

# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum [www.bitf.kr](http://www.bitf.kr)

도시관광 미래에 대한 새로운 상상



DAY | 2022. 10. 7. (금) - 10. 8. (토)  
VENUE | 한국 만화 박물관 1층 만화영화상영관

**BITF 2022**  
**부천국제관광포럼**  
Bucheon International Tourism Forum


# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum



## 행사개요

행사명	2022 부천국제관광포럼 / Bucheon International Tourism Forum 2022
기간	2022. 10. 7.(금) ~ 10. 8.(토)
장소	한국만화박물관 1층 만화영화상영관
주제	「도시 관광 미래에 대한 새로운 상상」
프로그램	개회식, 기조강연, 부천국제관광포럼, 관광트렌드 지자체 적용사례 발표, 팸투어
주최	 <b>부천시</b>

# 인사 말씀



엔데믹 시대 新 부천 관광 시장 회복을 위한 「도시관광 미래에 대한 새로운 상상」이라는 주제로 제2회 부천국제관광포럼(BITF)을 개최합니다.

부천시는 문화·예술 분야와 관광과의 융복합을 통한 가치 창출을 추구하며, 이번 포럼을 통해 관광 메카로서의 부천을 알리는 동시에 최고의 경쟁력을 갖춘 정책 제안 및 토론의 시간을 갖고자 합니다.

또한, 최근 관광 이슈인 ESG 친환경 관광을 비롯하여 공공분야의 사회 가치 실현을 위한 관광정책을 위해 창의적인 아이디어를 모아주시기 바랍니다.

올해 두 번째로 개최하는 부천국제관광포럼(BITF)에 관심을 가져주신 모든 분께 감사드리며 이번 포럼이 향후 국내·외 관광산업의 인적·지적 교류와 협력의 장을 여는 과정이 될 수 있도록 많은 분의 협조를 부탁드립니다. 감사합니다.

조용익

부천시장 조용익

# 프로그램

## DAY 1 - 부천관광포럼

구분	시간	발표주제/연사	좌장 및 패널
개회식	14:00-14:15	개회식 (기념사, 환영사, 축사)	
기조강연	14:15-14:40	[기조강연] 도시관광 미래에 대한 새로운 상상 이재곤 (경기대학교 관광문화대학 교수)	
부천 관광 포럼	14:40-15:30	[세션 1] 문화 예술과 부천 관광의 공존 김바다 (강진군문화관광재단 대표)	<b>좌장</b> 문정남 (동서대학교 호텔관광학과 교수) <b>패널</b> 송기문 (신구대학교 호텔관광과 교수) 이학준 (용인시정연구원 문화복지연구위원) 박성호 (부천시시의회 재정문화위원회 의원)
	15:30-15:40	Coffee Break	
	15:40-16:30	[세션 2] 엔데믹시대 도시관광 Phua Dominic (핀들社 마케팅 디렉터)	<b>좌장</b> 정유준 (경주대학교 글로벌마이스관광학과 교수) <b>패널</b> 신동찬 (주)신우투자개발 대표이사 몽흐투스 (몽골관광공사/몽골환경관광부 부서장) 손수진 (백석예술대학교 호텔관광학부 교수)
	16:30-16:40	Coffee Break	
	16:40-17:30	[세션 3] 청년이 오는 도시 ESG 관광 정책 박은철 (광주광역시 청년특별보좌관)	<b>좌장</b> 박승영 (부천대 호텔관광경영과 교수) <b>패널</b> 이광표 (한국스마트관광협회 부회장) 이주일 (넥스스토리 대표) 신다혜 (필더필 대표)
	17:30-17:50	질의응답	
	17:50-18:00	폐회	

## DAY 2 - 관광트렌드 지자체 적용사례 발표

구분	시간	세부내용	비고
지역관광 적용사례 스마트기업	10:00~10:30	하스스토리 (건축스토리를 입힌 관광객 모집)	온라인 (홈페이지 업로드)
	10:30~11:00	K트래블아카데미 (여행업 문제해결 전문가 사례 공유)	
	11:00~11:30	스냅존 (지역 관광자원의 효율적 마케팅 기법)	
	11:30~12:00	사이시웃 (지역 스토리와 함께하는 디지털 콘텐츠)	

## 팸투어 일시 : 2022.10.8.(토) 10:00 ~ 19:00 / 장소 : 부천시 일대

시간	세부내용	비고
10:00~12:00	부천호수식물원 수피아 체험	※ 오프라인
13:00~15:00	한국만화박물관 한옥마을 관람 및 체험	
15:00~18:00	부천활박물관 관람 및 활쏘기 체험	
18:00~19:00	석 식(자유식) 및 심곡시민의 강 체험	



# 연사소개


## 기조연설

연사	
	<b>이재곤</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 現 경기대학교 관광문화대학 교수</li><li>• 現 행안부 지방자치경영대전 평가위원</li><li>• 前 국가균형발전위원회 자문위원</li></ul>

## 세션 1

연사	좌장	
 <div> <b>김바다</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 강진군문화관광재단 대표</li> <li>• 現 한국스마트관광협회 회장</li> <li>• 前 미스터씨 여행사 대표</li> </ul> </div>	 <div> <b>문정남</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 동서대학교 관광계열 호텔경영학과 조교수</li> <li>• 現 호텔업 등급결정 평가위원</li> <li>• 現 부산시 주민참여예산위원회 관광해양분과위원</li> </ul> </div>	
패널		
 <div> <b>송기문</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 신구대학교 호텔관광과 겸임교수</li> <li>• 現 (주) 주얼리 T&amp;S 대표이사</li> <li>• 現 (사) 한국관광레저학회 사무국장</li> </ul> </div>	 <div> <b>이학준</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 용인시정연구원 문화복지연구부 부연구위원</li> <li>• 前 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠금융지원단 선임연구원</li> <li>• 前 전북연구원 사회문화연구부 전문연구원</li> </ul> </div>	 <div> <b>박성호</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 부천시의회 시의원</li> <li>• 現 더불어민주당 중소기업특별위원회 부위원장</li> <li>• 前 국립공주대학교 음악교육학과 외래강사</li> </ul> </div>

## 세션 2

연사	좌장	
 <p><b>Phua Dominic</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 핀들사 마케팅 디렉터</li> <li>• 前 틱톡-바이트댄스 마케팅 매니저</li> <li>• 前 삼성 싱가포르 마케팅 매니저 대리</li> </ul>	 <p><b>정유준</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 경주대학교 글로벌마이스관광학과 학과장</li> <li>• 前 한국문화관광연구원 지역관광기획평가센터 연구원</li> <li>• 前 (사)관광경영학회 사무국장</li> </ul>	
패널		
 <p><b>신동찬</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 (주)신우투자개발 대표이사</li> <li>• 前 예원예술대학교 객원교수</li> <li>• 前 창의연구소 연구원 대외협력 팀장</li> </ul>	 <p><b>몽흐투스</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 몽골 관광공사 / 몽골환경 관광부 부서장</li> <li>• 前 몽골 관광청 부서장</li> <li>• 前 몽골 산업안전보건센터 대외협력과장</li> </ul>	 <p><b>손수진</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 백석예술대학교 호텔관광학부 학부장</li> <li>• 現 한국호텔리조트학회 부회장</li> <li>• 現 한국호텔관광경영학회 부회장</li> </ul>

## 세션 3

연사	좌장	
 <div> <b>박은철</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 광주광역시 청년특별보좌관 광역최초</li> <li>• 前 ESG 코리아 집행위원장</li> <li>• 前 한국스마트관광협회 정책위원장</li> </ul> </div>	 <div> <b>박승영</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 부천대 호텔관광경영학과 학과장</li> <li>• 現 호텔업 등급평가 평가요원(한국관광협회 중앙회)</li> <li>• 現 한국교육개발원 학과(전공)분류 자문위원</li> </ul> </div>	
패널		
 <div> <b>이광표</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 (사)한국스마트관광협회 부회장</li> <li>• 現 와바다다(주) 대표이사</li> <li>• 現 (사)강원ICT사회적협동조합 이사</li> </ul> </div>	 <div> <b>이주일</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 넥스스토리 스마트관광 사업부분 대표</li> <li>• 現 (사)한국스마트관광협회 상생협업 분과위원장</li> <li>• 前 (주)아놀자 투어패스 사업 총괄 본부장</li> </ul> </div>	 <div> <b>신다혜</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 現 필더필 대표</li> <li>• 現 한국스마트관광협회 부회장</li> <li>• 前 UN-HABITAT 한국위원회 문화부문 전문위원</li> </ul> </div>

# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum



## 기조강연

도시관광 미래에 대한 새로운 상상

이재곤

現 경기대학교 관광문화대학 교수  
現 행안부 지방자치경영대전 평가위원  
前 국가균형발전위원회 자문위원



# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum



# 세션 1

문화 예술과 부천 관광의 공존

김바다

現 강진군문화관광재단 대표  
現 한국스마트관광협회 회장  
前 미스터씨 여행사 대표



## 문화예술과 부천 관광의 공존

“이야기로 여행하는 부천 힐링 여행 콘텐츠를 입히자”

### 콘텐츠는 여행에 상상력을 담습니다

- 여행사
- 관광벤처
- 관광기반 IT
- 퍼포먼스 마케팅
- 데이터 기반 관광산업 DX

2022

## Covid19

세계유명 관광지 한산해졌다  
힐링이라는 마음으로 한적한 시골마을을 찾아다니는 관광  
터빈 관광지 무너진 관광산업  
우리는 움직이지 않는것이 아니라 모두 디지털 공간으로 들어와있다

2022

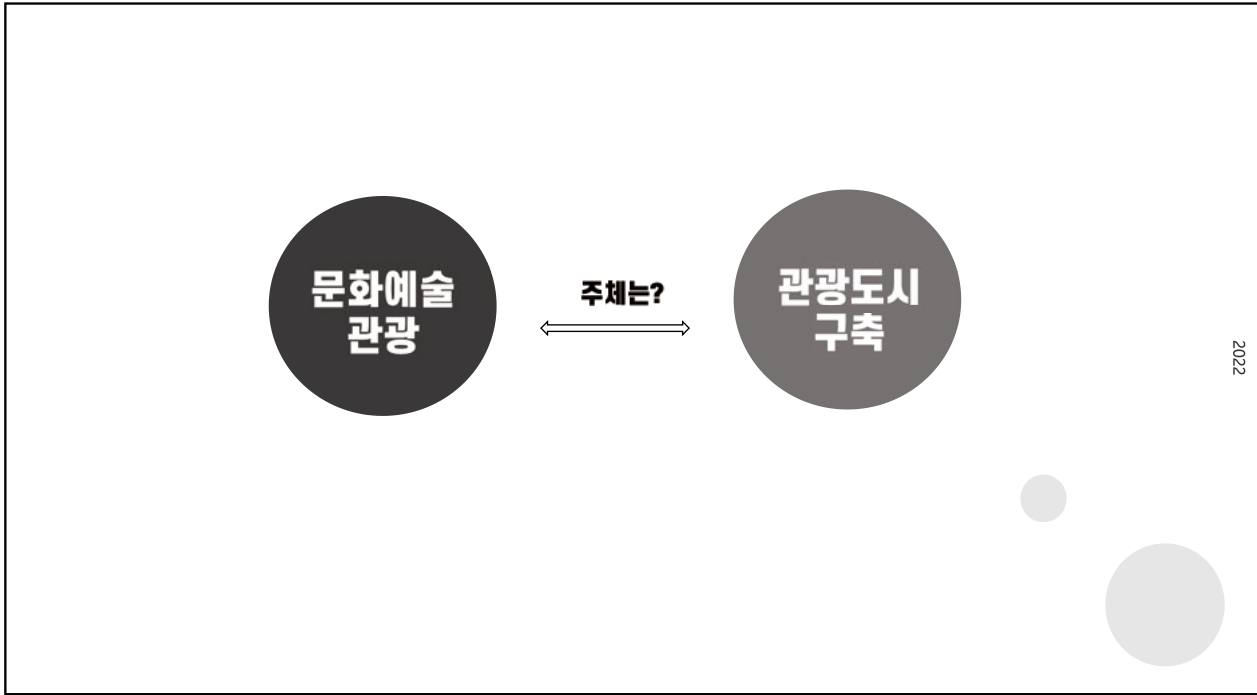
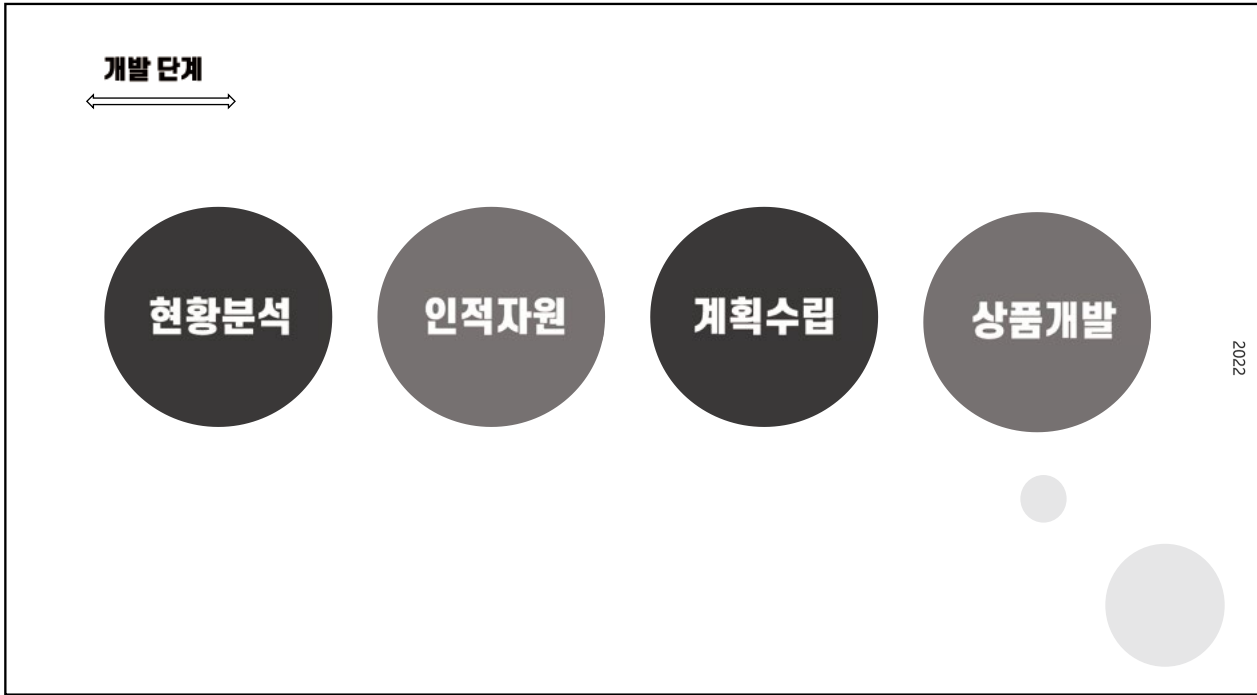
### 관광산업의 전망과 동향

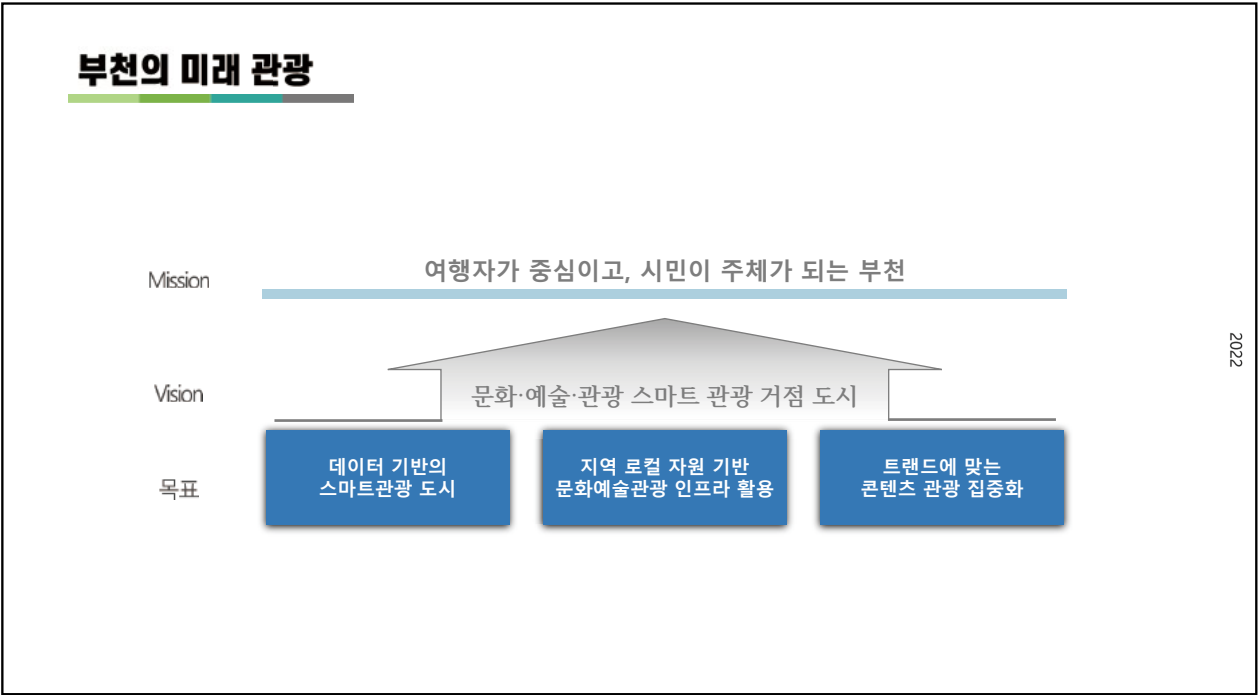
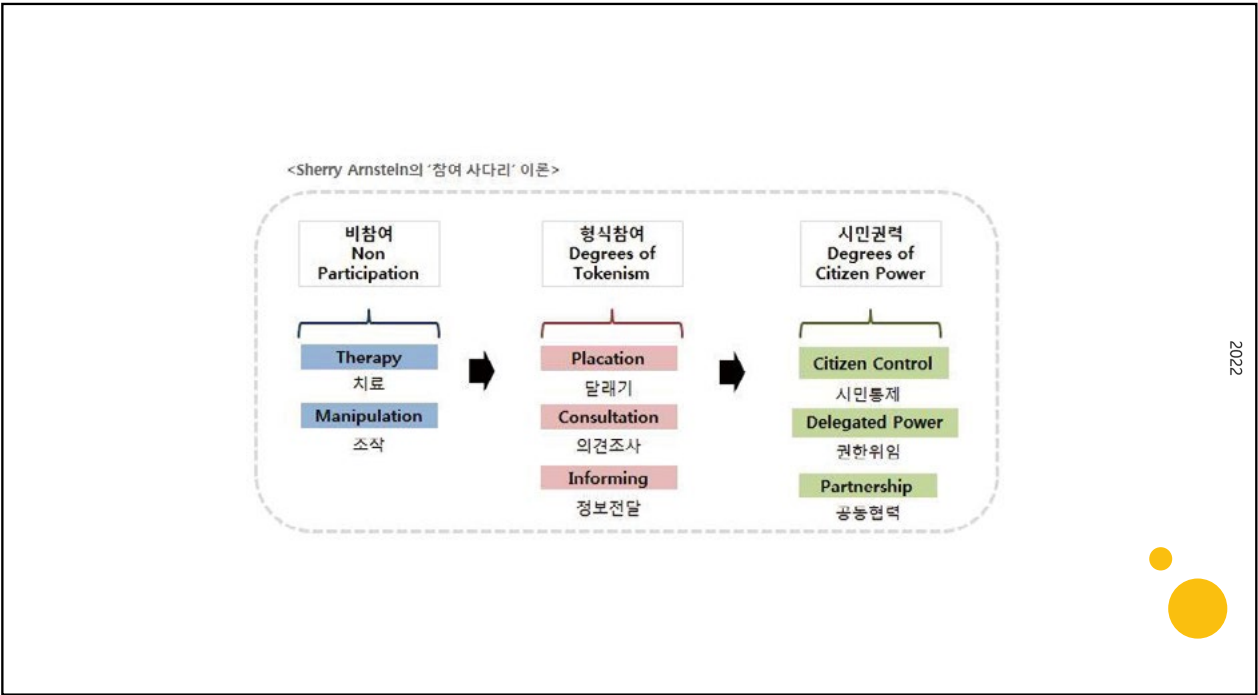
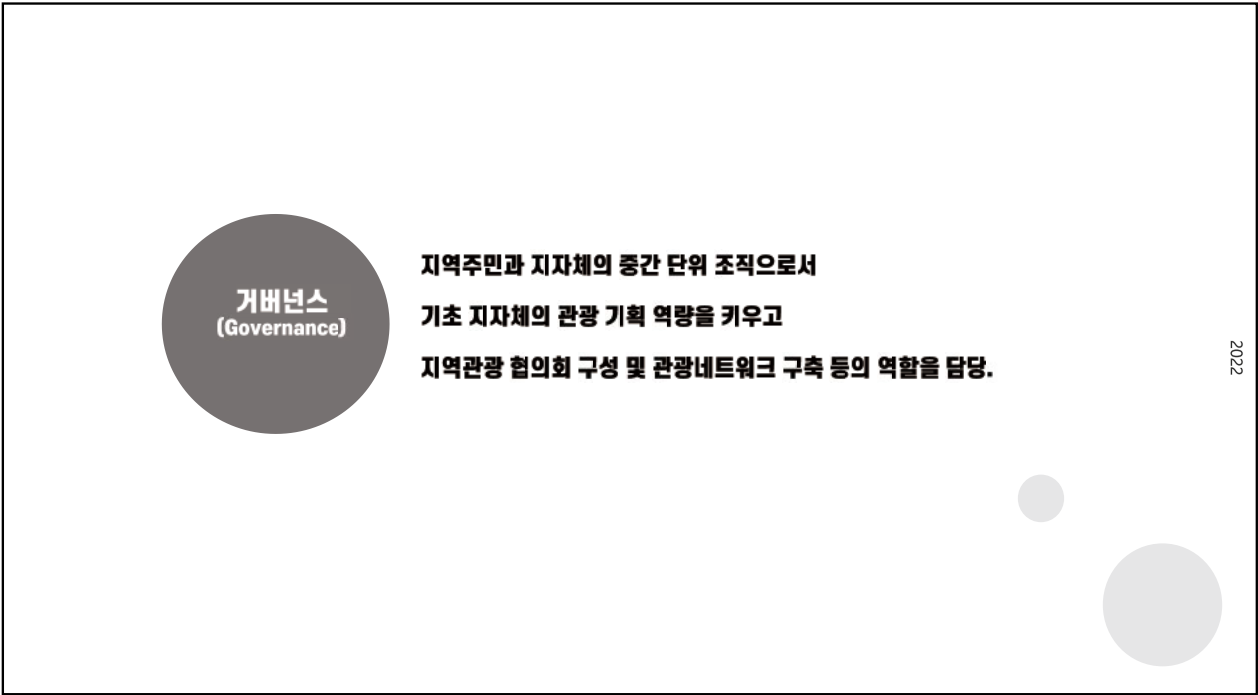
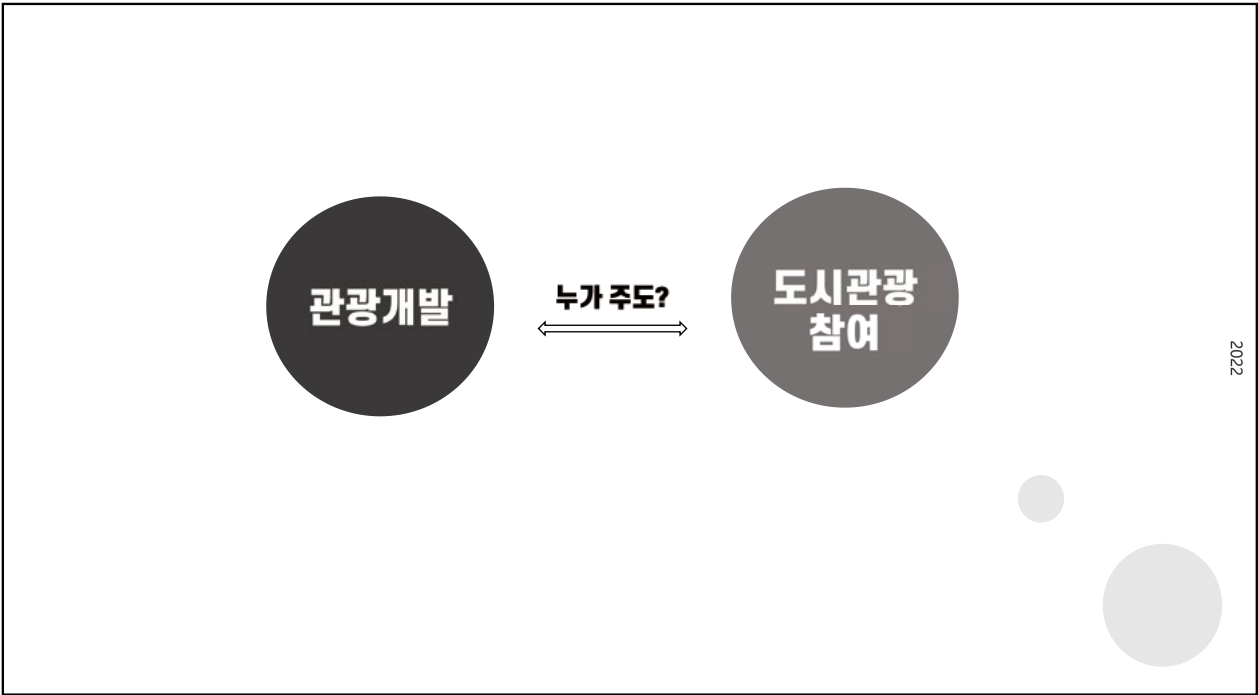
#### 미래관광환경변화 대응

- 디지털 대전환**
  - [관광산업]의 디지털전환 -지능형(스마트관광 도시)
  - 관광요소와 기술요소의 융복합 관광객의 편의, 서비스, 경험 제공
- ESG 관광**
  - 지속가능한 여행-친환경 여행지 개발 및 관련 프로그램 개발
  - 지역사회보전, 탄소배출, 지역민과 함께하는 거버넌스 관광
- 트렌드 관광**
  - 안근단 & 힐링치유여행 & 온-오프라인 체험 & 체류형 관광
  - 캠핑·차박, 반점등물, 야간관광, 콘텐츠 관광 매력, 사진한정
- 다변화 전망**
  - 포스트코로나 대응 방안 관광
  - 소셜미디어를 어용 국내외 홍보 마케팅, 시장별특별마케팅
- 상생 협업**
  - 지역관광 평등화 & 연계 관광 활성화
  - 관광 기업과의 협업으로 지역중심 관광 콘텐츠 개발

2022









### 부천관광1

- 일상의 핫플레이스
- 콘텐츠가 핵심
- 부천만의 강점 접근성, 인구유입(청년)
- 항공 지하철 등 교통 연계 지역
- K culture 기반의 거점도시

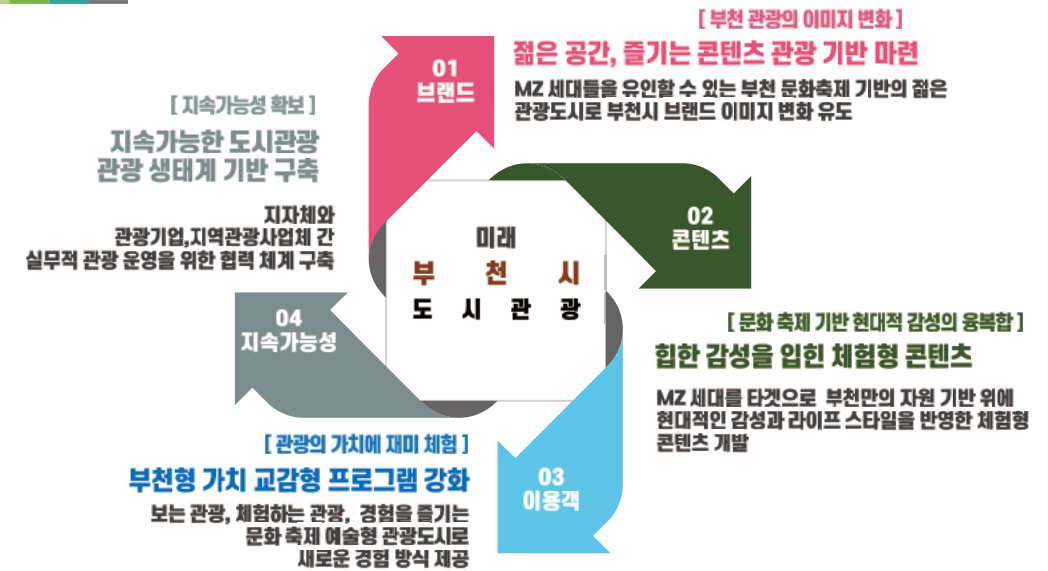
2022

### 부천관광2

- 코로나19 시기, 기반구축 및 집중화
- 관광기업과의 연계, 데이터의 중요성
- 실전 기반의 연구 용역 구축
- 관광 인력 실무부서
- 명확한 타킷의 스토리텔링 마케팅

2022

### 부천관광3



2022

### 브랜딩

“부천하면 그려지는 이미지 + 부천은 무엇을 포장해서 다가가고 싶은지 + 공감에 가는 무엇을 만드는”



2022



## 추진방법

### 부천시 문화·예술관광 콘텐츠 개발

- 기반형 관광 & 문화·예술·관광 & 트렌드에 맞는 콘텐츠 융복합 인프라 구축
- 적극적인 거버넌스로 시민과 함께하는
- ESG 관광의 선두로 거듭나는 부천 관광 마련

### 세계화로 나아가는 부천의 FUN

- MZ세대는 부천에서 즐긴다는 관광 슬로건
- MICE 유치 및 개최 역량 강화를 통한 브랜드 이미지 제고
- 한국의 카오산로드로 체류형 연계관광 구축(서부권7개 도시)
- 콘텐츠 기업 연계로 스마트한 관광 및 스마트의료관광 생태계 마련
- 국제관광포럼 국제의료컨퍼런스 부천형스튜디오 개발



#### 부천을 찾는 관광객의 편리한 관광

- 관광기업과 협력을 통한 상생 협업 세미나 개최 및 정기적 소통
- 숙박, 음식, 체험, 교통 등 인프라의 스토리화
- 시설기반형, ICT기반형, 체험기반형, 스토리기반형 관광기업 벤치마킹 및 협업

#### 캠핑·차박, 반점등물 동반, 안전여행 브랜드화-홍보 마케팅-인프라-안전

- 시민 참여형 관광
- 체험관광, 주민 해설사, 관광안내 등 시민이 문화·예술 관광인력이지, 체험콘텐츠의 주인공
- 지역 자원을 이용한 로컬 콘텐츠 & 혁신적인 아이디어로 자신만의 브랜드 창출

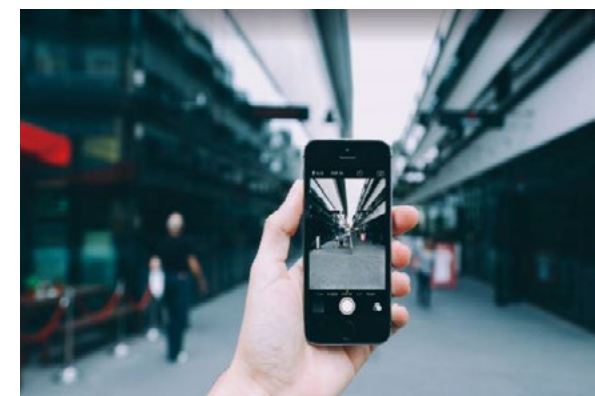
#### 모든 관광의 미디어화

- 소셜미디어 활용, 온라인 마케팅 강화
- 내국인, 국내거주 외국인, 동남아시아, 중국, 일본
- 부천 관광 영상 콘텐츠화 (숙박, 시사, 체험, 안전 등)
- 인플루언서, 방송패널 적극 활용
- 생활관광, 안전여행 등 살아보기형 관광의 확대 운영 및 홍보

2022

정보통신기술(ICT:Information Communications Technology)을 기반으로 하는 인터넷과 스마트폰을 중심으로

스마트경험  
스마트편의  
스마트서비스  
스마트 모빌리티  
스마트플랫폼



2022

## 미래 부천은

“CMO + 인프라 이해, 콘텐츠 개발, 이야기 입히고 + 데이터 기반의 스마트관광 생태계 조성”



스마트한 관광도시

2022

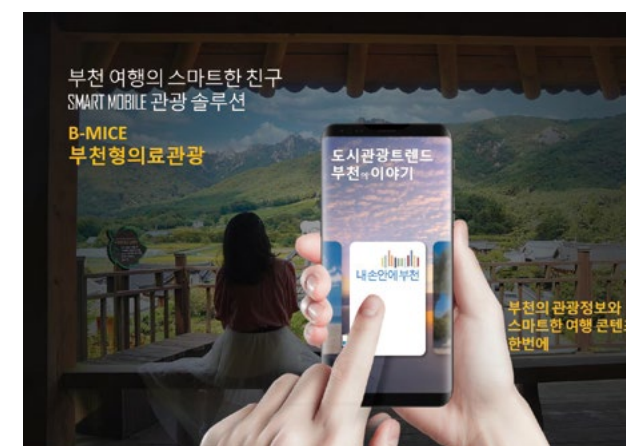
자연·문화·역사·예술  
웰니스 콘텐츠(관광 매력)  
(AR/VR/플로그램/미디어파사드등)

숙박 식당 체험 휴게시설  
관광인프라 (관광일정관리)  
(실시간 / 예약 / 결제)

언어, 문외, 불편신고, 집배송  
관광안내(관광품질개선)  
(넷봇, 로보틱스 등)

모빌리티  
관광 교통(관광법위확대)  
(전통리보드, 전기자전거, 트위지, 수요응답형)

데이터 등록, 이용, 수집  
관광정보(관광정보공유)  
서비스제공  
서비스이용  
플랫폼공급 소비 형태 및 후기 정보의  
수집 분석 공유 정책 마련



2022

## FLEX 부천의 브랜드



2022

THANK  
YOU

## 그래서 부천시의 관광은

문화를 찾는 부천

예술에 푹 빠진 부천

“그래서 다시 찾는 관광도시부천 ”

2022

# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum



## 세션 2

엔데믹시대 도시관광

Phua Dominic

現 핀들사 마케팅 디렉터  
前 틱톡-바이트댄스 마케팅 매니저  
前 삼성 싱가포르 마케팅 매니저 대리





500

# SINGAPORE

Endemic era, Urban tourism 2022

Presented by: Dominic Phua

## AGENDA

1. Speaker Introduction
2. Singapore Demographic Insights
3. Pre-Covid 2019
4. Facing the Pandemic in 2019
5. Tackling Covid-19 in 2020
6. Recovery in 2021
7. Tourism in a Post-Covid World 2022
8. Looking ahead in 2022 and Beyond
9. Q.&A



## Meet Your Speaker

Phua Dominic

Marketing/ Biz Strat Director  
Pindle

- Marketing/Biz Dev Director (Pindle 글로벌 관광 어플) 3 years
- Marketing Manager (Tiktok - ByteDance) 2 years
- Assistant Marketing Manager (Samsung Singapore) 2 years
- Flight Attendant (Singapore Airlines) 3 years

- MBA - Kings College UK
- BA - University of Western Australia
- Strategy Execution - Harvard Business School
- C.P.M - American Marketing Association



500



## Meet Your Speaker

Phua Dominic

Marketing/ Biz Strat Director  
Pindle

- Singapore Representative Speaker for KISED (창업진흥원) Startup Program

Singapore Chamber of Commerce  
(SingCham 싱가포르 상공회의소)  
Memberships Committee

- Admin of Every Expat in Korea (EEIK)  
Largest western FB expat community in Korea

- Ambassador for Shopee  
South East Asia's Largest E-Commerce Site



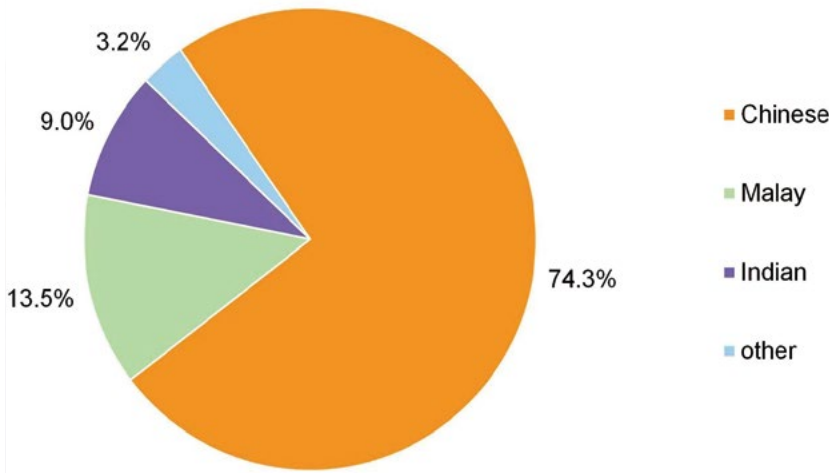
500



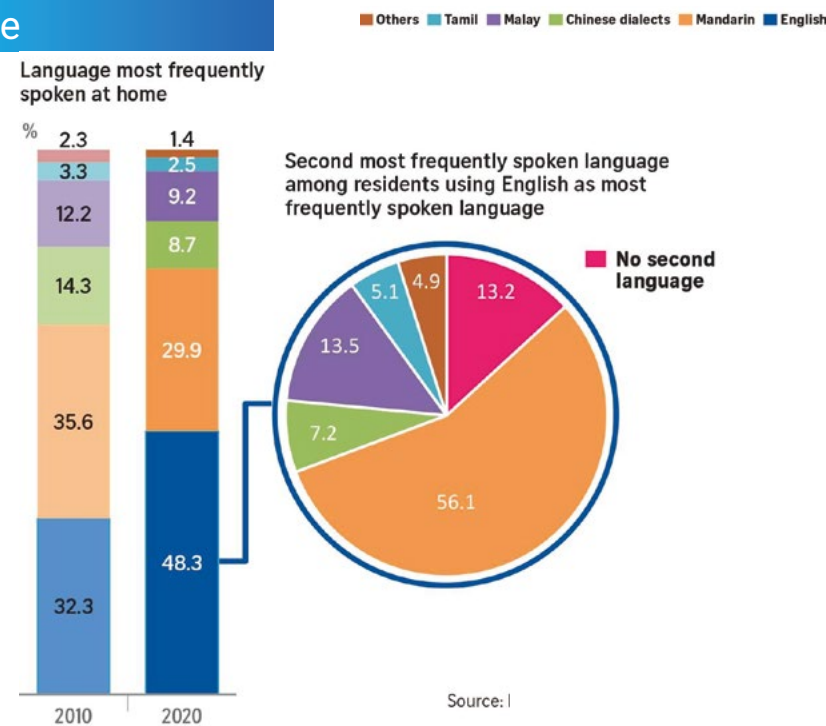
500

# Singapore Insights

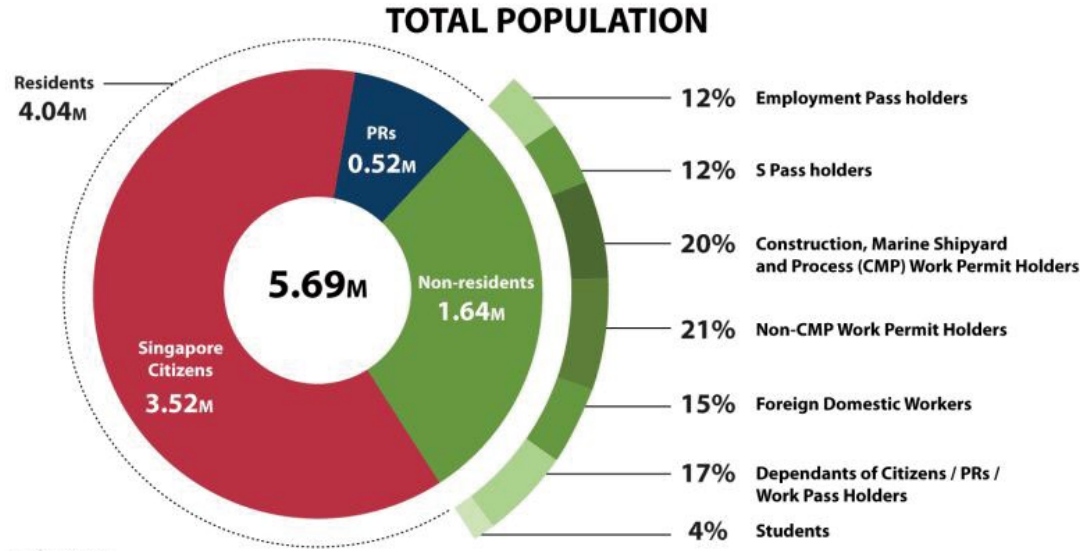
## Singapore's Ethnic Composition



## 1st & 2nd most spoken languages at home



## Population Statistics





## PRE-COVID-19: 2019

500

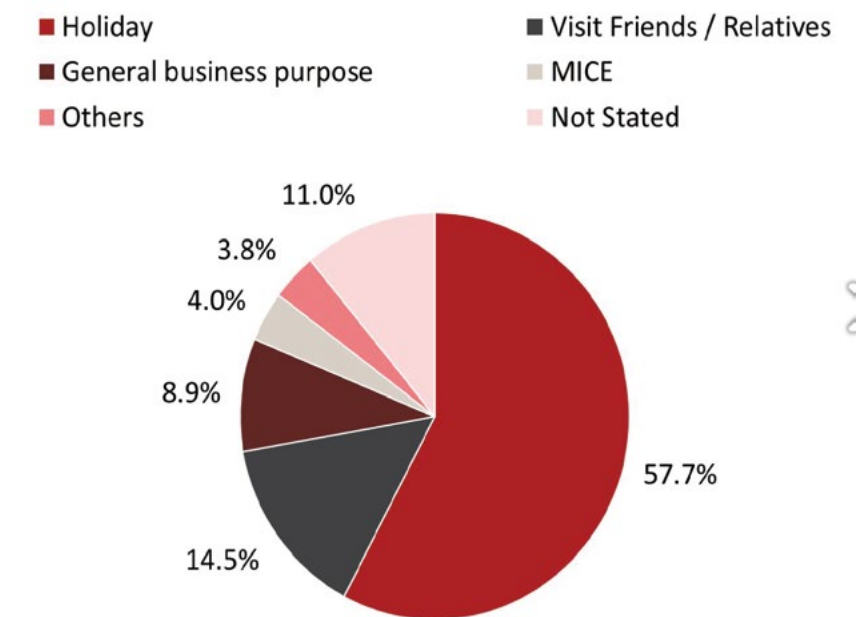
### Prior to Covid-19

### Tourism sector in Singapore

- Within Southeast Asia, Singapore has the third highest amount in international tourism receipts
- Globally, Singapore was the 25th most visited country in the world
- 22nd highest amount in international tourism receipts in 2019

500

2019



### Decline in both visitor arrivals and tourism receipts in 2020

**Figure 1: Total International Inbound Tourists and Total Tourism Receipts (2007 Q1 to 2020 Q3)**



# FACING COVID-19: Epidemic Control in 2019

500



## How Singapore Beat Covid

*Similar measures taken by South Korea, Japan, China and Taiwan*

The city-state got many of these things right.

- Successfully snubbing out spikes and keeping cases low
- effective contact tracing,
- well-resourced healthcare systems and widespread testing,
- limited lockdown measures,
- individual social responsibility (such as mask-wearing and social distancing)
- high-levels of compliance with quarantine restrictions.

500

## Covid-19 in Singapore



- First case confirmed on 23 January 2020
- Early cases were primarily imported
- Local transmission started in February and March
- In late March and April, COVID-19 clusters were detected at multiple migrant worker dormitories
- This soon contributed to an overwhelming proportion of new cases in the country

## Covid-19 in Singapore



- **Contact tracing technologies**
  - On 20 March 2020, Singapore became the first country in the world to release a Covid-19 contact tracing app
  - Technological solutions to facilitate contact tracing efforts were rapidly developed and deployed by the government
- **SafeEntry, a check-in system that logs the entry and exit of visitors to public places**
- **TraceTogether, a system that uses Bluetooth signal strengths to track the proximity and duration of encounters between people with a smartphone app or physical token**





## Covid-19 in Singapore

- **Circuit breaker measures and gradual re-opening**
  - strict circuit breaker lockdown measures were implemented from 7 April to 1 June 2020
- **Vaccination campaign**
  - mass vaccination campaign was launched
  - In late 2021, Singapore became the world's most-vaccinated country, with more than 85% of its total population fully-vaccinated
  - As of June 2022, over 92% of the total population have completed their vaccination regimen, representing over 96% of the eligible populace

500

Contributing to COVID-19 efforts amid adversity

1

### Tourism businesses played a key role in Singapore's battle against COVID-19

#### Hotels

- offered their properties for various accommodation purposes, including Government Quarantine Facilities, Swab Isolation Facilities and Stay-Home Notice Dedicated Facilities.

#### Integrated Resorts

- More than 2,000 Resorts World Sentosa staff served at the Community Care Facility at Singapore EXPO and MAX Atria, and the Big Box warehouse mall. They managed operations, provided meals and packed care kits.
- Marina Bay Sands donated around 15,000kg of food to The Food Bank and packed 15,000 care kits for migrant workers and low-income families affected by the pandemic.

#### Cruise industry

- provided the world's first migrant worker dormitory on cruise ships as accommodation for more than 8,200 workers who had recovered from COVID-19. Around 600 cruise industry workers and business partners including Genting Cruise Lines and SATS-Creuers Cruise Services were involved in the operation between April 2020 and September 2020

#### Tourist guides

- stepped up as Safe Distancing Ambassadors (SDAs), capitalising on their people and language skills to urge compliance to safe management measures (SMMs).

500

## TACKLING COVID-19: Resilience & Reinvention (2020)

500

Resilience &amp; Reinvention in 2020

1

### Re-opening Tourism Safely

#### Challenge: How to resume operations safely + providing meaningful customer experiences

- STB engaged industry stakeholders to develop their re-opening proposals and implement the necessary SMMs.

#### Rebuild consumer confidence and demand for cruise

- piloted cruises with enhanced safety protocols and no ports of call for two of Singapore's homeported cruise lines
- established the world's first CruiseSafe Certification – a mandatory audit and certification programme for cruise lines before they commence sailing.

#### SG Clean

- Many tourism establishments have also been certified SG Clean, a national mark of excellence that indicates the businesses adhere to high standards of environmental public hygiene on their premises.



500

## Resilience &amp; Reinvention in 2020

2

## Resuming MICE and leisure events

## Opening Applications

- From 1 October 2020, STB began accepting applications for organisers to pilot MICE events of up to 250 attendees.

## Specific testing protocols

- developed testing protocols for foreign delegates and other visitors arriving for events such as TravelRevive and the ONE Championship events, to safeguard public health.

## Adapt, innovate and leverage on technology

- number of lifestyle and sporting events adopted hybrid formats for the first time, from the Singapore Food Festival to the Standard Chartered Singapore Marathon 2020.

500

## Resilience &amp; Reinvention in 2020

3

## Stimulating Domestic Consumption

## Creating Domestic Tourism Demand

- In July 2020, STB, Enterprise Singapore and Sentosa Development Corporation rolled out the SingapoRediscover campaign to rally locals to support tourism businesses and promote hidden gems and experiences in Singapore.

## SingapoRediscover Vouchers

- To complement the SingapoRediscover campaign, STB launched the S\$320 million SingapoRediscover Vouchers (SRV) scheme in December 2020..

## New Partnerships

- STB also forged new partnerships with e-commerce players, banks, payment gateways and online travel agents (OTAs), including Visa, DBS, Expedia, Klook, Airbnb Experiences and Mastercard, to promote Singapore tourism offerings, exchange insights and enhance visitor experiences.

500

## Resilience &amp; Reinvention in 2020

4

## Maintaining mindshare

## Singapore remains top of mind

- STB's regional offices launched new initiatives to engage our fans and strengthen Singapore's brand image around the world.
- STB partnered with technology, media and tourism industry players in key source markets to jointly promote Singapore as an attractive destination for future travellers.

500

## Maintaining mindshare

## Americas

In the US, Conde Nast Travel (CNT) recognised Singapore as the first global destination for their New Standard for travel. STB Americas reached over 33 million US and Canadian viewers through custom-curated content across CNT's print, digital and social channels, extending Singapore's credibility as a safe and exciting travel destination. Together with Phil Rosenthal, host of Netflix's top-rated food and travel programme Somebody Feed Phil, STB Americas also organised virtual meet-and-greet sessions for 400 top-tier US media, influencers, travel trade, and devoted foodie and explorer fans. During the sessions, Phil reminisced with Singaporean personalities such as Tan Kheng Hua, Chef Bjorn Shen and KF Seetoh on the Singapore episode, as he enthusiastically promoted the city's vibrant food culture and modern architectural feats.

## Europe

STB's European offices rolled out various marketing campaigns across the region. A collaboration with UK influencer collective Captivate (a collective of 10 lifestyle bloggers and influencers) to promote the Passion Tribes, saw the campaign reach 2.4 million viewers. In France, together with six influencers, a TikTok challenge was launched to engage the early careers segment, challenging creators to recreate pouring teh tarik in creative ways. A partnership with German creative company ArtNight to organise an online workshop with Singaporean artist Paul Wang also promoted the arts and culture scene in Singapore to German audiences.

500

## Maintaining mindshare

**Greater China**

STB signed Memorandums of Understanding (MOUs) with Trip.com Group and iQIYI International in November 2020 to jointly market Singapore as a destination of choice for travellers over the next three years. To maintain Singapore's destination mindshare in China, STB partnered with Xiaomi on a co-branding campaign with a mix of online and offline initiatives - including Singapore-branded delivery boxes with handmade toys of Singapore icons, and a collection of Singapore food recipes created for Xiaomi's smart home app. In partnership with Tencent, STB rolled out several campaigns that leveraged new technologies and gamification to engage younger audiences. In August 2020, STB also launched A Singapore Feast in Taiwan with 11 F&B brands to profile Singapore food and culture, with Singapore-themed menus, products and promotions rolled out across Taiwan.

**India**

In India, STB was among the first National Tourism Organisations to engage consumers with a virtual event – Zomaland@Home. Partnering with Zomato, the leading Indian restaurant aggregator and food delivery service, STB was the destination partner for the weekend virtual festival, with a Singapore Experience Zone that featured live sessions with Singaporean artistes and engaging games. STB India also collaborated with BookMyShow, India's leading entertainment ticketing platform, to give users a glimpse of the iconic culture and beauty of Singapore.

500

## Maintaining mindshare

**North Asia**

Our STB office in Japan partnered with JTB Corporation to launch a series of 60-minute virtual tours around Singapore called Get a Feeling of Overseas Travel at Home. The chargeable tours featured Singapore-based Japanese YouTuber, Ghib Ojisan, who entertained guests as they explored Singapore with a JTB tourist guide. Guests also received Singapore-themed souvenir packs delivered to their homes as part of the multi-sensory experience.

**Oceania**

As part of STB's strategy to appeal to foodies, STB Oceania launched a brand campaign to introduce zi char to Australians in March 2020. The key component was a chef collaboration between Sydney's Brent Savage from Cirrus Dining, and Singapore's Wayne Liew from Keng Eng Kee.

**Southeast Asia**

Within Southeast Asia, STB launched a TravelThrowBack initiative to encourage people to share their photos of their travels to Singapore as well as the rest of Southeast Asia. The initiative, which ran from July to mid-October 2020, reached more than 21 million social media users to inspire the region to plan trips to Singapore when it is safe to travel again.

500

## Resilience &amp; Reinvention in 2020

5

## Supporting industry transformation

**Tourism Recovery Action Task Force (TRAC)**

- Comprising tourism leaders from both the private and public sectors
- set up to develop and implement joint recovery strategies.
- TRAC helped to identify opportunities arising from COVID-19, driving and implementing measures to co-create recovery plans and instil confidence in Singapore's tourism sector.

**Alliance for Action on Enabling Safe and Innovative Visitor Experiences**

- formed to explore and pioneer new ways to facilitate safe and innovative visitor experiences in a COVID-19 environment.
- Developed its first prototype for safe tradeshows and exhibitions, safe itineraries, as well as digital enablers, which was trialled in November 2020
- successfully launched COVID-19 insurance coverage to provide added peace of mind for visitors to Singapore

**Event Industry Resilience Roadmap**

- Singapore Association of Convention and Exhibition Organisers and Suppliers (SACEOS) collaborated with STB and Enterprise Singapore
- established best-in-class standard for safe business events comes with an industry-led accreditation SG SafeEvent programme

500

## Resilience &amp; Reinvention in 2020

5

## Supporting industry transformation

**Training Industry Professionals in Tourism (TIP-iT)**

- STB and the Singapore Hotel Association supported the hotels industry's efforts in upskilling their workers.

**Marketing Partnership Programme (MPP)**

- launched to support marketing efforts by tourism businesses to build demand, alongside the Singapore Stories Content Fund (SGSCF) to encourage content creators to create compelling stories about Singapore.

**STB's various initiatives**

Tourism Transformation Index (TXI),  
Singapore Tourism Analytics Network (Stan)

partnering digital players

- Facebook, LinkedIn, Airbnb Experiences and Amazon Explore to conduct online Masterclasses or workshops for the tourism industry

# BEYOND COVID-19: Ready for Recovery (2021)

500

500 Ready for Recovery in 2021

## 1 Stimulating Domestic Consumption

### SingapoRediscovered campaign / SingapoRediscovered Vouchers

- By the end of the SRV scheme on 31 December 2021, about 1.9 million Singaporeans have used their vouchers at least once, making about 2.6 million transactions.
- Close to \$300 million in SRV transactions were recorded, comprising close to \$180 million in vouchers and about \$120 million in out-of-pocket payments for SRV bookings.

### Key partnerships

- collaboration with Mastercard on the "Rediscover Priceless® Singapore" campaign - which leveraged consumer insights, spending behaviour and trends to promote local tourism businesses.
- tapped on DBS's data analytics capabilities to curate itineraries, destination content and promotions, to encourage locals to explore Singapore.

500 Ready for Recovery in 2021

## 2 Resuming MICE and leisure events

In 2021, Singapore hosted more than 200 MICE events with almost 50,000 local and international attendees. These included pilot events to testbed new protocols, such as the Bloomberg New Economy Forum, Industrial Transformation Asia Pacific 2021, Milken Institute Asia Summit and the 50th St Gallen Symposium.

### Build up the pipeline of significant MICE events for 2022 and beyond

- including some multi-year events. Notable ones include:
- FIND – Design Fair Asia (2022–2024), Gastech 2023, Global Health Security Conference 2022, 60th International Young Lawyers' Congress 2022, Seafood Expo 2022, SILMO Singapore (2023–2025), transport logistic and air cargo 2023, World One Health Congress 2022 and the World Congress of Dermatology 2023.

### Supporting leisure and lifestyle events

- Dale Chihuly: Glass in Bloom exhibition at Gardens by the Bay
- international premiere of *Pop-Up Disney! A Mickey Celebration*.
- Mobile Legends Bang Bang M3 World Championship in December 2021,
- HSBC Women's World Championship at Sentosa –

500 Ready for Recovery in 2021

## 3 Hotels Industry Performance

In 2021, several new hotels with unique lifestyle concepts opened in Singapore, such as The Clan, Maxwell Reserve and Oasia Resort Sentosa.

- This complemented existing hotels that used this period to refresh or rebrand their properties,
- Examples: Hilton Singapore (reopening as voco Orchard Singapore in 2022), Mandarin Orchard (reopening as Hilton Singapore Orchard in 2022).

### Appeal to the domestic market

- many hotels introduced unique staycation and guest experiences.
- For example, The Ritz-Carlton, Millenia Singapore launched the world's only augmented reality (AR) hotel art tour for visitors to interact virtually with art pieces by globally-renowned artists
- Grand Hyatt Singapore also partnered with homegrown sports apparel brand Kydra and local organic food producers for its Recharge Wellness Retreat, to cater to the growing demand for sustainability and wellness experiences.



## 500 Ready for Recovery in 2021

### 4 Attractions Industry Performance

#### Create new experiences to attract locals

- For example, Wild Wild Wet introduced new concepts such as its version of a Songkran Festival, while Kidztopia had special unlimited entry passes to drive weekday demand.

#### Welcomed new attractions

- such as the Museum of Ice Cream and SkyHelix Sentosa.

#### Existing attractions used this period to refresh their offerings or introduce new ones

- Haw Par Villa's Hell's Museum, the Brickosaurs World at Singapore Zoo and River Wonders, ArtScience Museum's new permanent Virtual Reality (VR) gallery, Madame Tussaud's Singapore: Marvel Universe display, National Orchid Garden's Tropical Montane Orchidarium, and Gardens by the Bay's Orchid Haven.

## 500 Ready for Recovery in 2021

### 5 Cruise Industry Performance

#### "Cruises-to-nowhere" in late 2020.

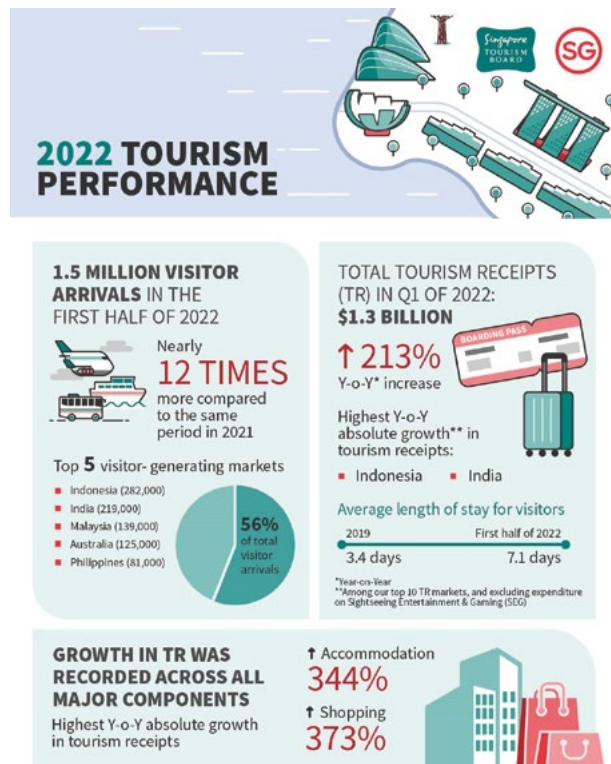
- Since then, Singapore's cruise industry: 400,000 domestic passengers set sail on close to 300 cruise sailings.

#### STB's CruiseSafe certification programme

- strong support from both Dream Cruises and Royal Caribbean International, there have been no COVID-19 clusters on board the two cruise ships to date.

500

## BEYOND COVID-19: TOURISM TRANSFORMED (2022)







## Endemic State in Singapore

- In the first half of 2022, Singapore clocked 1.5 million visitor arrivals, nearly 12 times more compared to the same period in 2021 (119,000).
- Tourism receipts (TR) reached an estimated S\$1.3 billion in the first quarter of the year.
- More business events are expected in Singapore.
- Includes the IBTM Institute of Business Travel Management), the Asia Pacific in April, WCS (World Cities Summit) 2022, ITB Asia in October.



## Endemic State in Singapore

- Several planned developments that will enhance the attractiveness of Singapore as a tourist destination moving forward.
- Examples include: Changi Airport Terminal 5, Greater Southern Waterfront, Rail Corridor, Resorts World Sentosa 2.0, and the fourth tower expansion at MBS.
- The government injected an additional SGD68.5 million more into the Tourism Development Fund to support the sector
- Economy expected to continue growing at a modest rate of 2.3% in 2022.
- Tourism and hospitality to recover between 2022 to 2025 gradually.

### Strong pipeline of events in 2022

- Formula 1 Singapore Airlines Singapore Grand Prix 2022
- Bloomberg New Economy Forum.

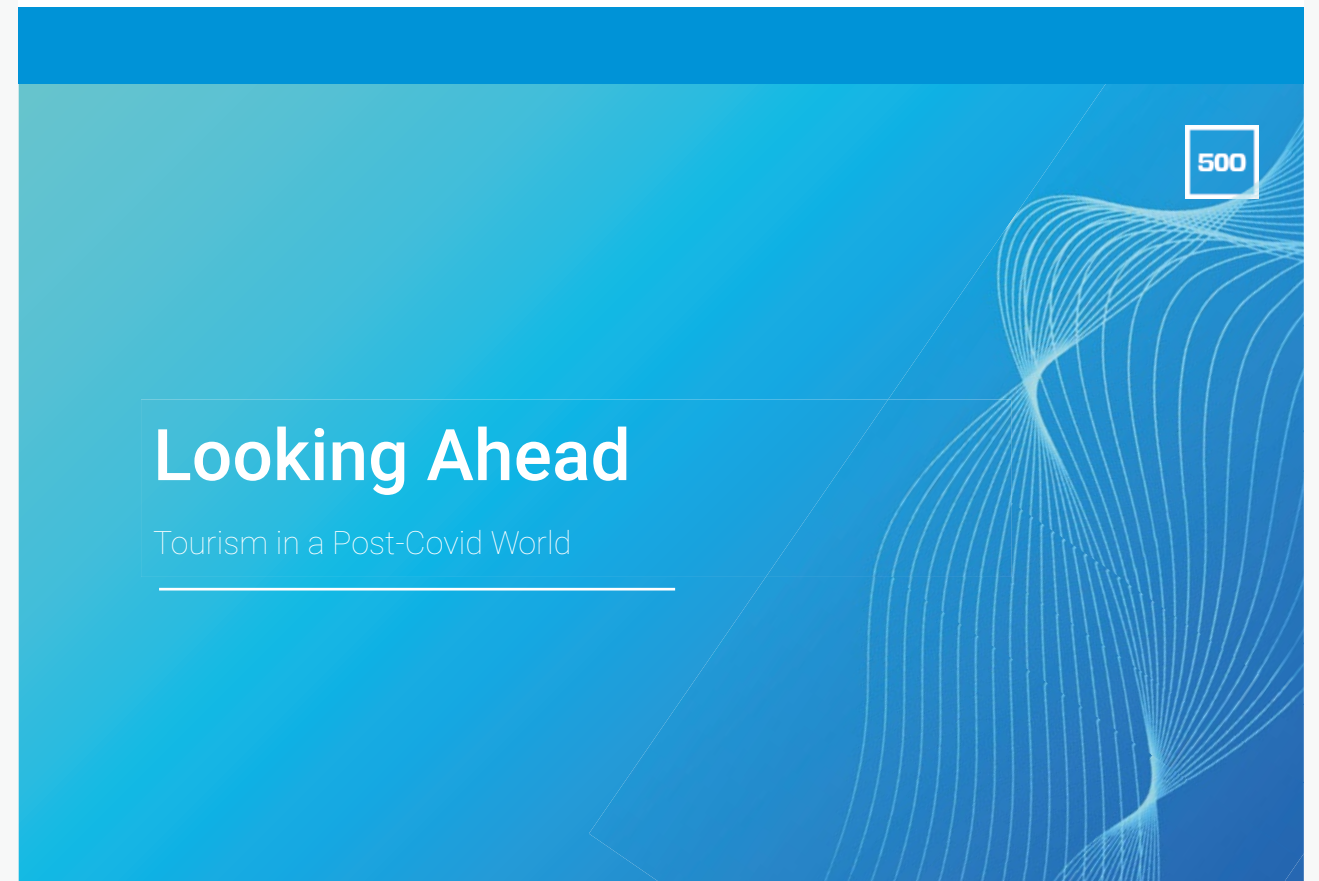
### New and rejuvenated offerings

- Hell's Museum at Haw Par Villa, the Museum of Ice Cream, SkyHelix Sentosa, and the "Avatar: The Experience" at Gardens by the Bay



### Develop the tourism sector with new offerings and refreshed concepts

- to strengthen Singapore's appeal as an attractive destination.
- Growing our capabilities in the emerging areas of wellness and sustainability.
- In October, Singapore will be the first Southeast Asian country to host the Tour de France Singapore Criterium, a premier sporting event that aligns with Singapore's sustainability goals, as well as our ambition to be an urban wellness haven.
- Sail Grand Prix (SailGP), the first climate positive sports and entertainment property, will also make its Asian debut in Singapore in 2023.



## Looking Ahead

Tourism in a Post-Covid World



## Looking Ahead for 2022 and Beyond

**Singapore Tourism Board (STB)** will continue to ramp up efforts in our key source markets and deepen engagements with our tourism partners to capture growth and inspire travel to Singapore.

- For example, STB will work with Singapore Airlines and the Changi Airport Group on the “Welcome Back to Singapore” campaign to instil travel confidence among international travellers.

**2021:** STB stepped up efforts around the world to strengthen Singapore’s mindshare as a top destination in the minds of avid travellers who found themselves unable to travel.

**2022:** STB will continue these efforts through in-market partnerships, such as with Airbnb Experiences, Studio Dragon, and for the SingapoReimagine ULTRAMAN video series. In retail, STB will continue to collaborate with Made With Passion Singapore brands, as well as brands in key markets such as India.

500

## Looking Ahead for 2022 and Beyond

### Urban wellness and sustainability

- Became a member of the Global Sustainable Tourism Council (GSTC),
- Develop a hotel sustainability roadmap with strategies and targets for the industry
- 5-year roadmap which identified key strategies and initiatives to develop Singapore’s wellness offerings.

### Pipeline of quality tourism workers

- building up key manpower capabilities
- launch the Tourism Careers Hub in 2022
  - job matching
  - developing industry-specific capabilities
  - encouraging technology transformation and business innovation

## “NECESSITY IS THE MOTHER OF ALL INVENTION”

Through history, adversity has served as an impetus for change. External stressors behave as stimuli for creative ideas and innovation to compel organisations to reinvent their businesses and organisation practices.

500

## Q&A

It is not the answer that enlightens,  
but the question



Let's keep in touch!

Email : [dominic.p@naver.com](mailto:dominic.p@naver.com) /  
dominic.p@pindle.io

LinkedIn:  
<https://www.linkedin.com/in/dominicphua/>

SingCham: <https://singchamkorea.org/>

Instagram: @dominicphua

Kakao : dominicphua

# BITF 2022

## 부천국제관광포럼

Bucheon International Tourism Forum



## 세션 3

청년이 오는 도시 ESG관광정책

박은철

現 광주광역시 청년특별보좌관 광역최초  
前 ESG 코리아 집행위원장  
前 한국스마트관광협회 정책위원장





# 한국형 ESG 대전환과 방향성 고찰

· 광주광역시 청년특별보좌관 박은철

# 지금 세계 경제계는 ESG 열풍 중

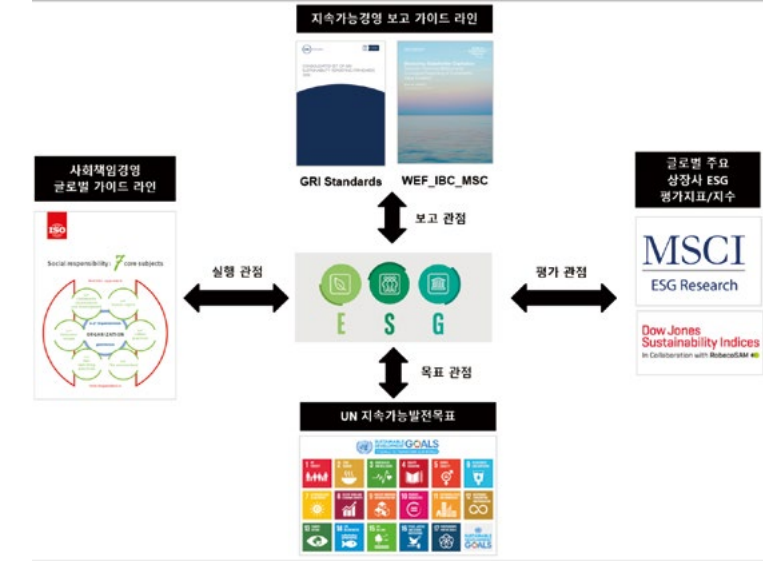
왜, 유력기업은 ESG 에 동참하는가?

핵심, 리더십 등 참여기업에 기대하여 있는 제2세대기업의 주도.  
국가의 민간기업들 중심에서 ESG 참여기업의 5대 기업  
세계적인 저성장시장에서 ESG를 중추로 하는 기업들의 활동  
각종 기업에서 ESG를 중추로 하는 기업들의 활동

ESG는 기업의 (지속가능) 생존전략이다



ESG를 경영의 핵심으로 삼는 기업은 '착한 기업' - 서울경제  
ESG를 경영의 핵심으로 삼는 기업은 '착한 기업' - 서울경제  
ESG를 경영의 핵심으로 삼는 기업은 '착한 기업' - 서울경제  
ESG를 경영의 핵심으로 삼는 기업은 '착한 기업' - 서울경제



# WHY 왜 기업만 ESG 활동을 해야 하나?

공공기관, 사회단체, 학교, 국민 개개인이  
ESG 행동에 나서면 어떻게 될까?

# HOW

# 생활 ESG

생활 ESG 란? 정부기관, 지자체, 사회단체, 개인 등 사회구성원 모두가 환경위기, 사회위기, 민주위기에 대응하는 필수 행동

## 기업 ESG



환경, 사회, 지배구조 평가  
30여개의 지표로 평가하여 투자



생존 필수조건으로 글로벌 투자 흐름  
ESG경영 선언, 협력업체 ESG 평가 등

기업의 사회적책임

## 생활 ESG



국민생활활동을 ESG 지표화 한 것  
정부기관, 지자체, 교육단체, 사회단체, 사회적  
기업, 소상공인, 국민 개개인 등이 실천 주제



공동체 구성원 전체가 나서는 캠페인  
ICT와의 결합, 5G특화망 이용 등 ESG 실천행동

생활 속 공동책임

## 전략적 우선 협력 조직



## -10대 약속 -

1. 화석연료 사용을 줄여 탄소 중립사회를 지향한다
2. 일회용품 및 플라스틱 안쓰기 운동에 앞장선다.
3. 생태도시를 만들어 기후위기를 해결하고 시민 안전을 확보한다.
4. 위장환경주의(그린워싱)를 감시한다.
5. 사회 통합을 위하여 불평등과 차별을 해소한다.
6. ESG를 실천하는 기업의 상품과 서비스를 이용한다.
7. 민주주의를 파괴하는 허위·조작 정보에 반대한다.
8. ESG실천이 보상받는 사회경제체제를 만든다.
9. ESG가 국가운영의 기본이 되는 정책을 지지한다.
10. ESG를 지지하는 전 세계의 시민과 협력한다.

## 사회책임투자와 ESG

윤리적 투자 개념의 역사적 배경

사회적 책임 투자(SRI)의 발전

지속가능투자와 ESG

ESG 구성요소와 종류

## 윤리적 투자 개념의 역사적 배경

- 유대교, 기독교, 이슬람교의 윤리적 투자 개념
- 중세 유대교 랍비 Maimonides의 가난한 사람들에 대한 선물의 규칙(Laws of Gifts to the poor)

“올바른 나눔에는 우월함에 따라 8가지 등급이 있다. 가장 높은 등급은 가난한 사람에게 선물을 주거나 돈을 빌려주어, 또는 동업을 하여, 또는 그의 일자리를 찾아 주어 그의 손을 강하게 하고 그들이 스스로 자립할 수 있도록 하는 것이다.”

- 출애굽기 22:25

“네가 만일 너와 함께한 나의 백성 중 가난한 자에게 돈을 꾸이거든 너는 그에게 채주 같이 하지 말며 변리를 받지 말 것이며”

- 신명기 23:19

“네가 형제에게 꾸어 주거든 이자를 받지 말지니 곧 돈의 이자, 식물의 이자, 이자를 낼 만한 모든 것의 이자를 받지 말 것이라 ”

## 윤리적 투자 개념의 역사적 배경

- 유대교, 기독교, 이슬람교의 윤리적 투자 개념
- 1139년 가톨릭 교회
  - 고리대금업에 대한 전반적 금지 명령(19세기까지 유지)
- 영국의 고리대금업 규제
  - 헨리 8세(1491-1547) : 10% 이상의 이자를 부과할 경우 고리대금업으로 규정
  - 반고리대금업법(The Act Against Usury)(1571-1624)



## 윤리적 투자 개념의 역사적 배경

- 17세기 퀘이커(Quaker)교도의 북미지역 정착 시 무기와 노예 거래로부터 이익을 얻는 것을 거부
- 감리교의 창시자 웨슬리(John Wesley 1703-1791) '돈의 사용(The Use of Money)' 설교
  - 내기나 매우 불리한 대출이나, 또는 불공정한 거래를 통해 이웃에게 물질적으로 해를 끼치지 말 것
  - 술을 판매하면 본인은 금전적 이익을 얻지만 이로 인해 이웃의 몸을 망치게 되니 이러한 행위를 하지 말 것
  - 직간접적으로 이웃의 무절제를 이용하는 사업을 함으로써 이웃의 영혼에 해를 끼치지 말 것
  - 너무 힘들거나 너무 긴 노동을 함으로써 심신이 약해지는 것을 피할 것(화학산업을 절대적으로 건강을 해치는 산업으로 지목)
  - 강과 시내를 오염시키는 가죽 산업을 피할 것
  - 뇌물공여와 같은 행위를 함으로써 돈을 버는 사업을 피할 것
  - 단순하게 살면서 지나치게 물질을 많이 소유하지 말 것

## 사회적 책임투자 (SRI)의 발전

## 뮤추얼 펀드와 부정 선별 (Negative Screening)

\*뮤추얼 펀드 : 펀드 매니저가 투자자로부터 받은 돈을 투자하고 운영하는 펀드

- 1920년대 감리교
- 웨슬리의 설교에 따라 술, 담배, 무기, 도박과 같은 죄악(sin) 산업 투자 기피
- 종교적 전통에 근거하여 부정 선별(negative Screening)을 실천하는 뮤추얼 펀드로 Pioneer Fund가 1928년에 나타남
- 이러한 근거들의 활동들이 발전해 1960~1970년 미국에서 사회책임투자 개념이 형성되었고 1980년 유럽으로 전파됨.

## 사회적 책임 투자 (SRI -Socially responsible investing)

- 주요가치 : '남에게 해를 끼치지 말라'(Do no harm)
- 도덕적 가치체계와 어긋나는 산업이나 제품에 투자하지 않는다
- 투자대상이 될 수 있는 회사에 대한 가이드라인 제시
- 투자결정이 원칙과 시대정신이 반영됨에 따라 정량적 분석에 기초하여 정당화하지 않음
- SRI의 발전단계
  - 태동기(1970~1980) - 전환기(1980~1990) - 확장기(2000년대 이후)

# SRI의 태동기(1970~1980년대)

- 1960년대 베트남전쟁 이후 발전한 환경보호의식과 반전, 반인종차별 운동
- Pax World Fund(1971) - 최초의 현대적 SRI 펀드
  - 무기 관련 업체에 대한 투자 회피
- ICCR(범종파기업책임센터)
  - 종교단체들이 종교적 가르침을 사회에 구현하기 위해 기업의 비윤리활동 감시

# SRI의 전환기(1980~1990년대)

- 1986년 4월 25일 체르노빌 원전 폭발
- 1989년 3월 정유회사 Exxon의 유조선 Valdez호의 알래스카 해변 좌초
- 당시 조지 부시 행정부의 사고방지 법률 안에 대한 미온적 태도
- 환경책임경제단체 CERES(Coalition for Environmentally Responsible Economies)
  - Exxon의 주주 및 금융권의 활동 부각 : 기름유출로 인한 손해(주주 거버넌스)
  - 발데즈 원칙(Valdez Principles) : 민간의 자발적 환경 행위 기준
  - ICCR과 다른 실질적 사회적 영향 및 책임에 근거한 발전

# SRI의 확장기(2000년대 이후)

- 매우 다양한 조직들이 환경 및 기타 안전에 대해 구체적인 목표 달성을 목표로 설립
  - 2000년 : 탄소정보공개프로젝트(Carbon Disclosure Project; CDP)
  - 2001 유럽 기반 : 기후변화에 관한 기관투자자 그룹(IIGCC)
  - 2003년 미국 : 기후위험에 대한 투자자 네트워크(INCR)
  - 2005년 호주, 뉴질랜드 : 기후변화에 관한 투자자 그룹(IGCC)
  - 2007년 : 기후변화에 대한 UN 정부간 패널(IPPC)
  - PharmaFutures, PSF : 약품에 대한 공정한 접근성을 목표로 한 단체
  - 미얀마에 대한 기관투자자 그룹(Institutional Investor Group on Myanmar) : 인권에 대한 개선이 이루어지도록 미얀마의 기업에 압력
  - 책임기금연대(Responsible Endowments Coalition) : 미국 대학생, 교수, 동문들로 이루어진 사회활동가들의 발족

# 지속가능 투자와 ESG

## 지속가능 투자 (SI - Sustainable investing)

- **주요가치** : 생태계적 접근
- 기업이 제품생산 과정에서 소비자, 노동자, 납품기업, 지역사회와 협력하지 않으면 경쟁에서 살아남기 어렵고 지속가능하지 않다.
- 기후변화, 환경 및 사회문제 해결에 기업이 나서지 않으면 결과적으로 기업의 생존도 어렵게 된다
- **SRI와의 차이**
- SRI는 나쁜 기업에 투자하지 않음으로서 벌을 주는 초점
- SI는 지속가능성이 중요하다고 '선택'하며 기업의 재무성과를 중요시 여김
- 3대 자산운용사 중 하나인 State Street은 SRI, SI, ESG를 시기적으로 구분하고 있고, 기타 사례에서는 세 단어를 구분 없이 쓰거나 SRI에 포함되어 있다고 보는 경우가 많다.

## ESG

- 2004년 UN Global Compact의 리포트 “Who cares Wins: Connecting Financial Markets to a Changing World”
- ESG 투자의 지향성은 ‘지속가능 투자’와 같으나 기업이나 투자자들에게 어떤 행동을 호소하지 않고, 기업들이 사회적 문제를 잘 해결하면 기업의 재무성과가 좋아진다는 실증론적 메시지 강조
- 지속가능 투자에서는 기업이 어떻게 해야 하는지에 대해 초점이 있으나 ESG에는 기관투자자 등 투자자의 역할을 중시한다.
- 2006년 UN 책임투자 원칙에 반영

## ESG의 구성요소와 종류

## ESG의 구성요소

- **선별방식(SCREENING)**  
- 부정선별, 긍정선별, 종합선별
- **주주행동주의**
- **ESG 평가 요소**
- **ESG투자의 7가지 분류**

## 선별(Screening)

- **긍정선별** : ESG관점에서 잘 하고 있는 기업이나 동종산업에서 ESG 분야에 대해 최고의 성과를 시현하는 기업을 선별 투자하는 방식
- **부정선별** : 사회적으로 바람직하지 않은 회사를 투자 대상에서 제외하는 것
- **종합선별** : 긍정선별과 부정선별을 동시에 시행하는 것

## 주주행동주의

- **회사의 주주로서 적극적인 활동을 포괄하는 것**
  - 주주제안서 제출 및 경영진과의 대화
  - 이사회 독립성 확보
  - 경영진 보상의 적절성 검토
  - 정치적 목적의 지출 검토
  - 성차별 금지
  - CSR 활동(기업이 사회적 책임을 다해야 한다는 이론) 장려

## 사회적 책임 경영 CSR -Corporate Social Responsibility)

- **1950년대 미국**
- **경제학자 하워드 보웬** : 기업이 이윤추구 외에 사회적 책임을 다해야 한다
- **1980년대 후반 인도네시아 나이키 공장**
- **노동운동가 제프 벨린저** : 공장의 열악한 환경을 고발, CSR을 기업평가의 잣대로 삼아야 한다고 주장
- **무추열 펀드 시장의 대중화에 따른 확산**

## ESG 평가요소(MSCI Inc.)

ESG	10개 테마	37개 주요 이슈
환경(Environment)	기후변화(Climate Change)	탄소배출 / 제품 탄소 발자국(product carbon footprint) 기후변화위험성 / 환경 영향 용자(Financing Environmental Impact)
	천연자원(Natural Resource)	수분 스트레스(Water Stress) / 생물다양성과 토지 이용 / 원자재 조달
	환경오염(Pollution & Waste)	유독성 배출 및 폐기물 / 포장재 및 관련 폐기물 / 전기 전자제품 폐기물
	환경전략(Environmental Opportunities)	청정기술 추진 / 재생에너지 추진 / 환경 건축 추진
사회(Social)	인적자본(Human Capital)	노동 관리(Labor Management) / 인적자본 발전 / 건강 및 안전 공급망에 대한 노동기준(supply chain labor standards)
	제품 책임 (Product Liability)	제품안전과 품질 / 화학안전 / 재정건전성 개인정보보호 / 지속가능투자 / 건강 및 인구통계학적 리스크
	이해 대립 (Stakeholder Opposition)	논란의 여지가 있는 거래, 제품구매(Controversial sourcing)
	사회적 기회 (Social Opportunities)	의사소통 확대 / 의뢰서비스에 대한 지원 접근 자금조달 방식 / 영양 및 건강에 대한 접근
지배구조(Governance)	합동 거버넌스 (Corporate Governance)	경영권 / 회계 / 보수(Pay) / 위원회
	협력활동 (Corporate Behavior)	기업윤리 / 부정부패 / 반경쟁적 행위 / 자금적 불안 / 투명한 납세

### 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 환경(Environment) 부문 - 1개 대분류, 3개 중분류, 6개 소분류

대분류	중분류	평가지표
환경경영 (10점, 금융업 제외)	환경개선노력	환경경영보고
		에너지효율
		환경투자
		투자실적 경영방침
	환경친화성 위반 및 오염실적	환경보호프로그램
		환경관련 인증 및 수상 수질, 대기분진, 특정유해물질 오염실태

### 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 사회(Social) 부문 - 3개 대분류, 10개 중분류, 30개 소분류

대분류	중분류	평가지표	비고
소비자 보호 (15점)	소비자 권리보호	고객만족관련인증	서비스품질우수기업 인증
			소비자중심 경영제도 인증
		고객만족 관련 수상	
		소비자불만 상담 건수	
		금융소비자보호	금융분쟁조정신청 금융회사별 민원발생평가
	소비자관련법 준수	불공정약관	제조 및 비제조업 제외
		전자상거래소비자보호법령 위반	
		청약확인 등 통지의무 위반	
		구매 등 거부 의사표시에 대한 강요행위	
		방문판매 등에 관한 법령 위반 관련	
		가맹사업거래의 공정화에 관한 법령 위반 관련	
		표시광고 공정화에 관한 법률 위반	
	소비자 안전	품질 및 소비자안전 인증	

### 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 사회(Social) 부문 - 3개 대분류, 10개 중분류, 30개 소분류

대분류	중분류	평가지표	비고
사회공헌도 (15점)	고용평등 및 확대	장애인 고용비율	
		여성 채용비율	
		고용인력 증가율	
		고용관련 정부포상	
	사회공헌활동	기부금	
		전담조직 및 추천조직	
		사회봉사 프로그램	
	국가재정지여	사회복지지원	
		조세납부	

### 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 사회(Social) 부문 - 3개 대분류, 10개 중분류, 30개 소분류

대분류	중분류	평가지표	비고
직원만족 (15점)	작업장 보건 및 안전	산재다발 및 중대사고발생	금융업 제외
		작업장 보건 및 안전관련 인증 및 수상	
	인적자원 개발	1인당 교육훈련비	
		교육훈련비 증가율	
	임금 및 복리후생	임금보상수준	
		복리후생	
		근속연수	
		사내근로복지기금	
	노사관계	노사분규 발생여부	
		비정규직 비율	
		노사관계 개선 프로그램	



## 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 지배구조(Governance) 부문 -2개 대분류, 8개 중분류, 22개 소분류

대분류	중분류	평가지표	비고
건전성 (제조 및 비제조업 25점, 금융업 35점)	지배구조의 건전성	내부지분율	
		전문경영인정도	
		사외이사 활동	사외이사 비율
			이사회 참여
	투자지출의 건전성	소유지배 권리도	
		소비성지출	
		연구개발지출	
		설비투자	
	자본조달의 건전성	위험성	부채비율
			고정비하액/자산비율(은행, 증권)
			위험가중자산비율(보험)
		금용업 제외	회사채신용등급
			관계사 출자
			관계사 채무보증

## 경실련의 경제정의지수(KEJI Index)의 ESG 지배구조(Governance) 부문 -2개 대분류, 8개 중분류, 22개 소분류

대분류	중분류	평가지표		비고
공정성 (20점)	경제력 집중	대규모 기업집단 지경		
		공정거래법준수	사외이사 비율	
			이사회 참여	
		소유지배 과리도		
	협력사 관계	소비성지출		
		연구개발지출		
	금융관련법규준수	설비투자		
	금산분리	위험성	부채비율	금융업 제외
			고정이하하여신/자산비율(은행, 증권)	제조 및 비제조업 제외
	위험가중자산비율(보험)			
	회사채신용등급			
	투명성		관계사 출자	
		관계사 채무보증		

### 청년이 오는 도시 ESG 관광정책

- 부제 : 전국 관광 조례 현황과의 비교를 통한 구조적 소통의 확립.
- 발표자 : 박은철

코로나14의 가장 큰 피해업종은 관광업입니다. 그럼에도 지난 수 년간 전국의 '관광스마트행동'과 3~4시간의 세미나가 개최되었으며, 이번 또한 부천시와의 노력으로 진행되었습니다. 저 또한 이러한 지난 과정을 통해 이 자리에 참여하였습니다. 관광전문가분들의 의지를 존경하고, 이 자리에 모인 대표자분들께 감사를 전합니다.

전국적으로 문화, 예술에 대한 기대와 발전보다 관광에 대한 전략은 미흡한 편입니다. 예를 들면 전국 공모사업 신청과정에 대한 준비의 미흡, 외부 관광사업자를 지역에서 받아들이는 사례와 그 사례 속에서 나타나는 모습들을 예로 들 수 있습니다. 이러한 자리가 마련되는 기회가 압축적으로 이 문제에 공감하는 의견들이 모여 만들어졌다고 생각합니다.

2021년부터 청년이라는 주제와 ESG라는 화두는 모든 환경에 접목되고 있습니다. 본인은 전국 최초 청년센터 설립과 전국 최초 ESG 단체를 만든 창단발기인이자 전 위원장으로서 우려와 희망을 동시에 관광의 방향으로 전달해 드리고자 합니다.

관광에 관한 조례와 거버넌스 현황

관광에 대한 지역의 정책적 방안의 기본인 조례와 거버넌스 현상을 살펴보고자 합니다. 발표자 이후에 보여드리는 자료들은 이후에 추가 제정, 조정에 따라 수치가 달라질 수 있지만 일

으로 설명할 수밖에 없는 현상에는 큰 차이가 없을 것이라는 점을 먼저 말씀드립니다.

국내 관광에 관한 법률, 규정들을 살펴보면 18건의 법이 존재합니다. '관광기본법'을 필두로 '관광진흥법', '관광공사에 관한 법률' 등입니다. 이를 기반으로 관광을 명시한 조항들은 각 부처별 시

행에 관한 법률, 관광 관련 특별법 등을 포함한다면 2,120건이 존재합니다.

구분	직접 법령	간접 법령(조문내용)
대한민국 관광 관련 법령	18건	2,120건

〈표 1. 대한민국 관광 관련 법령 현황〉

위의 상위법률 근거로 지방자치단체의 행정과 거버넌스에서는 조례를 만들고, 지자체의 행정은 이 조례를 통해 이루어집니다. 전국적으로 관광에 관한 조례는 1,141건의 조례가 존재하며, 간접상 관 조례로는 17,707건이 존재합니다.

대한민국 지자체의 조례	직접 조례	간접조례(조문내용)
	1,038건 (2020년)	15,518건 (2020년) - 1,141건 (2022년)
	- 1,141건 (2022년)	17,707 (2022년)

〈표 2. 대한민국 관광 관련 조례 현황〉

### 청년이 오는 도시 ESG 관광정책

- 부제 : 전국 관광 조례 현황과의 비교를 통한 구조적 소통의 확립.
- 발표자 : 박은철

코로나14의 가장 큰 피해업종은 관광업입니다. 그럼에도 지난 수 년간 전국의 '관광스마트행동'과 3~4시간의 세미나가 개최되었으며, 이번 또한 부천시와의 노력으로 진행되었습니다. 저 또한 이러한 지난 과정을 통해 이 자리에 참여하였습니다. 관광전문가분들의 의지를 존경하고, 이 자리에 모인 대표자분들께 감사를 전합니다.

전국적으로 문화, 예술에 대한 기대와 발전보다 관광에 대한 전략은 미흡한 편입니다. 예를 들면 전국 공모사업 신청과정에 대한 준비의 미흡, 외부 관광사업자를 지역에서 받아들이는 사례와 그 사례 속에서 나타나는 모습들을 예로 들 수 있습니다. 이러한 자리가 마련되는 기회가 압축적으로 이 문제에 공감하는 의견들이 모여 만들어졌다고 생각합니다.

2021년부터 청년이라는 주제와 ESG라는 화두는 모든 환경에 접목되고 있습니다. 본인은 전국 최초 청년센터 설립과 전국 최초 ESG 단체를 만든 창단발기인이자 전 위원장으로서 우려와 희망을 동시에 관광의 방향으로 전달해 드리고자 합니다.

국내 관광에 관한 법률, 규정들을 살펴보면 18건의 법이 존재합니다. '관광기본법'을 필두로 '관광진흥법', '관광공사에 관한 법률' 등입니다. 이를 기반으로 관광을 명시한 조항들은 각종 부처별 시행에 관한 법률, 관광 관련 특별법 등을 포함한다면 2,120건이 존재합니다.

구분	직접 법령	간접 법령(조문내용)
대한민국 관광 관련 법령	18건	2,120건

<표 1. 대한민국 관광 관련 법령 현황>

위의 상위법을 근거로 지방자치단체의 행정과 거버넌스에서는 조례를 만들고, 지자체의 행정은 이 조례를 통해 이루어집니다. 전국적으로 관공에 관련 조례로는 1,141건의 조례가 존재하며, 간접상관 조례로는 17,707건이 존재합니다.

	직접 조례	간접조례(조문내용)
대한민국 지자체의 조례	1,038건 (2020년) - 1,141건 (2022년)	15,518건 (2020년) - 17,707 (2022년)

<표 2. 대한민국 관광 관련 조례 현황>

구분	직업 조례 : 3건	간접조례 : 25건
부친	부친식 관공 진흥에 관한 조례 부친식 문화관광행사 운영 및 지원에 관한 조례 부친식 의료관광 활성화에 관한 조례 특이사항 : 부친문화재단 관광 명시 부재.	부친식 공주재산 관리 조례 부친식 관광 진흥에 관한 조례 부친식 시설임대 수익 및 지원에 관한 조례 부친식 의료관광 활성화에 관한 조례 부친식 임대사업장 설치 및 운영 조례 부친식 홍보대사 위촉 및 운영에 관한 조례
수인 (비교)	6건 수인식 관광기업을 개발·관리 및 판매 조례 수인식 관광 진흥에 관한 조례 수인식 수인화성(북대) 관광특구 지원에 관한 조례 수인식 열린 관광 환경 조성 및 지원 조례 수인식 의료관광 활성화 지원에 관한 조례 수인식 여행상품 수수료 징수 조례	23건 수인식 세계문화유산 화성 운영 조례 수인식 세계문화유산 화성 보존 및 관리조례 수인식 수인 화성별 관리 운영에 관한 조례 수인식 수인화성(북대) 관광특구 지원 조례 수인식 수인화성문화재 후원위원회 운영 조례 수인식 열린 관광 환경 조성 및 지원 조례 수인식 의료관광 활성화 지원에 관한 조례 수인식 임대사업장 설치 및 운영에 관한조례 수인식 재단법인 수인문화재단 설립 및 운영 조례

한글 및 영문	23년	100년
광주광역시 (비교)	광주광역시 관광산업 활성화 조례 / 광주광역시 관광재단 설립 및 운영 조례/광주광역시 주상하수 재활용 조례 및 지원 조례/ 광주광역시 문화관광 예술진흥 조례 및 지원조례 / 광주광역시 문화관광 예술진흥 조례 및 지원조례 / 광주광역시 생활환경 개선 및 지원에 관한 조례/ 광주광역시 외교통상 협상회 및 지원 조례	광주광역시 환경친화적 조례 / 광주광역시 풍류 촉진 조례 시행규칙 / 광주광역시 공공문화시설 조성 및 지원 조례 / 광주광역시 건축 조례/ 광주광역시 공공도량형 설치 및 관리에 관한 조례 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례/ 광주광역시 교통안전 및 지원 조례
대구	광주광역시 대구 관광진흥 조례	광주광역시 풍류 남북통일 협의회 관한 조례 / 광주광역시 대구 통도사지 회복 및 문화의 관한 조례
서울	광주광역시 서울 관광진흥 조례	광주광역시 서울 진흥 및 조성 및 문화의 지원에 관한 조례/ 광주광역시 서울 관광진흥

		실내어린이놀이시설 조성 및 지원에 관한 조례 / 광주광역시 서구 남북교류협력사업에 관한 조례 / 광주광역시 서구 문화예술 진흥에 관 한 조례 / 광주광역시 서구 인터넷시설텐 설치 및 운영에 관한 조례
남구	광주광역시 남구 관광진흥 조례/광주광역시 남구 농촌관광을 위한 경관지구 조성에 관한 조례/ 광 주광역시 남구 문화관광해설사 운영 및 지원에 관 한 조례/ 광주광역시 남구 양림역사문화마을 문화 관광 시설을 관리 운영 조례/광주광역시 남구 관 광약자를 위한 관광환경 조성 조례	어려운 한자어 정보 등을 위한 광주광역시 남 구 포상 조례 등 일부개정조례 /광주광역시 남구 통보대상 위촉 및 운영에 관한 조례
북구	광주광역시 북구 관광 진흥 조례 /광주광역시 북 구 문화관광해설사 운영 및 지원에 관한 조례 /광 주광역시 북구 관광약자의 관광활동 지원 조례 / 광주광역시 북구 제증명 등 수수료징수 조례	광주광역시 북구 자연환경 보전 조례 / 광주 광역시 북구 농촌어메니티운영 지원 조례
광산구	광주광역시 광산구 문화관광해설사 운영 및 지원에 관한 조례	광주광역시 광산구 도농교류사업 지원 조례 / 광주광역시 광산구 국민여가 오토캠핑장 관리 및 운영 조례/ 광주광역시 광산구 공공차량로의 설치 및 관리 등에 관한 조례 /광주광역시 광산구 공공차량 의 공유 이용에 관한 조례/광주광역시 광산구 공공화장실 설치 및 관리 조례

<표 3. 부천과 타 지역의 관광 관련 조례 현황 비교>



조례에서도 간접적으로 파악할 수 있으나, 관광 활성화에 있어 문화·예술, 향토사원 등과의 연관이 필수적입니다. 그러나 기존의 문화·예술 사업과 관광은 별개의 선행 사업으로 유지되거나, 하위 개념으로 진행되어 온 것이 현실입니다.

관광과 같이 자주 언급되며 특히 문화·예술 사업의 선행 사업들의 영향력과 상관을 살피고자 조례를 살펴보겠습니다.

구분	직접 조례	간접조례
부천시 관광 관련 조례	3건	25건
부천시 문화 관련 조례	23건	166건
부천시 예술 관련 조례	5건	47건
부천시 전통시장 관련 조례	4건	28건
부천시 박물관 관련 조례	5건	14건
부천시 미술관 관련 조례	3건	5건

구분	직접 조례	간접조례
수원시 관광 관련 조례	6건	46건
수원시 문화 관련 조례	27건	210건
수원시 예술 관련 조례	6건	59건
수원시 전통시장 관련 조례	27건	29건
수원시 박물관 관련 조례	4건	25건
수원시 미술관 관련 조례	2건	18건

구분	직접 조례	간접조례
광주광역시 관광 관련 조례	26건	164건
광주광역시 문화 관련 조례	130건	1,023건
광주광역시 예술 관련 조례	46건	330건
광주광역시 전통시장 관련 조례	9건	114건
광주광역시 박물관 관련 조례	9건	28건
광주광역시 미술관 관련 조례	6건	117건

<표 4. 부천시 관광과 문화·예술 등의 상관관계 타 시도 조례 비교>

위의 조례의 숫자와 관련된 사항은 간접지표로서 문화도시 부천시의 문화·예술자원을 관광과 연결하고 거버넌스를 통해 활성화하여야 한다는 근거가 될 것입니다. 비교하기 위해 부천시와 광주광역시와 부산광역시의 등의 타 지역 관광 관련 조례 현황을 살펴보겠습니다.

문화예술 전문가그룹의 평가와 시행으로 이뤄지곤하며, 지역의 관광재단 발족이전 문화재단 발족으로 시작을 하곤합니다. 대부분의 이러한 구조적 소통의 확립과 파악을 하지 않은 채 관광 분야 전문가로서 의견 개진과 행정과 소통을 하게 됩니다. 짧게 수년에서 길게는 수십 년을 관행적 패턴을 지켜와야 하거나, 2~4년 주기 선거영향을 통해 해결해야 한다는 인식으로 자리를 잡곤 합니다.

이 모든 문제는 더 행정적, 더 정책적, 더 정치적이지만, 정책적인 문제들입니다. 또한 미래의 전진에는 청년들이 담보된 시간과 ESG를 바탕으로 계획을 세워야 합니다.

현재 전국적으로 ESG 제언과 활동이 대세입니다. 하지만 주로 자연환경에 관한 접근만을 중심으로 두고 있습니다. S와 G의 영역은 조직과 단체, 행정영역에서 가장 중요한 부분입니다. 자연환경과 더불어 가장 중요한 정책은 '지속가능성'이 가장 그 핵심에 해당합니다. 행정의 뒷받침에는 공무원 행정과 전문가 시민 그룹과의 거버넌스 구성의 구조적 소통 확립이 중요합니다. 관광 관련 위원회의 연 최소 4회 이상의 회의 개최, 회의 연말 심의의 결과나 14 이후 환경 실태조사의 파악을 바탕으로 한 관광계획 수립 등이 중요합니다. 이를 조사하여 정책의 활성화에 있어 거주 시민들의 역량과 의지가 매우 중요합니다. 문화예술 활동가들에 대한 조사와 거버넌스 내에서 활동하는 지역 청년, 시민 활동가, 문화예술 활동가들에 대한 조사와 하는 것이 더 직관적이고 유의미한 의미를 낼 것입니다.

이러한 시도는 청년들의 관심이자 즉 미래 지향성에 근거하고 ESG 구조를 바탕으로 구축되어야 합니다. ESG 관광이라는 것은 단순 자연환경을 넘어 지속가능성을 여는 것이고, 방문형 관광을 넘어 방문형 관광으로 지역민의 삶으로 귀결되어야 합니다. 관광, 관광(觀)은 '본다'와 '보인다'라는 의미가 같이 존재하는 글자입니다. 광(光)은 '출렁한 것', '아름다운 것', '지향스러운 것'을 뜻하는 글자입니다. 이러한 의미로서 이를 지어낸 것이 아름답고 출렁한 것을 본다는 관광입니다. 바로 서울을 대상으로 하거나 아류바운드 레퍼를 대상으로 하는 관광도 좋으나, 부천시가 정주 환경, 생활환경으로서도 출렁하고 아름답고 자랑스러운 부천시가 되길 바랍니다.

\* ESG관련 FT는 별첨

박은철(monandok@naver.com)

구분	직접 조례	간접조례
부천시 관광 관련 조례	3건	25건
수원시 관광 관련 조례	6건	46건
전주시 관광 관련 조례	5건	54건
부산광역시 관광 관련 조례	44건	428건
광주광역시 관광 관련 조례	26건	164건
제주특별자치도 관광 관련 조례	20건	289건

<표 5. 부천과 전국 지자체 관광 관련 조례의 비교>

현상을 살피며 있어 양적 차이가 질적 차이로 동일시되지 않는다는 점을 염두에 두어야 합니다. 또한, 법령과 조례가 현실을 무조건 이상적인 상황으로 이끌어줄 수 있는 무기가 된다는 의미도 아닐 것입니다. 우리는 너무나 잘 알고 있습니다. 하지만 현재 조례의 비교를 통한 정량적 수치들이 상당수 관광 활성화의 관계와 직·간접적으로 보여주는 기준 역할을 해 줄 것입니다.

더욱이 저 조례의 각 세부 내용들을 살펴보면 아주 특이한 공통점들과 패턴들도 보입니다. 전문가그룹의 위원회를 연 1회나 2회 개최이기에, 연말·연초 전시행정 회의로 전략할 가능성이 크고, 심의나 의결권은 명시도 안 되는 경우가 대부분입니다. 또한 회의도 거버넌스 회의나 센터 등도 '할 수 있다'라는 임의규정이지만 '해야 한다'라는 강행규정이 아닙니다. 또한 관광의 평가와 시행은



**부산시**