

# 친환경 전시산업 트렌드와 향후방안 연구

-국내·외 전시장 친환경 도입사례를 중심으로-

The Study of Trend of Environmental-Friendly Exhibition Industry and Future Plan

-Centrally on the Case of Introduction about Environmental-Friendly Exhibition

Center in this Nation and other Country-

## 장은경

서울과학기술대학교 과학문화전시디자인연구소 선임연구원

## Jang, Eun Kyung

Senior Researcher, Design Lab Science Culture Exhibition, Seoul National University of Science & Technology

### 1. 서론

- 1.1. 연구의 배경 및 목적
- 1.2. 연구의 방법과 범위

### 2. 친환경 전시의 이론적 고찰

- 2.1. 친환경 전시의 개념
- 2.2. 친환경 전시의 전망

### 3. 국내·외 전시장 친환경 도입사례

- 3.1. 해외사례
- 3.2. 국내사례
- 3.3. 친환경 전시를 위한 시사점

### 4. 전시산업의 친환경요소 도입을 위한 향후방향

- 4.1. 친환경 전시를 위한 전시부스
- 4.2. 전시장내 시설의 친환경화
- 4.3. 전시회 홍보 및 마케팅 친환경화

### 5. 결론

### 참고문헌

### 논문요약

환경문제가 전 세계적으로 중요한 의제로 부상한 가운데 국내 전시업계에서도 친환경이 단연 화두이며, 현재 친환경 전시는 업계 전반에서 지속적인 관심을 보이고 있다. 국내 전시산업은 양적인 성장을 거듭하고 있으며, 더불어 우리나라가 전시 선진국으로 진입하기 위해서는 세계적인 트렌드인 친환경 전시환경이 동반된 개발 여건이 형성되어야 한다.

본 연구에서는 친환경과 국내 전시산업의 성장이라는 두 개념을 융합시켜 향후 국내 전시산업이 나아갈 방향을 제시하는데 목적이 있다. 연구의 주된 범위로 이론적 고찰을 통하여 친환경 전시의 개념 및 전망을 제시하고 국내·외 전시장의 사례를 통하여 시사점을 제시한 후 선행사례를 바탕으로 친환경요소 도입을 위한 향후방향에 대하여 논하였다.

본 연구는 전시 선진국인 독일, 미국, 호주의 친환경 전시센터의 사례와 국내 대표적 전시센터인 코엑스, 엑스코 등의 사례를 분석하여 친환경 전시가 어떠한 방식으로 진행하고 있는지를 조사해 보고 이를 토대로 정부의 지원, 전시참가자의 역할, 관·산·학의 연계, 국제협력 등의 네가지 시사점을 도출하였다. 마지막으로 전시산업의 친환경요소 도입을 위한 향후방향으로 첫째, 친환경 전시를 위한 전시부스 둘째, 전시장내 시설의 친환경화 셋째, 전시회 홍보 및 마케팅의 친환경화 등에 대하여 제시하였다.

아직 국내에서 친환경전시가 활성화 되지는 않았지

만 친환경 전시의 필요성은 업계전반에서 충분히 공감하고 있으며 관심도 및 기대가 높은 상황이다. 친환경 전시는 전시업계 모두가 함께 고민하고 만들어 나가야 하는 계속적 과정이며 이를 활성화 시키기 위하여 관·산·학이 연계된 연구와 전시업계의 노력이 지속적으로 병행되어야 할 것이다.

### 주제어

친환경, 전시산업, 친환경 전시

### Abstract

Environmental problem becomes the most important topic in the world, and environmental-friendly is the main topic in domestic exhibition industry. Currently, all industries focus on environmental-friendly exhibition. Domestic exhibition industry has quantitative growth, and development condition with environmental-friendly exhibition environment, which is international trend, have to be established when our nation enters the developed country of exhibition.

This study combines 2 concepts, which are environmental-friendly and growth of domestic exhibition industry, and this study suggests the direction of domestic exhibition industry that is necessary to go forward. A range of this study is the suggestion of concept and future of environmental-friendly exhibition through theoretical consideration, and also suggestion of implication through the case of exhibition center in this nation and other country is also the range of study. With these 2 ranges and existing examples, this study discusses about future plan for the introduction of environmental-friendly elements.

This study analyses the cases such as case of environmental-friendly exhibition center from Germany, USA, and Australia, and case of COEX and Expo that are representative exhibition center in this nation. This study examines how environmental-friendly exhibition is processing, and this study deducts 4 implications, which are the support of government, role of participants, connection among government, industry, and academia, and international cooperation, with analyzation on the above. For the last, this study suggests future plans for the introduction of environmental-friendly elements for exhibition industry. First, Exhibition booth for environmental-friendly exhibition. Second, introducing environmental-friendly to facility in the exhibition center.

Third, advertisement of exhibition and environmental-friendly marketing.

Although environmental-friendly exhibition is not activated in this nation, necessity of environmental-friendly exhibition is sympathized in all industry. Interest and expectation for this are high. Environmental-friendly exhibition is continuous process by all of exhibition industries, and study related with government, industry, and academia and effort of exhibition industry should consistently combined to activate environmental-friendly exhibition.

**Keyword**

environmental-friendly, exhibition industry, environmental-friendly exhibition

**1. 서론**

**1.1. 연구의 배경 및 목적**

친환경과 국제 수준의 전시산업 육성 정책, 최근 전시업계의 두드러진 두 가지 트렌드다. 세계적으로 친환경 바람이 거센 가운데 국내 전시업계에서도 친환경이 단연 화두이고 전시업계에서도 이를 반영하여 친환경 전시장을 지향하거나 친환경 소재 전시부스를 이용하는 등 많은 노력을 하고 있다. 또한, 정부에서는 전시회의 대형화, 국제화를 위해 유사전시회의 통합을 지원하거나 권유를 하고 있으며, 전시주최자들도 시장 환경에 적응하고 과다경쟁 방지 등을 위해 적극적으로 통합에 나서고 있다.

국내 전시산업은 2010년에도 빠르게 성장하고 있으며 양적인 측면에서 보면 성장 추세가 확연하게 드러난다. 전시회 개최건수는 2008년 409건에서 2009년 422건을 개최하여 3% 성장을 기록하였고, 2004년 개최건수 300회와 비교하면 성장률은 41%에 이르고 있다. 2010년 개최건수는 아직 최종 집계되지 않았지만, 성장 추세는 계속 유지되고 있다. 전시장 공급측면에서 보면 2008년 대전컨벤션센터 개관에 이어 송도 컨벤시아 건립에 따라 10,901㎡가 증가하였고, 2012년까지 EXCO, KINTEX, BEXCO의 2단계 건립으로 87,100㎡가 증가될 예정이다.1) 세계의 전시 경쟁 국가들과 경쟁하기 위해서는 전시장의 확충은 매우 중요한 일이다. 하지만, 전시산업의 양적인 성장과 더불어 우리나라가 전시 선진국으로 진입하기 위해서는 세계적인 트렌드인 친환경 전시환경이 동반된 개발 여건이 형성되어야 한다.

세계적으로 전시회의 환경문제는 끊임없이 논의되어

왔으며, 현재 친환경 전시산업은 지속적인 성장을 보이고 있다. 심지어 각 시, 도, 지방에서는 지자체를 중심으로 공모전을 비롯하여 알뜰재활용 전시회까지 열리고 있는 추세이다. 전시업계 전반에서 환경을 고려한 전시를 중요하게 생각하고 있으며 전 국민들이 많은 관심과 관심을 할 수 있도록 홍보활동 등을 적극 전개해 나가고 있는 상황이다.

본 연구의 목적은 첫째, 친환경 전시의 이론적 고찰을 통하여 친환경 전시의 개념 및 전망을 제시하고 둘째, 국내·외 사례 조사를 통하여 친환경 전시관의 도입 사례를 소개하며 셋째, 전시산업의 친환경 요소 도입을 위한 방안을 제시하여 국내 전시산업이 환경적 성장이라는 두 개념을 융합시켜 전시선진국의 진입을 위한 인식을 제고시키는데 목적이 있다.

**1.2. 연구의 방법과 범위**

연구의 범위는 친환경 전시의 이론적 고찰을 통하여 친환경 전시의 개념을 규정하고 전망을 통하여 향후 나아갈 방향을 제시하였다. 또한, 친환경 전시를 실행하고 있는 국내·외 유명 전시장의 사례를 통하여 친환경 전시가 어떠한 방식으로 진행되고 있는지를 조사해 보고 이를 토대로 시사점을 제시하였다. 다음으로 선행사례를 바탕으로 친환경요소 도입을 위한 향후방향에 대하여 논하였다.

연구방법은 첫째, 친환경 전시의 이론적 고찰에 관한 조사는 웹사이트 및 문헌조사 방법을 통하여 기술하였고 둘째, 국내·외 전시장 친환경 도입사례는 해외의 경우 웹사이트 및 문헌조사 방식을 이용하였고 국내는 웹사이트와 관련기관 담당자와의 전화조사 방식으로 조사하였다. 셋째, 이상의 분석을 통하여 친환경 전시 개선을 위한 시사점 및 친환경 요소 도입을 위한 향후방향에 관하여 구체적으로 제시하였다.

**2. 친환경 전시의 이론적 고찰**

**2.1. 친환경 전시의 개념**

‘Eco-Friendly Exhibiting’ 최근 글로벌 전시 트렌드를 한마디로 요약하는 말이다. 우리말로 표현하면 ‘친환경 전시’가 된다. 20여년 전부터 개념이 도입된 환경경영, 그린경영은 이제 산업계의 전 분야에 걸쳐 구체적인 실행단계에 들어가고 있다.

친환경 전시란 기존의 전시부스와 같은 유한 자원의 소비를 최소화하며 자연에서 얻을 수 있는 무한에너지를 활용하도록 디자인하고, 가능한 해당 지역에서 공급될 수 있는 자원을 이용하여 운송이나 유통 단계를 줄임으로써 전시시설을 효율적으로 운영하는 것을 말한다. 또한 전시시설들이 사용 후에 쉽게 분리되어 재생산과 재활용이 용이하게 하며, 제설이나 재활용 과정에

서 해로운 물질이 사용되거나 배출될 수 있는 가능성을 극소화 시켜야 한다.

친환경 전시 개념의 적용은 자연환경과 인간이 공존할 수 있으며 미래에 지속가능한 사회적 관계를 형성시켜 환경에 미치는 악영향을 최소화하며, 환경적으로 건전하고 지속가능한 개발을 지향한다. <표1>은 친환경 개념이 적용된 전시의 특징을 나타낸 표이다.

<표1> 친환경 개념이 적용된 전시의 특징

구분	주요 내용
최소화 (Reduce)	-불필요한 디자인적 요소는 피한다. -효율성 높은 전등, 전열기구, 기계 장비사용한다. -화석연료를 많이 사용하는 제품을 멀리하고 가능한 환경 친화적 제품을 쓴다.
재사용 (Reuse)	-재사용, 재활용 할 수 있는 부스디자인을사용한다. -비품이나 자재는 재사용 가능한 것을 선택한다. -한번 사용할 거면 가능한 임대품을 사용한다.
재활용 (Recycle)	-재활용 가능한 제품을 철저히 분리 배출한다. -재활용이 가능하고 재활용된 제품을 선택한다. -재활용이 어려운 복합물질의 사용을 절제하고 환경 친화적 재질을 선택한다.

**2.2. 친환경 전시의 전망**

국내 환경시장은 앞으로도 연평균 12% 내외로 성장해 2012년에는 32조원까지 성장할 것으로 전망된다. 분야별로는 환경자원이용업과 청정기술, 환경서비스업 분야가 높은 성장률을 보일 것으로 기대되고 있다. 국내 전시업계의 최근의 화두는 환경과 에너지이다. 2008년 통계로 환경 관련 전시회만 10여개에 이르며, 2008년 킨텍스에서 자원순환 미래에너지 전시회가 개최된 이래 국내에서는 매달 1회꼴로 환경·에너지전시회가 개최되고 있다. 특히 최근 3년 동안 관련 전시회가 늘어나 환경-에너지에 대한 높아진 관심을 보여주고 있다.2) 최근 코엑스, 엑스코, 송도컨벤시아를 비롯한 국내 주요 전시장들은 ‘Green Exhibition’을 선언하였다. 또한, 환경부와 코엑스, 베스코 등의 전시장과의 간담회에서도 녹색 전시장에 대한 논의가 진행되고 있으며 코엑스를 모델로 ‘녹색 전시장 그린 스타트’ 운동을 전개하고 있다. 다른 국내 주요전시장에서도 이 운동에 동참할 예정이다.

해외에서도 전시산업 내 친환경 움직임이 적극적으로 활성화 되고 있다. 미국 전시공사업협회 EDPA는 2007년 전시디자인과 제작분야에서 Green Standard를 만들어서 공표하였으며 전시산업협회 IAEE도 Green Committee를 발족하여 전시가 환경에 미치는 영향을 최소화 할 수 있는 Best Practices를 발굴하고 한정된 자원에 대한 인식을 강화하기 위한 작업을 시작하였다. 또한, Exhibitor Magazine group이 전시 참가업체와 장치공사업체들을 대상으로 친환경 전시에 대한 관심도를

2) 주간무역, 2008.8.15, ‘환경-에너지 전시업체회두로’ 기사 구성, 김성미 기자

조사한 결과 82%가 친환경 전시를 시작했으며, 68%가 친환경 전시에 대한 관심이 높아질 것이라 답해 친환경 전시장차에 대한 기대는 전세계적으로 높아질 것이다.

**3. 국내·외 전시장 친환경 도입사례**

**3.1. 해외사례**

**3.1.1. 미국(오렌지카운티컨벤션센터(OCCC))**

미국 플로리다 오렌지카운티컨벤션센터(OCCC)는 연간 300개의 이벤트를 개최하는 미국에서 2번째로 큰 전시장이다. 2008년 OCCC가 태양에너지 시스템을 도입, 태양에너지 컨벤션센터로 개칭되었다. 플로리다주로부터 180만 달러를 지원받아 루프탑의 형태로 남북쪽 지붕에 1만8600㎡의 규모로 공사기간만 1년 이상 소요되는 미국 남동부지역 최대의 태양에너지시설이 설치되었다. 태양에너지시설로 확보된 재생에너지의 사용은 화석에너지 소모와 비용절감뿐 아니라 지구온난화 감소에 일조하는 것으로 진일보된 친환경 시스템이다. 또한, OCCC는 2007년에 미국컨벤션센터로는 처음으로 리사이클링 프로그램으로 ISO14001인증을 받기도 했다. 컨벤션센터내에 기후변화교육센터를 건립해 재생에너지 사용의 유용성을 홍보하고 있다. OCCC는 재활용센터를 적극운영하고 재활용품 구입, 친환경 청소용품 사용, 절약형 소변기와 세면대 사용 등 다양한 친환경 운동을 실천하고 있다.



<그림1> 오렌지카운티컨벤션센터 내·외부 전경4)

**3.1.2. 호주(시드니전시컨벤션센터(SCEC))**

시드니 전시컨벤션센터(SCEC)는 호주 뉴사우스웨일스주 시드니 달링 하버에 위치한 전시컨벤션센터이다. 1988년 설립된 시드니 전시컨벤션센터는 2000년 시드니 올림픽 당시에도 행사 진행의 일부로 사용되었으며, 2007년 9월, 아시아-태평양 지역 21개국의 정상이 참가한 가운데 열린 APEC 호주 2007의 주 회의장으로 이용되었다. SCEC는 친환경 이벤트 ‘그린 이벤트 아이디어(Green Event Idea) 브로슈어’ 발행과 ‘에코와이즈(Ecowise) 프로그램’ 실천으로 주목받고 있다. 그린 이벤트 아이디어 브로슈어는 이벤트 플래너에게 폐기물 관리에서부터 등록, 마무리에 이르기까지 포괄적이고 실용적인 전략을 제시한다. 행사의 기획단계에서부터

3) http://www.occnet (2010.12.3)

1) http://www.gep.or.kr, 글로벌전시포털, 2009 전시산업 성과와 나아갈 방향, 한남대 컨벤션경영학과, 윤승현

게 적용시킬 수 있는 친환경적 전략 체크리스트를 포함하고 있다. 참가자들에게 대중교통 활용 권유, 전자정보 제공방식 채택, 에너지 효율성이 높은 조명 채택, 자연광 활용, 재활용 가능한 부수사용 등 구체적인 방법을 제시하고 있다. 예코와이즈는 시스템, 과정개선을 통해 환경영향을 최소화한 프로그램으로 환경기술을 적용하는데 관심이 높은 직원들로 구성된 자발적 위원회에 의해 운영되고 있다. SCECA 센터운영사무실인 베이스사이드 컨벤션센터는 자연채광에 따라 조도가 조절되는 조명 시스템을 설치했다. 탈의실에서는 물 절약 샤워기를 사용하고, 물이 필요 없는 소변기 등을 도입하여 전력, 물 등의 재생 가능한 에너지를 사용하고 있다. 재활용 수거함을 설치해, 전구와 튜브는 각각 유리, 알루미늄 재활용 공장으로 수거하며 청소용품으로는 생분해성이 있는 제품을 사용하고 있다.



<그림2> 시드니전시컨벤션센터 전경4)

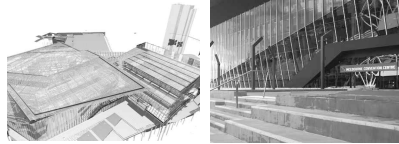
### 3.1.3. 호주(멜버른컨벤션센터(MECC))

멜버른 컨벤션센터는 호주 최대의 전시컨벤션센터로 호주의 녹색 빌딩 위원회로부터 세계 최초로 그린스타 6등급 환경평가 인증을 획득하였다. MECC는 엄격한 평가 절차를 거쳐 세계 최고의 수준임을 인정받게 되었다. 2009년 개관 예정인 본 시설은 총 10억 호주달러의 예산이 소요되었으며 멜버른 외곽에 새로 조성된 South Wharf 지역의 주요 시설 중의 하나이다. 그린스타 5개는 호주 지역 내에서의 우수성을 뜻하지만 6개는 컨벤션 센터의 새로운 국제적 표준을 나타내는 인증이다.

MECC는 세계적인 재활용회사인 비저클로즈드루프사와 전략적 파트너십을 맺고 컨벤션센터, 주최자, 참가업체, 일반대중을 대상으로 친환경적인 활동을 실행시켰다. 재활용 프로그램을 도입한지 1년만에 쓰레기 125톤을 재활용하고, 종이재활용으로 1625그루의 나무를 절약했다. 또한, 2001년 처음으로 전시부스와 가구를 모두 카드보드지로 만들어 완전히 재활용 가능한 전시회를 선보이기도 했다. MECC내에서 판매되는 케이터링 패키지는 100% 재활용되고 있으며 내부시스템을 위한 재활용 교육 프로그램을 개발해 2003년부터 실시하고 있다. 교육 프로그램의 주요 내용은 모든 행사가 친 환경적으로 시행되도록 교육하고 있으며 이는 재활용 및 폐기물 관리 방법부터 참가자들이 스스로 행사를 진행하

는 데에 있어 친환경적으로 생각할 수 있도록 교육시키는 것까지 포함한다.

또한, 작은 에너지로 실내 공기를 환기시키고, 이산화탄소 통제 시스템을 통해 신선하고 쾌적한 환경을 유지하고 있다. 커다란 통유리를 설치해 인공조명의 조도를 낮추었으며, 태양열을 이용해 물을 데우고 있다. 상상력과 기술력이 결합된 전시컨벤션센터로 평가받고 있다.



<그림3> 멜버른컨벤션센터 조감도 및 전경

### 3.1.4. 독일(프랑크푸르트 메세 전시센터)

대표적인 친환경정책 국가인 독일은 각 도시마다 친환경분야인 수질정화, 쓰레기 폐기물 처리, 신재생에너지 부문 전시회를 개최하며, 일반산업 전시회에서도 친환경기술 개발에 중점을 두고 있다.

프랑크푸르트 전시센터는 1907년 설립된 세계 3위 규모의 전시장이다. Mess Frankfurt GmbH(지주회사)와 2개의 자회사로 구성되어 있고, 21개의 해외현지법인과 48개의 해외세일즈파트너를 거느리고 있다. 자본금은 1억8000만 유로, 종업원수는 1349명이며, 프랑크푸르트의 부지면적은 총 57만8000㎡로 9개 홀을 가진 32만1754㎡의 실내전시장(하노버, 밀라노에 이은 세계 3위)과 8만3698㎡의 옥외전시장이 들어서 있다. 프랑크푸르트는 연간 110여회의 친환경 전시회를 개최한다.

환경정책으로는 Green IT와 intelligent 조명 시스템을 통한 전기절약, 자연통풍, 재활용 건축자재 사용, 폐열회수 환풍 시스템, 태양에너지를 이용한 온수 공급 등이 특색이며, 이로 인해 이산화탄소 배출량 기준 배출량 대비 55% 감소, 난방에너지 67% 절감, 수도사용량 43% 절감, 전기소비량 55% 절감을 하고 있다. 2007년 건물 리모델링시 외벽 및 천장의 단열재 교환을 실시하여 3중 단열창이나 태양광 장비에 비해 투자비용은 적으면서 에너지 절약 측면에서 커다란 효과를 거두고 있다.



<그림4> 프랑크푸르트 메세 전시장의 내·외부 전경

### 3.1.5. 미국(LA 컨벤션센터)

LA 컨벤션센터는 미국 캘리포니아 주 로스앤젤레스에 있는 세계적 규모의 전시장이다. 총 면적은 67,000㎡이며, LA 중심가 남서쪽의 피게로아 거리에 있다. 미국의 대표적 전시컨벤션센터로 1969년에 착공하여 1971년에 완공, 개장하였고 1993과 1997년에 2차례에 걸쳐 규모가 확장되었다. 특히, 친환경 센터로 알려진 컨벤션센터 별관은 초록색 유리 외 하얀 철골로 이루어진 독특한 외관으로 유명하다. 대표적 친환경 전시회로서 세계적인 자동차 박람회인 로스앤젤레스 오토 쇼(Los Angeles Auto Show)를 비롯하여 비디오 게임 전시회인 E3(E3), 성인산업 전시회 에로티카-LA(Erotica-LA), 만화 전시회 애니메 엑스포(Anime Expo) 등 다양한 친환경 전시회가 개최되고 있다.

주요 친환경 정책으로는 센터 내 Energy Task Force Team을 운영하여 태양광 판을 이용한 전력을 생산하고 센터 내 재활용, 에너지 효율성 제고, 물 절약 프로그램 운영 등을 통하여 환경 보전에 앞장서고 있으며, Green Power Program을 통하여 수력, 지열, 태양열, 바이오매스, 풍력 등의 친환경 신, 재생 에너지 사용으로 센터의 에너지 소비를 30%를 절감하고 있다. 또한, 미국 그린 빌딩 위원회(USGBC: US Green Building Council)의 멤버로써 센터 내 효율적인 에너지 관리 시스템을 통하여 LEED-EB5 인증을 획득하였다.



<그림5> LA 컨벤션센터의 내·외부 전경

## 3.2. 국내사례

### 3.2.1. COEX

국내의 대표적 전시컨벤션 시설인 COEX는 시설의 건축부터 운영 전반에 걸쳐 친환경 전시컨벤션센터를 정착시키기 위한 'Eco-friendly 경영'을 시행 중에 있다.

자체 개발한 BEMS(Building Energy Management System) 시스템을 통하여 건물의 에너지 사용비용을 줄이며, 설비운전 및 관리를 매뉴얼화 함으로써 최적화된 설비 관리 방법에 따라 기기를 운영하여 에너지 낭비요소를 최소화하는 최상의 에너지 효율을 유지하는 시스템을 개발하였다. 또한, 중수처리시설을 구축, 하수를 재처리하여 물소비량을 절감해 폐수발생량을 억제하고 있으며 전시회 행사 운영의 친환경 실천의 방안으로 부

5) LEED-EB(Leadership in Energy & Environmental Design-Existing Building) : 미국그린빌딩협회에서 시행하고 있는 친환경 건물 인증 시범사업

스 제작 시 환경을 위하여 목재사용을 최소화 하고 비휘발성 유기탄소 페인트를 사용하며 LED 등의 절전 조명 시스템을 이용하고 있다. 또한, 2008년부터 2010년 사이에 A,B,C홀의 리모델링을 실시했으며 LED 조명등 교체, 냉난방 공조시설, 바닥 콘크리트 폴리싱 등을 통해 친환경 전시장으로 개선했다. 전시장 내부 마감은 친환경 소재를 사용하여 시공했으며 조명도 친환경 조명인 LED로 교체돼 에너지 효율성을 높였고 전시장 바닥은 친환경 개선 공사를 통해 기존의 카펫을 사용할 필요가 없어졌다. 이를 통해 연간 약 20억원의 비용 절감 효과를 얻을 수 있게 됐다. 코엑스 본관 옥상에는 녹화 사업을 통한 990㎡ 정도의 녹지공간이 형성되었으며 2010년도에는 990㎡의 규모로 추가적으로 녹지공간을 조성하여 열섬화 현상을 방지하고 여름에는 냉방효과, 겨울에는 단열효과가 있는 친환경 공간을 생성하였다. 또한, 친환경 전시회의 비중을 높이고 기존 목공부스의 비용을 내리고 친환경 자재 부스로 전환시킬 예정이다.



<그림6> 코엑스에서 개최된 친환경전시회 사례4)

코엑스는 그동안 CI 개정과 함께 회사비전을 '그린 MICE 산업의 중심'으로 재설정하는 등 친환경 경영을 선언하고 전시장 운영 전반에 친환경 개념을 도입해 왔다. 최근에는 국내 전시컨벤션센터로는 처음으로 세계적인 문화 관광서비스 분야의 친환경 인증마크인 친환경관광인증(Earth-Check)을 획득하였다. 동 인증마크는 호주에 소재한 글로벌 친환경 인증기관인 EC3 글로벌에서 시행하는 것으로 전세계 700여개의 컨벤션센터와 호텔 등이 회원으로 가입되어 있다.



<그림7> 코엑스외부 전경과 친환경인크마크

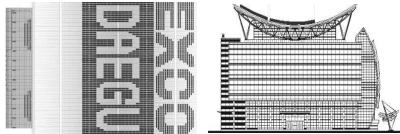
### 3.2.2. EXCO

대구에 소재한 엑스코는 건물 천정에 태양광 발전 시스템을 도입하여 연간 25만Kwh를 발전하고 있으며 엑스코 건물 전체 전기사용량의 약 3%에 해당하는 양을 생산하고 있다. 국비 17억원이 투입되어 설치된 태양광

6) http://www.coex.co.kr(2010.12.1)

4) http://www.sccc.com.au(2010.12.6)

발전 시설 설치 공법은 태양광 모듈을 글자로 형상화(1차 EXCO, 2차 DAEGU)하여 국내에서 유일하게 시도해 설치한 방식이며, 건축조형미를 저해하지 않으면서도 공간을 효율적으로 활용하고 환경오염권 확보가 용이하다. 새로 확장되는 엑스코에는 현재의 태양광발전 외에 태양열, 지열, 풍력, 수소 연료, 전선 등 5개의 신재생 에너지 발전시설이 설치돼 돼 건물 전체가 그린컨벤션 센터로 건립될 계획이다.



<그림8> 태양광발전시스템 설치평면도와 입면도7)

태양광발전은 화석연료의 한계와, 지구온난화로 인해 야기되는 기후변화를 안정시키고, 사용연한에 제한이 없는 재생가능한 에너지이다. 태양광발전의 장점은 첫째, 햇빛이 있는 곳이면 어느 곳에서도 간단히 설치 가능하며 둘째, 한번 설치해 놓으면 유지비용이 거의 들지 않고 셋째, 태양전지 숫자만큼 전기를 생산(태양전지 수가 많을수록 많은 양의 전기생산)할 수 있으며 넷째, 태양에너지를 연소 없이 직접 전기에너지로 변환하므로 폐기물 및 환경오염물질이 없으며 마지막으로 20년 이상의 긴 수명을 가지고 있다.

엑스코의 태양광발전의 생산전력은 주간시간대 상시 점등되는 사용량이 균등한 지하층 EXCO Mall의 진동 용전력으로 활용되고, 생산된 전력의 잉여분이 발생시는 한국전력공사로 역송전 시키는 계통연계형으로 설계되었다. 또한, 첨단기술 및 미래지향적 시설물로 에너지 절약 및 대체에너지에 대한 교육 및 홍보를 위한 실습장으로 활용되고 있으며, 대구시 시티투어 경유지로서 대구시민과 내방객, 외국인에 대한 첨단 도시이미지를 보여주는 관광자원으로 사용되고 있다.



<그림9> 엑스코 전시장의 내·외부 전경8)

### 3.2.3. KDJ Center

2006년 김대중컨벤션센터 주차장에는 1000킬로와트 태양광 발전기가 설치되었다. 태양광 발전 시스템은 화석연료로 인한 전기 생산을 줄임으로써, 유해 물질 방출

로부터 환경을 보호하며, 태양의 위치 추적이 가능해 전기 생산 뿐 아니라 주차장에 그늘도 만든다. 태양광 발전은 소음공해나 유해물질의 배출없이 전기를 생산하는 100% 재생에너지원으로, 화석 연료로부터의 전기 발생 필요성을 낮춰 공기 오염을 줄여 주는 역할을 한다. 재생 에너지는 전세계적으로 기후 변화로 인한 위협을 완화하는데 있어 중요한 역할을 하고 있으며, 온실 가스 배출을 줄이기 위해서 일상 생활 속에서 전력을 생산하고 교통 수단의 연료를 공급하는데 사용되는 석탄, 석유 및 천연가스 등 화석 원료의 에너지 양을 감소시켜 준다. 이렇게 태양광으로 생산된 전기는 광주 지역의 가구에 전력을 안정적으로 공급할 뿐만 아니라 온실 가스 방출을 줄이는 역할을 하고 있다.



<그림10> 주차장 태양광 발전 트래커 시스템9)

또한, 김대중 컨벤션센터는 빗물을 받아서 화장실 용변기 물로 사용하며, 태양광 집열판을 곳곳에 설치하여 생산되는 전력량은 소량이지만 센터 가동에 활용되고 있다. 센터내에서 개최되는 전시회에서는 독립부스의 시공을 자체하도록 권고하며, 시스템 부스 이용을 통하여 폐기물을 최대한 줄이도록 노력하고 있으며 센터 내 쓰레기 분리수거를 철저히 실시하여 재활용하고 있다.



<그림11> KDJ 센터 전시장의 내·외부 전경10)

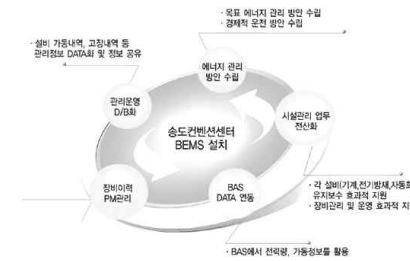
### 3.2.4. 송도 컨벤시아

송도컨벤시아는 국내 최초의 그린 컨벤션센터로써 송도국제도시유한회사(NSIC: 계열 인터넷서널과 포스코 건설의 합작회사)가 1500억원을 도입, 지난 2008년 10월 개관해 인천시에 기부한 건물이다. 본 건물의 설립에는 에너지 효율성 향상을 위해 지속가능한 장소, 물 사용 효율성, 에너지 및 환경, 자재 및 재료, 실내환경 등으로 다양한 친환경 기술이 적용됐다. 매년 45%의 물을 절약할 수 있는 배관을 설치했으며, 조정 역시 별도의 용수공급이 없도록 설계됐다. 또 전력을 줄이기 위해

내부 조명은 모두 반사 조명을 이용해 효율성을 높은 조명시스템이 사용됐으며, 공사기간 동안 발생한 건축 폐기물은 80%이상 재활용해 오염 물질 발생과 자원 소비를 줄였다. 송도 컨벤시아는 재활용 자재 사용으로 자원 활용도를 높였으며, 미세먼지 제거효율이 뛰어난 고성능 여과 시스템을 설치하여 실내 환경 수준을 최적화 하도록 설계되었다.

이 건물은 아시아 지역 컨벤션센터 최초로 친환경건축물 등급인 LEED11)인증 등급을 획득했다. LEED인증을 계기로 송도컨벤시아는 그린 컨벤션 및 전시 행사 운영, 그린 오피스, 그린 시설관리 등 3대 친환경 실천 강령을 수립해 적극 실천하고 있으며 그린 행사를 실천하는 주최자들을 위한 포상 제도를 마련하는 등 친환경 운동에 앞장서고 있다.

송도컨벤시아 빌딩을 통제 및 관리하는 시스템, 즉 BEMS(Building Energy Management System)로 빌딩거주자의 쾌적도를 저하시키지 않으면서 기존 건물을 대상으로 에너지 사용량을 극소화시키기 위한 에너지 절약 조치 및 전략을 강구함으로써 건물의 생애기간동안 최상의 에너지 효율을 유지하는 시스템이다.



<그림12> BEMS System의 역할

BEMS에 송도컨벤시아는 U-주차관리 시스템으로 주차장 위치정보, 만차정보, 대체 주차장 정보, 주차장 유도 안내 등 분석 및 가공을 통한 주차정보 데이터를 실시간으로 제공하고 있다. 향후 U-FMS(Ubiquitous Facility Management System)을 도입하여 전시공간 관리, 전시공간 DB구축을 관리할 수 있으며, 3D GIS기반 시설물 관리 모니터링이 가능하여 시설관리 업무의 표준화와 시설장비의 위치추적 및 보안성의 향상, UMPC나 PDA 등 모바일 기기를 이용한 업무 환경 구현, U-SN-RFID 활용 시설상태 수집 등의 기능도 수행할 것이다.

11)LEED(Certified in Leadership in Energy and Environmental Design-New Construction)란 미국 그린빌딩협회(USGBC)에서 실시하는 에너지 및 친환경 건축물 등급 시스템이며 친환경 빌딩을 측정하는 세계적인 표준으로 인정받고 있다.



<그림13> 송도컨벤시아의 내·외부 전경12)

### 3.3. 친환경 전시를 위한 시사점

국내·외 사례를 통하여 살펴본 바와 같이 친환경 전시를 위한 다양한 방안이 이미 진행되고 있거나 연구 실천되고 있다. 친환경 전시의 실천을 위해서는 무엇보다도 전시주체자의 노력이 필요한 것이 사실이다. 그럼에도 각 전시주체자의 노력만으로 쉽지 않은 어려움이 있다. 특히 친환경 실천을 위해선 적지 않은 비용과 시간이 소요되며, 연구와 실천과제를 구축하는데 개별기업이 도맡아 하기엔 벽간 내용이 많다. 이상에서 논한 바를 정리하여 친환경 전시실천을 위한 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 친환경 전시실천을 위해서는 국민적 공감대 형성 뿐 아니라 정부와 공공기관의 적극적인 지원이 절실히 필요하다. 특히 정책의 초기 단계일수록 정부 및 공공기관의 역할이 매우 크다. 이에 정부 및 공공기관이 주관하고 시행하는 전시행사 등에서의 전시장치 시업체 선정기준이 달라져서 친환경 전시관련 규정을 두고 이 규정에 상응하는 전시장치자에게 우선권을 주어 선정해야 한다. 또한, 최소화, 재활용에 대한 실질적 검증 확인을 통하여 실천해야 한다. 전시가 끝난 후 업무를 종료하는 것이 아니라 사용된 비품 및 자재가 어떻게 재활용 되는지에 대한 검증시스템을 갖추어야 한다. 아울러 현재의 정부기관 및 공공기관의 발주방식이서부터 친환경적 방안을 모색해야 한다. 지역별로 반복되는 전시임에도 매년 다른 업체와 계약하고, 매년 다른 디자인을 선정, 시공하는 것이야말로 환경적 모순임을 부인할 수 없다.

둘째, 친환경 전시를 만들어가기 위해서는 이를 선택하고 수용하는 전시참가자의 역할과 마인드가 매우 중요하다. 실질적으로 전시행사를 주도하는 전시장치업자는 아직 친환경 분야에서 많이 접근하지 못한 상황이다. 이에 따라 폐기처분할 때 많은 고통을 유발하는 목공부스 대신 친환경 자재를 이용해야 한다는 의견이 제시되고 있다. 하지만 국내 전시환경의 여건상 장기적으로 저가인 친환경 자재보다는 목공부스를 여전히 사용하고 있는 것이 현실이다. 따라서, 연구개발 등을 통하여 해외에서 실행되고 있듯이 목공이지만 재활용이 가능한 자재로 부스를 설치하는 등의 여러 가지 방안을 모색하여야 한다. 장기적인 안목을 가지고 참가업체들

12) [http://www.songdoconvensia.or.kr\(2010.12.3\)](http://www.songdoconvensia.or.kr(2010.12.3))

7) [http://www.excodeaegu.co.kr\(2010.12.3\)](http://www.excodeaegu.co.kr(2010.12.3))

8) Ibid

9) [http://www.kdjcenter.or.kr\(2010.12.3\)](http://www.kdjcenter.or.kr(2010.12.3))

10) Ibid

이 인식을 바꾼다면 전시회가 친환경적인 분위기로 바뀌는 것은 현실화 될 것이다.

셋째, 친환경적 전시환경 구현을 위해 전시구성원 모두의 친환경적 변화가 요구되는 현실에서 판·산·학이 함께 어우러져 그 방법을 함께 모색해야 한다. 국내에도 전시산업의 전문가로 구성된 친환경 전시산업 운영위원회 등을 구성하여 전시업계의 친환경 인식 제고 및 기후변화문제에 대하여 협의하고 전시회 개최시 지켜야 할 친환경 실천 매뉴얼 등을 제작하여 보급해야 한다. 또한, 환경부와 연계하여 친환경 실천 여부에 따른 인증마크제를 마련하여 재정지원, 세금우대 등 정부차원의 지원 정책을 실시하여야 한다.

넷째, 친환경 전시를 선실행하고 있는 전시선진국과의 국제협력을 통하여 경쟁력을 강화해야 한다. 글로벌 협력 체계 구축으로 해외의 친환경 전시관련 정보 및 기술 공유를 통하여 국제사회와 공동으로 협력할 수 있는 방안을 모색하여야 한다. 실제로 코엑스는 2008년에 개최된 한·중·일 VIP포럼에서 3개국 대표 전시장(코엑스, Tokyo Big Sight, CIEC)이 참여하는 친환경 캠페인을 전개할 것을 제시하고 친환경 캠페인을 선도하여 친환경 경영 실천계획을 추진하였다. 또한, 국내 전시를 대표할 수 있는 기관인 전시산업진흥회 등에서 IAEE의 국제 협회와의 친환경 관련 MOU 체결 등을 통하여 해외에서 국내 전시업체가 친환경 전시회 개최시 인증하고 지원되는 방식으로 글로벌 협력관계를 구축하여야 한다.

#### 4. 전시산업의 친환경요소 도입을 위한 향후방향

##### 4.1. 친환경 전시를 위한 전시부스

전시장 부스를 꾸미는 자체 중 대부분이 목재로 사용되고 있는 것이 국내 현실이다. 목재부스 1부스(9m<sup>2</sup>)에는 대략 250만원에서 300만원의 비용이 들어간다. 전문가만이 설치할 수 있기 때문에 비용, 시간이 많이 필요하다. 철거시에도 전담 철거요원이 투입되어야 하며 전시부스에 활용되는 목재는 99% 정도는 재활용이 불가능함에도 불구하고, 재활용되는 조립식 부스를 사용하면 눈에 띄지 않는다는 인식이 높아 부스규모가 커지면 목재를 이용해 개별적으로 인테리어를 하고 있다. 목재부스의 대안으로 최근에 대규모의 전시회에서 사용되고 있는 것이 시스템 부스이다. 깔끔한 디자인과 더불어 재활용이 가능하다는 것이 장점이며, 초기비용은 많이 들지만 지속적으로 재활용이 가능하기 때문에 장기적으로는 비용이 절감 될 수 있다. 시스템 부스의 장점을 살펴보면 첫째, 시스템부스는 200만원 이하에 설치할 수 있어 저렴하고, 장기적으로 볼 때 재설치, 재활용이 가능하기 때문에 경제적이다. 둘째, 설치매뉴얼이 간단하기 때문에 디자이너가 컴퓨터 프로그램에서 디자

인을 하면 그에 맞는 부스 부품량이 산출된다. 테크니컬 매뉴얼이 있어 필요한 재료만 갖추면 누구든 손쉬운 설치가 가능하다. 디자인에 따라 다르지만 설치시간도 목공보다 절반으로 줄일 수 있다. 셋째, 샵 디스플레이, 방송용 무대조명에도 활용되며, 면과 입체공간을 활용해 다양한 입체 디자인을 할 수 있다. 국내에선 4부스 이상 되는 디자인에 시스템 부스를 주로 활용하고 있다. 시스템 부스는 조명이 생명이며 전시참가업체의 기업이미지에 부합하는 컬러를 조명으로 연출할 수 있다. 넷째, 철거 및 재활용이 가능하기 때문에 해체·보관했다가 재활용도 할 수 있어 산업폐기물양도 줄어든다. 이러한 시스템부스의 장점에도 불구하고 활성화가 더딘 이유는 초기 투자비용이 높고 보관창고가 필요하다는 것이다. 국내 전시공사업체가 대부분 영세해 초기투자비용에 부담을 느끼고 있고, 시스템 구매비용, 물류비용 때문에 활성화에 시간이 걸리고 있다. 전시공사업체들이 모여 시스템부스와 물류창고를 공유하고 렌탈하는 형식으로 제투자를 하는 방법도 있지만 경쟁이 심한 국내 전시업체 특성상 현실화 되기는 쉽지 않은 상황이다. 또한, 시스템 부스의 도입에 앞서 시급한 것이 디자이너의 부재가 거론된다. 시스템부스가 도입되더라도 국내에는 경험 있는 디자이너들이 거의 없어 효율적이고 세련된 디자인이 불가능하다는 인식이 있다. 마지막으로, 목공부스에 대한 참여업체들의 관행과 선입견이다. 친환경 자체 조립부스로 설치가 가능함에도 불구하고 더 화려하게 보이기 위해 목공부스를 원하는 경우가 많다. 참가업체들의 경쟁 가열, 친환경 의식부재에서 비롯된 결과라고 할 수 있다. 국내 전시산업이 선진국으로 진입하기 위해서는 이러한 단점을 극복하고 친환경적인 시스템 부스를 빠른 시일 안에 도입하는 것이 중요한 과제라고 할 수 있다.



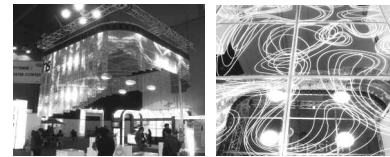
<그림14> 친환경 시스템부스의 사례

##### 4.2. 전시장내 시설의 친환경화

전시장 운영의 친환경화를 위해 시설의 설계 단계부터 친환경 설계 및 친환경 자재를 사용하고, 시설 운영상 에너지 효율화를 위한 방안들이 함께 검토되어야 한다. 조명, 전기, 냉동, 공조, 오수활용 등의 다각적인 검토와 이산화탄소 배출 절감을 위한 공공 운송수단 이용 활성화 등이 필요하다.

전시장의 설비 중 가장 중요한 것이 조명과 영상장비다. 호주는 2013년까지, 유럽연합(EU)은 2012년까지 에너지 효율이 낮은 백열전구를 퇴출시키기로 했고 우

리나라 역시 2013년부터 산업용과 원자력용, 사진용, 장식용을 제외한 일반조명용 백열전구를 사용할 수 없도록 하는 에너지이용 합리화 기본계획이 확정된 상태다. 전력소모를 줄일 수 있고 내구성이 강한 절전형 형광등과 LED조명을 사용하고 전력소모가 많은 PDP 대신 LCD모니터나 LED전광판을 사용한다. LED는 전기신호를 보내면 빛을 발산하는 반도체의 일종으로 광변환 효율이 높기 때문에 소비전력이 낮아 최대 90%까지 에너지 절감이 가능하며 수명도 길다. LED 부스는 전시공간뿐 아니라 돋보이게 하는 다양한 분야에서 활용 가능한 것이 장점이다. 따라서 LED 부스는 제품이라기 보다는 다양하게 적용이 가능한 시스템이라는 표현이 더 적당하다. LED를 활용한 다양한 시도가 전시에서 활용될 때 LED 부스는 의미 있는 시도로 해석할 수 있다.



<그림15> LED를 조명을 사용한 LED 부스 사례

카펫 혹은 예폭시 도장을 사용하던 전시장의 바닥은 콘크리트 폴리싱 공법으로 제작하면 바닥이 대리석처럼 매끄러워 카펫을 이용하지 않아도 된다. 만약 한번 사용한 카펫을 재사용할 수 없다면 재활용해 폐기물을 최대한 적게 만드는 방안을 강구하는 것도 친환경 전시를 위한 방법이다. 또한, 폐수의 재활용을 통한 우수 절약, 각 계절마다 기준 온도 적용을 통한 에너지 절약, 녹지화 사업을 통한 열섬효과와 최소화 등도 전시장내 시설의 친환경화를 위한 방안이 될 것이다.



<그림16> 친환경 시설로 설계된 전시장의 천정 및 바닥

##### 4.3. 전시회 홍보 및 마케팅 친환경화

전시참가자들은 자신의 전시품을 보다 돋보이게 하기 위해 디자이너와 함께 전시 장치와 마케팅에 많은 시간과 노력을 쏟는다. 또한, 전시장치에 있어서 보통의 경우 많은 디자인적 요소를 넣고 싶어하고 가능한 다수의 관람객에게 홍보를 하고 싶어한다. 전시품과 전시장치가 조화를 이룬, 멋지게 디자인된 전시장치를 홍보하는 것은 참가자 뿐 아니라 관람객에게도 전시회를 이해하기 위한 중요한 요소이다. 전시회에서 포스터는 흥

보물의 일종으로 제작되는 인쇄물 중의 하나이다. 대부분 브로셔 표지나 광고물 등과 같은 디자인으로 제작되며 유티카, 참가업체 등에게 사전 배포되어 제시되거나 전시회 현장에서 전시회장의 분위기를 조성하기 위해서 활용되기도 한다. 하지만 최근에는 전시회의 친환경적인 측면을 강조하여 전시회 폐기물 감소를 일환으로 일회성 인쇄물에 대한 절약 방안도 강구되고 있다. 종이로 제작한 홍보자료는 배제하고 CD등의 자료를 배포하고 인쇄물이 필요할 시에는 재활용지, 공기흡입크 등을 사용하고 코팅처리하지 않은 인쇄물을 권장하여 친환경 인쇄물로 전환 하고 있다.

기술적 측면에서 홍보 및 마케팅 수단을 활용하여 홈페이지를 활용한 홍보, Cyber전시 등 전시회와 IT 기술을 복합시켜서 전시콘텐츠가 실질적인 마케팅 도구로서 작동을 할 수 있도록 개발하는 것도 친환경 마케팅의 일환이다. 또한, 해외 마케팅 강화를 위해 직접적인 해외 진출 및 해외 에이전트를 활용한 네트워크를 확대하고, 중장기적으로는 해외 전시주최자와의 국제협력을 통해 체계적인 해외 홍보와 유치 활동이 추진되어야 한다.

전시업체의 CI에 기초한 를 개발하고 일관성과 지속성을 유지하면서 이를 마케팅 수단으로 계속 발전시키는 것도 친환경 전시의 일환이다. 독일, 이탈리아 등 유럽의 경우 기업정보포털(EIP: Enterprise Information Portal)에 기초해 동일 컨셉으로 다년간 같은 디자인으로 전시에 참가하는 경우가 많다. 이를 통해 다음에 참가할 전시에 대해 미리 예측하고 준비할 수 있도록 함으로써 전시장치의 재사용, 재활용 비율을 한층 더 높일 수 있다. 국내에서도 EIP에 디자인을 개발한 후 지역별, 대륙별 공간 및 조건에 맞게 변형 설치하고 재사용할 수 있는 방안을 실천하는 참가기업이 늘고 있다. 이들 기업은 점차 유럽식으로 3년에서 5년의 장기계약을 통해 비용을 절감할 뿐 아니라, 일관된 기업이미지를 유지하면서도 실질적으로 홍보 및 마케팅 차원에서 친환경 전시를 실천하고 있다.

#### 5. 결론

오늘날 환경문제는 전세계적으로 가장 중요한 의제로 부상하였다. 과거에는 환경문제를 해결하기 위해 물리적이고 물질적인 방법을 사용하였고, 그 결과 또 다른 환경문제를 발생시켰다. 환경문제를 근본적으로 해결하기 위해서는 환경이 지닌 기본 질서를 유지하여 산업과 조화를 이루는 것이 중요하다. 환경과 산업의 성장이라는 두 개념의 결합은 선진국에서는 새로운 패러다임으로 실현되고 있으며, 녹색기술 육성과 환경규제를 통해 관련 산업의 성장을 이끌어내어 새로운 시장을 선점하고 동시에 일자리까지 창출하는 등 빠른 움직임 을 보이고 있다.

본 연구는 친환경에 기초하여 현재 사회적으로 주목

받고 있는 전시산업을 접목시켜 국내·외 전시회 사례를 분석하고 향후 전시회가 친환경 요소 도입을 위한 방안을 모색해 보았다. 향후, 국내 전시산업이 발전하기 위해서는 전시회와 전시장 규모 확대를 위한 노력이 필요함은 분명한 일이다. 하지만, 무분별한 전시장의 확대가 아닌 세계적 트렌드에 맞추어 친환경 전시회를 개최하는 미래지향적 마인드가 요구된다. 최근에 국내 대표적 전시주최자인 코엑스 등에서 출선수범하여 Green 전시회를 실천하기 위하여 동참하였는데, 이는 국내 전시산업이 전시선진국으로 진입하고 있음을 보여주는 사례라고 할 수 있다. 이는 국내의 전시장, 기업 및 종사자들이 사회적인 책임을 다하겠다는 성숙된 마인드에서 비롯하였다는 점에서 그 의미가 크다고 할 수 있다.

본 연구결과에서 나타났듯이 친환경 전시를 개최하기 위한 대응방안은 친환경 전시부스, 전시장 시설의 친환경화, 홍보 및 마케팅의 친환경화 등 친환경소재와 콘텐츠를 개발하는 것이다. 즉, 반환경적 전시재료를 친환경 재료로 바꾸고 전시에 사용가능한 다양한 재질의 친환경 소재를 개발 보급하는 일이 필요한 것이다. 또한, 정부와 공공기관이 주도하여 친환경 전시의 활성화 정책으로써 친환경 전시회 정착을 위한 지원 정책 등을 법률로써 제정하여 친환경 인증 전시회에 대한 인센티브를 적극적으로 실행해야 할 것이다.

아직 국내에서 친환경 전시가 활성화 되지는 않았지만 친환경 전시의 필요성은 업계전반에서 충분히 공감하고 있는 상황이며 전시업계의 친환경 전시에 대한 관심도 및 기대가 생각 이상으로 높다. 친환경 전시는 전시와 관련된 모든 주체가 함께 고민하고 만들어야 하는 지속적 과정이며 친환경 전시회를 활성화 시키기 위하여 관·산·학이 연계된 연구와 전시업계의 노력이 지속적으로 병행되어야 할 것이다.

## 참고문헌

-김상욱.(2005). 친환경 패러다임에 기초한 공간 디자인 연구 -로하스(LOHAS) 개념을 적용한 석탄박물관을 중심으로-. 석사학위 논문. 한세대학교 디지털문화대학원 공간디자인 전공

-장은경 외.(2005). 전시산업 활성화를 위한 인력양성 및 인프라구축방 연구. 한국전시산업진흥회.

-하승연,박재욱.(2009). 친환경 디자인의 개념정립에 따른 가치 분석 -선행연구의 내용분석을 중심으로-. Journal of the Korean Society of Costume Vol.59, No9

-황희곤 외.(2008). 전시산업 경쟁력 강화 방안. 한림국제대학원 대학교.

-크레이그 버거 외(2009). 전시디자인의 모든 것, 공간의 커뮤니케이션. 단행본. 고려닷컴.

-루스 스티븐스.(2008). 산업전시 박람회와 이벤트 마케팅. 단행본. 한경사.

-<http://www.akei.or.kr>(2010.12.1)

-<http://www.coex.co.kr>(2010.12.1)

-<http://www.excodaegu.co.kr>(2010.12.3)

-<http://www.kdjcenter.or.kr>(2010.12.3)

-<http://www.songdoconvensia.or.kr>(2010.12.3)

-<http://www.occn.net>(2010.12.3)

-<http://www.scec.com.au>(2010.12.6)

-<http://www.gep.or.kr>(2010.12.6)

-<http://www.weeklytrade.co.kr>(2010.12.8)