

SE♥UL M! SOUL

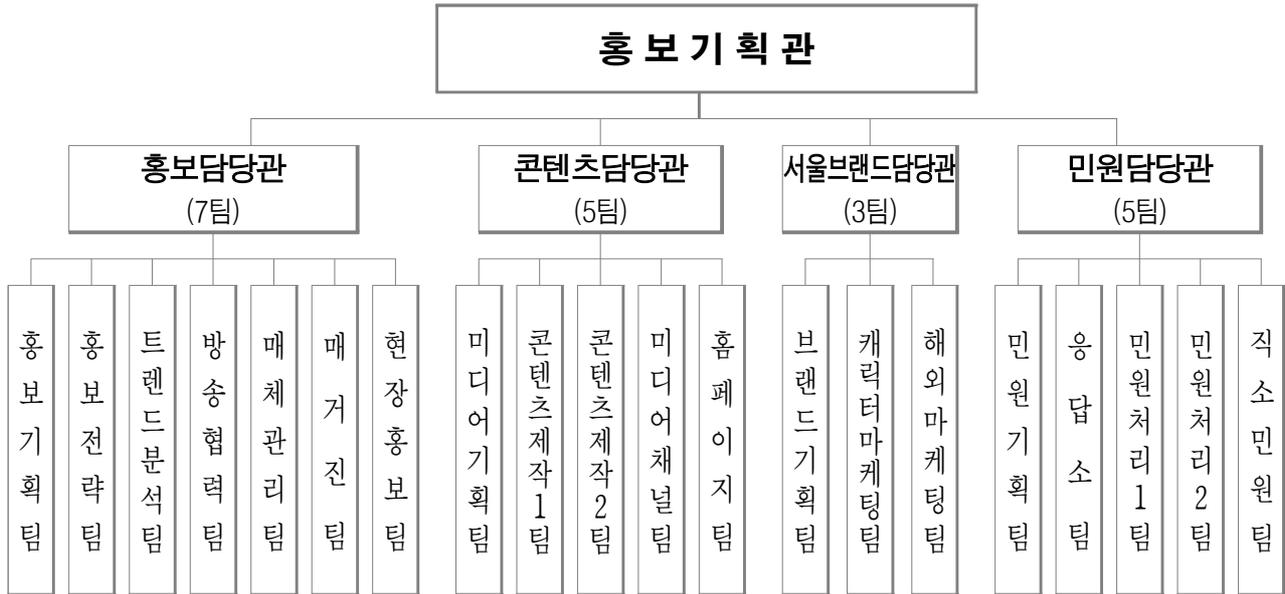
주요 업무 보고

2024. 4.

홍보기획관

1. 조직 및 일반현황

조직 1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 미디어재단 TBS, 120다산콜재단

인력 143명/143명 (정원/현원)

(’24.4.1.기준)

| 구분 | 총계 | | 행정직군 | | 기술직군 | | 전문경력관 | | 관리운영직군 | | 임기제 | |
|----------|-----|-----|------|-----|------|----|-------|----|--------|----|-----|----|
| | 정원 | 현원 | 정원 | 현원 | 정원 | 현원 | 정원 | 현원 | 정원 | 현원 | 정원 | 현원 |
| 계 | 143 | 143 | 98 | 100 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 | 4 | 35 | 34 |
| 홍보담당관 | 47 | 49 | 31 | 32 | 2 | 2 | - | - | 1 | 2 | 13 | 13 |
| 콘텐츠담당관 | 40 | 39 | 21 | 21 | - | - | 1 | 1 | - | - | 18 | 17 |
| 서울브랜드담당관 | 21 | 21 | 18 | 18 | - | - | - | - | - | - | 3 | 3 |
| 민원담당관 | 35 | 34 | 28 | 29 | 2 | 2 | - | - | 4 | 2 | 1 | 1 |

※ 별도정원 : 시간선택제 임기제 18명 (홍보 2, 콘텐츠 6, 브랜드 1, 민원 9)

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 지도·감독

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

일반회계 : 총 790*억원 중 213억원 집행(27.0%)

* 예산현액 : 본예산(69,304.141천원) + 예비비(9,297,697천원) + 이월액(488,150천원)

(단위 : 천원)

| 부서/사업명 | | 예산현액 (A) | 원인행위액 (B) | 집행액 (C) | 집행률 (C/A) |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 홍보기획관 합계 | | 79,089,988 | 28,491,619 | 21,332,580 | 27.0% |
| | 사업비 | 78,402,481 | 28,194,957 | 21,035,918 | 26.8% |
| | 행정운영경비 | 687,507 | 296,662 | 296,662 | 43.2% |
| 홍보담당관 | | 27,021,103 | 9,778,906 | 8,047,196 | 29.8% |
| 시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현 | | 26,541,422 | 9,561,635 | 7,829,925 | 29.5% |
| | 언론매체를 통한 시정정보제공 | 6,518,892 | 701,646 | 701,646 | 10.8% |
| | 미디어재단 TBS 출연금 | 9,297,697 | 5,082,486 | 5,082,486 | 54.7% |
| | 소통관리 및 시정정보 제공 | 5,613,989 | 991,738 | 900,577 | 16.0% |
| | 시민청 운영 | 1,262,200 | 1,245,998 | 588,301 | 46.6% |
| | 시민청 공간 개편 | 1,847,050 | 0 | 0 | 0.0% |
| | 현장소통 프로그램 운영 | 58,268 | 4,734 | 4,734 | 8.1% |
| | 시정여론조사 운영 | 468,992 | 223,923 | 51,465 | 11.0% |
| | 시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영 | 671,314 | 544,619 | 111,336 | 16.6% |
| | 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영 | 438,000 | 407,900 | 78,816 | 18.0% |
| | 서울특별시보 발행 | 71,000 | 66,491 | 18,464 | 26.0% |
| | 서울 시청자미디어센터 운영 지원 | 294,020 | 292,100 | 292,100 | 99.3% |
| 기본경비(행정운영경비) | | 479,681 | 217,271 | 217,271 | 45.3% |
| 콘텐츠담당관 | | 9,821,344 | 4,529,789 | 1,213,498 | 12.4% |
| 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화 | | 9,254,574 | 4,113,673 | 1,172,842 | 12.7% |
| | 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 | 776,040 | 232,350 | 107,350 | 13.8% |
| | 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산 | 166,700 | 16,270 | 16,270 | 9.8% |
| | 서울시청 방송운영 | 110,500 | 32,000 | 12,360 | 11.2% |
| | 시정 영상물 제작·관리 | 359,470 | 96,571 | 80,371 | 22.4% |

(단위 : 천원)

| 부서/사업명 | 예산현액 (A) | 원인행위액 (B) | 집행액 (C) | 집행률 (C/A) |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 뉴미디어 웹사이트 운영 | 2,085,735 | 1,452,800 | 288,965 | 13.9% |
| 서울시 누리집 운영 | 1,657,439 | 1,653,939 | 277,106 | 16.7% |
| 누리집 관리체계 운영 | 430,913 | 163,038 | 57,656 | 13.4% |
| 민간포털 협력 마케팅 | 1,371,396 | 90,423 | 90,423 | 6.6% |
| 인터넷언론사 활용 시정안내 | 764,559 | 46,120 | 46,120 | 6.0% |
| 뉴미디어 전략 마케팅 | 1,531,822 | 330,162 | 196,222 | 12.8% |
| 시민참여 활성화 | 501,700 | 383,580 | 8,120 | 1.6% |
| 시민참여 활성화 추진 | 200,700 | 107,580 | 8,120 | 4.0% |
| 시민참여 플랫폼 운영·관리 | 301,000 | 276,000 | 0 | 0.0% |
| 기본경비(행정운영경비) | 65,070 | 32,536 | 32,536 | 50.0% |
| 서울브랜드담당관 | 8,620,417 | 2,888,107 | 1,883,387 | 21.8% |
| 시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고 | 8,581,044 | 2,868,420 | 1,863,700 | 21.7% |
| 해외 홍보 도시 마케팅 | 3,132,900 | 272,000 | 193,400 | 6.2% |
| 온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅 | 2,054,750 | 1,754,850 | 878,200 | 42.7% |
| 서울 상징물 활용 도시 홍보 | 3,393,394 | 841,570 | 792,100 | 23.3% |
| 기본경비(행정운영경비) | 39,373 | 19,687 | 19,687 | 50.0% |
| 민원담당관 | 33,627,124 | 11,294,818 | 10,188,499 | 30.3% |
| 시민중심의 민원행정서비스 제공 | 33,523,741 | 11,267,650 | 10,161,331 | 30.3% |
| 일반여권발급업무대행 | 1,060,737 | 1,060,737 | 1,060,737 | 100.0% |
| 민원서비스 품질관리 및 시상 | 223,762 | 44,007 | 37,688 | 16.8% |
| 통합민원 처리 및 열린민원실 운영 | 20,758 | 10,420 | 10,420 | 50.2% |
| 120다산콜재단 출연금 | 30,764,458 | 8,815,250 | 8,815,250 | 28.7% |
| 민원제안통합관리시스템 운영 | 1,454,026 | 1,337,236 | 237,236 | 16.3% |
| 기본경비(행정운영경비) | 103,383 | 27,168 | 27,168 | 26.3% |

II. 주요 현안업무 보고

1 시청사 외벽 시민게시판 교체 운영

2 서울시 상징 캐릭터 재디자인 및 확산

3 특이민원 대응 민원공무원 보호 추진

4 열린민원실 공간개선으로 시민 접근성 제고

1

시청사 외벽 시민게시판 교체 운영 (사업비 700백만원)

노후화 된 시민게시판을 트렌드에 발맞춘 LED전광판으로 교체해 급변하는 디지털 환경에 대응하고 보다 효과적인 시정 안내 추진

□ 사업개요

- 추진근거 : 물품관리법 제16조의2(물품의 내용 연수) 및 제35조(불용결정)
 - 교체사유 : 現 시민게시판('15.8월 설치) 내용 연수 9년 도래('24.8월) 및 잦은 고장
- 교체시기 : '24. 4월 ~ 8월

< 現 설치 사양 >

- ❖ 크 기 : 12.8m (가로) × 7.2m (세로)
- ❖ 색 채 : 풀컬러 (281兆 색상 지원)
- ❖ 휘 도 : 12,000cd/m² (해상도 : 1,024 × 576)
- ❖ 규 격 : HD영상 (1,280 × 720)



□ 교체방안 : 가로형 ➔ 세로형

- 최근 홍보 시장은 세로형 콘텐츠 생산 및 소비가 주류를 이루고 있음
 - 세로형 영상은 모바일(스마트폰)이 익숙한 시민들에게 최적화된 화면비율 제공
- 집중 효과 및 가시성이 높아 최신 설치하는 전광판은 세로형이 강세임



<삼성역 파르나스>

<강남역 S&S타워>

<홍대역 M-스크린>

<울지로입구 DGB금융>

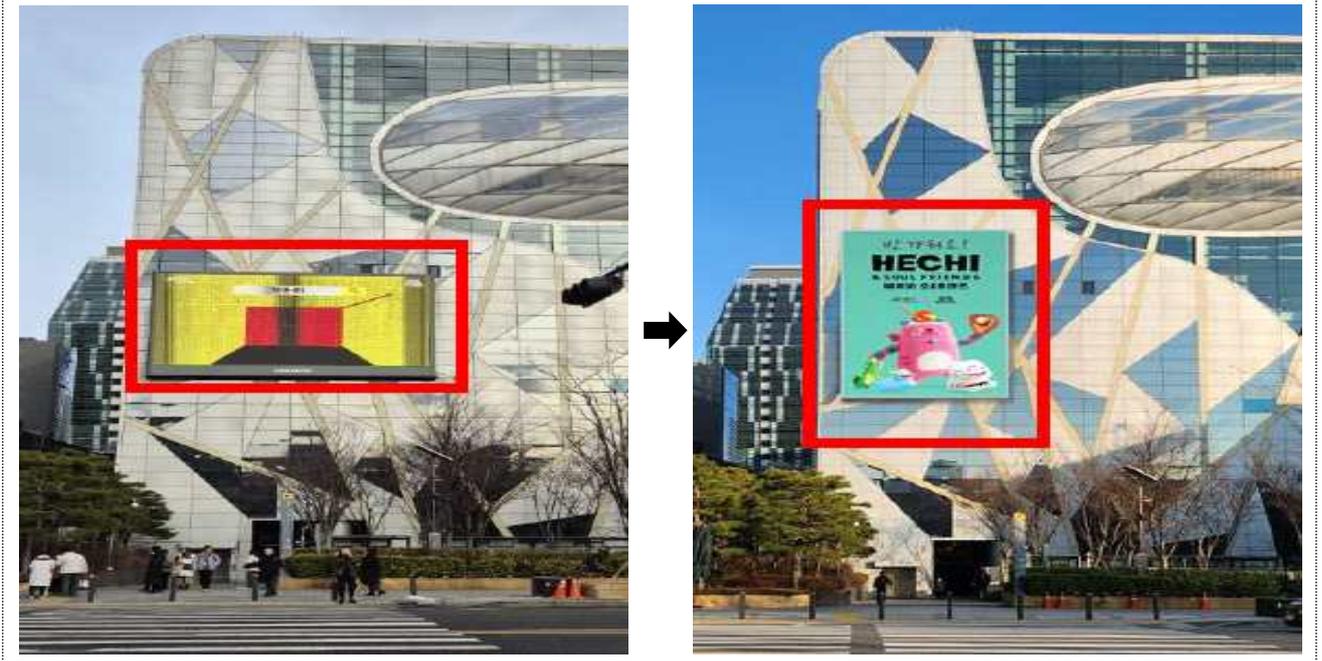
작성 자

홍보담당관 : 김홍찬 ☎2133-6405 매체관리팀장: 이주영 ☎6425 담당: 박철민 ☎6422

□ 운영방안 : 「시민과 함께 만드는 세로게시판」

- [시민참여] 시민이 만든 정책 수혜 후기 영상, Fun한 숏폼 영상 등 송출
- [정책확산] 시 브랜드, 시기별 주요 시정 홍보 영상 고품질 콘텐츠로 제작

< 교체(안) >



※ 설치 규격 : 너비 9m(±50mm) × 높이 12.5m(±50mm)

□ 추진현황

- 시청사 외벽 시민게시판 교체 계획 방침 수립('24.3월)
 - 구조물 안전성 검사, 콘텐츠 제작·운영 등 관련 부서 협조 포함
- 시청사 외벽 시민게시판 계약 입찰 공고 진행('24.4월)
 - 제한경쟁입찰·협상의 의한 계약으로 우수 업체 참여 유도하여 제품의 질 확보

□ 향후계획

- 적격자 선정 (제안서평가위원회) : '24.5월
- 구조물안전검사 및 전광판 제조 : '24.6~8월
- 설치완료 및 시민게시판 운영 : '24.8월~

최신 트렌드와 수요를 반영한 해치 캐릭터 홍보 및 확산을 통해 매력도시 서울의 인지도·호감도 제고

□ 사업개요

- 목 적 : 서울시 상징 캐릭터를 활용한 도시 인지도 및 매력도 상승
- 내 용 : 해치&소울프렌즈 캐릭터 활용 마케팅 추진

□ 추진실적

- 해치 캐릭터 재디자인 및 서브캐릭터(4종) 공개 ('24.2월)
 - 해치 고유의 역사성에 현대적 트렌드를 반영한 재디자인 및 서브 캐릭터 (주작, 청룡, 현무, 백호) 개발 및 발표
- 시 주요 명소 전시 및 시민 참여 이벤트 실시 ('24.2~3월)
 - DDP, 서울도시건축전시관, 인사동 등 주요 명소 아트별론 전시
 - K리그 개막전, 서울마라톤 등 시민 대상 '해치 탈인형과 하이파이브' 이벤트 운영



<해치 아트별론 전시(DDP, 도시건축전시관, 인사동)>

<시민참여 이벤트>

- 전광판, 포스터, SNS 등 시 보유 매체 활용 홍보 ('24.2~4월)

- 전광판, 미디어보드(무상), 포스터, 인스타그램 등 해치&소울프렌즈 콘텐츠 배포 및 확산



<전광판>

<지하철 미디어보드>

<인스타그램>

<인스타그램 홍보>

작 성 자

서울브랜드담당관: 김지혜 ☎2133-6185 캐릭터마케팅팀장: 허 준 ☎6940 담당: 조인숙 ☎6944

○ 해치&소울프렌즈 콘텐츠 공모전 실시 ('24.4월~)

- '내가 만드는 해치' 콘텐츠 공모전을 통한 시민 참여 콘텐츠 제작 및 확산
 - ▶ 수상작 활용 2차 콘텐츠 제작 및 바이럴 홍보, 해치 콘텐츠 크리에이터 위촉 등

○ 영유아, 어린이 대상 찾아가는 해치 프로그램 운영 ('24.4월~)

- 어린이집, 키즈카페 등 찾아가는 해치 프로그램('해치의 마법학교') 실시



<해치 콘텐츠 공모전>

<해치의 마법학교>

□ 향후계획

○ 시 주요 정책, 행사 및 축제 연계 온·오프라인 홍보 추진

- 서울페스타, 서울 야외 도서관 등 시 주요 시정 현장과 연계한 홍보 실시
- 해치&소울프렌즈 연계 제작 콘텐츠 활용 주요 시정 안내



<해치 포토월>



<해치 x 반려견 순찰대>



<아리수 x 해치>

○ 해치 챌린지 등 시민 참여 이벤트 확대 추진하여 인지도 자리매김

- SNS 해치 챌린지, 해치 프리허그 이벤트 등을 통해 인지도 및 호감도 제고

○ 유아동, 관광객 등 타깃별 차별화한 홍보 콘텐츠 제작 및 확산

- 해치 FOOH, 배경화면, 슷폼 등 콘텐츠를 제작하여 국내외 홍보 추진



<FOOH 영상>



<해치 배경화면>



<해치 슷폼(릴스) 3D, 2D>



3

특이민원 대응 민원공무원 보호 추진 (사업비 71백만원)

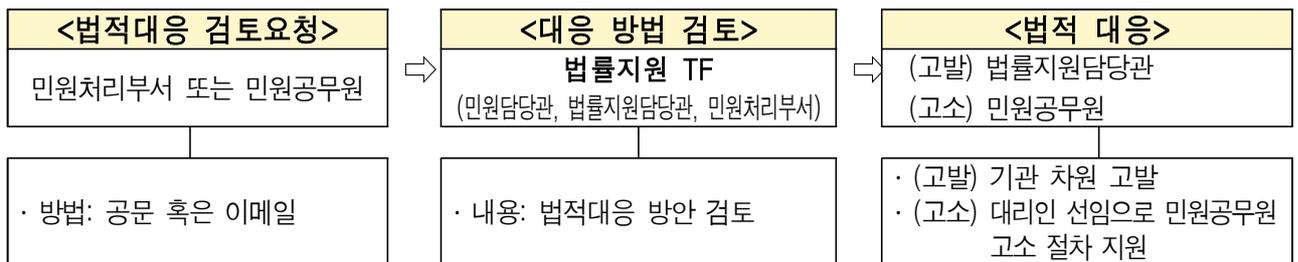
특이민원 위법행위 법적 대응으로 민원공무원 보호 및 민원공무원 대응 역량 강화 등을 통하여 원활한 민원행정서비스 제공을 도모

□ 사업개요

- 추진근거 : 서울특별시 민원업무 담당공무원 등의 보호 및 지원에 관한 조례
- 주요내용 : 안전한 근무환경 조성 및 특이민원 대응체계 구축 등

□ 추진현황

- 특이민원 위법행위 대응 법률지원 TF 운영(분기별)으로 **민원공무원 법률지원 강화**
 - (구 성) 민원담당관(총괄), 법률지원담당관(법적대응), 민원처리부서(검토요청)
 - (내 용) 민원 제도개선 사항 발굴, 특이민원 법적 대응 수요조사 및 검토 등
 - (법적대응 절차)



※ '24년 1차 법률지원 TF 운영('24.4.2) : 법적 대응 부서별 역할 정립 및 활성화 방안 논의

- **민원공무원 특이민원 대응 역량 강화 및 힐링 프로그램 운영으로 감정 회복 지원**
 - 특이민원(폭언) 대비 민원실, 남대문경찰서(2명) 연계 비상모의훈련 실시('24.3월)
 - 자연과 함께하는 원데이 힐링 프로그램 2회 진행('24.4월, 40명 참여)

□ 향후계획

- '24년 2차 법률지원 TF 개최 : '24.5월
- 특이민원 응대 교육 실시(반기별) 및 대응 요령 웹툰 제작게시(매월) : '24.4~12월
- 특이민원 유형별 대응 모의훈련 실시(분기별) : '24.6~12월

작성 자

민원담당관 : 김영모 ☎2133-6460 민원기획팀장 : 장정호 ☎6462

담당자 : 김미진 ☎6464

담당자 : 이남경 ☎6469

담당자 : 안제원 ☎6470

4

열린민원실 공간개선으로 시민 접근성 제고 (사업비 20백만원)

청사 리모델링 공사 완료에 따른 민원실 재이전 배치 및 운영으로
쾌적하고 편안한 시민친화적 민원서비스 제공

□ 추진개요

- 추진목적 : 시민친화적 민원실 및 청사 개편으로 민원처리 편의성 제고
- 조성면적 : 민원실 및 공용홀 등 2,340㎡(1층 전체면적 3,942㎡ 대비 59.3%)
- 주요내용 : 열린민원실, 쉼터공간 개편 등 리모델링

< 임시민원실 운영개요 >

- ❖ 기간/위치 : '23. 11. 27. ~ '24. 4. 26./부림빌딩 1,2층(661.15㎡)
- ❖ 인원/시간 : 2개 팀(민원처리1·2팀) 17명/ 평일 09:00 ~ 18:00, (화) 09:00 ~ 21:00
- ❖ 주요 업무 : 제증명·자격증 발급(14종), 통합민원 처리(30종), 고충민원·정보공개 접수 등

□ 주요 추진사항

- [열린민원실] 민원실을 **완전 개방형 구조**로 조성해 시민 접근성 강화
- [쉼터공간] **무인카페 및 실내정원** 조성으로 방문 민원인 이용 편의 제고
- [시민/직원보호] 특이·악성 민원 응대를 위한 **별도 민원 상담실** 운영

※ 안전유리, CCTV(16개), 비상벨(2개), 휴대용 보호장비(녹음기, 웨어러블캠 각 5대), 공공안전관(1명) 배치

< 민 원 실 >



< 쉼터공간 >



□ 향후계획

- 열린민원실 본관 1층 운영 관련 대시민 안내 : '24.4월
- 본관 1층 열린민원실 운영 개시 : '24.4.29.

작 성 자

민원담당관 : 김영모 ☎2133-6460

민원기획팀장 : 장정호 ☎6462
민원처리1팀장 : 권미정 ☎7900

담당자 : 현미희 ☎6465
담당자 : 이유민 ☎7908

III. 2023 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

□ 총괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 37 건

○ 조치내역

| 구 | 분 | 계 | 완 료 | 추진 중 | 검토 중 | 미반영 |
|---|------------|----|-----|------|------|-----|
| 계 | 계 | 37 | 28 | 9 | 0 | 0 |
| | 시정· 처리요구사항 | 18 | 14 | 4 | 0 | 0 |
| | 건의 사항 | 11 | 6 | 5 | 0 | 0 |
| | 기타(자료제출 등) | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 |

시정 · 처리 요구사항

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|---|---|
| <p>○ 서울시 각 실국 및 기관의 행정 사무감사 책자에도 신규 브랜드 표시가 되지 않은 사례가 있음. 신규 브랜드에 대한 홍보 방법론이 부족해 보이므로 적극적인 홍보가 필요함 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ '23. 8. 16. 서울 도시브랜드 SEOUL, MY SOUL 발표 후 시 보유매체 홍보, 주요 행사 및 축제 홍보 등 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 포털 업무공지 게시 및 사용계획 공문 배포 등 실국, 사업소 등 안내('23.8.), 시 누리집 및 포털 업무공지 게시('23. 10월) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 실국, 투자출연기관, 공사 등 신규브랜드 사용 등 재안내 ○ 온라인 홍보 콘텐츠 개발 등 지속적 홍보 추진 |
| <p>○ 시 공식 유튜브에 많은 예산이 투입되므로, 젊은층이 공감하고 시민이 즐겁게 보는 유튜브를 만들어야 할 것 (콘텐츠담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 일상생활에 유용한 정책 정보를 담은 기획영상 및 인플루언서 협업 콘텐츠 제작을 통해 시민 공감 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 교통·건강·복지 등 생활 밀접 분야 기획물 제작·확산 - 시정과 어울리는 인플루언서(슈카, 어썸코리아 등)와 협업 강화 - 정보성 중심 숏폼 콘텐츠 주기적으로 제작·확산 ○ 시 유튜브 채널 운영 및 홍보 전략 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 청년층 호기심 유발 섬네일 문구 및 화면이미지 구성 개선 - 유튜브 알고리즘 특성을 활용한 적극 홍보 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 최신 유튜브 트렌드 반영 및 청년층 눈높이에 맞는 기획물 확대, 유명 인플루언서와 협업, 재미있는 숏폼 영상물 제작 확대로 채널 방문과 구독 증대 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|---|---|
| <p>○ 서울시가 시의회에 TBS 지원 폐지조례 연기를 요청했는데, 시에서 발의기간을 놓치고 의회에 요청한 것은 면피성으로 보이며, 시의회에 공식적인 문서 등으로 요청해야 할 것임 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 연장 요청 공문 발송('23.11.9.) <ul style="list-style-type: none"> - TBS 구조조정, 독립 준비절차 이행기간 한시적 지원을 위한 연장 요청 ○ TBS 조례 개정 등 현안사항 市-문체위 간담회 개최('23.11.10.) <ul style="list-style-type: none"> - 조례 시행 후 예상 시나리오 등 TBS 현안사항 보고 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 시의회에 요청사항 등 기관 의견 전달 공문 적기 시행 |
| <p>○ 시정 정기여론조사 중 목적과 다른 여론조사를 실시한 것은 부적절하며, 홍보기획관 사정으로 인해 발생한 과업 축소와 관련 변경계약을 통해 당초 계약금을 낮추는 것 등은 자칫 갑질이라고 할 수 있음. 행감 자료로 제출된 자료와 나라장터에 게시된 3월 작성된 과업지시서 자료가 과업에 대한 내용이 다른 바 문제소지 다분한 만큼 이에 대한 확인 후 보고 필요하며 추후 반복되지 않도록 주의 요망 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ '23년 시정 정기 여론조사 용역 계약 변경 계획 수립('23.12.16) <ul style="list-style-type: none"> - 최초 과업지시서에 없었으나, 기술협상시 진행하기로 합의했던 '이슈 브리핑 보고서' 및 '온라인 빅데이터 분석'은 과업에서 제외 - 시정 정기조사 축소(4회→3회)된 부분을 시정 현안조사 추가(1회) 실시로 조정하여 계약 금액 변동 없음 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ '24년 추진 일정에 따라 시정여론조사 및 현안조사 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 기술협상 시 기존 과업의 품질을 높이는 방향으로 진행 예정 (예: 분석기법, PM 관여도 등) |
| <p>○ TBS 관련 공문서 생산실적이 저조한데 지원대책과 노력한 부분을 문서로 남길 필요가 있음 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 연장 요청 공문 시행('23.11.9.) ○ 2023년 하반기 TBS 지도점검 계획 수립('23.12.12.) ○ TBS 지원 폐지조례 일부 개정계획 수립('23.12.18.) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 관련 市 주요 추진사항은 공문화하여 관리 실시 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|---|--|
| <p>○ 신규 브랜드 개발 용역이 주먹구구식으로 운영됨. 비슷한 과업 시 효율적 집행 필요 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ '22년 추진한 서울 신규 대표브랜드 개발 용역 최종 결과물에 대한 전문가문단 심의 부결로 계약 해지 된 이후 슬로건 선호도 조사 등 과업 변경에 따른 예산 조정으로 계약방식 변경(수의) 추진 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 용역 추진 시 효율적 집행을 위해 과업 관리·감독 철저 |
| <p>○ 국어바르게쓰기위원회 위원 위촉 시 국어학 전공자 또는 서울시정에 식견이 있는 전문가 선정 필요 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 국어바르게쓰기위원회는 「서울시 국어 사용 조례」 제7조에 의거하여 국어 관련 위원으로 위촉하여 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 국어·한글 관련 시민단체 대표 또는 1년 이상 업무 수행한 자 - 대학에서 국어·한글 관련 학과의 전임교원 이상으로 재직한 자 - 국어·한글 관련 연구기관에서 연구위원 이상으로 재직한 자 - 국어를 사용해 창작 집필 활동을 하는 자 - 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 자 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 우리시 올바른 국어 사용 문화를 위해 자문 등 위원회 적극 활용 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|--|--|
| <p>○ TBS 폐지조례 발의 이후 1년 이상의 기간 동안 공정방송과 독립경영을 위한 어떤 노력을 했는지, 6개월 연장 요청은 특별한 사정 없이 의회의 결정을 무시한 처사임</p> <p>- TBS가 망가진 부분에 대해 서울시가 아무 조치도 하지 않은 것이며, 서울시가 책임져야 할 사안이지 시의회가 책임져야 할 사안이 아님 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ (TBS/市) 독립경영의 선결과제인 공정방송으로의 전환을 우선적으로 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 공정성 논란 프로그램 폐지 : '22.12.30. - 대표이사, 이사장 등 이사진 전면교체 : '23.2월~ - 실본부장 교체, 콘텐츠심의팀 대표직속 배치 등 : '23.3월/5월 - 공정성 회복 및 인사·조직 쇄신의 혁신안 마련 : '23.6월 - 방송출연제한심사위원회 구성 추진 : '23.11월~ - 1~3차 조기희망퇴직 실시(총 37명) : '23.11~12월 ○ (市) 출연기관 지정해제 전 추가적 준비시간이 필요함에 따라 해당기간 인건비, 퇴직급여 등 미지급 방지를 위한 조례 개정 추진(~'23.12월) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 유예기간 TBS 인건비 및 퇴직금 등 재정지원 및 내규 정비 등 행정지원 실시 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|--|---|
| <p>○ TBS 지원 폐지 조례안 통과 후 시행만이 남은 상황에서 TBS 지원 폐지 조례안 연기 요청을 한 행위는 의회 결정을 기만한 행동임. 또한, 홍보기획관이 TBS 독립경영을 위한 행정을 보인적 없는 TBS에 대한 한시적인 지원이 의미가 있는 것인지 의문임 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ (TBS/市) 독립경영의 선결과제인 공정방송으로의 전환을 우선적으로 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 공정성 논란 프로그램 폐지 : '22.12.30. - 대표이사, 이사장 등 이사진 전면교체 : '23.2월~ - 실본부장 교체, 콘텐츠심의팀 대표직속 배치 등 : '23.3월/5월 - 공정성 회복 및 인사·조직 쇄신의 혁신안 마련 : '23.6월 - 방송출연제한심사위원회 구성 추진 : '23.11월~ - 1~3차 조기희망퇴직 실시(총 37명) : '23.11~12월 ○ (市) 출연기관 지정해제 전 추가적 준비시간이 필요함에 따라 해당기간 인건비, 퇴직급여 등 미지급 방지를 위한 조례 개정 추진(~'23.12.) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 출연기관 지정해제 전 준비시간 동안 자립운영 방안 강구 |
| <p>○ 누리집 전자책이 별도 등록기준이 없어 전반적 관리 체계가 부실한 데 적극적인 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 전자책 솔루션 업그레이드 : '23.12월 <ul style="list-style-type: none"> - 보안강화 및 반응형 디자인 등 ○ 전자책 누리집 운영 방식 변경 계획 수립 : '24. 3월 <ul style="list-style-type: none"> - 개별 누리집에서 활용 제공하는 방식으로 운영형태 변경 - 서울시 발간자료는 서울도서관에서 체계적으로 관리하고 있으므로 현재 서울시 전자책 보유 원문 서울도서관으로 이관 협조 - 업무부서 e-book 변환 권한부여 및 이북 메인 페이지 운영중단 ○ 누리집 서비스 중단 및 운영형태 변경 부서 공지 : '24. 3월 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 개별 누리집에서 활용할 수 있는 솔루션으로 운영지원 지속 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|--|---|
| <p>○ 페이스북 팔로잉 계정에 대한 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시 공식 페이스북 팔로우 계정 목록 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 비활성 계정(이용 중지 및 이용자 하락 등) 삭제(7개) - 정부기관 및 자치구 계정 추가(6개) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 팔로잉 목록 상시 모니터링 및 계기별 추가·삭제 등 정비 지속 |
| <p>○ '22.6월 국어바르게쓰기위원회에서 저출산을 저출생으로 변경하는 것을 의결하고 고시하였는데, 사회적 합의가 되지 않은 단어를 소수인원이 결정하는 것은 문제임 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 자체 순화어 선정이 국립국어원의 '다듬은 말' 선정과 중복되며 시민에게 혼란을 야기할 우려가 있다고 판단 ○ 2022년 7월부터는 순화어 선정 및 고시 미진행 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 국립국어원의 '다듬은 말', '쉬운 우리말을 쓰자' 누리집 안내 및 활용 독려를 통해 올바른 국어 사용 문화 조성을 위한 노력 지속 |
| <p>○ 서울시 신규 브랜드 선정 및 굿즈 디자인 기획 등 서울시 홍보 강화를 위한 방안으로 서울시 명예시장을 적극 활용하기 바람 (홍보담당관, 서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 명예시장 회의시 서울시 주요사업을 안건으로 상정하여 관련 아이디어를 제안받고 의견을 수렴 중임 <ul style="list-style-type: none"> ※ 제6기 명예시장 위촉식에 신규브랜드 홍보물 상영('23.8.) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 사업 및 홍보 추진 시, 관련 분야 명예시장의 전문성과 경험을 적극 활용(자문, 아이디어 제안 등)하도록 하겠음 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|---|--|
| <p>○ 서울시 유튜브 ‘해치TV’ 채널의 실적이 매우 저조함. 캐릭터 디자인 변경만으로 채널 홍보가 극대화될 것인지 의문이므로 이를 제고하고, 다양한 방면으로 활성화 방안을 마련하기 바람 (콘텐츠담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 해치 캐릭터의 낮은 인지도 제고 등 해치 캐릭터 재디자인 개발 필요성에 따라 기존 해치캐릭터를 활용한 해치TV 채널 운영 중단('23.7.31.) ○ 서울브랜드담당관 해치 캐릭터 재디자인 및 콘텐츠 개발 (23.11월~24.5.1.) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 신규 해치 홍보 마케팅 계획에 따라 해치를 활용한 유튜브 채널의 운영 필요성 검토 |
| <p>○ TBS 폐지 조례안을 통과시킨 서울시의회에“TBS 폐지 조례 연기”를 요청한 것은 무의미한 일임. 국정감사를 통해 진행됐어야 함에도 기간이 지나 서울시의회에 요청한 것이 공정한 행위라고 볼 수 없음 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 지원 폐지조례는 다수의 시의원이 공동 발의한 안건으로 조례 연장은 시의회와의 사전협의를 반드시 필요한 사항이라 판단 ○ 국정감사 이전부터 시의회와 지속 논의하였고, 최종적으로 시장발의로 조례 개정 추진(시의회 의결 '23.12.22) - 개정조례안 : TBS 지원 폐지조례 시행일 5개월 유예('24.6.1.시행) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 조례 개정 등 시의회 안건 상정시 상정기한 준수 철저 |
| <p>○ ‘TBS 지원 폐지 조례안 연기’요청 의사를 보도자료로 밝힌 것은 부적절한 행위임. 정식으로 서울시의회에 요청하기 바람 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 연장 요청 공문 발송('23.11.9.) - TBS 구조조정, 독립 준비절차 이행기간 한시적 지원을 위한 연장 요청 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 시의회에 요청사항 등 기관 의견 전달 공문 적기 시행 |

| 시정 및 처리 요구사항 | 조치결과 및 향후추진계획 |
|--|--|
| <p>○ 서울시 SNS계정 게시물에 서울시와 무관한 교육, 사기업 브랜드, 노출사진 등 서울시가 무분별하게 태그되어 홍보되는 일이 없도록 지속적인 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시 공식 인스타그램이 태그된 게시물 목록 정비 <ul style="list-style-type: none"> ※ 다양한 이용자와의 소통 활성화라는 SNS 취지에 부합하도록 혐오성 게시물(욕설, 음란물 등) 계정 위주로 태그 제한 추진 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 목록 상시 모니터링 및 계기별 추가·삭제 등 정비 지속 |
| <p>○ 토너구입 관련 견적서, 비교견적서 비교 시 견적금액이 낮았음. 그러나 동일제품이 인터넷에서 훨씬 저렴한 금액으로 판매되는 등 합리적인 구매가 이루어지지 않고 있는 바 구매 지출에 있어 합리적인 계획 및 소비가 이루어질 수 있도록 노력 요망 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 토너 등 복합기 소모품은 공식 제조업체로부터 정품을 납품받은 업체를 통해 구매이며, 소모품복합기 수리 및 노후부품 교체 등 사후 지원 서비스도 함께 제공중 ○ 공식제조업체를 통하지 않은 인터넷 최저가 쇼핑몰의 경우 정품 여부 확인 어려우며, 고장시 AS 처리 등 애로 발생 가능 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 정품 인증 업체간 비교견적 등 합리적인 소모품 구매 추진 |

건의사항

| 건의사항 | 조치결과 |
|--|---|
| <p>○ 지자체 운영 박물관에는 기념품이 있으니 신규브랜드 확산을 위해 기념품을 만들어 판매하는 방안 등을 검토하길 바람 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울의 도시이미지 및 경쟁력 제고를 위해 신규브랜드 등 서울 상징물을 활용한 굿즈 제작, 판매 추진 중 ※ 광화문 크리스마스 마켓, DDP 디자인 스토어 등 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울 도시브랜드 및 해치 등 서울 상징물 굿즈 제작 및 판매 지속 추진 - 서울관광재단, 서울디자인 재단과 협업하여 분야별 굿즈 제작, 판매 |
| <p>○ 지역신문을 최대한 활용할 수 있도록 발행 33년간의 주요 이슈 등을 모아서 행사하는 방안 검토 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 매년 진행되는 ‘지역신문의 날’ 행사 후원 등 지역신문 지원 방안 다각도로 검토 추진 ○ 시정 광고 집행으로 지역신문의 안정적 운영 지원 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 지역신문 매체별 시정 광고 집행 방식을 통해 운영 지원 중 |
| <p>○ 토너구입 시 인터넷 최저가로 구매하거나 한꺼번에 통합 발주 하는 등 고민 필요 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 토너 등 복합기 소모품은 공식 제조업체로부터 정품을 납품받은 업체를 통한 구매이며, 소모품복합기 수리 및 노후부품 교체 등 사후 지원 서비스도 함께 제공중 ○ 공식 제조업체를 통하지 않은 인터넷 최저가 쇼핑물의 경우 정품 여부 확인 어려우며, 고장시 AS 처리 등 애로 발생 가능 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 정품 인증 업체간 비교견적 등 합리적인 소모품 구매 추진 |

| 건의사항 | 조치결과 |
|--|--|
| <p>○ 홍보대사별로 활동 실적이 차이가 있는데, 활동 지침을 마련하거나 활동 내역이 저조한 분들의 임기는 만료를 앞당기는 방안 필요 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 임기 만료된 홍보대사 중 활동이 저조한 홍보대사는 임기 만료를 안내하고, 활동 우수한 홍보대사를 대상으로 연임 추진 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 주요 역점사업 및 각 실·국·본부 별 사업 등을 연결하여 시정 홍보활동에 적극적으로 참여할 수 있는 기회 마련 |
| <p>○ 명예시장 선정 심사 시 검증 절차 필요하며 개혁 필요 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 명예시장 선발시 시민, 부서 추천받은 후보자를 대상으로 이력서를 제출받은 후, 선발심사위원회에서 최종선발하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 명예시장 추천시 해촉사유(품위손상 등) 해당여부를 확인하여 추천토록 공고하고, 언론기사 및 관련 홈페이지를 통해 후보자의 특이사항을 확인하고 있음 ※ (선발기준) 분야별 대표성 또는 상징성, 전문지식과 경험이 풍부한 자 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 차기 명예시장 선발시 명예시장 역할에 적합한 자를 선발할 수 있도록 후보자 대상 서약서를 징구하는 등 검증 절차 추가 검토 ○ 아울러, 분야별 특성에 맞춰 명예시장의 적극적인 활동이 가능한 자가 선정될 수 있도록 선발 대상 탄력적 운영 검토 |

| 건의사항 | 조치결과 |
|--|---|
| <p>○ 해치 캐릭터 리디자인에 예산 3억이 투입되므로 다양한 콘텐츠로 쓰일 수 있도록 반드시 성공시킬 것 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 캐릭터 재디자인 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 메인캐릭터 1종, 서브캐릭터 4종, 로고 등 디자인 ○ 캐릭터 디자인 활용한 콘텐츠 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 인스타툰, 숏폼, 이모티콘 등 제작 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 해치와 소울프렌즈 캐릭터를 활용한 효과적인 마케팅 추진 |
| <p>○ 해치 리디자인 용역에 세금이 투입되는데 상상의 동물이니, 관광객·시민에게 와닿도록 개발 요청 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 캐릭터 ‘해치’ 재디자인 개발 및 발표(’24.2.1.) <ul style="list-style-type: none"> - 메인캐릭터 ‘해치’1종, 서브캐릭터(청룡,백호,주작,현무)4종 개발 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 공감형 스토리와 함께 찾아가는 시민 참여 이벤트로 서울시 캐릭터 해치의 지속적 홍보 추진 |
| <p>○ 세입 미수납액 징수에 노력할 것 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 38세금징수과와 협력하여 체납고지서 발행 및 납부 독려 중 <ul style="list-style-type: none"> - (보조금) 독촉 1회(’21.3월), 압류 1회(’21.4월), 체납고지 5회(’21.3, 4월/’22.11월/’23.6,10월) - (그외수입) 독촉 1회(’19.6월), 체납고지 9회(’20.3,6,9,10,12월/’21.4월/’22.11월/’23.6,10월) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 미수납액 징수를 위해 체납 고지 및 독려 지속 추진 |

| 건의사항 | 조치결과 |
|--|---|
| <p>○ 서울사랑 홈페이지를 통한 구독을 홍보해서 이북 이용 활성화 필요 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 홈페이지 개편을 통해 온라인 소식지 및 전자책 구독 신청 편의성 증대 및 구독 신청 이벤트로 구독자 확대 추진('23.12월) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 홈페이지 및 온라인 소식지를 통해 구독 홍보 상시 추진 |
| <p>○ 신규 브랜드 관련, 1년간 3억을 투입해 발표한 브랜드가 기존 관광브랜드의 변형 수준으로 불필요한 행정력과 예산 낭비가 발생하였음. 예산이 낭비되지 않도록 노력할 것 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 디자인 공모전 및 선호도 조사를 통해 한글디자인에 대한 시민 선호를 반영하고, 디자인 전문가 자문을 통해 완성도 높은 디자인을 위해 기존 관광브랜드를 발전시켜 보완 ○ 1년여의 개발 과정 전반에 걸쳐 신규 브랜드 슬로건 선호도 조사 등 다양한 방식으로 시민 여론을 수렴하여 국내외 총 85만여명의 참여라는 유의미한 결과 도출 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울 도시브랜드 SEOUL, MY SOUL 의 인지도 및 서울 도시경쟁력 제고를 위해 다양한 홍보를 통한 확산 추진 |
| <p>○ 해외 홍보 도시 마케팅사업으로 홍보 결과를 확인할 수 없는 예산 사용은 지양하기 바람 (서울브랜드담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진중</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보 성과 창출 가능한 전략적 마케팅 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 해외 프로모션 참여자수, 방송 송출수, 조회수 등 관리 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 참여자수, 방송 조회수 등 홍보결과에 대한 성과관리를 통해 효율적인 해외 홍보 마케팅 추진 |

기 타 사 항

| 자료제출 등 기타사항 | 조 치 결 과 |
|---|--|
| <p>○ 응답소 민원 제출 시 기피 부서를 지정했는데 답변 못 받고 종료되었다는 시민 제보가 들어옴. 앞으로 기피 요청 관련하여 불가피할 경우 그 사유를 잘 안내하길 바랍 (민원담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 기피 대상 부서에서 민원 처리를 하는 경우, 반드시 그 사유를 민원 답변에 포함하여 작성하도록 응답소 시스템에 민원 답변 처리 안내문으로 공지 중임</p> |
| <p>○ 서울시 힐링센터 최근 3년간 이용 실적 (민원담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)</p> |
| <p>○ 국어바르게쓰기 위원회 및 서울브랜드위원회 회의록 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)</p> |
| <p>○ 2023년 시정 정기여론조사 과업 지시서 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)</p> |
| <p>○ 법인카드 추가 보완자료 : 멀티지엔에스 100만원 이상 결제건 전적 / 비교 전적 / 매출전표 (홍보담당관)</p> | <p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획</p> <p>○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)</p> |

| 자료제출 등 기타사항 | 조 치 결 과 |
|--|---|
| ○ 최근 3년간 유해사이트 차단 신청 목록 (홍보담당관) | <input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 추후 의정활동시스템을 통해 별도 요청시 제출하기로 협의 |
| ○ TBS 관련 : 임원 교체명단, 조직 개편 내용, 퇴직자 명단 (홍보담당관) | <input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.) |
| ○ TBS 관련 : 1월 1일부로 지원이 끊기게 됐을 때 TBS의 법적 지위, 주피수, 내부구조는 어떻게 되는지 정리 (홍보담당관) | <input type="checkbox"/> 추진상황 : 추진완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 10.) |