

SE♥UL M! SOUL

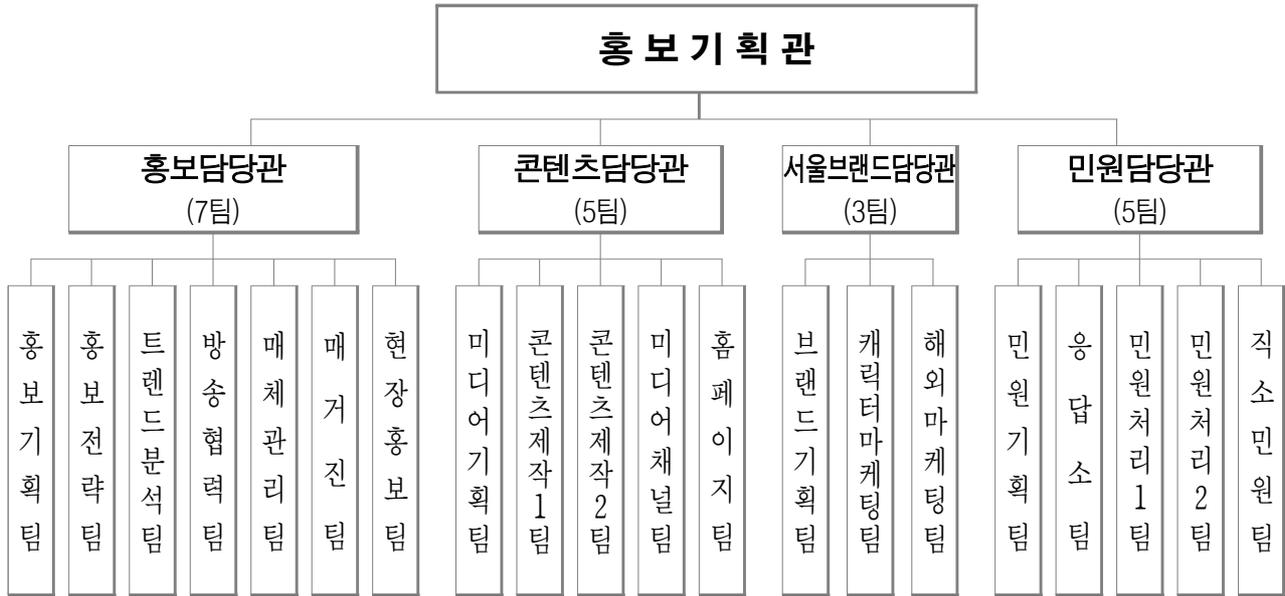
# 주요 업무 보고

2025. 4.

홍보기획관

# 1. 조직 및 일반현황 (2025. 3. 31. 기준)

**조직** 1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

**인력** 140명/136명 (정원/현원)

구분	총계		행정직군		기술직군		관리운영직군		전문경력관		임기제	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	140	136	95	97	4	4	5	3	1	1	35	31
홍보담당관	46	45	30	30	2	2	1	2	-	-	13	11
콘텐츠담당관	40	38	21	21	-	-	-	-	1	1	18	16
서울브랜드담당관	19	19	16	16	-	-	-	-	-	-	3	3
민원담당관	35	34	28	30	2	2	4	1	-	-	1	1

※ 별도정원 : 시간선택제 임기제 17명 (홍보 2, 콘텐츠 6, 브랜드 1, 민원 8)

## 주요기능

### 홍보담당관

#### 홍보기획팀

· 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

#### 홍보전략팀

· 주요 시책 홍보 전략 기획, 홍보물 기획

#### 트렌드분석팀

· 정책 여론조사 및 소셜 빅데이터 분석

#### 방송협력팀

· 방송 협력 시정 정보 제공, 미디어재단 운영 지원

#### 매체관리팀

· 홍보 매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

#### 매거진팀

· 서울사랑 발간, 홍보대사 운영, 공공 언어 개선

#### 현장홍보팀

· 시민청 및 명예시장 운영, 서울시보 발행

### 콘텐츠담당관

#### 미디어기획팀

· 신규사업 기획·포털(카톡)협업, 인터넷 언론광고 등

#### 콘텐츠제작1팀

· 유튜브 운영, 시청 방송 등 제작

#### 콘텐츠제작2팀

· SNS, 블로그, 블로그메이트 등 운영

#### 미디어채널팀

· 내손안에서울 뉴스레터 메일링 등 구독서비스 강화

#### 홈페이지팀

· 서울시 누리집 운영 및 공공앱, 시민제안플랫폼 관리

### 서울브랜드담당관

#### 브랜드기획팀

· 서울 도시 브랜드 개발 및 확산 등

#### 캐릭터마케팅팀

· 캐릭터 마케팅 기획 및 실행, 민관협력 추진 등

#### 해외마케팅팀

· 시 대표 외국어 홈페이지, SNS 운영, 해외 현지 프로모션

### 민원담당관

#### 민원기획팀

· 민원행정서비스 품질관리 및 개선, 120다산콜재단 지도·감독

#### 응답소팀

· 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

#### 민원처리1팀

· 서식민원 등 접수, 제증명 발급

#### 민원처리2팀

· 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

#### 직소민원팀

· ‘시장에게 바란다’ 운영, 방문 및 전화 등 직소민원 응대·처리

**예 산**

**예산현액 751억원 중 154억원 집행(집행을 20.5%)**

( 단위 : 천원 )

부서/사업명	예산현액	원인행위액	지출액	집행율 (%)
<b>홍보기획관 합계</b>	<b>75,074,432</b>	<b>21,817,981</b>	<b>15,423,890</b>	<b>20.5%</b>
사업비	74,361,481	21,817,981	15,095,800	20.3%
행정운영경비	712,951	331,090	328,090	46.0%
<b>홍보담당관</b>	<b>22,502,479</b>	<b>4,262,768</b>	<b>2,815,031</b>	<b>12.5%</b>
<b>시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현</b>	<b>22,016,171</b>	<b>4,006,870</b>	<b>2,562,133</b>	<b>11.6%</b>
언론매체를 통한 시정정보제공	6,118,892	541,676	541,676	8.9%
소통관리 및 시정정보제공	4,768,389	878,362	849,230	17.8%
시민청 운영	78,000	53,730	12,140	15.6%
시민청 공간 개편	8,472,893	646,675	594,645	7.0%
현장소통 프로그램 운영	58,268	12,234	12,234	21.0%
시정여론조사 운영	817,592	339,688	40,893	5.0%
시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영	685,000	552,099	108,402	15.8%
어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영	638,000	608,000	86,320	13.5%
서울특별시보 발행	79,217	74,507	16,694	21.1%
서울시청자미디어센터 운영 지원	299,920	299,900	299,900	100.0%
<b>기본경비(행정운영경비)</b>	<b>486,308</b>	<b>255,898</b>	<b>252,898</b>	<b>52.0%</b>
<b>콘텐츠담당관</b>	<b>11,011,378</b>	<b>4,577,274</b>	<b>1,551,541</b>	<b>14.1%</b>
<b>뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화</b>	<b>10,434,538</b>	<b>4,145,160</b>	<b>1,496,027</b>	<b>14.3%</b>
소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	570,040	205,050	81,550	14.3%
시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	66,700	17,130	17,130	25.7%
서울시청 방송운영	108,500	46,300	30,000	27.6%
시정 영상물 제작·관리	256,000	36,400	36,400	14.2%
뉴미디어 웹사이트 운영	1,914,278	1,276,458	427,662	22.3%
서울시 누리집 운영	1,858,005	1,792,183	254,683	13.7%

( 단위 : 천원 )

부서/사업명	예산현액	원인행위액	지출액	집행율 (%)
누리집 관리체계 운영	521,938	244,309	121,272	23.2%
민간포털 협력 마케팅	1,361,396	203,844	203,844	15.0%
인터넷언론사 활용 시정안내	964,559	92,342	92,342	9.6%
뉴미디어 전략 마케팅	1,823,122	227,816	227,816	12.5%
콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진	990,000	3,328	3,328	0.3%
<b>시민참여 활성화</b>	<b>502,734</b>	<b>395,060</b>	<b>18,460</b>	<b>3.7%</b>
시민참여 활성화 추진	208,560	118,160	18,460	8.9%
시민참여 플랫폼 운영·관리	294,174	276,900	-	0.0%
<b>기본경비(행정운영경비)</b>	<b>74,106</b>	<b>37,054</b>	<b>37,054</b>	<b>50.0%</b>
<b>서울브랜드담당관</b>	<b>8,150,019</b>	<b>2,128,591</b>	<b>1,238,585</b>	<b>15.2%</b>
<b>시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고</b>	<b>8,100,885</b>	<b>2,116,306</b>	<b>1,226,300</b>	<b>15.1%</b>
해외 홍보 도시 마케팅	1,100,000	1,400	1,400	0.1%
글로벌 매체 활용 도시 마케팅	1,347,000	-	-	0.0%
온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,054,750	1,794,620	1,022,500	49.8%
서울 상징물 활용 도시 홍보	3,599,135	320,286	202,400	5.6%
<b>기본경비(행정운영경비)</b>	<b>49,134</b>	<b>12,285</b>	<b>12,285</b>	<b>25.0%</b>
<b>민원담당관</b>	<b>33,410,556</b>	<b>10,849,347</b>	<b>9,818,733</b>	<b>29.4%</b>
<b>시민중심의 민원행정서비스 제공</b>	<b>33,307,153</b>	<b>10,823,494</b>	<b>9,792,880</b>	<b>29.4%</b>
일반여권발급업무대행	975,848	975,848	975,848	100.0%
민원서비스 품질관리 및 시상	204,788	30,718	25,854	12.6%
통합민원 처리 및 열린민원실 운영	21,058	5,591	5,591	26.6%
120다산콜재단 출연금	30,750,395	8,564,574	8,564,574	27.9%
민원통합관리시스템 운영	1,355,064	1,246,763	221,013	16.3%
<b>기본경비(행정운영경비)</b>	<b>103,403</b>	<b>25,853</b>	<b>25,853</b>	<b>25.0%</b>

## II. 주요 현안업무 보고

---

1 상반기 주요 시정 홍보 현황 및 추진 계획

---

2 생활 속 시정 솟품 드라마 제작

---

3 해치 1주년 행사 개최

---

4 특이민원 대응 민원공무원 보호 강화

---

# 1

## 상반기 주요 시정 홍보 현황 및 추진 계획 (사업비 10,326백만원)

민선8기 시정 철학에 대한 시민 공감 형성 및 주요 핵심 정책의 성공적 확산을 지원하기 위한 전략적 홍보 추진

### □ 사업 개요

- **[기획 홍보]** 시정 기조와 발맞춘 홍보로 시정철학에 대한 공감과 지지 확산
- **[정책 홍보]** 시민들에게 혜택이 되는 민선8기 대표 정책에 대한 정보 집중 제공

### □ 추진 내용

#### 기획 홍보 규제철폐, AI 미래 서울 등 시정 주력 이슈

- **[규제철폐]** 규제철폐토론회(1.14), 규제집중신고제(1.3~4.12) 시민참여 집중 독려
  - 인쇄매체 및 지하철 영상광고 등 전광판 노출, 규제철폐 팝업스토어 운영(2.28~3.9) 등
- **[AI 미래 서울]** 시를 선도하는 글로벌매력도시 서울 이미지 구축(2월~)
  - 지하철 5종게시판 등 인쇄매체, 택시 상단 디지털광고 등 대중교통 접점매체 집중 활용

#### 정책 홍보 미리내집, 소상공인 힘보탬 프로젝트 등 시민 수혜 핵심 정책

- **[미리내집]** 신혼의 주거안정과 아이낳을 결심을 응원하는 정책 홍보(2~3월)
  - 미리내집 물량 지역 시내버스 래핑, 언론 지면 광고 등 가시적 홍보 강화
- **[소상공인 힘보탬 프로젝트]** 소상공인·자영업자 종합지원정책 집중 안내(3월~)
  - SBS·CBS 등 라디오 광고, 언론 지면 및 엘리베이터 TV 광고 집중 추진



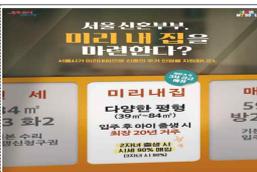
<규제철폐 토론회>



<규제 집중 신고>



<AI 미래서울>



<미리내집>



<소상공인 프로젝트>

### □ 향후 계획

- 서울런 등 유의미한 성과를 창출하고 있는 **핵심 정책 지속 홍보**
- 스프링페스타, 국제정원박람회, 야외도서관 등 시의성 있는 **상반기 대표 축제 확산**

작성 자 홍보담당관: 강선미 ☎2133-6405 홍보기획팀장: 김현정 ☎6407 담당자: 문희정 ☎6408

## 2

# 생활 속 시정 슷폼 드라마 제작 (사업비 100백만원)

서울시 주요 정책이 일상생활에 미치는 영향을 알기 쉽게 제작, 시정에 대한 시민 관심 제고 및 긍정적 인식 확산

### □ 사업 개요

- 목 적 : 미디어 트렌드 및 선호 경향에 따른 시정 홍보 영상 콘텐츠 강화
- 내 용 : 서울시 주요 정책을 슷폼드라마로 제작 및 확산

### □ 추진 내용

- 주요 시정이 시민 일상생활에 미치는 영향을 슷폼드라마로 제작
  - 저출생·양육(양육부담완화 사업 등), 청년~노년층 관련사업(청년취업사관학교, 중장년일자리박람회 등), 복지건강(안심돌봄 120등), 경제일자리(소상공인 지원 등) 등
- 서울시의 다양한 정책을 '스케치코미디' 장르로 제작, 이해하기 쉽고 재미있는 연간 기획 시리즈물 제작 추진
  - ※ 스케치코미디 : 1분에서 3분까지 정도의 길이의 짧은 에피소드들로 이루어진 코미디



- 시의성을 반영하여 대시민 정책 인지도 제고 및 주요 시정 시민 참여 기회 마련
  - 주요 시정 현안별 신속한 콘텐츠 제작으로 효과적인 시정 정보 제공 추진

### □ 향후 계획

- 영상 제작 후 모니터링 실시, 환류를 통해 홍보 영상의 품질 제고
- 주요 시정 정보 확산으로 시정에 대한 시민 이해도 제고 및 동참 유도

### 3

## 해치 1주년 행사 개최 (사업비 200백만원)

市 상징 캐릭터 해치의 리뉴얼 1주년을 시민과 함께 축하함으로써  
해치 소울프렌즈 인지도 및 친밀감 향상 도모

### □ 사업 개요 ※ 스프링페스타와 연계 운영

- 행사명 : 해치데이, 해피투게더 (HECHI Day, Happy Together!)
- 일자 : 2025. 5. 1.(목) ~ 5. 3.(토)
- 장소 : 서울광장 일대
- 주요내용 : 해치와 소울프렌즈가 시민과 함께하는 1주년 행사



### □ 추진 내용

#### 해치 1주년 행사

- 생일 축하 이벤트, 해치 돌잡이, 해치 싸인회, 포토타임 등 해치 팬파티 추진
- 소울프렌즈들의 세계관을 담은 체험존 '소울프렌즈존' 운영
  - 함께 놀아주기 좋아하는 청룡이의 댕댕 놀이터, 라이프스타일을 즐기는 현무의 DIY 체험존 등

#### 해치 씨네마

- 해치 애니메이션 파일럿 필름 시사회(1일 3회, 40분/회 진행, 회당 300여명 관람)
- 사전 붐업 레크리에이션, 애니메이션 상영(15분), 탈인형 인사, 경품 이벤트 등 진행
- 빈백 소파 및 스낵존 운영으로 영화 시사회 같은 분위기 조성

#### 행사 활성화 이벤트

- 8M 대형 해치 아트벌룬 포토존(서울광장) 및 5M 빼꼼해치(서울도서관 옥상) 설치
- 행사기간 동안 해치 및 소울프렌즈 인형탈 상시 운영
- SNS 해시태그 이벤트(#스프링페스타 #해치 #해치투게더) 진행

### □ 향후 계획

- 행사 홍보물 제작 및 온·오프라인 홍보 : '25. 4월 3~4주
- 이벤트 운영 및 모니터링 : '25. 5. 1. ~ 5. 3.

작성 자

서울브랜드담당관 : 이영미 ☎2133-6185 캐릭터마케팅팀장 : 김지현 ☎6940 담당자 : 심주현 ☎6193

## 4

# 특이민원 대응 민원공무원 보호 강화 (사업비 67백만원)

폭언·폭행 등 특이민원으로부터 민원공무원 보호를 강화하여 원활한 민원행정서비스 제공 및 민원인·공무원 간 상호 존중문화 조성 도모

### □ 사업 개요

- 추진근거 : 「민원 처리에 관한 법률」 제4조(민원 처리 담당자의 의무와 보호) 및 「서울시 민원업무 담당 공무원 등의 보호 및 지원에 관한 조례」
- 주요내용 : 안전한 근무환경 조성, 특이민원 대응 교육, 피해자 지원 등

### □ 추진 내용

#### 특이민원 사전예방 체계 구축

- (기준강화) 특이민원 응대 시 종료 권장시간 기준 명확화 및 이행력 강화
  - 정당한 사유 없는 민원응대 종료 권장시간 예규 제정(4~6월) : 전화 20분 / 대면 60분
  - 전체 민원부서 대상으로 권장시간 기준 시행여부 정기적 조사·확산(6월, 12월)
- (폭언방지) 욕설·성희롱 등 자동감지 시스템 시범운영 후 도입 추진
  - 지능형 시스템으로 욕설·폭언·성희롱 감지 → 1차 경고음성 자동송출 → 2차 통화 종료
  - 민원부서 시범운영(14개 회선, '25. 상반기) : 특이민원 감소 모니터링 및 효과분석
- (자동녹취) 상호 존중하는 민원문화 위한 행정전화 전수녹취 기능 도입 확대
  - 행정전화 자동 전수녹취 기능 도입, 수요조사 및 신청 지원(시 분청 398명, '25. 3월 기준)
  - 시분청(2133국번) 외 사업소 민원부서는 통신사 서비스 활용 등 자체 도입 독려(4월~)

#### < ※ 전자민원창구 관리강화 방안 연구('25. 1.~6.) >

- (연구배경) 전자민원 신청 급증으로 민원공무원 근무환경 개선 위해 실태파악 및 관리기준 필요
- (주요내용) 업무방해 수준의 과도한 다량 전자민원 실태분석 및 관리방안 마련
- (추진방법) 서울연구원 자체 연구, 비예산
- (결과활용) 市 자체 전자민원 신청 채널 중심으로 관리개선안 마련('25. 12월)

## 피해 공무원 법률·힐링 지원

- 민원인 **위법행위 법률지원 T/F 운영(매분기)** 및 법적대응 적극 지원
  - 특이민원 법적대응 市 자체 전담 법률전문관 자문 제공 : 총 3건(1·4월, T/F 개최 시)
  - 공무원 개인의 부담 완화 위한 서울시 노조와 공동협력 간담회 개최(3월)
- 민원공무원 대상의 **힐링 프로그램 운영**으로 감정노동 **스트레스 해소** 지원(4월~)
  - 자연체험, 문화공연 관람, 힐링 테라피 강습 제공 : 연간 총 160명(4월 총 40명)
  - 민원 처리건수 상위부서(1순위), 격무·기피부서(2순위) 중심 참가자 선정으로 사기 진작

## 특이민원 대응 역량 강화

- 폭언·폭행 등 특이민원 대응 위한 **찾아가는 비상모의훈련** 분기별 실시
  - 보호장치 미흡한 사업소 민원접점부서 집중훈련 : 수도사업소(3월), 한강공원(6월)
    - ▶ 112 협조로 경찰 비상출동 훈련, 민원 처리 고충상담 및 각종 제도개선 의견수렴 등 병행
- **특이민원 유형별 맞춤형 교육 확대** 및 **매뉴얼 개발·배포**
  - 부서 SOS에 따른 찾아가는 특이민원 응대 교육 운영(4월, 버스정책과)
  - 악·강성 특이민원 유형별 대응 특강(5월), 관리자급 대응 강화 맞춤형 교육(6월)
  - 특이민원 대응 매뉴얼 업그레이드 : '24~'25년 민원처리 법령 개정사항 등 반영(9월)



<특이민원 대응 요령 달력>



<비상 모의훈련 현장>



<힐링 프로그램 운영>



<욕실 자동감지 시스템 화면>

## □ 향후 계획

- 민원인 위법행위 법률지원TF 및 찾아가는 비상모의훈련 실시 : '25. 매분기별
- 특이민원 대응 역량강화 교육 운영 : '25. 5~6월
- 특이민원 유형별 대응 매뉴얼 제작·배포 : '25. 하반기

# 2024 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

## □ 총괄

- 수감결과 처리요구사항 등 ..... 총 36건
- 조치내역

구	분	계	완료	추진중	검토중	미반영
계	계	36	30	5	-	1
	시정·처리요구사항	21	17	4	-	-
	건의사항	3	1	1	-	1
	기타(자료제출 등)	12	12	-	-	-

# 시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 홍보대사 선정에 별다른 절차가 없고, 연임, 보수 등에 대한 명확한 기준, 규정이 없음. 조례에 선발 기준, 연임, 보수에 관한 구체적 기준 수립이 필요함.</p> <p>- 구체적 기준 마련해서 보고 바람 (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「서울특별시 홍보대사 운영에 관한 조례」 개정 ('25. 3.27. 공포)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보대사 임기 중 홍보실적 및 성과에 대한 평가실시 및 그 결과를 연임 여부 결정 시 반영 가능토록 함.</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍보대사 연임제한 규정 조례 개정 추진 : 4월</li> <li>○ 홍보대사 활동실적평가 등 관련기준 수립 : 5월</li> </ul>
<p>○ 명예시장 성별 및 연령, 직업군 분포를 보니 50~60대 교수 비중이 높음. 명예시장은 분야별 대표성과 상징성이 중요하나, 전문성을 요하는 시정자문단과 구분이 되지 않음. 시장님이 모든 것을 알 수 없으니, 시민들의 언어를 전달하고 소통할 수 있는 사람들이 명예시장이 되어야 한다고 생각함. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제7기 명예시장 위촉시('24.12.) 초저출생, 고령화 등 사회 이슈에 맞춰 분야를 확대 개편(16→19개)하고 적극적인 소통 및 홍보를 위해 오피니언 리더 및 인플루언서로 선발하여 명예시장의 연령대와 직위를 다양화함               <ul style="list-style-type: none"> <li>- (분야) 미래세대, 약자동행, 글로벌관광 등 19개 분야</li> <li>- (인물) 청년정치크루 대표 이동수, 사단법인 무의 대표 홍유희, (주)케르반업그룹 대표이사 오시난 등 20명</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 분야별 시정참여 및 소통·홍보활동 지원 : 연중 수시</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 국어바르게쓰기위원회 실적이 저조함. 조례상 연 4회 개최하기로 되어있으나 실적은 미치지 못함. 위원회 전반에 대해 다시 검토 후, 필요에 따라 계획 수립 및 조례 개정이 필요함. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2025년 국어 발전 추진계획 수립 완료</li> <li>○ 제1회 국어바르게쓰기위원회 개최 완료 (3.28)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국어 발전 추진계획에 따라 연 4회 개최 예정 (4월~12월)</li> </ul>
<p>○ 행정부에서 TBS 관련 발언을 할 경우 TBS 직원들이 희망을 갖거나, 혼선이 없도록 표현에 신중을 기할 것. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 TBS 관련한 발언시 혼선이 없도록 표현에 신중을 기하겠음</li> </ul>
<p>○ 시민청 리모델링 사업 관련하여 도시홍보관 도입에 대한 시민 의견을 수렴 충분히 확보하여야 함. 사전절차 없이 리모델링 진행해서는 안됨. - 시민 여론 관련 종합 계획 수립 후 보고 바람 (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울갤러리 조성·운영 관련 여론조사 실시 검토 - 조사 대상, 조사 방법, 문항 설계 등</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '25. 2월 : 여론조사 실시계획 수립</li> <li>○ '25. 3월 : 여론조사 문항 작성</li> <li>○ '25. 4~5월 : 여론조사 실시</li> <li>○ '25. 6~12월 : 여론조사 결과 서울갤러리 조성 및 운영 계획 반영</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 올해 3~5월 TBS에서 추진된 'TBS 위상, 조직, 정체성 변화 방안 모색' 내용에 대한 용역 결과 공유 부재 지적 및 컨설팅 용역 결과에 대한 명확한 인지 필요. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 해당 용역은 TBS에서 '24년 市 출연금이 아닌 자체수입을 활용하여 진행한 용역으로 용역 결과는 TBS의 영업상 비밀에 해당하여 市에 미공유</p>
<p>○ 용역 수행 전 과정에서 TBS 일부 임원과 서울시의 적극적 개입 및 용역 수행사의 의도적 선정 우려 지적 (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 서울시가 이에 개입하거나 관여한 바 없음</p>
<p>○ 용역 절차와 결과에 대해 의구심을 가진 전 임원이 TBS 자체감사 지시했으나, 서울특별시에서 무마시켜 용역 준공처리에 대한 지적 (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 진행 절차 및 결과, 자체감사 지시 등과 관련하여 서울시가 공유받거나 관여한 바 없음</p>
<p>○ 그동안 시의회는 TBS에 혁신에 대해 여러 방안을 제안했으나 결국 이루어지지 않음. 대표 등 경영진도 책임이 있음. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 (※ TBS 추진사항)</p> <p>○ TBS에서 자체 혁신안을 마련하고, 독립운영을 위한 민영화를 결정함에 따라 비상대책 TF 구성, 투자자 발굴 용역 등 다양한 자구책 추진</p> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <p>○ 독립운영을 위한 운영 재원 마련 지속(TBS)</p>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS 출연동의안 92억은 인건비로 의회에서 승인한 것인데 사업비로 쓰였음은 물론 증빙이 부족함. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS 출연동의안 시의회 제출·의결 : `23.12월 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 출연동의안 92억 : 인건비 73억, 기본경비 6억(4대 보험료), 청사유지비 등 13억(청사 임차료, 관리비 등)</li> </ul> </li> <li>※ 청사유지비 등은 행정안전부 지침 상 사업비 항목에 해당</li> <li>○ TBS 월별 집행계획, 교부한 출연금 집행잔액 등을 확인하여 출연동의 받은 항목 내 월별 교부 실시 : `24.1~5월</li> <li>○ 회계법인에서 회계감사를 실시한 2024 회계연도 TBS 결산서를 통해 출연금 등 예산 집행결과 확인 : `25.2월</li> </ul>
<p>○ TBS는 그간의 정치 편향적인 방송했다는 사실에 대해 인정하고, 대표 등 경영진은 이 상황에 대해 책임을 통감해야 함. 앞으로 홍보 부분에서도 이런 정치편향적인 일이 발생하지 않도록 해주기 바람. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍보기획관은 주요 시정, 긴급한 재난·안전 정보 등 시민 생활에 필요할거나 도움이 되는 정보를 정확하고 시의성있게 제공하고자 노력하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 선거법 등 관련법령 위반여부 등 철저히 검토하여 시정 홍보 추진: 상시</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서튜버 1년차이나, 조회수 등 성과가 저조함. 좋은 사업 아이템이만큼 성과가 개선될 수 있는 대책 방안 마련이 필요함. (콘텐츠담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 내부 공모를 통한 직원이자 제작자로서의 기존 ‘서튜버(서울시 공무원 유튜버)’ 한계를 보완하고, 다양한 시각의 시정 홍보 및 콘텐츠 연속성 확보를 위하여 시민 및 공무원 등 대상을 확대한 ‘서튜버(서울시민 대표 유튜버)’를 운영하고자 함</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시민이자 청년인 20대 유튜버의 ‘청년, 특별시’ 1화 게재를 시작으로, 다양한 주체를 통한 콘텐츠의 다각화, 세대별 타깃팅을 통한 맞춤형 홍보를 확산하고자 함</li> </ul>
<p>○ 서울시 개최 토론회, 세미나 중 정책적으로 중요한 협의가 있는 행사임에도 공개가 안되는 부분이 많음. 유튜브 중계 등을 통해 서울시 주최 토론회가 대시민 공개가 될 수 있도록 검토 바람. (콘텐츠담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시의성 있는 서울시 주요 정책 발표와 시민 관심도 높은 행사 중심 방송 진행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2024년 토론회 및 세미나 총 41회 유튜브 중계 진행</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민 관심도 높은 토론회 및 세미나 발굴 및 추진</li> <li>○ 주관부서 협의 통해 향후 오프라인 토론회 진행 시 유튜브 중계 진행 제안</li> </ul>
<p>○ 상징물 홍보 시, 전반적으로 홍보마케팅에 설문조사, 선호도 조사 등 시민들 반응을 살피고 있는지 살펴봤는데 아쉬움. 홍보전략을 수립할 때 시민들의 의견, 전문가 의견을 반영했으면 함. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울 상징물 인지도·선호도 조사 및 전문가 자문 등을 통해 시민들의 의견을 반영하여 홍보 마케팅 추진</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울 상징물 인지도 조사 시행 : '25.8월~</li> <li>○ 홍보 마케팅 반영 : '25.8월~</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울브랜드총괄관 자문료가 건당 30만원인데 증빙이 없음. 향후 자문료 지급에 대한 지문 증빙 필요. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 기존에는 자문 일시·참석자·문안건 등이 포함된 활동내역(근무일지)을 작성하여 이를 첨부하였으나</li> <li>○ 23.12월부터 브랜드총괄관의 업무 및 활동 사항들에 대하여 매 자문시마다 결과보고서를 작성, 증빙하고 있음</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울브랜드총괄관 운영으로 시정방향에 부합하는 브랜드 정책이 수립될 수 있도록 자문을 이행, 행정의 전문성 향상에 기여할 수 있도록 운영하겠음</li> </ul>
<p>○ 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 굿즈 기업 선정 시, 특혜 의혹이 없도록, 기업 이미지와 인지도 등 면밀히 고려해 진행할 것. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 브랜드가 홍보되기 위해서 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 상품에 시각적으로 브랜드가 더욱 강조되어야 하고, 특혜 의혹이 없도록 협약 시, 수익에 대한 사회 환원 비율 조항을 명문화 하는 등 보완 필요. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 제품 개발 시 서울브랜드·캐릭터 노출 비중 확대 노력으로 상징물 홍보효과 극대화 및 브랜드 가치 강화</li> <li>○ 협업 기업과 사회공헌 투자비율 협의 시 구체적·개별적 검토로 공공성과 사업성 강화</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 사회공헌사업으로 명문화하여 사회공헌사업으로 관리</li> </ul>
<p>○ 또한 효과적 브랜드 확산을 위해 보다 점유율이 높은 회사와도 협의해볼 것. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진</li> </ul>
<p>○ 9988 포인트로 서울시 굿즈샵에서 구매 가능하도록 조치 바람. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 굿즈샵(서울마이소울샵 3개소(종로, 명동, 광화문) 및 DDP디자인스토어) 서울페이 가맹 완료</li> <li>※ 9988 포인트는 서울페이머니로 전환하여 서울페이가맹점에서 사용 가능</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 시우회 법인카드 사용 2건이 있음. 퇴직공무원으로 구성된 단체에 법인카드 사용한 것이 적절한지? 작은금액이라도 특혜성으로 보일 수 있으니 자제 필요. (민원담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「지방자치단체 회계관리에 관한 훈령」 등 회계 관련 규정에 따라 산출기초조사 후 인쇄비 지출 2건에 총 118만원을 집행 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가유산 수리업 등록증 인쇄 : 1,098천원('24.6월)</li> <li>- 120다산콜재단 출연동의(안) 인쇄 : 83천원('24.8월)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 인쇄비 지출 시에는 관련 규정을 준수하여 적정한 업체를 선정하여 집행하겠음</li> </ul>
<p>○ 조례상 특별한 사유가 있을 때만 가능함에도 불구하고, 관례적으로 특정제품선정 심사위원회 서면 심사를 했으며, 참석수당도 서면심사의 경우 10만원 지급 하도록 되어있으나 20만원이 지급됨. (민원담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 코로나19 재확산 우려 등이 있어 온라인 원격 회의를 통해 응답소 상용 소프트웨어 특정제품 선정심사를 진행(2시간 30분 ~ 3시간 소요) 후 심사수당을 지급함</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 특정제품선정심사위원회는 대면회의로 개최할 예정이며, 관련 규정에 따라 회의 수당을 적정히 집행하겠음</li> </ul>

# 건의 사항

건의 사항	조치 결과
<p>○ TBS가 공공에 기여를 해온만큼 주파수가 이어질 수 있도록 서울시가 전폭적으로 지원해주길 바람. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS 독립 운영 준비를 위해 인건비, 청사유지비 등 92억 출연 등 지원 실시</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS 당연직 이사로서 이사회 참여를 통해 안건 검토 지원</li> </ul>
<p>○ 명예시장은 전문적 식견보다 더 많은 시민들이 시장을 체험해서 소통과 공감을 하는 것이라고 생각함. 그 취지를 고려했을 때, 명예시장은 많으면 많을수록 좋다고 생각하므로, 조례 개정 등을 통해 많은 시민들이 시장 체험을 할 수 있도록 지원 바람. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 명예시장 정원을 20명 이내로 제한하는 규정이 조례 개정('25.3.27.)을 통해 삭제됨</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 차기 명예시장 선발 시 다양한 분야에서 더 많은 인재들을 명예시장으로 위촉하여 제도가 목적대로 운영될 수 있도록 관리해나겠음</li> </ul>
<p>○ 메타버스 등 가상공간 연동하여 명예시장을 운영할 수 있는 방안 검토. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 미반영</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 명예시장 제도는 市와 시민간의 소통 활성화를 위해 사업 간담회, 현장 토론회, 주요 행사 등 다양한 시정참여와 현장에서의 활발한 의견교환이 필요한 바, 현 시점에서는 오프라인 활동에 집중한 제도 운영이 필요하다 판단됨</li> </ul>

# 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ TBS 재단 설립 후 방심위 법정 제재 내역(제재 내용 및 방송명 등) 일체. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예산 집행 내역 일체. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예비비 지출내역 증빙까지 세부내역 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ 서울시 명예시장 3년간 (2022~2024년) 누가 명예시 장으로 선정이 됐고, 어떤 활동 을 했는지 자료 제출 (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 홍보대사 연임 횟수를 표기해서 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 9월, 10월 TBS 직원들 출근 현황 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
<p>○ 방송이 되고 있는 프로그램 및 방송이 안 되고 있는 프로그램을 포함한 TBS 방송 운영 현황. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)</p>
<p>○ 시민청 섹터별 만족도 조사 결과. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 6.)</p>
<p>○ 홍보기획관 실·국 광고비가 중복 집행되고 있는 것 아닌지 비교자료를 예산심의 전까지 제출. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 21.)</p>
<p>○ 브랜드총괄관 성과 자세히 작성해 예산심의 전까지 제출. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 20.)</p>
<p>○ 서울브랜드총괄관이 실제로 작성한 자문 자료, 결과보고서 (총괄관 생김 후부터 현재까지) 제출. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)</p>
<p>○ 콜라보 굿즈 기업 선정 시, 더 많은 시민들이 이용하고, 특혜 의혹이 없도록 대책 방안에 대한 추가자료 제출 요청. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 20.)</p>