

발간등록번호

11-1543000-002401-01

국제 난 엑스포 개최 타당성 및 계획수립에 관한 연구

2018. 11.



농림축산식품부

제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「국제 난 엑스포 개최 타당성 및 계획수립에 관한 연구」에 대한 최종보고서로 제출합니다.

2018년 11월 30일

지역농업네트워크 협동조합

김종안(이사장)

길청순(지사장)

김원경(지사장)

박상민(지사장)

유진현(팀장)

노순웅(팀장)

김진희(팀장)

허선영(팀장)

김태홍(컨설턴트)

『국제 난 엑스포 개최 타당성 분석 및 계획 수립 연구』

〈연구결과 요약〉

1. 난 엑스포 추진 여건 및 사례조사 결과

□ 난 산업 현황 및 엑스포 개최 필요성

- (난 산업의 어려움 가중) 경기침체로 인한 내수시장 축소, 생산비 상승, 중국 등 수입 화훼 증가로 난 재배농가 감소 등 생산기반 축소
- (소규모 애호가 중심 전시회) 각 단체별, 지역별 회원중심의 중·소규모의 전시회 중심, 난 문화 대중화를 위해 일반인이 함께 즐길 수 있는 대규모 대중 전시회 필요
- (난 엑스포 개최를 통한 난 산업 육성 추진) 한국 난의 우수성을 알리고 난 소비문화를 확산하여 침체된 난 산업을 활성화하기 위해 국제 엑스포 개최 필요성 제기

□ 해외 주요 난 전시박람회 사례

- (세계난전 일본대상) 세계 최대 규모의 난 문화 행사로 총 28회 개최, 난 문화 보급과 난 애호인의 교류를 목적으로 추진, 출품작 평가 및 난을 주제로 한 전시회 중심, 최근 난 애호인의 고령화 등으로 관람객 수 감소 : ('91) 40만명 → ('17) 13만명
- (대만 국제 난 전시회) 난 수출활성화를 목적으로 대규모 국제 행사를 매년 추진 중이며, 세계적인 난초 행사로 성장, 본 전시회를 통해 약 3억 6,800만 달러 상당의 수출 계약을 체결함.('17년 기준)

□ 추진방향

- (박람회 성격) 난 소비 촉진을 위한 전시회를 중심으로 비즈니스 영역을 포함
- (난 문화 저변 확대) 난을 주제로 한 다양한 작품을 통해 난의 아름다움을 소개하고, 난 문화에 대해 전반적으로 이해할 수 있도록 정보 제공
- (난 산업관계자의 교류 및 협력 확대) 난 관계자를 대상으로 교류전, 학술 프로그램 등을 개최하여 난 산업 활성화를 위한 방안 모색, 난 관계자의 교류 및 협력 강화

2. 국제 난 엑스포 기본계획 수립 결과

□ 난 엑스포 일정 및 내용의 검토 결과

- (행사명) 국내외 사례, 국제 기준, 홍보 등을 고려 ‘대한민국 국제 난 엑스포 (KOREA International Orchid Expo 2021)’로 설정
- (개최시기) 2021년 3월중 약 10일간 개최 방안 유리
 - * 행사 준비기간 및 해외 난 전시회 일정 등 고려 2021년 이후 개최, 정기적 개최 가능
 - * 난의 전시여건 및 관람객 모객환경, 관계자 의견에 따라 3월중 개최하며 아시아 주요 난 전시회(일본, 대만)의 일정을 고려
- (개최장소) 국제전문전시장을 통한 실내개최를 기본으로 실행가능한 안을 제시
 - * 개최장소의 경우 주최자에 따라 변동가능성이 높음 (전국단위 주치를 기본안으로 설정)
 - * 1안 수도권 전문 전시장 : 관람객 접근성 유리, 전문전시장을 활용하는 이점이 있음
 - * 2안 지자체 공모에 따른 장소결정 (수도권 및 지방권 지자체 주관, 수요조사 필요)
- (행사프로그램) 난 전시 및 문화행사, 난 산업 확대를 위한 비즈니스 관련 프로그램, 난 관련 학술회의 등 종합박람회로 개최
 - * 일본 국제 난 전시회 : 전시회 중심의 프로그램 / 대만 국제 난 전시회 : 비즈니스 영역 강화

□ 난 엑스포 개최규모 및 예산추정 결과

- (참석자 추정) 관람객 약 12만명(내국인 11만8천명, 외국인2천명) / 전시참가자 80개 업체
 - * 대국민 설문(1,100명)을 통한 방문의사율 반영, 유사 사례를 통한 외국인 및 참가자 추정
- (필요시설 및 규모) 예상 행사장 규모 10,000m² 이상 (시간당 예상관람객수 고려)
- (공간구성 계획) 전시품목 및 행사내용에 따라 4개의 테마별 구역 설정
- (예산수익) 약 11억원 : 입장권 수입 및 임대수입, 휘장사업 수입
 - * 목표 방문객 대상 입장권 수입, 전시부스 및 임대시설 사용료, 광고협찬 등 수익고려
 - * 수익 중 8억6천만원(약 78%)를 유료입장권로 총당 (입장객 108천명, 입장권 8,000원 기준)
- (예산비용) 약 20억원 : 전문 전시시설 임대료 및 행사운영비, 홍보비 등
 - * 향후 행사 세부 기획에 따라 소요 비용의 차이가 나타날 수 있음.
 - * 총 행사 투입인력 : 연 300명 (조직위 및 관련기관 인력 제외)
 - * 전문전시시설을 이용하므로 시설투자 비용 대신 임대료가 발생
- (재원조달방안) 행사수익 대비 비용이 초과하여 행사비용중 일부는 지원금 필요
 - * 기본 계획상 부족한 예산(약 9억여원)에 대한 지원(국비 및 지방비, 협찬 후원금) 필요

3. 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석 결과

□ 분석의 대상 : 난 엑스포 기본계획

국제 난 엑스포 개최계획 (기본계획안)

- 행사명 : 2021년 대한민국 국제 난 엑스포 (KOREA International Orchid Expo 2021)
- 기간 : 2021년 3월 19일 ~ 28일 (10일간) ※ 매년 개최를 가정
- 장소 : 서울 코엑스(COEX) ※ 킨텍스 등 수도권내 타 전시장 대체 가능
- 주요행사 : 난 전시회 (난 출품경진대회, 세계 난전시, 예술작품전시 등),
문화체험프로그램, 국제학술회의, 비즈니스 및 무역상담
- 참가목표 : 일반관람객 12만명 / 전시참가자 80개 업체
 - 내국인 11만 8천명 / 외국인 2천명
 - 국내 전시참가업체 50개 업체 / 해외 전시참가자 30개 업체 (총 15개국)
- 예상비용 : 20억원 (행사 준비 및 운영비용 외)
- 예상수익 : 11억원 (입장권 수입, 참가비 수익, 휘장사업 등)

□ 재무적 타당성 분석 및 검토결과

- (자체운영시 재무추정) 당해연도 수익 약 1,104백만원, 소요비용 2,000백만원으로 추정, 수지는 약 896백만원의 적자를 나타내므로 재무적 타당성 없음
- (예산 지원시 재무추정) 9억 이상 확보시 당해 행사의 재무적 타당성 확보 가능
- (운영타당성 검토결과) 수익금을 통한 자체운영 한계, 지원예산 및 후원금 필요
 - * 수익을 높이기 위해서는 입장료 인상, 업체 참가비 인상, 방문객수 증대가 필요
 - * 입장료의 경우 국민설문결과 지불의향이 8,431원으로 8,000원 이상 인상 한계
 - * 업체 참가비의 경우 인상시 유치의 어려움, 전시 중심의 문화행사로 확보에 한계

□ 경제적 타당성 분석 및 검토결과

- (경제적 타당성 평가결과) 현재가치로 환산한 총 편익은 약 979백만원, 총 비용은 약 1,896백만원으로 BCR 0.52로 경제적 타당성 없음
 - * 소비자가 평가한 편익이 비용보다 낮으므로 국민이 부여한 경제적 가치보다 높은 비용이 투입된다는 의미임. BCR이 1보다 작을 경우 타당성이 없다고 평가됨
 - * 기본계획 상 비용추정내용과 CVM 분석(일반 국민대상 설문을 활용한 국민의 지불의사내역을 활용)에 따른 경제적 편익산출, 2019년도 기준 현재가치를 반영, 할인율 5.5% 적용

□ **종합 개최타당성 검토결과 [경제적 타당성과 정책적 타당성을 종합한 평가결과]**

- 전문가 평가를 통하여 난 엑스포의 정책적 타당성 평가를 실시하고 항목간 가중치를 부여하여 경제성 평가결과와 종합한 결과를 도출 (*기재부 국제행사 타당성 평가기준)
 - * 정책적 타당성 평가항목 : 행사의 필요성, 행사계획의 적정성, 난 산업의 활성화 기여
- (평가 가중치 부여결과) 경제적 타당성 36.1%, 정책적 타당성 63.9% 배점
- (대안별 종합평점 결과) 사업시행 0.485, 사업미시행 0.515로 ‘사업미시행’ 우세, 단, 평점이 판단기준 0.5에 근접한 수치이므로 ‘신중한 판단 필요’로 해석
- * 본 행사와 직접적으로 관련되지 않은 관련 전문가 8인의 AHP평가 실시, 경제성 평가 결과를 점수로 환산하여 반영

□ **시나리오 분석을 통한 경제적 타당성 확보방안**

- (기본계획상 조건변경) 기본계획대비 방문객 2배 증가시(약 24만명) 타당성 확보가능, 기본 행사비용 절감한계에 따라 타당성 확보 어려움
- (지역단위의 행사개최) 행사장 조성 등 비용 증가에 따라 타당성 낮아짐, 소요비용 증가로 관람객 목표 상향 필요 (예산 70억 투입시 약 80만명 방문), 접근성 개선 필요
- (경제적 타당성 확보 요건) 목표 관람객 수 증대 필요 (실제 방문객 수 증대)
 - * 기본계획의 조건에서 추가적 노력에 따라 방문의사를 높임으로서 경제성 평가의 결과값을 달리 예상할 수 있으나 충분한 홍보 및 준비기간이 필요, 난과 관련 대중의 관심도 필요
 - * 행사비용 축소는 제약이 있으며 실질적으로 경제성 평가의 결과에 미치는 영향이 미비

구분	시나리오1 [기본계획]	시나리오2	시나리오3	시나리오4	시나리오5	
	서울권 개최 * 서울 등 전문전시시설 가정			지역권 개최 * 광역시 이하, 지자체 주관		
요건	목표방문객	12만명	24만명	12만명	12만명	80만명
	비용소요	20억원	20억원	16억원	70억원	70억원
타당성 기준 (BCR)	0.52	1.03	0.65	0.15	1.00	
경제적 타당성 평가결과	타당성 없음	타당성 있음	타당성 없음	타당성 없음	타당성 있음	

4. 난 엑스포 추진을 위한 후속 방안 제언

□ 난 전시 소비문화의 확산과 국민적 관심증대 필요

- (개최 타당성 확보를 위한 여건 확보) 난 전시에 대한 국민의 관심 및 방문의사 증대 필요, 지속가능한 국제 규모의 전시회 개최와 관람객 유치를 위한 난 소비문화 활성화 여건 성숙필요
- (기존 화훼전시회의 난 전시 참여 강화) 개최 타당성 미확보 또는 국제 난 엑스포 개최 여건의 조성기간 동안 국내 주요 화훼전시회(고양꽃박람회 등)내의 난 전시 확대 등 우선 추진

□ 난 산업 정책파트너로서의 핵심 주체 육성

- (난 산업 대표 주체 육성) 장기적으로 국제 난 엑스포 추진을 위해 분산되어 있는 난 관련 민간단체의 역할강화 필요, 기존 단체의 네트워크 및 유기적인 협력체계를 구축, 난 산업계를 대표할 수 있는 통합주체 육성 필요(향후 엑스포 조직위 구성연계)
- (난 엑스포 중장기 추진검토) 국제 행사로 발전하기 위해서는 충분한 관람객 유치 조건 형성필요 (관람객 20만명 이상 목표), 운영경험 및 국제 행사 추진기반이 형성되면 세계난 전시회(WOC)유치 등 지원



목 차

I. 연구의 개요	1
1. 연구의 배경 및 목적	3
1.1. 추진배경	3
1.2. 목적	4
2. 연구 범위 및 내용	5
2.1. 연구의 범위	5
2.2. 연구 방법	7
2.3. 연구 프로세스	7
II. 국제 난 엑스포 개최 여건분석 및 추진방향	9
1. 엑스포 개념 및 개최 현황	11
1.1. 엑스포 정의	11
1.2. 박람회 종류	12
1.3. 박람회의 효과	15
2. 난의 분류와 난 재배 역사	18
2.1. 난의 분류	18
2.3. 난 재배의 역사	22
3. 난(蘭) 산업 현황	26
3.1. 국내 난 산업 현황	26
3.2. 세계 난(절화) 수출시장	39
3.3. 우리나라 난 산업의 산업구조 분석	45
4. 국내외 화훼 및 난 관련 전시회 사례조사	49
4.1. 세계 난 관련 주요 행사	49
4.2. 국외 난 전시회 개최 사례	54
4.3. 국내 화훼 및 난 전시회 사례	62

4.4. 국내외 사례를 통해 본 시사점	73
5. 난 관계자 및 대국민 설문조사 결과	76
5.1. 난 관계자 설문조사 결과	76
5.2. 대국민 설문조사 결과	80
6. 국제 난 엑스포 필요성 및 추진방향	88
6.1. 국제 난 엑스포 개최 필요성	88
6.2. 국제 난 엑스포 개최효과	90
6.3. 국제 난 엑스포 추진방향	92
6.4. 국제 난 엑스포 성공요인	93
Ⅲ. 국제 난 엑스포 기본계획	95
1. 엑스포 개최 개요	97
1.1. 행사 명칭	97
1.2. 엑스포 개최일정의 검토	99
1.3. 개최장소의 설정	102
1.4. 국제 난 엑스포 주제의 선정	106
2. 엑스포 주요프로그램 및 참석대상	108
2.1. 주요행사 프로그램	108
2.2. 참석대상자 추정결과	112
2.3. 홍보 및 관람객, 참여업체 유치전략	115
3. 전시장 구성 및 운영계획	120
3.1. 필요시설 및 적정규모	120
3.2. 주요 시설별 공간구성계획	122
3.3. 엑스포 인력운영계획	124
4. 조직위원회 조직 및 운영관리	127
4.1. 조직위원회 구성방안	127
4.2. 운영관리	128

5. 수익 및 비용 추정	129
5.1. 입장권 및 부스임대료 수준의 설정	129
5.2. 운영수익 추정	131
5.3. 소요예산 추정	134
5.4. 재원조달 방안	135
IV. 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석	137
1. 분석 방법론 및 기본 가정	139
1.1. 타당성 분석의 개념	139
1.2. 타당성 분석의 도구	140
2. 재무적 타당성 및 경제성 분석	145
2.1. 재무타당성 분석결과	145
2.2. 경제성 분석결과	146
3. 정책적 타당성 분석	152
3.1. 정책적 타당성 분석의 개요	152
3.2. 정책적 분석을 위한 계층화분석(AHP)의 절차	153
3.3. 국제 난 엑스포 AHP 설문문의 내용	156
3.4. AHP분석 결과 및 시사점	158
V. 종합타당성 평가결과 및 후속추진방안 제안	163
1. 종합검토결과	165
1.1. 기본계획의 종합타당성 분석결과	165
1.2. 주요 시나리오에 따른 타당성 비교분석	170
2. 엑스포 추진을 위한 후속조치 방안	175
2.1. 엑스포 개최 준비를 위한 로드맵 제시	175
2.2. 엑스포 개최에 대한 지자체 및 관련주체 등 참여 유도방안	176
2.3. 행사 홍보 및 디자인, 슬로건, 진행 등 행사의 업무위탁	177

3. 중장기 국내 난 산업 활성화 방안.....	180
3.1. 엑스포 중장기 계획 및 국제행사 발전가능성.....	180
3.2. 난 산업 정책파트너로서의 핵심 조직 및 단체 육성 필요.....	182
3.3. 기존 화훼 전시회 등과 연계한 난 전시회 개최.....	183

참고문헌	184
-------------------	------------

부록	185
-----------------	------------

- [부록 1] 난 엑스포 개최에 대한 국민대상 설문지
- [부록 2] 난 관계자 설문지
- [부록 3] 전문가 AHP 설문지
- [부록 4] 일본 난 재배농가 및 세계난전 조사결과

표 목차

II. 국제 난 엑스포 개최 여건분석 및 추진방향

[표 II -1] 박람회 유형에 따른 특징	13
[표 II -2] AIPH 등록박람회 유형과 구분 기준.....	14
[표 II -3] AIPH 등록박람회 개최현황 및 개최 일정.....	14
[표 II -4] 박람회 개최 효과.....	15
[표 II -5] 춘란과 한란.....	20
[표 II -6] 석곡과 풍란.....	21
[표 II -7] 화훼생산에서 난 산업 위치 변화.....	27
[표 II -8] 난 부류별 연도별 생산액 및 농가수 현황.....	28
[표 II -9] 난 부류별 생산액 비중 변화.....	28
[표 II -10] 난 품목별 생산액 추이.....	29
[표 II -11] 지역별 품목별 난 생산액(2017년 기준).....	29
[표 II -12] 화훼류 공영도매시장 경유 비율	31
[표 II -13] 공영도매시장별 난 거래 비중.....	32
[표 II -14] 양재동 공판장 한국춘란 경매실적	32
[표 II -15] 우리나라 화훼 수출입 실적.....	33
[표 II -16] 난초 및 절화 양란의 수출입 실적.....	34
[표 II -17] 화훼류 및 난류 품종보호출원 현황(2018.10월 기준).....	35
[표 II -18] 난류 품목별 품종보호출원 현황(2018.10월 기준).....	36
[표 II -19] 화훼류 및 난류 품종보호권 등록 현황(2018.10월 기준).....	37
[표 II -20] 난류 품목별 품종보호권 등록 현황(2018.10월 기준).....	38
[표 II -21] 춘란, 풍란, 나도풍란 품종 생산·수입판매신고.....	38
[표 II -22] 마이클 포터가 제시한 산업구조 영향 요인.....	45
[표 II -23] 세계난초회의 개최현황.....	50
[표 II -24] 제22회 세계난초회의 컨퍼런스 주제.....	51
[표 II -25] 아-태 난초회의 개최현황.....	52
[표 II -26] 2018년 세계난전 일본대상 개요.....	54
[표 II -27] 2018년 세계난전 행사 모습.....	56

[표 II -28]	세계난전 일본대상 참가국수 및 방문자 수	57
[표 II -29]	2018년 대만 국제 난 전시회 개요	59
[표 II -30]	대만 국제 난 전시회 주요 전시 프로그램	60
[표 II -31]	2005년~2017년 대만 국제 난 전시회 성과	61
[표 II -32]	고양국제꽃박람회 개요	62
[표 II -33]	고양국제꽃박람회 개최 성과	63
[표 II -34]	고양국제꽃박람회 2018년 예산서(수입)	64
[표 II -35]	고양국제꽃박람회 2018년 예산서(지출)	64
[표 II -36]	대구꽃박람회 개요	65
[표 II -37]	제9회 아시아-태평양 난 전시회 개요	66
[표 II -38]	제9회 아시아-태평양 난 전시회 수지분석 및 인력운영 등	67
[표 II -39]	제9회 아시아-태평양 난 전시회 수지분석 및 인력운영 등	68
[표 II -40]	난 전시회 비용	69
[표 II -41]	중앙단체 봄 전시회 개최 현황	69
[표 II -42]	지역별 봄 전시회(2018년 기준)	70
[표 II -43]	가을 전시회(2017년 기준)	71
[표 II -44]	가을 전시회(2017년 기준)	72
[표 II -45]	국제 난 엑스포 개최 필요성	76
[표 II -46]	국제 난 엑스포 개최 주기	77
[표 II -47]	국제 난 엑스포 개최 적정 시기	77
[표 II -48]	국제 난 엑스포 개최 적정 기간	78
[표 II -49]	국제 난 엑스포 개최 장소	78
[표 II -50]	국제 난 엑스포 개최 지역	79
[표 II -51]	최근 5년 이내 난을 구입한 경험	81
[표 II -52]	구입한 난의 종류	81
[표 II -53]	난을 구입한 주된 목적	82
[표 II -54]	난을 구입한 장소	82
[표 II -55]	국제 난 엑스포가 개최된다면 방문의향	83
[표 II -56]	국제 난 엑스포를 가고 싶은 가장 큰 이유	83
[표 II -57]	국제 난 엑스포를 가고 싶지 않은 가장 큰 이유	84
[표 II -58]	국제 난 엑스포를 방문한다면 동행하고 싶은 사람	84
[표 II -59]	국제 난 엑스포 방문 기간	85

[표 II-60] 국제 난 엑스포를 방문한다면 가장 참여하고 싶은 프로그램	85
[표 II-61] 국제 난 엑스포 입장료 지불 의향	86
[표 II-62] 국제 난 엑스포 입장료를 지불하고자 하는 가장 큰 이유	86
[표 II-63] 국제 난 엑스포 입장료를 단 1원도 지불의사가 없는 가장 큰 이유	87
[표 II-64] 국내 난 산업 개선과제	88
[표 II-65] 국제 난 엑스포 성공요인	93

III. 국제 난 엑스포 기본계획

[표 III-1] 주요 국제 난 전시회의 국문 및 영문 행사명	97
[표 III-2] 엑스포 명칭 사용관련 BIE협약 주요내용(엑스포 개최 조건 부문)	98
[표 III-3] 주요 국제 난 전시회 예정 일정	99
[표 III-4] 국제 엑스포 및 주요 난 전시회 개최기간 사례	101
[표 III-5] 개최장소에 따른 장·단점	102
[표 III-6] 엑스포 적정 개최지 분석 항목	105
[표 III-7] 개최지(안)별 적정 개최지 분석	106
[표 III-8] 국제 난 엑스포를 방문한다면 가장 참여하고 싶은 프로그램	108
[표 III-9] 국제 난 엑스포 주요 프로그램 구성	109
[표 III-10] 국제 난 엑스포 행사 일정표 (예시)	110
[표 III-11] 국제 난 엑스포가 개최된다면 방문의향	112
[표 III-12] 국제 난 엑스포 방문 기간	113
[표 III-13] 국제 난 엑스포 참석자 수 추정 결과	114
[표 III-14] 국제 난 엑스포 주요 타켓별 홍보 전략	116
[표 III-15] 대상별 목표시장의 홍보 핵심가치	118
[표 III-16] 엑스포 홍보물 제작 및 배포	119
[표 III-17] 관람객수에 따른 필요면적 규모 산출	120
[표 III-18] 타 전시회 행사장 면적 사용현황	121
[표 III-19] 국제 난 엑스포 공간구성 개요	123
[표 III-20] 대규모 전시행사의 인력 구성 및 업무내용	124
[표 III-21] 행사인력 예상소요	125
[표 III-22] 인력 운영계획	125
[표 III-23] 일일 근무 계획(안)	126

[표 III-24] 도쿄난전 일본대상 입장료 현황.....	130
[표 III-25] 국제 난 엑스포 운영수익 추정.....	133
[표 III-26] 고양 국제 꽃박람회 수익내용 비교.....	133
[표 III-27] 국제 난 엑스포 개최비용 추정.....	134
[표 III-28] 국제 난 엑스포 예산의 구성예시(안).....	135
[표 III-29] 주요 화훼 및 난 전시회의 예산구성 사례.....	135

IV. 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석

[표 IV-1] 재무타당성 분석 결과.....	145
[표 IV-2] 제시금액별 WTP 응답의 분포.....	147
[표 IV-3] 지불의사액이 ‘0원’ 인 경우의 응답이유.....	148
[표 IV-5] WTP 추정결과.....	149
[표 IV-6] 시나리오별 경제성 분석결과.....	151
[표 IV-7] 국제 난 엑스포 정책적 타당성 분석의 내용.....	152
[표 IV-8] 사업유형별 경제성 분석과 정책적 분석의 사전가중치 범위.....	154
[표 IV-9] 쌍대비교 시 중요도의 척도.....	154
[표 IV-10] AHP 평가항목 요약.....	157
[표 IV-11] 각 항목별 가중치 및 부여점수 종합.....	159
[표 IV-12] 국제 난 엑스포 AHP 평가 결과.....	160

V. 종합타당성 평가결과 및 후속추진방안 제안

[표 V-1] 국제 난 엑스포 기본계획(안).....	165
[표 V-1] 국제 난 엑스포 재무적 타당성 분석 결과.....	168
[표 V-2] 국제 난 엑스포 경제성 분석 결과.....	169
[표 V-3] 방문객수 및 소요비용 변동에 따른 시나리오별 경제적 타당성 결과.....	171
[표 V-4] 지역개최에 따른 시나리오별 장단점.....	172
[표 V-5] 지역개최 조건 변동에 따른 시나리오별 경제적 타당성 결과.....	173
[표 V-6] 국제 난 엑스포 추진 로드맵.....	175
[표 V-7] 국제 난 엑스포 행사 위탁 세부 업무내용(I).....	178
[표 V-8] 국제 난 엑스포 행사 위탁 세부 업무내용(II).....	179
[표 V-9] 주요 화훼 및 난 관련 행사 관람객수.....	180
[표 V-10] 난 단체 등록현황.....	182

그림 목차

I. 연구의 개요

[그림 I -1] 연구 추진배경 및 목적	4
[그림 I -2] 연구 프로세스	7

II. 국제 난 엑스포 개최 여건분석 및 추진방향

[그림 II -1] 임원경제지와 예원지	24
[그림 II -2] 창경원 난 전시회(1978년)	25
[그림 II -3] 난과 생활 창간호	25
[그림 II -4] 화훼류(난)의 유통경로	30
[그림 II -5] 양재동화훼공판장 한국출판 경매 모습	32
[그림 II -6] 세계의 난 주요 수출국 및 수출액(2016년)	39
[그림 II -7] 세계의 난 주요 수출국 비율(2016년)	39
[그림 II -8] 네덜란드의 난 수출액(2016년)	40
[그림 II -9] 네덜란드의 난 수출국 비율(2016년)	40
[그림 II -10] 태국의 난 수출액(2016년)	41
[그림 II -11] 태국의 난 수출국 비율(2016년)	41
[그림 II -12] 대만의 난 수출액(2016년)	42
[그림 II -13] 대만의 난 수출국 비율(2016년)	42
[그림 II -14] 주요 수출국 및 수출액(2016년)	43
[그림 II -15] 일본의 난 수입액(2016년)	44
[그림 II -16] 일본의 난 수입국 비율(2016년)	44
[그림 II -17] 일본의 난 수입국별 단가비교(2016년)	44
[그림 II -18] 제22회 세계난초회의 전시회	51
[그림 II -19] APOC2013 홍보물	53
[그림 II -20] 세계난전2019 프로그램(디지털아트, 플라워 카페 등)	57
[그림 II -21] 대구꽃박람회 행사 모습	65
[그림 II -22] 세계난전 및 대만국제 난 전시회 비교	74

[그림 II-23] 국제 난 엑스포 기대효과.....	91
[그림 II-24] 국제 난 엑스포 추진방향.....	92

Ⅲ. 국제 난 엑스포 기본계획

[그림 III-1] 주요국의 국제 전시회 개최시기 현황.....	100
[그림 III-2] 엑스포 지방개최 검토.....	103
[그림 III-3] 국제 난 엑스포 프로그램 구성(안)	109
[그림 III-4] 세계난전 일본대상 전시회 진행사례	111
[그림 III-5] COEX 시설 면적 및 임대료.....	121
[그림 III-6] 행사장내 주요구역의 배치도.....	122
[그림 III-7] 엑스포 수익사업 방향 및 분류	131

Ⅳ. 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석

[그림 IV-1] 경제적 총가치의 측정방법.....	140
[그림 IV-2] 국제 행사의 AHP정책평가 적용 사례.....	143
[그림 IV-3] 경제적 편익 추정을 위한 대국민 설문조사 실시 개요.....	146
[그림 IV-4] 추정모형의 개요.....	149
[그림 IV-5] AHP 분석을 위한 계층 구조.....	156
[그림 IV-6] AHP를 이용한 종합타당성 평가 결과의 해석 유의점.....	161

Ⅴ. 종합타당성 평가결과 및 후속추진방안 제안

[그림 V-1] 경제적 타당성 평가의 시나리오 구성.....	170
[그림 V-2] 국제 행사 발전 단계.....	181



연구의 개요

1 연구의 배경 및 목적

1.1. 추진배경

- 세계 각국에 우리 난의 우수성 홍보하고 난 산업에 대한 정보교류 및 수출 활성화를 위해 국제 난 엑스포 개최가 필요함.
- 한국출란의 재배기술은 우수하나 이를 토대로 한 문화기반은 선진국에 비해 부족한 상황임. 특히 체계적이며 종합적인 보존·전시·홍보하는 난 엑스포 행사가 없음.
- 한국난(출란 포함)의 우수성을 알리고, 자긍심을 고취할 수 있는 국제 규모의 전시회(EXPO) 개최 필요함.

- 난 생산자, 지자체 등이 침체된 난과 화훼산업 활성화 계기로 활용하기 위해 국제 난 엑스포 필요성을 지속적으로 건의하였음.
- 2010년대 이후 중국 등 수입 화훼류의 증가로 한국 난 및 화훼시장이 위축되고 있음.
- 일본은 매년 ‘세계 난 박람회’를 개최하여 약 13만명이 방문하고 25억원의 입장료 수입을 얻고 있음. 이를 통해 난 산업 활성화 뿐만 아니라 연관 산업 발전에 영향을 미치고 있음.

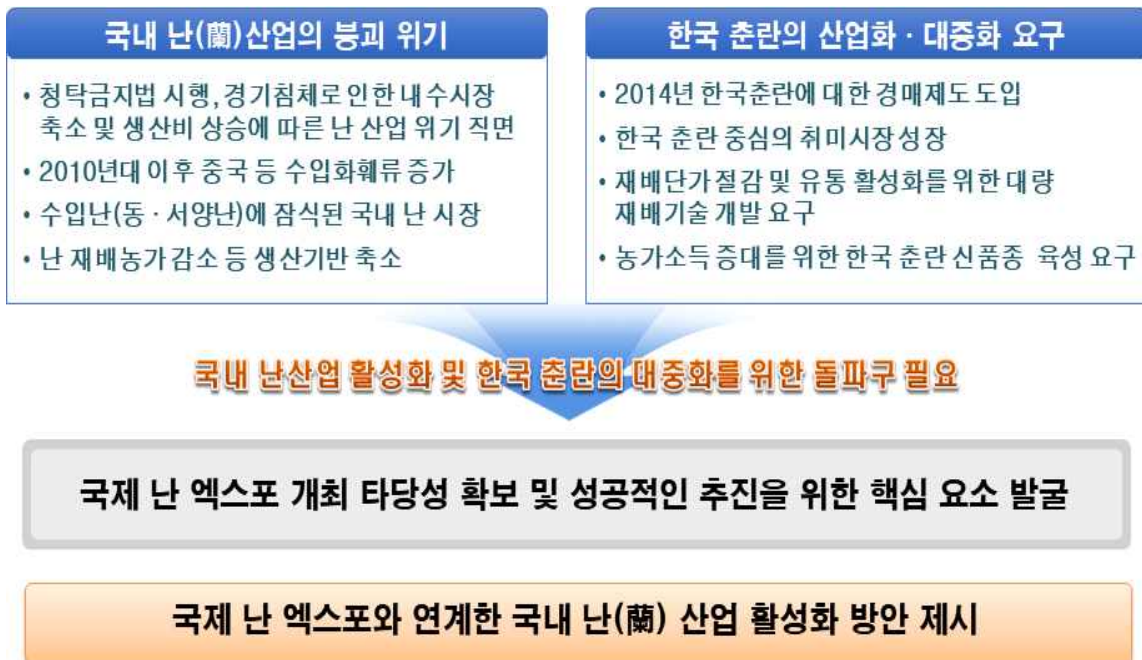
- 국내외 난 산업 현황 파악을 통한 국제 난 엑스포 개최 타당성과 국내 난 산업에 미치는 파급효과 등에 대한 연구용역이 필요함.

- 한국 출란의 산업화·대중화를 통해 수입난(동·서양란)에 잠식된 시장 회복과 화훼산업 활성화에 기여가 필요함.
- 한국 출란의 난 문화 및 재배기술, 전통 문화적 자료로써 보존 가능성, 산업화를 통한 난 농가 소득 증대, 유통활성화 가능성 여부

1.2. 목적

- 국내 난 한국 춘란의 과거·현재·미래를 한곳에 모아 문화와 역사를 시각적으로 제시 및 홍보
- 엑스포를 통해 한국 춘란에 대한 국내외 관심을 유도하여 국가 이미지 강화 및 난 관련 산업의 경쟁력 확보의 기회로 활용
- 본 과업을 통하여 성공적인 국제 난 엑스포 개최를 위한 계획 수립 및 개최 타당성 조사 필요

[그림 1-1] 연구 추진배경 및 목적



2 연구 범위 및 내용

2.1. 연구의 범위

□ 과제1 : 국제 난 엑스포 개최 여건검토 및 추진방향 설정

국제 난 엑스포 개최의 여건 검토	① 국내외 난 및 관련 산업 여건분석
	② 해외 화훼 및 난 관련 전시(엑스포) 사례 분석
	③ 국내 화훼 및 난 전시회, 품평회 현황 조사
	④ 국내 난 산업 발전을 위한 엑스포 개최의 필요성 종합검토
엑스포 개최 목적과 추진 방향 설정	① 관련자 및 전문가 설문분석, 의견조사
	② 난 엑스포 목표 및 추진방향, 추진전략 수립
	③ 난 엑스포 성공추진을 위한 주요요소 및 검토사항 도출

□ 과제2 : 국제 난 엑스포 기본계획 수립

엑스포 기본계획의 설정	① 주요 일정 및 장소확보 방안
	② 운영주체 및 주관기관, 국내외 협력기관 설정
	③ 참여 및 홍보대상, 엑스포 주요프로그램 구성
전시회 규모 추정	① 필요시설 및 시설별 적정규모 추정
	② 참여품목 설정 전시업체 및 진행업체 및 소요인력 주청
	③ 관람객 수요예측 및 운영수익 추정
	④ 소요예산 추정

□ 과제3 : 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석

분석 방법론 및 기본가정	① 관련 문헌연구 및 타당성 연구방법
	② 타당성 분석을 위한 기본가정
전시회 규모 추정	① 사업계획에 따른 비용 및 편익추정
	② 경제성 분석 결과 도출
파급효과 분석	① 연관산업 및 파급효과 분석대상의 범위 설정
	② 경제적, 사회적 파급효과 분석결과 도출
정성적 기대효과 분석	① 엑스포 개최로 인한 장단점 분석
	② 기대효과 및 정성적 파급효과 분석

□ 과제4 : 종합 타당성 평가 및 후속 추진방안 제안

종합검토 결과제시 및 종합 설명자료 작성	① 추진여건 및 타당성 분석에 따른 검토결과 및 근거자료 작성
	② 엑스포 개최의 타당성 추가확보를 위한 방안 제시
	③ 시나리오(민감도 분석)에 따른 주요안 별 타당성 비교
엑스포 추진을 위한 후속조치 방안 제시	① 엑스포 개최 준비를 위한 로드맵 제시(일정 및 역할 분담)
	② 자원조달 방안 및 관계부서 협조사항
	③ 엑스포 개최에 대한 지자체 및 관련주체 등 참여 유도방안
	④ 행사 홍보, 디자인, 슬로건, 진행 등 행사의 업무위탁 추진방향
엑스포를 활용한 중장기 국내 난 사업 활성화 방안 제시	① 엑스포 및 지역 전시회 중장기 계획 및 국제행사 발전가능성
	② 엑스포와 연계한 난 분야 국제 홍보 및 수출 등 전략과제 도출

2.2. 연구 방법

□ 통계 및 문헌분석

- 난 산업 여건분석을 위한 문헌 및 통계 분석
- 국제 난 엑스포 유사사례 파악을 위한 문헌조사 및 분석

□ 난 관계자 간담회

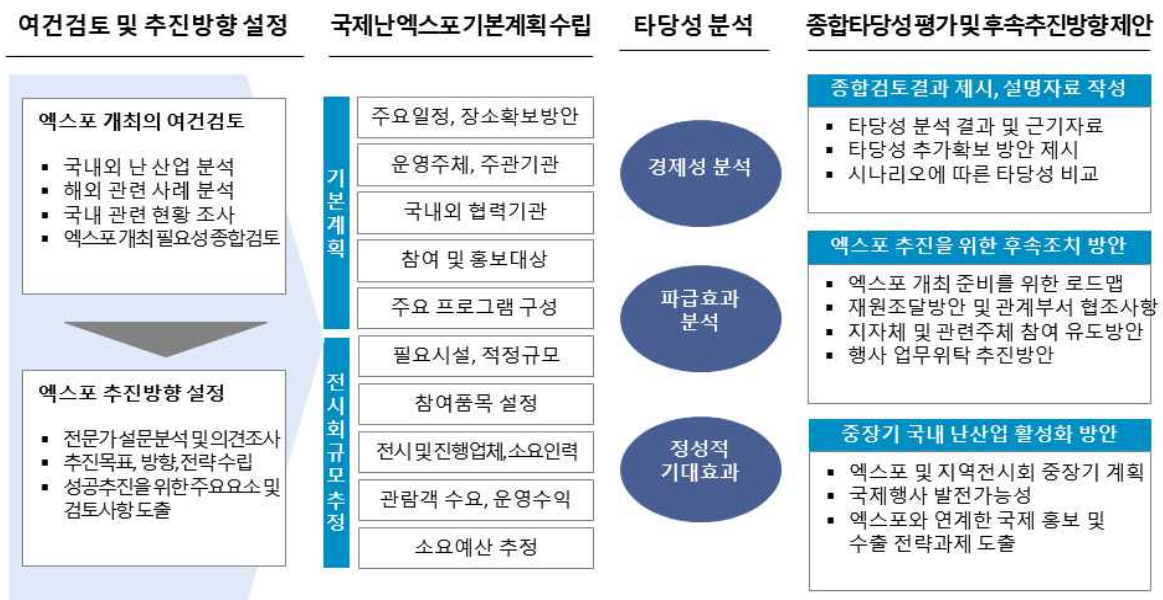
- 난 산업의 현황 및 이슈를 파악하기 위해 난 산업 관련 이해관계자 대상 간담회를 통해 국제 난 엑스포 추진방향 수립

□ 사례조사

- 국내외 난 전시회 및 화훼 박람회 사례조사를 통해 성공적인 엑스포 추진을 위한 요인을 도출하여 국제 난 엑스포 기본구상에 반영

2.3. 연구 프로세스

[그림 1 -2] 연구 프로세스





II

국제 난 엑스포 개최 여건 분석 및 추진방향

1 엑스포 개념 및 개최현황

1.1. 엑스포 정의

- 엑스포(EXPO)란 엑스포지션(EXPOSITION)에서 따온 말로, 어원은 상품의 매매교환 또는 문화와 정보를 교환하는 장에서 비롯되었으며, 전시회나 설명회의 의미를 두루 포괄하고 있음.
- 우리나라는 엑스포를 박람회로 명명하고 있으며, 박람회는 산업의 진흥을 꾀하기 위해 산업과 관련된 온갖 물품을 모아 벌여 놓고 판매, 선전, 우열 심사를 하는 행사라는 의미로 풀이됨.
- 「국제 박람회에 관한 협약(이하 박람회 협약)」 제1조는 다음과 같이 박람회를 정의하고 있음.

박람회는 일반 대중의 계몽을 주된 목적으로 하는 전시회를 말하며, 박람회에서는 인간의 문명에 대한 욕구를 충족시키기 위하여 활용할 수 있는 수단을 전시할 수 있고, 특정 또는 제반분야에서 인류의 노력으로 성취된 발전상을 전시하거나 미래에 대한 전망을 제시할 수 있다.

- 우리나라에서는 10억 이상의 국고를 지원하는 대형행사를 “국제 행사” 라고 정의하고 있으며, 엑스포(박람회) 역시 국제 행사의 범주에 포함시키고 있음.
- 10억원 이상의 국고 지원을 요청하는 국제행사의 경우 기획재정부 소속 하의 국제행사심사위원회에서 개최계획에 대해 사전 심의·조정와 사후평가를 받아야 함.

“국제행사”라 함은 5개국 이상의 국가에서 외국인이 참여하고 외국인 참여 비율이 5% 이상(총 참여자 200만명 이상은 3% 이상)인 국제회의·체육행사·박람회·전시회·문화행사·관광행사를 말한다.(국제행사의 유치·개최 등에 관한 규정 제3조 1항)

10억원 이상의 국고 지원을 요청하는 국제행사 개최계획의 사전심의·조정 및 국제행사의 사후평가 등을 위하여 기획재정부 소속 하에 국제행사심사위원회를 둔다.(국제행사의 유치·개최 등에 관한 규정 제4조)

1.2. 박람회 종류

- 박람회는 세계박람회기구(BUREAU INTERNATIONAL DES EXPOSITIONS, 이하 BIE)의 공인 여부에 따라 크게 공인박람회와 비공인박람회로 구별됨. 공인박람회는 BIE 승인을 받아야 개최할 수 있고 국가의 공식 외교 채널을 통해 참가국을 유치하며, 국민을 계몽하고 국가를 홍보한다는 점에서 비공인박람회와 구별됨.
- 비공인박람회는 여러 나라에서 개최되고 있지만, 박람회 협약에 따르면 회원국이 비공인박람회에 국가자격으로 참가하는 것을 제한하고 있어 전시 수준이나 규모가 공인박람회에 현격하게 떨어지고 국내 행사 수준으로 치러지는 것이 보통임.
- 공인박람회는 다시 등록박람회(종합박람회)와 인정박람회(전문박람회)로 구분됨. 등록박람회는 매 5년마다 개최(2000년 이후 확립)되는 박람회이며, 인정박람회는 등록박람회 개최기간 사이에 1회 개최되는 박람회임.
- 이천도자기엑스포, 제천국제한방엑스포, 오송바이오엑스포와 같이 특정지역의 정부 및 단체가 주도하고 BIE는 관계하지 않는 박람회는 비공인박람회임.

[표 II-1] 박람회 유형에 따른 특징

구분	공인박람회		비공인박람회
	등록박람회(종합박람회)	인정박람회(전문박람회)	
목적	인류의 미래비전 제시/국력과시/지역개발		산업진흥/교역증진 지역홍보/수익사업
성격	각국의 문명 전시	특정주제에 대한 각국의 기술 및 제품 전시	지역 홍보 및 특정 상거래(산업) 촉진
참가단위	각 국가별 참가		국가단위 개별기업 참가
주제	주로 인류에 관한 주제	전문적인 특정주제	특정주제
개최기간	6주 이상 6개월 이하	3주 이상 3개월 이하	약 2개월 내외
회장설치	개최국 부지 제공 참가국 자국관 건설	개최국 국가관 건설 참가국 임대료 부담	개최국 회장 설치 참가조직 임대료 부담
개최주기	5년 (2000년 이후 확립)	등록박람회 사이 1회	수시개최(일정주기 계속 개최하기도 함)

* 자료 : 동의대학교 산학협력단(2013), “구레세계야생화박람회 타당성조사용역”

- 원예산업분야에서는 BIE와 국제원예생산자협회(International Association of Horticultural Producers, 이하 AIPH)가 공동으로 후원하고 인증하는 국제 정원박람회가 있음.
- BIE로부터 국제정원박람회를 인정받기 위해서는 먼저 AIPH로부터 승인을 받고 개최국가의 중앙정부로부터 인정신청서를 제출해야 함.
- 국제정원박람회는 최소 3개월에서 최장 6개월까지 개최할 수 있으며 전 세계적으로는 1년에 1회 국가적으로는 10년에 1회 개최할 수 있음.

[표 II-2] AIPH 등록박람회 유형과 구분 기준

구분	기간	횟수	신청서 제출기간	심사단	특별규정
A1 대형국제 원예박람회 (장기간)	최소 3개월 최대 6개월	연 1회 국가당 10년당 1회	개막일 6~12년전	최대 3인	최소 10개국 참가 최소면적 50ha 최고 10% 건물부지 최소 5% 국제참가자 공간
A2 국제원예 박람회 (단기간)	최소 8일 최대 20일	연 2회 동일대륙 간 최소 3개월 간격	개막일 4년전	지원서 검토	최소 6개국 참가 최소 면적 1.5ha 최소 0.2ha 국제참가자 공간
B1 해외참가 원예박람회 (장기간)	최소 3개월 최대 6개월	연 1회 미만	개막일 최대7년 최소 3년전	없음	최소 면적 25ha
B2 해외참가 원예박람회 (단기간)	최소 8일 최대 20일	연 2회 미만	개막일 최소 2년전	없음	최소 면적 0.6ha 최소 0.06ha 국제참가자 공간

* 자료 : 동의대학교 산학협력단(2013), “구레세계야생화박람회 타당성조사용역”

[표 II-3] AIPH 등록박람회 개최현황 및 개최 일정

YEAR	EXPO	CATEGORY	COUNTRY
2013	Suncheon Bay Garden Expo	(A2/B1)	Korea
2016	Expo 2016 Antalya	(A1)	Turkey
2016	2016 Tangshan International Horticultural Exposition	(A2/B1)	China
2018	Taichung World Flora Expositon	(A2/B1)	Chinese Taipei
2019	International HOrticultural Exhibition 2019 Beijing	(A1)	China
2021	Expo 2021 Yangzshou	(B1)	China
2022	Floriade Amsterdam Almere 2022	(A1)	The Netherlands

1.3. 박람회 효과

1) 경제적 효과

- 경제적 효과는 박람회 개최를 통해 나타나는 효과 중 가장 직접적이고 계량화할 수 있는 것으로 지역 및 국가경제에 미치는 효과임. 경제적 효과는 직접효과와 간접효과로 다시 구분할 수 있음.
- 직접효과는 박람회 개최에 따른 공공사업비, 건설운영비, 참가자 지출에 따른 수입 및 박람회 수입사업 운영 등에 따른 경제적 효과를 의미함.
- 간접효과는 이러한 지출로 인해 개최 지역에 생산유발, 소득창출, 고용창출, 세수 증대 등의 파급효과를 말함.

[표 II-4] 박람회 개최 효과

구분		내용
직접 효과	공공사업비	박람회 개최부지의 정비사업, 관련시설 및 인프라 정비사업, 기획 및 홍보사업 등
	건설운영비	박람회 개최부지의 건축물 건설비, 전시물 공사비, 건설 인건비, 기자재비 등
	참가지 지출	교통비, 숙박비, 입장료, 식음료비, 쇼핑비 등
	수익사업	휘장, 협찬, 광고 연계관광사업 등
간접 효과	생산유발효과	박람회 개최에 따른 연계 산업의 생산 증가, 연계 산업 인프라 정비
	소득창출효과	급여, 판매이익 등으로 인한 지역 구성원 소득 창출 효과
	고용창출효과	제조업, 서비스업, 건설업, 운수업 등의 고용 창출효과
	세수증대효과	주민세, 사업소세, 부가가치세, 소득세, 출입국세 등 세수 증대 효과

* 자료 : 동의대학교 산학협력단(2013), “구례세계야생화박람회 타당성조사용역”

2) 사회문화적 효과

- 박람회의 개최는 지역의 도시환경 개선, 인프라 구축, 지역주민의 삶의 질 증진, 대중의 계몽, 개최지역의 이미지 개선, 지역 정체성 확립 등 여러 측면에서 긍정적인 영향을 미침.
- 이러한 효과는 지역주민의 자긍심을 제고시키고, 지역주민이 여가문화의 폭을 확대시킴과 동시에 개최지의 명소화를 통하여 관광객을 지속적으로 유치하는 효과를 가져오기도 함.
- 따라서 박람회의 개최가 지역사회에 미치는 사회문화 효과는 계량이 어렵고 효과의 범위 역시 구체화하기 어려우나, 그 효과는 매우 크게 나타나고 있음.

3) 국제적 효과

- 박람회는 국제적 이벤트로 인류가 이룩한 각 국의 문명을 교류하고, 타 문화의 기술에 대한 이해와 확산을 가져옴으로써 참가국 간의 상호교류와 상호이해를 증진시키며, 국제적 교류를 통한 세계평화를 실현한다는 이념을 가지고 있음.
- 따라서 BIE 공인박람회의 경우 등록 박람회는 주로 인류문명을 주제로 하고 있으며, 인정박람회의 경우도 해당 분야의 최신기술 및 제품을 전시함으로써, 국가 간 활발한 교류활동을 촉진시키고 있음.
- 비공인박람회도 일반적으로 공인박람회에 비해 규모가 작지만 특정한 주제에 그 분야를 선도하는 국가 및 기업들의 참여를 통하여 국가간·기업간 국제 교류활동을 촉진시킴.
- 또한 박람회의 같은 국제적 행사를 개최함으로써 지역 주민의 국제화 마인드를 고취시켜 지역의 국제화를 앞당길 수 있음.

4) 산업적 효과

- 박람회는 개최에 있어 막대한 자금이 투입되는 행사로 상기 언급한 바와 같이 지역환경 개선, 관광객 유치 증대, 최신 기술의 습득 등을 통하여 지역 경제를 활성화시키고 지역 산업을 발전시키는 효과를 유발함.

- 특히, 특정주제를 가지고 개최하는 박람회의 경우 해당 산업에 대한 국내외 주요 국가 및 기업이 참가하여 최신 기술을 교류하고, 해당산업에 있어 지역이 가지는 국제적 이미지를 고양시킴으로써 개최지역이 해당 산업에 대한 선도적 위상을 확립할 수 있음.

- 뿐만 아니라 개최지역의 기업유치, 투자유치, 연구활동 촉진 등을 가능하게 하고, 박람회 개최 후에도 잔존시설을 활용하여 향후 해당산업에 대한 국제회의, 이벤트 등을 지속적으로 개최할 수 있어 지역의 전략산업을 육성시키는 데 효과적임.

2 난의 분류와 난 재배 역사

2.1. 난의 분류

1) 서양란, 동양란, 야생란

- 난은 외떡잎식물 중에서 가장 진화한 식물군으로 전세계적으로 880속에 속하는 세계적으로 880속 2만 6000종이 알려져 있음. 원종 외에도 교잡종이 인공적으로 계속 육종되고 있기 때문에 난의 다양성은 계속 증가할 것으로 보임.(윤경은, 정소영, 2011)
- 난은 종류가 엄청나게 많고, 전세계적으로 분포하며 생육 조건도 다양하여 분류체계가 아직 고정되지 못하고 있음. 기본적으로는 미국의 분류학자 드레슬러(Robert L. Dressler) 박사의 분류체계를 따르고 있음.
- 식물학적 분류가 아닌 편의상 원예학적으로 분류하면, 동양란, 서양란(양란), 야생란 세가지로 분류함.
- 서양란은 자생지가 서양인 난을 뜻하는 것이 아니라 주로 유럽에서 개량 및 보급된 난을 의미함. 대부분 동남아시아와 남미, 아프리카 등의 밀림이나 열대, 아열대 지방에서 자생하는 난으로 꽃 모양과 색이 화려한 것이 특징임.
- 동양란은 우리나라를 포함한 중국, 일본, 대만 등 주로 온대지역에서 자생하는 난으로 식물학적으로 춘란, 한란으로 통용되는 심비디움속, 석곡으로 불리는 덴드로비움속, 풍란으로 불리는 네오피네티아속, 나도풍란의 불리는 아이리데스속 등 4계통으로 분류됨.
- 야생란이란 산과 들에서 자생하는 난과식물을 일컫는 말로, 동양란도 초기에는 모두 야생의 상태였으나 오랜 재배역사를 통해 관상의 기준과 분류, 재배방법이 안정화되어 하나의 분류로 인정받은 것임. 그런 몇 가지를 제외한 광범위한 난과식물을 총칭하여 야생란이라 함.

2) 한국의 자생란

- 우리나라에는 약 101종 14변종 7품종 등 122개 종류의 난과 식물이 자생하고 있는 것으로 보고되고 있으며, 대표적으로 춘란(*Cymbidium goeriggii*), 한란(*Cymbidium kanran*), 석곡(*Dendrobium* spp), 풍란(*Neopinetia* spp) 등이 있음.
- 춘란은 우리나라 자생란 중에서 3월부터 4월까지 비취색의 꽃을 피우는 난을 봄을 알린다하여 보춘화(報春花)라 하는데, 이 중에서 희귀한 품종을 골라 원예화한 것임.
- 학술적으로 한국 춘란은 난과 식물로 심비디움 속에 속하는 하나의 종을 가리킴. 한국춘란은 일본에서 자생하는 일본 춘란과 같은 품종이고, 향이 있는 중국 춘란인 심비디움 포레스티 롤페(*Cymbidium forrestii* Rolfe)와는 다른 품종임.
- 춘란은 아름다움을 즐기는 부위에 따라 엽예품과 화예품으로 나뉨. 춘란은 늘 푸른 관엽성으로 잎에 변이가 일어나 다양한 잎무늬를 즐기는 엽예품과 꽃에 변이가 일어나 꽃의 아름다움을 감상하는 화예품으로 나뉨.
- 한란은 난초과의 상록성 여러해살이풀로 겨울에 꽃을 피운다고 해서 한란(寒蘭)이라고 불림. 사군자로 일컬어지는 매화, 난초, 국화, 대나무 가운데 난초를 대표하는 것이 춘란과 한란임.
- 한란은 현재 멸종위기 야생생물 I 급¹⁾으로 지정되어 있고, 일본 남부, 중국 남부, 타이완 등지에 분포하는데, 국내에서는 제주도와 전남(신안) 해안 지역에 드물게 분포하고 있음.
- 한란은 우리나라에서는 한라산에서만 볼 수 있는 매우 희귀한 식물로 우리나라에

1) 멸종위기 야생생물 I 급은 자연적 또는 인위적 위협요인으로 개체수가 크게 줄어 멸종위기에 처한 야생생물로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 종임.

서 유일하게 천연기념물 191호로 지정·보호하고 있음.

[표 II-5] 춘란과 한란



* 자료 : 한국학중앙연구원, 문화재청



□ 석곡은 난초과의 상록 여러해살이풀로 바위나 죽은 나무 줄기에 붙어서 자람. 환경부에서 지정한 멸종위기 야생생물 II급로 분류됨. 중국, 일본, 타이완 등지에 분포하며, 우리나라의 경우 강원도, 전라남도 목포시, 완도군, 경상남도, 제주도)에 자생하고 있음.

□ 석곡은 세계에는 약 1000종, 한국에는 1종이 분포함. 착생란²⁾으로 줄기에는 마디가 없으며 잎은 가죽질임. 생육환경에 따라 형태와 꽃색이 조금씩 다름.

2) 난은 자라는 곳에 따라 지생란(地生蘭)과 착생란(着生蘭)으로 나뉨. 지생란은 지면에서 자라는 난으로 동양란 중에서는 춘란과 한란 등 심비디움속이 대표적임. 착생란은 나무 등걸이나 가지의 수피에 붙어 대기 중에 뿌리를 내놓고 양분이나 수분을 취하는 난임. 열대에서 아열대 지역에 자생하는 난 중에 많음. 현재 재배되는 난은 대부분 착생란이며 대표적인 속으로는 카플레야, 반다, 팔레놉시스, 덴드로비움, 온시디움 등이 있음. 난과 식물의 약 25퍼센트는 지생란, 70퍼센트 정도가 착생란임. 약 5퍼센트 정도는 나무 외에 바위 등 식물이 뿌리를 붙이고 살수 있는 물질에 붙어 자라는 데 이를 암생란이라고 따로 분류하기도 함.

- 풍란은 난초과에 속한 상록성의 여러해살이풀로 남부 해안가와 제주도의 협준한 암벽에서 주로 붙어서 자라는 착생란임. 전세계적으로 풍란은 2~3종 밖에 없음.
- 국내 20여 곳(제주도, 흑산도, 홍도, 가거도, 진도, 완도, 보길도, 거제도, 통영, 남해도 등)에 분포했음을 알 수 있으나, 현재 확인된 지역은 10여곳으로 자생 개체군은 100개체군 내외일 것으로 추정하고 있음.³⁾
- 이에 환경부는 멸종위기 야생생물 1급, 한국 적색목록(Red List)에 위급종(CR, Critically Endangered), 식물구계학적 특정 식물 V등급으로 지정하여 보호하고 있음.
- 풍란은 꽃이 아름답고 향이 진하며 다른 난과 비교해 환경 적응력이 뛰어나 동아시아에서는 예부터 원예식물로 재배했음. 풍란은 다른 난 종류보다 상대적으로 재배하기 쉽지만 야생의 원종을 갖고 싶은 사람의 무분별한 남획으로 멸종위기로 몰렸음.

[표 II-6] 석곡과 풍란

석곡	풍란
	

* 자료 : 환경부

3) 국립생태원, “멸종위기종 풍란, 전남 무인도에서 대규모 자생지 발견” 보도자료, 2017.9.13.

2.3. 난 재배의 역사

1) 서양의 난 재배역사

- 난에 대한 최초의 기록은 기원전 600년경 중국 문헌에서 찾을 수 있음. 공자의 「시경」에 수록된 두 편의 시에서 ‘난(蘭)’이라는 단어가 처음 등장하지만, 난에 대한 정확한 식물학적 내용이 포함된 것이 아니기 때문에 오늘날 우리가 분류하는 난과는 다른 것일 수 있다는 주장도 있음⁴⁾.
- 난에 대한 서양의 기록은 동양보다 훨씬 늦은 기원전 370~285년이지만 난이 세계적으로 큰 관심과 사랑을 받게 된 것은 서양의 재배역사가 뒷받침하고 있음.
- 기원전 370~285년경 ‘식물의 아버지’라 불리는 그리스의 철학자 테오프라토스(Theophrastus)가 그의 저서 『식물에 대한 조사』에서 처음으로 난에 대해 언급을 하였음.
- 16세기 이전까지는 주로 유럽지역의 자생란만 알려졌으나, 16세기 이후 식민지로부터 유럽에서 볼 수 없었던 화려하고 신비로운 난초가 들어오면서 연구가 활발히 진행되었음.
- 18세기 ~ 19세기 유럽에서는 난에 매료된 부유층이 난을 수집하여 기르는 것이 유행이었음. 유럽의 난 재배 열풍으로 인해 세계 각지를 돌면서 난을 수집하였으나 재배법이 확립되기까지는 꽤 오랜 시간이 걸렸음.
- 1851년 윌리엄스(B. S. Williams)는 『난 재배가 지침서(The Orchid Grower's Manual)』에서 지난 70여 년간 확립된 난 재배법을 처음으로 정리하였음. 1956년에는 도미니(John Domminy)가 인공교배를 최초로 성공하였음.
- 이후 인공교배종이 계속 만들어졌으나 종자의 발아가 어려웠음. 1922년 미국 코넬 대학의 누드슨(Lewis Knudson) 박사가 미생물 균사의 접종 없이도 종

4) 윤경은·정소영(2011), 『세계의 난』, 김영사.

자가 발아되는 배양기에 대해 보고하였고, 이후 인공교배로 얻은 종자에서 유 식물을 자유로이 얻을 수 있게 되었음.

- 1946년까지 모든 교배종이 『샌더의 난 교잡종 목록(Sander's List of Orchid Hybrids)』에 수록되었고, 1961년부터 교배종 난에 대한 국제등록제가 실시되면서 영국 왕립 원예학회에서 진행되고 있음.

2) 우리나라의 난 재배역사

- 동양의 난 역사는 앞서 언급한 것과 같이 기원전 6세기까지 올라감. 공자가 난에 군자의 의미를 부여한 대표적인 인물임. 동양에서 난은 그윽한 향기로 많은 사람의 사랑을 받았음.(윤경은, 정소영, 2011)
- 난을 식물로서 형태나 분포 등을 정리한 책은 남송시대에 처음으로 등장함. 남송의 조시경이 지은 『금장란보(金漳蘭譜)』가 최초이며 14년 뒤에는 『왕씨란보(王氏蘭譜)』가 출간되었음.
- 우리나라는 중국의 영향을 받아 난을 재배하고 감상하는 문화가 자리잡았음. 문헌 상으로 난에 대한 가장 오래된 기록은 신라 최치원의 시가 최초임.
 - 선비들 사이에 널리 퍼지게 된 것은 고려 말로 보이며, 이때는 북송과 남송을 거쳐 유학이 정리되고 우리나라에 전파된 시기임.
 - 고려 말 목은 이색, 이규보, 이곡, 정몽주 등 우리나라의 유학 대가들은 모두 난에 대한 글을 남기기도 하였음.
- 난에 대한 최초의 실질적인 기록은 강희안이 완성한 『양화소록(세종 31년)』 이고, 가장 방대하게 서술된 책은 조선후기 실학자 서유구가 저술한 『임원경제지』임.
 - 『임원경제지』는 농업에 관한 백과사전이라고 할 수 있는데, 113권 52책으로 구성되어 있으며, 113개권은 16개 부문으로 나뉨.

- 난에 관한 서술은 16개 부문 중 세 번째 부문인 예원지에서 찾을 수 있음.
- 예원지는 화훼류의 일반적인 재배법과 50여종의 화훼 명칭의 고증, 토양, 재배시기, 재배법 등에 풀이하고 있음.

[그림 11-1] 임원경제지와 예원지



* 자료 : 풍석문화재단

- 기록으로 살펴 본 우리나라의 난 재배 역사는 오래되었으나 전문적인 난 연구는 일제강점기부터 시작하였음. 일본은 우리보다 먼저 외국교역자를 통해 서양란을 도입하였고, 우리나라는 일본을 통해 서양란을 도입되었음.
- 일본의 영향을 받은 우리나라의 서양란 재배는 다른 나라와 마찬가지로 번식 문제가 해결되면서 대중화되었음. 1970년대부터 영리를 목적으로 조직배양을 시작함.
- 1980년대부터는 조직배양 기술이 정착되고 일반인들의 난에 대한 관심도 커지면서 조직배양을 통한 서양란 증식 산업이 자리잡게 되었음. 서양란의 조직배양이 유행하면서 동양란의 조직배양도 시도되었음.

- 우리나라 난 보급에 난 전시회가 중요한 역할을 하였음. 1974년 신세계백화점에서 최초로 소규모 양란 전시회가 개최되었고, 1976년 한국 난협회 주관으로 창경원(현재 창경궁)에서 제1회 난 전시회가 열렸음. 1983년 12월에는 난에 대한 정보가 실리는 최초의 난 잡지 『난과 생활』 창간호가 발행되었음.

[그림 II-2] 창경원 난 전시회(1978년)



* 자료 : 대한뉴스 제1177호

[그림 II-3] 난과 생활 창간호



* 자료 : 난과함께(www.nantogether.com)

3 난(蘭) 산업 현황

3.1. 국내 난 산업 현황

1) 재배현황

- 화훼산업은 1993년 UR협상 타결 이후 농산물 시장개방에 대응하기 위한 품목으로 선정되어 농산물 수출 정책의 핵심으로 자리잡게 되었음. 1994년 「농어촌 발전대책」에 의해 화훼산업 경쟁력 제고 대책이 수립되고, 농특세를 재원으로 화훼산업에 대한 국가 지원과 투자가 강화되었음.(박현태, 2012)
- 화훼산업 육성을 위해 첨단 생산시설 지원, 우량종자 개발 지원, 전업농·선도농가 지원, 생산자조직 육성, 생산유통지원사업, 판매촉진사업, 해외시장 개척사업 등 다양한 정책사업이 전개되었음.
- 유리온실, 자동화온실 등 현대화된 시설의 도입으로 화훼재배지역은 전국으로 확대되었음.
- 2000년대 중반 이후부터 경제 침체 영향 등으로 화훼 소비가 감소하고, 핵심 시장이었던 수출이 악화되면서 화훼산업이 감소세로 전환되었음. 화훼류 전체 재배면적과 생산액이 2005년에 최고점을 찍은 후 감소추세로 전환되었는데, 난도 같은 추이를 보이고 있음.
- 화훼류 재배면적은 1990년 3,674ha에서 2005년 7,950ha까지 두 배이상 확대되었으나, 이후 지속적으로 감소하기 시작해서 2017년 5,000ha 이하까지 감소하였음.
- 난류 재배면적도 1990년 53ha에서 2005년 332ha까지 확대되었으나, 2017년 125ha까지 감소하였음.
- 2017년 난 생산액은 463억원으로 2005년 대비 61.9% 감소한 수치임. 동기간 화훼류 생산액이 44.0% 감소하였는데, 화훼류에 비해 난 생산액 감소폭이 크다보니, 전체 화훼산업에서 차지하는 비중도 12.0%에서 8.2%까지 하락함.

[표 II-7] 화훼생산에서 난 산업 위치 변화

(단위 : ha, 억 원, %)

구분		1990	1995	2000	2005 (A)	2010	2015	2016	2017 (B)	B/A-1
면적	화훼류	3,674	5,343	6,047	7,950	6,829	5,831	5,365	4,936	-37.9%
	난류	53	202	308	332	227	154	137	125	-62.4%
	비중	1.4%	3.8%	5.1%	4.2%	3.3%	2.6%	2.6%	2.5%	-39.4%
생산액	화훼류	2,628	5,090	6,650	10,105	8,510	6,332	5,602	5,658	-44.0%
	난류	154	492	1,071	1,214	852	584	518	463	-61.9%
	비중	5.9%	9.7%	16.1%	12.0%	10.0%	9.2%	9.2%	8.2%	-31.9%

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

- 현행 화훼통계는 지자체를 통하여 생산되는 행정통계로, 난은 크게 서양란과 동양란, 풍란류로 구분되어 통계가 집계됨. 난 품목별 생산통계는 2001년부터 집계되고 있음.(박현태, 2012)
- 화훼재배현황은 광역 및 기초 자치단체 통계 담당자의 면대면 방문조사를 원칙으로 하는 행정조사임.
- 화훼류 통계에서 조사되는 난 품목은 심비디움(양란), 심비디움(동양란), 호접란, 덴파레, 온시디움, 기타양란, 덴드로비움(덴파레 제외), 기타난류, 동양란, 풍란류임.
- 대중적으로 생산·소비되는 품종 중심으로 조사가 이루어지기 때문에 한국출란 등 우리나라 자생란에 대한 자료를 파악하기 어려움.
- 2017년 기준 난 재배농가는 396호, 생산액은 463억원이며 이중 서양란 재배농가는 280명, 생산액은 335억원으로 우리나라 난 산업은 서양란이 주도하고 있음.

[표 II-8] 난 부류별 연도별 생산액 및 농가수 현황

(단위 : 억원, 호)

구분	2005		2010		2015		2016		2017	
	생산액	농가수	생산액	농가수	생산액	농가수	생산액	농가수	생산액	농가수
서양란	1,008	777	699	563	477	354	391	309	335	280
동양란	156	197	121	95	104	80	108	66	108	68
풍란류	50	89	32	66	30	57	18	50	20	48
합계	1,214	1061	852	724	611	491	518	425	463	396

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

- 부류별 생산액 비중 변화를 살펴보면, 서양란 비중이 2005년 83.0%에서 2017년 72.4%으로 매년 감소하고 있으나 여전히 70% 이상을 차지하고 있음. 동양란의 경우 2005년 기준 생산액 비중이 12.8%에 불과하였으나 2017년 23.3%까지 2배 이상 확대되었음.

[표 II-9] 난 부류별 생산액 비중 변화

구분	2005	2010	2015	2016	2017
서양란	83.0%	82.1%	78.1%	75.6%	72.4%
동양란	12.8%	14.2%	16.9%	20.9%	23.3%
풍란류	4.1%	3.7%	4.9%	3.6%	4.3%

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

- 난 품목별 생산 비중은 심비디움과 호접란이 전체 생산액의 60% 차지하여 난 생산을 주도하고 있음. 전통적으로 심비디움의 비중이 가장 높았으나, 2005년 이후 계속 감소하여, 2017년 현재 호접란에 이어 두 번째로 높음.
- 심비디움 생산이 감소함에 따라 상대적으로 호접란의 비중이 늘어난 부분도 있으나, 호접란에 대한 소비자들의 선호가 지속적으로 있기 때문으로 보임.

[표 II-10] 난 품목별 생산액 추이

(단위 : 억원(%))

구분	심비디움	호접란	덴 파레	기타	합계
2005	463(38.1)	294(24.3)	129(10.7)	327(26.9)	1,214(100.0)
2010	296(34.8)	252(29.6)	71(8.3)	233(27.4)	852(100.0)
2015	168(27.5)	219(35.8)	22(3.6)	202(33.1)	611(100.0)
2016	125(24.1)	200(38.7)	15(2.9)	177(34.3)	518(100.0)
2017	94(20.2)	180(38.9)	12(2.7)	177(38.3)	463(100.0)

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

- 난은 주로 시설에서 재배하기 때문에 전국적으로 생산되나, 경기, 충남, 경남에서 재배하는 비중이 높음.
- 경기도는 전국 난 생산의 64.0%를 생산하고 있음. 호접란의 경우 경기도 재배 비중이 73.8%로 가장 많음.
- 심비디움은 충남에서 생산되는 비중이 가장 높고, 두 번째로 경기도가 높음.

[표 II-11] 지역별 품목별 난 생산액(2017년 기준)

(단위 : 억원(%))

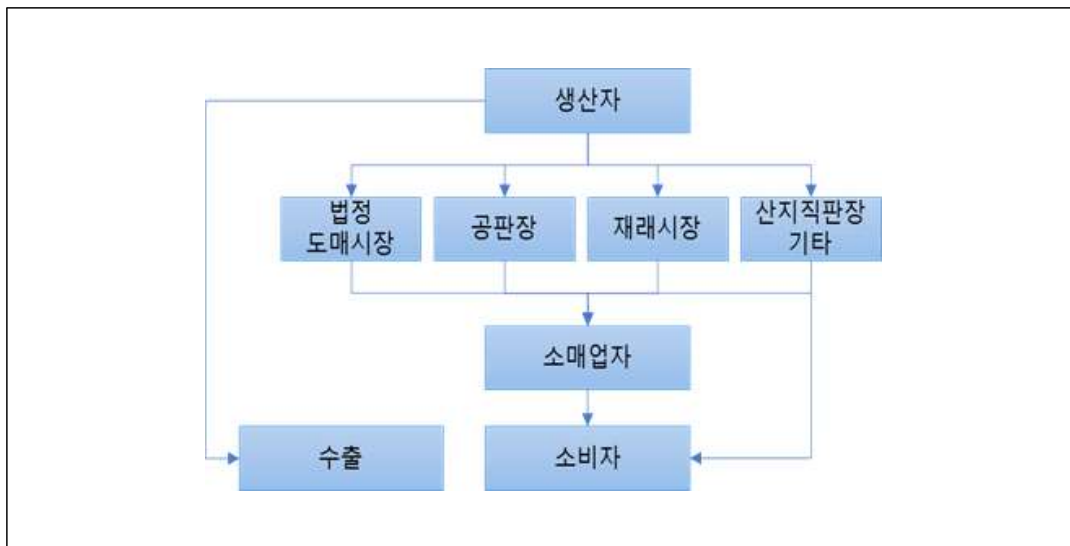
구분	심비디움	호접란	덴 파레	기타	합계
경기	24(25.6)	133(73.8)	8(61.3)	132(41.7)	297(64.0)
충남	33(34.9)	24(13.2)	-	15(4.6)	71(15.3)
경남	6(6.8)	5(2.8)	-	10(3.3)	22(4.7)
제주	19(20.7)	1(0.7)	1(4.0)	1(0.4)	22(4.8)
기타	11(12.0)	17(9.5)	4(34.7)	159(50.0)	51(11.1)
합계	94(100.0)	180(100.0)	12(100.0)	317(100.0)	463(100.0)

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

2) 유통현황

- 화훼류 유통경로는 ‘생산자→도매시장→소매상→소비자’ 유형이 일반적이나, 소비자가 시장에서 직접 구매하는 ‘생산자→도매시장→소비자’ 형태와 직접 수출하는 ‘생산자→수출’ 경로 등도 있음.
- 난의 유통경로도 일반 화훼류와 유사하나 일반 화훼류에 비해 법정도매시장이나 공판장을 경유하는 비율이 높고, 생산자가 직접 수출하는 비율도 상대적으로 높은 편임.

[그림 II-4] 화훼류(난)의 유통경로



* 자료 : 박현태, 「한국의 난 산업 현황과 발전과제」, 한국농촌경제연구원, 2012

- 난류 공영 도매시장으로는 법정도매시장(한국농수산물유통공사 화훼공판장, 농협 부산화훼공판장) 2개소 이외에 공판장으로 광주원협, 한국화훼농협, 부산경남화훼 등이 있음.
- 도매시장별 거래형태는 공영도매시장의 경우 전자식 또는 기록식 경매에 의해 거래가 이루어지고 있고, 재래시장은 위탁또는 현금거래가 일반적임.

- 총생산액 대비 공영도매시장 경유 거래비율을 보면, 난의 경우 2016년부터 생산액 이상이 공영도매시장을 통해 거래가 되고 있음.
- 2005년 난의 공영도매시장 거래비율은 47.2%였으나, 2010년 94.8%로 두 배이상 증가하였고 2016년부터는 100.0%를 초과하였음.
- 이는 화훼류통계의 조사체계가 가지고 있는 구조적인 문제에 기인함. 화훼류통계가 지자체를 통해 생산되는 행정통계이다 보니, 정확성과 신뢰성이 낮음.

[표 II-12] 화훼류 공영도매시장 경유 비율

(단위 : 억원)

구분		2005	2010	2015	2016	2017
화훼류	생산액	10,105	8,510	6,332	5,602	5,596
	공판장	1,707	2,309	2,052	2,083	2,082
	비율	16.9%	27.1%	32.4%	37.2%	37.2%
난류	생산액	1,214	852	611	518	463
	공판장	573	808	595	539	543
	비율	47.2%	94.8%	97.4%	104.1%	117.2%
절화류	생산액	4,517	2,976	2,174	1,774	1,832
	공판장	944	1,243	1,149	1,186	1,185
	비율	20.9%	41.8%	52.9%	66.9%	64.7%

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

- 난은 5개 공판장에서 경매에 의해 거래되고 있음. 공판장별 거래비율을 보면, 양재동화훼공판장이 난 거래를 주도하고 있음. 영남지역과 호남지역에서도 거래되고 있으나, 그 비중은 공판장별로 10%를 넘지 않음. 난은 부피와 중량 때문에 물류의 용이성이 거래의 중요한 요소가 되는데, 난 주산지인 경기와 충남지역에 분포하고 있고, 주 소비지 또한 수도권이기 때문임.

[표 II-13] 공영도매시장별 난 거래 비중

구분	양재동화훼	부산업공동	한국화훼	부산경남	광주원예	합계
2015	52.8%	7.6%	31.4%	4.0%	4.1%	100.0%
2016	49.8%	10.0%	35.6%	4.5%	0.1%	100.0%
2017	49.5%	8.9%	34.4%	3.7%	3.5%	100.0%

* 자료 : 농림축산식품부, 「2017 화훼재배현황」, 2018. 8

□ 양재동화훼공판장은 2014년 6월부터 한국출란 경매를 실시하였는데, 2017년 까지 125억원이 거래되었으며, 분당 평균 경락가격은 760만원임.

[표 II-14] 양재동 공판장 한국출란 경매실적

구분	경매일수	경매실적		경매 평균	
		분수	금액(천원)	분수	금액(천원)
2014	5	305	2,027,630	61	405,526
2015	11	424	3,069,100	39	279,009
2016	10	372	3,148,400	37	314,840
2017	12	550	4,270,850	46	355,904
전년대비		47.8%	35.7%	23.9%	13.0%

* 자료 : aT 화훼사업센터 분화부 제공

[그림 II-5] 양재동화훼공판장 한국출란 경매 모습



3) 수출입 동향

- 우리나라 화훼 수출은 1990년대 초까지 선인장 등 묘목류 비율이 가장 높았지만, 1995년 이후 절화 수출이 증가하기 시작하여 현재는 절화류가 가장 높은 비중을 차지하고 있음.
- 난류 수출은 2000년대 들면서 증가하기 시작하여 2000년대 중반에는 2,500만 달러를 상회하기도 하였으나, 2010년 이후 지속적으로 감소하여 2017년에는 250만 달러 이하로 감소하였음.
- 화훼 수출액은 2010년에 10,306만 불로 정점을 찍었으나, 이후 계속 감소하여 2017년 2,363만 불에 그침
- 과거 화훼 수출에서 큰 비중을 차지하던 난은 수출이 감소하여 2017년 화훼 수출액의 10.0%에 불과함

[표 II-15] 우리나라 화훼 수출입 실적

(단위 : 천불)

구분	2005	2010	2015	2017	증감
화훼 수출 (A)	52,142	103,067	28,460	23,630	-54.7%
- 난류(a)	18,744	20,264	6,648	2,352	-87.7%
- 비중(a/A)	35.9%	19.7%	23.4%	10.0%	
화훼 수입(B)	28,845	44,744	60,769	65,361	126.6%
- 난류(b)	15,064	24,448	23,451	15,404	2.3%
- 비중(b/B)	52.2%	54.6%	38.6%	23.6%	
A-B	23,297	58,323	-32,309	-41,731	
a-b	3,680	-4,184	-16,803	-13,052	

* 자료 : 1) 농림축산식품부, 「화훼재배현황」, 각연도
 2) kati, 수출입통계, 2017

- 화훼류 수입에서는 전통적으로 난이 가장 큰 비중을 차지하였음. 이는 고가의 동양란과 호접란 종묘의 수입이 많았기 때문임.

- 난류가 화훼류 전체 수입액에서 차지하는 비율은 2010년에 54.6%였으나, 이후 계속 감소하여 2017년에는 23.6%임. 전체 화훼류의 무역수지는 1998년부터 2013년까지 지속적으로 흑자를 보였으나, 2014년부터 적자로 전환되었음.
- 난류만 보면 2000년대 중반 이후 심비디움과 호접란 등의 수출호조로 몇 차례 무역수지 흑자를 보인 적이 있으나, 2009년부터 계속 적자를 나타내고 있음.
- 난류의 수출입은 일부 절화형태의 양란이 통계로 잡히고 있으나, 대부분은 산식물형태의 난초로 분류되어 수출, 수입되고 있어 품목별 정확한 수출입 실적을 파악하기 어려움.
- 품목별 난 수출실적을 살펴보면 산식물형태의 난초 수출은 급감하였고, 절화형태의 심비디움 수출실적은 100만불을 유지하고 있음.
- 난 수입은 산식물 형태의 난초가 주도를 하고 있음. 2017년 기준 난초(산식물) 수입액은 전체 난 수입액의 89.9%를 차지함.

[표 II-16] 난초 및 절화 양란의 수출입 실적

(단위 : 천불(%))

구분	2013	2014	2015	2016	2017
난수출	12,830(100.0)	7,459(100.0)	6,650(100.0)	4,304(100.0)	2,352(100.0)
난초	11,846(92.3)	6,429(86.2)	5,325(80.1)	3,244(75.4)	1,198(50.9)
심비디움	982(7.7)	1,000(13.4)	1,317(19.8)	1,034(24.0)	1,103(46.9)
팔레놉시스	2(0.0)	(0.0)	(0.0)	27(0.6)	51(2.1)
기타난류	(0.0)	29(0.4)	8(0.1)	(0.0)	(0.0)
난수입	19,960(100.0)	23,763(100.0)	23,451(100.0)	20,606(100.0)	15,403(100.0)
난초	18,839(94.4)	22,532(94.8)	22,209(94.7)	19,264(93.5)	13,847(89.9)
심비디움	145(0.7)	46(0.2)	5(0.0)	19(0.1)	19(0.1)
팔레놉시스	65(0.3)	94(0.4)	35(0.1)	21(0.1)	26(0.2)
기타난류	912(4.6)	1,092(4.6)	1,202(5.1)	1,302(6.3)	1,512(9.8)
A-B	-7,131	-16,305	-16,801	-16,302	-13,052

* 주 : () 내는 당해 연도 수출업계에 대한 각각의 구성비임.

* 자료 : 1) 농림축산식품부, 「화훼재배현황」, 각연도

2) kati, 수출입통계, 2017

4) 품종개발 현황

- 난 신품종 개발은 국립원예특작과학원, 도농업기술원, 민간 업체 등에서 진행하고 있으며, 농촌진흥청은 난 연구사업단을 구성하여 2008년부터 2015년까지 난 신품종의 지속적 개발을 위한 기반구축사업을 진행하였음.
- 농촌진흥청 난 연구사업단은 1단계 사업(2008~2012)에서 73개 품종을 개발하였으며 2단계 사업(2013~2015)에서 42개 품종을 개발하였음.
- 2018년 10월까지 국립종자원에 품종보호출원⁵⁾을 한 난류는 총 459건으로 전체 화훼류 출원건수 3,373건의 13.6%를 차지함. 난류의 경우 개인 출원건수가 245건으로 가장 많으며, 국가 76건, 종자업계 71건 순임.

[표 II-17] 화훼류 및 난류 품종보호출원 현황(2018.10월 기준)

(단위 : 건수)

구분	계	개인	종자업계	지자체	국가	기타
화훼류	3,373	1,022	320	1,166	793	70
난류	459	245	71	56	76	11
비중	13.6%	24.0%	22.2%	4.8%	9.6%	15.7%

* 주 : 국내 품종 기준임.

* 자료 : 국립종자원.

- 품목별로 살펴보면, 팔레놉시스(팔레놉시스, 팔레놉시스×반다, 팔레놉시스속)가 249건으로 가장 많으며, 두 번째로 많은 품목은 심비디움(심비디움, 심비디움속)으로 현재까지 98건임. 이는 국가적으로 수출품목과 수입대체품목으로 심비디움과 팔레놉시스를 육성하였기 때문임.
- 심비디움의 경우 국가기관에서 육종 연구를 하는 곳은 국립원예특작과학원이 유일하며, 국가기관에서 출원한 심비디움은 51개임.

5) 품종보호 출원이란 새로이 육성된 식물 신품종에 대하여 상업적 독점구너인 품종보호권을 설정하기 위해 품종보호출원서를 작성하여 제출하는 것을 의미함. 출원서가 접수된 이후 서류심사와 재배심사 과정을 통해 품종보호권 등록 여부가 결정됨.

○ 국가기관에서 출원한 팔레놉시스 품종은 25개 품종임.

□ 춘란(보춘화(춘란), 춘란, 춘란×혜란, 한국춘란복륜, 한란×춘란)은 현재까지 23건이 출원되었음.

[표 II-18] 난류 품목별 품종보호출원 현황(2018.10월 기준)

(단위 : 건수)

품목	계	개인	중사업계	지자체	국가	기타
군자란	1	1				
나도풍란	10	10				
덴드로비움	51	39	7			5
보춘화(춘란)	4	3	1			
새우란	20	18		2		
심비디움	90	15	26	3	46	
심비디움속	8	3			5	
온시디움속	2	2				
춘란	14	9	5			
춘란X혜란	1	1				
카틀레야	2	2				
팔레놉시스	220	124	30	41	20	5
팔레놉시스 x 반다	1			1		
팔레놉시스속	18	7		6	5	
풍란	4	3				1
풍란 X 아스코센트럼 암플라세움	1			1		
풍란 X 아스코센트럼 쿠르비폴리움	1			1		
풍란 X 반다코에루레센스	1			1		
한국춘란복륜	2		2			
한란	6	6				
한란X춘란	2	2				
합계	459	245	71	56	76	11

* 주 : 국내 품종 기준임

* 자료 : 국립종자원.

- 2018년 10월까지 품종보호권 등록⁶⁾ 건수는 화훼류가 2,551건, 난류가 281건으로 전체 화훼류의 11.0%를 차지함.
- 등록주체별 품종보호권 등록현황을 살펴보면, 화훼류는 지자체가 966건으로 가장 많으며, 국가가 699건으로 두 번째로 많음.
- 난류는 개인이 등록한 경우가 130건으로 가장 많으며, 국가가 66건으로 두 번째로 많음.

[표 II-19] 화훼류 및 난류 품종보호권 등록 현황(2018.10월 기준)

(단위 : 건수)

구분	계	개인	종자업계	지자체	국가	기타
화훼류	2,551	632	205	966	699	49
난류	281	130	46	34	66	5
비중	11.0%	20.6%	22.4%	3.5%	9.4%	10.2%

* 주 : 국내 품종 기준임.

* 자료 : 국립종자원.

- 품종보호권이 등록된 품종은 팔레놉시스가 136개로 가장 많으며, 심비디움(심비디움, 심비디움속)이 81개로 두 번째로 많음.
- 한국 자생란의 품종보호권 등록현황을 살펴보면 춘란은 지금까지 23건이 출원되었으나, 품종보호권이 등록된 품종은 14건임. 이외 나도풍란⁷⁾ 6건, 풍란 3건이 등록되어 있음.
- 자생란의 경우 자연에서 변이체를 채집하여 영양번식을 통해 개체 수를 증식하여도 모계를 확인할 수 없다면 변이체로 인정받지 못해서 품종 등록이 어려운 상황임.

6) 품종보호권 등록이란 품종보호권에 관한 권리의 설정, 변경, 소멸, 기타 품종보호권에 관련된 일정한 사항을 등록원부에 등재하고 기록하는 일련의 행정행위를 말함. 품종보호 결정이 되었더라도 등록부에 등재하여 권리설정이 되지 않으면 독점 배타적인 권리가 발생되지 않음.

7) 나도풍란은 난초과의 상록성 여러해살이풀로, 남해안 일부 섬과 제주도에 분포한 기록이 있으나 무분별한 채취로 사라져 야생에서 멸종했을 가능성이 높음. 해안가 암벽과 바닷가 나무에서 붙어 사는 착생란으로 풍란과 닮아서 나도풍란이라고 불림. 다행이 우리나라 토종 나도풍란은 조직배양에 성공해 제주도에서 복원 사업이 진행 중에 있음.

[표 II-20] 난류 품목별 품종보호권 등록 현황(2018.10월 기준)

(단위 : 건수)

품목	계	개인	중사업계	지자체	국가	기타
팔레놉시스	136	70	18	29	18	1
덴드로비움	35	26	5			4
심비디움	77	11	19	2	45	
춘란	13	9	4			
나도풍란	6	6				
한란	4	4				
카틀레야	2	2				
춘란X혜란	1	1				
심비디움속	4	1			3	
풍란 X 아스코센트럼 암플라세움	1			1		
풍란 X 아스코센트럼 쿠르비폴리움	1			1		
풍란 X 반다코에루레센스	1			1		
합계	281	130	46	34	66	5

* 주 : 국내 품종 기준임.

* 자료 : 국립종자원.

□ 춘란, 풍란, 나도풍란의 품종 생산·수입판매 신고⁸⁾ 현황을 살펴보면, 춘란은 10건, 풍란은 15건, 나도풍란은 7건이 신고되어 있음.

[표 II-21] 춘란, 풍란, 나도풍란 품종 생산·수입판매신고

작물명	신고건수	신고인
춘란	10	3
풍란	15	2
나도풍란	7	3

* 자료 : 국립종자원.

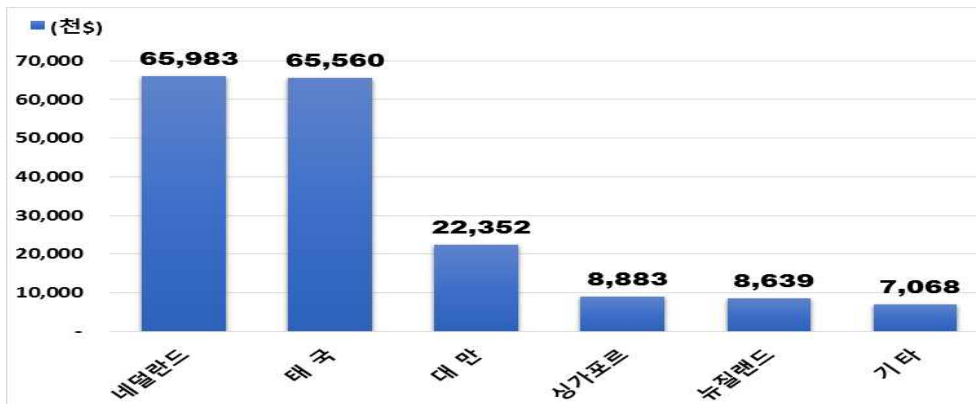
8) 품종 생산·수입판매신고란 종자를 생산 또는 수입하여 판매하고자 할 때에는 고유의 품종명칭과 함께 종자시료를 첨부하여 국립종자원에 신고한 후 생산·수입판매를 허용하는 제도를 말함. 출원공개된 품종 및 품종목록에 등재된 품종의 종자는 제외됨.

3.2. 세계 난(절화) 수출시장⁹⁾

1) 세계 난 수출시장

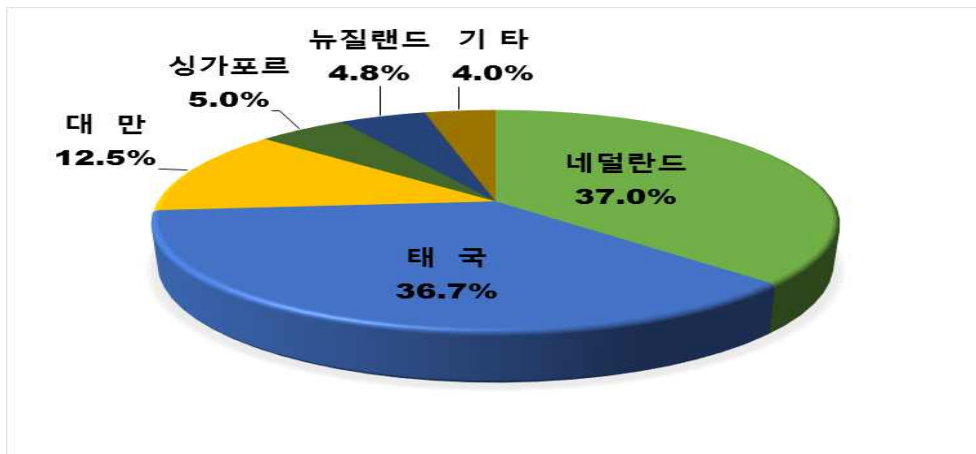
□ 2016년 세계 난(절화) 수출액은 178백만불(한화 약 2,070억원)로 전년대비 2.8% 증가함. 주요 수출국은 네덜란드(37.0%), 태국(36.7%), 대만(12.5%)이며, 싱가포르(5.0%), 뉴질랜드(4.8%) 순으로 수출하였다. 그 외 국가로는 말레이시아, 한국, 중국, 이탈리아 등이 있음. 전년대비 네덜란드는 4.4%, 태국은 7.9%, 대만은 7.7% 증가하였으며, 싱가포르는 18.9%, 뉴질랜드는 12.3% 감소함.

[그림 II-6] 세계의 난 주요 수출국 및 수출액(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-7] 세계의 난 주요 수출국 비율(2016년)



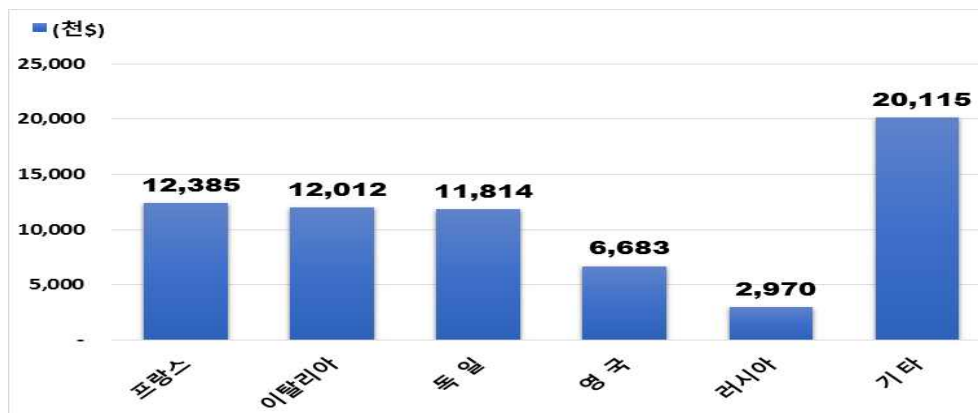
* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

9) 농사로 홈페이지(www.nongsaro.go.kr) 참고

2) 네덜란드의 난 수출시장

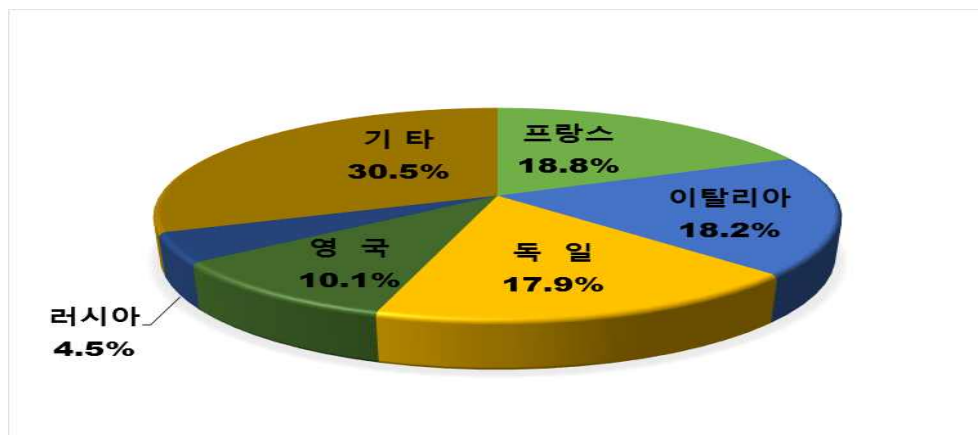
- 2016년 네덜란드의 난(절화) 수출액은 66백만불(한화 약 765억원)로 전년대비 4.5% 증가하였으며, 수출량은 4,600톤, 수출평균단가는 14.3불/kg임.
- 주요 수출국은 이탈리아(18.8%), 프랑스(18.2%), 독일(17.9%), 영국(10.1%), 러시아(4.5%)순이며, 그 외 국가로는 스페인, 스위스, 포르투갈, 벨기에, 폴란드, 체코, 루마니아, 노르웨이 등이 있음. 전년대비 독일은 53.3%, 영국은 37.1%, 러시아는 10.7% 증가하였으며, 프랑스는 7.7%, 이탈리아는 4.9% 감소하였음.

[그림 II-8] 네덜란드의 난 수출액(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-9] 네덜란드의 난 수출국 비율(2016년)

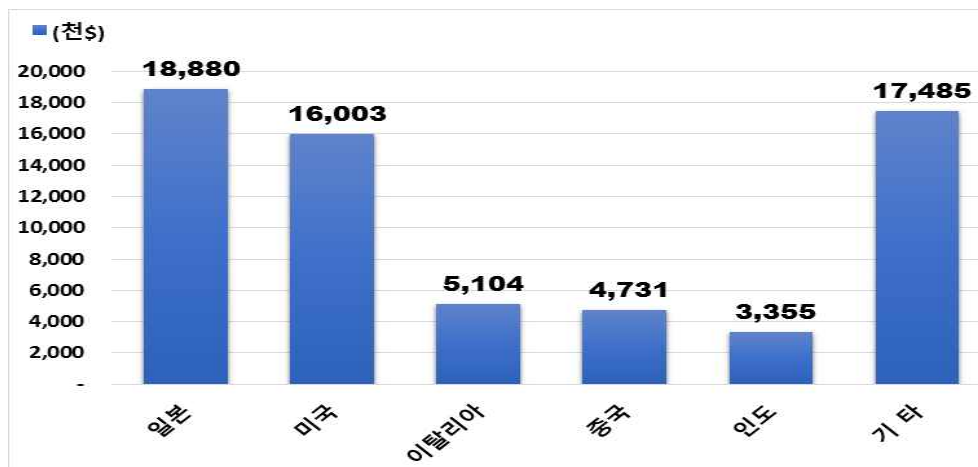


* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

3) 태국의 난 수출시장

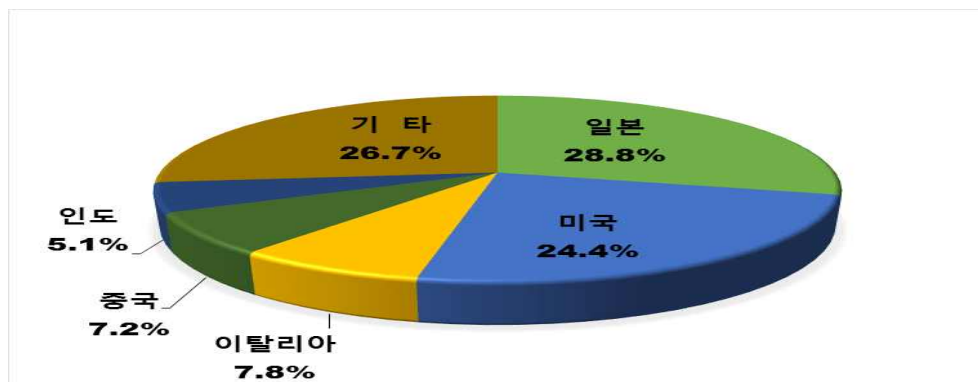
- 2016년 태국의 난(절화) 수출액은 66백만불(한화 약 760억원)로 전년대비 7.9% 증가하였으며, 수출량은 26천톤, 수출평균단가는 2.5\$/kg임.
- 주요 수출국은 일본(28.8%), 미국(24.4%)이며, 이탈리아(7.8%), 중국(7.2%), 인도(5.1%)순으로 수출하였다. 그 외 국가로는 베트남, 네덜란드, 호주, 사우디아라비아, 한국, 아랍에미리트 등이 있음. 전년대비 일본은 2.0%, 미국은 27.6%, 이탈리아는 15.1%, 중국은 2.0% 증가하였으며, 인도는 8.8% 감소함.

[그림 II-10] 태국의 난 수출액(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-11] 태국의 난 수출국 비율(2016년)

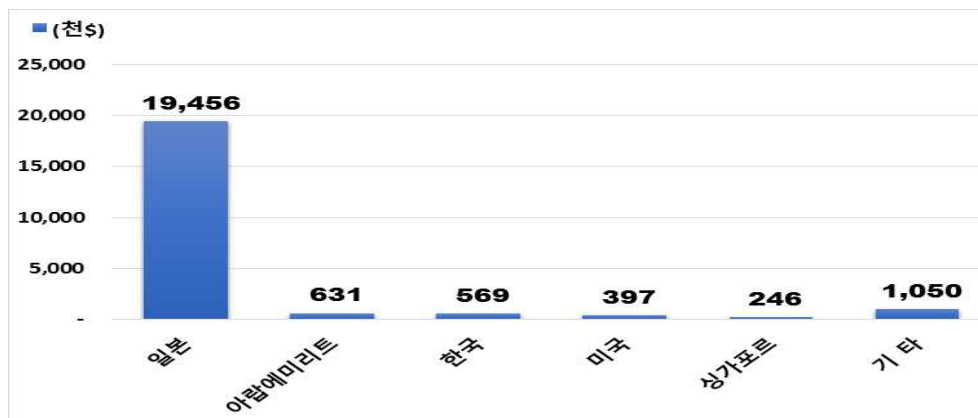


* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

3) 대만의 난 수출시장

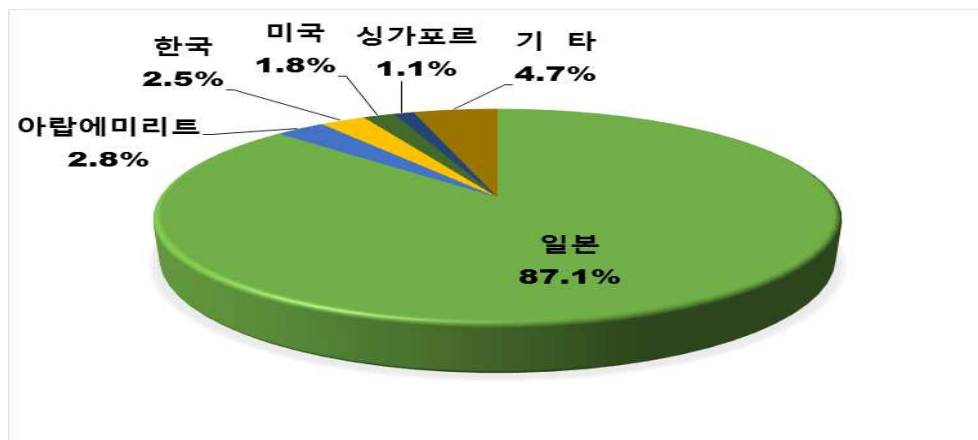
- 2016년 대만의 난(절화) 수출액은 22백만불(한화 약 259억원)로 전년대비 7.7% 증가하였으며, 수출량은 약 1,806톤, 수출평균단가는 12.4불/kg임.
- 주요 수출국은 일본(87.1%)이며, 아랍에미리트(2.8%), 한국(2.5%), 미국(1.8%), 싱가포르(1.1%)순으로 수출하였다. 그 외 국가로는 홍콩, 터키, 호주, 사우디아라비아, 중국 등이 있음. 전년대비 일본은 16.7%, 아랍에미리트는 58.9%, 싱가포르는 10.8% 증가하였으며, 한국은 36.5%, 미국은 55.2% 감소함.

[그림 II-12] 대만의 난 수출액(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-13] 대만의 난 수출국 비율(2016년)

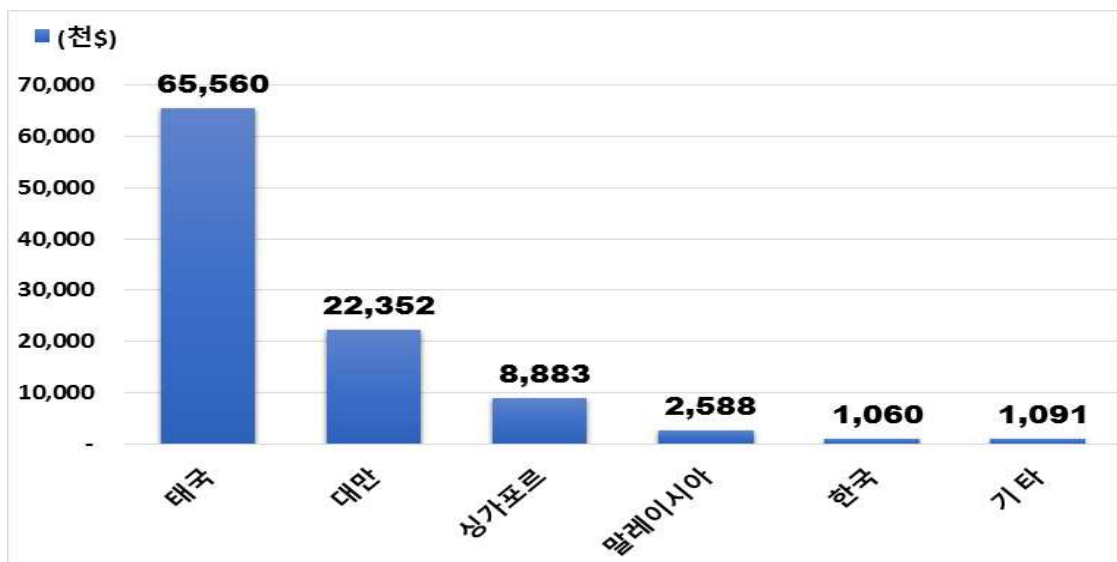


* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

4) 아시아의 난 수출시장

- 2016년 세계적으로 아시아는 난(절화) 수출의 약 60%를 차지하고 있으며, 그 중 태국(64.6%), 대만(22.0%), 싱가포르(8.7%), 말레이시아(2.5%), 한국(1.0%)에서 주로 난 수출이 이뤄지고 있다. 전년대비 중국은 7.9%, 대만은 7.7% 증가하였으며, 싱가포르는 18.9%, 말레이시아는 15.8%, 한국은 20.0% 감소함.

[그림 II-14] 주요 수출국 및 수출액(2016년)

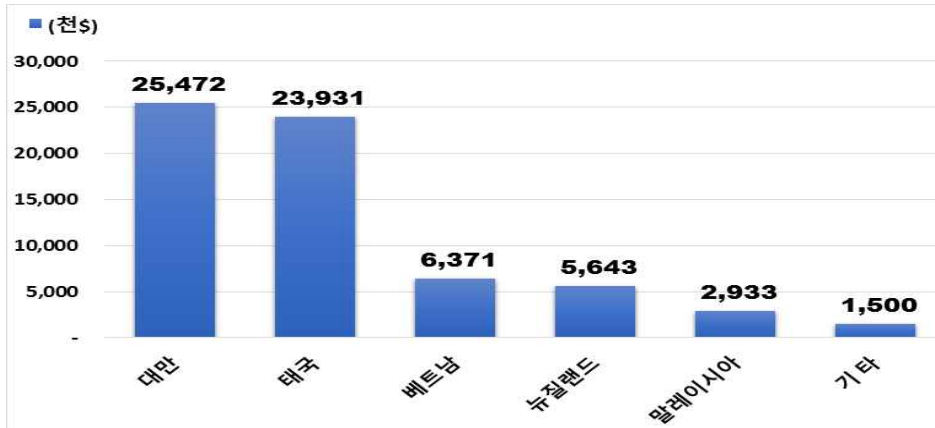


* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

5) 일본의 난 수입시장

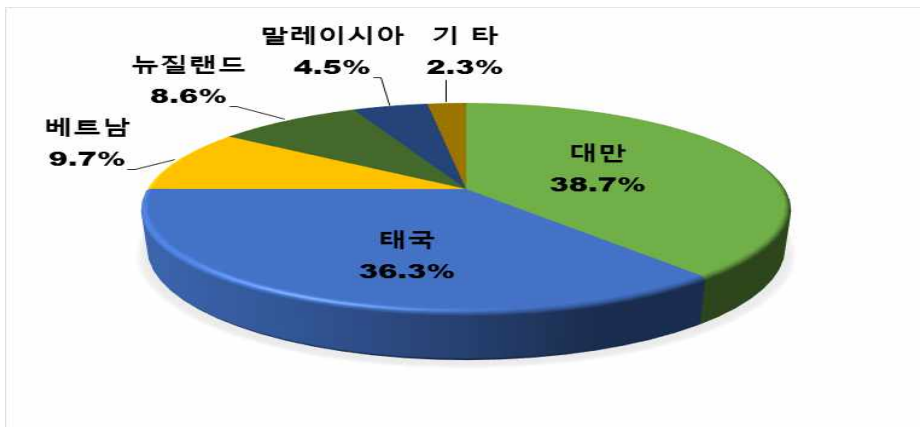
- 2016년 일본의 난(절화) 수입액은 66백만\$(한화 약 764억원)로 전년대비 13.2% 증가하였으며, 수입량은 5,800톤, 수입평균단가는 11.4\$/kg임.
- 주요 수입국은 대만(38.7%), 태국(36.3%) 베트남(9.7%), 뉴질랜드(8.6%), 말레이시아(4.5%)순이며, 그 외 국가로는 중국, 한국, 싱가포르, 네덜란드 등이 있음. 전년대비 대만은 27.2%, 태국은 5.9%, 베트남은 21.3%, 말레이시아는 7.6% 증가하였으며, 뉴질랜드는 6.1% 감소함.

[그림 II-15] 일본의 난 수입액(2016년)



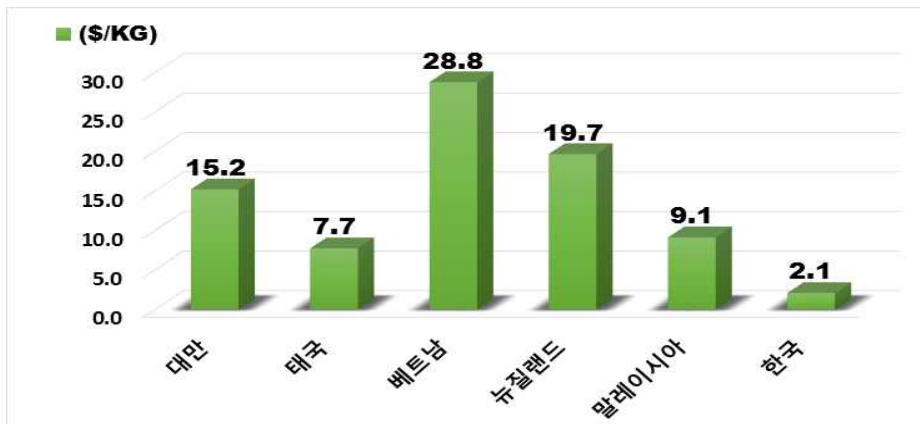
* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-16] 일본의 난 수입국 비율(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

[그림 II-17] 일본의 난 수입국별 단가비교(2016년)



* 자료 : GTA(Global Trade Atlas) HS코드:060313

3.3. 우리나라 난 산업의 산업구조 분석

1) 산업구조 분석 방법론

- 산업구조를 분석하는 대표적인 방법론의 하버드대학교의 마이클 포터 (Michael E. Porter)교수가 1980년 경쟁전략(Competitive Strategy)에서 제시한 5가지 분석틀임.
- 이 방법론은 산업의 경쟁강도와 수익성 및 산업의 구조적 매력도를 결정하는 5가지 요인을 분석하는데 유용하며, 포터 교수는 장기적으로 특정산업의 수익성 및 매력도는 산업의 구조적 특성에 영향을 받으며, 구매자의 힘, 공급자의 힘, 대체재의 힘, 신규진입자의 위협, 내부경쟁의 강도에 의해 결정된다고 보았음.(이동소, 2013)

[표 II-22] 마이클 포터가 제시한 산업구조 영향 요인

구분	각 요인별 세부 결정 요소
구매자의 힘	후방통합, 구매자독립성, 구매자의 규모, 재정적 능력, 전환비용, 과점 위협, 가격민감성, 제품 중요도, 전환경향, 비차별화된 제품 등
공급자의 힘	차별화된 재화, 전방통합, 품질/비용의 중요성, 대체 생산요소 미비, 과점 위협, 기업 중요도, 기업독립성, 공급자의 규모, 전환 비용 등
대체재의 위협	유용한 대안, 저렴한 대안, 낮은 전환비용 등
신규진입자의 위협	유통망 접근성, 기존기업의 묵인, 지적재산권 관련성, 규제, 고정비용, 전환비용, 시장성장성, 규모의 중요성, 공급자 접근성, 비차별화된 제품, 브랜드 등
내부경쟁 강도	경쟁자의 규모, 확대 용이성, 퇴출장벽, 다양성, 전환비용, 고정비용, 기업의 숫자, 기업의 유사성, 저장비용, 비차별화된 제품, 제로섬 게임 등

* 자료 : 김규호, 세계 농식품 산업 현황과 구조(2012) 재인용.

2) 산업 내 경쟁 분석

- 산업 내 경쟁은 해당 산업 내에서 제품 및 서비스에 대해 현존하는 경쟁자와의 가격 및 품질경쟁, 시장 범위 등에서 경합정도를 평가하는 것임.(Porter, 2008).
- 세계 난(절화) 수출시장은 네덜란드, 태국, 대만이 주도하고 있으며, 우리나라의 세계 난 수출시장 점유율은 미미함. 난(절화) 주 수출국인 일본 시장은 대만과 태국이 전체 시장의 70% 이상을 차지하고 있음. 난(분화)의 주 수출국인 중국은 최근 난 생산을 자급화하고, 2014년 시진핑 주석이 근검절약 캠페인 실시 및 수출절차와 검역을 강화함으로써 중국 수출이 어려워지게 되었음.
- 난 수출시장은 가격 및 품질경쟁, 시장 내 경합정도를 고려하였을 때 난 수출 시장에서 우리나라가 직면하고 있는 산업 내 경쟁정도는 높은 편임.
- 내수시장은 최근 지속적인 경기 침체로 소비가 감소하여, 기존 난 재배농가가 다른 품목으로 전환하는 등 난 생산기반이 위축되고 있음.

3) 잠재적 진입 위협 분석

- 잠재적인 진입의 위협은 신규 경쟁자나 산업에 진출하고자 하는 의향이 있는 경쟁자들의 정도로 살펴보는 것으로, 시장에 존재하는 진입장벽의 크기에 따라 달라짐. 포터교수는 진입장벽을 크게 규모의 경제로 인한 낮은 생산비용, 브랜드에 대한 고객 충성도, 기존 기업과 경쟁하기 위해 요구되는 투자자본의 크기, 구매자가 공급자를 변경하는데 드는 전환비용, 유통경로의 확보 가능성, 기존 기업들의 노하우 축적 정도와 정부 규제 등 7가지를 제시하고 있음.
- WTO/FTA 체결 등 시장개방으로 무역장벽이 낮아지는 추세로 이는 신규 경쟁자들에게 유리하게 작용할 수 있음. 하지만 수입검역기준 강화 등과 같은

새로운 무역장벽은 고품질 화훼 생산능력과 체계적인 품질 시스템을 구축하고 있는 수출국의 경우 긍정적으로 작용할 수 있음.

- 최근에는 천혜적인 기후조건과 싼 인건비를 기반으로 콜롬비아 등 중남미, 케냐 등 아프리카, 중국 등 동남아 국가에서 화훼 생산이 증가하고 있음. 재배여건이 우수하고 물류비 부담이 적은 국가들은 향후 잠재적인 위협국가가 될 수 있음.

4) 공급자의 교섭력 분석

- 공급자의 교섭력에 영향을 미치는 요인으로는 원가 또는 차별화 우위에 대한 투입요소의 영향, 산업 내 기업에 의한 수직적 통합의 위협 정도, 그리고 산업재 공급자와 기업들의 교체비용 등이 있음. 화훼산업의 경우 가장 대표적인 공급자는 육종을 관리하는 육종회사와 화훼를 재배하는 농가임.
- 우리나라는 수출종묘의 대부분을 외국에 의존하고 있음. 품종사용료 지불에 따른 종묘비 부담이 크기 때문에 우리 품종의 개발 보급이 시급함. 2017년 기준 심비디움 로열티 지불액은 연간 9.8억원으로 추정됨.
- 정부 주도하에 국산 품종 개발 및 보급에 많은 노력을 기울여 국산 품종 보급률은 2008년 1.4%에서 2017년 17.3%로 확대되었음.
- 난의 국내유통은 대부분 개별농가 단위로 이루어지기 때문에 공동선별·공동출하 등을 통한 시장교섭력 제고, 공동브랜드화를 통한 차별화 전략을 추구하기에 어려움이 있음.

5) 구매자의 교섭력 분석

- 구매자의 교섭력은 제품에 차별성이 적고, 구매자의 공급선 전환비용이 적을 경우 높아짐. 구매자인 유통업체의 규모가 커지고 다양한 공급선에 대해 실시간으로 광범위한 정보를 확인할 수 있게 되면 구매자들의 교섭력이 커지게 됨. 다양한 유통채널의 증가는 상품을 구매하는데 있어 많은 정보를 획득할 수 있도록 하고, 유통채널이 다양하기 때문에 구매자는 적은 전환비용으로 공급자를 변경할 수 있음.
- 국내 난 소비시장이 크지 않고, 화훼류 품목 중에서 난은 공영도매시장 경우 비율이 높은 품목으로 구매자의 교섭력은 작은 편임.

6) 대체재의 위협

- 대체재는 비슷한 편익을 가져다 주는 재화가 있을 경우에 소비자가 해당 재화 외에 선택할 수 있는 것을 말함. 국내 난 소비시장은 선물용 중심이기 때문에, 경기침체 등으로 난 대신에 다른 상품을 대체하는 경향이 있음.

4 국내외 화훼 및 난 관련 전시회 사례조사

4.1. 세계 난 관련 주요 행사

1) 세계난초회의(World orchid conferense, WOC)

- 세계난초회의는 전세계적으로 성장하는 난과의 과학, 예술 및 실습을 장려하고 향상시켜 난초에 대한 연구와 지식을 늘리는 것을 목적으로 개최됨.
- 지속적인 세계난초회의 개최를 통해 최고 수준의 유지를 위해서 미국 난초협회(American Orchid Society)와 왕립 원예 협회(Royal Orchid)는 세계난초회의 조직위원회(WOC Trust)를 설립하였음.
- 세계난초회의 조직위원회의 목표는 다음과 같음.
 - 세계난초회의 연속성과 경험 축적 및 전달
 - 세계난초회의 개최를 위한 적절한 후보 국가 및 단체를 평가, 선정, 임명 및 확인
 - 세계난초회의 진행상황 모니터링
 - 관리 위원, IOC 및 기타 관련 자료의 전문성을 통해 지역 조직 위원 지원
 - 세계난초회의 홍보 지원
 - 난초 보존, 연구 및 명명법을 IOC를 통해 지원
- 154년 미국에서 제1차 세계난초회의가 개최된 이래 3년마다 개최함. 2017년에 에콰도르에서 제22회 세계난초회의가 열렸고, 제23회 행사는 2020년에 대만에서 열릴 예정임.
- 제22회 세계난초회의는 2017년 11월 8일부터 12일까지 5일간 개최되었음.
 - 총 47개국에서 657명이 참석하였고, 전시회는 약 27,509명이 관람하였음.

- 전시회는 에콰도르 과야 킬 컨벤션 센터의 모든 홀을 사용하여 개최되었고, 약 4,000m² 면적에 총 11개국 25개 단체가 참여하여 1,291m²의 면적의 작품을 전시하였음.
- 학술회의는 11월 8일부터 11일까지 4일간 개최되었으며, 22개국 82명의 연구자가 기조발제를 하였음.

[표 II-23] 세계난초회의 개최현황

제1회	St Louis, Missouri, USA - 1954 년 10 월
제2회	호놀룰루, 하와이 - 1957 년 9 월
제3회	런던, 영국 - 1960 년 5 월
제4회	싱가포르 - 1963 년 10 월
제5회	롱 비치, 캘리포니아, 미국 - 1966 년 4 월
제6회	호주 시드니 - 1969 년 9 월
제7회	메 델린, 콜롬비아 - 1972 년 4 월
제8회	프랑크푸르트, 독일 - 1975 년 4 월
제9회	방콕, 태국 - 1978 년 1 월
제10회	더반, 남아프리카 - 1981 년 9 월
제11회	마이애미, 플로리다, 미국 - 1984 년 4 월
제12회	일본 도쿄 - 1987 년 3 월
제13회	뉴질랜드 오클랜드 - 1990 년 9 월
제14회	글래스고, 스코틀랜드 - 1993 년 4 월
제15회	리우데 자네이루, 브라질 - 1996 년 9 월
제16회	밴쿠버, 캐나다 - 1999 년 4 월 / 5 월
제17회	샤 알람, 말레이시아 - 2002 년 4 월 / 5 월
제18회	디종, 프랑스 - 2005 년 3 월
제19회	마이애미, 플로리다, 미국 - 2008 년 1 월
제20회	싱가포르 - 2011 년 11 월
제21회	요하네스 버그, 남아프리카 - 2014 년 9 월
제22회	과야 킬, 에콰도르 - 2017 년 11 월 8 일 ~ 12 일

* 자료 : 세계난초회의 홈페이지(www.woctrust.org)

[그림 II-18] 제22회 세계난초회의 전시회



* 자료 : WOC22 홈페이지(<http://www.woc22.com/>)

[표 II-24] 제22회 세계난초회의 컨퍼런스 주제

Name	Country	Title of Conference
Cássio van den Berg	Brazil	Hybridization, natural (and artificial) introgression as a process for the origin of species and lineages in Laeliinae.
Eric Hágsater	Mexico	Phylogenomics of Epidendrum: untangling a Neotropical mega-diversification.
Rodolfo Solano	Mexico	Diversity of Mexican orchids : synopsis about richness and distribution patterns.
Oscar Pérez-Escobar	UK	Multiple origins in time and space of environmental sex determination in Darwin's favorite orchids(Catasetinae).
Hongwei Li	USA	Phylogenetic relationships among Liparis species of Indonesia, Hawaii, and North America.
Frank Cervera	USA	The phragmipediums of Ecuador : their culture, eco-biology, and taxonomy.
Melissa Díaz-Morales	Costa Rica	Reproductive biology and floral anatomy associated with pollinator attraction in Phragmipedium longifolium.
Eliseo Tesón del Hoyo	Colombia	Revisiting the Phragmipedium schlimii complex
Alfredo Manrique	Perú	Culture of Phragmipedium kovachii
Olaf Gruss	Germany	Breeding with the genus Phragmipedium in second and higher generations.
Wenqing Perner	China	The horticultural potential of Chinese cyripediums

* 자료 : WOC22 홈페이지(<http://www.woc22.com/>)

2) 아시아-태평양난초회의(Asia Pacific orchid conference, 이하 APOC)

- 아시아-태평양난초회의는 권위있는 국제 난초 행사로 인도네시아를 포함한 여러 도시와 국가에서 개최되었음. 세계난초회의와 같이 난초의 교배, 재배, 과학 및 보존에 대한 발전을 촉진하기 위해 3년 간격으로 개최됨.

[표 II-25] 아-태 난초회의 개최현황

제1회	1984 년	도쿄, 일본
제2회	1987 년	인도네시아 우중 파당
제3회	1989 년	호주, 애들레이드
제4회	1992 년	태국 치앙마이
제5회	1995 년	후쿠오카, 일본
제6회	1998 년	오스트레일리아 타운 즈빌
제7회	2001 년	나고야, 일본
제8회	2004 년	타이난, 대만, 중국
제9회	2007 년	고양, 한국
제10회	2010 년	중국 충칭
제11회	2013 년	일본 오키나와
제12회	2016 년	태국 치앙마이
제13회	2019 년	쿠칭, 사라왁, 말레이시아
제14회	2022 년	싱가포르

* 자료 : 아시아-태평양 난초회의 홈페이지(www.apoctrust.org)

- 일반적으로 약 1주일 간 개최되며, ① 학술 프로그램, ② 난 전시회, ③ 사회 프로그램으로 구성됨.
- 학술프로그램은 국제 사회의 난초 애호가들 사이에서 지식의 교환과 보급, 난초 개발, 생명공학, 과학, 보존에 관한 최근 동향을 보급하고 지원하는 수단이 되도록 고안됨. 따라서 학술프로그램은 난초 전문 지식을 갖춘 저명한 강사를 초빙하여 구

성함. 일반적으로 2일 동안 실시됨.

- 난 전시회는 다양한 난초 관련 작품을 전시함. 난 전시회의 중요한 부문은 난초와 식물 등에 관심있는 방문객과 일반 대중에게 다양한 난초 관련 작품을 소개하고 기념품을 판매하는 것임.
- 사회프로그램은 오프닝 리셉션, 저녁 심포지엄, 폐막식 등으로 나뉘는데, 참가자들이 학술프로그램에서 벗어나 자유롭게 교류할 수 있도록 프로그램을 구성함.

[그림 II-19] APOC2013 홍보물

The image displays promotional materials for the 2013 APOC (Asia Pacific Orchid Conference) in Okinawa. On the left, there are two brochures. The top one is titled 'ABOUT OKINAWA' and '歴史 History 歴史', detailing the island's history from the 15th century. The bottom one is titled '自然 Nature 自然', focusing on the island's biodiversity. On the right, a large poster for '2013 Feb. 2nd-11th' features the APOC logo and text in both English and Japanese, including 'the 11th Asia Pacific Orchid Conference in OKINAWA & the 27th Okinawa International Orchid Show'. The poster also mentions the '第11回アジア太平洋蘭会議・蘭展 沖縄大会' and '第27回沖縄国際洋蘭博覧会'.

4.2. 국외 난 전시회 개최 사례

1) 세계난전 일본대상

- 세계난전 일본대상은 1991년 제1회 행사를 개최한 이후 매년 2월 중순부터 하순 사이 약 7일~9일간 도쿄돔에서 개최함. 개최지 고정형 난초 전시회로는 산타바바라 국제 난 전시회, 마이애미 국제 난 전시회, 대만 국제 난 전시회와 등과 함께 세계 최대의 규모를 자랑함.
- 전시에는 서양란, 동양란(춘란 등) 일본의 난초(새우, 석각 등) 등 다양한 난초과 식물이 세계 약 20개국에서 약 3000종 10만 분이 모임. 행사장에는 약 100여개의 판매부스가 설치되고, 난초 모종, 절화 재배용 소재기구, 서적, 난초를 모티브로 한 잡화, 공예품, 화장품, 과자 등이 판매됨.

[표 II-26] 2018년 세계난전 일본대상 개요

개최 시기	2018년 2월 17일 ~ 23일(7일간)
장소	도쿄돔(실내)
전시 총 수	약 3,000종 100,000주(서양란, 동양란, 일본난초)
입장료	당일권: 2,200엔, 예매권 : 1,900엔, 이브닝권 : 1,500엔, 단체 : 2,000엔, 학생 : 1,300엔, 내람회 특별감상권 : 3,800엔
전시장	실내
주최	세계난전일본대상 실행위원회 (요미우리신문사, NHK, 세계난전 조직위원회)
프로그램	세계난전 일본대상(개별 출품), 난 관련 디스플레이, 오키드로드, 오키나와츄라우미 수족관, 이상한 아프리카 난초들, 일본 생화3대유파 작품 등

□ 세계난전 조직위원회 구성

- 세계난전 조직위원회의 회장은 시세이도 회장이 맡고 있음. 회장대행 및 부회장은 일본양란농업협동조합대표이사임.
- 부회장은 국제향기문화회 회장, 일본동양란협회장, 난우회회장, 일본난협회 회장, 일본플라워디자이너협회 이사장으로 구성됨.

□ 세계난전 주최, 기획 및 운영 기관

- 세계난전은 2018년까지 요미우리 신문, NHK, 세계난전조직위원회가 주최하였으나 2019년부터 도쿄돔도 참여함.
- 세계난전 기획 및 운영은 1991~2009년까지는 読売広告社이라는 광고 대행사가 추진하였고, 2010년~2013년까지는 요미우리 신문사, 2014년~2018년에는 텐츠 이벤트 오퍼레이션에서 맡아서 진행하였음.

□ 재원은 요미우리신문, NHK, 세계난전조직위원회에서 마련하며, 시세이도 등 일본의 대표 기업들의 협찬을 받아서 행사를 진행하고 있음.

- 일본정부에서 세계난전에 지원하는 예산은 없음. 주최측인 요미우리 신문과 NHK, 세계난전조직위원회와 협찬사인 시세이도 등 8개 기업에서 후원을 받음.
- 요미우리그룹에서 영업을 통해서 후원사를 매년 모집하고 있음.

□ 출품작 심사는 총 7개 부문으로 나뉘 진행되며, 총 상금은 1,119만엔임.

- [부문1] 개별부문은 서양란, 동양란, 일본의 난초 등 다양한 난초를 대상으로 꽃 자체를 심사함. 형태는 분재, 절화, 엽운품임.
- [부문2]는 향수 부문으로 서양란, 동양란, 일본의 난초 등 모든 난초의 향기를 대상으로 심사, 형태는 분재와, 절화임.
- [부문3]은 디스플레이 부문으로 난초를 주체로 한 디스플레이를 심사함.
- [부문4]는 플라워 디자인 부문으로 난초를 주요 소재로 디자인 된 플라워 디자인 작품을 심사함.
- [부문5]는 예술 부문으로 난초를 주제, 소재로 한 미술 공예품을 심사함.

- [부문6]은 소형 디스플레이 부문으로 난초와 다른 식품, 장식 등을 조화롭게 구성한 작품을 심사함.
- [부문7]은 행잉 바스켓 부문으로 난초를 도입해 디자인된 행잉 바스켓을 심사하는 부문

[표 II-27] 2018년 세계난전 행사 모습

회장 풍경	오키드 로드
	
[부문1] 개별부문(일본대상)	[부문3] 디스플레이 부문
	

- 전시회의 주요 관람객이 노령화되고 방문자 수가 매년 감소하고 있어, 세계난전 조직위원회는 관람객 층을 확보하기 위해 난초 이외의 다른 식물도 함께 전시하는 등 다양한 방안을 마련하고 있음.
- 1991년 제1회 세계난전 일본대상에는 약 40만명의 관람객이 방문하였음. 2000년대 중반까지 관람객수는 40만명을 유지하다가, 2008년부터 감소하기 시작하여 2017년에는 약 13만명이 방문하였음.

[표 II-28] 세계난전 일본대상 참가국수 및 방문자 수

구분	개최일자	개최 일자	참가국 수	방문자(명)
JGP2010	2010.2.13.(토) ~ 2.21(일)	9 일	19	203,364
JGP2011	2011.2.19.(토) ~ 2.27(일)	9 일	20	197,279
JGP2012	2012.2.18.(토) ~ 2.26.(일)	9 일	20	183,114
JGP2013	2013.2.16.(토) ~ 2.24.(일)	9 일	20	178,947
JGP2014	2014.2.15.(토) ~ 2.23.(일)	9 일	20	139,584
JGP2015	2015.2.14.(토) ~ 2.22.(일)	9 일	23	148,762
JGP2016	2016. 2.13.(토) ~ 2.19.(금)	7 일	19	135,459
JGP2017	2017.2.11.(토) ~ 2.17.(금)	7 일	19	133,474

- 과거에는 난이 처음으로 소개되었을 때는 관람객들이 흥미로워 했으나, 현재는 난이 많이 보급되어 어디서든 볼 수 있는 꽃이 되었음.
- 세계난전 초기 난 애호인의 연령대가 주로 40~50대로, 20여년이 지난 지금 80대가 되었음. 기존 난 애호인들이 고령화되면서 방문객이 줄어들고 있음.
- 2010년대부터 관람객이 감소하여, 관람객을 확대하기 위해 나고야돔, 후쿠오카돔 등과 협약을 맺어서 순회하면서 전시회를 개최하였으나, 많은 예산이 소요되기 때문에 결국 도쿄돔에서만 개최하기로 함.
- 젊은 세대의 관람객 유치를 위해서 2019년부터는 난 이외 다른 꽃도 참여함. 또한 연예인 초청 메이크업 행사, 플라워카페&바 등도 운영할 계획임.

[그림 II-20] 세계난전2019 프로그램(디지털아트, 플라워 카페 등)



□ 세계난전을 도쿄돔에서 개최하는 이유

- 세계난전은 순수한 전시회를 목적에 두고 있기 때문에 많은 관람객이 방문할 수 있는 장소에서 하는 것임.
- 도쿄돔이 전시회 장소로는 좋지 않지만, 도시의 중심지에 위치하고 있고 교통이 편리하고 숙박시설이 많음.

2) 대만 국제 난 전시회(Taiwan International Orchid Show, TIOS)

- 대만은 높은 해발고도 차이로 한 국가 안에 열대, 아열대, 온대, 냉대 기후가 동시에 존재함. 이러한 자연환경을 통해 풍부한 난 자원을 보유하고 있음.
- 대만의 난 재배역사는 100년 정도로 추정되는데, 하나의 산업으로서 육성되기 시작한 것은 20년이 넘었음. 대만 정부는 풍부하고 다양한 자원을 기반으로 수출지향적 난초 산업을 육성하고 있음.
- 2017년 기준 대만의 꽃 수출액의 92%가 난초 수출액임.
- 대만은 2004년 제8회 APOC를 개최한 이래 세계 난 산업계에서 국제 경쟁력을 향상시키고, 핵심 리더로 성장하기 위해 매년 대만 난초 생물 공학 공원에서 난 전시회를 개최하고 있음.

[표 II-29] 2018년 대만 국제 난 전시회 개요

개최 시기	2018년 3월 3일 ~ 12일(10일간)
장소	대만 난초 생물 공학 공원
주최	행정원농업위원회, 경제부국제무역국
주관	대남시정부, 대만대외무역발전협의회
수행기관	사단법인 대만난초생산소비개발협회
입장료	사전예매 : 200NTD, 현장예매(성인) : 250NTD
전시 프로그램	<ol style="list-style-type: none"> 1. 오키드파밀리온: 웅장한 규모의 난초 장식 2. 난초문화전람기: 영원한 우정/신앙 및 예배를 주제로한 난 디스플레이 3. Hall of Exquisite Orchid : 난초 출품 및 전시 4. Pavilion of Orchid Innovation : 난초 전시관(4개 분야) 5. 난초 판매 : 난초 및 관련 제품 전시 및 판매 6. 비즈니스 및 무역상담회장 7. 해외난초전시관
학술세미나	TIOS 세계 난초 산업 공개토론, 대만국제 난초심포지엄

* 자료 : 2018 대만 국제 난 전시회 홈페이지(www.tiostw.com)

- TIOS 2017는 전시회(출품 및 시상 포함), 학술세미나, 교류프로그램으로 구성됨.
- 전시회장은 오키드파밀리온, 난초문화전람기, 난초출품 및 전시, 난초전시관(4개분야), 난초판매, 비즈니스 및 무역상담회장, 해외난초전시관 등 총 7개 구획으로 나뉘어 진행됨.
- 학술세미나는 대만 국제 난초 심포지엄과 TIOS 세계난초 산업 공개토론 등 두 개의 프로그램으로 진행됨. 대만 국제 난초 심포지엄은 난초 생식질(Germplasm)의 이용과 동향이라는 주제로 3개의 세션으로 진행됨. TIOS 세계난초 산업 공개토론은 난초 산업의 현황과 미래동향이라는 주제로 진행됨.
- 교류프로그램은 난초 종묘장 투어, 타이난 도시 여행 등으로 구성함.

[표 II-30] 대만 국제 난 전시회 주요 전시 프로그램

오키드 파밀리온	난초 전시관
	
난초 판매	해외난초전시관
	

* 자료 : 2018 대만 국제 난 전시회 홈페이지(www.tiostw.com)

- TIOS는 대만 난초 재배자 협회(Taiwan Orchid Growers Association)의 수출 역량을 향상시키기 위한 일환으로 개최되며, 화려한 이벤트와 함께, 난초 관련 학술세미나 및 비즈니스 및 무역상담회를 운영하고 있음.
- TIOS 2017은 전세계 37개국에서 총 248,000명의 방문객을 불러 모았으며, 약 3억 6,800만 달러 상당의 계약 주문을 체결함.

[표 II-31] 2005년~2017년 대만 국제 난 전시회 성과

구분	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2017
3-5년간 수출 추정액(10억달러)	0.8	1.5	3.6	7	9.3	10.0	9.2
TIOS 방문객(천명)	210	220	300	240	268	191	248
참가국 수	12	26	29	34	36	31	37

* 자료 : 2018 대만 국제 난 전시회 홈페이지(www.tiostw.com)

4.3. 국내 화훼 및 난 전시회 사례

1) 고양국제꽃박람회

- 고양시는 편리한 교통망과 수도권이 인접한 지리적 이점을 바탕으로 화훼산업을 특화산업으로 육성하였음. 화훼산업의 생산기반 확대 및 경쟁력 제고, 수출 확대 및 다변화, 고부가가치 상품개발 촉진 등을 위해 1997년 국내 최초로 세계 꽃 박람회를 개최함
- 세계꽃박람회는 1991년부터 개최된 고양꽃전시회의 경험이 모태가 되었음. 고양국제꽃박람회는 ‘꽃’이라는 콘텐츠와 호수공원의 환경적 요인이 결합되어 시너지를 창출함.

[표 II-32] 고양국제꽃박람회 개요

개최 시기	4월~5월
개최 주기	매년
장소	고양시 일산 호수공원
규모	36개국 332개 기관 업체
전시장	실내 및 실외
방문객수	50만명(2018년 기준)
개최 예산	50억(2018년 기준)
손익	입장권 수익 35억, 임대수익 5억
프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 체험 <ul style="list-style-type: none"> - 화훼체험, 문화체험 ◦ 꽃 문화행사 <ul style="list-style-type: none"> - IHK 컵플라워디자인경기대회 - 프리저브드플라워컵경진대회 - 꽃그림그리기대회 ◦ 공연 <ul style="list-style-type: none"> - 무대공연, 플라워퍼레이드

* 자료 : (재)고양국제꽃박람회 홈페이지(www.flower.or.kr)

□ 박람회는 크게 전시와 공연·체험·꽃문화행사로 구성됨.

○ 전시는 실내전시와 야외정원으로 나뉨.

- 실내전시는 이색식물전시관, 화훼관련 기관의 홍보관, 세계 최고 화예 작가의 플라워 공간 장식, 대한민국 우수화훼 전시관, 플라워 미디어 아트, 로비정원, 해외 화훼 생산국가의 국가관, 국내 신품종 전시과, 해외 신품종전시관, 수출화훼전시관, 무역상담실 등으로 구성됨.

- 야외 정원은 컬러풀 플라워 랜드, 고양하늘 꽃바람 정원, 포토존, 플라워 테마 가든, 고양 우수 화훼 전시관 등으로 구성함.

○ 공연·체험·꽃문화 행사는 지역단체와 함께하는 다양한 공연과 화훼를 주제로 한 체험프로그램, 문화프로그램으로 구성됨.

□ 고양국제꽃박람회는 연간 50만명 이상의 관람객이 방문하며, 수출입 계약건은 2,170만불(2018년)임.

[표 II-33] 고양국제꽃박람회 개최 성과

구분	2016년	2017년	2018년	
기간	4.29~5.15(17일간)	4.28~5.14(17일간)	4.27~5.13(17일간)	
규모	150,000㎡	150,000㎡	150,000㎡	
주제(테마)	꽃과 호수, 신한류 예술의 합창	통일한국의실리콘밸리,꽃으로피어나다	세상을 바꿀 생명과 평화의 길	
참가 업체	외국	30개국 126개	30개국 109개	36개국 111개
	국내	187개	179개	22개
관람객수	526,126명(외국 52,804명 포함)	502,192명	502,201명(외국 48,859명 포함)	
결산액(집행)	4,804백만원	5,359백만원	5,191백만원	
수익사업	4,016백만원	4,380백만원	4,137백만원	
관리요원	연 6,924명	연 4,396명	연 3,773명	
수출입 상담액	5,214만불	3,242만불	3,499만불	
수출입 계약액	건수	90건	52건	52건
	금액	3,119만불	2,529만불	2,170만불
고용유발효과	3,274명	2,627명	2,676명	
총생산유발액	1,830억원	1,466억원	1,527억원	

* 자료 : (재)고양국제꽃박람회 홈페이지(www.flower.or.kr)

[표 II-34] 고양국제꽃박람회 2018년 예산서(수입)

구분	산출 근거	금액(천원)
기업 참가비	◦ 15,000,000원 * 4개 기업	60,000
시설임대	◦ 전시업체 : 2,200,000원 * 40개 업체 ◦ 판매장 : 2,640,000원 * 30개 업체 ◦ 체험장: 5,000,000원 * 5개 업체 ◦ 서비스시설 - 공식공급권 : 32,000,000원 * 7개 기업 - 서비스시설 : 9,000,000원 * 6개 기업 ◦ 상품판매수입 : 30,000,000원 * 1식	500,000
입장권판매	◦ 8,000원 * 450,000매	3,600,000
수상꽃 이용료	◦ 10,000원 * 7,000대	70,000
보조금	◦ 꽃박람회 보조금 : 1,400,000,000원	1,400,000
합계		5,630,000

* 자료 : (재)고양국제꽃박람회 홈페이지(www.flower.or.kr)

[표 II-35] 고양국제꽃박람회 2018년 예산서(지출)

구분	산출 근거	금액(천원)	
인건비 및 수도광열비	인건비 : 1,496,030,000원*5/12개월 수도광열비: 187,478,000원*5/12개월	701,462	
경비	공공요금 및 제세	우편발송비	5,000
	소모품비	행사운영 비품, 의약품, 우비, 생수	10,690
	피복비(유니폼)	유니폼 구입비	12,600
	도서인쇄비	초청장, 브로슈어, 포스터, 스티커 등	86,400
	지급임차료	셔틀버스, 임실화장실 등 임차료	606,540
	수선유지비	유모차, 휠체어, 매표소 수리 등	24,500
	보험료	행사장 종합보험(3종)	25,000
	지급수수료	환경관리, 질서 및 안전관리 등	282,459
	업무추진비	행사운영, 기념품 구입 등	4,950
	행사홍보비	신문광고, TV, 라디오 광고 등	1,963,574
	회의운영비	평가위원회 참석수당	7,245
	연구개발비	성과조사용역	20,000
	국제행사비	국가관 운송비, 관계자 초청경비 등	214,400
보상비	행사장 운영 인력비	339,732	
합계		4,304,552	

* 자료 : (재)고양국제꽃박람회 홈페이지(www.flower.or.kr)

2) 대구꽃박람회

- 박람회의 메인인 전시회는 관내 화훼관련 단체 등에서 출품한 작품으로 구성됨.
- 전시 작품마다 포토존을 설치하여 아이부터 어른까지 전 연령대가 즐길 수 있도록 함.

[표 II-36] 대구꽃박람회 개요

개최 시기	5월~6월(4일간)
개최 주기	매년 (2018년 9회)
장소	대구 엑스코
규모	전시관과 야외광장 등 1만 5천㎡
전시장	실내 및 실외(주로 실내)
방문객수	6만(2018년 기준, 연합뉴스)
프로그램	<p>전시회 구성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 주제관(꽃愛빠지다) - 청라상(10개작품) - 화훼전시관(가드닝, 야생화, 플라워디자인등) - 부대행사 - 대구플라워디자인경진대회 - 인터플로라 월드컵 - 프로리스트작품전 - 복지원에서사 진로탐색 세미나 - 플로리스트 "최원창" 플라워데몬스트레이션

[그림 II-21] 대구꽃박람회 행사 모습



3) 제9회 아시아 태평양 난 전시회(2007)

- 제9회 아시아-태평양 난 전시회는 2007년 고양 킨텍스에서 개최되었음. 총 11개국 63개 업체가 참여하였고, 방문객은 총 5만명(무료 입장객 포함)이었음.
- 총 20억원의 예산이 소요되었고, 농림부, 경기도, 고양시, (재)고양세계꽃박람회조직위원회에서 각 5억씩 분담하였음.
- 전시장은 주제관, 동양란관, 서양란관, 동서양란 우수작품 전시관, 난 예술작품 전시, 난 문화관, 난 신상품관 등 총 7개 구역으로 나눠 진행됨.
- 학술회의는 총 35명이 발표하였고, 265명이 참가하였음.

[표 II-37] 제9회 아시아-태평양 난 전시회 개요

행사명	제 9회 아시아 태평양 난 전시회
기간	2007.3.16~3.26(11일간)
주관	(재)고양세계꽃박람회조직위원회
주최	제9회 아시아, 태평양난 전시회 및 학술회의 추진위원회
장소	킨텍스5Hall 10,661m ²
규모	킨텍스1관 전체
참가규모	11개국 63개 업체 (국내37개 업체, 해외 10개국 26개 업체)
방문객수	유료입장객 : 총47,508명 (외국인 648명) <ul style="list-style-type: none"> ■ 1일최고(3. 18일) : 8,474명 ■ 1일평균 : 4,645명 무료입장객 : 총3,594명 (출품자 및 초대권 이용자)
예산	총 20억원(농림부, 경기도, 고양시,(재)고양세계꽃박람회조직위원회 각 5억)
홍보	국내 홍보 : 방송, 언론, 인터넷, 홍보물, 옥외광고물 해외 홍보 : 화훼전문지, 참가안내서, 해외박람회 참여
전시장	주제관(900m ²), 동양란관(400m ²), 서양란관(430m ²), 동,서양란 우수작품 전시관 (1,500m ²), 난 예술작품 전시(132m ²), 난 문화관(264m ²), 난 신상품관(360m ²)
학술회의	발표자 : 35명 (해외 23명, 국내 12명) 참가 등록자 인원 : 265명 (해외 120명, 국내 145명)

- 아태난 전시회는 당초 부산에서 진행하기로 했으나, 최종적으로 고양(재단법인 고양국제꽃박람회)에서 추진하기로 결정됨.
- 아태난 전시회는 학술회의가 포함이 되어 있는데, 당시 대행업체에서 진행하는데 어려움을 겪었음. 결국 대행업체에서 진행하지 못하고 재단 직원이 학술회의를 준비함.
- 당시 난이 반입금지식물(흙을 다 털어서 반입)이었기 때문에 사전 협조가 필요했음. 아시아 태평양난 전시회 때 검역관과 협의를 통해 분화재 입국하여 행사 직후 바로 폐기하였음.
- 당시 학술회의에 포커스가 맞춰지다 보니, 일반 관람객의 방문이 저조하였음. 다른 화훼랑 다르게 종류가 다양하고 흔히 볼 수 없는 꽃이 많았기 때문에 관람객의 반응은 좋았음.
- 꽃 전시회 및 박람회의 경우 단순히 꽃을 구경하기 위해 방문하기 보다는 사진을 찍기 위해 방문을 함.
- 해외 참가 업체와 원활한 소통을 위해서는 협력사의 협업 및 팀워크 중요함.

[표 II-38] 제9회 아시아-태평양 난 전시회 수지분석 및 인력운영 등

수지분석	<ul style="list-style-type: none"> ○ 투자액 : 총 1,774백만원(대관료 3억 포함) <ul style="list-style-type: none"> ▪ 경상비 : 129백만원 ▪ 관리운영 : 494백만원 ▪ 홍보 : 172백만원 ▪ 국제 : 240백만원 ▪ 수익사업 : 3백만원 ▪ 전시 및 문화행사 : 593백만원 ▪ 시설 : 143백만원 ○ 수입액 : 총 294백만원 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 참가비 : 34백만원 ▪ 입장권 수입 : 232백만원 ▪ 국제회의 등록비 : 15백만원 ▪ 기타 수입 : 13백만원
------	---

행사장 관리 및 운영	<ul style="list-style-type: none"> ○ 총투입인력 : 연 404명 <ul style="list-style-type: none"> ▪ 도우미(연 84명) : 출입구 관리, 임시출입증 발급, 방송실 운영 등 ▪ 경호(연 142명) : 출입구 관리, 전시회장 질서관리, 하역장 반·출입 관리 등 ▪ 자원봉사자(연 59명) : 종합안내소, 운영본부 전화안내, 휠체어 및 유모차 대여 등 ▪ 주차관리원(연 44명) : 임시주차장 주차관리 및 주변 정리 등 ▪ 청소(연 75명) : 전시물 주변 청소, 행사장 주변 정리, 임시주차장 청소 등
----------------	--

4) 국내 난 전시회 사례

- 국내 난 전시회는 한국 춘란 등 동양란 중심으로 진행되며 봄 전시회와 가을 전시회로 나뉨. 봄 전시회는 주로 화예품을 감상하며 가을 전시회는 엽예품을 감상하는 전시회임.
- 2018년 기준 중앙단체의 봄 전시회는 7회 정도 개최되었으며, 지역별 봄 전시회는 약 55회 개최되었음. 가을 전시회는 이보다 적은 19회 정도 개최가 됨.
- 난 전시회는 중앙단체부터 지역 소규모 난우회까지 단체별로 개별적으로 개최하고 있음. 다양한 단체가 참여하고 난계를 대표하는 전시회는 한국춘란의 경우 함평군에서 개최하는 대한민국난명품대제전이 유일함.
- 2016년 연구에 따르면 크게 전국 난 단체(중앙)의 전시회 비용은 연간 37억 원으로 집계됨. 국가에서 전시회 비용을 지원받는 경우도 있지만, 대부분의 단체는 전액을 회원에서 받거나 상인 판매전 기금을 받아 전시회를 운영

[표 II-40] 난 전시회 비용

(단위 : 천원)

구분	합계	평균	표준편차	비고
봄 전시회 비용	1,845,000	263,570	300,370	대한민국 자생란협회, 한국난 문화협회, 한국 춘란회, 대한민국 동양란협회, 한국난연합회, 한국난 보존협회, 한국난 산업총연합회, 대한민국 난 산업총협회 기준
가을 전시회 비용	1,810,000	225,120	294,080	
기타 행사 비용	127,000	25,400	11,650	
합계	3,782,000			

* 자료 : 한국춘란의 산업화·대중화를 위한 기초·기반조사 및 발전방안, 2016,11

[표 II-41] 중앙단체 봄 전시회 개최 현황

연번	전시회 명칭	주최	전시장소	전시일자
1	제4회 한국춘란산업박람회	(사)한국난재배자협회자생란경영회	구미시 구미코	2018. 2. 24(토) ~2.25(일)
2	제39회 대한민국난대전	(사)대한민국자생란협회	경주시 화백컨벤션센터	2018.3.10(토) ~3.11(일)
3	(사)한국동양란협회, (사)한국춘란회 교류대전	(사)한국동양란협회 (사)한국춘란회	세종시정부 세종컨벤션센터	2018.3.16(금) ~3.18(일)
4	제27회 한국난명품전국대회	(사)한국난문화협회	신안 군민체육관	2018.3.17(토) ~3.18(일)
5	2018 한국난대전	(사)한국난연합회	천안시청소년수련관	2018.3.17(토) ~3.18(일)
6	(사)한국난보존협회	(사)한국난보존협회	과천시 시민회관	2018.3.17(토) ~3.18(일)
7	2018 대한민국난명품대제전	함평군	함평문화체육센터	2018.3.24(토) ~3.25(일)

* 자료 : 난과함께 홈페이지

[표 II-42] 지역별 봄 전시회(2018년 기준)

구분	전시회 명칭	개최수
서울경기	제20회 아리수춘란전시회, 2018 난해동양란전시회, 제2회 의정부춘란전시회, 제24회 안양난우회한국춘란전시회, 2018 수도권난연합전, 2018 경기도 난문화협회 전시회	6
대구경북	제21회 경산난우회 춘란전시회, 제4회 대구 청정난심회 봄전시회, 제41회 대구난연합전, 2018 경북난대전, 제8회 경북난명품대전, 제6회 대국난문협대구난명품대전, 제32회 구미난연합전, 제19회 대구대덕난우회 봄전시회, 제5회 대경난우회 봄 전시회	9
부산, 울산, 경남	제9회 서부경남난연합회난 전시회대회, 2018 산마루난우회 전시회, 제20회 부산난연합전, 창원지역 한국춘란 합동전시회, 제17회 김해난연합전, 제21회 현대자동차 제네시스 명품화에전시회, 제21회 거창난우회 전시회, 제13회 통영난연합회 봄전시회, 새아침난우회 전시회, 솔밭난우회 전시회, 국제동양란교류협회 전시회, 제23회 경남난대전, 제17회 울산사랑 난꽃대축제, 제7회 울산난명품전, 경남 동양란 대체전, 제25회 거제난대전	16
광주, 전라, 제주	제8회 부안군난연합전, 제9회난과함께난대전, 제12회 전주난우회저시회, 인터넷난사랑 전시회, 제18회 현대상호중공업난우회 전시회, 무안난연합전, 2018 강진청자골난꽃축제, 제26회 나주난연합전, 제26회 광주난대전, 제17회 한국동양란협회 전북협회전시회, 2018 남도난명품전, 제9회 완도난문화협회 춘란전시회, 제15회 (사)제주난문화협회 봄전시회, 제주 동양란회 전시회	14
대전, 충청, 강원	제5회 대전난문협한국춘란전시회, 제30회 대자협 대전협회 한국란명품저시회, 제1회 아산한국춘란회한국춘란전시회, 2018 예산난우회 전시회, 2018 한국춘란 청양군연합전시회, 제23회 대전난연합전, 제22회 천안난연합전, 2018 청주시난연합전, 제18회 보령난연합전, 제25회 논산난우회한국춘란전시회	10
합계		55

* 자료 : 난과함께 홈페이지

[표 II-43] 가을 전시회(2017년 기준)

연번	전시회 명칭	주최	전시장소	전시일자
1	2017 대한민국 동양란명품박람회	대한민국동양란협회, 자생란경영회	구미 구미코	2017.3.14(토)~ 3.15(일)
2	2017 대한민국 난명품대전	함평군	함평농어민문화센터	2017.10.21(토) ~10.22(일)
3	제38회 대한민국난대전	(사)대한민국자생란협회	나주국제농업박람회장	2017.11.4(토)~ 11.5(일)
4	제24회 한국춘란엽예품 전국대회	(사)한국난문화협회	인천 남동체육관	2017.11.11(토) ~11.12(일)
5	2017 제3회 한국란전국전시회	한국난보존협회	군포시민체육광장 내 실내체육관	2017.11.18(토) ~11.19(일)
6	고성 소가야난우회 가을전시회	소가야난우회	고성박물관	2017.9.28(목)~ 9.30(토)
7	금강송난우회 가을전시회	금강송난우회	울진 엑스포공원	2017.9.29(금)~ 10.1(일)
8	제2회 한국춘란엽예품 새싹전시회		일민난정	2017.10.8(일)~ 10.9(월)
9	제3회 한국춘란엽예품 전시회	목포난문화협회	김대중 노벨평화상기념관	2017.10.28(토) ~10.29(일)
10	2017 천연기념물 제주한란전시회		제주한란전시관	2017.11.3(금)~ 11.5(일)
11	아초이철련 개인전		제주 외도동사무소	2017.11.3(금)~ 11.5(일)
12	제23회 한국춘란엽예품 경남난대전		창원중앙중학교실 내체육관	2017.11.4(토)~ 11.5(일)

[표 II-44] 가을 전시회(2017년 기준)

연번	전시회 명칭	주최	전시장소	전시일자
13	제9회 부산난연합협예 품대전	(사)부산난연합회	부산동래원예고등 학교 원예관	2017.11.4(토)~ 11.5(일)
14	제3회 한란전시회	한국한란회	양재동 aT센터	2017.11.4(토)~ 11.5(일)
15	제15회 제네시스 명품엽예전시회	현대자동차난우회	현대자동차문화회 관 1층 홍보관	2017.11.5(일)
16	제32회 서울난회 가을전시회	서울난회	삼성동 코엑스 전시관	2017.11.11(토) ~11.12(일)
17	2017 울산난연합회협 예품전시회	(사)울산난연합회	울산 중구 문화의 전당	2017.11.11(토) ~11.12(일)
18	2017 경남 동양란협회 가을 전시회	동양란협회	진해 야외공연장	2017.11.11(토) ~11.12(일)
19	제40회 대국난연합전	대구난연합회	대구문화예술회관	2017.11.18(토) ~11.19(일)

* 자료 : 난과함께 홈페이지

4.4. 국내외 사례를 통해 본 시사점

1) 행사 목적에 따른 프로그램 구성

- 난 관련 국제 행사는 출품 및 심사, 난 전시회, 학술세미나 및 비즈니스로 구성됨. 전시회의 성격 및 행사에 따라 프로그램 구성은 달라짐.
- WOC, APOC 등 세계 또는 아시아-태평양 권역의 난초회의는 난초의 교배, 재배, 과학 및 보존에 대한 인식과 발전을 촉진을 촉진하기 위해 개최하기 때문에 출품 및 심사, 난 전시회, 학술세미나로 구성됨. 학술세미나의 경우 난 관련 관계자의 교류프로그램도 같이 병행되고, 참여한 전문가의 가족 및 친지 등을 위해서 개최국의 관광프로그램과도 연계되는 경우가 있음.
- 대만국제 난 전시회는 산업박람회이기 때문에 출품 및 심사, 난 전시회, 학술세미나와 함께 비즈니스를 위한 무역상담 프로그램을 운영함. 대만에서 난은 주요 수출품목으로 본 행사를 통해 대만 난의 우수성을 소개하고, 해외 바이어를 자국으로 유치하여 수출을 활성화 하는데 목적을 두고 있음.
- 세계난전 일본대상은 WOC를 계기로 시작되었으나 산업박람회나 학술회의가 아닌 순수한 전시회의 성격이 강함. 본 전시회를 통해 일본 난 애호인의 결집, 난 산업 활성화, 난 문화 저변 확대 등에 기여한 측면이 있으나, 현재는 산업 활성화의 목적보다는 하나의 문화컨텐츠로서 난 전시회를 추진하고 있음.
- 또한 최근에는 난 애호인의 고령화와 젊은 세대의 참여 저하 등으로 관람객이 지속적으로 감소하고 있음. 관람객을 유치하기 위해서 세계난전조직위원회는 2019년부터 장미, 카네이션 등 다른 화훼 품목과의 결합하여 전시회를 구성할 계획임.

[그림 11-22] 세계난전 및 대만국제 난 전시회 비교

	세계난전일본대상 2018	대만국제 난 전시회 2018
개최 목적	난의 아름다움과 경이로움을 전달하여 난문화 저변 확대	대만난 우수성 및 난문화 소개 난 수출 활성화, 난 관련 국제 학술교류
테마 및 슬로건	낙원 · 남국 · 열대	A distinguished gathering in the orchid pavilion called "Lan Ting"
개최 방식	매년 / 도쿄돔	매년 / 대만 난초 생물 공학공원
주요 프로그램	7개 부문 난 출품작 전시 및 심사 (개별, 향수, 디스플레이, 플라워디자인, 예술, 소형디스플레이, 행잉바스켓) 일본 생화 3대 유파 전시회, 오키드로드, 이상한 아프리카 난초들	난초 출품 및 심사 난 관련 디스플레이 난 관련 학술세미나 및 토론회 비즈니스 및 무역상담
개최 성과	-	대만난 수출 확대, 주요 국제 난초 전문 생산 및 마케팅 플랫폼으로 성장

- 국제 난 엑스포는 대만과 일본의 사례를 참고하였을 때 우리나라는 난 산업 활성화가 주된 목적이므로 산업박람회의 성격으로 프로그램을 운영하는 것이 바람직함.
- 다만 성공적인 관람객 유치를 위해서는 관람객이 참여할 수 있도록 즐길거리와 볼거리를 다채롭게 준비해야 함. 지난 제9회 APOC에서 난 전시회에 대한 관람객의 만족도는 높았으나, 학술회의 등이 강조되다 보니 많은 관람객을 유치하지는 못하였음.

2) 재원 확보 방안

- 세계난전의 경우도 전시회 입장료 수익으로만 운영하기 힘들기 때문에 자국 내 기업과의 협찬을 통해 재원을 조달하고 있음. 주최기관인 요미우리 신문사 등에서 영업을 통해 시세이도, TOTO 등 일본 유명 기업의 후원을 받아서 진행하고 있음. 세계난전 일본대상은 외무성, 농림수산성, 환경성의 후원을 받고 있지만 재정적으로 일본정부에서 지원을 받지 않음.

- 국제 난 엑스포도 재원을 확보하기 위해서는 정보 또는 개최도시의 재정적 지원 및 후원사 발굴이 필요함.

4) 성공적인 엑스포 추진을 위한 사전 준비 중요

- 제9회 APOC를 고양에서 개최하였으나 투자액 대비 수입액, 관람객 수, 지속적인 행사 개최 여부 등을 고려하였을 때 성공적인 행사는 아니었음. 일본은 1987년 WOC 개최 이후 선풍적인 인기에 힘입어 세계난전을 계속 개최할 수 있었으며, 약 2년간의 준비기간을 통해 세계난전을 개최하였음.
- 우리나라는 APOC 준비하는 과정에서 개최지가 부산에서 고양으로 변경되는 등 추진에 있어 난항을 겪었음. 또한 국제 난 행사에 대한 경험이 부족하여 학술회의, 해외 난(분화) 입국 등에 어려움이 있었음.
- 국제원예학회 제3차 국제 난 심포지엄, 제9회 APOC 등을 추진한 경험이 있으나, 연속적으로 경험을 축적하지 못하였고, 산업박람회로서 국제행사는 처음 개최하는 것이기 때문에 성공적인 엑스포 추진을 위해 사전 준비시간을 충분히 가질 필요가 있음.
- 초기에는 전문 대행사를 선정하여 추진하되, 이후에는 조직위원회 산하에 사무국을 두고, 연속적으로 행사를 추진할 수 있는 기반을 구축해야 함.

5 난 관계자 및 대국민 설문조사 결과

5.1. 난 관계자 설문조사 결과

1) 설문조사 개요

- 설문조사명 : 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석을 위한 설문조사
- 조사기간 : 2018년 9월 19일
- 조사대상 : 난 애호인, 난 재배자, 난 유통자 등 103명
- 조사내용 : 엑스포 개최필요성, 개최주기, 개최장소 등

2) 주요 결과

- 응답자 103명 중 97.1%가 국제 난 엑스포 개최 필요성이 있다고 응답함.

[표 II-45] 국제 난 엑스포 개최 필요성

구분	빈도	비율(%)
필요하다	100	97.1
필요하지 않다	0	0.0
잘 모르겠다	3	2.9
응답자 합계	103	100.0
무응답	0	
합계	103	

- ‘국제 난 엑스포 개최주기’ 는 ‘매년’ 으로 응답한 자가 전체 응답자의 52.0%으로 가장 많았으며, ‘3년에 한번’ 으로 응답한 사람은 27.5%으로 두 번째로 많았음.

[표 II-46] 국제 난 엑스포 개최 주기

구분	빈도	비중(%)
1회(단발성)	4	3.9
매년	53	52.0
3년에 한번	28	27.5
4년에 한번	10	9.8
기타	7	6.9
응답자 합계	102	100.0
무응답	1	
계	103	

- ‘국제 난 엑스포 개최 시기’ 는 ‘1~3월’ 이 적절하다고 응답한 자의 비율이 58.8%으로 가장 많았으며, 두 번째로는 ‘10~12월’ 이 20.6%으로 많았음.

[표 II-47] 국제 난 엑스포 개최 적정 시기

구분	빈도	비중(%)
1~3월 중	60	58.8
4~6월 중	18	17.6
7~9월 중	0	0.0
10~12월 중	21	20.6
기타	3	2.9
응답자 합계	102	100.0
무응답	1	
계	103	

- ‘국제 난 엑스포 개최 기간’ 은 ‘5일 미만’ 과 ‘5일 이상 7일 미만’ 이 각각 43.1%, 42.2%로 나타남.

[표 II-48] 국제 난 엑스포 개최 적정 기간

구분	빈도	비중(%)
5일 미만	44	43.1
5일 이상 7일 미만	43	42.2
7일 이상 10일 미만	10	9.8
10일 이상 15일 미만	4	3.9
15일 이상	1	1.0
응답자 합계	102	100.0
무응답	1	
계	103	

- ‘국제 난 엑스포 개최 장소’ 는 ‘장소 대관’ 이 64.4%으로 가장 많았고, ‘부지 선정 및 전시관 증축’ 도 27.7%로 높게 나왔음.

[표 II-49] 국제 난 엑스포 개최 장소

구분	빈도	비중(%)
장소 대관(예시 : 킨텍스)	65	64.4
부지 선정 및 전시관 증축	28	27.7
기타	8	7.9
응답자 합계	101	100.0
무응답	2	
계	103	

□ ‘국제 난 엑스포 개최 지역’ 은 ‘수도권’ 이 78.2%으로 가장 높게 나왔음.

[표 II-50] 국제 난 엑스포 개최 지역

구분	빈도	비중(%)
수도권	79	78.2
지역(지방)	15	14.9
기타	7	6.9
응답자 합계	101	100.0
무응답	2	
계	103	

5.2. 대국민 설문조사 결과

1) 설문조사 개요

- 설문조사 명 : 국제 난 엑스포 개최 타당성 분석을 위한 대국민 설문조사
- 설문조사 기간 : 2018년 9월
- 설문조사 기관 : (주)한국리서치
- 조사 설계

조 사 대 상	<input type="checkbox"/> 전국에 거주하는 만 20세 이상 소득이 있는 국민
목표표본 수	<input type="checkbox"/> 사전조사 100명 <input type="checkbox"/> 본 조 사 1,000명
표 본 특 성	<input type="checkbox"/> 조사 방법, 내용 등을 고려하여 80세 이상 모집단에서 제외 <input type="checkbox"/> 20-39세, 40-59세, 60세 이상 지역별 인구비례할당 실시 (2018년 7월 주민등록인구 기준) <input type="checkbox"/> 소득 분위에 따른 소득 할당 실시 (통계청 소득구간별 가구당 가계수지 2016 기준)
조 사 방 법	<input type="checkbox"/> MS패널을 이용한 웹서베이 (CAWI: Computer Aided Web Interview)
조 사 내 용	<input type="checkbox"/> 인적사항(성별, 연령, 지역, 가구소득, 행사 관련 여부, 가족 수, 직업, 학력, 여가활동비 등) <input type="checkbox"/> 입장료 지불 의향 <input type="checkbox"/> 제시금액 별(제시금액x2배, 제시금액x1/2배) 지불 의향 <input type="checkbox"/> 입장료를 지불할 의향이 없는 이유 <input type="checkbox"/> 입장료를 지불하고자 하는 이유

2) 설문조사 주요 결과

- 최근 5년 이내에 난을 구입한 경험이 있다고 응답한 비율은 전체의 22.5%로 나타났으며, 5년이라는 기간을 고려한다면 1년 동안의 난 구입 경험은 현저히 떨어질 것으로 예상됨.

[표 II-51] 최근 5년 이내 난을 구입한 경험

항목	빈도	비율(%)
있다	225	22.5
없다	775	77.5
총계	1,000	100.0

- 최근 5년 이내에 난을 구입한 경험이 있다고 응답한 225명 중 한국춘란을 구입했다고 한 비율이 28.0%로 가장 높게 나타났고 기타 동양란 27.6%, 서양란 26.7%, 잘 모르겠음 17.8% 순서대로 높게 나타났음.

[표 II-52] 구입한 난의 종류

항목	빈도	비율(%)
한국춘란	63	28.0
기타 동양란	62	27.6
서양란	60	26.7
잘 모르겠음	40	17.8
총계	225	100.0

- 최근 5년 이내에 난을 구입한 경험이 있다고 응답한 225명 중 선물용으로 난을 구입했다고 응답한 비율이 46.2%로 가장 높게 나타났고 다음으로 집안 장식용으로 구입했다는 비율이 35.1%로 나타남.

[표 II-53] 난을 구입한 주된 목적

항목	빈도	비율(%)
선물용	104	46.2
행사용	12	5.3
집안 장식용	79	35.1
학교/사무실용	6	2.7
취미생활	24	10.7
총계	225	100.0

- 최근 5년 이내에 난을 구입한 경험이 있다고 응답한 225명 중 난을 꽃가게에서 구입했다고 응답한 비율이 49.8%로 가장 높게 나타났으며 다음으로 인터넷·전화꽃배달 17.3%, 도매시장 16.0% 순으로 높게 나타남.

[표 II-54] 난을 구입한 장소

항목	빈도	비율(%)
꽃가게	112	49.8
도매시장	36	16.0
인터넷·전화꽃배달	39	17.3
대형유통업체	16	7.1
재배농가	20	8.9
지인	2	0.9
총계	225	100.0

- 국제 난 엑스포가 개최된다면 가능하면 가고 싶다고 응답한 비율이 54.2%로 가장 높게 나타났고 별로 가고 싶지 않다 37.0%, 전혀 가고 싶지 않다 6.2%, 꼭 가고 싶다 2.6% 순으로 높게 나타남.

[표 II-55] 국제 난 엑스포가 개최된다면 방문의향

항목	빈도	비율(%)
전혀 가고 싶지 않다	62	6.2
별로 가고 싶지 않다	370	37.0
가능하면 가고 싶다	542	54.2
꼭 가고 싶다	26	2.6
총계	1,000	100.0

- 국제 난 엑스포를 가고 싶다고 응답한 568명 중 볼거리가 많을 것 같아서 국제 난 엑스포를 가고 싶다고 응답한 비율이 59.3%로 가장 높은 비율을 차지하고 있고 난과 관련된 내용을 알기 위해서 가고 싶다고 응답한 비율이 24.5%로 나타남.

[표 II-56] 국제 난 엑스포를 가고 싶은 가장 큰 이유

항목	빈도	비율(%)
개인적으로 난에 관심이 많아서	86	15.1
볼거리가 많을 것 같아서	337	59.3
난과 관련된 내용을 알기 위해서	139	24.5
난 관련 종사자와의 교류를 위해서	3	0.5
가족이 난(식물)을 좋아해서	3	0.5
총계	568	100.0

- 국제 난 엑스포에 가고 싶지 않다고 응답한 432명 중 개인적으로 난에 관심이 없어서 가고 싶지 않다고 응답한 비율이 59.5%로 가장 높게 나타났고 다음으로 시간적 여유가 없어서 19.9%, 다른 행사들과 별로 차이가 없을 것 같아서 12.0% 순으로 높게 나타남.

[표 II-57] 국제 난 엑스포를 가고 싶지 않은 가장 큰 이유

항목	빈도	비율(%)
개인적으로 난에 관심이 없어서	257	59.5
다른 행사들과 별로 차이가 없을 것 같아서	52	12.0
시간적 여유가 없어서	86	19.9
경제적 여유가 없어서	27	6.3
거리가 멀어서	6	1.4
기타	4	0.9
총계	432	100.0

- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 가족/친지와 함께 방문하고 싶다고 응답한 비율이 59.6%로 가장 높게 나타났고 다음으로 친구/연인/선후배와 같이 가고 싶다고 응답한 비율이 26.2%로 나타남.

[표 II-58] 국제 난 엑스포를 방문한다면 동행하고 싶은 사람

항목	빈도	비율(%)
혼자서	113	11.3
가족 / 친지	598	59.8
친구 / 연인 / 선후배	262	26.2
직장 / 단체 동료	22	2.2
기타	5	0.5
총계	569	100.0

- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 당일 하루로 방문하고 싶다고 응답한 비율이 80.1%로 가장 높게 나타났고 1박2일이 18.4%로 나타남.

[표 II-59] 국제 난 엑스포 방문 기간

항목	빈도	비율(%)
당일 하루	801	80.1
1박2일	184	18.4
2박3일	15	1.5
총계	569	100.0

- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 40.7%가 국제 난 엑스포를 방문한다면 난 전시 프로그램에 가장 참여하고 싶다고 응답했고 33.3%가 직접 참여 가능한 체험 프로그램에 가장 참여하고 싶다고 응답함.

[표 II-60] 국제 난 엑스포를 방문한다면 가장 참여하고 싶은 프로그램

항목	빈도	비율(%)
직접 참여 가능한 체험 프로그램	333	33.3
난 관련 교육 프로그램	103	10.3
난 전시 프로그램	407	40.7
이벤트 및 오락 프로그램	152	15.2
기타	5	0.5
총계	569	100.0

- 국제 난 엑스포가 개최된다면 입장료를 지불할 의향이 있는 응답자는 84.1%를 차지하였고 단 1원도 낼 수 없다고 응답한 비율은 15.9%로 나타남.

[표 II-61] 국제 난 엑스포 입장료 지불 의향

항목	빈도	비율(%)
있음	841	84.1
단 1원도 없음	159	15.9
총계	841	100.0

□ 국제 난 엑스포가 개최된다면 입장료 지불의사가 있는 응답자 841명 중 40.2%가 국제 난 엑스포가 국내 화훼(난) 관련 산업의 활성화에 크게 기여할 것이기 때문에 입장료를 지불하고자 한다고 하였고 27.6%는 한국 화훼(난)의 해외 수출 증가 등에 따른 경제적 효과를 기대할 수 있기 때문이라고 응답함.

[표 II-62] 국제 난 엑스포 입장료를 지불하고자 하는 가장 큰 이유

항목	빈도	비율(%)
국내 화훼(난)에 대한 국민들의 인식이 크게 높아질 것이기 때문에	208	24.7
국내 화훼(난) 관련 산업의 활성화에 크게 기여할 것이기 때문에	338	40.2
한국 화훼(난)의 해외 수출 증가 등에 따른 경제적 효과를 기대할 수 있기 때문에	232	27.6
개인적인 관심	40	4.8
원활한 엑스포 운영을 위해	21	2.5
기타	2	0.2
총계	841	100.0

- 국제 난 엑스포가 개최된다면 입장료로 단 1원도 지불의사가 없다고 한 이유는 국제 난 엑스포에 관심이 없어서라고 응답한 비율이 54.7%로 가장 높게 나타났고 판단할만한 충분한 정보가 주어지지 않아서 18.2%, 입장료는 이미 납부하고 있는 세금으로 충당해야 된다 11.3% 순서로 높게 나타남.

[표 II-63] 국제 난 엑스포 입장료를 단 1원도 지불의사가 없는 가장 큰 이유

항목	빈도	비율(%)
국제 난 엑스포에는 관심이 없다.	87	54.7
국제 난 엑스포 입장료는 이미 납부하고 있는 세금으로 충당해야 된다.	18	11.3
국제 난 엑스포가 난 산업 발전에 영향을 주지 않을 것이다.	12	7.5
입장료를 지불할 만한 경제적 여유가 없다.	11	6.9
판단할만한 충분한 정보가 주어지지 않았다.	29	18.2
기타	2	1.3
총계	159	100.0

6 국제 난 엑스포 필요성 및 추진방향

6.1. 국제 난 엑스포 개최 필요성

1) 국내 난 산업계의 결집을 위한 계기 필요

- 우리나라 난 산업은 1990년대 화훼산업과 함께 빠르게 성장하여 2000년대 초반까지 수출효자품목으로 성장하였음. 그러나 2000년대 중반 이후부터 국내외적으로 경기가 침체되고, 수출 시장에서 경쟁력이 낮아지면서 난 산업도 위축되었음.
- 현재 국내 난 산업은 품종육성부터 재배생산, 유통소비, 수출입 등 전 분야에서 개선해야 할 과제를 안고 있음. 난 산업이 활성화하기 위해서는 개별 과제별로 대응책을 마련하기 보다는 난 산업에 대한 종합적인 진단과 전략이 필요함.

[표II-64] 국내 난 산업 개선과제

부문	주요 내용
품종육성	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 고품질 우수한 품종 확보 미흡(신품종 개발 및 육성이 호접란과 심비디움 중심으로 진행됨.) ◦ 대량 생산 종묘시스템 부족으로 인해 안정적인 난묘 공급 어려움
재배생산	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 재배농가의 결집력 부족, 정책적으로 관심 부족 ◦ 유가의 지속적인 상승, 경기 불황에 따른 난소비 침체 ◦ 원화강세 및 수출단가 하락, 재배시설의 노후화, 노동력 부족 등
유통소비	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 공영도매시장의 시설 협소, 상품화 및 포장규격화, 신선도를 유지할 수 있는 유통시설 미흡 ◦ 선물용 중심의 내수시장, 소비기반 확대 필요
수출입	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 수출품목과 수출국이 한정되어 있음. ◦ 수출업체간 과당 경쟁으로 낮은 수출단가

- 이를 위해서는 분산된 난 산업계의 역량을 결집하고 유기적으로 협력할 수 있는 체계를 우선적으로 구축해야 함. 신규 해외 바이어 발굴과 함께 난 산업 관련 기술, 품종설명회, 세미나 심포지엄 등 전문가들의 다양한 정보교류가 가능한 행사를 개최함으로써 난 산업계의 역량 결집과 발전을 모색해야 함.

2) 문화컨텐츠와 접목한 난 문화 저변 확대

- 난은 비싸고 키우기 어려우며 손이 많이 간다는 부정적인 인식이 존재함. 난에 대한 내수시장을 확대하기 위해서는 우선적으로 난에 대한 대중의 부정적인 인식을 개선할 필요가 있음.
- 또한 난은 동북 아시아인에게는 단순한 식물이기 이전에 정신을 의미하는 식물로 문화상품으로 개발할 수 있음. 인문학과 연계한 식물, 인물고전, 서예와 한국화, 역사적 스토리를 엮은 마케팅 등 우리나라가 보유하고 있는 난 문화유산을 기반으로 한 난 관련 문화컨텐츠를 발굴하여 일반 대중들도 난을 향유할 있도록 보급해야 함.

3) 한국 춘란 등 한국난의 우수성 소개 및 홍보

- 세계 난 시장은 양란이 주도하고 있기 때문에 원종 등 유전자원 확보, 품종개발 및 육종 기반 측면에서 우리나라가 세계 선진국과 경쟁하는데 한계가 있음.
- 한국 춘란, 풍란, 석곡 등 우리나라 자생란은 원종 등 유전자원을 국내에서 확보할 수 있기 때문에 우리 자생란의 산업화 및 상품화가 필요함.
- 다만, 세계 난 시장이 양란 중심이기 때문에 한국 춘란을 비롯한 동양란의 아름다움과 우수성을 전면적으로 소개하는 계기가 필요함. 세계에서 개최되는 난 전시회에 참여하여 우리나라 난에 대한 우수성을 소개할 수 있지만 양란 중심의 전시회이기 때문에 우리나라 난의 우수성을 각인시키는데 한계가 있음.

6.2. 국제 난 엑스포 개최효과

- 국제 난 엑스포는 한국 난 산업의 발전을 견인할 수 있는 산업엑스포로서 의의를 갖고 있음.
- 한국 춘란, 한란, 풍란, 석곡 등 우리나라 자생란의 우수성을 소개하고, 장기적으로는 세계 난 시장에서 글로벌 리더십을 확보하여 우리나라 난의 국제적 위상을 높이는 기회의 장으로 활용

1) 산업적 측면

- 난과 식물은 단자엽식물 중에서 가장 진화된 식물로 전세계에 800여속 3만여 종에 달하는 큰 식물군으로 관상용만 아니라 고대부터, 약용, 식용, 향신료 등으로 사용되는 등 다양한 잠재적인 가치를 가지고 있음.
- 난의 다양한 원예학적, 산업적인 가치를 발굴하고 국내 난 산업계의 역량을 결집함으로써 국제 난 엑스포는 침체된 난 산업을 활성화하기 위한 새로운 기회를 제공하는 자리가 될 것임.
- 또한 다양한 프로그램과 콘텐츠를 통해 국산 난 품종과 한국 고유의 난을 홍보 및 보급하여 서양란 중심의 세계 시장에서 동양란의 아름다움을 소개하는 자리가 될 것임. 이를 통해 국내 난 소비 활성화와 난 수출 확대를 도모하고자 함.

2) 엑스포 경쟁력 측면

- 주변국인 일본, 대만, 싱가포르의 경우 매년 세계적인 난 전시회를 개최하고 있음. 이를 통해 자국의 난의 우수성을 세계에 알리고 있음. 우리나라도 두 차례 국제적인 난 행사를 유치한 경험이 있으나, 사전준비 미흡 및 홍보 부

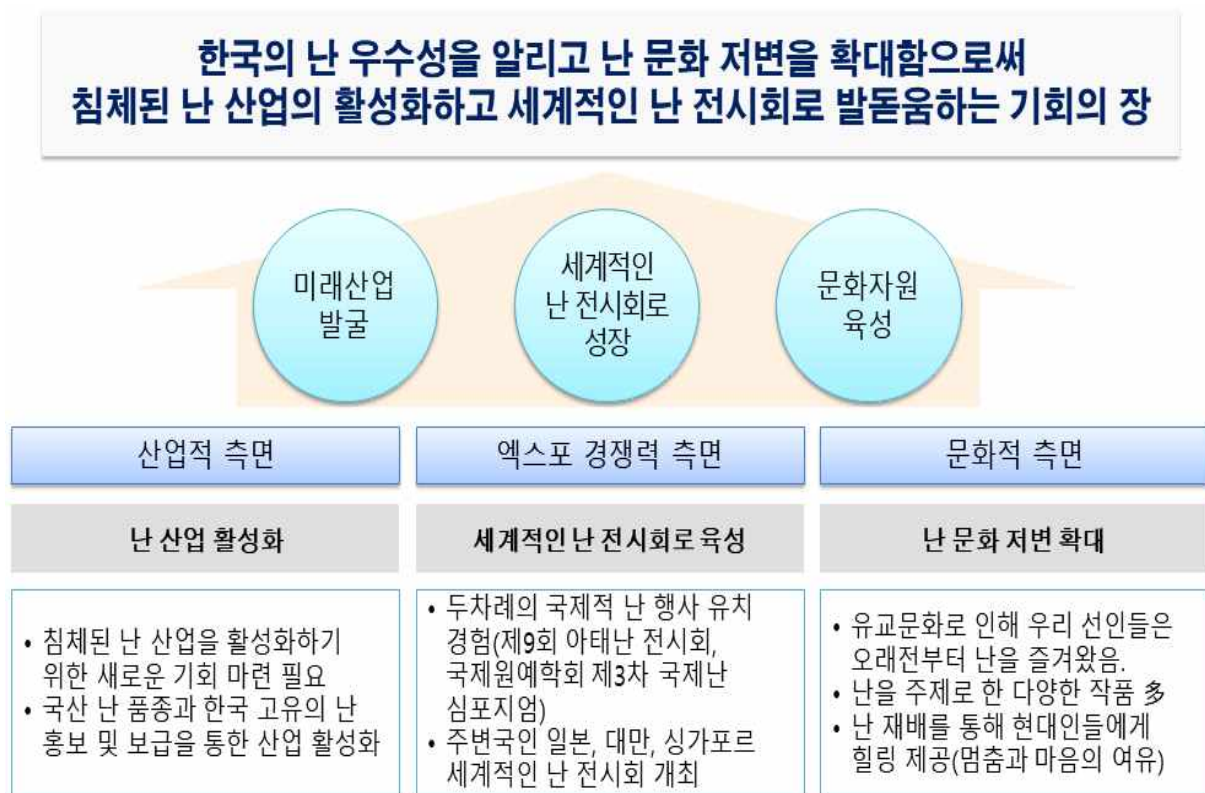
족 등으로 지속적인 개최로 확대되지는 못하였음.

- 철저한 사전준비로 국제 난 엑스포를 성공적으로 개최하고, 이후 세계적인 난 전시회로 육성한다면 난과 관련된 세계적인 이슈를 창출하여 우리나라의 난에 대한 이미지를 제고할 수 있음.

3) 문화적 측면

- 다양한 작품을 통해 난에 대한 아름다움 등을 소개하고 이를 통해 현대인들에게 힐링을 제공함으로써 난에 대한 부정적인 인식을 개선하고자 함.
- 난과 연계된 다양한 문화컨텐츠를 개발 및 소개하여 난문화의 저변확대에 기여하고자 함.

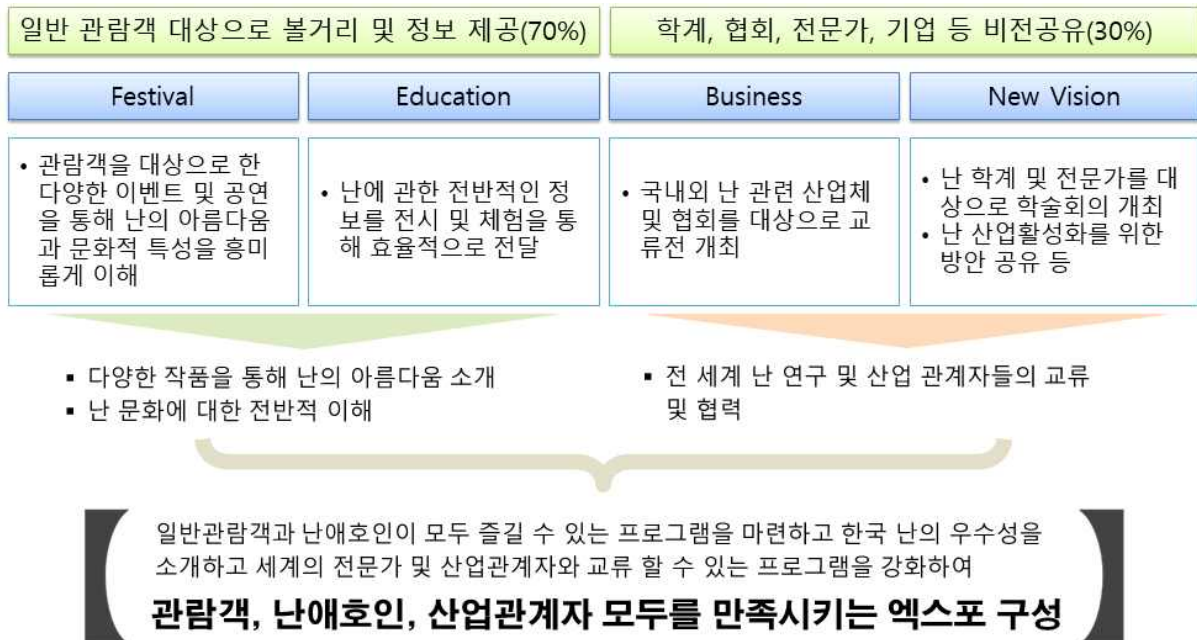
[그림 11-23] 국제 난 엑스포 기대효과



6.3. 국제 난 엑스포 추진방향

- 산업엑스포의 성격을 고려하여 비즈니스 창출을 위한 프로그램과 일반관람객을 위한 프로그램으로 구성하여, 관람객, 학계 및 관련 기업, 바이어 모두를 만족시키는 엑스포로 추진함.
- 국제 난 엑스포가 많은 관람객을 유치하기 위해서는 일반 관람객 대상 프로그램이 다채롭게 구성되어야 하므로, 엑스포 초기에는 일반 관람객 대상 볼거리 및 정보 제공을 전체 프로그램의 70% 수준으로 구성함.
- 일반 관람객 대상 프로그램은 ‘festival’ 과 ‘education’ 으로 구성함. ‘festival’ 은 다양한 이벤트와 공연을 통해 난의 아름다움과 문화적 특성을 흥미롭게 이해할 수 있도록 구성함. ‘education’ 은 난에 대한 전반적인 정보를 전시 및 체험을 통해 효율적으로 전달할 수 있도록 구성함.
- 학술회의 및 비즈니스 프로그램은 난 관련 세계적인 이슈를 도출하고 새로운 비전을 제시할 수 있도록 학술회의를 구성하고 비즈니스 프로그램은 국내외 난 관련 산업체 및 협회를 대상으로 정보 교류 및 무역상담을 할 수 있는 프로그램을 구성함.

[그림 II-24] 국제 난 엑스포 추진방향



6.4. 국제 난 엑스포 성공요인

[표 II-65] 국제 난 엑스포 성공요인

구분		세부내용
이벤트	총실한 주제 구현	<ul style="list-style-type: none"> · 전시관 간 차별화와 전체의 조화 · 전시관별 핵심메시지 부각 · 전시연출 및 콘텐츠 디자인 가이드라인 제시 · 우수 전시관 시상제도 도입 · 박람회장 전체에 대한 상징성 확보 · 미래지향적인 주제 구현 · 참가국 전시연출 사전심사제 시행 · 친환경적인 공간조성 및 운영체계 도입
	접근성 제고	<ul style="list-style-type: none"> · 교통, 숙박 확충 · 홍보 강화 · 적정 수준의 입장료 및 요금 차별화 · 주변지역 관광상품과 연계
	관람 편의 향상	<ul style="list-style-type: none"> · 저명인사 초청 강연 · 다양한 문화공연 개최 · 직접 체험공간 확충 · 첨단기술 및 스타 프로젝트 도출 · 관람편의시설 확충 · 자원봉사자 교육(해설사, 통역사, 해결사) · 재해방지대책 확충 · 안내시설 확충 · 미아방지대책 수립
정책적 측면	산업발전	<ul style="list-style-type: none"> · 난 산업에 대한 장기적인 발전 전략 수립 · 산업관련 기초 인프라 구축
	이미지 제고	<ul style="list-style-type: none"> · 난 산업에 대한 세계적인 이슈 발굴과 해결책 제시
공통적인 측면	정부지원	<ul style="list-style-type: none"> · 정부의 적극적인 지원(정책, 예산, 인원) · 중앙정부와 지방정부의 역할 분담 및 협조
	추진의지	<ul style="list-style-type: none"> · 박람회 성공개최에 대한 확신과 자신감 확보



국제 난 엑스포 기본계획

1 엑스포 개최 개요

1.1. 행사 명칭

행사명(국문) : 2020년 대한민국 국제 난 엑스포
 (영문) : KOREA International Orchid Expo 2020
 [요약명 : KIOE 2021]

1) 행사 명칭의 사용 방향

- 기존 국내 주요 전시회 사례의 경우 ‘개최년도(횟수)+개최국가(지역)명+엑스포 주제+ 엑스포’ 또는 ‘엑스포’ 로 작명하는 경우가 있음.
- 난 관련 국제 전시회의 경우 엑스포 명칭을 사용하는 경우가 적으나 국내 홍보목적으로 국제행사임을 부각시키기 위하여 엑스포 명칭을 사용.
- 해외의 주요 국제 난 전시회의 경우 ‘Expo’ 명칭보다는 ‘Conference’, ‘Show’ 등의 표현이 흔하게 사용되나 국내 관람객을 대상으로 하는 전시회의 목적상 ‘엑스포’ 의 명칭이 국내 홍보에 유리할 수 있음.
- 세계난 전시회(WOC) 등 국제 난 전시회의 공식유치를 검토할 수 있으나 현재 관련 실무협의를 이루어지지 않았으므로 독자 개최를 전제조건으로 계획을 수립함.

[표III-1] 주요 국제 난 전시회의 국문 및 영문 행사명

구분	행사명	행사의 성격
1	제 9회 아시아 태평양 난 전시회	학술회의 및 난 전시회
	9th Asia Pacific Orchid Conference	
2	제22회 세계난초 회의	학술회의 및 난 전시회
	22nd World Orchid Conference	
3	대만 국제 난 전시회	산업 엑스포 / 난 산업 활성화 / 국제교류
	Taiwan International Orchid Show, TIOS	
4	세계난전 일본대상 2018	종합 난 전시회
	International Orchid Festival 2018	

2) 엑스포 명칭의 사용가능 여부

- ‘엑스포’, ‘Expo’의 명칭 사용에는 별도의 제한이 없으며 국제공인엑스포의 여부와 상관없이 ‘엑스포(EXPO)’의 명칭은 사용 가능함, 원칙적으로 영문 공식 명칭의 경우 BIE협약에 따라 제재를 받을 수 있으나 3주 이하의 전시회의 경우 협약 대상이 아니므로 본 행사에 명칭사용시 문제점은 없음.
- 엑스포는 BIE의 공인 여부에 따라 ‘공인 엑스포’와 ‘비공인 엑스포’로 구별됨. 공인엑스포의 경우 개최국 정부명의로 BIE에 신청하여 승인을 받아야 개최할 수 있고, 국각의 공식외교 채널을 통하여 참가국을 유치함.
- ‘공인 엑스포’의 경우 대규모 행사로서 개최기간이 3주 이상 6개월 이하이어야 함. BIE는 전시기간이 3주 이하인 박람회, 상업적 성격의 박람회, 순수예술 전시회 등은 공인엑스포로 승인하지 않음.
- 비공인 엑스포의 경우 BIE협약에 따라 회원국이 비공인 엑스포에 국가자격으로 참가하는 것은 제한하고 있으며 전시회 규모나 수준이 공인엑스포에 비해 낮음.

[표Ⅲ-2] 엑스포 명칭 사용관련 BIE협약 주요내용(엑스포 개최 조건 부문)

조항	주요내용
제1조	1. 엑스포라 함은 명칭에 관계없이 일반대중의 교육을 그 주된 목적으로 하는 전시회를 말한다. 엑스포는 문명의 욕구를 충족시키기 위하여 인간이 활용할 수 있는 수단을 전시하거나, 하나 또는 그 이상의 분야에서 인간의 노력이 성취한 발전을 전시하거나, 미래에 대한 전망을 보여줄 수 있다. 2. 2개국 이상이 참가하는 엑스포를 국제엑스포라 한다.
제2조	이 협약은 다음 각 호를 제외한 모든 국제엑스포에 적용된다. 가. 개최기간이 3주 미만인 엑스포 나. 미술 전시회 다. 본질적으로 상업적 성격을 갖는 엑스포
제4조	가. 다음과 같은 특징을 지닌 국제엑스포는 사무국의 인정을 받을 자격이 있다. 1. 개최기간은 3주 이상 3개월 이하이어야 한다. 2. 분명한 주제를 표현하여야 한다.

1.2. 엑스포 개최일정의 검토

1회) 2021년 3월 19일 ~ 28일 (10일간) 2회) 2022년 3월 18일 ~ 27일 (10일간)
--

1) 개최연도의 검토

- 해외의 국제 난 전시회의 경우 주기적으로 엑스포를 개최하고 있으므로 관련 일정을 참조하여 개최일정을 설정해야 하며 국제행사 및 대규모 전시회와의 연계 및 경합가능성을 검토함.
- 국제행사로의 개최 및 자체 국제행사로의 개최에 대한 의사결정이 필요하며, 국제행사의 경우 개최준비에 약 1년 이상의 충분한 준비기간을 거침. 준비기간을 고려할 때 2018년, 2019년은 개최가 어려우며 2020년 이후로 개최를 추진해야 함.
- 주요국의 국제 난 전시회 일정을 감안하여 2021년에 공식 국제 난 전시회가 없는 시기이므로 제 1회 개최를 안으로 설정함.
- 난 단체 의견조사 결과 국제 전시회의 매년 개최를 선호하고 있으므로 2021년 1회 개최 후 성과의 평가에 따라 매년 개최하는 것을 기본계획으로 추진하며, 준비과정을 거쳐서 이후 국제전시회 유치를 적극적으로 검토함.

[표III-3] 주요 국제 난 전시회 예정 일정

년도	주요 국제 난 전시회 계획
2019	13회 아시아 태평양 난 전시회(APOC), 말레이시아
2020	23회 세계난 전시회 (WOC), 대만
2021	
2022	14회 아시아 태평양 난 전시회(APOC), 싱가포르
2023	24회 세계난 전시회 (WOC), 개최국 미정

2) 개최시기의 검토

- 국내 난 전시회를 본 행사의 부대행사로 활용하고 다양한 체험 및 전시를 유치하기 위하여 적정 시기를 고려함. 난 엑스포의 경우 실내행사로 개최함으로써 행사시 해당 시기의 날씨 및 기온의 영향을 덜 받지만 관람객 모객이 가능성을 가장 높일 수 있는 시기를 선정하도록 함.
- 국내 난 및 화훼전시회의 경우 꽃이 개화하는 봄철에 집중적으로 진행이 됨, 일반 시민의 참여 유도를 위해서는 유사한 행사와 중복되지 않도록 행사시기를 설정해야 함.
- 국내 사례를 검토한 결과 4~5월의 경우 실외 화훼전시회가 개최되고 야외 나들이객이 증가하므로 외부 화훼전시회가 없는 시기에 실내행사로 3월경 개최가 유리함.
- 본 엑스포의 개최와 관련하여 난 관련 단체의 의견수렴 결과 3월 개최를 선호하고 있으며 난의 개화시기 및 전시의 용의성을 고려할 경우 3월경에 개최하도록 함.
- 해외 난 전시회와 일정이 중복되지 않도록 시기를 설정하며, 일본 세계난전이 매년 2월 말경 개최되고, 대만 국제 난 전시회가 매년 3월 초 개최되는 점을 감안하여 매년 정례화 시에 두 국가의 시기를 피하여 3월 중순 이후 개최함.

[그림 III-1] 주요국의 국제 전시회 개최시기 현황



3) 개최기간의 검토

- 국내 국제 전시회(난 및 화훼관련 전문전시장 운영사례, 실외 대규모 엑스포 제외)의 사례를 보면 전시기간이 길지 않으며 해외 난 전시회의 경우 평균 단기간 개최가 다수이므로 본 엑스포의 경우도 약 10일 정도가 적당함.
 - 실외 개최 엑스포의 경우 시설 설치 비용 등 수지측면에서 20일정도 개최하는 경우가 많음(고양 국제 꽃엑스포).
 - 국내 난 전시회의 경우 평균 3일을 전시하나 국제행사이므로 해외 국제 난 전시회와 같이 7일 이상의 기간이 필요함.
- 난 관련 단체 설문결과 개최기간을 ‘5일 미만’ 및 ‘5일 이상 7일 미만’을 선호하는 비중이 높게 나타나고 있으나 국외 참가자 및 대중 엑스포로서의 효과를 도모하기 위해서는 7일 이상의 개최 일정을 가지는 것이 타당함.

[표Ⅲ-4] 국제 엑스포 및 주요 난 전시회 개최기간 사례

	행사명	기간	개최일수	방문객수
국제 엑스포	세계난전 일본대상 2018	2018. 2.17. ~ 2.23.	7일간	('17) 133천명
	대만 국제 난 전시회	2018. 3. 3.~ 3.12.	10일간	('17) 248천명
	9회 아시아 태평양 난 전시회	2007. 3.16. ~ 3.26.	11일간	('07) 47,508명
	고양 국제 꽃엑스포	2018. 4.27. ~ 5.23.	17일간	('18) 502,201명
국내 전시회	2018 대한민국난명품대제전	2018. 3.24. ~ 3.25.	2일간	
	제4회 한국춘란산업엑스포	2018. 2.24. ~ 2.25.	2일간	
	제39회 대한민국난대전	2018. 3.10. ~ 3.11.	2일간	
	(사)한국동양란협회, (사)한국춘란회 교류대전	2018. 3.16 ~ 3.18.	3일간	

1.3. 개최장소의 설정

서울 coex (일산 KINTEX)
 추가검토) 지역(수도권 및 이외지역) 개최

1) 개최장소의 검토

- 난 전시회는 실내에서 개최하는 것이 일반적이며 대규모 전문전시장의 시설을 활용하는 것이 가장 유리함 (국내외 엑스포 개최사례 참고).
- 동양난의 특성상 개화시기 및 전시적정 온도 등을 고려하여 봄철에 개최하는 것이 타당하며 실외 꽃전시가 본격화되는 4월~5월 전에 실시해야 하므로 국내 기후조건에서는 실내전시 중심으로 계획될 필요가 있음.
- 일본 세계난전은 도쿄돔을 빌려 사용하고 있으며 대만 국제 난 전시회의 경우 난 전시공원을 조성 실내외에서 동시에 실시하고 있음.
- 관람객 접근성, 시설물의 준비 및 사후관리 등을 종합적으로 고려해야 함.
- 별도 지자체 주관 개최가 아닌 방식으로 난 엑스포 개최를 가정하였을 경우 관람객 모객 등의 사유로 수도권 개최가 가장 유리함.

[표III-5] 개최장소에 따른 장·단점

구분	장 소	장 점	단 점
안1)	COEX 또는 KINTEX	수도 중심으로 국제적으로 상징성이 높음 교통 접근성 우수 주변 유동인구 많음	실외 전시공간 확보 어려움
안2)	지역개최 (수도권 경기지역)	교통 접근성 양호 지자체의 난 산업 육성계획 등과 연계 가능(예산반영)	전문전시시설 활용 어려움, 시설조성비용 소요
안3)	지역개최 (지방권)	지자체의 난 산업 육성계획 등과 연계 가능[예산반영]	전문전시시설 활용 어려움, 시설조성비용 소요 교통접근성이 수도권에 비해 나쁨

- 이용 가능한 시설 중 방문객 이용편리 및 국제행사를 개최하기에 여건이 우수한 곳은 서울·경기권이며 COEX 및 KINTEX가 가장 적합함.
- COEX 및 KINTEX의 경우 이용가능한 시설규모 및 소요비용의 차이가 크지 않으므로 우선 서울 COEX 개최를 가정하여 계획을 수립함. 실제 계획 수행과정에서 시설임대 가능여부 및 준비여건에 적합한 시설로 결정하도록 함.
- 국제 행사의 경우 지자체가 관련 지역산업육성을 위해 적극 추진하는 경우도 있으므로 향후 수요에 따라 수도권 외 지역개최도 가능함. 현재 지자체별 국제난 엑스포 개최 의사의 확인이 불가능하므로 가능성이 있는 지역을 사례로만 검토하도록 함.

2) 엑스포 지방개최 검토

- 본 연구에서는 기본계획으로 국제적 수준의 전문전시장에서 개최하며 지자체 주관은 없는 것으로 가정하고 계획을 수립함.
- 지역개최시 전문 전시시설의 이용이 불가능할 경우 실내체육관 및 복합문화시설 등 행사개최가 가능한 시설에 대한 탐색이 필요함.
- 지자체 주관방식의 난 엑스포 개최로 수도권 이외의 경우 해당지역 특성에 맞는 엑스포 개최 기본계획이 추가 수립되어야 하며 예측가능한 범위 안에서 해당 시나리오를 검토함.

[그림 III-2] 엑스포 지방개최 검토



- 난 엑스포 개최장소는 지자체 및 관련 단체 간 현재 논의되거나 확정된 것이 없으므로 이후 논의에 따라 변동 가능함.
- 지역개최시 전문국제전시장을 이용하는 경우, 체육관 등 복합문화시설을 이용하는 경우, 별도의 전시시설을 설치하는 경우로 형태를 나눌 수 있음.
- 전문국제전시장을 이용하는 경우는 각 지역의 전시장 여건에 따라 가능함. 주로 광역시 등의 전문전시장이 위치한 대도시 지역(인천, 부산, 광주, 대구, 대전, 창원, 제주 등)이 가능함.
- 전문전시장이 없는 경우도 실내체육관, 문화회관 등의 시설을 활용한 전시가 가능하나 국제전시회로 개최할 경우 필요한 면적 및 시설인프라 등의 요인을 점검해야 함.
- 별도의 시설을 조성하는 경우 대규모 공원 등에 임시전시장을 설치하여 개최하는 경우가 있으며 난 관련 테마공원을 신규조성하여 임시전시장 설치를 병행하는 방법이 있음.
- 별도의 전시시설 및 전시공간을 신규로 조성하는 경우에는 비용소요가 많이 되므로 행사계획의 수립시 투자 타당성의 검토가 필요함.

	
<p>2013 대장경문화축전 행사장 조성사례 사업비 : 144억원 총관람객 : 200만명 목표</p>	<p>2013 오송 화장품·뷰티 세계박람회 사업비 : 200억원 총 관람객 : 118만명</p>



2013 천안국제웰빙식품엑스포
 사업비 : 150억원 / 총관람객 : 60만명

3) 국제 난 엑스포 행사장 위치의 최종선정

- 엑스포의 적정 개최지 분석은 상징성, 이용편의성, 연계성, 수용성, 접근성의 5가지 항목에 의하여 비교 분석함

[표Ⅲ-6] 엑스포 적정 개최지 분석 항목

구분	검토내용	비고
상징성	후보지의 상징성 및 인지성	
접근성	광역접근성/개최후보지 접근경로 등	
이용편의성	교통이용 편의성, 숙박대책 등	
수용성	후보지의 규모, 전시관 배치의 용이성	
연계성	주변 관광 및 연계가능성	

- 서울 코엑스 개최, 수도권 경기지역 시군 개최, 지방 시군개최의 시나리오에 대하여 검토하였으나 국제 전시회 개최의 특성상 대도시권에서의 개최가 접근성 및 이용편의성 측면에서 유리하며, 상징성 측면에서는 난 관련 기존의 유명한 지역 등의 이미지가 형성되어 있지 않은 상황임, 전시시설의 활용측면에서 대도시가 유리하며 주변 관광과 연계성 측면에서는 지역개최가 유리함.
- 개최지 선정에 신중해야 하며 별도의 선정 및 대상지 심사 절차를 거치지 않은 상황에서 서울개최가 가장 유리한 측면이 있으므로 이를 기본계획에 반영함.

[표 III-7] 개최지(안)별 적정 개최지 분석

구분	서울 COEX	경기남부도시지역	경남 또는 전남지역
상징성	△	△	△
접근성	○	○	△
이용편의성	○	○	△
수용성	○	△	○
연계성	△	△	○

1.4. 국제 난 엑스포 주제의 선정

난의 재발전 : 생활 속의 난, 세계 속의 한국 난 산업

1) 국제 난 엑스포 주제의 선정

- 난 엑스포의 개최목적은 난 소비활성화와 난 관련 산업의 확대에 모두 있으므로 관련 내용을 주제 선정에 반영함.
- 주제는 난의 대중 소비 활성화 및 난 산업 발전목표에 대한 내용을 포함하여 “ 난의 재발전 : 생활 속의 난, 세계 속의 한국 난 산업” 으로 설정함.
- 관련 이해관계자들의 면담 결과 난 엑스포의 난 대중화 기여에 대한 기대가 높았으며 일반 시민들의 난 엑스포 참여를 통하여 난에 대한 관심도가 높아질 수 있음을 고려함.

- 난 소비 활성화를 위하여 생활 속에서 자주 접할 수 있는 난 소비문화를 만들고 국내 난 산업이 발전을 위하여 수출을 포함한 난 산업 확대의 목적한 바를 주제에 담도록 함.
- 주제는 개최년도마다 달라질 수 있으며 당시의 주요이슈와 사회적 관심사를 반영하여 참여주체 중심으로 주제의 설정 및 세부 실행계획의 마련이 필요함.

2) 행사의 아이덴티티(Event Identity(E.I.) 개발

- ‘엑스포’의 상징적 이미지를 구체화할 수 있는 엑스포의 엠블럼과 로고, 마스코트 등을 개발, 향후 엑스포 브랜드 인지도를 구축하는데 적극 활용해야 함.
- ‘국제 난 엑스포’의 E.I.는 엑스포 명칭과 같은 맥락에서 ‘난 관련자의 의견을 최대한 수용하는 것을 원칙으로 함. 또한 ‘미래 지향적 컨셉’ 및 ‘창조경제형 종합엑스포로서의 컨셉’을 상징적으로 표현할 수 있도록 2021년 엑스포를 위한 로고 및 마스코트를 수정할 때 고려해야 함.

2 엑스포 주요프로그램 및 참석대상

2.1. 주요행사 프로그램

- 대국민 설문조사 결과 행사의 구성상 난 전시 프로그램에 대한 관심이 가장 높고 직접 참여가능한 체험 프로그램에 대한 수요가 가장 많이 있는 것으로 나타남.
- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 40.7%가 국제 난 엑스포를 방문한다면 난 전시 프로그램에 가장 참여하고 싶다고 응답했고 33.3%가 직접 참여 가능한 체험프로그램에 가장 참여하고 싶다고 응답함.

[표III-8] 국제 난 엑스포를 방문한다면 가장 참여하고 싶은 프로그램

항목	빈도	비율(%)
직접 참여 가능한 체험 프로그램	333	33.3
난 관련 교육 프로그램	103	10.3
난 전시 프로그램	407	40.7
이벤트 및 오락 프로그램	152	15.2
기타	5	0.5
총계	569	100.0

- 국제 난 전시회의 경우 전시회 자체를 강조하지만 산업박람회 형식을 취하는 경우도 있음. 일본 국제 난전의 경우 난 전시회의 목적이 강하며 관련된 품평회 등의 시상프로그램을 가장 중요하게 내세우고 있음. 대만의 경우 난 산업박람회의 성격이 강하며 비즈니스를 위한 프로그램을 운영하고 있음.
- 산업전시 프로그램은 난 엑스포의 중요한 핵심요인으로 운영에 대한 전략적인 계획수립이 필요함. 난 전시회 중심의 행사를 추진하며 관련 산업의 발전을 위한 비즈니스 기회 제공, 관련 세미나 등을 동시에 개최하도록 함.

[그림 III-3] 국제 난 엑스포 프로그램 구성(안)



□ 엑스포의 전체 프로그램 구성은 공간의 배치에 따라 구역설정이 가능하였으며 향후 난 엑스포의 개최 목적에 맞도록 관련 활동 및 시설을 갖추는 것이 필요함.

[표 III-9] 국제 난 엑스포 주요 프로그램 구성

구분	주요 프로그램
주제 전시 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 출품경진대회 및 전시 ▶ 세계 난 전시회 ▶ 응용예술작품 전시회
산업 전시 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 난 산업관 ▶ 화훼 기자재 산업관 ▶ 난 무역상담회
학술회의 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 난 분야 학술회의 ▶ 난 관련분야 학술회의 ▶ 세미나 및 심포지엄
체험 및 교육 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 난 교양강좌 ▶ 난 모의 경매 ▶ 난 서화전
공연 및 이벤트 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 주제공연 및 주제퍼레이드쇼 ▶ 상설공연 및 특별공연 ▶ 참여형 이벤트 프로그램 등 다수

[표 III-10] 국제 난 엑스포 행사 일정표 (예시)

	2021년 3월 19일 금요일			2021년 3월 20일 토요일			2021년 3월 21일 일요일			
	무대행사	체험행사	참여기관 행사	무대행사	체험행사	참여기관 행사	무대행사	체험행사	참여기관 행사	
10:00~11:00	난 문화 체험	캐주얼플라워 꽃포장만들기	어린이 원예 및 경매체험	장식 만들기	캐주얼플라워 꽃포장만들기	한국춘란 강좌				
11:00~12:00		재활용화분만들기 힐링원예			재활용화분만들기 힐링원예	시상식				
12:00~13:00									플라워 마네킹	
13:00~14:00	난 강좌	캐주얼플라워 토피어리 압화공예	한국춘란 강좌	난경진대회 심사	캐주얼플라워 토피어리 압화공예	플라워 마네킹	꽃 경매 + 난 강좌	꽃 포장 배우기 재활용화분 만들기 힐링원예체험	난화 공모전 시상식	
14:00~15:00		재활용화분만들기 힐링원예	모의경매 체험		재활용화분만들기 힐링원예	모의경매 체험				화훼 체험
15:00~16:00		참여기관 주관 프로그램			참여기관 주관 프로그램	한국춘란 강좌	꽃 경매 + 난 강좌			
16:00~17:00		참여기관 주관 프로그램			참여기관 주관 프로그램	포푸리 만들기				
17:00~18:00										
특별전시행사	공모전 수상작 전시 / 사진 응모작 전시 난 서화전 등									

[그림 III-4] 세계난전 일본대상 전시회 진행사례



会場全景



上位入賞作品



日本大賞



上位入賞作品



ディスプレイ部門展示風景



場内ガイドツアー



東北応援ブース



販売ブース



公式グッズ売場



郵便サービスコーナー

2.2. 참석대상자 추정결과

예상 참가 규모 : 관람객 약 12만명 / 전시참가자 80개 업체
 내국인 11만6천명 / 외국인 2천명
 국내 전시참가업체 50개 업체 / 해외 전시참가자 30개 업체 (총 15개국)

1) 예상 관람객 추정의 방법

- 일반성인의 관람수요 예측은 설문조사에 의한 방문의향, 기존 유사행사의 방문객 수를 기준으로 추정할 수 있음.
- 본 기본계획 수립에서는 기존 난 국제 전시회의 사례 및 대국민 설문조사를 통하여 얻은 방문의사를 종합적으로 고려하여 지역별 참석대상자를 추정함.

2) 관람객 특성 및 의향조사 결과 (대국민 설문조사 결과)

- 전 국민을 대상으로 국제 난 엑스포 개최에 대한 인식과 방문의향, 입장료 지불의향에 관한 설문을 실시하였으며 관람객 추정 및 입장료 설정, 경제적 편익 측정을 위한 기초자료로 활용하였음.
- 국제 난 엑스포 개최 시 꼭 가고싶다고 응답한 비중이 2.6%정도를 차지하였음.

[표Ⅲ-11] 국제 난 엑스포가 개최된다면 방문의향

항목	빈도	비율(%)
전혀 가고 싶지 않다	62	6.2
별로 가고 싶지 않다	370	37.0
가능하면 가고 싶다	542	54.2
꼭 가고 싶다	26	2.6
총계	1,000	100.0

- 국제 난 엑스포를 가고 싶다고 응답한 568명 중 볼거리가 많을 것 같아서 국제 난 엑스포를 가고 싶다고 응답한 비율이 59.3%로 가장 높은 비율을 차지함.
- 국제 난 엑스포에 가고 싶지 않다고 응답한 432명 중 개인적으로 난에 관심이 없어서 가고 싶지 않다고 응답한 비율이 59.5%로 가장 높게 나타났고 다음으로 시간적 여유가 없어서 19.9%, 다른 행사들과 별로 차이가 없을 것 같아서 12.0% 순으로 높게 나타남.
- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 가족/친지와 함께 방문하고 싶다고 응답한 비율이 59.6%로 가장 높게 나타났고 다음으로 친구/연인/선후배와 같이 가고 싶다고 응답한 비율이 26.2%로 나타남.
- 국제 난 엑스포를 방문하고 싶다고 한 응답자 569명 중 당일 하루로 방문하고 싶다고 응답한 비율이 80.1%로 가장 높게 나타났고 1박2일이 18.4%로 나타남.

[포Ⅲ-12] 국제 난 엑스포 방문 기간

항목	빈도	비율(%)
당일 하루	801	80.1
1박2일	184	18.4
2박3일	15	1.5
총계	569	100.0

3) 관람객수 및 참여업체수 추정결과

- 관람객 수는 설문조사를 통해 획득한 방문의사율과 실현율을 고려한 수요에 측의 결과임.
- 내국인 방문객 수요는 지역별 인구예측치에 엑스포 방문의사율과 실현율을 고려하고, 관람일 수 등을 고려하여 예측함
- 개최지를 서울로 가정하였을 경우 원거리의 경우 실현율이 낮아지는 특징이 있음
- 2021년 국제 난 엑스포가 개최될 경우 약 12만명의 관람객이 참석할 것으로 예상되며 일평균 11,813명에 해당하는 규모임.
- 2009년 국내에서 개최된 아시아태평양 난 전시회의 경우 총 48천명의 방문객이 다

녀갔으며 일본 세계난전의 경우 ('17)133천명, 대만난 전시회 ('17)248천명의 방문객이 다녀감

- 목표로 설정한 12만명의 참여인원 중 내국인이 11만 6천명 가량 추정되며, 외국인의 경우 2천명수준으로 외국인의 경우 전체 참가자중 약 2%의 비중을 차지할 것으로 예측됨.

[표Ⅲ-13] 국제 난 엑스포 참석자 수 추정 결과

2021년 20세이상~80세미만 인구수 추계량		기준 1 (부정적 관점)		기준 2 (긍정적 관점)		최종
		실제방문률	규모(명)	실제방문률	규모(명)	규모(명)
서울	7,878,215	0.43%	33,876	0.56%	44,039	38,958
인천/경기	12,837,526	0.30%	38,641	0.39%	50,233	44,437
대전/충남/충북/세 중	4,480,934	0.22%	9,634	0.28%	12,524	11,079
전북	1,407,837	0.11%	1,513	0.14%	1,967	1,740
광주/전남	2,539,814	0.04%	1,092	0.06%	1,420	1,256
강원	1,208,496	0.04%	520	0.06%	676	598
대구/경북	4,049,680	0.11%	4,353	0.14%	5,659	5,006
부산/울산/경남	6,322,922	0.04%	2,719	0.06%	3,535	3,127
제주	523,074	0.02%	112	0.03%	146	129
총합	41,248,498	-	92,461	-	120,200	106,330
19세 미만 동반인수		-	9,246	-	12,020	10,633
내국인 예상참가자 규모		-	101,707	-	132,220	116,963
외국인 예상참가자 규모		-	1,000	-	3,000	2,000
총 예상참가자 규모		-	102,707	-	135,220	118,963

※ 대국민 설문조사의 방문의향을 고려, 수도권 개최에 따른 원거리 위치정도에 따라 방문을 가감 실시

※ 외국인 참가자 규모는 기존 난 국제전시회의 외국인 방문객 비율을 반영

※ 19세 미만 동반인수는 성인 방문객의 약 10%를 적용함

- 국내 전시참가업체 50개 업체와 해외 전시참가자 30개 업체의 참여가 예상됨.(총 15개국)
- 아시아태평양난 전시회의 경우 11개국 63개업체가 참가 (국내 37개 업체, 해외 10개국 26개 업체)

2.3. 홍보 및 관람객, 참여업체 유치전략

1) 엑스포 홍보 전략

- 적극적 홍보를 통한 관람객 수 증대 및 개최의 목적 달성이 중요하며, 홍보는 엑스포 개최 전부터 개최 기간 개최 종료 후 까지 계속되어야하는 필수업무임. 성공적인 홍보마케팅은 많은 관람객과 국내외 기업을 유치하는데 중요한 역할을 하고, 또한 차기 엑스포의 계획 수립 및 진행에 긍정적인 기반을 마련할 수 있는 활동임.
- 대상별, 시기·단계별, 수단별 홍보계획을 수립하고 맞춤형 마케팅을 통해 효과적이고 효율적인 홍보마케팅 활동을 펼치는 것이 중요함. 예전 전통적 미디어에서 현재는 소셜미디어로 전환되는 등 ‘뉴미디어’가 등장함에 따라 온라인 및 소셜미디어 중심의 홍보 전략이 필요함.
- 전시회 행사의 특성상 자체 수익만으로는 행사의 개최가 불가능 하므로 기업 및 공공기관 등의 후원 및 행사지원 역할이 매우 중요함. 국내를 넘어서 세계적인 수준의 행사로 자리매김하기 위해서는 대대적인 홍보가 필요함. 이는 정부 및 산하기관, 공신력 있는 단체, 기업들의 상호간 협력에서 시작됨.

2) 통합적 마케팅 커뮤니케이션(IMC)의 실행

- 엑스포 목표시장의 유형은 크게 국내참가자와 해외참가자가 있으며, 그 하위에 일반참가자와 산업참가자, 학술참가자, 기타참가자로 구분됨.
- 세분화된 목표시장 선정의 필요에 따라 일반참가자의 경우 지역별, 연령별, 성별, 개인 또는 집단의 성향별에 따라 구분할 수 있으며, 산업참가자의 경우 기업의 산업관련 정도별과 그 규모 및 명성별로 상위에서 하위로 구분할

수 있으며, 학술참가자의 경우에는 전공별, 조직별로 구분됨.

- 일반참가자와 산업참가자, 또는 학술참가자 등 모든 참가자는 그 유형에 따라 엑스포 참가 목적이 다르기 때문에 엑스포 참가자 대상별 차별화된 홍보 전략을 수립해야할 필요가 있음.

[표III-14] 국제 난 엑스포 주요 타겟별 홍보 전략

구분	전략내용	특징
일반인	블로그 제작, 온라인 바이럴, 홍보대사, 온라인 홍보, 라디오 캠페인, 방송 PPL, 빅 이벤트, 사전 이벤트	대중적 이슈화
전문가/학계	퍼블리시티(전문지), 관련 협회DM, 동일 소재 엑스포 홍보부스 참가, 전문지 광고	직접적 설득
해외	해외 미디어, 방한 관광객 대상 가이드북, 여행지 동일 소재 해외 유명전시회 참가	네트워크 활용
미디어	기자간담회, 프레스센터 운영, 미디어 라운딩	우호적 접근

4) 전략적 홍보수단 선정

- 국제 난 엑스포 개최의 성공을 위해서는 다양한 홍보수단 중 효과성과 적절성이 높은 수단을 통합적으로 활용해야 함.
- 엑스포에서 일반적으로 이용되고 있는 홍보 도구들은 다음과 같음.
 - 간행물·인쇄물·영상자료 배부 (엑스포 뉴스, 리플렛, 팸플릿, 포스터, 스티커 등, 프로모션 비디오, 공식 가이드 북, 공식 가이드 맵, 엑스포 신문, 각종 광고지, 안내도 등)
 - 사보·기관지 등의 게재 의뢰 (행정 간행물, 매스컴 광고, 정부계 법인 기관지, 출전 기업 등의 기업 사보 및 포스터 등)
 - 옥외 광고 설치 (광고탑, 현수막, 횡단막 등)

- 마스크 광고 노출 (신문 광고, TV/지하철 스폿 광고, 잡지 광고, 라디오 스폿, 그 외 기획 광고 등)
- 교통 광고 노출 (역 앞, 버스 외부 광고, 차 내 광고, 스크린도어 광고 등)
- 캠페인·기념행사의 실시 (PR캐러밴, 예매 개시 캠페인, 1년전 캠페인 등)
- 공모 캠페인의 실시 (심볼 마크, 마스코트 마크 공모, 아이디어 모집 등)
- 프리 이벤트의 실시 (심포지엄, 포럼, 순회전, 이동전, 예매 추천, 프리 콘서트 등)
- 각종 이벤트에의 참가·후원·협찬
- 기념품 배부
- 온라인 노출 (Youtube, 인터넷 배너, DM 등)
- SNS 및 어플리케이션 등의 모바일 홍보

5) 시기별 홍보전략

- 엑스포는 장시간에 걸친 준비 기간을 거치며, 이에 따라 홍보도 시기적 단계에 따라 전략적으로 수립하여야 함.
- 개최 전 홍보(개최 전 3개월~2년)와, 개최 직전 홍보(개최 전 3개월 이내), 개최 중 홍보, 개최 후 홍보로 구분함.
 - 개최 전 홍보 역시 1차와 2차로 나누어 홍보할 수 있으며, 2차 홍보 시에는 1차 홍보된 내용에 추가하여 각종 정보나 자료, 진행사항 등의 업그레이드가 이루어져야함.
 - 각 홍보 수단은 효과성에서 상호 영향을 미칠 수 있으며, 이에 따라 시너지효과를 내기위한 수단별 진행 타이밍을 조정·관리.
 - 산업 참가자의 집중 유치는 엑스포 개최 1년 전부터 개최 3개월 전까지 이루어져야 하는데 이를 위한 인적판매 및 DM 등의 효과적 실행은 언론을 활용한 PR 또는 다양한 매체를 통한 광고 활동이 선행되었을 때 가능함.
- 각 홍보 단계 후 수행 후 평가를 통해 엑스포에 대한 인식 및 반응을 파악하여 다음 단계의 성공위한 준비 및 조정이 필요.

6) 참가 형태별 유치대상 및 홍보전략

- 국제 난 엑스포 홍보는 전 국민의 엑스포 참가 동기를 고루 얻어낼 수 있어야 하며 난 소비문화가 있는 아시아 주요국과 해외 난 관련 소비층에 대한 분석을 실시해야 함.
- 참가 형태별 목표시장은 크게 내국인 참가자와 외국인 참가자 유형으로 구분하고, 그 하위에 일반 참관객, 산업전시 참가자, 학술회의참가자, 기타 단체 참관객을 구분함.

[표Ⅲ-15] 대상별 목표시장의 홍보 핵심가치

구분	목표시장	핵심 가치
내국인	일반 참가자	난 산업의 가치와 비전 교육 및 체험
	산업전시 참가자	난 산업의 정책적 지원과 우수한 인프라를 보유한 국내 난 산업의 가능성과 투자 유치 측면 강조
	컨벤션 참가자	한국의 난 산업의 발전을 위한 연구자의 책임과 미래 방향성을 제시할 수 있는 과학적, 산업적 중요성 강조
	단체(학생) 참가자	난 산업의 매력을 느끼고, 향후 소비층에 대한 시장 전략
외국인	일반 참가자	대한민국 난 산업의 우수성 강조를 통한 소비 촉진
	산업전시 참가자	세계시장에서 한국 난의 우수성과 경쟁력을 강조하여 난 수출 촉진 전략
	컨벤션 참가자	세계 난 산업이 융복합산업으로서 협력의 장을 마련

- 제작해야 할 엑스포 홍보물에는 인쇄 홍보물과 영상 홍보물, 판촉물 등이 있으며 예상 국제전시회의 경우 외국어 버전을 함께 제작함.

[표III-16] 엑스포 홍보물 제작 및 배포

분류	종류	내용	배포
인쇄홍보물	카탈로그	엑스포의 개최 개요, 프로그램 소개 및 관람 포인트, 산업 전시참가안내, 국제학술회의 참가안내 참가신청서, 리크루팅 안내 등을 포함하여 8~10페이지로 제작	참가요청 공문 발송과 홍보관 운영, 설명회 개최, 타 행사 연계 등을 통해 배포하거나 또는 이벤트 프로모션 및 직접 방문 배포함 (포스터는 엑스포장 주변, 주요 집객 장소, 타지역 유관기관 등에 부착)
	브로슈어 참가신청서	일반, 산업전시, 학술회의를 구분하여 해당 내용의 브로슈어와 참가신청서 제작	
	포스터	엑스포 개최 내용과 마스코트, 로고 등을 담아 시각적으로 매력적이고, 색채 및 구성에 있어 품위를 가질 수 있도록 제작	
	엑스포 관람지도 가이드북	실제 행사 시 참가자의 엑스포에 대한 이해를 돕고 관람 계획을 세우는데 편리하도록 제작	
영상홍보물	영상홍보물	난에 대한 전체적인 정보를 엑스포가 추구하는 핵심가치를 중심으로 전달함과 동시에 참가하고픈 욕구를 불러일으킬 수 있는 매력적인 이미지를 제작 상영 상황에 맞는 영상을 시간 대 별로 제작 (5분, 3분, 30초)	각종 행사 및 모임 직전 상영용, 광고용으로 활용, 각종 국내외 기관 및 단체, 교민단체, 여행사, 방송사에 배포
판촉물	기념품	엑스포 마스코트 또는 엠블럼 등을 소재로 한 인형, 열쇠고리, 배지, 머그컵, 볼펜 등을 홍보 시 촉진용으로 제작 (판매용으로도 제작 가능)	타 홍보와 병행하여 배포

3 전시장 구성 및 운영계획

3.1. 필요시설 및 적정규모

예상 행사장 규모 10,000㎡ 이상 필요 : COEX내 독립공간 확보 필요

- 행사장 규모는 예상관람객을 기준으로 시간당 체류 관람객을 충분히 수용할 수 있는 수준이어야 함. 국제 난 엑스포의 예상되는 시간당 관람객수는 시간당 1,322명, 최대 2,115명으로 예측됨 (기간내 총방문자 목표tn 감안).
- 단일공간 기준 해당면적을 충족하는 전시시설이 필요하며 수도권에서 COEX, KINTEX 모두 가능함. 행사의 관람객 목표를 감안하여 예상 행사장 규모 10,000㎡ 이상 필요하며 COEX 및 KINTEX의 개별전시장 전체를 활용할 수 있는 공간 확보 필요.
- 당해시기 시설사용의 가능여부 및 행사일정 등을 고려하여 적정 장소를 선정하도록 함.

[표III-17] 관람객수에 따른 필요면적 규모 산출

행사장 규모 추정 기준		1인당 행사장 점유면적(㎡/인)	순수 행사장 필요 규모(㎡)	본 엑스포 결정 규모(㎡)
계획기준일 예상 동시체류인원(명)	시간당 1,322명	7	9,253	약 10,548
피크타임 예상 동시체류관람객수(명)	시간당 최대 2,115명	5.6	11,843	

[표 III-18] 타 전시회 행사장 면적 사용현황

구분	기간	입장객 수(명)	1일 평균 관람객수	장소	행사장면적(m ²)
9회 아시아 태평양 난 전시회	11일간	47,508	4,645	KINTEX	10,661
2018 대한민국 조경,정원엑스포	4일간	68,372	17,093	COEX	10,368
세계난전 일본대상(2017)	7일간	133,474	19,068	도교돔	13,000
고양꽃엑스포 실내관(2018)	17일간				8,656

□ COEX기준 4개의 전시장중 가장 큰 면적인 Hall A의 경우 면적이 10,368m²으로 1일 임대료는 10일 기준 294,814천원임.

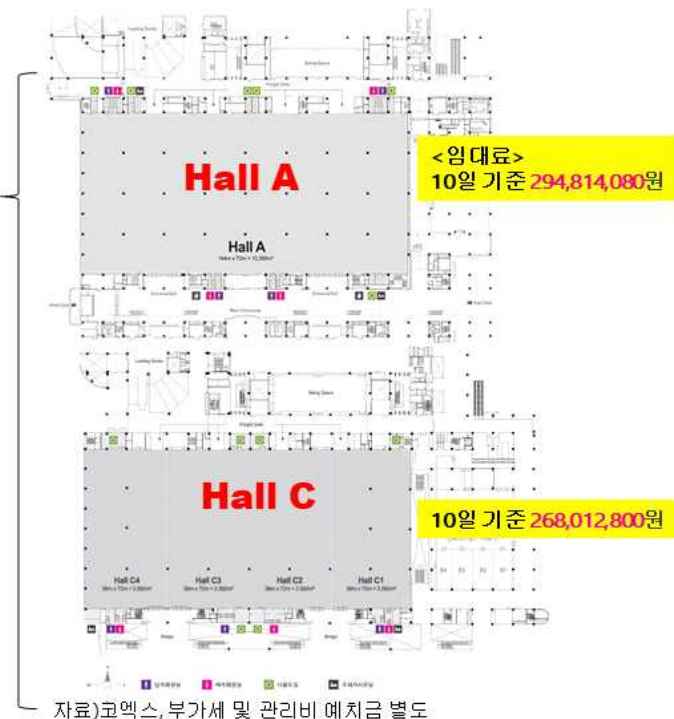
[그림 III-5] COEX 시설 면적 및 임대료

<coex 이용가능 전시장별 면적>

구분	면적(m ²)
Hall A	10,368
Hall B	8,010
Hall C	10,348
Hall D	7,281

<KINTEX 이용가능 전시장별 면적>

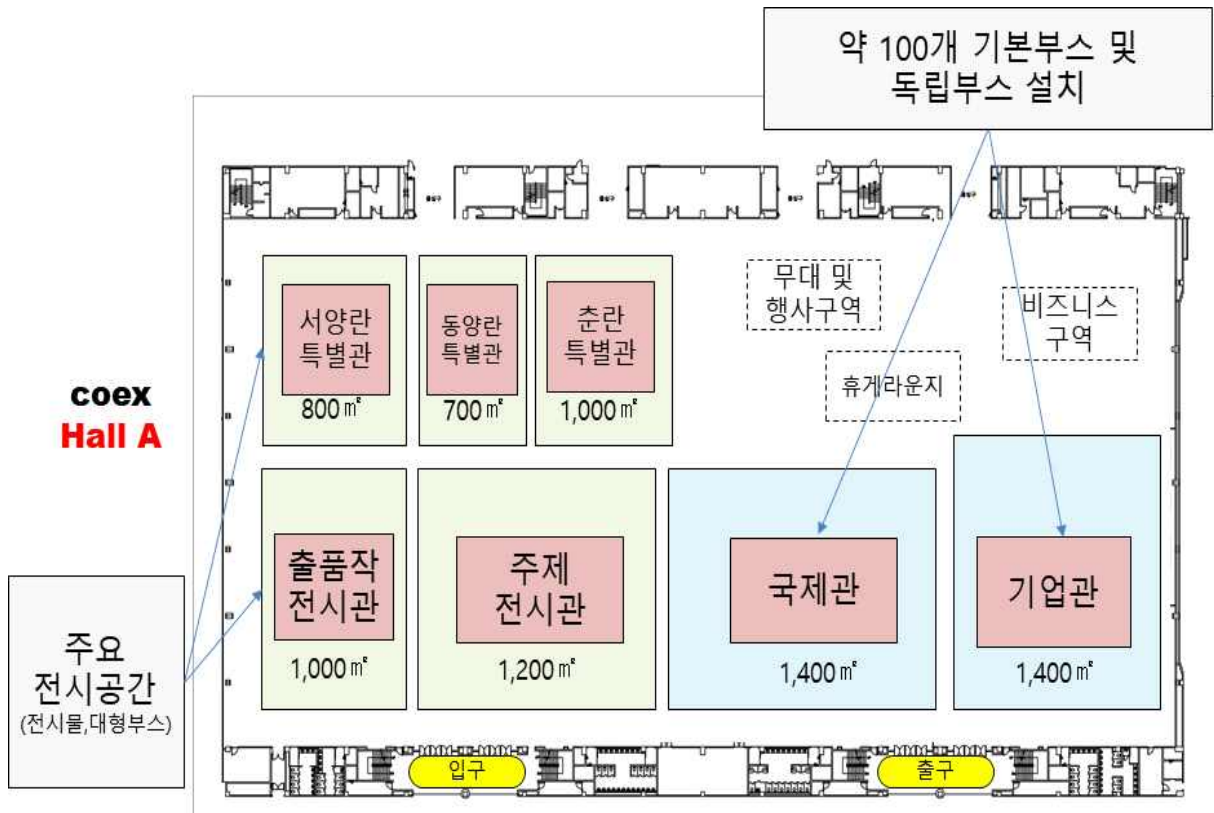
전시장	구분	면적(m ²)
1전시장	1홀	10,611m ²
	2홀	10,773m ²
	3홀	10,773m ²
	4홀	10,773m ²
	5홀	10,611m ²
2전시장	6홀	5,580m ²
	7홀	11,290m ²
	8홀	11,290m ²
	9홀	13,238m ²
	10홀	13,072m ²



3.2. 주요 시설별 공간구성계획

- 예상되는 전시품목 계획 및 행사 내용에 따라 주제전시관, 출품작 전시관, 국제관, 기업관, 난 분류별 특별관 등으로 구역을 설정을 설정하도록 하며 무대행사 및 휴게시설, 비즈니스 구역에 상담시설 및 소규모 회의시설을 동시에 구축하도록 함.
- 전시구역은 난 관련 시장작의 전시 및 주제별로 난을 이용한 조성작품 등을 전시하도록 함. 국제관 및 기업관의 경우 참여업체 및 단체, 기관의 접수를 받아 약 100여개의 기본부스 및 독립부스의 설치가 가능하도록 함. 난 관련 학술대회는 별도의 국제회의장(COEX 내)에서 실시하도록 함.

[그림 III-6] 행사장내 주요구역의 배치도



[표III-19] 국제 난 엑스포 공간구성 개요

구분		도입시설
주제 전시시설	난 전시테마	■ 국제관 ■ 기업관 ■ 주제전시관
	특별 테마	■ 출품작 전시관 ■ 서양란 특별관 ■ 동양란 특별관 ■ 춘란특별관
산업비즈니스 전시시설		■ 난 수출 상담관 ■ 난 관련 상업시설, 난&꽃 마켓
난 관련 문화 체험		■ 난 예술 전시관 ■ 서화 전시관 ■ 화훼체험장
학술행사 및 경연대회 시설		■ 무대 및 행사구역 ■ 연계 컨벤션시설
공연 및 이벤트 시설		■ 야외 공연·이벤트 무대 ■ 어린이 체험장
입구 시설		■ 주 게이트 ■ 보조 게이트 ■ 만남의 광장 ■ 매표소 및 출입구관리소
고객 편의 서비스 시설		■ 종합안내 및 고객센터(통역, 미아보호, 장애인, 노약자보호소, 육아실, 물품·분실보관소 등) ■ 화장실 및 ATM 등
상업 시설	식음시설	■ 전통음식관, 카페테리아(패스트푸드), 간이매점
	판매시설	■ 난(꽃) 판매점 ■ 관련 자재 판매점
엑스포 관리 시설		■ 행사운영본부, 직원 및 도우미시설(라커룸, 휴게실 등), 치안경비본부(임시파출소 포함), 보건의료본부, 소방안전본부, 환경위생본부, 교통주차시설본부, VIP접대실 ■ 각종창고시설(물품, 식료, 보세 등), 전시품 하역장, ■ 공급처리시설(전력, 수도, 통신, 쓰레기 관리 및 처리장 등)
교통시설	주차시설	■ 일반 주차장, 버스 주차장, 특수주차장(VIP, 장애인, 비상임시 등)
	이동시설	■ KTX/버스터미널 셔틀버스 승강장, 택시정류장 등
	도로시설	■ 외부진입도로, 전시품 하역 도로, 행사장 내 이동로 등
외부 연계 시설	컨벤션시설	■ coex내 컨벤션 자료 별도 요청
	숙박시설	■ 서울시내 호텔 등
	전시시설	■ 미술관련 전문전시장 등 (예술과 난의 만남)
	기타시설	■ 행사장 내 휴식 및 편의시설

3.3. 엑스포 인력운영계획

1) 주요 업무 및 인력운영 방향

- 난 엑스포 개최 단계에서 난 관련 생산자, 출품자, 관련 업계 관계자 및 전시전문가의 의견을 충분히 반영하기 위한 준비위원회를 구성하고 난 엑스포 조직위원회가 운영하도록 함.
- 행사기간의 소요기간이 짧고 기존 난 단독 전시회 행사경험이 많지 않으므로 행사장 조성 및 행사 운영과 관련하여 전문 운영사를 선정하여 운영.

[표Ⅲ-20] 대규모 전시행사의 인력 구성 및 업무내용

구분	업무 내용
관리	· 분야별 운영 총괄 책임 · 업무내용 보고 및 순회감독, 일별 지시사항 전달
매니저	· 담당구역 및 업무에 소요되는 인력 및 시설물, 물자 관리 1차 책임 · 관리 업무 지원 및 일일업무 보고 진행
진행요원	· 매니저 업무 및 담당 포스트 운영
도우미	· 관람객들에게 최상의 관람환경 조성을 위한 각종 안내 및 편의 서비스 제공 · 외국 VIP에 대한 영접, 안내, 환송 등의 서비스 제공 · 외국 VIP 통역 및 수행, 통역센터 운영, 외국인 관람객 응대 등
자원봉사	· 각종 업무 보조 및 지원, 기타 운영에 필요한 제반 업무 담당 · 외국인 관람객 응대 및 통역 서비스 제공
전문요원	· 특정시설(통신, 전기 등), 방송, CCTV오퍼레이터 등 전문 기술 및 경력 보유자로 관련 업무 담당
유관기관	· 의사, 간호사, 소방관, 경찰 등 각종 유관기관 지원 인력으로 회장 내외의 안전, 통제 업무를 담당
대행용역	· 청소, 경비, 매표, 방역 등 특정업무 수행 담당

2) 행사 소요인력 현황

- 총 행사 투입인력은 조직위 및 관련기관 인력을 제외하고 행사기간 동안 연 300명 수준으로 행사 준비, 행사 진행, 행사 후 정비과정에서 투입될 인력을 추정하였음

[표Ⅲ-21] 행사인력 예상소요

구분	연인원(명)	기능
도우미	100	출입구관리, 출입증발급, 매표소 등
경호	80	출입구관리, 전시회장 질서관리, 하역장 관리, 행사장출입관리
행사안내	50	종합안내소, 운영본부 전화안내, 편의시설 관리 행사장 프로그램 안내 및 지원
청소	70	전시물 주변청소, 행사장 정리 등
합계	300	

[표Ⅲ-22] 인력 운영계획

경비인력 일시	경호 및 관리		도우미	행사안내	청소
	주간	야간	주간	주간	주야간
2021.3.19	8	4	10	5	5
2021.3.20	8	4	10	5	10
2021.3.21	8	4	10	5	10
2021.3.22	6	2	10	5	5
2021.3.23	6	2	10	5	5
2021.3.24	6	2	10	5	5
2021.3.25	6	2	10	5	5
2021.3.26	8	4	10	5	5
2021.3.27	8	4	10	5	10
2021.3.28	8		10	5	10
계	72	28	100	50	70

※ 근무시간 : 08:00 ~ 20:30

[표Ⅲ-23] 일일 근무 계획(안)

시간대	업무내용
08:00 ~ 08:30	근무준비, 운영 특기사항 확인, 필요업무 확인, 기기 점검, 일일 운영상황회의 준비
08:30 ~ 09:00	개장준비 확인, 각 부서·팀별 업무 준비사항 확인
09:00 ~ 18:00	행사장운영 일일상황보고 작성 (16:00까지)
18:30 ~ 19:00	폐장 준비상황 확인 및 폐장
19:00 ~ 19:30	폐장확인(각 부서·팀별 → 종합상황실로 통보)
19:30 ~ 20:30	분야별 최종 확인 점검 및 종료

4 조직위원회 조직 및 운영관리

4.1. 조직위원회 구성방안

1) 조직위원회 필요성

- 대규모 국제행사를 개최하는데 걸맞은 행사 추진 운영 조직의 위상과 대외 인지도 제고를 위해 조직위원회 설립이 필요함. 이는 단순 행정조직이 아닌 대단위의 대외 협력 및 경영수익사업, 예산 운용 등의 효과적, 효율적 추진 목적의 전담 기구 역할을 수행을 함.
- 엑스포의 주최기관의 설치는 국제 행사의 준비 및 운영에 있어 매우 중요한 요소이며 단기간에 집중적으로 관련 인력을 필요로 하는 엑스포 특성상 인력운용, 행사준비의 전문성 확보, 외부 전문가 채용 등에서 유연성을 확보하기 위해서 독립적인 개별조직 체제의 조직위원회 설립이 필요함.
- 이에 따라 조직위원회를 구성하는 것을 기본으로 설정하며 난 엑스포의 본격적인 추진에 앞서 조직위원회 구성(안)을 제시하며 조직위 구성후 행사준비단계부터 국제 난 엑스포 조직위원회가 주도하고 관련기관이 주관 후원하는 방식으로 추진하는 것을 기본안으로 설정함.

2) 조직위 구성의 단계적 절차

- 엑스포 조직위원회의 설립 단계는 엑스포 개최 추진 단계에 따라서 탄력적으로 진행하는 것이 바람직하며, 다음과 같은 단계를 고려할 수 있음.
- 엑스포 기획 및 준비 초기 단계 (개최 3년 전): 엑스포 추진위원회 구성 및 운영
- 엑스포 개최 준비 및 실시 단계 (개최 2년 전 ~ 개최 기간): 국제 난 엑스포 조직위원회 설립 및 운영

- 엑스포 개최 실시 후 단계 (개최 후) : 조직위원회 해체 후 인력 및 재원의 별도재단 설립 후 편입(지속시)
- 엑스포 지속 개최 경우 (개최 후 2~3년 후 가정) : 재단 내 조직위원회 재구성 및 운영
- 본 엑스포의 경우 개최 예정 시기가 2021년까지 약 3년의 기간이 남아 있어 행사 개최 여부가 결정되는 즉시 조직위원회 구성 및 관련 준비 인력 운영이 필요함.

4.2. 운영관리

- 행사 시에는 현장중심의 운영조직으로 종합상황실 조직의 체계적 구성과 각 분야 및 조직위원회 사무국 간 원활한 커뮤니케이션이 가장 중요하며 이는 종합상황실 운영의 기본 축이 됨.
- 종합상황실은 행사 운영 전반에 관한 종합적 관리·감독을 시행하도록 하며, 1-Day Feedback을 통해 효율적이며 효과적인 행사운영이 될 수 있도록 함.
- 신속한 상황 파악을 위하여 최첨단 장비로 방송, CCTV실을 별도로 설치 및 운영하여 엑스포 내 각 상황을 점검하도록 하며, 방송 또는 유·무선 통신으로 상황처리 지침을 시달하고 처리결과를 보고하는 시스템체계를 구축.
- 1일 입장객 현황 및 서비스 센터 이용 현황, 1일 기상 상황 파악, 주차장 관리 등을 집계하고 보고하며, 엑스포 운영 상황의 전반을 확인·관리하고 내 방객에 대한 엑스포 설명 자료로 활용할 수 있는 상황판을 설치함.

5 수익 및 비용 추정

5.1. 입장권 및 부스임대료 수준의 설정

일반 성인 관람객 기준 현장판매 입장료 ; 8,000원 (사전판매 5,000원)
독립전시부스 임대료 : 부스 1개당 150만원
관람객 및 전시부스 유형에 따른 할인제도 운영

1) 입장권 가격의 설정

- 국민 설문조사 결과 지불의사 금액이 8,431원으로 이 수준을 넘지 않는 선에서 천원단위로 설정을 하는 것이 적절하며 입장권의 기본 적정금액은 8,000원으로 설정함.
- 입장권의 경우 보통 사전구매 시 할인을 해주고 관련 내용을 홍보함으로써 구매를 유도하고 난 엑스포의 홍보효과를 최대화 할 수 있으므로 할인가격 제도를 도입함. 할인된 가격은 표준금액의 약 63%수준에서 5,000원으로 결정함.
- 입장권 가격이 일본 등 해외 난 엑스포보다 저렴하게 책정된 것이나 설문조사 결과 및 타 관련 전시회 등의 가격사례, 관람객의 유치입장에서 높은 가격을 책정하는데 어려움이 있음.
- 일본 도쿄 난전의 경우 당일권의 경우 2,200엔, 예매권의 경우 1,900엔, 기타 조건에 따라 다양한 가격의 입장료 정책을 취하고 있음
 - 이브닝권 : 1,500엔, 단체 : 2,000엔, 학생 : 1,300엔, 내람회 특별감상권 : 3,800엔

[표Ⅲ-24] 도쿄난전 일본대상 입장료 현황

입장권 구분		금액		적용범위
		사전판매	현장판매	
보통권	어른	5,000	8,000	만19세~64세
	청소년	3,000	5,000	만13세~18세
	어린이	2,000	3,000	만4세~12세
단체할인	각 종류별	약 20~30% 수준 할인		내국인 20인 이상 외국인 5인 이상
무료입장권		국가유공자, 부모동반 3세 이하 유아 장애인(1~3급) 및 동반보호자 1인, 단체인솔자 1인, 상이군경(1~3급), 기초수급자, 한부모가정, 다문화가정, 65세 이상 노인		

2) 부스임대료의 설정

- 엑스포 참여업체에 대한 전시 부스 임대료는 COEX에서 개최되는 유사한 전시회의 부스 비용을 기준으로 설정하였으며 산업박람회와 다르므로 관련 업체의 참여를 독려하기 위하여 저렴한 수준으로 책정함.
- 후원 및 협찬기업이 전시부스를 설치하는 경우 추가 할인을 적용하도록 하며 외국의 기업이 전시부스를 설치하는 경우에도 유치를 위하여 할인을 적용함.
- 전시 부스 임대료는 독립 부스 150만원을 기준으로 협회, 단체, 공공 교육기관 부스료 감액(150만원을 100만원으로 감면), 관련기관 참가 부스료 감액, 그리고 정부기관 등 필수 유치 대상에 대한 부스 임대료는 면제할 수 있으며 각 부스별 제작비 및 홍보비 등응 참여기관별로 부담해야함.

5.2. 운영수익 추정

약 11억원 : 입장권 수입 및 임대수입, 휘장사업 수입

1) 수익사업 종류 및 내용

- 수익사업은 크게 입장권판매, 휘장사업, 협찬사업, 전시사업, 상점임대, 기념상품사업으로 구분하여 진행함
- 엑스포 개최 시 적절한 수익사업 추진을 통해 엑스포 개최에 필요한 일부 재원 조달이 가능하며, 다양한 형태로 민간의 참여를 유도하여 내수산업 발전에 기여할 수 있다는 점에서 적극적인 운영, 관리 계획 수립이 필요함.
- 난 엑스포 운영 기본 취지를 준수하고 브랜드 가치를 올리는 방향으로 다양한 수익사업을 개발하여 민간부문의 참여도를 높이도록 하며, 다만 수익사업 시행에 앞서 이에 대한 내규를 마련하고 공정성과 투명성을 확보하고 있어야 함.

[그림III-7] 엑스포 수익사업 방향 및 분류



- 수익사업은 현실성과 공익성을 고려한 사업전개 필요하며 관람객 기호와 편의제공 중심의 사업을 전개하고 현실적인 수요 판단을 통한 사업규모 설정해야함.

2) 수익의 추정

- 국제 난 엑스포 개최 시 수익사업을 통하여 약 11억원의 자체수입이 발생될 것으로 추정되며 수익중 약 78%를 입장권 수입으로 충당한다는 가정임.
- 입장권 사업은 참관객들이 행사장을 관람함으로써 발생하는 입장료 수입 사업으로서 크게 예매 입장권 판매와 현장 입장권 판매로 나누어 추진하도록 함.
- 예매 입장권은 공식 후원 은행을 통해 구입하거나 인터넷을 통해 구입할 수 있도록 하며 현장 판매 입장권은 행사 입장 시 설치된 매표소를 통해서 전산 발매를 통해 판매할 수 있음.
- 입장권은 일반, 청소년(중·고등학생), 어린이(초등생 이하)로 구분하여 가격을 달리 적용하고 홍보 및 입장객 유치 효과를 강화하기 위하여 할인 입장권 판매를 실시함.
- 무역전시회(Fair)의 경우 참가비(부스임대료)가 수익의 상당수를 차지하지만 대중관람 엑스포의 경우 입장권 수익이 중요함. 2018년 고양꽃엑스포가 전체 수익액 중 입장권판매액이 85%, 시설임대가 12%를 차지할 정도로 산업박람회와 아닌 전시회 성격의 엑스포의 경우 입장권 수익이 중요한 요소로 작용함.
- 전시부스 및 상업시설의 임대수입을 고려할 수 있으나 일반 대중 전시회의 특성상 주 수입원으로 설정하기에는 어려움.

[표Ⅲ-25] 국제 난 엑스포 운영수익 추정

구분		수량	단가(원)	금액(백만원)	비율	비고
입장권 수입	유료입장객	108,000명	8,000	864	78%	예상가격8,000원 적용
	할인입장객	12,000명	5,000	60	5%	어린이등 할인대상고려
임대 수입	식음시설임대료			20	2%	전체 수입의 약 2%로 설정
	전시부스 임대료(참가비)	100개소	1,500,000	150	14%	기본 임대부스(9m ²) 면적 고려
휘장 사업 수입	광고협찬 등			10	1%	관련 사업 내용이 미정으로 보수적으로 산정
합계				1,104	100%	

※ 티켓가격 8,000원으로 산정, 청소년 및 할인가격은 5,000원으로 산정하여 반영

※ 총 방문예상객중 10%는 무료관람객으로 산정 (관련 전시회 사례 참조)

※ 부스임대료는 기본부스당 비용이며 총 150개의 부스를 임대, 참여기관별 복수의 부스를 임대하거나 독립부스 설치 가능(타 전시행사의 경우 기본부스당 100만원~300만원 수준으로 파악됨)

[표Ⅲ-26] 고양 국제 꽃박람회 수익내용 비교

구분	산출 근거	금액(천원)	비율
기업 참가비	15,000,000원 * 4개 기업	60,000	1.4%
시설임대		500,000	11.8%
입장권판매	8,000원 * 450,000매	3,600,000	85.1%
수상꽃 자전거 이용료	10,000원 * 7,000대	70,000	1.7%
보조금	1,400,000,000원	1,400,000	
합계		5,630,000	

5.3. 소요예산 추정

약 20억원 : 전문 전시시설 임대료 및 행사운영비, 홍보비 등

- 소요예산 책정은 순수 개최 행사 비용으로 한정하며, 엑스포 개최와 관련한 연계 사업비용은 제외함, 책정된 예산은 향후 세부계획 및 실행계획 수립과정에서 엑스포의 효과적 개최에 유리한 방향으로 변경 가능함.
- 국제 난 엑스포에 개최 시 약 20억원의 총비용이 소요될 것으로 추정됨. 국제 학술대회 등 부대행사의 세부 기획에 따라 소요비용의 차이가 있음.
- 통상적인 국제행사의 소요비용을 참고하였으며 행사연출비가 6억원 가량으로 전체 비용의 30%를 차지하며, 시설임대료 16.5%, 홍보비 13.5% 등의 순서로 소요될 것으로 예측됨.
- 세부항목별로 COEX 등의 전문전시시설을 이용하므로 시설투자 비용 대신 임대료가 발생하며 행사 기획 및 진행을 위한 비용이 별도 발생함.

[표III-27 국제 난 엑스포 개최비용 추정

구분	금액(백만원)	구성비	비고
조직위운영	50	2.5%	조직위 운영보조
시설임대료	330	16.5%	임대료, 부가세, 관리비 예치금 포함
시설설치비	150	7.5%	행사장내 시설물 등
행사연출비	600	30.0%	행사기획 및 문화행사 진행비
국제 학술대회운영비	100	5.0%	학술대회 행사비
홍보비	270	13.5%	광고홍보비
유치비	250	12.5%	참여기관 및 해외바이어등 유치비
행사인력운영비	150	7.5%	행사운영 및 준비 관련 인력소요
기타	100	5.0%	예비비 및 기타경비
합계	2,000	100.0%	

5.4. 재원조달 방안

- 앞서 수익이 약 1,104백만원으로 추정된다는 가정 하에 소요비용이 2,000백만원으로 추정되므로 재무적 수지는 약 896백만원의 적자를 나타냄.
- 소요되는 총 비용대비 자체 수익사업이 적으므로 차액에 대해서는 지원예산(정부 또는 지자체 보조, 후원금 등)이 필요하며 전액 보조금 지원이 이루어질 경우 계획 및 여건에 따라 차이가 있지만 약 9억원 규모의 지원예산이 필요할 것으로 추측됨.

[표III-28] 국제 난 엑스포 예산의 구성예시(안)

예산구성비(백만원)				
총예산	국비	지방비	후원금	기타(수익사업)
2,000	900			1,100

- 고양 국제 꽃엑스포의 경우 매년 지원여부 및 금액의 차이가 있으나 2017년의 경우 5억여원의 국비 지원이 이루어졌음. 지역개최의 경우 각 여건에 따라 지방비 추가 확보가 필요함.

[표III-29] 주요 화훼 및 난 전시회의 예산구성 사례

행사명	예산구성비(백만원)				
	총예산	국비	지방비(시도)	지방비(시군)	기타(자체예산 등)
9회 아시아태평양 난 전시회(2007)	2,000	500	500	500	500
2017 고양 국제 꽃엑스포	5,360	500	293	1,358	3,209

IV

국제 난 엑스포 개최 타당성 분석

1 분석 방법론 및 기본 가정

1.1. 타당성 분석의 개념

1) 분석의 필요성

- 투자타당성 분석은 어떤 사업이 경제적, 정책적, 기술적으로 사회적으로 순편익을 줄 수 있는지 여부를 검토하는 과정으로서, 사업의 시행으로 인해 기대할 수 있는 편익과 비용을 상호 비교하여 타당성을 판단하게 됨.
- 일반적으로 투자사업의 타당성 분석은 크게 ‘경제성 분석’과 ‘정책적 분석’으로 나누어 볼 수 있는데, 경제성 분석은 다시 비용-편익분석, 민감도 분석, 재무분석 등으로 나눌 수 있고, 정책적 분석은 지역경제 파급효과, 국고지원의 적합성, 사전환경성 평가 등으로 나눌 수 있음.
- 경제성 분석 가운데 비용-편익분석은 국가경제적 또는 지역경제적 차원에서 거시적 편익과 비용을 분석하는 것인 반면, 재무분석은 투자주체 또는 운영주체 차원에서 미시적인 사업타당성을 검토하는 것임.
- 국제 난 엑스포는 그 사업성격상 공공사업적 성격이 강하다고 볼 수 있으므로 정부 및 지자체의 예산투자 가능성을 감안할 경우 민간투자에서의 재무분석과 함께 국민경제적 입장에서 경제성 분석을 실시해야 함.

2) 타당성 분석

- 국민경제적 관점에서 경제성 분석으로 국제 난 엑스포 개최에 따라 발생할 수 있는 편익으로 ① 난 소비 확대를 통한 산업 활성화와 부가가치 증가, ② 난 수출 증가 및 관련 업체의 매출 강화 등을 제시할 수 있음.

- 경제성분석을 위한 분석기간은 「예비타당성조사 수행을 위한 일반지침 수정·보완 연구(제5판)」에 따라 30년으로 하고, 미래의 편익과 비용을 현재 가치로 환산하기 위해 사용하는 할인율은 사회적 할인율 5.5%를 적용함.
- 운영주체의 재무 분석은 난 엑스포 개최시 발생하는 수익과 비용의 흐름을 파악하여 재무수익률을 계측함.

1.2. 타당성 분석의 도구

1) 경제적 타당성 분석

- 경제성 분석을 위한 사회전체의 경제적 편익을 측정하기 위한 방법으로 국제행사의 사용기준을 다각적으로 검토하여 CVM방식을 적용함.
- 편익을 지불 의사액이라는 화폐적 가치로 환산할 수 있는 조건부가치측정법(CVM, Contingent Valuation Method)임.

[그림 IV-1] 경제적 총가치의 측정방법



- 소비자의 이익을 경제학에서는 ‘편익(benefit)’ 으로 정의하며 소비자가 소비의 대가로 지불 가능한 최대 지불의사액(willingness-to-pay)임 지불의사란 소비자가 구매행위 이전에 해당 상품에 대하여 얼마만큼의 값을 지불할 의사가 있는지에 대한 준비 상태를 말하며, 이를 통 하여 그 상품의 가치를 평가할 수 있음(Brown & Gregory, 1999).
- 경제적 편익에 대한 경제성을 분석하는 방법으로 B/C Ratio 법, 내부수익률법, 순현재가치 측정법이 있음.
- 편익·비용비(B/C Ratio) 분석은 어떤 투자로부터 기대되는 총 편익의 현재가치를 총비용의 현재가치로 나눈 값을 의미하며 장래에 발생하는 편익과 비용을 현재가치로 환산하기 위해서는 할인율(k)로 할인하여, 분석기간 중 기대되는 총 편익과 총비용의 현재가치 총액의 비율을 계산하는 지표로서 그 비율이 1보다 크면 타당성이 있다고 판단할 수 있음.

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\sum \frac{B_t}{(1+k)^t}}{\sum \frac{C_t}{(1+k)^t}}$$

B_t : 연차별 총편익, C_t : 연차별 총비용, k, t는 각각 할인율, 기간을 의미함

- 내부수익률(IRR : Internal Rate of Return)은 투자로부터 기대되는 총 편익의 현재가치와 총비용의 현재가치를 같게 하는 할인율을 말함. 즉 어떤 사업의 순현재가치(NPV : Net Present Value)를 ‘0’ 으로 만드는 할인율로 아래의 식으로 나타낼 수 있음.

$$\sum \frac{B_t}{(1+r)^t} = \sum \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

B_t : 연차별 총편익, C_t : 연차별 총비용, r, t는 각각 할인율(내부수익률), 기간을 의미함

- 순현재가치(NPV : Net Present Value)법은 경제성을 가늠하는 척도 중의 하나로서 어떤 투자로부터 기대되는 미래의 총 편익을 할인율로 할인한 총 편

익의 현재가치에서 총비용의 현재가치를 공제한 값으로 정의할 수 있음.

- 순현재가치는 대안선택에 있어서 정확한 기준을 제시해 주고, 계산이 용이하다는 장점이 있으며, 순현재가치가 '0' 보다 크면 타당성이 있는 것으로 판단할 수 있음.

$$NPV = \sum \frac{B_t}{(1+k)^t} - \sum \frac{C_t}{(1+k)^t}$$

B_t : 연차별 총편익, C_t : 연차별 총비용, k, t는 각각 할인율, 기간을 의미함

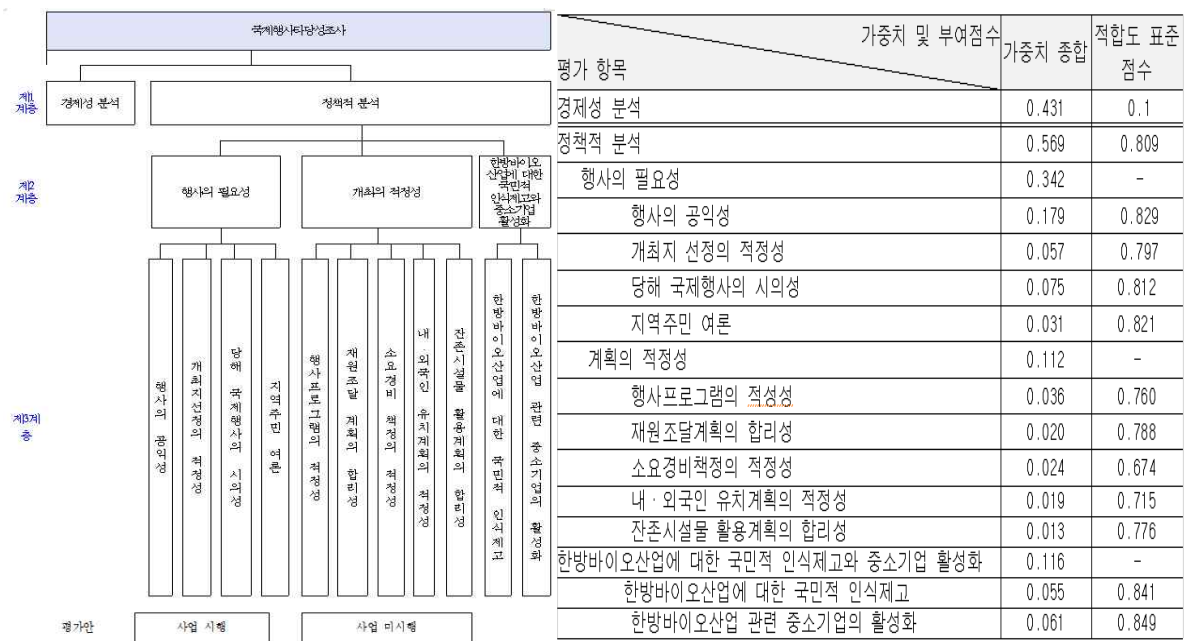
2) 정책적 타당성 분석

- 정부승인 국제행사의 타당성 분석시 사용하는 AHP종합평가 기법의 활용하며 AHP(Analytic Hierarchy Process)를 통하여 관련분야 전문가 8명 내외에 대하여 각 항목별 가중치평가를 실시하고 항목별 개최의 적합도를 평가하는 방식임.
- 적합도 표준점수를 도출하며 수치가 0.5이상인 경우 사업시행이 타당하다고 평가함.
- 계층화분석(Analytic Hierarchy Process: 이하 AHP)은 의사결정의 계층구조를 구성하고 있는 요소 간 쌍대비교로 평가자의 지식, 경험 및 직관을 포착하는 의사결정방법론임.
- 전문가의 종합적인 의견을 최대한 합리적이고 정량적으로 고려할 수 있는데 의미가 있으며 기존의 정성적인 정책적 판단을 최대한 객관화시키고 정량화하기 위해 2013년부터 국제행사타당성조사에서 사용됨.
- AHP는 전문가의 주관적인 판단을 활용하여 기존의 정량적 분석과 정책적 판단을 동시에 합리적으로 고려할 수 있다는 장점이 있음.

□ 수치화된 평가에 따른 비교가능성 증가로 의사결정의 효율성 제고하며 경제적인 요인과 정책적인 요인을 정량적으로 동시에 고려하기 때문에 기존의 정책적 판단보다는 상호 비교가 가능하다는 장점이 있음.

□ 이러한 상호비교는 의사결정에 대한 가이드라인을 제공함으로써 상대적으로 의사결정의 효율성을 제고하는 데 기여할 수 있음.

[그림 IV-2] 국제 행사의 AHP정책평가 적용 사례



* 자료: 대외경제정책연구원(2015), 2017 제천국제한방바이오산업 엑스포 타당성 조사 보고서

□ AHP는 일반적으로 아래의 4단계 과정을 거침(Saaty 2008)¹⁰⁾.

- ① 문제정의 및 필요한 정보 결정
- ② 의사결정구조의 계층화
- ③ 상위기준에 따른 하위항목간 쌍대 비교
- ④ 가중치 추정, 일관성 검토 및 최적의 대안 선택

10) Saaty, T. L.(2008), "Decision Making with the Analytic Hierarchy Process", *International Journal of Services Science* 1(1): pp 83-98.

[참고] AHP에서 요소 간 상대적 가중치의 추정방식

의사결정자가 n 개의 평가항목에 대해 nC_2 회의 쌍대비교를 수행한 후, 다음의 쌍대비교행렬 $A_{n \times n}$ 을 구성할 수 있는데, 행렬 $A_{n \times n}$ 는 주대각원소가 모두 1이 되는 역수행렬(reciprocal matrix)임.

$$A = [a_{ij}] = \begin{bmatrix} \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \frac{w_n}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \end{bmatrix}$$

행렬 A 에 평가항목 간 상대적 중요도를 나타내는 가중치벡터 w 를 곱하면 다음의 행렬식 관계로 표현할 수 있음.

$$\begin{bmatrix} \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \cdot & \cdot & \cdot \\ \frac{w_n}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \\ \frac{w_1}{w_1} & \dots & \frac{w_1}{w_n} \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} w_1 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ w_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} nw_1 \\ \cdot \\ \cdot \\ \cdot \\ nw_n \end{bmatrix}$$

이를 벡터로 표시하면 다음과 같음.

$$A \cdot w = n \cdot w$$

단, n 은 A 의 최대 고유치(maximum eigenvalue)로 행(또는 열)의 수

□ 여기서 w 의 해를 구한 값을 평가항목별 가중치벡터로 사용함.

2 재무적 타당성 및 경제성 분석

2.1. 재무타당성 분석결과

- 총예산 20억원 및 예상자체 수입 11억원을 가정하여 외부 지원예산 여부에 따른 재무적 타당성을 검토하였으며 2019년도 기준 현재가치를 반영하여 재무적 타당성 분석 실시함.
- 외부 지원예산은 보조금(9억원)으로 가정하고 2020년 수령하여 사용하는 것으로 가정함.
- 보조금이 없을 경우 재무적 BCR이 0.55로 1보다 낮음으로 타당성이 없음. 소요 비용보다 자체수익이 낮기 때문에 나타나는 수치이며 보조금 또는 후원금을 9억원으로 설정할 경우 재무적 BCR은 1에 근접하게 됨. 일시적 행사 특성상 9억원을 초과하는 지원예산이 확보된다면 재무적 타당성은 자동적으로 확보가 됨.

[표IV-1] 재무타당성 분석 결과

	지원예산 없을경우		지원예산(9억원) 포함	
	결과(백만원)	재무적 타당성	결과(백만원)	재무적 타당성
현금유입	1,043		1,841	
현금유출	1,896		1,896	
재무적NPV	-853	낮음	-54	낮음
재무적BCR	0.55	낮음	0.97	낮음

- 분석결과 외부지원 배제시 재무적 타당성은 매우 낮으며 외부지원금 없이는 운영이 불가하며 재무적 타당성을 확보하기 위해서는 다음과 같은 조건을 만족해야 함.
- 자체 수익을 높이기 위해서는 입장료 인상, 참여업체 참가비(부스임대료 등) 인상,

방문객수 증대가 필요함.

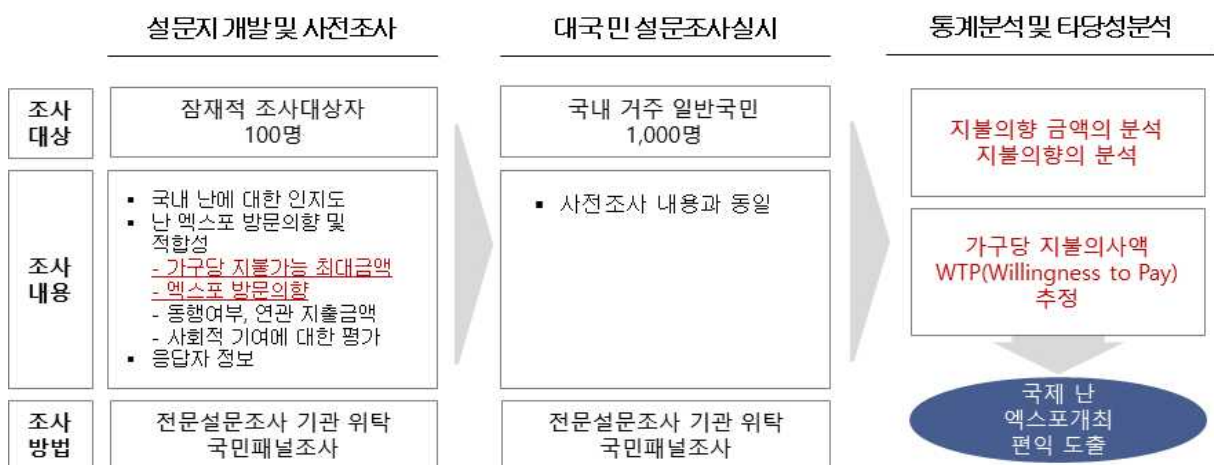
- 입장료의 경우 대국민 설문조사 결과를 참조한 결과이며 인상 시 방문의향이 감소하여 인상이 어려움.
 - 참여업체 참가비의 경우 인상에 따른 유치가 어려울 수 있으며, 대중전시 중심의 엑스포로 인상에 한계가 있음.
 - 방문객수는 방문의향조사에 따른 추정치로 홍보강화 등으로 확대될 여지가 있으나 추정하기 어려움.
- 본 엑스포의 경우 재무적 타당성 확보를 위하여 외부예산의 지원(정부 및 지자체 보조, 후원사 및 관련단체 예산지원)이 필수적인 것으로 판단됨.

2.2. 경제성 분석결과

1) 경제적 편익 추정을 위한 CVM 분석 프로세스 및 설문개요

- 국제 난 엑스포 사업계획 수립 및 타당성 분석을 위한 설문지를 개발하고 적용하여 일반 국민 1,100명을 대상으로 조사를 실시하였음.
- '18년 9월중 전문 설문기관(한국리서치)을 통한 설문조사 및 통계처리 실시, 타당성 분석을 위한 경제적 편익 도출하였음

[그림 IV-3] 경제적 편익 추정을 위한 대국민 설문조사 실시 개요



- 전국에 거주하는 만 20세 이상의 소득이 있는 국민을 대상으로 실시하였으며 사전조사 100명, 본조사 1,000명 총 1,100에 대하여 실시하였으며, 표본은 조사 방법 및 내용 등을 고려하여 80세 이상 모집단에서 제외함.
- 20-39세, 40-59세, 60세 이상 지역별 인구비례할당 실시 (2018년 7월 주민등록인구 기준)
- 소득 분위에 따른 소득 할당 실시 (통계청 소득구간별 가구당 가계수지 2016 기준)
- 조사방법은 MS패널을 이용한 웹서베이(CAWI: Computer Aided Web Interview)로 진행하였음.
- 조사내용은 인적사항(성별, 연령, 지역, 가구소득, 행사 관련 여부, 가족 수, 직업, 학력, 여가활동비 등), 입장료 지불 의향, 제시금액별(제시금액x2배, 제시금액x1/2배) 지불 의향, 입장료를 지불할 의향이 없는 이유, 입장료를 지불하고자 하는 이유로 구성됨.

2) 설문조사에 의한 지불의사 결과

- 제시금액별 WTP 응답의 분포 도출결과 제시금액에 대해 1차 지불의사를 밝힌 응답자는 510명이며, 이 중 152명은 2배의 지불의사를 나타냄.
- 1차 지불의사가 없다고 밝힌 응답자는 49명이며, 이중 296명은 제시금액의 절반을 지불할 의사가 있다고 나타남.
- 2차 지불의사도 없다고 밝힌 응답자 194명 중 159명은 1원도 지불의사가 없다고 응답함.

[표 IV-2] 제시금액별 WTP 응답의 분포

구분	1차 지불의사 있음			1차 지불의사 없음				표본수	
	소계	2차 (두배) 있음	2차 (2배) 없음	소계	2차 (절반) 있음	2차 (절반) 없음	최종지불 의사		
							>0		없음
3,000원	150	67	83	50	26	24	0	24	200
5,000원	120	40	80	80	49	31	2	29	200
7,000원	108	27	81	92	58	34	5	29	200
10,000원	71	8	63	129	87	42	9	33	200
12,000원	61	10	51	139	76	63	19	44	200
응답수	510	152	358	490	296	194	35	159	1,000
비중	51.0%	15.2%	35.8%	49.0%	29.6%	19.4%	3.5%	15.9%	100.0%

- 지불의사액이 0인 이유가 지불저항응답에 해당하는 응답자는 40명으로 1원도 국제 난 엑스포 입장료로 낼 수 없다고 응답한 159명 중 지불저항응답1)에 속하는 47명은 WTP 추정대상에서 제외함.11)

[표IV-3] 지불의사액이 '0원'인 경우의 응답이유

문3. '2022 국제 난 엑스포' 입장료로 단 1원도 지불할 의사가 없다고 하신 가장 큰 이유는 무엇입니까? 다음 중 한 가지만 선택해 주십시오.		빈도	퍼센트	유효 퍼센트
유효	국제 난 엑스포에는 관심이 없다.	87	8.7	54.7
	국제 난 엑스포 입장료는 이미 납부하고 있는 세금으로 충당해야 된다.	18	1.8	11.3
	국제 난 엑스포가 난 산업 발전에 영향을 주지 않을 것이다.	12	1.2	7.5
	입장료를 지불할 만한 경제적 여유가 없다.	11	1.1	6.9
	판단할만한 충분한 정보가 주어지지 않았다.	29	2.9	18.2
	전체	2	0.2	1.3
결측	시스템	159	15.9	100.0
전체		841	84.1	

11) CVM 분석지침 개선연구(KDI공공투자관리센터)에서는 제시한 지불의사액이 0인 이유가 지불저항응답에 해당하는 응답자를 제외한 지불의향자의 응답을 대상으로 WTP를 추정하도록 명시

3) WTP추정 결과

- 이중경계 양분선택형 모형을 이용한 WTP 추정을 실시하였으며 지불저항 응답자 40명을 제외한 960명을 대상으로 이중경계 양분선택형 모형을 이용하여 WTP 추정하였으며 통계패키지 R 3.3.3을 이용하여 분석을 실시함.

[그림 IV-4] 추정모형의 개요

- 선형추정 모형, 정규분포 가정 $y_i^* = x_i' \beta + u_i \quad u_i \sim N(0, \sigma^2)$.
- 선택함수(1 or 0), 최우추정은 제시된 금액의 절반(혹은 세분 기준)에 따라 편익이 변하는가를 추적

$$\ln L = \sum_{i=1}^N \ln \left[\begin{array}{l} I_i^{YY} \left[1 - \Phi \left(\frac{B_{Hh} - x_i' \beta}{\sigma} \right) \right] \\ + I_i^{YN} \left[\Phi \left(\frac{B_{Hh} - x_i' \beta}{\sigma} \right) - \Phi \left(\frac{B_l - x_i' \beta}{\sigma} \right) \right] \\ + I_i^{NY} \left[\Phi \left(\frac{B_l - x_i' \beta}{\sigma} \right) - \Phi \left(\frac{B_{Ll} - x_i' \beta}{\sigma} \right) \right] \\ + I_i^{NN} \Phi \left(\frac{B_{Ll} - x_i' \beta}{\sigma} \right) \end{array} \right]$$

1) Hanemann & Kanninen(1991) 에서 제시된 모형 참조

- 이중경계 양분선택형 모형을 이용한 WTP 추정결과 평균 WTP는 모형의 오차항의 분포 선택에 따라 차이가 큰 문제가 있어 절단 평균 WTP와 중간값 WTP를 대표값으로 이용함.
- 추정결과 응답자의 경우 난 엑스포와 관련하여 1인당 약 8,431원 가량을 지불할 수 있는 의사를 표시한 것임.

[표 IV-5] WTP 추정결과

구분	이중경계 양분선택형 모형		
	추정값	95% 신뢰구간	
평균 WTP	8596.9원	8154.9	9079.4
수정된 절단 평균 WTP	8431.2원*	8014.4	8879.1
중앙값 WTP	6861.1원	6519.8	7204.1

4) 난 엑스포 개최 경제성 분석결과

- 편익과 비용산정의 기준연도는 2019년이며, 사업계획기간은 2019~2021년까지 총 3년간으로 가정하고 사회적 할인율은 5.5%를 가정하였음.
- 경제적 편익은 CVM 결과를 활용하고, 경제적 비용은 비용분석 결과를 활용하였으며 편익계산을 위해 현재 통계청이 발표한 20세 이상 80세 미만 인구수(41,248천명)에서 방문의사율로 방문자 집단을 가정하였음.
- 경제성 분석 결과 현재가치로 환산한 총 비용은 약 979백만원이며 총 편익은 약 1,896백만원으로 나타나며 BCR은 0.52로 경제적 타당성이 없음.
- 소비자가 평가한 편익이 비용보다 낮으므로 국민이 부여한 경제적 가치보다 높은 비용이 투입된다는 의미임.
- 다양한 가정과 방법상 가정에 따라 결과의 변동가능성이 높으므로 이를 고려하여 정책적 판단을 해야 함. 현재 조건에서 추가적 노력에 따라 국민의 방문의사를 높임으로써 경제성 평가의 결과 값을 달리 예상할 수 있으나 충분한 홍보 및 준비기간이 소요되며, 난 관련 대중의 이해도 및 관심도가 높아질 수 있는 조치가 전제되어야 할 것임.
- 난 엑스포 자체의 전체적 소요비용 감소는 행사 성격상 제약이 있으며 경제성 평가의 결과에 미치는 영향은 높지 않음.
- 기본계획에 따라 경제성 분석을 한 것에 덧붙여 방문객 숫자의 증가 및 행사 소요비용의 감소 시나리오에 따라 경제성 분석을 실시하였음.
- 시나리오 1(기본계획): 기본계획에서 제시한 비용추정내용과 CVM 분석에 따른 국민의 지불의사내역을 활용한 편익산출
- 시나리오 2: 기본계획상 추정 방문객이 100% 증가 (약 24만명) 되었을 경우, 투입

예산 동일 조건

○ 시나리오 3: 기본계획상 투자비용이 20% 감소되었을 경우

□ 시나리오별 경제성 분석결과 ‘시나리오 2’에 의하여 방문객의 100%증가하여 24만명 규모가 되었을 경우 BCR이 1.03으로 타당성이 확보되는 것으로 나타남. 이는 국민의 방문의사율이 높아지고 실제 방문객수가 증가한다는 가정 하에 가능한 것으로 난 엑스포에 대한 대국민 홍보, 행사 주체의 노력과 의지에 의하여 기본 조건이 변동됨을 의미함.

□ ‘시나리오 3’에 의해서 분석한 결과 행사의 투입비용이 감소함에 따라 BCR수치도 증가하는 것으로 나타남. 행사비용의 절감의 최대폭이 20%를 넘지 않음을 가정하였을 때 BCR이 0.65로 타당성을 확보하지 못하므로 비용절감에 의한 타당성 확보는 어려울 것으로 예상됨.

[표 IV-6] 시나리오별 경제성 분석결과

구분		분석결과(시나리오1)		시나리오 2	시나리오 3
총비용 현재가치		1,896 백만원		1,896 백만원	1,517 백만원
총편익 현재가치		979 백만원		1,959 백만원	979 백만원
타당성 분석결 과	BCR	0.52	1.0보다 낮으므로 타당성 없음	1.03	0.65
	NPV	-916백만원	타당성 없음	63백만원	-537백만원

3 정책적 타당성 분석

3.1. 정책적 타당성 분석의 개요

- 정부의 국제행사 심사위원회의 심사기준(행사의 필요성, 개최의 적정성)을 반영하여 정성적 타당성을 항목별로 정리 및 제시, 국내 난 산업의 활성화 부분을 포함하여 정책적 타당성 평가를 실시함.
- 기존 수립된 계획에 대한 평가가 아니므로 본 연구를 통하여 기본 계획을 제시하고 항목별 실행요건을 평가하여 반영하였으며 실제 국제 난 엑스포의 지역개최 또는 기본계획이 변경됨에 따라 이후 정책적 타당성 분석의 결과를 달라질 수 있음.

[표Ⅳ-7] 국제 난 엑스포 정책적 타당성 분석의 내용

분류		평가 항목 (정부 심의기준)	정성적 평가 내용 (일부 조정)
기본 평가 항목	행사 필요 성	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 행사의 공익성 ◆ 행사목적의 실현가능성 ◆ 행사주관기관·개최지 등 선정 적정성 ◆ 당해 국제행사의 시의성 ◆ 지역주민 여론 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 행사의 공익성 정도 ◆ 행사 비전 및 목적의 실현가능성 정도 ◆ 주관기관, 개최지 선정에 따른 수행 가능성 여부 ◆ 행사의 시의성 정도 ◆ 해당사업에 대한 이해관계자 긍정적 평가 정도(설문조사 결과 참고)
	계획 적정 성	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 내외국인 유치계획의 타당성 ◆ 국제행사 규모의 적정성 ◆ 소요경비 책정의 적정성 ◆ 자원 조달계획의 적정성 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 내·외국인 유치 가능성 여부 ◆ 기대효과 달성을 위한 사업규모 적정 여부 ◆ 책정된 경비의 적정성 ◆ 자원조달 가능성 및 용이성
특수 평가 항목	난 산업 활성 화	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 관련 산업 기반 조성 ◆ 국민의 소비 제고 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 해당산업 기반조성에 기여하는지 여부 (수출확대, 생산자 소득확대 등) ◆ 국민의난 소비 활성화에 기여하는지 여부 (소비자 홍보, 소비 증진 기여 등)

* 자료: 대외경제정책연구원(2013)을 바탕으로 본과업에 적합하게 재구성

3.2. 정책적 분석을 위한 계층화분석(AHP)의 절차

- AHP 평가는 전문가의 정책평가를 중심으로 실행되며, 참여대상자의 자격으로는 ① 해당사업에 대한 충분한 지식을 가진 전문가, ② 공공이익의 관점에서 사업을 평가할 수 있는 객관성을 갖추고 있는 자(이해관계자 배제)로 정해짐.
- 조사 인원은 8명 내외로 하고, 객관성을 높이기 위하여 이 중 최고와 최저를 제외한 6인의 평가결과를 활용함¹²⁾.
- 평가항목은 크게 경제성 분석과 정책적 분석으로 구분하며, 정책적 분석의 경우 기획재정부의 지침에 따른 기본평가항목과 사업의 특수성을 반영하는 평가항목으로 구성하되 최대한 기본평가항목 위주로 추진하였음.
- 정책적 분석 중 기본평가항목은 국제행사관리지침에 따라 행사의 필요성과 계획의 적정성으로 구분
- 정책적 분석에서 국제행사의 성격(예: 체육행사, 엑스포, 문화행사, 국제회의 등)에 따른 사업의 특수성을 반영하는 항목을 고려함.
- 경제성 분석과 정책적 분석의 경우 일정범위의 사전가중치*를 부여함으로써 전문가의 최종판단을 위한 가이드라인으로 활용함.
- 경제성과 정책적 분석의 경우 기본적으로 동등한 사전적 가중치인 50%를 고려하지만, 경제성 분석에 대한 사전적 가중치 50%는 최대치로 두고, 정책적 분석에 대한 사전적 가중치 50%는 최소치로 둬.
- 경제성 분석에 대한 산업엑스포의 사전적 가중치 범위는 40~50%, 체육 및 문화행사는 30~50%, 국제회의는 20~50%로 차별화함.
- AHP 분석의 경우 타당성조사를 위한 국제행사는 크게 다음의 네 가지로 구분할 수 있음. 행사에 따라 적용 문항 및 가중치 범위가 달라질 수 있음.

12) KDI의 예비타당성조사에서 사용하는 방식을 준용함.

- 난 엑스포의 경우 문화행사의 성격과 산업엑스포의 성격을 가지기 때문에 경제성 분석에 대한 사전가중치 범위를 30~50%로 설정하고, 정책적 분석에 대한 사전가중치를 50~70%로 설정함.

[표 IV-8] 사업유형별 경제성 분석과 정책적 분석의 사전가중치 범위

행사 구분	경제성 분석(%)	정책적 분석(%)
체육행사	30~50	50~70
산업엑스포	40~50	50~60
문화행사	30~50	50~70
국제회의	20~50	50~80

- 쌍대비교 시 중요도의 척도는 Saaty(2008)가 제시하는 바와 같이 일반적인 9점 척도를 이용함.

[표 IV-9] 쌍대비교 시 중요도의 척도

중요도	계량적 척도
절대적 중요	9
절대적 중요 - 매우 중요한 중간	8
매우 중요	7
매우 중요 - 중요한 중간	6
중요	5
중요 - 약간 중요한 중간	4
약간 중요	3
약간 중요 - 동등의 중간	2
동등	1

자료: Saaty(2008) 참고.

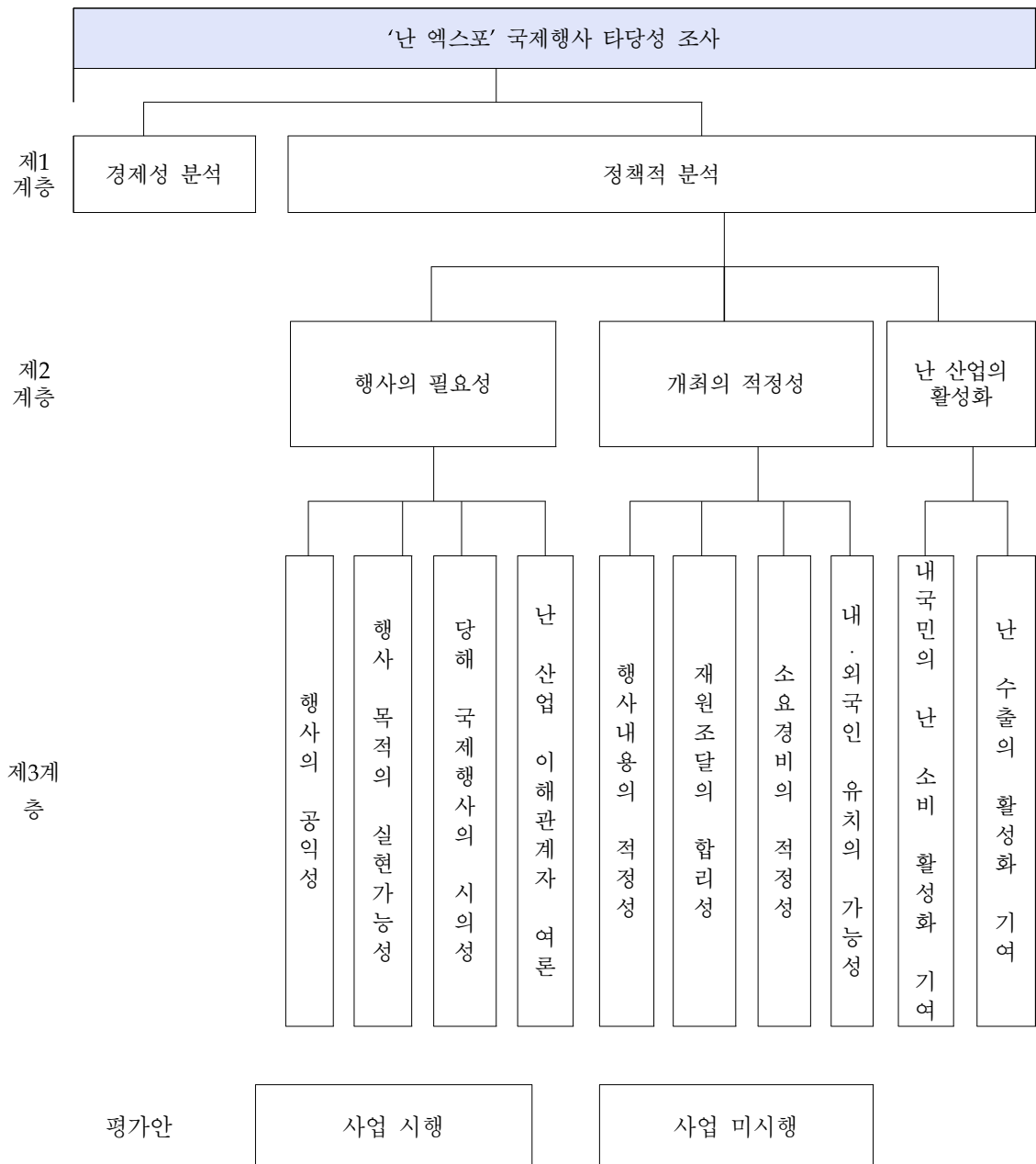
- 경제성 분석(BCR)은 정량적인 수치로 표시되기 때문에 이를 AHP의 9점 척도로 전환이 필요하며 기 도출된 경제성 평가의 결과를 점수로 전환하여 적용함.
- 경제성 분석의 BCR 표준점수 전환식¹³⁾ :B/C 표준점수 = $5.11532 \times \ln(\text{BCR}) + 1$ 단,
if $\text{BCR} \geq 1$ then $i=1$, else $i=-1$
- 국제행사와 관련한 의사결정은 『국제 난 엑스포 기본계획』에 대하여 사업을 시행할 것인지 미시행할 것인지로 판단되며 앞서 제시한 난 엑스포 기본계획에 대한 수치를 제시함.

13) KDI 예비타당성조사의 표준점수 전환식을 준용(안상훈 외(2008), 『예비타당성조사 수행을 위한 일반지침 수정·보완 연구(제5판)』, 한국개발연구원)

3.3. 국제 난 엑스포 AHP 설문지 내용

- 정책적 분석의 경우 기재부의 국제행사 타당성 분석 지침에 의한 기본평가 항목인 행사의 필요성과 계획의 적정성을 포함하고, 사업의 특수성을 나타내는 난 소비 활성화와 난 수출 활성화 항목을 추가하였음.

[그림 IV-5] AHP 분석을 위한 계층 구조



[표 IV-10] AHP 평가항목 요약

평가 항목	평가 내용	평점 기준	비고
경제성 분석	·경제적 측면에서의 사업 타당성	분석결과 도출된 B/C 등	B/C 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
정책적 분석			
행사의 필요성			
행사의 공익성	·행사의 공익성 정도(사회 전체의 기여도)	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사의 공익성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
행사목적의 실현가능성	제시된 행사비전 및 목적의 실현가능성 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사목적의 실현가능성이 높을수록 '사업시행' 점수가 높음
당해 국제행사의 시의성	·2021년도 행사 추진에 대한 시의성 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	2021년에 추진해야 하는 시의성 정도가 높다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
난 관련 이해관계자 여론	·이해관계자들이 동 행사를 긍정적으로 평가하고 있는지에 대한 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	이해관계자의 여론이 보다 긍정적이라고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
개최의 적정성			
행사내용의 적정성	·행사의 규모 및 전시회 내용이 개최목적에 비추어 적정한지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	개최목적을 추진하기 위한 행사 내용이 적정하다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
재원조달의 합리성	·행사비용이 목적에 비해 적정한 수준인지, 국고지원 외에 자체예산, 수익금 등으로 충당할 수 있는 최대치가 반영되었는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	재원조달계획이 적정하다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
소요경비의 적정성	·경비지출항목, 규모 등 지출계획이 행사목적 달성에 맞춰 적정하게 편성되었는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사목적을 달성하기 위한 경비지출 계획이 적정하다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
내·외국인 유치 가능성	국내 일반관람객, 외국인 관람객 유치의 실현가능성 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	내외국인 관람객을 유치할 가능성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
난 산업의 활성화			
내국민의 난 소비활성화 기여	·행사 추진에 따라 국민의 난 소비 촉진에 기여하는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	엑스포 개최에 따라 난 소비가 증가할 가능성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
난 수출의 활성화 기여	·행사 추진에 따라 대외적으로 국내 난 수출 활성화에 기여하는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	국내 난의 해외 수출이 증가할 가능성이 높을수록 '사업시행' 점수가 높음

3.4. AHP분석 결과 및 시사점

1) AHP응답 결과 및 가중치 및 부여점수 현황

- AHP에 참여한 전문가들이 각 항목에 대하여 평가한 가중치를 종합하면, 경제성 분석과 정책적 분석의 가중치가 0.361 : 0.639로 나타나 정책적 평가의 비중에 대한 중요성을 상대적으로 높게 평가하고 있음.
- 전문가들은 행사의 필요성과 난 산업의 활성화 측면에 평가의 높은 가중치를 부여하고 있으며 정책적 분석의 하위항목인 행사의 필요성과 개최의 적정성, 난 산업 활성화는 각각 0.412 : 0.233 : 0.355로 나타났음.¹⁴⁾
- 경제성 분석을 제외한 10가지 세부항목에서 살펴보면 0.5보다 높은 점수를 받아 행사개최에 긍정적 점수를 준 부분이 상당수 있으나 점수가 높지는 않음.
- 표준화된 전환식을 이용하여 B/C비율을 Saaty(2008)의 AHP 9점 척도점수로 전환하고 이를 다시 사업시행대안의 적합도 표준점수로 전환한 수치로서 수치가 0.5보다 큰 것은 사업시행에 긍정적인 점수를 부여한 것을 의미하며, 0.5보다 작은 것은 사업시행에 부정적인 점수를 부여한 것을 의미함.¹⁵⁾
- 상대적인 부여점수 총합의 차이가 나타나며 이런 점에서 볼 때, 참여 전문가들은 당해 행사가 공익성이 있고 난 관련 이해관계자 여론에 부합하며, 난 소비에 기여할 것으로 보는 반면, 당해 국제행사의 시의성, 내외국인 유치가능성, 난 수출 활성화 기여 등 부분에서 개선의 여지가 있다는 평가를 내리고 있음을 확인할 수 있음.

14) 경제성분석, 행사의 필요성, 계획의 적정성, 난 산업 활성화의 가중치를 모두 합할 경우 1이 되기 때문에 이들 수치를 %로 이해해도 됨.

15) Salo, A.A. & Hamalainen, R.P. (1997) 'On the measurement of Preferences in the Analytic Hierarchy Process', Journal of Multi-Criteria Decision Analysis, Vol. 6, pp.309-319

- 기본계획의 경제성 타당성 평가 BCR은 0.52로 표준점수로 환산한 값은 0.314로 타나남.

[표IV-11] 각 항목별 가중치 및 부여점수 종합

평가 항목	가중치 및 부여점수	가중치 종합	부여점수 종합
경제성 분석		0.361	0.314
정책적 분석		0.639	
행사의 필요성		0.263	
행사의 공익성		0.100	0.618
행사목적의 실현가능성		0.066	0.578
당해 국제행사의 시의성		0.054	0.521
난 관련 이해관계자 여론		0.044	0.611
계획의 적정성		0.149	
행사내용의 적정성		0.055	0.601
재원조달의 합리성		0.035	0.576
소요경비의 적정성		0.029	0.553
내·외국인 유치 가능성		0.031	0.552
난 산업의 활성화		0.227	
내국민의 난 소비활성화 기여		0.171	0.593
난 수출의 활성화 기여		0.055	0.532

- 기본적으로 각 평가자의 점수를 합산하고 가중치를 적용한 총점수를 바탕으로 최종평가를 실시함.
- ‘AHP종합평점>0.5’ 을 기준으로 사업의 타당성 여부를 판단하며 이러한 가중치와 부여점수를 이용하여 개인별 평가결과가 도출되며, 0.5를 기준으로 이를 초과하면 사업시행을, 미만이면 사업 미시행을 의미하는 것임.
- 이는 가중치와 AHP 9점 척도를 활용하여 0과 1 사이로 표준화한 값이며, 만약 정확히 0.5점이 나올 경우 각 사안별로 사업 시행과 미시행에 동일한 선

호를 나타내는 것으로 보기 때문임. 단, 이때 8인의 평가자 중 최대치와 최소치를 제외한 6인의 평가결과만을 활용하는데, 이는 전문가들의 평균적인 의견을 확보하기 위한 것임.

- 위의 방법에 따라 도출된 개인별 평가결과를 종합하여 AHP 평가자 전체의 평가결과를 구하면, 사업시행 점수가 0.485, 사업미시행 점수가 0.515으로 사업미시행이 사업시행보다 높은 점수가 나왔음.
- 아래 표에서 평가자 2번 응답자와 4번 응답자는 사업시행(또는 사업미시행)에 가장 높은 점수와 가장 낮은 점수를 부여하여 전체 평균에서 볼 때 가장 멀리 떨어져 있는 이상치(outlier)로서, 종합평가 점수 산정에서 제외됨.

[표IV-12] 국제 난 엑스포 AHP 평가 결과

평가자	사업시행	사업미시행	비고
1	0.509	0.491	
(2)	0.240	0.760	극단값 제외
3	0.694	0.306	
(4)	0.719	0.281	극단값 제외
5	0.716	0.284	
6	0.532	0.468	
7	0.286	0.714	
8	0.514	0.486	
종합1)	0.485	0.515	사업미시행

주 : 1) 최대치와 최소치를 제외한 평가자의 가중치와 부여점수의 통합결과를 기하평균을 사용하여 각각 도출하고 이를 활용하여 가중평균으로 사업시행의 종합점수를 산출함.

- 분석결과 AHP평가결과 사업미시행이 0.515로 개최 타당성이 없음으로 나타나지만 그 수치가 0.5에 가깝고 전문가 평가의견이 엇갈리고 있으므로 개최여부의 의사결정은 신중히 판단해야 함.
- 당해 국제행사의 AHP 종합평점이 낮은 이유는 경제성 측면에서 비용 대비 경제적 편익의 비율(BCR)이 낮게 도출되었고 당해 국제행사의 시의성, 소요

경비의 적정성, 내외국인 유치의 가능성 등에서 정책평가의 시행의견이 절대적으로 높지 않았기 때문임

- AHP분석 결과 ‘미시행’ 으로 도출되나 전문가 평가자간의 의견이 차이가 발생 하고 사업시행과 미시행 대안간의 수치의 차이가 크지 않아 의사결정의 확실성이 미확보됨에 따라, 본 결과만으로 확실한 시행여부 판단에 제약이 발생함.
- AHP평가 결과가 0.485로서 이러한 경우 $0.5 - 0.05 < \text{AHP 종합평점} < 0.5 + 0.05$ 의 범위에 해당하므로 의사결정 과정상 결론에 신중할 필요가 있음

[그림 IV-6] AHP를 이용한 종합타당성 평가 결과의 해석 유의점

평가자별 의견일치도와 AHP 평점에 따른 결과				
종합평점 시행 : 미시행	AHP < 0.45	$0.45 \leq \text{AHP} \leq 0.5$	$0.5 \leq \text{AHP} \leq 0.55$	AHP ≤ 0.55
4 : 0	-	-	타당성 있음	타당성 있음
3 : 1	Feedback	아주 신중	약간 신중	타당성 있음
2 : 2	AHP < 0.42 : 타당성 없음 AHP > 0.42 : 약간 신중	신중	신중	AHP > 0.58 : 타당성 있음 AHP < 0.58 : 약간 신중
1 : 3	타당성 없음	약간 신중	아주 신중	Feedback
0 : 4	타당성 없음	타당성 없음	-	-

* 자료 : 예비타당성조사의 이해 (김난주). 부산발전연구원



종합타당성 평가결과 및 후속추진방안 제안

1 종합검토결과

1.1. 기본계획의 종합타당성 분석결과

1) 행사개요

- 앞서 국제 난 엑스포의 타당성 검토를 위하여 기본계획을 수립하였으며, 기존 관련 국내외 전시회 사례 및 이해관계자 의견을 참조하여 개최 계획 내용을 제시함.
- 타당성 검토결과에 따라 행사계획의 내용이 수정되거나 재검토 될 수 있으며, 세부추진계획에 대한 추가적 계획수립이 필요함.

[표 V-1] 국제 난 엑스포 기본계획(안)

- 행사명 : 2021년 대한민국 국제 난 엑스포
(KOREA International Orchid Expo 2021)
- 기간 : 2021년 3월 19일 ~ 28일 (10일간) ※ 매년 개최를 가정
- 장소 : 서울 코엑스(COEX)
- 주요행사 :
 - 전시회 (난 출품경진대회, 세계난전시, 예술작품전시 등)
 - 문화체험프로그램, 국제학술회의, 비즈니스 및 무역상담
- 참가규모 : 관람객 12만명 / 전시참가자 80개 업체 / 바이어 160명
 - 내국인 11만6천명 / 외국인 2천명
 - 국내 전시참가업체 50개 업체 / 해외 전시참가자 30개 업체 (총 15개국)

2) 행사의 필요성

- 본 행사는 국내 침체되는 난 산업의 활성화를 위하여 난 소비의 대중화, 난 관련 수출의 확대 등을 목적으로 하고 있는 바, 공익성이 있으며 난 관련 중

사자의 개최의지가 높음.

- 난과 관련된 전문소비층이 존재하고 과거 국제 난 엑스포를 개최한 경험도 있으나 실제 행사의 실현가능성에 대해서는 신중한 판단이 필요함.
- 행사의 성격이 난 전시회가 아닌 ‘국제 난 엑스포’로서 ‘국제행사’로 계획되고 있고 예산의 경우도 20억 가량 투입되는 행사로 행사의 목적달성과 성과측면에서 신중한 검토가 필요함.
- 국제 난 엑스포의 경우 주관단체 및 관련 계획이 사전에 설정되어 있는 것은 아니므로 관련계획의 수립과 향후 지속적인 논의가 추가적으로 필요함.
- 난 관련 국제행사 개최의 시의성과 관련하여 국제 주요 난 전시회 일정을 고려 2021년 개최를 가정하였을 경우 일본, 대만 등의 난 전시회 일정과 차별점이 있으나 국내 난 전시회의 경우 그동안 개최되지 않았고 해외 국가에서의 인지도도 높지 않기 때문에 사전준비 및 홍보단계에서의 준비노력이 중요함.
- 대국민 설문조사에 의하면 국민중 국제 난 엑스포에 방문의사를 밝힌 비율이 ‘꼭 가고싶다’ 는 2.6%, ‘가능하면 가고싶다’ 는 54.2%로 나타남.
- 난 관련 생산자 및 단체의 경우 설문조사 결과 개최 필요성에 대하여 97%가 찬성하는 등 절대적 지지를 보내고 있음.
- 일반 국민 대상 설문결과 본 행사에 방문 및 입장료 지불로 인해 국내 난 관련 산업의 활성화에 기여한다는 응답은 40.2%로 나타났으며 다음으로 난 수출증가 등에 따른 경제적 효과를 기대한다는 응답이 27.6%로 나타남, 국내 난에 대한 인식이 높아질 것이라는 응답은 24.7%로 나타남.

3) 행사의 적정성

- 주요 행사로 난 전시회 및 산업 비즈니스 프로그램으로 구성함. 본 행사의 목적인 난 소비 대중화와 난 관련 산업 활성화의 목적을 모두 추진하고자 복합된 형태의 행사성격을 가짐.
- 전시회의 경우 일반 대중의 관심을 일으키기 위한 전시품 및 프로그램의 기획이 중요하며 현재 해외에서 개최되는 타 국제 전시회의 사례 및 운영프로그램에 대한 세부적인 벤치마킹이 필요함.
- 본 행사를 개최하는데 총 20억원 규모의 예산이 소요될 것으로 추정되며 자체적인 수익사업으로 11억원을 조달가능 하나 나머지 9억원에 대해서는 지원예산으로 조달해야 함. 지원예산의 조달을 위해서는 정부 및 지자체의 예산반영 또는 후원단체의 지원이 필요한 실정임.
- 공공의 예산반영을 위해서는 본 행사의 필요성에 대한 공감과 합의가 필요하며 행사개최에 따른 공공편익 증진이라는 경제성 평가의 결과가 긍정적으로 나타나야 함.
- 소요경비는 약 20억원이 소요되는 것으로 추정됨, 행사 연출비가 30.0%로 가장 많으며 시설임대료 16.5%, 홍보비 13.5% 순으로 나타남. 추정된 소요경비는 최소한의 수준에서 검토된 것으로 난 엑스포의 준비과정에서 시설설치비 등의 비용이 상승할 가능성이 높음
- 본 행사는 총 관람객 약 12만명, 외국인 관람객 2천명으로 목표를 설정함. 과거의 국제 난 전시회 개최사례 및 일본 세계난전 등과 비교하면 관람객 숫자가 높게 설정됨. 약 12만명의 수치는 국민대상 설문외 방문의사율을 고려한 것으로 실제 행사의 내방객 수와 차이가 있을 것으로 예상되며 국민의 난 엑스포 개최의 인지여부, 접근성, 당해 행사시점에 난에 대한 소비자의

인식 등의 영향을 미칠 것으로 예상됨

- 목표관람객수의 목표달성은 행사 타당성에 미치는 영향이 크며 목표 관람객을 하회하여 내방객 수가 실현될 경우 행사의 타당성이 매우 낮아질 우려가 있음.

4) 경제성 분석

- 재무적 타당성 결과 지원예산에 있어 보조금이 없는 경우 재무적 타당성이 낮으며, 정부 및 지자체의 보조금이 포함될 경우 재무적 타당성이 낮은 하나 수지분석 상 추진가능성이 어느 정도 있는 것으로 나타남.
- 행사의 재무적 타당성은 향후 본 행사의 지속가능성과도 관련이 있으며 따라서 지원예산을 지속적으로 확보하거나 자체수익의 비중을 높일 필요가 있음.

[표 V-1] 국제 난 엑스포 재무적 타당성 분석 결과

	보조금없을경우		보조금(9억원) 포함	
	결과(백만원)	재무적 타당성	결과(백만원)	재무적 타당성
현금유입	1,043		1,841	
현금유출	1,896		1,896	
재무적NPV	-853	낮음	-54	낮음
재무적BCR	0.55	낮음	0.97	낮음

- 경제적 타당성 분석 결과 본 행사에 대한 비용편익을 분석한 결과, 편익이 비용보다 작아서 경제성이 낮은 것으로 나타남.
- 총비용의 현재가치는 1,896백만원인 것에 비해 총편익의 현재가치는 979백만원으로 나타남, 따라서 순현재가치는 -916백만원이며 BCR은 0.52로 타당성이 없는 것으로 나타남.

[표 V-2] 국제 난 엑스포 경제성 분석 결과

구분		분석결과	
총비용 현재가치		1,896 백만원	
총편익 현재가치		979 백만원	
타당성 분석결과	BCR	0.52	1.0보다 낮으므로 타당성 없음
	NPV	-916백만원	타당성 없음

5) 정책적 타당성 분석을 포함한 종합적 타당성 분석

- 전체 AHP평가에서 경제적 타당성이 차지하는 비율은 36.1%로 정책적 타당성의 가중치가 63.9%로 높게 조사되었으며, 정책적 필요도에 따른 전문가의 견의 반영 비중이 높게 설정됨.
- 경제성과 정책적 타당성에 대한 전문가 평가를 종합한 AHP평가의 평점은 사업시행이 0.485, 사업미시행이 0.515로 사업미시행으로 결론이 도출되었음. 그러나 평가점수가 판단기준인 0.5에 가깝게 도출되므로 의사결정에 ‘신중한 판단’이 요구됨으로 해석됨.
- 본 연구결과는 앞서 제시된 난 엑스포 개최계획에 따라 종합평가가 실시된 것으로 실제 계획 및 수정된 계획에 따른 경제적 타당성 요건의 변동과 함께 정책적 타당성의 평가 요건의 변동에 따라 종합적 타당성의 결론도 다르게 나타날 여지가 있음.

1.2. 주요 시나리오에 따른 타당성 비교분석

- 국제 난 엑스포의 경우 기존의 개최 계획이 확정되어 있지 않으므로 기본 행사계획의 설정과 동시에 경제적 타당성을 평가하였으며 기본계획의 주요 요건의 변동에 따라 다음과 같이 시나리오를 설정하여 각 타당성 분석, 타당성 확보를 위한 시사점을 제시함.

[그림 V-1] 경제적 타당성 평가의 시나리오 구성

수도권개최	시나리오 1	시나리오 2	시나리오 3
전문국제전시장이용	<ul style="list-style-type: none"> • 개최장소 : COEX • 목표관람객 : 12만명 • 예상비용 : 20억원 	<ul style="list-style-type: none"> • 개최장소 : COEX • 목표관람객 : 24만명 • 예상비용 : 20억원 	<ul style="list-style-type: none"> • 개최장소 : COEX • 목표관람객 : 12만명 • 예상비용 : 16억원
지역개최	시나리오 4	시나리오 5	
별도 행사장설치	<ul style="list-style-type: none"> • 장소 : 별도전시장 • 목표관람객 : 12만명 • 예상비용 : 70억원 	<ul style="list-style-type: none"> • 장소 : 별도전시장 • 목표관람객 : 80만명 • 예상비용 : 70억원 	

1) 추정 방문객수 및 비용소요에 변동에 대한 시나리오 분석

- 추정방문객이 증가하거나 감소할 경우와 행사의 소요비용이 증가 또는 감소할 경우에 대한 시나리오별 분석을 통하여 타당성을 비교분석함.
- 기본가정에서 방문객이 감소하는 경우, 비용이 증가하는 경우는 기존의 결과가 타당성이 없는 것으로 나타나므로 ‘방문객 증가’, ‘비용감소’의 가정으로만 시나리오를 설정함.

- 시나리오 1(기본계획): 기본계획에서 제시한 비용추정내용과 CVM 분석에 따른 국민의 지불의사내역을 활용한 편익산출
- 시나리오 2: 기본계획상 추정 방문객이 100% 증가 (약 24만명) 되었을 경우, 투입 예산 동일 조건
- 시나리오 3: 기본계획상 투자비용이 20% 감소되었을 경우

□ 시나리오별 분석결과 기존 경제적 타당성 분석에 비하여 방문객이 약 2배인 24만명이 될 경우 경제적 타당성이 확보되는 것으로 나타남, 반면 실제 비용의 최대 절감폭인 20%를 가정하였을 경우 경제적 타당성은 확보되지 않는 것으로 나타남.

□ 본 행사의 타당성 확보를 위해서는 관람객 목표의 달성이 가장 중요한 요소로 나타나며 본 행사의 개최를 위해서는 관람객수의 충분한 동원이 가능한 여건 및 노력이 선행되어야 함.

[표 V-3] 방문객수 및 소요비용 변동에 따른 시나리오별 경제적 타당성 결과

구분		분석결과(기본계획)	시나리오 2	시나리오 3
총비용 현재가치		1,896 백만원	1,896 백만원	1,517 백만원
총편익 현재가치		979 백만원	1,959 백만원	979 백만원
타당성 분석결과	BCR	0.52	1.03	0.65
	NPV	-916백만원	63백만원	-537백만원

2) 지역개최에 따른 시나리오 분석

□ 현재 기본계획상 가정은 수도권의 전문 국제전시장의 행사개최로 설정되어 있음, 수도권 개최 및 지역개최의 장단점이 존재하며 지역개최시 지자체 등 행사주체의 추진의지 및 예산투자에 따른 이점이 있으나 수도권에 비해 국제 행사로서의 접근성이 낮아진다는 단점이 있음.

[표 V-4] 지역개최에 따른 시나리오별 장단점

장 소	장 점	단 점
COEX 또는 KINTEX	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 수도 중심으로 국제적으로 상징성이 높음 ◦ 교통 접근성 우수 ◦ 주변 유동인구 많음 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 실외 전시공간 확보 어려움
지역개최 (수도권)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 교통 접근성 양호 ◦ 지자체의 난 산업 육성계획 등과 연계 가능(예산반영) 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 전문전시시설 활용 어려움 ◦ 시설조성비용 소요
지역개최 (지방권)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 지자체의 난 산업 육성계획 등과 연계 가능[예산반영] 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 전문전시시설 활용 어려움 ◦ 시설조성비용 소요 ◦ 교통접근성이 수도권에 비해 나쁨

- 지방(광역시 제외) 개최 시 전문 전시시설의 이용여부 및 별도의 전시장 및 시설조성여건에 따른 행사예산 비용소요의 편차가 크게 나타남.
- 이를 감안하여 다음과 같은 시나리오에 따른 경제적 타당성 분석을 실시함
 - 시나리오 4 : 지방개최에 따라 별도의 전문 행사장을 설치한다고 가정 약 70억원의 투자비가 소요, 목표 방문객수는 12만명으로 동일함을 가정
 - 시나리오 5 : 지방개최에 따른 소요비용 약 70억원 가정, 방문객 목표수의 증가를 통하여 약 80만명 방문을 가정
- 지역개최의 경우 국제 난 엑스포 개최에 필요한 상설적으로 운영되는 전시장이 없거나 기존시설의 개조 및 신규조성을 해야 하므로 별도의 추가예산의 소요 요인이 발생함. 타 지역 개최 실내중심의 전시박람회를 기준으로 소요되는 예산이 70억원으로 증가함을 가정할 경우 이는 BCR수치가 0.15까지 감소를 가져옴. 행사의 소요예산이 증가하는 만큼 내방하는 방문객 수에 따라 경제적 타당성의 결과값이 다르게 나타나는 점에 유의해야 함.
- 동일 가정 하에서 경제적 타당성 확보를 위해서는 비용소요대비 방문객을

증가시켜야 하며 시나리오상 목표관람객을 80만명 정도로 증가시킬 경우 경제적 타당성의 BCR이 1로 나타남.

- 지역개최 등의 여부에 따라 소요예산에 따라 기본계획의 몇 배에 이르는 방문객 수를 증가시키기에는 부담이 있으며 정책적 타당성 평가와 연계하여 개최여부에 대한 신중한 검토가 필요함.

[표 V -5] 지역개최 조건 변동에 따른 시나리오별 경제적 타당성 결과

구분		분석결과(기본계획)	시나리오 4	시나리오 5
총비용 현재가치		1,896 백만원	6,635 백만원	6,635 백만원
총편익 현재가치		979 백만원	979 백만원	6,659 백만원
타당성 분석결과	BCR	0.52	0.15	1.00
	NPV	-916백만원	-5,656백만원	24백만원

3) 시나리오별 분석 결과에 따른 행사의 타당성 확보방안

경제적 타당성 확보 조건 : ① 관람객 목표수의 증대

- 수도권 개최 및 지역개최 모두 경제적 타당성을 확보하기 위해서는 목표관람객을 높게 가정하였을 경우 타당성 확보가 가능함.
- 예상비용을 20억원으로 가정했을 경우 목표관람객 수가 24만명을 초과해야 하며 관람객 확보를 위해서는 접근성 등을 고려 대도시중심으로 개최하는 것이 유리함.
- 지역개최의 경우도 별도의 전시공간을 투입되는 비용대비 충분한 관람객수를 확보하여 타당성을 높일 수 있음.

경제적 타당성 확보 조건 : ② 소요 비용의 최소화

- 경제적 타당성의 경우 투입비용대비 편익을 기준으로 판단하므로 투입비용을 최소화하여 타당성을 확보할 수 있음.
- 행사운영비용의 최소화는 행사운영에 기본적으로 소요되는 비용 및 관람객에 대한 서비스 제공을 감안할 경우 비용의 절감에는 한계가 있음.
- 행사장 조성형태에 따라 투입비용의 편차가 발생하며 지역개최의 경우 별도의 난 전시행사장을 조성하는 경우 투자비용이 증가하여 경제적 타당성을 확보하기 어려움.
- 기존의 전문전시장을 활용하거나 행사장 조성비용을 최소화하여 타당성을 확보할 수 있음.

2 엑스포 추진을 위한 후속조치 방안

2.1. 엑스포 개최 준비를 위한 로드맵 제시

- 2021년 국제 난 엑스포 개최를 목표로 진행된다면 조직위원회는 세 단계로 나눠 구성해야 함.
 - 1단계(엑스포 기본계획 단계, 2019년 상반기) : 엑스포 개최 타당성을 확보한 이후 기본계획을 수립할 조직위원회를 구성함.
 - 2단계(엑스포 개최준비 단계, 2019년 하반기) : 조직위원장을 인선하고, 난, 엑스포 및 전시회, 교육, 정부, 관광, 문화 등 각 분야의 전문가로 구성된 조직위원을 선임하고 사무국 조직을 구성함.
 - 3단계(엑스포 실행단계, 2020년 상·하반기) : 엑스포 개최와 근접하여 행사장 조성 및 프로그램 연출 및 운영, 참가자 유치 등의 구체적 실행을 위한 전문 대행사를 선정하고 세부적인 실행계획을 추진함.
- 엑스포 실행단계에서 추진일정은 다음과 같음.
 - 국제 난 엑스포 기본 실행계획은 개최일 최소 8개월 전에 기본 실행계획을 확정해야 함.
 - 국제 난 엑스포를 전문적으로 운영할 대행사는 최소 6개월 전에 선정해야 함.

[표 V-6] 국제 난 엑스포 추진 로드맵

일정계획	주요 내용
2020. 5. ~ 2020. 6.	국제 난 엑스포 기본 실행계획 확정
2020. 7. ~ 2020. 9.	국제 난 엑스포 전문 대행사 선정
2020. 9. ~ 2020.11.	국가관 및 국내외 우수업체 유치
2020.10. ~ 2020.11.	행사장 기반 시설계획 확정, 전시사업 주관 업체 선정완료
2020.11. ~ 2020.12.	공식행사 이벤트, 운영 편의시설 확정
2021. 1. ~ 2021. 2	방송, 언론, 온·오프라인 홍보, 행사자 운영, 주차·교통 대책, 자원봉사자·운영요원 등 모집
2021. 2. ~ 2021. 3.	2021년 제 1회 국제 난 엑스포 개최

2.2. 엑스포 개최에 대한 지자체 및 관련주체 등 참여 유도방안

1) 엑스포 설명회 개최

- 농림축산식품부, 문화부 등 정부 관계자, 원예특작과학원, 도농업기술원 등 주요 연구기관, 지방자치단체, 난 관련 관계자를 초청하여 국제 난 엑스포 필요성 및 추진방향 등을 설명함.
- 설명회 참석자의 데이터베이스를 구축하여 향후 지속적인 접촉을 통해 호의적 관계 형성한 후 국제 난 엑스포 참가를 적극적으로 유도함. 또한 참가자 대상 설문조사를 실시하여 엑스포 실행계획에 적극적으로 반영함.

2) 지역 전시회를 순회 방문

- 전국적으로 약 80여건의 난 전시회가 개최됨. 지역별로 개최되는 난 전시회에 참가하여 국제 난 엑스포 개최 취지 및 추진방향에 대해 설명함.
- 함평군, 합천 등 난 관련해서 지자체의 관심이 있는 지역의 경우 적극적으로 지자체 대상으로 홍보 추진, 엑스포 추진시 별도의 홍보관을 구성하는 방식도 고려 필요가 있음.

3) 국제 난 엑스포 지원단 구성 및 운영

- 중앙정부, 관련 연구기관, 관심 있는 지방자치단체, 난 관련 관계자를 중심으로 국제 난 엑스포 지원단을 구성 및 운영함.
- 정례적인 회의 개최를 통해 국제 난 엑스포 관람객 유치 및 지자체의 참여를 확대하기 위한 세부적인 방안을 도출하고 실행함.

2.3. 행사 홍보 및 디자인, 슬로건, 진행 등 행사의 업무위탁

- 2007년 제9회 APOC 개최 이후 우리나라 난 산업계는 개최기간이 10일 이상인 국제 행사에 대한 경험이 없기 때문에 원활한 행사 추진을 위해서는 전문성이 있는 기관을 선정하여 행사업무를 위탁해야 함.
- 행사 수탁사업자는 최소 6~12개월 전에 공모를 통해 선정함. 협약기간은 협약체결일로부터 행사 종료일 30일 후로 설정함.
- 수탁사업자의 전문성을 확보하기 위해 예를 들어 참가자격조건을 부가가치세법 제5조에 따라 디자인, 전시, 이벤트 관련 종목 사업자등록업체, 최근 3년(공고일 기준) 이내 전시 또는 이벤트 행사의 단일 건으로 완료한 2억원 이상인 업체로 제한을 두어야 함.
- 원활한 엑스포 추진을 위한 행사 관련 업무추진 범위는 다음과 같음.
 - 행사 총괄 운영 (개막행사 등 행사 전체 프로그램 운영)
 - 기본방향 및 성공전략 수립
 - 종합 운영 계획 수립
 - 조직위원회 구성·운영 (전체회의 포함)
 - 후원사 개발, 협찬사 유치, 참여기관 유치, 부스유치
 - 행사 및 전시회장 구성 및 연출계획
 - 각 부문별 행사계획 수립 및 운영·진행
 - ※ 개막행사, 세미나 및 전문가 초청강연, 콘테스트, 전시관 운영, 공연·행사
 - 홍보 및 유치계획 수립 (매체광고 제작 및 집행, 보도자료 제공)
 - 세입세출 예산계획 수립 등
- 초기에는 큰 행사에 대한 경험과 노하우가 부족하기 때문에 박람회 전체 행사 업무를 위탁하나 이후 노하우가 축적되고 국제 난 엑스포를 주관하는 기관을 설립하면 행사 부분별로 업무를 위탁하는 것이 경제적임.

[표 V-7] 국제 난 엑스포 행사 위탁 세부 업무내용(1)

구분	업무 위탁 내용
기본방향 및 성공전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 국제 난 엑스포 슬로건, 핵심 메시지, 로고 등 엑스포 컨셉 및 중점방향 제안 ◦ 난 산업 및 행사의 발전방향 및 성공적인 행사를 위한 차별화 전략 제안
행사 및 전시회장 구성·연출 계획	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 행사장 구성 및 연출방향 ◦ 행사참여 기관별 전시업무 총괄 조정 ◦ 전시공간, 참가업체 및 행사내용에 따라 콘텐츠 특성을 반영한 부스 레이아웃 및 디자인, 참여업체 배분방안 등
각 부문별 행사계획	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 개막행사 : 기념식, 전시장 오픈 행사, 시상식, 오찬 등 의 전전체 진행 및 관리방안 제시 ◦ 학술세미나 : 심포지엄, 종합토론회 진행 및 관리, 국내외 전문가 초청 강연(토론회) 총괄, 학술세미나 주제에 관한 사항 ◦ 출품 및 심사 : 난 및 난 관련 작품 출품 모집, 심사위원 구성 및 운영, 심사 관련 전반에 관한 사항 ◦ 전시관 운영(부스유치, 배치, 운영, 관리) ◦ 공연 및 행사장
운영계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 행사 전, 중, 후 인력계획 및 사전 파견인력 제시 ◦ 행사기관 동안 발생하는 각종 사항 처리 및 총괄 감독, 전시회 참여 기관 및 업체 지원 ◦ 외국인을 위한 통역, 행사 참여 접수, 행사진행, 참석자 집객 및 참석자 안내·관리, 참가자, 관람객 설문조사 ◦ 무대, 음향, 조명, 영상, 중계, 발전, 폐기물 처리, 인터넷 등의 설치 및 유지 보수관리 ◦ 개막행사 초청자, 시상자, 발표자, 토의참가자, 기조연설자, 관련기관 및 단체 등 주요 행사 관련자의 섭외, 수송, 의전, 주차장 확보 등 ◦ 행사장 안전대책(보험가입, 경비대책 포함), 청소, 우천시 대책 등 ◦ 행사장 및 전시장치의 현장설치 및 운영 ◦ 주요 시설물(오찬장, VIP 대기실 등 부대시설 포함) 제작·설치, 행사장 및 전시부스 공간 배치, 철거 및 마무리 ◦ 행사(개막행사, 학술세미나, 출품 및 심사, 전시관 운영, 공연 및 행사 등)를 위한 장소 대관 등 ◦ 소방 및 응급 의료 관련 장비 및 관련 전문가 배치 등

[표 V-8] 국제 난 엑스포 행사 위탁 세부 업무내용(II)

구분	업무 위탁 내용
행사 홍보 및 유치계획	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 홍보방향 및 차별화된 홍보전략 수립 ◦ 단계별, 매체별 홍보방안 제시 ◦ 매체광고 제작 및 집행, 보도자료 제공 ◦ 홈페이지 구축을 통한 온라인 홍보방안 수립 ◦ 참가자, 관람객 유치전략 및 구체적인 방안 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 홍보 전문회사 활용 및 유치 전담인력 배치 등 ◦ 관람객 유치를 위한 사전 현장 설명회 개최·홍보 ◦ 동일기간 주변홀 행사 주최측과 관람객 유치를 위한 상호 보완계획 협의 : 관람객 유치 시너지 효과
예산집행계획	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 전시행사 참여업체 부스 임차 등 수익사업 모델 발굴 ◦ 총 예산 부족시 행사운영경비 조달방안 제시 ◦ 전체 행사에 필요한 부문별 세입세출예산서 및 집행계획 제시
기타 사항	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 각 행사별 촬영 영상물(DVD 파일, 홈페이지 게시용 동영상파일), 제작 동영상 자료, 사진 등 결과보고 시 참고자료 제출 ◦ 참가업체 및 방문객 수, 실적 등 결과보고서 및 세입세출 정산서 제출 (행사 종료 후 1개월 이내) ◦ 일반 방문객, 기자 등을 위한 행사자료 제공 및 이벤트 기획, 운영 ◦ 효율적인 행사 진행을 위한 담당자(전시 참여기관 및 업체, 개별 부스 디자인 및 설치 업체 등)의 교육 실시방안 ◦ 행사기간 동안의 음료제공 및 칵테일 파티 등 참여업체 네트워크 기반마련을 위한 이벤트 기획 및 진행 (※ 필요시) ◦ 기타 행사 기획 및 진행과 관련하여 국제 난 엑스포 조직위원회에서 지정하는 사항 등

3 중장기 국내 난 산업 활성화 방안

3.1. 엑스포 중장기 계획 및 국제행사 발전가능성

- 국제 난 엑스포가 국제 행사로 발전하기 위해서는 약 24만 명 이상의 관람객을 유치해 흥행에 성공해야 함.
- 대만국제 난 전시회와 일본 세계난전은 세계적인 난 전시회로 전시회 관람객 수는 각 24만명, 11만명임. 일 평균 관람객 수는 대만국제 난 전시회는 2만 4천명, 세계 난전은 1만 2천명 수준임.
- 세계난전은 관람객 수가 지속적으로 감소하고 있는 추세이고, 내년부터 다른 화훼 품목과 함께 전시회를 구성할 계획이므로, 국제 난 엑스포가 목표로 삼는 관람객 수는 대만국제 난 전시회를 참고하는 것이 적절함.

[표 V-9] 주요 화훼 및 난 관련 행사 관람객수

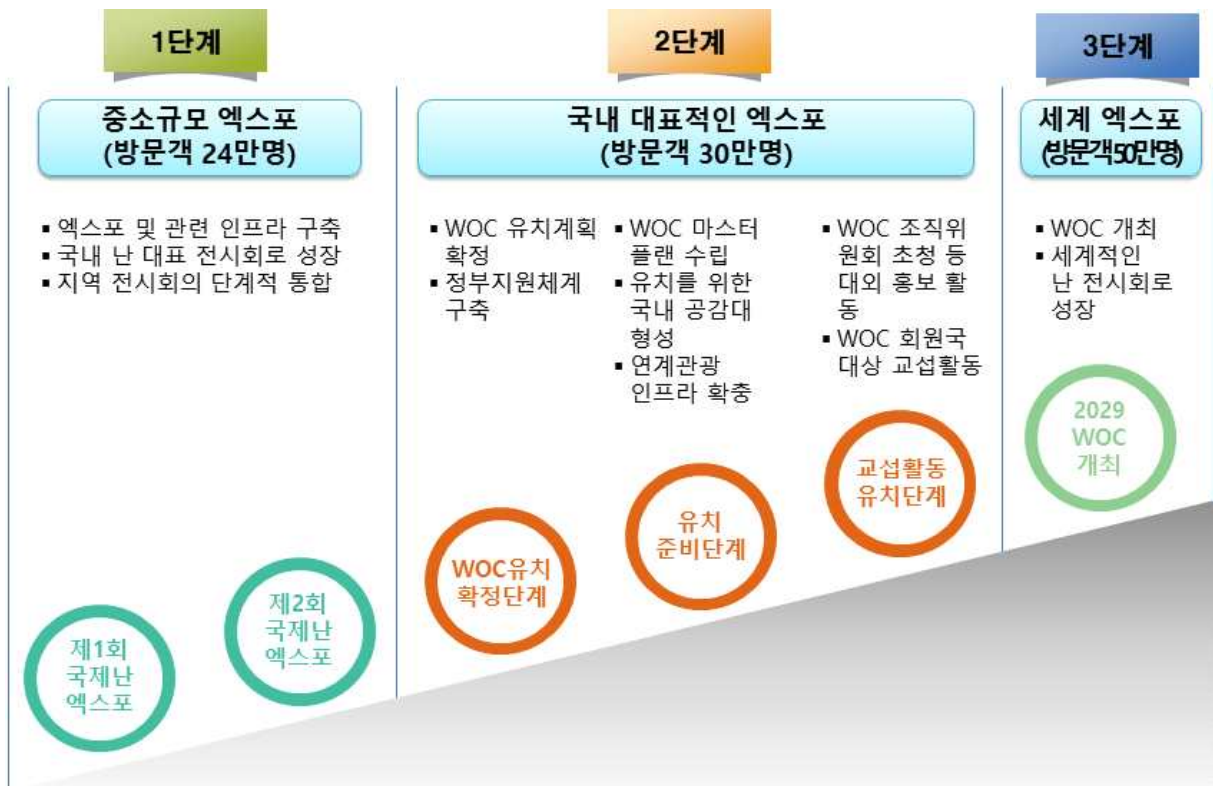
구분	관람객 수	개최일수	일평균 관람객수
고양국제꽃박람회	50만명	17일	2만9천명
대만국제 난 전시회	24만명	10일	2만4천명
일본 세계난전	11만명	9일	1만2천명
세계난초회의 2017	2만7천명	5일	5.4천명

- 국제 난 엑스포가 약 24만 명 이상의 관람객을 유치해서 난 관련 국제 행사로 발전할 수 있는 기반을 갖추게 되면, 세계난초회의 등의 국제 행사를 유치할 필요가 있음.
- 세계난초회의는 3년마다 개최하는 학술회의이기 때문에 다른 개최지 고정형 난 전시회에 비해 관람객 수가 적지만, 세계난초회의가 세계 난 산업계에서 차지하는 위상을 고려할 때, 장기적으로 유치하는 것이 세계적인 난 전시회

로 성장하는데 기여할 수 있음.

- 일본 세계난전의 경우 개별심사 부문에서 미국난협회(AOS), 영국왕립원예협회(RHS), 세계난초회의(WOC)가 해외 특별상을 시상함.
- WOC를 유치하기 위해서는 개최일전 6년 전에는 신청해야 함.
 - 2020년 WOC 회의는 대만에서 개최되며, 2023년 WOC 회의는 2017년 9월 15일까지 신청서를 접수하였음.
 - 상기 일정을 고려하였을 때 2026년 WOC는 2020년에 신청을 해야 하므로 무리가 있을 것으로 판단되며, 2029년 WOC를 유치하는 것을 목표로추진해야 할 것임.

[그림 V-2] 국제 행사 발전 단계



3.2. 난 산업 정책파트너로서의 핵심 조직 및 단체 육성 필요

- 현재 난계를 관련 중앙단체만 10개 조직이 있는데, 국제 난 엑스포를 추진하기 위한 핵심 정책파트너가 부재한 상황임.
- 품목별로는 한국춘란을 중심으로 자생란단체가 다수를 이루고 있음. 단체의 성격별로는 난애호가 중심의 문화단체, 난 유통자 중심의 단체, 생산자단체로 나뉨.
- 서양란, 동양란, 자생란 등 다양한 난 재배자가 참여하고, 난자조금 사업을 진행하는 단체는 (사)한국난재배자협회임.
- 국제 난 엑스포가 성공적으로 추진하기 위해서는 분산되어 있는 난계의 역량을 결집할 필요가 있고, 난 산업의 정책파트너로서 핵심 역할을 할 수 있는 조직 또는 단체를 육성해야 함.

[표 V-10] 난 단체 등록현황

단체명	등록현황		
	주무관청	설립	회원(명)
(사)한국난문화협회	문화체육관광부	'95	2,000
(사)한국춘란회	경기도	'94	400
(사)한국난연합회	문화체육관광부	'02	3,500
(사)대한민국자생란협회	산림청	'81	260
(재)국제 난문화재단	농림축산식품부	'11	50
(사)한국난재배자협회	농림축산식품부	'03	50
한국난 산업총연합회	-	'94	70
대한민국난 산업총협회	-	'15	83
대한민국동양란협회	-	'16	800
한국난보존협회	-	'16	150

* 자료 : 한국농수산물유통공사 화훼사업센터

3.3. 기존 화훼 전시회 등과 연계한 난 전시회 개최

- 난을 주제로 하여 독자적인 국제 행사 개최가 어려울 경우 단기적으로는 고양국제꽃박람회 등 국내 최대 화훼 박람회와 연계하여 우리 난에 대한 특별관을 조성하는 것을 고려할 필요가 있음.
- 일본 세계난전도 난애호인의 고령화와 젊은 세대의 참여를 독려하기 위해 장미, 카네이션 등 다른 화훼 품목과의 조화를 주제로 전시회를 추진할 계획임.
- 고양국제꽃박람회는 우리나라 최대의 화훼 박람회로 관람객이 50만명임. 난을 주제로 한 특별관을 조성하여 우리나라 난의 우수성과 다양한 난 문화 콘텐츠를 소개함으로써 일반 대중들에게 난 문화를 보급함.
- 또는 함평에서 개최하는 대한민국난명품대제전을 한국 춘란에서 서양란, 기타 동양란, 자생란까지 품목을 확대하여 국내를 대표하는 전국적인 난 전시회로 발전시킴.

[참고 문헌]

- aT 화훼사업센터, 「2016 양재동 화훼공판장 연보」, 2017. 11
- 강법선, 2013, 한국 춘란 가꾸기, 대원사.
- 경상남도농업기술원, 2015, 남부지역 자생 식물인 상록활엽수, 석곡 및 풍란의 상품화 연구, 농촌진흥청.
- 고려대학교 산학협력단, 2016, 구부가가치 토종 난과 식물의 이용기술 개발 및 산업화, 환경부·한국환경산업기술원.
- 국립원예특작과학원, 2015, 수출 및 수입대체용 국산 난 품종육성, 농촌진흥청
- 김규호, 2012, 세계 농식품 산업 현황과 구조, 세계농업 제143호, 한국농촌경제연구원.
- 농림축산식품부, 「화훼재배현황」, 각연도, 농림축산식품부
- 농업회사법인 (주)유니플랜텍, 2015. 국내 육성 심비디움과 팔레놉시스의 종묘생산 및 보급 확대 연구, 농촌진흥청.
- 대외경제정책연구원, 2015, 2017 제천국제한방바이오산업 엑스포 타당성 조사 보고서
- 동의대학교 산학협력단(2013), “구례세계야생화박람회 타당성조사용역”
- 박현태. 「한국의 난 산업 현황과 발전과제」, 한국농촌경제연구원, 2012
- 영농조합법인 새만금생명공학센터, 2015, 향기나는 한국 춘란 신품종개발 및 수출을 위한 사업회 기획, 농림축산식품부.
- 윤경은·정소영, 2011, 세계의 난, 김영사.
- 이동소, 2013. 네덜란드 화훼산업 현황과 특징, 세계농업 제155호, 한국농촌경제연구원.
- 한남대학교 산학협력단, 2017, 화훼재배현황 통계 개선방안 연구, 농림축산식품부.

VI

부 록

[부록 1] 난 엑스포 개최에 대한 국민대상 설문지

[부록 2] 난 관계자 설문지

[부록 3] 전문가 AHP 설문지

[부록 4] 일본 난 재배농가 및 세계난전 조사결과

'2022 국제 난 엑스포' 개최 취지와 계획, 기대효과

2022 국제 난 엑스포 개최 취지

- 청탁금지법 시행 이후 꽃다발, 화환, 관엽 등의 소비와 거래가 급격히 줄어들고, 특히 분화류(난류, 관엽류)의 소비가 눈에 띄게 감소함.
- 많은 국민들이 손쉽게 난을 접하고 체험할 수 있도록 하여 난 소비를 대중화하고, 해외에서도 참여하는 국제행사로서 국내 난 산업 육성을 위한 정책적 노력의 일환임.
- 난 엑스포를 통하여 한국 난의 우수함과 아름다움을 홍보하고 국내외 소비를 확대하는 계기를 마련하며 전시회와 더불어 난 관련 재배기술 및 지식, 관련 정보 교류의 장을 제공하고자 함

2022 국제 난 엑스포 개최 계획

- 행사명 : 2022년 대한민국 국제 난 엑스포(가칭)
- 장소 : 일산 킨텍스
- 시기 : 2022년 3월 중(11일간) 예정
- 주요 프로그램 : 난(한국춘란, 동양란, 서양란) 작품 전시회, 체험행사, 일반인, 동호인, 관련 산업 종사자 및 해외 바이어가 참여하는 전문 프로그램 등

2022 국제 난 엑스포 기대효과

- 국내 화훼(난) 소비 문화 확대
- 난 생산 및 연관 산업의 부가가치 확대
- 해외 수출 증가 등에 따른 경제적 효과

2022 국제 난 엑스포 개최의 세금 부담

- '2022 국제 난 엑스포'를 개최하고 각종 행사의 유치·관리를 위해서는 많은 비용이 소요되고, 그 비용 중 일부를 관람객의 입장료로 충당해야 함.
- 만약 사람들이 입장료 지불에 동의하지 않는다면 '2022 국제 난 엑스포' 개최에 어려움이 있을 수 있는 반면, 입장료 지불에 동의한다면 '2022 국제 난 엑스포'를 국제적 행사로 치를 수 있음.

※ 본 조사에서는 귀하가 ‘2022 국제 난 엑스포’ 개최에 부여하는 가치에 대해 알고자 합니다. 귀하 가구의 소득은 제한되어 있고, 그 소득은 여러 용도로 지출되어야 한다는 사실을 고려하신 후 다음 질문에 신중히 대답하여 주시기 바랍니다.

※ 문1부터 문2까지는 ‘2022 국제 난 엑스포’ 개최 시 입장료 지불 의사 및 금액에 관한 질문입니다.

제시금액	
-------------	--

<유사 전시회 및 엑스포 입장료>

2018 고양 국제 꽃 엑스포 : 12,000원 (장소 : 고양시 호수공원 일원)	대만 국제 난 전시회 : 한화 약 7,200원 (장소 : 타이베이국제무역센터)
대구 꽃 엑스포 : 8,000원 (장소 : 엑스코(EXCO))	2011년 대한민국 난 전시회 : 5,000원 (장소 : 코엑스(COEX))

문1. 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’에 참여하신다고 가정을 하신다면, 입장료로 [제시금액] 원을 1회 지불하실 의사가 있습니까? 유사 전시회 및 엑스포의 입장료를 참고 해주세요.

- ① 있다 ☞ **문1-1**
- ② 없다 ☞ **문1-2**

문1-1 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’에 참여하신다고 가정을 하신다면, 입장료로 [문1 제시금액의 2 배] 원을 1회 지불하실 용의가 있습니까?

- ① 있다 ☞ **문1-4**
- ② 없다 ☞ **문1-4**

문1-2. 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’에 참여하신다고 가정을 하신다면, 입장료로 [문1 제시금액의 1/2배] 원을 추가적으로 1회 지불하실 용의가 있습니까?

- ① 있다 ☞ **문1-4**
- ② 없다 ☞ **문1-3**

문1-3. 그러면 귀하는 ‘2022 국제 난 엑스포’의 입장료를 전혀 지불할 의사가 없으십니까?

- ① 예. 지불의사가 없다 ☞ **문 3**
- ② 아니요. 지불할 의사가 있다 ☞ **문1-4**

문1-4. 귀하께서 1회 입장료로 기꺼이 지불할 수 있는 **최대 금액**은 얼마입니까?

1회 입장 시 최대 금액	억	천만	백만	십만	만	천	백	십	일	원

문2. ‘2022 국제 난 엑스포’ 입장료를 **지불하고자 하는 가장 큰 이유**는 무엇입니까? 다음 중 **한 가지만** 선택해 주십시오.

- ① 국내 화훼(난)에 대한 국민들의 인식이 크게 높아질 것이기 때문에
- ② 국내 화훼(난) 관련 산업의 활성화에 크게 기여할 것이기 때문에
- ③ 한국 화훼(난)의 해외 수출 증가 등에 따른 경제적 효과를 기대할 수 있기 때문에
- ④ 기타 ()

문3. ‘2022 국제 난 엑스포’ 입장료로 단 1원도 지불할 의사가 없다고 하신 **가장 큰 이유**는 무엇입니까? 다음 중 **한 가지만** 선택해 주십시오.

- ① 국제 난 엑스포에는 관심이 없다.
- ② 국제 난 엑스포 입장료는 이미 납부하고 있는 세금으로 충당해야 된다.
- ③ 국제 난 엑스포가 난 산업 발전에 영향을 주지 않을 것이다.
- ④ 입장료를 지불할 만한 경제적 여유가 없다.
- ⑤ 판단할만한 충분한 정보가 주어지지 않았다.
- ⑥ 기타 ()

※ 문4부터는 난 구입 경험에 대한 질문입니다.

문4. 귀하는 최근 5년 이내 난을 구입하신 경험이 있으십니까?

- ① 있다 ➡ **문4-1**
- ② 없다 ➡ **문5**

문4-1. 귀하가 구입하신 난은 다음 중 어느 것에 해당되는 것입니까? (중복선택 가능)

- ① 한국출란 ② 기타 동양란 ③ 서양란 ④ 잘 모르겠음

문4-2. 귀하가 난을 구입하신 주된 목적은 무엇입니까? 구입경험이 여러 번일 경우는 가장 최근 구입 경험을 기준으로 응답해 주세요.

- ① 선물용 ② 행사용 ③ 집안 장식용 ④ 학교/사무실용 ⑤ 취미생활
- ⑥ 기타()

문4-3. 귀하가 난을 구입하신 장소는 어디입니까? 구입경험이 여러 번일 경우는 가장 최근 구입 경험을 기준으로 응답해 주세요.

- ① 꽃가게 ② 도매시장 ③ 인터넷·전화꽃배달 ④ 대형유통업체
- ⑤ 재배농가 ⑥ 기타()

※ 문5부터 문7까지는 2022 국제 난 엑스포 방문 의사에 관한 질문입니다.

문5. 귀하께서는 ‘2022 국제 난 엑스포’가 개최된다면 방문할 의향이 어느 정도 있으십니까?

- ① 전혀 가고 싶지 않다 ➡ 문5-1
- ② 별로 가고 싶지 않다 ➡ 문5-1
- ③ 가능하고 가고 싶다 ➡ 문5-2
- ④ 꼭 가고 싶다 ➡ 문5-2

문5-1. 가시고 싶지 않으신 가장 큰 이유는 무엇입니까? 한 가지만 선택해 주십시오.

- ① 개인적으로 난에 관심이 없어서
- ② 다른 행사들과 별로 차이가 없을 것 같아서
- ③ 시간적 여유가 없어서
- ④ 경제적 여유가 없어서
- ⑤ 기타 ()

➡ 응답 후 문6

문5-2. 가시고 싶은 가장 큰 이유는 무엇입니까? 한 가지만 선택해 주십시오.

- ① 개인적으로 난에 관심이 많아서
- ② 볼거리가 많을 것 같아서
- ③ 난과 관련된 내용을 알기 위해서
- ④ 난 관련 종사자와의 교류를 위해서
- ⑤ 기타 ()

문6. 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’에 방문하신다면 누구와 함께 가지겠습니까?

- ① 혼자서 ② 가족 / 친지 ③ 친구 / 연인 / 선후배
- ④ 직장 / 단체 동료 ⑤ 기타()

문7. 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’를 방문하신다면 얼마 동안 머무르시면서 관람하시겠습니까?

- ① 당일 하루 ② 1박2일 ③ 2박3일

④ 3박4일 이상

⑤ 기타

문8. 귀하께서 ‘2022 국제 난 엑스포’를 방문하신다면 어떤 프로그램에 가장 참여하고 싶으십니까?

① 직접 참여 가능한 체험 프로그램

② 난 관련 교육 프로그램

③ 난 전시 프로그램

④ 이벤트 및 오락 프로그램

⑤ 기타()

사회경제적 사항에 관한 질문

DQ1. 귀 가구의 가족 수는 총 몇 명입니까?

전체 가족 수	_____ 명
소득이 있는 가족 수	_____ 명

DQ2. 다음에 해당하는 가족 수는 각각 몇 명입니까? 본인을 제외하고 말씀해 주세요.

영유아 및 미취학 아동	_____ 명
초중고생	_____ 명
대학생	_____ 명
위에 해당되지 않은 만 65세 미만 성인	_____ 명
위에 해당되지 않은 만 65세 이상 성인	_____ 명
기타(해당사항 없는 경우)	_____ 명

DQ3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

① 전문관리직

② 일반사무직

③ 판매서비스직

④ 자영업

⑤ 기술직(엔지니어 등)

⑥ 생산기능직

⑦ 농업/임업/축산업

⑧ 단순노무직

⑨ 전업주부

⑩ 학생

⑪ 무직/은퇴

⑫ 기타()

DQ4. 실례지만 귀하께서는 학교를 어디까지 마치셨습니까?

① 고졸이하

② 전문대 재학 이상

DQ5. 실례지만 귀하의 혼인상태는 무엇입니까?

① 기혼

② 미혼

[부록2] 난 관계자 설문지

‘국제 난 엑스포’ 개최 타당성 분석을 위한 설문조사

안녕하십니까?

<지역농업네트워크 협동조합>은 한국농수산물유통공사 화훼사업센터의 의뢰를 받아 「국제 난 엑스포 타당성 분석 및 계획 수립 용역」에 대해 연구하고 있습니다. 이에 국제 난 엑스포 필요성 및 추진방향에 대해 조사하고 있으니, 바쁘시더라도 난 산업 활성화를 위해 설문에 참여해 주시면 감사하겠습니다.

응답해주신 설문조사 결과는 통계목적 외에 다른 어떤 목적으로도 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

감사합니다.

2018년 9월

지역농업네트워크 협동조합

◇ 본 조사와 관련하여 궁금한 점이 있으시면 아래 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

■ 수행기관 : 지역농업네트워크 협동조합

■ 조사담당 :

Part 1. 응답자 일반현황

1. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 ⑥ 70대 이상

2. 귀하께서 난 산업에서 종사하는 분야는 무엇입니까?

- ① 난 애호인 ② 난 재배자 ③ 난 육종가 ④ 난 유통자 ⑤ 기타()

3. 현재 귀하는 난 관련 단체에 소속되어 있습니까?(다수 가입 시 모두 기재해 주세요)

- ① 예 (소속단체명 :) ② 아니요

4. 한국춘란을 재배하고 계신 경우 아래의 질문에 답하여 주시기 바랍니다.

4-1. 한국춘란 재배 목적은 무엇입니까?

- ① 경제적 이득 ② 취미 재배 ③ 취미 재배와 경제적 이득 ④ 기타()

4-2. 한국춘란의 재배 형태는 어떠하십니까?

- ① 한국춘란 전업재배 ② 한국춘란 및 기타 난 재배 ③ 한국춘란 및 기타 화훼 재배
④ 한국춘란 취미재배 ⑤ 기타()

Part 2. 국제 난 엑스포 개최

5. 난 산업 활성화를 위해 <국제 난 엑스포> 개최가 필요하다고 생각하십니까?

- ① 필요하다. ② 필요하지 않다. ③ 잘 모르겠다.

6. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 적절하다고 생각하시는 개최빈도는 무엇입니까?

- ① 1회(단발성) ② 매년 ③ 3년에 한번 ④ 4년에 한번 ⑤ 기타()

다음장에 계속 ⇒

7. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 개최 시기는 언제가 적절하다고 생각하십니까?

- ① 1~3월 중 ② 4~6월 중 ③ 7~9월 중 ④ 10~12월 중 ⑤ 기타()

8. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 개최 기간은 어느정도가 적절하다고 생각하십니까?

- ① 5일 미만 ② 5일 이상 7일 미만 ③ 7일 이상 10일 미만 ④ 10일 이상 15일 미만 ⑤ 15일 이상

9. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 개최 장소는 어디가 적절하다고 생각하십니까?

- ① 장소 대관 (예시 : 킨텍스) ② 부지 선정 및 전시관 증축 ③ 기타 ()

10. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 개최 지역은 어디가 적절하다고 생각하십니까?

- ① 수도권 ② 지역() ③ 기타()
[이유 :]

11. <국제 난 엑스포>를 개최한다면 참여범위(난 종류)는 어디까지가 적절하다고 생각하십니까?(참여해야 한다고 생각하시는 종류를 모두 선택하여 주시기 바랍니다.)

- ① 서양란() ② 동양란() ③ 한국춘란()
④ 풍란() ⑤ 야생란() ⑥ 기타 희귀난()
⑦ 조직배양난()

[부록3] 전문가 AHP 설문지

『국제 난 엑스포』 개최 타당성 분석을 위한 AHP 평가 설문

- 본 설문은 농림축산식품부에서 실시하고 있는 ‘국제 난 엑스포 타당성 분석 연구용역’과 관련하여 AHP(Analytic Hierarchy Process) 기법을 활용하여 "국제 난 엑스포"를 개최의 타당성을 분석하기 위해 실시되는 것입니다.
- 제시해 드리는 ‘2021년 대한민국 국제 난 엑스포’는 개최를 가정하여 내용을 설정한 것으로 현재 공식적인 개최계획이 수립되어 있지 않으며 관련 내용은 농림축산식품부 등 정부 및 관계기관의 공식 입장이 아님을 밝혀드립니다.
- 설문 응답의 유의사항을 참조하여 각 평가 항목간 상대적 중요도를 전문가의 관점에서 정확히 판단하여 주시면 감사하겠습니다. 응답의 일관성이 낮은 경우 설문을 다시 하게 되오니 신중하게 응답해 주십시오.

본 연구는 기획재정부의 국제행사 타당성분석에서 사용되는 평가방법을 참고하였으며, 본 설문에서 실시하는 AHP(Analytic Hierarchy Process : 계층화 분석법)는 평가에서 고려되는 평가항목들을 계층화한 다음, 평가항목 간 상대적 중요도를 측정하여 사업타당성을 종합적으로 판단하는 의사결정 기법입니다.

◎ 설문작성시 유의사항 ◎

- 첫째, 본 설문은 자료로 제시해 드리는 대상사업(행사)에 대하여 ‘사업시행’, ‘사업미시행’ 여부를 판단하는 것입니다.
- 둘째, 평가 항목간 비교는 평가항목 A가 B에 비해 상대적으로 얼마나 중요한지(또는 적절 한지)를 평가하는 것입니다.
- 셋째, 설문지에서 제시하는 평가 요령, 평가항목의 계층구조와 평가내용을 꼭 읽어보시고 설문에 응해 주십시오.

※ 연구기관 및 담당자 :

AHP 설문 응답 시 유의사항

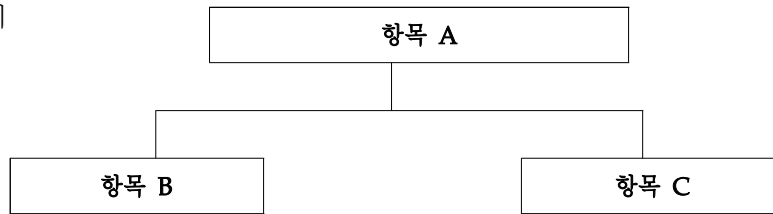
아래의 응답요령을 숙지하시어 설문에 응해 주시기를 부탁드립니다.

1. 응답 예

예) 항목 A의 평가기준에서 판단할 때 항목 B가 항목 C보다 매우 중요하다고 생각하시면 아래와 같이 기입하면 됩니다.

평가 항목	절대 중요	매우 중요	중요	약간 중요	같다	약간 중요	중요	매우 중요	절대 중요	평가 항목								
항목 B	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	항목 C

[그림 1] 평가 예



2. 응답 일관도

□ AHP 분석에서는 분석의 부산물로 비일관도지수가 생성됩니다. 비일관도 지수가 0.15이상일 경우 응답결과를 신뢰할 수 없다고 판단되어 재설문하게 됩니다. 비일관도 지수가 높게 나오는 데는 크게 다음과 같이 두 가지 경우가 해당됩니다.

- 예)
1. $A > B$: A가 B보다 2배 중요하다고 응답
 2. $A \gg C$: A가 C보다 4배 중요하다고 응답
- $B > C$ 라고 응답해야 함.

[원인 1] 서수적 일관성 결여 : $A > B > C$ 의 순위가 바뀌게 응답

[원인 2] 기수적 일관성 결여 : 위 예에서 B가 C보다 9배 중요하다고 응답할 경우

AHP 평가구조 및 평가내용

[그림 2] AHP 분석을 위한 계층 구조



<표 1> AHP 평가항목 요약

평가 항목	평가 내용	평점 기준	비고
경제성 분석	·경제적 측면에서의 사업 타당성	분석결과 도출된 B/C 등	B/C 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
정책적 분석			
행사의 필요성			
행사의 공익성	·행사의 공익성 정도(사회 전체의 기여도)	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사의 공익성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
행사목적의 실현가능성	제시된 행사비전 및 목적의 실현가능성 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사목적의 실현가능성이 높을수록 '사업시행' 점수가 높음
당해 국제행사의 시의성	·2021년도 행사 추진에 대한 시의성 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	2021년에 추진해야 하는 시의성 정도가 높다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
난 관련 이해관계자 여론	·이해관계자들이 동 행사를 긍정적으로 평가하고 있는 지에 대한 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	이해관계자의 여론이 보다 긍정적이라고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
개최의 적정성			
행사내용의 적정성	·행사의 규모 및 전시회 내용이 개최목적에 비추어 적정한지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	개최목적을 추진하기 위한 행사 내용이 적정하다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
재원조달의 합리성	·행사비용이 목적에 비해 적절한 수준인지, 국고지원 외에 자체예산, 수익금 등으로 충당할 수 있는 최대치가 반영되었는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	재원조달계획이 적절하다고 판단할 경우 '사업 시행' 점수가 높음.
소요경비의 적정성	·경비지출항목, 규모 등 지출계획이 행사목적 달성에 맞춰 적정하게 편성되었는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	행사목적을 달성하기 위한 경비지출 계획이 적정하다고 판단할 경우 '사업시행' 점수가 높음.
내·외국인 유치 가능성	국내 일반관람객, 외국인 관람객 유치의 실현가능성 정도	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	내외국인 관람객을 유치할 가능성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
난 산업의 활성화			
내국민의 난 소비활성화 기여	·행사 추진에 따라 국민의 난 소비 촉진에 기여하는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	엑스포 개최에 따라 난 소비가 증가할 가능성이 높을수록 '사업 시행' 점수가 높음.
난 수출의 활성화 기여	·행사 추진에 따라 대외적으로 국내 난 수출 활성화에 기여하는지 여부	연구 내용상 얻은 정보를 정성적으로 판단	국내 난의 해외 수출이 증가할 가능성이 높을수록 '사업시행' 점수가 높음

조사결과(AHP 수행 전) 요약

- ◆ 다음 사항들은 행사계획을 요약한 것입니다. 본 내용과 첨부된 자료 (별첨①/별첨②)를 참조하시어 설문에 응답하여 주시기 바랍니다.

- 행사명 : 2021년 대한민국 국제 난 엑스포
(KOREA International Orchid Expo 2021)
- 기간 : 2021년 3월 19일 ~ 28일 (10일간) ※ 매년 개최
- 장소 : 서울 코엑스(COEX)
- 주요행사 : 난 전시회 (난 출품경진대회, 세계난전시, 예술작품전시 등),
문화체험프로그램, 국제학술회의, 비즈니스 및 무역상담
- 예상 참가규모 : 관람객 12만명 / 전시참가자 80개 업체 / 바이어 160명
- 내국인 11만 8천명 / 외국인 2천명
- 국내 전시참가업체 50개 업체/해외 전시참가자 30개 업체 (총 15개국)
- 예상비용 : 20억원 (행사 준비 및 운영비용 외)
- 국비 9억원, 수익사업 11억원
- 예상수익 : 11억원 (입장권 수입, 참가비 수익, 회장사업 등)

※ 국제 난 엑스포 개최계획(안) 별첨

① 단계

AHP 평가를 위한 설문(가중치 선정)

□ 다음 설문 1은 구조도 중 제1계층인 경제성 분석, 정책적 분석 간의 상대적 중요도를 판단하기 위한 것입니다. 본 사업에 있어서 어느 요인이 상대적으로 얼마만큼 더 중요하다고 생각하는지 신중히 판단하여 응답해 주십시오.

I. 본 사업을 평가하는데 있어 경제성 분석, 정책적 분석 간의 상대적 중요도가 어느 정도라고 생각하십니까?

(100점 만점으로 응답하여 주십시오. 예) 40 : 60)

(참고로, 본 질문은 경제성분석 결과에 상관없이「국제 난 엑스포 개최 타당성 검토」의 경제성분석과 정책적분석의 가중치를 묻는 질문입니다.)

- 아래 <표 2>의 가중치 산정범위 안에서 응답하여 주십시오.

경제성 분석 : 정책적 분석 : = _____ : _____

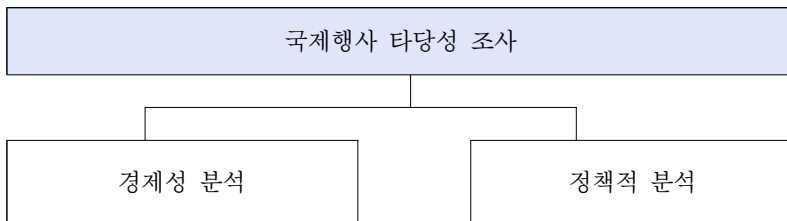
<표 2> 가중치 산정범위

(단위: %)

경제성 분석 산정범위	정책적 분석 산정범위
30 ~ 50	50 ~ 70

- * 경제성과 정책적 분석의 경우 기본적으로 동등한 사전적 가중치인 50%를 고려하지만, 경제성 분석에 대한 사전적 가중치 50%는 최대치로 두고, 정책적 분석에 대한 사전적 가중치 50%는 최소치로 둬.
- * 경제성 분석에 대한 산업엑스포의 사전적 가중치 범위는 40~50%, 체육및 문화행사는 30~50%, 국제회의는 20~50%로 차별화함.

[그림 3] 제1계층 중요도 평가



□ 설문 II는 제2계층의 평가항목들간 상대적 중요도를 평가하기 위한 것입니다. 전문가의 관점에서 신중히 응답해 주십시오(응답 시 유의사항 참조).

II. 제2계층의 상대적 중요도 평가(정책적 분석을 기준으로 평가)

평가항목	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요	평가항목								
행사의 필요성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	개최의 적정성
행사의 필요성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	난 산업 활성화
개최의 적정성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	난 산업 활성화

[그림 4] 제2계층 중요도 평가

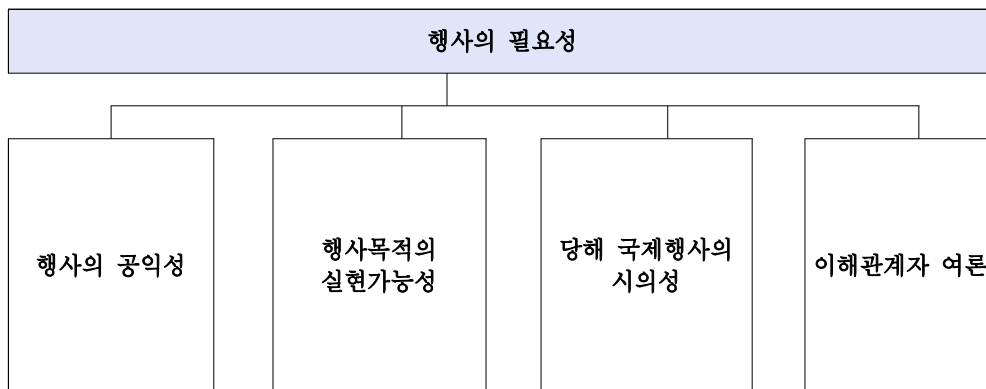


□ 설문 Ⅲ은 제3계층의 평가항목들 간 상대적 중요도를 평가하기 위한 것입니다. 전문가의 관점에서 신중히 응답해 주십시오(응답 시 유의사항 참조).

Ⅲ-1. 제3계층의 상대적 중요도 평가('행사의 필요성'을 기준으로 평가)

평가항목	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요	평가항목								
행사의 공익성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	행사목적의 실현가능성
행사의 공익성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	당해 국제행사의 시의성
행사의 공익성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	이해관계자 여론
행사목적의 실현가능성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	당해 국제행사의 시의성
행사목적의 실현가능성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	이해관계자 여론
당해 국제행사의 시의성	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	이해관계자 여론

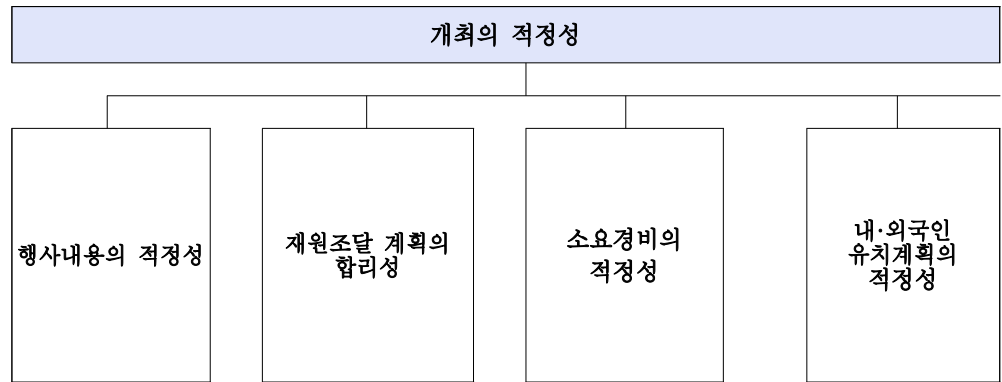
[그림 5] 제3계층 중요도 평가



III-2. 제3계층의 상대적 중요도 평가('개최의 적정성'을 기준으로 평가)

평가항목	절대중요		매우중요		중요		약간중요		같다		약간중요		중요		매우중요		절대중요		평가항목
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
행사내용의 적정성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	재원조달의 합리성	
행사내용의 적정성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	소요경비의 적정성	
행사내용의 적정성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	내·외국인 유치의 가능성	
재원조달의 합리성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	소요경비의 적정성	
재원조달의 합리성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	내·외국인 유치계획의 타당성	
소요경비의 적정성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	내·외국인 유치의 가능성	

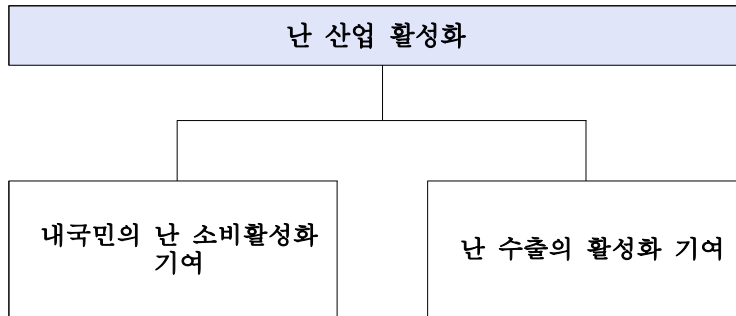
[그림 6] 제3계층 중요도 평가



Ⅲ-3. 제3계층의 상대적 중요도 평가('난 산업 활성화'를 기준으로 평가)

평가항목	절대중요	매우중요	중요	약간중요	같다	약간중요	중요	매우중요	절대중요	평가항목
내국민의 난 소비활성화 기여	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	난 수출의 활성화 기여

[그림 7] 제3계층 중요도 평가



□ 다음 설문Ⅳ는 본 사업의 시행과 미시행 여부를 판단하기 위한 것입니다. 사업을 시행하는 대안(사업 시행)과 시행하지 않는 대안(사업 미시행) 중 어느 대안이 상대적으로 얼마나 더 적절하다고 생각하는지 평가기준에 따라 해당하는 숫자에 v 표 하십시오.

Ⅳ. 각 평가항목을 기준으로 ‘사업시행’ 대안이 ‘사업 미시행’ 대안보다 얼마나 더(또는 덜) 적절하다고 생각하십니까?

평가항목	대안	평가기준															대안		
		⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦		⑧	⑨
행사의 공익성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
행사목적의 실현가능성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
당해 국제행사의 시의성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
이해관계자 여론	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
행사내용의 적정성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
재원조달 계획의 합리성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
소요경비의 적정성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
내·외국인 유치의 가능성	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
내국민의 난 소비활성화 기여	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행
난 수출의 활성화 기여	사업 시행	⑨	⑧	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	사업 미시행

⑥

AHP 평가를 위한 설문(평점 부여)

- 다음 설문 V는 『국제 난 엑스포』 개최 방침에 대한 자문의견을 간략히 제시해주시는 부분입니다. AHP설문과 관련하여 난 엑스포 국제행사 개최의 필요성 및 개최여부, 행사 타당성 검토의견, 행사내용 및 검토사항에 대한 제언 등 자유로운 의견을 부탁드립니다.

V. 『국제 난 엑스포』 개최와 관련한 자유로운 의견을 개진해 주시기 바랍니다.

※ 의견이 많거나 본 지에 작성이 불편한 경우 이메일로 별도 내용 제시 가능.

※ 설문결과는 팩스 또는 디지털 스캔으로 연구담당자 김원경 (Tel: 055-795-6734, Fax: 055-795-6735, E-mail: kimwk@ranet.co.kr) 에게 보내주십시오.

◆ 감 사 합 니 다 ◆

[부록4] 일본 난 재배농가 및 세계난전 조사결과

야하기 원(ヤハギ園)

□ 농장 일반현황

농원규모	1,300평(13개 동)
주요 재배작목	호접란, 카틀레야, 기타 동양란
주요 유통경로	도매시장 출하
홈페이지 주소	http://yahagien.com

□ 주요 조사결과

○ 농원의 시작

- 농장주인 야하기상의 아버지가 지금 농장 부지에서 꽃(백합 등 줄기가 달려있는 꽃 종류)을 노지로 재배하기 시작함.
- 야하기상은 아버지의 뒤를 이어 1965년 비닐하우스를 설치하고 양란을 재배하기 시작했음.

[그림] 야하기원 농장 내외부 모습



○ 일본 양란 유통구조

- 양란 도매시장 경매가격은 거품경제(1986년 ~ 1991년) 종결 이후 1995년까지는 가격이 괜찮았으나, 이후 지속적으로 하락하는 추세임.
- 야하기상은 주로 도매시장으로 출하하고 있음. 경매가격이 좋지 않아 계

속 적자를 보고 있음.

- 도매시장 가격은 좋지 않지만, 직거래 등 새로운 방식의 유통은 잘 진행되고 있는 것으로 보임.
- 양란의 경우 육묘부터 小蘭, 大蘭(꽃을 피워 판매하는 상태)까지 약 2년의 재배기간이 소요됨. 현재 일본은 대만에서 꽃을 피우기 전 상태로 수입되어 약 6개월동안 재배하여 시장으로 판매하고 있음.
- 도매시장으로 출하되는 양란의 80%~90%는 대만에서 수입된 난을 재배하여 출하한 것임.

[그림] 야하기원 홈페이지 및 판매 제품

● 2本立-12輪(ハッピーエンジェル アマビリス)



<商品価格>

3,150円~1鉢(季節によって変動いたします)

<商品説明>

コンパクトなので机の上などにいかがですか?ちょっとしたお祝いにも喜ばれますよ。もう少し豪華な16輪程度をご希望の場合はメールにて「2本立ちの16輪希望」とお書き下さい。在庫があれば対応いたします!

<商品サイズ>

幅25cm前後/高さ45cm前後/奥行20cm前後/鉢サイズ4号(直径12cm)

ヤハギ園

TEL: 048-798-0301

TOP

야하기 원에 대해

꽃 선물

난초 보관

생화 갤러리

문의·구매 양식



공지 사항

04
2월 2016

당원의 꽃을 '꽃꽃이 갤러리'에서 참조하시기 바랍니다

04
2월 2016

홈페이지를 리뉴얼했습니다

야하기원의
生花ギャラリー

○ 일본의 동양란 시장

- 일본은 호접란 등 서양란 중심의 선물시장이 형성되어 있음. 양란은 대중적으로 소비가 되고 동양란은 매니아층(취미로 난을 즐기는 사람)을 대상으로 시장이 형성되어 있음.
- 동양란은 양란과 비교해서 대량생산이 어렵고, 특히 춘란과 새우란같은 동양란은 일반적인 꽃가게에서 유통되는 구조는 아님.
- 동양란은 도매시장으로 되지 않기 때문에 공식적인 가격발견 기능을 하는 시장은 없고, 난 애호인 중심으로 희소가치에 따라 그들끼리 가격을 매기는 방식임.
- 양란를 재배하고 있는 생산자의 입장에서 동양란을 봤을 때, 서양란과 동양란은 생산원가는 비슷하나, 서양란은 대량생산이 되고 동양란은 희소가치가 있다는 이유로 가격은 약 10~100배 정도의 차이가 남.
- 호접란의 소비자 가격은 최소 2만엔에서 3만엔으로 형성됨.

○ 세계난전 참가여부 및 참가이유

- 야하기상도 세계난전에 판매부스를 설치한 적은 없으나, 여러 차례 출품하여 상을 받았음.
- 2018년 세계난전에서는 향기나는 난초 부문에서 상을 받았음.
- 야하기 상은 세계난전이 꼭 필요하다고 생각함. 본인의 난을 홍보할 수 있는 공간이기 때문임.

○ 세계난전 이외 난 전시회 참가여부

- 농장이 위치한 사이타마현에서 겨울에 양란전을 개최하는데, 여기에 출품하고 있음.
- 많은 지방자치단체에서 양란전을 개최하고 있고, 양란 취미회도 있음.
- 지역 소규모 전시회에는 관람객이 많지 않음.

○ 일본 난 산업에 대한 전망

- 일본 난시장은 취미시장과 선물시장으로 나뉨.
- 취미시장의 경우 난 애호가의 고령화, 선물용시장은 경기 침체 등의 영향으로 산업이 어려워지고 있음.
- 특히, 최근 전기회사인 후지쓰가 호접란을 생산하는 자회사를 설립하여 2,000평 정도 재배하고 있음.

- 생산된 난은 주로 도매시장으로 출하하고 있음.

○ 일본 난 생산자 단체

- 일본의 양란 생산자단체에는 일본양란생산협회와 일본양란농업협동조합이 있음. 일본양란생산협회는 야하기상과 같이 생산 중심의 농가로 구성되어 있음. 주로 도매시장으로 출하하는 농가임. 일본양란농업협동조합은 판매 중심의 농가로 취미농 대상으로 소매를 하거나, 직거래를 하는 농가로 구성됨. 이들 농가는 지방 전시회에 많이 참가하여 판매이벤트를 진행함.
- 야하기상은 일본양란생산협회에 가입해 있는데, 1년 연회비는 약 2만 엔 정도임. 과거에는 회원농가가 1,000명까지 확대되었으나, 현재는 500명 수준임.
- 일본양란생산협회에서 난 관련 통계조사를 진행하고 있음.

[그림] 야하기원 인터뷰 모습



쿠로우스 양란원(黑白洋蘭園)

□ 농장 일반현황

농원규모	본점 2,500평, 분점 500평
주요 재배작목	호접란
주요 유통경로	직매장, 인터넷, 도매시장 출하(주로 직매장과 인터넷을 통해 판매하며, 직매장과 인터넷 판매비중은 1:1 수준임)
직매장	3개 직매장 보유
직원	정규직 13명, 파트타임 80명
홈페이지 주소	http://kotyou.net/

□ 주요 조사결과

○ 농원의 시작

- 쿠로우스 상은 1984년부터 양란을 재배하기 시작했음. 2년제 대학을 졸업한 뒤 22살에 난을 재배하기 시작함.

[그림] 쿠로우스농원 내외부 모습



○ 농원의 주요 유통경로, 고객층

- 전통적으로 일본의 양란은 농협 또는 도매시장을 통해 꽃가게로 판매

되었으나, ‘홈센터’가 농가 직거래를 하면서 전통적인 시장 외의 유통 경로가 형성되기 시작했다.

- ‘홈센터’의 양란 가격인 꽃가게의 절반수준으로 가격이 형성되니 도매시장의 경쟁력을 낮아지게 되었음.
- 쿠로오스 상은 이런 유통시장의 변화를 읽고 15년전부터 판매방식을 바꾸었음.
- 쿠로오스 상은 농원이 위치한 사이타마 현과 동경에 3개의 매장을 열고, 온라인 판매를 시작하였음.
- 주요 고객층은 동경과 사이타마현 사람들이 80%를 차지하고, 오사카나 등이 20%를 차지함. 오사카와 센타이니는 택배를 통해서 배송함.
- 농원이 위치한 사이타마현이 시골처럼 보이지만 우리나라의 분당 같은 도시로 인구가 130만명인 대도시임.

[그림] 쿠로우스농원이 운영하는 도쿄 시내 호접란 판매점



[그림] 쿠로우스농원 직매장 내외부 모습



[그림] 쿠로우스농원 홈페이지



黑白洋蘭園
Kurouusu Orchids

さいたま市にある胡蝶蘭(コチョウラン)農園です。

▶ 胡蝶蘭ショップ ▶ 法人の方はこちら

● ホーム

● 黑白洋蘭園の温室

● 黑白洋蘭園概要

● 新聞・テレビ・メディア掲載

リピート率92%超の満足度!!

大切な方への贈り物には黑白洋蘭園直売「らんや」の胡蝶蘭をご利用ください

黑白洋蘭園直売 胡蝶蘭の購入はこちらから ▶



安心の品質

全国農業コンクール	名誉賞・農林水産大臣賞
フラワーコンテスト	農林水産大臣賞
花の国づくり共励会	農林水産大臣賞
世界らん展日本大賞	ブルーリボン賞
	トロフィー賞3回
	シルバメダル
	奨励賞3回
関東東海花の展覧会	銀賞・組合長賞
全国花き品評会	金賞2回
ネットショップ大賞	総合1位受賞
日本農業賞	優秀賞

[그림] 쿠로우스농원 온라인 쇼핑몰

商品一覧

 <p>白大輪胡蝶蘭 48,000円 6本立ち 72輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭6本立ち72輪程度(つぼみ含む) /白6F5L/P1483</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥48,000(税込 ¥51,840)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>オレアル5本立 50,000円</p> <p style="font-size: x-small;">【厳選】白大輪胡蝶蘭オレアル5本立ち /オレアル5F/P1362</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥50,000(税込 ¥54,000)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>白大輪胡蝶蘭 45,000円 5本立ち 70輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭5本立ち70輪程度(つぼみ含む) /白5F7L/P1024</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥45,000(税込 ¥48,600)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>白大輪胡蝶蘭 39,000円 5本立ち 65輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭5本立ち65輪程度(つぼみ含む) /白5F6L/P1023</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥39,000(税込 ¥42,120)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>
 <p>白大輪胡蝶蘭 32,000円 5本立ち 60輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭5本立ち60輪程度(つぼみ含む) /白5F5L/P1022</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥32,000(税込 ¥34,560)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>白大輪胡蝶蘭 22,000円 5本立ち 50輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭5本立ち50輪程度(つぼみ含む) /白5F4L/P1021</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥22,000(税込 ¥23,760)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>オレアル3本立 30,000円</p> <p style="font-size: x-small;">【厳選】白大輪胡蝶蘭オレアル3本立ち /オレアル3F/P1361</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥30,000(税込 ¥32,400)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>	 <p>白大輪胡蝶蘭 25,000円 3本立ち 42輪程度</p> <p style="font-size: x-small;">白大輪胡蝶蘭3本立ち42輪程度(つぼみ含む) /白3F7L/P1018</p> <p style="color: red; font-weight: bold;">¥25,000(税込 ¥27,000)</p> <p style="background-color: #eee; padding: 2px;">★ お気に入りに追加</p>

○ 일본 양란 소비형태

- 일본의 양란은 선물용 시장임. 결혼식, 장례식, 설날 선물에 많이 사용됨. 그리고 호접란이 행복, 결백이라는 의미가 있어서 주식총회에 많이 사용됨.
- 민간기업의 사장이 취임할 때 호접란이 많이 사용됨.
- 난은 시클라멘, 포인센티아 같이 판매시기가 특정시기 집중되어 있지 않고, 연중 판매가 가능함.
- 쿠로우스 농원은 긴자, 회사 등이 많은 동경에 가까운 곳에 위치하고 있어 판매 측면에서 유리한 점이 있음. 동경에서 먼 지역의 농가는 도매시장 등을 통해 출하하는 방법 밖에 없음.
- 특히, 양란 농가가 고령화되고 있는데, 소규모의 고령화된 농가는 쿠로우스 상처럼 온라인 판매나 매장 판매가 어렵고 도매시장에 출하를 해야 하기 때문에 경영상 어려움이 있음.

[그림] 도쿄 시내에 위치한 꽃집에서 호접란 판매 모습



○ 세계난전 참여여부

- 쿠로우스 상도 10년간 매년 세계난전에 출품도 하고 판매부스도 열었으나, 내년에는 참가하지 않을 계획임.
- 세계난전이 가장 성황일 때는 관람객이 43만명까지 찾아왔으나, 최근에는 13만명 정도로 관람객 수가 많이 줄었음. 이제 더 이상 난 전시회는 대중의 관심을 끌지 못하기 때문임.

- 세계난전 판매부스를 여는데 약 100만엔이 소요되나 1/3가량이 적자임. 그리고 내년부터는 난 이외 장미, 카네이션 등도 참여할 예정임. 세계난전에 참여할 이유가 없어졌음.
- 앞으로 난초만 가지고 전시하는 것은 어려울 것으로 보임.
- 쿠로우스상은 2019년에는 세계난전에 참여하지 않을 계획임. 농장에 위치한 직매장 헐고 비닐하우스를 설치하여 난 전시와 함께 카페를 운영하여 난을 보고 즐길 수 있는 공간을 마련할 계획임.
- 사이타마시에서 계절별로 꽃 전시회를 많이 개최하는데 이 전시회에 방문하는 관람객을 대상으로 직판하는 것이 더 효과적이라고 생각함.

[그림] 쿠로우스농원 인터뷰 모습



세계난전 조직위원회

□ 세계난전 일본대상 2018년 개요

행사명	세계난전 일본대상 2018
개막식	2018년 2월 16일
일반공개	2018년 2월 17일 ~ 2월 23일(7일간)
입장객수	118,827명
전시회총주수	약 3,000종, 약 100,000주(양란, 동양란, 일본란)
입장료	예매권 1,900엔, 당일권 2,200엔, 이브닝권 1,500엔 등
주최	세계난전 일본대상 실행위원회 (요미우리 신문사, NHK, 세계난전 조직위원회)
테마	낙원-남국-열대
후원	외무성, 농림수산성, 환경성, 도쿄도 미국난협회(AOS), 영국왕립원예협회(RHS), 세계난초위원회(WOS)
특별협력	도쿄돔
협력	일본양란농업협동조합, 일본양란생산협회, 일본동양란협회, 일본플라워디자이너협회, JFTD, 원예문화협회, 일본화보급센터, 일본생화상협회, 일본꽃도매시장협회, 일본가정원예보급협회, 보존화(프리저브드플라워)전국협의회, 일본행잉바스켓협회, 후지TV플라워넷, 각 난애호가단체
협찬	(주)시세이도, (주)미마츠, (주)야나세, 동일본여객철도(주), 이스미토모신타은행, 아사이화성홈즈(주), TOTO(주), (주)롯데, 만다발효(주)
홈페이지 주소	https://www.tokyo-dome.co.jp/orchid/

□ 주요 조사결과

○ 세계난전의 시작

- 세계난전은 1991년에 처음으로 시작하여 2019년 29회를 맞이함.
- 1987년 제12회 세계난초회의가 일본 도쿄와 가나가와현에서 개최되었음. 1989년 도쿄돔에서 다른 행사를 개최하면서 한 구석에 난 전시회를 개최하였는데, 그 당시 20만명이 방문하는 등 폭발적인 인기를 얻었음.
- 당시 일회성 이벤트로 난 전시회를 기획하였으나, 많은 인기를 얻다보니 계속하기로 결정을 했음.
- 세계난전조직위원회를 구성하고 1990년 전시회 준비를 하고 1991년에 개최하였음.
- 그 당시에 백화점에서 고객을 유치할 목적으로 부유층을 대상으로 난 전시회를 개최하였음. 도쿄돔에서 세계난전이 개최되면서 백화점에서 난 전시회를 그만두기 시작하였음.

○ 세계난전 조직위원회 구성

- 세계난전 조직위원회의 회장은 시세이도 회장이 맡고 있음. 회장대행 및 부회장은 일본양란농업협동조합대표이사임.
- 부회장은 국제향기문화회 회장, 일본동양란협회장, 난우회회장, 일본난협회 회장, 일본플라워디자이너협회 이사장으로 구성됨.

○ 세계난전 주최, 기획 및 운영 기관

- 세계난전은 2018년까지 요미우리 신문, NHK, 세계난전조직위원회가 주최하였으나 2019년부터 도쿄돔도 참여함.
- 세계난전 기획 및 운영은 1991~2009년까지는 読売広告社이라는 광고 대행사가 추진하였고, 2010년~2013년까지는 요미우리 신문사, 2014년~2018년에는 덴츠 이벤트 오퍼레이션에서 맡아서 진행하였음.

○ 재원확보

- 일본정부에서 세계난전에 지원하는 예산은 없음. 주최측인 요미우리 신문과 NHK, 세계난전조직위원회와 협찬사인 시세이도 등 8개 기업에서 후원을 받음.
- 요미우리그룹에서 영업을 통해서 후원사를 매년 모집하고 있음.

- 세계난전 개최 초기에도 일본정부의 지원은 없었음. 당시 조직위원장이 일본에서 유명한 은행의 은행장이었는데, 난 애호가였음. 조직위원장이었던 은행장이 기업의 후원을 받아서 진행하였음.

○ 전시회애가 가장 인기있는 프로그램과 동양란의 비중

- 많은 프로그램이 인기가 있지만 가장 인기있는 프로그램은 출품대상 시상임.
- 동양란의 비중은 크게 높지 않음. 일본에서는 동양란인 대중적으로 인기가 있지 않음.
- 출품시상을 예를 들어 설명하면, 출품작 심사의 공정성 확보를 위해 약 100명정도의 심사위원으로 구성하는데, 동양란이 1위를 한 적은 거의 없음.
- 부문별로 살펴봤을 때 ‘향기나는 난’ 부문에서는 동양란이 1위를 몇 차례 한 것 밖에 없음.

○ 관람객이 감소하는 이유, 그에 대한 대응방안

- 과거에는 난이 처음으로 소개되었을 때는 일반대중들이 흥미로워 했으나, 현재 난이 많이 보급되어 어디서든 볼 수 있는 꽃이 되었음.
- 세계난전 초기 난 애호인의 연령대가 주로 40~50대였음. 20여년이 지난 지금 80대로임.
- 2010년대부터 관람객을 확대하기 위해 나고야돔, 후쿠오카돔 등과 협약을 맺어서 순회하면서 전시회를 개최하였으나, 많은 예산이 소요되서 결국 도쿄돔에서만 개최하기로 함.
- 젊은 세대의 관람객 유치를 위해서 2019년부터는 난 이외 다른 꽃도 참여함. 또한 연예인 초청 메이크업 행사, 플라워카페&바 등도 운영할 계획임.

[그림] 세계난전2019 프로그램(디지털아트, 플라워 카페 등)



[그림] 세계난전2019 포스터



開場時間
15日 12:00~21:00
16日、19日~21日 10:00~21:00
17日、18日、22日 10:00~17:30

入場券
当日入場券 2,200円(前売券 1,900円)
ナイト入場券 1,200円(前売券 1,000円)
※夜間は定額です。 ※ナイト入場券は17:00より入場可能なチケットです。
※入場は開場の10分前まで ※中学生(高校生以下)と保護者同伴の小学生以下は無料です。

Facebook Instagram Twitter
世界らん展が公式フォローしてください
世界らん展

主催：世界らん展実行委員会(読売新聞社、NHK、世界らん展組織委員会、東京ドーム)

協賛：FHI/EIDO

三社

YANASE

JR東日本

三井住友信託

AsahiKASEI
旭化成工業

TOTO

Daikin
大金工業

企画協賛：エニチャーム、まごころ堂 協賛：三井物産、エニチャーム、パルシステム建設協賛：日出版、ビエロトシヤ、プレミアムウォーター、リビエーションズ

- 세계난전을 도쿄돔에서 개최하는 이유
 - 세계난전은 산업박람회가 아니라 전시회임. 산업박람회가 목적이었다면 도쿄가 아닌 난 관련 지역에서 개최해야 함.
 - 도쿄돔이 전시회 장소로는 좋지 않지만, 도시의 중심지에 위치하고 있고 교통이 편리하고 숙박시설이 많음.

- 기타 내용
 - 도쿄돔 대여료 : 21백만엔(1일, 시설 및 부스 미설치)
50백만엔(하루 평균, 시설 및 부스 설치)
 - 전시회 부스 대여료 : 450,000엔(4m*2.5m)

[그림] 세계난전 조직위원회 인터뷰 모습



※ 본 보고서는 사전 허가없이 무단 전재·복제를 금합니다.