에 해당한다. 산업연관표를 활용한 지역경제의 파급 효과 분석은 선행연구와 같이 각종 국제박람회 및 지역축제 등의 경제적 효과를 분석하는데 활용되고 있다. [그림 1]은 경제적 파급효과 분석에서 사용되는 산업연관분석 체계도를 본 연구에 적합하게 재구성한 것이다.

[그림 1] 산업연관분석 체계도

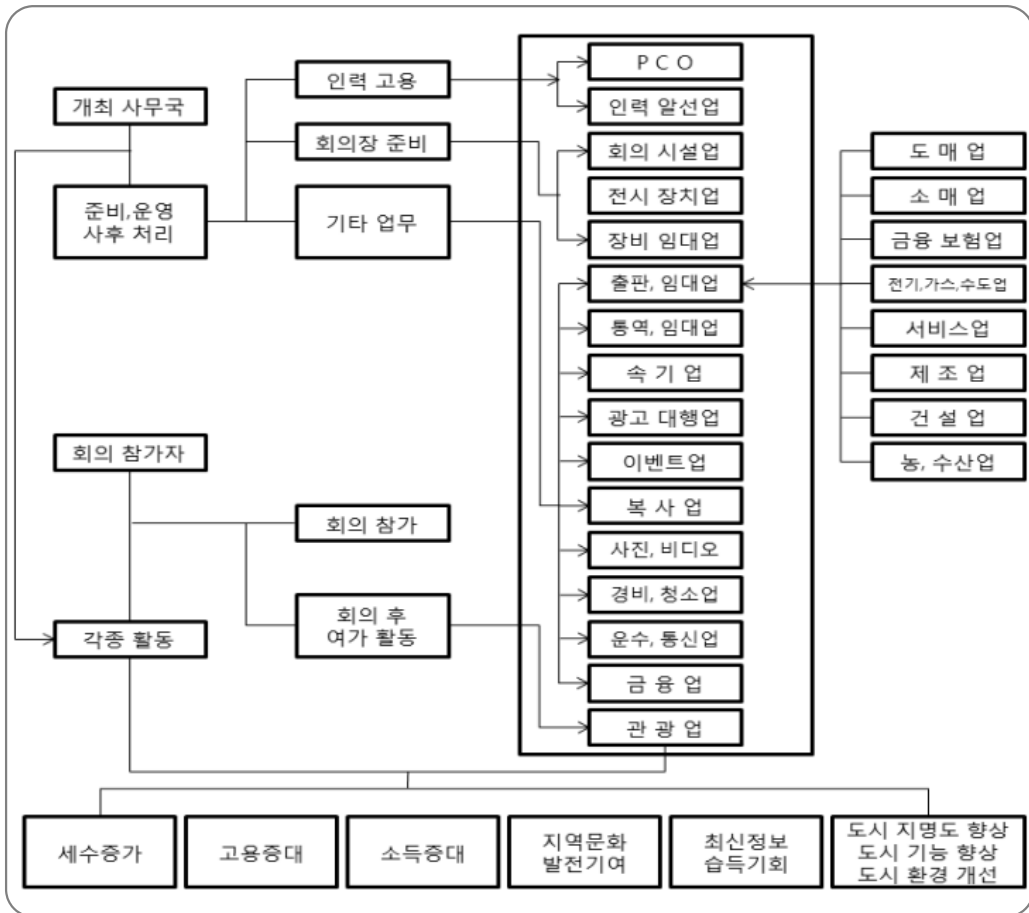


#### 2. 국제농기계 자재박람회의 경제적 파급효과

국제농기계 자재박람회의 경제적 파급효과를 계산하기 위해서는 우선적으로 전시산업에 해당되는 박람회의 산업분류가 필요하다. 전시산업의 경우 전시주최자, 참여업체, 참관객이 존재하는데 국제농기계 자재박람회의 경우를 살펴보면 먼저 전시주최자의 대상은 천안시와 한국농기계협동조합이 된다. 참여업체는 농기계산업과 관련된 기업이며, 참관객은 해당 박람회에 참여한 약 23만 명의 참관객에 해당한다. 전시산업 승수를 계산하기 위해서는 산업연관

표에서 차지하는 산업을 분류할 필요가 있다. [그림 2는 전시회 개최를 위한 구체적 산업분류를 나타낸 것이다.

[그림 2] 전시회 개최에 따른 경제적 파급효과



출처 : 김영표(2006) “경남의 중점 육성산업 전시회 경제적 파급효과 분석”

[그림 2에 의하면 주최 측 및 참가기업과 관련한 경제적 파급의 산업분류를 나타내고 있다. 또 다른 축인 참관객의 경우는 기존의 지역축제 관련한 관광산업, 숙박업 등의 산업으로 분류된다. 이는 보다 상세한 국제박람회의 지출항목과 산업연관표를 작성하기 위한 기초자료이며 앞서 제시한 <표 1>은 구체적인 박람회 관련 지출항목과 산업연관표와의 부문을 일치시켜 제시한 것이다. 산업연관표에 의하면 대분류와 세부분류로 구분되어 나타나있지만 연구 목적을 위해 대분류에 해당하는 항목으로 정리하여 제시하였다.

### 3. 국제농기계 자재박람회 최종수요 계산

박람회의 최종수요를 계산하기 위해서는 각 항목별로 최종수요의 총액을 계산하기 위한 주최자, 전시업체, 참관객의 소비지출에 대한 자료가 요구된다. 이에 따라 직접 소비지출에 대한 자료를 산출하기 위해서는 각 항목별 지출 세분화 작업이 우선적으로 시행되어야 한다. 본 연구에서는 농기계 자재박람회 관련 주최의 직접소비지출에 대한 항목을 선행연구를 토대로 하여 다음의 <표 3>과 같이 구성하였으며, 주최자의 경우 항목별 지출자료를 직접 입수하였고, 전시업체 및 참관객의 경우 설문자료를 바탕으로 지출총액을 산정하였다.

<표 3> 직접 소비지출 조사를 위한 지출항목

전시주최자	참여업체	참관객
1. 직접시설 투자비	1. 전시품/기자재 운송비	1. 출발지에서 현지까지 교통비
2. 간접투자비	2. 전시운영비/기자재	2. 현지에서의 교통비
3. 전시연출비	3. 교통비	3. 숙박비
4. 공연행사비	4. 숙박비	4. 식/음료비
5. 홍보유치비	5. 식/음료비	5. 유흥비
6. 운영비	6. 유흥비	6. 기념품 및 쇼핑비
7. 공공요금 및 제세	7. 기념품 및 쇼핑비	7. 기타 지출액
	8. 기타 지출액	

<표 3>에서 제시한 바와 같이 직접 소비지출 조사를 위한 지출항목은 산업박람회와 관련한 항목을 기초로 선행연구(김봉석 2009; 김성섭 등 2006; 김영표 2006; 김춘단 2009; 한국농기계협동조합 2006, 2009, 2010)를 바탕으로 선정하였다. 구체적으로 살펴보면, 먼저 전시주최자에 대한 지출항목은 주최자로부터 입수한 세부지출내역을 바탕으로 적절한 지출항목을 구성하였다. 여기서 주의할 점은 지출항목의 구성요소에 따라 산업별 분류가 달라지며, 산업별 분류의 차이는 승수의 차이를 초래하고, 이는 곧 경제적 파급효과의 차이로 나타나기 때문에 이러한 중요성에 입각하여 지출항목을 선정하는데 있어서 선행연구 및 지출내역의 공통요소를 명확히 파악하여 항목을 선정하였다. 전시주최자의 지출항목은 행사를 주최한 천안시로부터 직접적으로 자료를 입수하여 세부항목을 구분하였으며, 이는 다음의 <표 4>와 같다.



〈표 4〉 주최 측 소요내역 현황

구 분	내 용
직접 시설투자비	주차장, 편익시설, 상하수도시설, 조형물 등 토목, 건축, 조형
간접투자비	경관육교, 생태하천 정비 및 교량설비
전시연출비	주제관, 비전관, 산업관, 건강관, 편의 및 부대시설
공연행사비	개·폐막식, 공연 / 행사
홍보유치비	홍보대행, 홍보제작물, 홍보활동, 홈페이지 관리
운영비	사무국 일반비, 여비, 업무추진비, 교통숙박 등
공공요금 및 제세	부가가치세, 법인세, 행사보험료

참여업체 및 참관객의 자료는 설문지를 통해 자료를 수집하였으며, 특히 참관객의 경우는 기존의 지역축제를 통한 지역경제 파급효과에 관한 다양한 선행연구가 존재하고, 지역축제의 방문객 및 산업박람회의 참관객의 지출항목이 매우 흡사한 사실을 바탕으로 용이한 항목선정을 가능케 했다. 참여업체는 전체 271개의 참여업체 중 설문에 응답한 222개의 참여업체의 자료를 바탕으로 분석하였으며, 연구에 활용되지 않은 49개 업체의 자료는 해당 업체가 소규모에 해당하기 때문에 연구 분석의 결과에 큰 오차가 없을 것이라는 연구자의 판단 하에 활용자료에서 제외하였다. 참관객의 경우는 4일 간 개최된 박람회 개최기간동안 해당 박람회를 방문한 전체 참관객 약 23만 명 중 368부의 표본을 대상으로 설문을 회수하여 연구 자료로 사용하였다.

〈표 5〉는 참여업체의 인구통계학적 특성을 나타내고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 농기계 자재박람회의 특성으로 인해 남성참관객이 93.2%로 절대다수를 차지하였으며, 참여목적은 각 설문문항을 참여업체 당 3개 항목을 복수 응답한 결과 상품 판매촉진이 26%로 가장 높았으며, 이어서 신규 고객접촉이 23.4%로 나타났다.

〈표 6〉은 참관객의 인구통계학적 특성을 나타낸 자료이다. 참관객의 성별도 앞서 제시한 참여업체의 인구통계학적 특성과 유사하게 남성의 비율이 71.2%로 대수를 차지하고 있으며, 이는 농기계 자재박람회의 특성에 기인한 결과로 해석된다. 구매력 권한의 경우 일반적인 관광의 의미로 분류된 ‘역할 없음’의 항목이 전체 비율에서 33.2%를 차지하였으며, 이외에 ‘평가자’, ‘추천자’, ‘마지막 의사결정자’를 포함한 실질적인 구매력에 연관이 있다고 판단되는 대상자가 전체 66.8%를 차지하고 있다고 판단할 수 있다.

〈표 5〉 참여업체의 인구통계학적 분석

구 분	내 용	빈 도	%
성 별	남 성	207	93.2
	여 성	15	6.8
연 령	20대	7	3.2
	30대	73	32.9
	40대	96	43.2
	50대	43	19.4
	60대 이상	3	1.4
참여목적	신규 고객접촉	156	23.4
	상품 판매촉진	173	26
	현재 고객과의 상호교류	103	15.5
	신상품 출시	126	18.9
	브랜드 이미지제고	103	15.5
	기 타	5	0.7
참가경험	1회	16	7.2
	2회	16	7.2
	3회	36	16.2
	4회	18	8.1
	5회	46	20.7
	6회 이상	90	40.6
참여업체 거주지역	천 안	15	6.8
	서 울	21	9.5
	경기 / 인천	57	25.7
	강원도	1	0.5
	천안 외 충청도	31	14
	전라도	32	14.4
	경상도	64	28.8
	제주도	1	0.5

〈표 6〉 참관객의 인구통계학적 분석

구 분	내 용	빈 도	%
성 별	남 자	262	71.2
	여 자	106	28.8
구매력 권한	마지막 의사결정자	114	31.0
	추천자	89	24.2
	평가자	43	11.7
	역할 없음	122	33.2
연 령	20대 미만	5	1.4
	20대	8	2.2
	30대	85	23.1
	40대	114	31.0
	50대	133	36.1
	60대 미만	23	6.3
거주지	천 안	92	25.0
	서 울	40	10.9
	경기/인천	76	20.7
	강원도	10	2.7
	천안 외 충청도	74	20.1
	전라도	28	7.6
	경상도	29	7.9
	제주도	1	0.3
	기타(외국)	18	4.9
농기계관련 박람회 참가회수	1	175	47.6
	2	92	25.0
	3	49	13.3
	4	22	6.0
	5	16	4.3
	6회 이상	14	3.8

## IV. 경제적 파급효과 분석결과

경제적 파급효과를 분석하기 위해서 앞선 부분에서 전시산업에 해당되는 박람회 산업분류 및 지출항목을 선정하였다. 이에 따라 본 장에서는 실질적인 경제적 파급효과를 분석하기 위해 박람회 주최자, 참관객, 참가업체의 최종수요 총액을 산출하고자 한다.

### 1. 주최 측 최종수요 총액

주최 측 최종수요 자료는 박람회 주최자인 천안시의 자료를 토대로 연구자가 산업별로 직접 시설투자비, 간접투자비, 전시연출비, 공연행사비, 홍보유치비, 운영비, 공공요금 및 제세와 같이 총 7가지 사항으로 <표 7>과 같이 정리하여 제시하였다. <표 7>의 자료에 의하면 주최자의 최종수요 산출액 중 직접시설 투자비가 13.1억 원으로 가장 높고, 다음으로 홍보유치비(6.02억 원), 운영비(4.81억 원) 순으로 나타났다. 일반적으로 전시회 및 박람회는 제품이나 기술, 혹은 서비스 등을 특정 장소에서 일정기간동안 홍보하거나 혹은 실질적으로 판매함으로써 소비자 및 관련 종사자, 전문가, 일반인 등을 대상으로 참여업체가 경제적 목적을 달성하고자 하는데 의의를 두고 있다. 이러한 활동에서 파급되는 경제적 효과를 위해서 주최 측은 반드시 성공적인 행사를 유치하기 위해 노력하고 있으며, 성공적 유치를 이끌기 위한 가장 핵심적인 사전 준비요소는 주최 측의 홍보활동이라고 판단할 수 있다. 이러한 원인에 따라 직접시설 투자비 다음으로 홍보유치비가 가장 큰 비용을 차지하는 것은 당연한 결과라고 볼 수 있다.

<표 7> 주최자 최종수요 산출액

항 목	금 액
직접 시설투자비	13.1억
간접투자비	2.0억
전시연출비	0.25억
공연행사비	4.9억
홍보유치비	6.02억
운영비	4.81억
공공요금 및 제세	0.01억

## 2. 참여업체 최종수요 총액

참여업체 최종수요 총액의 산정을 위해 박람회 개최기간 동안 총 271개의 업체에 배포한 설문지 중 최종 222개의 업체에 대한 지출자료를 근거로 총 지출액을 산정한 자료를 다음의 <표 8>과 같이 제시하였다. 참여업체 최종수요 산출액 중 전시품/기자재 운송비가 7.0억 원으로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 전시운영비/기자재 가 5.95억 원으로 집계되었고, 두 항목 이외의 금액은 유사한 수치를 보이고 있다.

<표 8> 참여업체 최종수요 산출액

항 목	금 액
전시품/기자재 운송비	7.0억
전시운영비/기자재	5.95억
교통비	0.61억
숙박비	0.53억
식/음료비	0.46억
유흥비	0.50억
쇼핑비	0.45억
기타 지출액	0.05억

## 3. 참관객 최종수요 총액

참관객의 최종수요액은 자료의 객관성을 유지하기 위해 천안지역과 천안 외 지역으로 참관객을 구분하여 산출하였다. 또한 참관객의 지출액 내역 중 보다 정확한 경제적 효과를 산출하기 위하여 천안 외 지역 교통비 지출의 경우 출발지에서 현지까지의 교통비 지출에 해당하는 부분은 제외하여 경제적 효과를 산출하였다. 참관객의 최종수요액을 제시한 <표 9>의 자료에 의하면 천안지역 참관객의 지출총액은 28.1억에 해당한다. 추정치 데이터에서도 나타나는 것처럼 천안지역 참관객의 지출 내역 중 숙박비나 기타 지출액의 항목은 0원으로 나타나 자료 신뢰성을 높이는 결과로 추정할 수 있다.

〈표 9〉 참관객 최종수요 산출액

항 목	천안지역 참관객 지출	천안 외 지역 참관객 지출	합 계
교통비	8.4억	92억	100.4억
숙박비	0억	25억	25억
식·음료비	8.5억	50억	58.5억
유흥비	0.5억	32억	32.5억
쇼핑비	10.7억	38억	48.7억
기타 지출	0억	14억	14억

#### 4. 총수요 산출액

주최 측, 참여업체, 참관객의 최종수요 산출액을 바탕으로 산정한 총수요 산출액 및 산업구분을 다음의 〈표 10〉과 같이 정리하여 제시하였다. 해당 표를 구체적으로 살펴보면, 참관객과 참여업체 담당자 등이 박람회 기간 동안 식음료비와 유흥비 등에 많은 지출을 하였음을 확인 할 수 있다. 식음료비의 경우 가장 많은 금액인 58.99억 원으로 집계되었으며, 쇼핑비가 48.7억 원으로 두 번째로 많은 금액으로 집계되었다. 특히, 식음료비의 경우 기존의 전시관 중심의 박람회가 아닌 야외에서 개최된 천안 국제농기계 자재박람회의 경우에 따라 박람회 및 주변의 야외 식당 등에서 지출한 금액을 직접적으로 자료를 통해 계산할 수 있다.

〈표 10〉 총수요 산출액 및 산업구분

항 목	산업구분	금액(단위 : 원)
건설비	18	16.18억
숙박비	20	25.53억
식음료비	20	58.99억
유흥비	20	33.00억
교통비	21	26.00억
기타 지출액	21	14.05억
운영비	25	15.10억
쇼핑비	3	48.7억

## 5. 농기계 자재박람회의 승수효과

승수효과는 최종수요 1단위가 발생했을 때, 각 산업이 전산업에 1단위 수요를 충족시키기 위하여 전체 산업에 파급시킨 직·간접 및 유발효과를 나타내는 것이다. 승수효과는 최초의 경제적 변량의 변화량에 따라 영향을 받은 총효과의 크기가 어떻게 결정되는가를 규명하는 승수이론에서 비롯된 용어으로써 최종적으로 산출된 총 효과를 승수효과로 판단한다. 천안시의 산업별 승수효과를 계산하기 위해서는 충남지역 산업별 생산, 부가가치, 고용승수를 바탕으로 하며, 이를 다시 지역별 할당을 통하여 천안시 산업별 생산, 부가가치, 고용승수를 계산함이 원칙이다. 그러나 충남지역과 천안시의 산업별 종류의 차이가 미비하며, 이에 따라 충남지역 산업별 생산, 부가가치, 고용승수를 천안시의 해당내용으로 대체하여 사용해도 무방하다는 한국은행 전문가의 의견을 수렴하여 본 연구에서도 충남지역 산업별 생산, 부가가치, 고용승수 자료를 그대로 활용 다음의 <표 11>과 같이 제시하였다.

<표 11> 충남지역 산업별 생산, 부가가치, 고용승수

번호	산업부문	생산 유발계수	부가가치 유발계수	고용 유발계수
1	농림수산물	1.249911	0.689015	49.175991
2	광산품	1.289796	0.654669	6.439575
3	음식료품	1.546980	0.449876	19.923472
4	섬유, 가죽제품	1.228710	0.319687	7.344301
5	목재 및 종이제품	1.203311	0.376284	4.730303
6	인쇄 및 복제	1.190597	0.530990	11.881191
7	석유 및 석탄제품	1.056792	0.358164	0.342030
8	화학제품	1.395771	0.314152	3.047910
9	비금속광물제품	1.203496	0.473729	4.846677
10	제1차금속제품	1.305112	0.224921	1.597759
11	금속제품	1.201569	0.333517	5.351529
12	일반기계	1.250670	0.345252	5.081189
13	전기및전자기기	1.275822	0.359529	3.610584
14	정밀기기	1.215515	0.355585	6.698648
15	수송장비	1.376697	0.293650	3.187460
16	기타제조업제품	1.233494	0.320217	5.552811

번호	산업부문	생산 유발계수	부가가치 유발계수	고용 유발계수
17	전력, 가스 및 수도	1.060982	0.390695	1.882462
18	건설	1.263435	0.545535	11.713490
19	도소매	1.250167	0.726472	39.508196
20	음식점 및 숙박	1.339338	0.538910	31.764912
21	운수	1.185818	0.544347	16.146248
22	통신 및 방송	1.281094	0.610224	6.575405
23	금융 및 보험	1.248662	0.755381	9.531440
24	부동산 및 사업서비스	1.161262	0.801792	7.485338
25	공공행정 및 국방	1.172370	0.721596	11.696399
26	교육 및 보건	1.176422	0.784594	17.697775
27	사회 및 기타서비스	1.320441	0.626533	27.199205
28	기타	1.679747	0.258781	11.765652

## 6. 경제적 파급효과 분석

다음의 <표 12>, <표 13>, <표 14>는 박람회 개최로 인한 지역경제 미치는 생산유발효과 및 부가가치 유발효과, 그리고 고용유발효과를 각각 계산하여 제시한 표이다. 해당 자료에 의하면 생산유발효과는 318억 원, 부가가치 유발효과는 126억 원, 그리고 고용유발효과는 466명으로 나타났다.

<표 12> 생산유발효과

항목	산업구분	유발효과 금액
건설비	18	20.44억
숙박비	20	34.19억
식음료비	20	79.00억
유흥비	20	44.19억
교통비	21	30.83억
기타 지출액	28	16.66억
쇼핑비	3	79.33억
운영비	25	17.70억
총합		318.37억



〈표 13〉 부가가치 유발효과

항 목	산업구분	유발효과 금액
건설비	18	8.82억
숙박비	20	13.75억
식음료비	20	31.79억
유흥비	20	17.78억
교통비	21	14.15억
기타 지출액	28	7.64억
쇼핑비	3	10.89억
운영비	25	21.90억
총 합		126.76억

〈표 14〉 고용유발 유발효과

항 목	산업구분	유발효과
건설비	18	14.28명
숙박비	20	35.12명
식음료비	20	187.5명
유흥비	20	58.6명
교통비	21	36.97명
기타 지출액	28	10.74명
쇼핑비	3	16.45명
운영비	25	10.66명
총 합		466.3명

## V. 결론 및 의의

본 연구는 2010년 11월 3일에서 6일까지 총 4일간 천안시에서 개최된 국제 농기계 자재박람회 개최로 인한 지역경제의 파급효과를 산업분류를 통한 승수효과분석을 통하여 분석하였다. 해당 분석의 결과를 살펴보면, 생산유발효과는 318억 원, 부가가치 유발효과는 126억 원, 그리고 고용유발효과는 466명으로 나타났다. 박람회가 개최된 기간은 총 4일에 불과하지만

본 연구를 토대로 도출된 지역경제의 파급효과 결과는 초기 주최 측의 기대치보다 높게 집계되어 해당 박람회가 성공적으로 개최되었다는 사실과 더불어 전시산업이 고부가가치 산업임을 입증한 사례라고 판단되어진다. 이러한 연구결과를 통해 도출할 수 있는 시사점 및 의의는 다음과 같다.

첫째, 천안 국제농기계 자재박람회가 개최된 4일 간의 기간 동안 방문한 약 23만 명의 관람객 중 천안 외 지역의 관람객이 약 75%에 해당하여 천안지역 관람객의 약 3배 이상 많은 것으로 집계되었다. 또한 이에 해당하는 직접지출액도 월등히 높게 나타남을 확인할 수 있다. 이러한 결과를 토대로 향후 박람회 개최 시 경제적 효과의 극대화를 지속적으로 창출하기 위해서는 천안 지역 박람회 관람객 보다 천안 외 지역 박람회 관람객 유치를 위한 적극적인 마케팅 전략과 홍보가 필요하다.

둘째, 대부분의 박람회 관련 지역경제 파급효과에 관한 연구는 KINTEX에서 개최된 실내 전시회에 관한 연구 및 경남지역 중점육성 산업 전시회처럼 일정한 기간 동안 전시회 장소에서 이루어진 박람회의 지역경제 파급효과에 관한 연구가 대다수였다. 그러나 본 연구는 천안 시 및 야외에서 개최된 특정 박람회 대상으로 한 경제적 파급효과에 대한 연구라는 점에서 의의가 있다고 볼 수 있다.

앞서 제시한 연구의 시사점 및 의의에도 불구하고 본 연구가 가지는 한계점은 다음과 같다.

첫째, 박람회가 개최된 천안 지역의 경제적 파급효과를 계산하기 위해서는 천안시의 산업승수를 활용하여 지역경제에 대한 파급효과를 도출하여 판단하는 것이 적합한 연구방법이지만, 본 연구는 한국은행 전문가의 의견을 토대로 한 충남지역 산업승수를 활용하여 분석했다는 점에서 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 실제로 천안시의 산업승수를 계산했을 경우 충남지역의 산업승수와 얼마만큼의 차이가 있는 지에 대한 연구가 추가적으로 진행되어야 할 필요가 있다고 판단한다.

둘째, 본 연구에서 진행한 천안시 지역경제 파급효과에 대한 분석은 현재까지 진행된 연구에서는 비교대상을 찾는 것이 쉽지 않다. 따라서 본 연구에서 도출된 결과는 실제 국제농기계 자재박람회의 경제적 파급효과를 타 박람회의 경제적 파급효과를 비교하여 판단하기가 어렵다. 따라서 본 연구와 유사한 박람회와의 경제적 파급효과에 대한 비교연구가 요구되어지며, 향후에는 이러한 비교연구를 통해 주최 측 입장에서 향후 박람회 성공을 위한 필수요소를 파악하는 토대를 제공할 수 있도록 해야 한다.

## 참고문헌

- 김봉석(2008), 국내 전시산업의 경제적 파급효과, 호텔관광연구, 제10권, 제1호, pp.30-43.
- 김봉석(2009), 지역산업연관모형을 이용한 경기도 전시산업의 지역경제 파급효과: KINTEX 개최 전시회의 분석을 중심으로, 한독경산학회 경상논집, 제27권, 제3호, pp.47-69.
- 김성섭, 안영희, 윤승현(2006), 전시산업의 경제적 파급효과 추정, 한국관광, 레저학회, 제18권, 제3호, pp.191-210.
- 김영표(2006), 경남의 중점 육성산업 전시회 경제적 파급효과 분석, 경남발전 연구원.
- 김춘단(2009), 한국 무역전시 국고보조금의 무역효과 및 경제적 파급효과, 충남대학교 대학원 석사 학위논문.
- 매일경제신문(2011), 2018 평창 동계 올림픽의 경제적 파급효과 20조원을 넘는다, 2011년 07월 07일, <http://www.mbcnd.com/daily/daily.view.php?intSeq=1647&page=>
- 산업연구원(2004), 국내 전시산업 통계체계 수립 방안.
- 양종곤, 김진규(2010), 경로모형을 통한 엑스포 방문객 만족도 및 재방문 의사에 관한 실증연구: 2009 천안웰빙식품 엑스포를 중심으로, 한국산학기술학회, 제11권, 제5호, pp.1820-1828.
- 한국농기계협동조합(2010), 2010 대한민국 국제농기계 자재박람회 - 개최결과 보고서.
- 한국농기계협동조합(2010), 2010 상주 농기계 박람회 - 개최결과보고서.
- 한국농기계협동조합(2009), 2009 익산 농기계 박람회 - 개최결과보고서.
- 한국문화관광연구원(2006), 한국 지역축제 조사평가 및 개선방안 연구 총괄보고서.
- 한국은행(2005), 산업연관분석해설.
- 황희곤(2001), 한국 전시산업의 경제적 성과에 관한 연구, 무역통상학회지, 제7권, 제2호, pp. 3-32.
- Agritechnica Web-site, <http://www.agritechnica.com>
- Bologna Web-site, <http://www.eima.it>
- Hansen, K., 2002, "Measuring Performance at Trade Show Scale Development and Validation", *Journal of Business Research*, Vol. 57, pp.1-13.

## The Regional Economic Ripple Effect Analysis Associated with Hosting of the 2010 KIEMESTA

Yang, Jong-Gon\*

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the ripple effect of the Korea International Exhibition of Machinery, Equipment, Science & Technology for Agriculture 2010 held in Cheonan on its local economy on the basis of the Input-Output Table issued by Bank of Korea in 2005. Much research has been conducted on the analysis of the economic ripple effect of the industrial exhibitions held in special exhibition places like KINTEX. Not many studies other than this study have been conducted to analyze the economic ripple effect of outdoor exhibitions, not indoor ones.

This researcher conducted a survey with the organizers, participant firms, and attendees of the Korea International Exhibition of Machinery, Equipment, Science & Technology for Agriculture. Based on the direct spending data of organizers and on the questionnaire survey with participant firms and attendees, the expenditure was calculated.

According to the analysis on the economic ripple effect on Cheonan, production inducement effect amounted to KRW 31.8 billion, value added inducement effect KRW 12.6 billion, and employment inducement effect 466 people. Therefore, it was proved that such an exhibition was a higher-value added business.

**Key Words** : An Inter-Industry Relation Table, Industrial Exhibition, Korea International Exhibition of Machinery, Equipment, Science & Technology for Agriculture(KIEMESTA), Economic Impacts.

---

\* Associate Professor, Department of Business Administration, Dankook University,  
E-mail : jgyang@dankook.ac.kr