

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안

심 사 보 고 서

의안번호	1403
------	------

2023. 12. 22.
문화체육관광위원회

I. 심사경과

가. 제안일자 및 제안자 : 2023년 10월 16일, 서울특별시장

나. 회부일자 : 2023년 10월 23일

다. 상정결과 : 【서울특별시의회 제321회 정례회】

- 제6차 문화체육관광위원회(2023.12.19.) 상정, 제안설명, 검토보고, 질의 및 답변, 의결(원안가결)

II. 제안설명의 요지(홍보기획관 최원석)

1. 제안이유

- 서울을 대표할 새로운 브랜드가 선정됨에 따라 조례에 규정된 브랜드를 교체하고, 이를 체계적으로 관리하기 위해 일부 규정을 개정하고자 함.

2. 주요내용

- 가. 서울 브랜드를 I·SEOUL·U에서 로 변경하여 신규 서울 브랜드를 공식적으로 활용할 수 있는 기반을 마련하고자 함(안 별표2, 제3조 제2호 관련).
- 나. 서울브랜드위원회의 존속기한을 5년 연장하여 위촉직 위원의 임기를 보장하고 브랜드 정책에 대한 자문 기능을 지속적으로 수행하도록 함(안 제5조 제4항).
- 다. 서울브랜드총괄관의 국내외 활동에 따른 여비 지급 근거 규정을 마련하고자 함(안 제6조제7항).

Ⅲ. 검토보고 요지(수석전문위원 주우철)

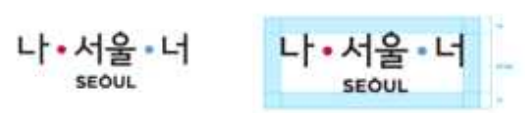
가. 개정안의 개요

- 개정안은 서울을 대표할 신규 브랜드가 선정됨에 따라(2023.8.16.) 신규 브랜드를 체계적으로 관리할 수 있는 근거를 마련하고, 브랜드를 활용해 서울에 대한 국내외 인지도를 제고하기 위한 목적으로 발의되었음.

나. 개정안의 주요 내용

(1) 브랜드의 변경(안 별표2, 제3조제2호 관련)

- 개정안은 서울시가 지난 8월 발표한 을 신규 브랜드로 규정하여 기존 브랜드의 한계점을 보완하고 시정 홍보물과 행사 등에 활용할 수 있는 법적 근거를 마련하는 것임.

현행	개정안																		
서울특별시 상징물의 종류(제3조제2항 신설) <국립 2018.5.19.> 1. 브랜드 (1) 일본 기본형  (2) 국문 기본형  2. 브랜드의 의미 (1) 서울의 정체성 "황금", "별장", "여주"를 엄밀적으로 표현하기 위해 [나]와 [너]가 서울을 사이에 두고 연립한다는 의미를 금강(강은강, 강)으로 표현. 나와 당신이 이어지며, 함께 꿈꾸는 서울을 부차려, 사람과 사람 사이에 서울이 있음을 의미. (2) SEOUL 앞의 두 점은 별장(꽃은 별)과 여주(푸른 별)를 상징하며 별장과 여주가 영혼만큼 단아한 'SEOUL'의 일본 'O'를 새 한글의 '이'를 '이름'으로 대체하여 독창과 서양의 참신을 표현. 3. 색상  4. 연혁 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>연도</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td><td>2000</td></tr> <tr> <td></td><td>2006</td></tr> <tr> <td></td><td>2008</td></tr> </tbody> </table>	구분	연도		2000		2006		2008	서울특별시 상징물의 종류(제3조제2항 신설) 1. 브랜드 (1) 일본 기본형  (2) 국문 기본형  2. 브랜드의 의미 (1) 영혼의 리프 디자인을 중심으로 서울의 다양한 모습을 상징하는 구체화된 은유(metaphor, 감성적이고 감성적인 표현을 이미지화/비주얼화함) ○ (LOVE) : 서울을 향한 마음이 모두 사랑으로 가득 찬 서울 ○ (DREAM) : 다채롭고 새로운 감성을 주는 도시 서울 ○ (U) : 넓고 따뜻한 다양한 매력 도시 서울 (2) 서울의 다양한 모습이 모두 변화를 이끄는 매력 있는 도시 서울을 상징 3. 색상  4. 연혁 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th><th>연도</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td><td>2000</td></tr> <tr> <td></td><td>2006</td></tr> <tr> <td></td><td>2008</td></tr> <tr> <td></td><td>2014</td></tr> </tbody> </table>	구분	연도		2000		2006		2008		2014
구분	연도																		
	2000																		
	2006																		
	2008																		
구분	연도																		
	2000																		
	2006																		
	2008																		
	2014																		

- 동 조례 제3조는 상징물의 종류로 휘장, 브랜드, 심벌, 꽃, 나무, 새 등을 규정하고 있으며, 이 중 휘장, 브랜드, 심벌 등은 별표로써 서울시의 주요 정책과 대표하고자 하는 정체성을 반영하여 각각 변화되어 왔음.

「서울특별시 상징물 조례」

제3조(상징물의 종류) 상징물의 종류는 다음 각 호와 같다.

1. 휘장 : 별표 1
2. 브랜드 : 별표 2
3. 심벌 : 별표 3
4. 꽃 : 개나리
5. 나무 : 은행나무
6. 새 : 까치

- 서울시는 “I·SEOUL·U”가 도시브랜드의 필수 요소로서 의미 전달의 직관성이 부족하다는 자체 판단에 따라 설문조사를 실시하였고, 그 결과 기존 브랜드가 서울의 미래 방향을 반영하지 못한다는 의견과 신규 브랜드 제작이 필요하다는 의견이 다수인 것으로 나타남.

설문조사 질문	국내	해외
아이서울유(I·SEOUL·U)가 서울의 미래 방향을 반영하는가	부정적 답변	
	41.6%	69.0%
새로운 도시브랜드 제작 필요 여부	긍정적 답변	
	68.1%	73.0%

※ 설문조사 표본(서울시민 1,000명, 서울방문 외국인 200명, '22.6.)

- 이에 서울시는 “정체되어 있는 서울의 도시경쟁력을 높이기 위해 서울의 매력을 홍보할 수 있는 신규 브랜드를 개발” 하겠다는 목적으로 「서울 대표 신규 브랜드 개발계획」(도시브랜드담당관-23171, 2022.8.1.)을 수립하였음.
- 계획에 따라 서울시는 ‘신규 대표브랜드 개발 관련 표본조사(국내 21백만원/해외 53백만원)’ 2건(수의계약)과 ‘서울 신규 대표브랜드 개발 용역(135백만원)’ 1건(입찰) 등 총 3건의 계약을 실시하였음.
- 이 중 ‘신규 대표브랜드 개발 관련 표본조사’ 2건은 통합발주할 경우 입찰을 실시해야 하는 규모임에도 국내조사와 해외조사를 분리하여 수의계약을 실시하였고, 계약내용을 확인해 본 결과 각 업체의 대표자와 소재지가 같은 것으로 나타나 쪼개기 계약을 통해 사실상 1개 업체가 2건의 용역을 수행했던 것으로 보임.

< 서울 대표 신규 브랜드 개발 및 집행현황 >

☐ 추진일정

서울의 가치찾기	온라인 참여 티저 캠페인(참여부업 유도)	'22년 8월
	온라인 플랫폼 및 오프라인을 통한 의견수렴	'22년 9월
	해외 리서치 전문업체 선정 및 표본조사	'22년 9월
서울의 가치만들기	신규 브랜드 런칭 전문가 자문단 구성	'22년 8월말
	브랜드 디자인 전문 용역업체 발주 및 선정	'22년 8월말~9월중
	시민의견 분류 및 정교화	'22년 9월중
	1차 브랜드 디자인(안) 도출(3~5개)	'22년 10월말
서울의 가치결정	국내외 주요도시 표본조사	'22년 11월중
	온·오프라인 매체 활용 선호도 투표	'22년 11월중
	최종 후보 선정(브랜드 전문가 자문단)	'22년 12월초
서울의 가치알리기	서울 대표 신규브랜드 선정식 개최	'22년 12월중
	디자인 정교화 및 배리어이션 작업	'23년 1~2월
	서울 상징물 조례 개정	'23년 2월
	브랜드 확산대책 수립 및 시행	'23년 3월

☐ 소요예산(안): 총 260백만원

○ 오프라인 조사부스 설치 및 운영	: 10백만원
○ 국내외 표본(설문)조사 실시	: 70백만원
○ 표본조사결과 정교화 및 브랜드 디자인(안) 도출	: 150백만원
○ 응용매뉴얼 및 변형디자인 개발	: 30백만원

☐ 실제 집행현황

(단위 : 천원)

연번	용역명	계약금액
1	서울 신규 대표브랜드 개발 용역(중도해지*)	135,000
2	서울 신규 대표브랜드 개발 관련 표본조사(국내)	21,340
3	서울 신규 대표브랜드 개발 관련 표본조사(해외)	53,350
4	신규브랜드 세부 디자인 개발 용역	21,340
5	신규브랜드 슬로건 현장 선호도 조사 용역	21,340
6	신규브랜드 개발 선호도 조사 모바일 리서치 용역	51,728
7	신규브랜드 디자인 보완 용역	21,340
합계		325,438

* '서울 신규 대표브랜드 개발 용역'의 실제 지출금액은 112,682천원이 발생하였음.

- 지난 3월 슬로건이 선정된 이후 불과 2개월도 되지 않아 브랜드 디자인 투표가 실시되었으며, 이마저도 4개 디자인 후보에 대한 시민들의 혹평이 이어지자 조사 기간 연장과 시민공모를 사전 계획 없이 실시하는 등 행정에 대한 신뢰도를 떨어뜨리는 결과를 초래한 바 있음.
- 또한 서울시가 최종 선정·발표한 브랜드 디자인은 서울관광재단이 제작하여 관광 브랜드로 사용 중인 “M! SOUL S&UUL” 을 일부 수정한 것에 불과해 1년 이상의 개발 기간, 3억원 이상의 예산, 이를 수행하기 위한 행정력과 시민참여가 모두 매몰되는 사태가 발생하였음.
- 다만 개발 과정 중 많은 논란이 있었음에도 새로운 대표 브랜드는 향후 서울시의 얼굴 역할을 하는 중요한 사항이므로 브랜드를 통해 도시경쟁력을 제고한다는 당초 목적에 맞게 브랜드 활용 방안을 마련해야 할 것이며, 기존 공급자 중심의 홍보물 제작·배포 또는 단발성 행사를 벗어나 수요자 중심의 브랜드 홍보 정책에 대한 연구·개발이 이루어져야 할 것임.

(2) 서울브랜드위원회 존속기한 연장(안 제5조제4항)

- 개정안은 서울브랜드위원회의 존속기한을 “2024년 12월 31일까지” 에서 “2029년 12월 31일까지” 로 변경하여 5년 연장하는 것임.

현행	개정안
제5조(상징물의 관리 등) ④ 위원회의 존속 기한은 2024년 12월 31일까지로 한다. 그 밖에 위원회의 구성 및 운영 등에 관한 세부적인 사항은 규칙으로 정한다.	제5조(상징물의 관리 등) ④ ----- ----- 2029년 12월 31일----- ----- -----.

- 서울브랜드위원회는 서울브랜드추진위원회(2014.10.16.~2016.5.10.)로 시작해 “브랜드의 효율적 관리”를 목적으로 각종 브랜드 관련 정책에 대한 자문·조정을 수행하고 있음.
- 제5기에 해당하는 현재 위원회는 지난 8월 16일에 발표된 신규 브랜드의 정착과 확산을 위해 운영 중이며, 1년 임기(2023.7.26.~2024.7.25.)로 16명의 위원으로 구성되었으며, 서울브랜드총괄관이 위원장을 맡고 있음.

< 제5기 서울브랜드위원회 구성 개요 >

○ 임 기 :	위촉일로부터 1년 ('23. 7. ~ '24. 7.)
※ 상징물 조례 개정('23.12월) 후 임기연장 (조례상 위원회 존속기한 : '24.12.31)	
○ 인 원 :	총 16명 (당연직 2, 위촉직 14) ※ 남 9, 여 7명
- 당연직(2) :	홍보기획관, 디자인정책관
- 위촉직(14) :	서울브랜드총괄관, 브랜드·마케팅·디자인 등 전문가
※ 위촉직 위원 중 양성평등기본법 제21조 특정성별 60% 초과금지 조건 및 위원회 설치운영조례 제8조 청년(만39세이하) 추천비율 10% 준수 위촉	
○ 위 원 장 :	위원장 1(서울브랜드총괄관), 부위원장 1(위원 중 호선)
○ 분과구성(안) :	위촉위원 중복 참여 가능
브랜딩 분과(3)	: • 신규브랜드 및 정책브랜드 개발 및 확산 검토 및 자문
홍보분과(2)	: • 시정 홍보 관련 검토 및 자문
콘텐츠분과(3)	: • 홍보 콘텐츠 제작방향 검토 및 자문
관광분과(3)	: • 관광객 유치 및 마케팅 사업 검토 및 자문
이벤트 분과(2)	: • 시민 참여 캠페인 및 이벤트 프로그램 검토 및 자문

- 개정안은 「서울특별시 각종 위원회의 설치·운영에 관한 조례」에 따라 존속기한을 5년의 범위 안에서 정하고 있는 바, 개정안의 내용은 조례 간 체계 정당성의 원칙과 정합성 측면에서는 문제가 없다고 판단됨.

- 다만 「서울특별시 각종 위원회의 설치·운영에 관한 조례」에 따르면 위원회 존속기한을 연장하고자 하는 경우, 기한만료 6개월 전에 연장점토 요청서를 작성하여 총괄부서장에게 제출해야 함에도 서울브랜드담당관은 12월 6일이 돼서야 총괄부서인 조직담당관에 요청서를 제출하였고, 다음 날인 7일 “적정” 통보를 받은 바 있음.
- 이는 조례에서 정해진 사전절차를 이행하지 않은 사안으로서, 향후 서울시는 조례 제·개정 시 행정 편의주의적인 행태를 지양하고 관계 법령과 자치법규를 사전 고려하여 입안·제출해야 할 것임.

(3) 서울브랜드총괄관 여비 규정 신설(안 제6조제7항)

- 개정안은 민간전문가인 서울브랜드총괄관의 여비 지급에 관한 근거 규정을 신설하여 서울시 브랜드의 국내외 홍보와 민관 협력을 활성화 하고, 현행 서울브랜드총괄관의 운영 사항 일부를 시행규칙으로 정하도록 한 규정을 삭제하여 보다 신축성 있는 활동을 보장하려는 것임.

현행	개정안
제6조(서울브랜드총괄관의 운영 등) ② 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람을 서울브랜드총괄관으로 위촉할 수 있으며, 구체적인 자격기준은 시행규칙으로 정한다.	제6조(서울브랜드총괄관의 운영 등) ② ----- ----- 있다.
⑦ 시장은 예산의 범위 안에서 서울브랜드총괄관에게 수당을 정하여 지급할 수 있으며, 그 밖의 업무에 관하여 필요한 사항은 시행규칙으로 정한다.	⑦ ----- ----- 수당 및 여비를 ----- 있다.

- 서울시는 “서울브랜드총괄관”에 관한 규정과 방침을 신설하여(2023.3.) 임기 2년(2023.4.1.~2025.3.31.) 주 2일 근무를 원칙으로(비상근) 민간전문가 1인을 위촉하여 운영하고 있음.
- 다만 「서울특별시 민간전문가의 시정 참여 및 지원에 관한 조례」는 민간 전문가의 자문료는 자문 건별로 지급하되 자문에 따른 결과 보고서를 제출할 의무를 부과하고 있음에도 시행규칙에서 수당에 관한 규정이 마련되기 전인 5월 이전까지 한 번도 제출된 적이 없었던 것으로 보여 근거 없이 수당을 지급해 왔던 것으로 드러남.

< 서울브랜드총괄관 수당 지급 기준 및 내역 >

○ 지급 기준

- 근거: 「서울특별시 상징물 조례」 제6조(서울총괄관의 운영 등)
「서울특별시 상징물 조례 시행규칙」 제18조(수당)
- 기준: 학술연구용역인건비 기준단가 및 지방공무원 보수규정을 종합적으로 고려하여 위촉 자격기준(1급)에 상응하는 시간당 수당 지급

※ 근무시간당 수당은 「서울특별시 상징물 조례 시행규칙」 개정 후 지급하고, 개정 전까지는 「서울특별시 위원회 수당 및 여비 지급 조례」에 의거, 자문안건당 수당 지급

○ 지급 내역

(단위: 천원)

구분	자문건수(건)	지급수당
계	69	27,282
4월	13	3,900
5월	16	4,800
6월	7	3,364
7월	8	3,828
8월	12	5,800
9월	5	2,262
10월	8	3,328

- 운영상의 문제와는 별개로 동 개정안에서 제안한 여비 지급 규정과 관련하여 「서울특별시의회 공무원 여비 조례」는 조례에 정한 것을 제외하고는 「공무원 여비 규정」(대통령령)을 준용하도록 하고 있으며, 영 제30조는 “공무원이 아닌 사람의 여비”에 대한 사항을 규정한 바, 동 개정안은 예산 편성의 근거를 명확히 하고, 입법기술적 명료함을 제고한다는 측면에서 타당하다고 할 수 있음.

「공무원 여비 규정」

제30조(공무원이 아닌 사람의 여비) 공무수행을 위하여 공무원이 아닌 사람을 여행하도록 하는 경우 여비 지급이 필요하다고 인정할 때에는 그 공무원이 아닌 사람에 대해서도 이 영을 준용하여 여비를 지급할 수 있으며, 그 지급 구분은 별표 9에 따른다.

■ 공무원 여비 규정 [별표 9] <개정 2021. 5. 25.>

공무원이 아닌 사람에 대한 여비 지급 구분표(제30조 관련)

해당자	지급 기준
1. 공무원의 배우자	배우자인 공무원의 여비 지급등급
2. 사립학교의 교원	별표 1의 여비 지급 구분표에 따른 국공립학교 교원의 여비 지급등급을 준용한다.
3. 「공공기관의 운영에 관한 법률」 제4조에 따른 공공기관의 임원·직원	가. 임원: 별표 1 제1호라목의 여비 지급등급 나. 가목 외의 직원: 별표 1 제2호의 여비 지급등급
4. 민간기업체의 임원·직원	공공기관의 임원·직원과 비교되는 직위 및 업무의 중요도를 고려하여 출장을 실시하는 기관의 장이 정하는 여비 지급등급
5. 그 밖에 공무원이 아닌 사람	업무의 성격, 동반 공무원의 직위 및 해당 공무원이 아닌 사람의 경력 등을 고려하여 출장을 실시하는 기관의 장이 정하는 여비 지급등급

IV. 질의 및 답변요지

- 질의: 홍보기획관에서 제출된 원안 중 주요내용 3개 항목 모두 각 조항이 오기된 채로 제출되었음. 조례안 제출은 매우 사무의 근간이 되는 규정임에도 안건의 작성과 제출 과정에서 실무자, 검토자 및 결재자 모두 이를 확인하지 못한 것은 중대한 흠결이라 할 수 있음. 향후 충분한 검수 및 검토가 이루어진 이후 제출될 수 있도록 각별히 신경써 주시기 바람.
- 답변: 확인하여 시정하겠음.

V. 심사결과 : 원안가결

(재적위원 9명, 참석위원 9명, 참석위원 전원찬성)

VII. 소수의견 요지 : 「없음」

VIII. 기타 필요한 사항 : 「없음」

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안

의안 번호	1403
----------	------

제출년월일 : 2023년 10월 16일

제출자 : 서울특별시장

1. 제안이유

서울을 대표할 새로운 브랜드가 선정됨에 따라 조례에 규정된 브랜드를 교체하고 체계적 관리를 위해 상징물 조례를 일부 개정하고자 함

2. 주요내용

가. 서울 브랜드를 에서 로 변경 (안 제3조제2호 별표2)

- 조례 개정으로 신규 서울브랜드를 공식적으로 활용할 수 있는 기반 마련

나. 서울브랜드위원회 존속기한을 5년 연장 (안 제5조제3항)

- 서울브랜드위원회 존속기한('24.12.31)을 5년 연장('29.12.31)하여
위촉직 위원의 임기를 보장하고 브랜드 정책에 대한 자문 기능 지속 수행

다. 서울브랜드총괄관 여비 규정 마련 (안 제6조제3항)

- 서울브랜드총괄관의 국내외 활동에 따른 여비 지급 근거 규정 마련

3. 참고사항

가. 관계법령 : 해당사항 없음

나. 예산조치 : 협의 완료(예산담당관 협조)

다. 협의사항

- (1) 법무담당관(규제심사): 규제 없음
- (2) 예산담당관(비용추계): 비용추계서 미첨부사유서 제출
- (3) 감사담당관(부패영향평가): 평가 제외
- (4) 양성평등담당관(성별영향평가): 해당 없음
- (5) 시민협력과(공공갈등진단): 해당 없음
- (6) 조직담당관(위원회 신설): 해당 없음
- (7) 그 밖에 입법안의 시행과 관계가 있는 실·본부·국 협의사항:
협의 완료

라. 기 타

- (1) 입법예고(2023. 08. 17. ~ 09. 06.) 결과: 의견 없음
- (2) 신·구조문대비표: 붙임

※ 작성자 : 홍보기획관 서울브랜드담당관 현미희(☎2133-6194)

서울특별시 조례 제 호

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안

서울특별시 상징물 조례 일부를 다음과 같이 개정한다.

제5조제4항 전단 중 “2024년 12월 31일”을 “2029년 12월 31일”로 한다.

제6조제2항 각 호 외의 부분 중 “있으며, 구체적인 자격기준은 시행규칙으로 정한다”를 “있다”로 하고, 같은 조 제7항 중 “수당을”을 “수당 및 여비를”로, “있으며, 그 밖의 업무에 관하여 필요한 사항은 시행규칙으로 정한다”를 “있다”로 한다.

제9조제4항제4호 중 “제7조제4항”을 “제8조제4항”으로 한다.

별표2를 별지와 같이 한다.

부 칙

제1조(시행일) 이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

1. 브랜드

(1) 영문 기본형



(2) 국문 기본형



2. 브랜드의 의미

(1) 영문 타이포 디자인을 중심으로 서울에 대한 다양한 마음을 상징하는 구체적인 메타포 (metaphor, 간접적이고 암시적인 은유)를 이미지화(픽토그램)함

-  (LOVE) : 서울을 향한 마음이 모여 사랑으로 가득 찬 서울
-  (INSPIRE) : 다채롭고 새로운 경험을 주는 도시 서울
-  (FUN) : 즐겁고 매력으로 가득한 매력 도시 서울

(2) 사람들의 다양한 마음이 모여 조화를 이루는 매력 있는 도시 서울을 상징

3. 색상

BLUE
RGB R0 G130 B255
HEX 0082ff
CMYK C90 M20 Y0 K0
Pantone 2174C

GREEN
RGB R0 G215 B120
HEX 00d77b
CMYK C70 M0 Y70 K0
Pantone 7479C

YELLOW
RGB R255 G180 B0
HEX fbf113
CMYK C0 M30 Y90 K0
Pantone 7548C

PINK
RGB R255 G10 B115
HEX ff0a73
CMYK C0 M90 Y27 K0
Pantone 2039C

4. 연혁

구 분	선정 연도
	2002
	2006
	2008
	2015

신 · 구조문대비표

현행	개정안
제5조(상징물의 관리 등) ① ~ ③ (생략) ④ 위원회의 존속기한은 <u>2024년 12월 31일까지</u> 로 한다. 그 밖에 위원회의 구성 및 운영 등에 관한 세부적인 사항은 규칙으로 정한다.	제5조(상징물의 관리 등) ① ~ ③ (현행과 같음) ④ ----- <u>2029년 12월 31일</u> -----.
제6조(서울브랜드총괄관의 운영 등) ① (생략) ② 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람을 서울브랜드총괄관으로 위촉할 수 있으며, 구체적인 자격기준은 시행규칙으로 정한다. 1. ~ 3. (생략) ③ ~ ⑥ (생략) ⑦ 시장은 예산의 범위 안에서 서울브랜드총괄관에게 <u>수당을</u> 정하여 지급할 수 있으며, 그 밖의 업무에 관하여 필요한 사항은 <u>시행규칙으로 정한다</u> .	제6조(서울브랜드총괄관의 운영 등) ① (현행과 같음) ② ----- ----- 있다.
제9조(사용료) ① ~ ③ (생략) ④ 시장은 다음 각 호의 경우에는 사용료를 면제할 수 있다. 1. ~ 3. (생략)	제9조(사용료) ① ~ ③ (현행과 같음) ④ ----- -----. 1. ~ 3. (현행과 같음)

4. 제7조제4항의 사용기준에 따라 사용하는 경우

[별표 2] 상징물의 사용(제8조제2호 관련) <개정: 2018.5.19.>

1. 브랜드

(1) 기본기초형

(2) 굵은 기본기초형

2. 브랜드의 의미

(1) 서울의 정체성 "뿌리", "열정", "역동"을 언어적으로 표현하기 위해 [(나)와 (너)]가 서울을 사이에 두고 연결된다는 의미를 긍정(가운데 길)으로 표현. 나와 당신이 이어지며, 함께 즐기는 서울을 표현하며, 사람과 사람 사이에 서울이 있음을 의미

(2) SEOUL 옆의 두 점은 열정(붉은 점)과 역동(푸른 점)을 상징하며 열정과 역동이 공존함을 나타냄. 'SEOUL'의 앞문 'O'를 세 반달의 '이름'으로 대체하여 동양과 서양의 문화를 표현

3. 색상

4. 연혁

구분	연도
	2002
	2006
	2008

4. 제8조제4항-----

[별표 2] 상징물의 사용(제8조제2호 관련)

1. 브랜드

(1) 기본기초형

(2) 굵은 기본기초형

2. 브랜드의 의미

(1) 좋은 라이프 디자인을 중심으로 서울의 다양한 모습을 상징하는 구체화된 이미지(image), 감성적이고 알시로운 문화를 이미지화(비주얼화)함

(2) (LOVE) : 서울을 향한 마음이 보편 사랑으로 가득 찬 서울

(3) (DREAM) : 다채롭고 새로운 경험을 주는 도시 서울

(4) (FISH) : 물결과 파도처럼 자유한 마인드 도시 서울

(5) 사람들의 다양한 마음을 보편 사랑을 이루는 마인드 있는 도시 서울을 상징

3. 색상

4. 연혁

구분	연도
	2002
	2006
	2008
	2015

서울특별시 상징물 조례 일부개정조례안 비용추계서

미첨부 사유서

1. 비용발생 요인

- 서울 브랜드를 **I·SEOUL·U** 에서 **SE♥UL MY SOUL** 로 변경 (안 제3조제2호 별표2)
- 서울브랜드위원회 존속기한을 5년 연장 (안 제5조제3항)
- 서울브랜드총괄관 여비 규정 마련 (안 제6조제3항)

2. 미첨부 근거 규정

- 「서울특별시 의안의 비용 추계에 관한 조례」 제3조제1항

제3조(비용추계서의 제출 범위)

제3조(비용추계서의 제출 범위) ① 의원·위원회·시장·교육감이 비용을 수반하는 의안을 발의·제안 또는 제출하는 경우에는 비용추계서를 첨부하여야 한다. 다만, 의안이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

1. 예상되는 비용이 연평균 5억원 미만이거나 한시적인 경비로서 총 10억원 미만인 경우
2. 의안의 내용이 선언적·권고적인 형식으로 규정되는 등 기술적으로 추계가 어려운 경우

3. 미첨부 사유

- 예상되는 비용이 연평균 5억원 미만

4. 작성자

- 홍보기획관 서울브랜드담당관 행정6급 현미희(2133-6194)