

SEOUL M! SOUL

주요업무보고

2024. 11.

홍보기획관

조직 및 일반현황 (2024. 10. 15. 기준)

조직

1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

인력

140명/136명 (정원/현원)

구분	총계		행정직군		기술직군		전문경력관		관리운영직군		임기제	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	140	136	94	95	4	4	1	1	5	4	36	32
홍보담당관	46	46	30	30	2	2	-	-	1	2	13	12
콘텐츠담당관	40	37	20	20	-	-	1	1	-	-	19	16
서울브랜드담당관	19	20	16	17	-	-	-	-	-	-	3	3
민원담당관	35	33	28	28	2	2	-	-	4	2	1	1

※ 별도정원 : 시간선택제 임기제 19명 (홍보 2, 콘텐츠 7, 브랜드 1, 민원 9)

주요기능

홍보담당관

홍 보 기 획 팀

· 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

홍 보 전 략 팀

· 주요 시책 홍보 전략 기획, 홍보물 기획

트 렌 드 분 석 팀

· 정책 여론조사 및 소셜 빅데이터 분석

방 송 협 력 팀

· 방송 협력 시정 정보 제공, 미디어재단 지도·감독

매 체 관 리 팀

· 홍보 매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

매 거 진 팀

· 서울사랑 발간, 홍보대사 운영, 공공 언어 개선

현 장 홍 보 팀

· 시민청 및 명예시장 운영, 서울시보 발행

콘텐츠담당관

미 디 어 기 획 팀

· 신규사업 기획·포털(카톡)협업, 인터넷 언론광고 등

콘 텐 츠제 작 1 팀

· 유튜브 운영, 시청 방송 등 제작

콘 텐 츠제 작 2 팀

· SNS, 블로그, 블로그메이트 등 운영

미 디 어 채 널 팀

· 내손안에서올 뉴스레터 메일링 등 구독서비스 강화

홈 페 이 지 팀

· 서울시 누리집 운영 및 공공앱, 시민제안플랫폼 관리

서울브랜드담당관

브 랜 드 기 획 팀

· 서울 도시 브랜드 개발 및 확산 등

캐 린 터 마 케 팅 팀

· 캐릭터 마케팅 기획 및 실행, 민관협력 추진 등

해 외 마 케 팅 팀

· 시 대표 외국어 홈페이지, SNS 운영, 해외 현지 프로모션

민원담당관

민 원 기 획 팀

· 민원행정서비스 품질관리 및 개선, 120다산콜재단 지도·감독

응 답 소 팀

· 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

민 원 처 리 1 팀

· 서식민원 등 접수, 제증명 발급

민 원 처 리 2 팀

· 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

직 소 민 원 팀

· ‘시장에게 바란다’ 운영, 방문 및 전화 등 직소민원 응대·처리

예 산 784*억 원 중 567억 원 집행 (집행률 72.3%)

* 예산현액 : 본예산 및 추경 예산(68,659백만원)+이월액(488백만원)+예비비(9,297백만원)

(2024. 10. 15. 기준, 단위 : 천원)

부서/사업명		예산현액 (A)	원인행위액 (B)	집행액 (C)	집행률 (C/A)
홍보기획관 합계		78,444,988	61,933,385	56,750,355	72.3%
	사업예산	77,757,481	61,296,672	56,113,642	72.2%
	기본경비(행정운영경비)	687,507	636,713	636,713	92.6%
홍보담당관		26,376,103	20,633,040	18,861,234	71.5%
시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현		25,896,422	20,204,153	18,432,347	71.2%
	언론매체를 통한 시정정보제공	6,518,892	3,577,482	3,577,482	54.9%
	미디어재단 TBS 출연금	9,297,697	9,297,697	9,297,697	100.0%
	소통관리 및 시정정보 제공	5,613,989	3,792,257	2,997,962	53.4%
	시민청 운영	1,262,200	1,245,998	1,009,003	79.9%
	시민청 공간 개편	1,202,050	388,700	117,100	9.7%
	현장소통 프로그램 운영	58,268	18,468	18,468	31.7%
	시정여론조사 운영	468,992	466,779	312,067	66.5%
	시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영	671,314	621,180	442,850	66.0%
	어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영	438,000	437,000	305,364	69.7%
	서울특별시보 발행	71,000	66,491	62,253	87.7%
	서울 시청자미디어센터 운영 지원	294,020	292,100	292,100	99.3%
기본경비(행정운영경비)		479,681	428,887	428,887	89.4%
콘텐츠담당관		9,821,344	7,806,297	6,166,836	62.8%
뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화		9,254,574	7,300,697	5,854,696	63.3%
	소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	776,040	488,090	450,590	58.1%
	시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	166,700	115,928	115,928	69.5%
	서울시청 방송운영	110,500	78,463	68,823	62.3%
	시정 영상물 제작·관리	359,470	286,621	281,221	78.2%
	뉴미디어 웹사이트 운영	2,065,735	1,749,355	1,316,835	63.7%

(2024. 10. 15. 기준, 단위 : 천원)

부서/사업명		예산현액 (A)	원인행위액 (B)	집행액 (C)	집행률 (C/A)
	서울시 누리집 운영	1,677,439	1,674,839	1,124,106	67.0%
	누리집 관리체계 운영	430,913	404,880	200,450	46.5%
	민간포털 협력 마케팅	1,371,396	999,928	999,928	72.9%
	인터넷언론사 활용 시정안내	764,559	472,940	472,940	61.9%
	뉴미디어 전략 마케팅	1,531,822	1,029,653	823,875	53.8%
시민참여 활성화		501,700	440,530	247,070	49.2%
	시민참여 활성화 추진	200,700	164,530	109,070	54.3%
	시민참여 플랫폼 운영·관리	301,000	276,000	138,000	45.8%
기본경비(행정운영경비)		65,070	65,070	65,070	100.0%
서울브랜드담당관		8,620,417	7,011,486	5,747,826	66.7%
시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고		8,581,044	6,972,113	5,708,453	66.5%
	해외 홍보 도시 마케팅	3,132,900	2,336,619	2,236,619	71.4%
	온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,054,750	1,756,450	1,070,040	52.1%
	서울 상징물 활용 도시 홍보	3,393,394	2,879,044	2,401,794	70.8%
기본경비(행정운영경비)		39,373	39,373	39,373	100.0%
민원담당관		33,627,124	26,482,562	25,974,459	77.2%
시민중심의 민원행정서비스 제공		33,523,741	26,379,179	25,871,076	77.2%
	일반여권발급업무대행	1,060,737	1,060,737	1,060,737	100.0%
	민원서비스 품질관리 및 시상	223,762	159,578	105,539	47.2%
	통합민원 처리 및 열린민원실 운영	20,758	20,358	20,358	98.1%
	120다산콜재단 출연금	30,764,458	23,751,196	23,751,196	77.2%
	민원제안통합관리시스템 운영	1,454,026	1,387,310	933,246	64.2%
기본경비(행정운영경비)		103,383	103,383	103,383	100.0%

II . 2024 비전 및 목표

비 전

시민과 함께 만들고 누리는 「동행·매력 특별시 서울」

목 표

전략적 홍보 강화로
시민이 체감하는 시정 구현

전 략 및 과 제

다양한 매체 활용을 통한
정책 효과성 제고

- 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산
- 시민과 함께하는 시정 구현
- 서울사랑 및 내친구서울 제작
- 소통·문화 공간, 시민청 운영

콘텐츠 다각화를 통한
미디어 트렌드 적기 대응

- 콘텐츠 강화 및 소셜매체 전략적 활용
- 市 대표 웹서비스 채널 강화
- 시민참여, 민간협력 통한 시정정보 제공

서울상징물을 활용한
도시경쟁력 제고

- 서울 상징물 홍보 및 확산
- 도시경쟁력 제고를 위한 해외마케팅
- 외국어 매체 활용 시정 홍보

시민 중심의
민원행정서비스 제공

- 민원응대 품질관리
- 응답소시스템 기능개선 및 운영
- 열린민원실 운영

III. 주요업무 추진현황

1. 다양한 매체 활용을 통한 정책 효과성 제고
2. 콘텐츠 다각화를 통한 미디어 트렌드 적기 대응
3. 서울 상징물을 활용한 도시경쟁력 제고
4. 시민 중심의 민원행정서비스 제공

1. 다양한 매체 활용을 통한 정책 효과성 제고

① 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산

② 시민과 함께하는 시정 구현

③ 서울사랑 및 내친구서울 제작

④ 소통 · 문화 공간, 시민청 운영

시 홍보매체 및 언론매체 활용해 시정 정보와 시민 편의정보를 시의성 있게 확산함으로써 대시민 이해도 제고 및 참여 유도

□ 사업개요

- 매체종류 : 시 홍보매체 및 언론매체 활용 주요 시정 정보 제공
 - 홍보매체 : 市 보유매체 및 민간·유관 기관 협력매체(인쇄·영상)
 - 언론매체 : 인쇄매체(신문·잡지 등) 및 방송매체(TV·라디오 등)
- 사업내용 : 매체별 특성에 따른 주요 시정 정보 및 시민밀착형 정보 제공

□ '24년 추진실적

전략적 매체활용 다양한 홍보·언론매체를 통한 시기별 주요 정책 집중 확산

주요 홍보사업 [1월] 서울런 [2월] 해치와 소울프렌즈, 손목닥터9988 [3월] 서울페스타 [4월] 야외도서관, 국제정원박람회 [5월] 한강 쉬엄쉬엄 축제, 한강기획홍보 [6월] 안심소득 네이밍 [7월] 야외도서관 여름편, 안심벨, 서울런 확대 [8월] 마약근절, 기동카 확대 [9월] 특별함이 일상이 되는 서울, 스마트라이프워크 [10월] 디딤돌소득, 지역상생홍보 등

- **[홍보매체]** 시민접점매체인 市 보유매체 및 협력매체를 통한 정책인지도 제고
 - [인쇄매체(40천여면)] 지하철역사, 전동차내부, 시내버스, 구두수선대·가로판매대 등
 - [영상매체(12천여면)] 시민게시판, 지하철역사 미디어보드, 민간옥외전광판 등



안심소득 네이밍(6월) 안심벨(7월) 마약근절(8월) 특별함이 일상이 되는 서울(9월) 디딤돌소득(10월)

- **[언론매체]** 신문·방송 등 언론매체를 활용해 매체 특성에 맞는 맞춤 정보 제공
 - [인쇄매체] 일간지 및 주·월간지 등을 통한 대상자별 맞춤 정보 제공(15개 사업, 296회)
 - [방송협력] TV·라디오 협찬방송 및 광고를 통한 시정정보 제공(협찬방송 61회 및 광고 4,170회)



MBN '엄지의제왕' EBS '지식채널e' SBS '동상이몽' SBS '모닝와이드' KBS '동네한바퀴'

작 성 자

홍보담당관 : 김홍찬 ☎2133-6405

홍보기획팀장 : 김현정 ☎6407

매체홍보팀장 : 이주영 ☎6425

방송홍보팀장 : 이윤지 ☎6433

담당자 : 유성원 ☎6413

담당자 : 박철민 ☎6410

담당자 : 차현주 ☎6436

매체 발굴·확대 자체매체 **홍보 효과성 강화** 및 **협력매체 추가 확보** 노력

○ **민간 전광판·버스정류소 등 민간 보유매체 공익광고면 추가 확보**

- 코엑스 일대, 강남 미디어폴 등 주목도 높은 옥외전광판 56개소 확대(기존 123개→현재 179개)
- 강남대로, 홍대입구 등 유동인구가 많은 버스정류소 市 공익광고면 총 1,025면 확보



강남 미디어폴



코엑스 아티움



○ **시민 접점에서 시정정보 신속 확산을 위한 신규 매체 발굴**

- 움직이는 광고판 택시 상단등 LCD모니터 총 1,776대 홍보 매체 확보
- 영유아 대표 모바일 알림장 키즈노트 APP 내 '서울시 홍보 게시판' 개설

○ **시청사 외벽 시민게시판(LED전광판) 교체로 고품질 시정 콘텐츠 적시 제공**

- 급변하는 디지털 환경 대응 및 효과적인 홍보를 목적으로 노후 된 시민게시판 교체 완료
- 시기별 주요 시정 홍보 영상 콘텐츠 및 적기 안내가 필요한 재난 정보 제공

○ **공공·민간 공사장 가림벽 발굴·활용을 통한 시정 홍보 강화('24년 연중)**

- 디지털 취약 시민에 대한 정보 제공 강화를 위해 자치구와 협력 추진('24년 4월)
- ※ 20개 자치구 완료(11개 부착, 9개 확보), 5개 자치구 부지 선정 중



택시 LCD모니터



키즈노트 홍보 게시판



시민게시판



공사장 가림벽

매체 개방·공유 시민, 기업, 타 지자체 등을 대상으로 시 보유 매체 개방·공유

○ 대시민 감성 소통 채널 '서울 꿈새김판' 운영



추석편 꿈새김판



가을편 꿈새김판

○ **홍보 매체 시민 개방** 통한 영세 소상공인·비영리단체 등 홍보 지원

- 인쇄 디자인 및 영상물 제작, 시 보유매체 활용 홍보 지원(상반기 15개 단체)

○ 서울-지방 간의 상생 발전을 위한 '**지역 상생 홍보관**' 운영

- 지방 명소축제·정보 등 홍보 지원(136개 지자체 총 1,149개 영상포스터 송출, 10. 15.기준)

□ '24년 향후계획

○ **매체별·타깃별** 특성 고려하여 민선 8기 시정 **핵심 사업 전략적 홍보** 추진

- [홍보매체] 매체별 특성을 활용한 시 주요사업 홍보 활동 지속 추진
- [인쇄매체] 영향력 높은 일간지, 생활밀착형 지역지 등 구독층 맞춤형 광고 추진
- [방송협력] TV 다큐, 예능, 정보프로그램 등을 통한 세대·대상별 시정정보 제공

○ 주요 시정 및 시민 생활 정보 적시 제공을 위한 **가용 매체 확대 노력**

- 시민 접점에서 시정정보를 신속 확산하기 위한 신규매체 지속 발굴

○ **영향력 있는 시 보유 매체 개방·공유** 지속 추진

- 시민·기업을 대상으로 시 보유 매체 활용 기회를 제공하여 시민 만족도 향상 도모
- 지역상생홍보관 운영으로 서울-지방 간 교류협력 관계 강화 및 지역경제 활성화 지원

시민을 통한 시정 홍보 확산, 현장 의견 수렴 등 시민과 함께하는 다양한 시정 활동을 통해 市 정책에 대한 만족도 제고

□ 사업개요

- 목 적 : 현장중심의 다양한 시민의견을 수렴, 정책반영 및 서비스 개선
- 내 용 : ‘홍보대사’, ‘명예시장’, ‘시청자미디어센터’ 운영 등

□ '24년 추진실적

- 유명인·각 분야 전문 유튜버 등을 홍보대사로 활용한 **시정 홍보** 활동 추진
 - 실·국 역점사업 홍보에 적합한 홍보대사 지원으로 효과적인 시정 홍보 전개
- 사회변화에 맞춰 명예시장 **운영 분야 개편**, 제7기 **명예시장** 선발 추진
 - 초저출생, 초고령화 등에 따라 인구저출생, 고령사회, 미래세대 등 19개 분야 선정
※ 명예시장 후보자 부서·시민 추천자 공개 모집 실시(10.4.~10.21./ 홈페이지)
- 시민 미디어 역량 강화를 위한 **시청자미디어센터** 운영 지원
 - 방송제작 참여 및 미디어 체험 지원(94,003명), 학교미디어 교육지원(22개교) 등

□ '24년 향후계획

- 홍보대사 **신규 위촉** 추진 및 분야별 **역점 사업 홍보** 활동 지원
 - 여론, 트렌드 등을 고려해 홍보대사를 신규 위촉하고, 원타 등 하반기 홍보 지속
- 선발심사위원회를 거쳐 제7기 명예시장 **선발·위촉**(11월~)
 - 시정참여를 통한 분야별 정책 자문 실시 및 소통·홍보활동 지원
- 유아, 청소년 등 대상별 맞춤형 **미디어 교육 및 참여 지원** 지속

작 성 자

홍보담당관 : 김홍찬 ☎2133-6405

매거진팀장 : 김지원 ☎6438

현장홍보팀장 : 남경식 ☎6415

방송협력팀장 : 이윤지 ☎6433

담당자 : 이지나 ☎6417

담당자 : 박지혜 ☎6457

담당자 : 안주희 ☎6442

市 소식지 발간을 통해 시정을 효과적으로 알리고, 시민 생활에 유용한 정보를 제공하여 시민 편의 증진 및 소통 활성화

□ 사업개요

구 분	서울사랑	내친구서울
매체유형	시정 종합월간지('02.10.창간)	어린이신문('01.3.창간)
발행부수	2만부/월	28.3만부/회
발행시기	12회/년	6회/년
배 부 처	시 산하기관, 다중이용시설 및 개인구독자 등	시 초등학교, 우리동네키움센터 등
주요내용	안전·복지·경제·문화 등 시정 및 생활정보	서울의 역사·문화, 서울소식, 취재기사 등
사 업 비	671백만원	438백만원

□ '24년 추진실적

- [서울사랑] '동행·매력 특별시 서울' 집중 기획 및 리뉴얼
 - 교통, 건강, 돌봄, 안심, 안전, 청년, 문화 등 주요 정책 특별 기획(연중)
 - 서울의 브랜드 가치 높이고 서울사랑 정체성 재정립하는 리뉴얼 추진(6월)
- [내친구서울] 어린이신문 발행 및 유아용 신문 '새싹판' 신규 제작·배부
 - 해치와 소울프렌즈, 야외도서관, 서울둘레길, 기후동행카드 등 서울 정보 제공(3/6월/여름호/9월호)
 - [어린이기자단(688명)] 발대식 개최(4월), 탐방취재 등 기자활동 실시(3월~, 12회)
 - [유아 대상 '새싹판' 발간(5월/8월/10월)] 유아 콘텐츠 및 탄생 응원 정책 소개

□ '24년 향후계획

- 서울시 핵심 정책 및 생활정보 제공, 독자 이벤트, 뉴스레터 발행 등(11월 호~)
- 어린이기자단 탐방취재 활동 운영 및 어린이 맞춤형 서울시정 소식 제공

작 성 자

홍보담당관 : 김홍찬 ☎2133-6405

매거진팀장: 김지원 ☎6438

담당: 송영미 ☎6430

시청 시민청에서 다양한 문화프로그램을 운영하여 시민 교류 확대 및 문화 향유 기회를 증진하고 서울갤러리 조성을 위한 공간 개편

□ 사업개요

구 분	시청 시민청 운영	시청 시민청 공간 개편
사업 기간	'24.1.1. ~ 10.31.	'24.1.1. ~ '25.12.31.
사업 내용	공연, 전시, 교육 프로그램 운영 및 공간 대관	기존 시설 철거 및 서울갤러리 조성
사업비('24년)	1,207백만원	1,202백만원

□ '24년 추진실적

- **[공간운영]** 활력콘서트 등 다양한 문화프로그램 운영 및 공간대관
 - 방문객: 828,720명(일평균 3,572명), 프로그램: 181건, 공간대관: 968건 ※ 9월말 기준
- **[안전관리]** 안전·보건계획 수립(1월), 안전협의체 운영(월1회) 등
- **[공간개편]** 설계용역 계약 및 진행(7월~), 투자심사 완료(9월, 2단계 심사 결과 적정)



<활력콘서트>



<시즌프로그램>



<수요창작소>



<화요시네마>

□ '24년 향후계획

- **[공간개편]** 설계용역('24.7~'25.1월), 철거공사('24.11~12월), 리모델링 공사('25.1~12월)

작 성 자

홍보담당관 : 김홍찬 ☎2133-6405

현장홍보팀장 : 남경식 ☎6415

담당자 : 서성열 ☎6419

2. 콘텐츠 다각화를 통한 미디어 트렌드 적기 대응

① 콘텐츠 강화 및 소셜 매체 전략적 활용

② 市 대표 웹서비스 채널 강화

③ 시민참여, 민간협력을 통한 시정정보 제공

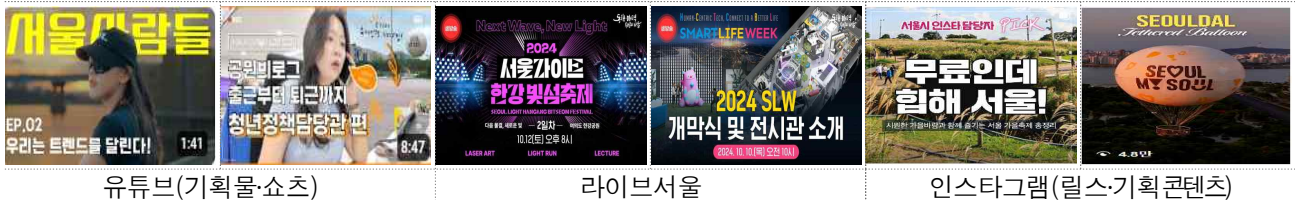
주요 시책 및 이슈에 대하여 정보 확산이 빠른 소셜 매체별 특성에 맞춰 차별화된 콘텐츠 제작을 강화함으로써 시민의 관심과 참여 유도

□ 사업개요

- 목 적 : 유튜브·SNS·블로그 등 소셜 미디어 활용 시정 정보 제공
- 내 용 : 미디어 트렌드에 따른 콘텐츠 강화 및 매체의 전략적 활용

□ '24년 추진실적

- 온라인 채널을 통한 주요 시정 정보의 빠른 확산으로 시민 참여 유도
 - 매체 영향력 있는 인플루언서 협업, 자체 제작 확대, 트렌디한 유튜브 영상 확산 총421건(425만회 조회)
 - 긴급 이슈 비롯 축제행사 등의 정보를 SNS의 감각적 콘텐츠로 신속 확산 총2,347건(총6.9천만회 조회)
 - 주요 시정 정보를 시민이 알기 쉽게 카드뉴스 등 블로그 활용 홍보 총920건(총453만회 조회)



유튜브(기획물·쇼츠)

라이브서울

인스타그램(릴스·기획콘텐츠)

□ '24년 향후계획

- 채널 특성에 맞는 다양한 콘텐츠 제작으로 정책에 대한 관심과 호응 제고
 - 유튜브 최근 트렌드에 맞게 숏폼 영상 지속 확대, 신규 자체 제작 포맷 확대 등
 - 인플루언서 섭외, 서울 관련한 다양한 주제 발굴 및 스토리텔링 영상 확산
 - 댓글 소통, 이미지·영상 공유 등 시민과 함께하는 다양한 콘텐츠 기획·제작
 - 카드뉴스, 웹툰 등 주요 정보의 시각적 콘텐츠로 시민 관심과 정보 수용의 용이성 제고
- 연말 주요 정책과 연계한 캠페인·이벤트의 시의적 추진으로 시민 동참 유도



유튜브 자체기획·제작

서울 브랜드 1주년 이벤트

러너스테이션 오픈 기념

서울 정책찾기 이벤트

작 성 자 콘텐츠담당관: 왕희순 ☎2133-6480

콘텐츠제작1팀장: 박소현 ☎6506
콘텐츠제작2팀장: 김주현 ☎6490

담당: 성상훈 ☎6511
정연희 ☎6492

재난, 안전 및 다양한 시정 서비스 소식의 신속한 확산과 제공을 위해
市 대표 누리집 및 온라인 뉴스 채널 ‘내 손안에 서울’ 기능 강화

□ 사업개요

- 목 적 : 다양한 시정 관련 뉴스 제공, 시민 참여 이벤트 등 운영
- 내 용 : 시 누리집 및 ‘내 손안에 서울’ (뉴스발행·뉴스레터 제공)

□ '24년 추진실적

- **[시 누리집]** 시민과의 동행, 서울시 매력이 담긴 다양한 시정정보 제공(배너310건, 새소식419건)
 - 추석연휴 응급의료 대책 등 시민 편의 정보 제공을 위한 특별페이지 제작 등
 - 마일리지시스템 적립 전환 수단 ‘서울페이’ 추가 등
- **[내 손안에 서울]** 시정 정보 온라인 뉴스·뉴스레터 발행(구독자 수 85만)
 - 기후동행카드, 디딤돌소득 등 시정 뉴스 콘텐츠 제작(총 2,592건, 1,042만 조회)
 - 특별기획, 테마뉴스 등 주요 시정 콘텐츠 가독성 높은 메인화면 리뉴얼 추진(9월)
 - AI스토리 공모전(7~8월), 뉴스레터 구독자 이벤트(10월) 등 시민참여 프로그램 진행
- **[통합홍보배너]** 러너스테이션, 스마트라이프워크 등 주요 뉴스 연동(147개 사이트)



□ '24년 향후계획

- **[시 누리집]** 안정적 시스템 운영 및 시의성 있는 정보의 신속 제공
 - 대표/분야별 누리집 운영 노후 서버 교체 서비스 이관(11~12월)
 - 시의성 있는 정책의 지속적 홍보를 위한 콘텐츠 제작 등(~12월)
- **[내 손안에 서울]** 주요 시정 홍보 콘텐츠 확산을 위한 민간 채널 활용 확대
- **[통합홍보배너]** 사구투출기관 등 147개 사이트와 연동, 홍보 협업 지속 추진

작 성 자 콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어채널팀장 : 이은경 ☎6497 담당 : 조선기 ☎6503
홈페이지팀장 : 오현민 ☎6500 장미희 ☎6515

시정에 대한 시민 참여와 개인 미디어 홍보 협업, 민간포털 플랫폼의 적극적 활용으로 시민 공감도 제고 및 시정 정보의 효과적인 제공 도모

□ 사업개요

- 목 적 : 일반시민의 시정 홍보 참여를 통해 시민 공감형 홍보 강화, 민간포털사와 제휴를 통해 효과적인 시정정보 제공
- 내 용 : ‘시민기자’, ‘블로그메이트’, ‘영상크리에이터’ 운영과 포털 활용 캠페인 및 광고, 포털 주요 서비스 제휴 추진 등

□ '24년 추진실적

- **[시민기자]** 1,146명 가입, **시정체험기사** 1,564건(월평균 174건) **발행**(1~9월)
 - 중점정책 파보는 ‘꼭파원’ 시리즈 운영, 포토앨범 ‘달달사진첩’ 제작, 그룹별 소통 프로그램 진행
- **[영상크리에이터]** 15팀 운영, **시 정책·행사 등에 대한 숏폼 영상** 제작 확산
 - 서울달, DDP서울라이트, 야외도서관 등 쇼츠 90편 크리에이터채널 통해 확산(4~9월)
- **[블로그메이트]** 34개 주제 321개 **줄글 콘텐츠**, 301개 **숏폼 콘텐츠** 발행
 - 손목닥터9988, 자율주행택시 등 주요 시정에 대한 취재 진행 및 콘텐츠 제작
- **[민간포털] 캠페인·광고·검색** 활용 시정 안내, 시 대표 채널 활용 주요 생활정보 제공(85회)



[시민기자] 시정체험 영상기사



[시민기자] 소통 프로그램



[영상크리에이터] DDP서울라이트



[블로그메이트] 국제정원박람회



[민간포털] 시민참여 캠페인

□ '24년 향후계획

- **[시민기자]** 정책별 시민체험기사 등 **기획콘텐츠** 지속 개발 및 **시민기자 교육영상** 제작
- **[영상크리에이터]** 크리에이터 협업, **시정 관련 숏폼**의 개별 채널 지속 확산
- **[블로그메이트]** **블로그메이트** 활용, **콘텐츠 제작 및 개인 블로그** 배포
 - 주요 정책 및 행사 현장 취재를 통해 블로그 내 줄글 콘텐츠 및 숏폼 영상 확산
- **[민간포털]** 주요 시정 안내 위한 **캠페인**(11월~), **검색** 등을 통한 시정 정보 적기 안내

작 성 자

콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어기획팀장 : 박진영 ☎6482

콘텐츠제작2팀장 : 김주현 ☎6490

미디어채널팀장 : 이은경 ☎6497

담당 : 김수진 ☎6494

김지윤 ☎6491

김주윤 ☎6502

3. 서울상징물을 활용한 도시경쟁력 제고

① 서울 상징물 홍보 및 확산

② 도시경쟁력 제고를 위한 해외마케팅

③ 외국어 매체 활용 시정 홍보

SEOUL MY SOUL · 해치&소울프렌즈 등 서울 상징물 홍보 · 확산을 통해
서울의 도시 이미지를 전 세계에 알리고, 도시경쟁력 상승 견인

□ 사업개요

- 목 적 : 서울시 상징물 활용 도시 인지도 및 매력도 상승
- 내 용 : 서울 브랜드 및 해치&소울프렌즈 캐릭터 홍보·마케팅 추진

□ '24년 추진실적

- 서울 브랜드·해치&소울프렌즈 굿즈 등 **상징물 활용 도시 마케팅** 추진
 - 굿즈 스토어 상설 운영(4개소) 및 민간 협업 제품(서울라면, 서울패션, 서울아몬드) 개발
- 서울 상징물 홍보 및 확산을 위한 **시민 참여 이벤트 등 행사 운영**
 - 서울국제정원박람회·한강 쉬엄쉬엄 축제 등 시 주요 행사 및 민간 기업 연계 홍보 추진
 - 해치 현장 프로그램(해치의 마법학교 1차 4~6월, 2차 9월~11월) 및 가정의 달 맞이 서울광장 해치팝업 개최('24.5월) 등 시민접점 프로모션 운영
- 서울 상징물 캐릭터를 활용한 다양한 **콘텐츠 제작 및 배포**
 - 콘텐츠 공모전(1차 4월, 2차 5~7월), 댄스 챌린지(해치x과나 해치송, 6월), 해치 숏폼(해치송1·2탄, 8월) 등 트렌드에 맞춘 홍보 실시



<서울아몬드 이벤트>



<해치의 마법학교>



<해치송(2탄)>

□ '24년 향후계획

- 윈터페스타·서울빛초롱 축제 등 시 주요 **축제·행사 연계 홍보** 추진
- 서울시와 민간 기업 간 지속적 협업을 통해 굿즈 등 **다양한 제품 개발**
 - 식품, 의류, 완구 등 다양한 분야의 민간 기업과 협업 지속 추진

작 성 자

서울브랜드담당관 : 권소현 ☎2133-6185 브랜드기획팀장 : 박미란 ☎6187 담당자 : 신유미 ☎6194
캐릭터마케팅팀장 : 허준 ☎6940 담당자 : 이남규 ☎6944

서울의 다양한 매력 및 도시가치를 전 세계에 효과적으로 알리는 해외 마케팅 추진으로 글로벌 선도도시 서울의 경쟁력 제고 추진

□ 사업개요

- 목 적 : 글로벌 선도 도시로서의 서울 브랜딩을 통한 도시경쟁력 제고
- 내 용 : 해외도시 현지 프로모션, 해외언론 및 디지털매체 활용 도시마케팅

□ '24년 추진실적

해외도시 현지 프로모션

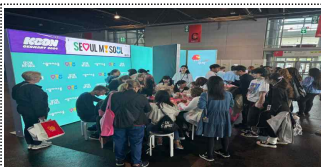
- 브랜드 확산을 위한 **세계적인 스포츠 행사 연계** 서울 홍보
 - AO(Australian Open/호주오픈 테니스대회/1월), MLB 월드투어 서울시리즈(3월) 연계 프로모션 추진
 - 옥외매체 활용 서울 브랜드 노출, 홍보부스 운영, 현장 이벤트 등 추진
- **서울 상징물 활용 시정 홍보 프로모션**으로 글로벌 도시 이미지 제고
 - 市 우수정책 및 매력 체험할 수 있는 홍보관 운영(베이징, 7월), 해치 홍보 프로모션(싱가포르, 7월)
- 해외 현지 **한류·세계 문화 축제 연계** 서울 콘텐츠 확산
 - K-CON(독일 프랑크푸르트, 9월), 옥토버페스트(독일 뮌헨, 10월) 연계 서울 캐릭터 등 확산

해외 매체 활용 확산

- **해외 언론 등 방송매체와 협업** 서울 디지털콘텐츠 제작 및 확산
 - 새해맞이 타종 등 신년 행사 생중계(CNN, 1월) 등 서울매력 전세계 송출
- **해외 온라인 여행사(OTA), 여행앱 등 활용** 해외 관광객 대상 서울 홍보
 - 쉬엄쉬엄 한강 축제, 국제정원박람회, SLW(스마트라이프워크) 등 주요시정 대외 확산



베이징 서울 홍보 프로모션



프랑크푸르트 K-CON 연계 서울 홍보



옥토버페스트 연계 뮌헨 현지 프로모션



CNN 송출

□ '24년 향후계획

- 윈터페스타 등 하반기 역점사업 홍보 콘텐츠 **해외 방송 및 디지털 매체 확산**

작 성 자 서울브랜드담당관: 권소현 ☎2133-6185 해외마케팅팀장: 안주희 ☎6190 담당: 조환중 ☎6189

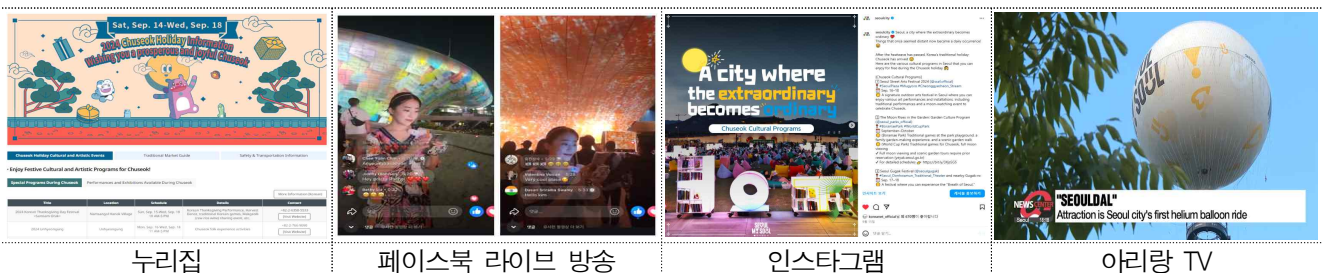
市 대표 외국어 누리집 및 SNS 등 다양한 매체를 활용한 외국인 맞춤형 주요 시정 홍보로 해외 서울 인지도 제고 및 도시 매력 확산

□ 사업개요

- 목 적 : 주요 시책 및 도시 매력 실시간 확산으로 도시 이미지 강화
- 내 용 : 외국어 누리집, SNS 등 활용 글로벌 서울의 매력 홍보

□ '24년 추진실적

- 市 대표 정보포털 **외국어 누리집을 통한** 서울 시정정보 제공
 - 웹페이지 활용 서울의 주요 행사 및 생활 정보 등 우수정책 전파(3,274건)
 - 외국인 대상 시정 홍보페이지 제작, 웹툰 및 e-뉴스레터 등 활용 확산(월 2회)
- **글로벌 플랫폼별 특성을 활용한** 효과적인 서울 매력 확산
 - 서울의 다양한 모습, 시 주요 이슈, 행사 소식 등을 사진, 영상 등으로 제작·SNS 확산
 - 페이스북 라이브 방송, 유튜브 쇼츠 등 현장감 있는 다양한 콘텐츠 발행(2,730건)
 - 국제방송교류재단(아리랑 TV) 통한 서울시 영어 뉴스 제작 및 대외 확산



누리집

페이스북 라이브 방송

인스타그램

아리랑 TV

□ '24년 향후계획

- **외국어 누리집 활용** 외국인 대상 우수 정책투표, 콘텐츠 만족도 조사 등 이벤트 추진
- **외국어 SNS** 통한 시의적절한 서울 콘텐츠 제작 및 확산으로 **채널 활성화**

4. 시민중심의 민원 행정서비스 제공

① 민원응대 품질관리를 통한 민원서비스 수준 향상

② 민원통합관리시스템 응답소 기능개선 및 운영

③ 신속한 민원처리를 위한 열린민원실 운영

민원처리 실태를 주기적으로 점검·평가하여 맞춤형 교육을 제공하고 우수 사례를 선정·포상함으로써 시민 접점 민원서비스의 질적 개선을 도모

□ 사업개요

- 대 상 : 市 본청 및 사업소, 투자출연기관, 자치구
- 내 용 : 민원처리 점검·평가, 민원응대 교육, 민원서비스 개선 우수사례 선정 등

□ '24년 추진실적

- **[점검평가]** 상반기 **민원응대 서비스 품질점검**(6월) 및 **민원행정 서비스 중간평가**(7월)
 - 미스터리 쇼퍼 활용 품질 점검 : 93.3점(전년 대비 0.4점 ↑) ⇨ 취약 부서 2개소(서울대공원 동물원, 남부수도사업소) 민원응대 교육
 - 민원행정 서비스 중간평가 : 기한준수·단축률 등 평가 후 미흡부서(12개소) 개선 요구
- **[역량강화]** 민원 서비스 향상과 **민원 대응역량** 강화 위한 **맞춤형 교육**(5~10월)
 - 관리자급 특이민원 대응 교육(회, 50명), 민원서비스 향상 및 특이민원 대응 온라인·집합교육(5,688명)
 - 민원 유형별 대응 역량 제고 위한 「손에 잡히는 민원」 웹툰형 시리즈 제작·게시(5회)
- **[사기제고]** 격무 민원부서 **직원 힐링데이 운영** 및 **민원인 칭찬 공무원 선정·포상**
 - 스트레스 관리교육 및 자연체험, 뮤지컬 관람 등 힐링 프로그램 제공 : 6회 총 93명(4~9월)
 - 민원인에게 칭찬받은 공무원 중 우수사례 선정·포상 및 공유 : 33건 총 88명(4월, 7월)



힐링 프로그램(자연체험)



힐링 프로그램(문화활동)



찾아가는 민원응대 교육



특이민원 대응 개선 특강

□ '24년 향후계획

- 민원서비스 향상을 위한 **하반기 민원응대 품질점검** 및 **민원행정 서비스 평가**(11월)
 - 전화응대 점검(318개소)·방문 점검(43개소) 및 처리 기한 준수율·단축률, 만족도 등 평가(334개소)
- 민원행정 질적 개선 위한 '24년 **민원서비스 개선 우수사례** 및 **우수기관 선정·포상**(12월)
 - 시·구 및 투자출연기관 대상 우수사례 발굴·시상(9건 총 14백만원) 및 우수기관 선정·포상(22개소 총 18백만원)

정보환경 및 민원행정 수요변화에 신속 대응하고 안정적이고 효율적인
응답소 운영을 통하여 민원서비스 품질 제고 도모

□ 사업개요

- 목 적 : 다채널 접수민원의 통합관리·처리 통해 효율적인 민원행정 지원
- 내 용 : 응답소 및 민원분석시스템 운영, 기능 개선 등

< 응답소 운영개요 >

- 운영개시 : '14. 3. 5. (※ 사용자 : 서울시, 자치구 및 투자·출연기관)
- 주요기능 (통합접수) 다양한 채널(120·홈페이지·챗봇·모바일 등)로 신청 민원을 소관부서(기관)로 신속 분류·전달
(통합처리) 다양한 유형의 민원을 응답소 내에서 통일된 프로세스로 처리
(처리공개) 민원 신청~완료 시까지의 처리단계를 민원인에게 실시간 알림

□ '24년 추진실적

- 민원 처리현황 : **2,048,545건**(일평균 7,476건) (단위 : 건, '24. 9. 30. 기준)

합 계	교 통	환경·안전	주택·건설	복지·문화·경제	총무기획·감사 등
2,048,545 (100%)	1,383,410 (67.5%)	394,434 (19.3%)	72,833 (3.6%)	66,454 (3.2%)	131,414 (6.4%)

- **시민 이용 편의 및 민원 모니터링 확대**를 위한 기능 개선(2~10월)
 - [편의제고] 응답소 내 '민생침해 범죄신고' 창구, 민원처리 종합안내 페이지 개설, 민원인의 후속 민원제기 시 기존 민원 첨부 기능 신설
 - [처리개선] 민원내용의 욕설 마스킹 및 해제, 집단민원 일괄처리 및 동일인 반복민원 종결처리 적용 대상 확대(고충·직소민원)
 - [관리강화] 민원 답변 결재 지연 기관·부서 재지정(이송) 민원의 재지정 소요시간 모니터링

□ '24년 향후계획

- 응답소시스템 연계 서비스 성능개선 및 안정화(~12월)
 - [시스템보강] 응답소와 연계시스템 간 데이터 처리 성능 향상을 위한 프로그램 재개발

3

신속한 민원처리를 위한 열린민원실 운영 (사업비 20백만원)

신속한 방문 민원 처리를 위한 열린민원실 운영 및 특이민원으로부터 민원공무원과 민원인 보호 조치를 통한 원활한 민원행정서비스 제공

□ **운영개요**

- 위치/규모 : 신청사 1층 2,340 m^2 ※ 직소민원팀 사무실 별도
- 근무인원 : 3개 팀 23명 (민원처리1팀 9명, 민원처리2팀 9명, 직소민원팀 5명)
- 주요업무 : 방문민원 및 직소민원 상담·안내·접수·분배·처리
 - 제증명·자격증 발급(14종), 통합민원 처리(30종), 고충민원·정보공개청구 접수
 - 시정과 관련된 제안·개선사항 등 「시장에게 바란다」를 통한 민원 수렴 등

□ **'24년 추진실적**

- **[열린민원실]** 민원 접수·처리 현황 : 총 45,224건(일평균 246건)
('24. 9. 30. 기준)

계	정보공개	증명/교부	신고/등록	인가/허가	고충민원	기 타*
45,224건 (100%)	16,142 (35.7%)	10,653 (23.6%)	9,244 (20.4%)	1,865 (4.1%)	1,040 (2.3%)	6,280 (13.9%)

* 기타: 확인, 이의, 신청, 청구 등

- **[시장에게 바란다]** 민원현황 : 총 8,623건(일평균 48건)
('24. 9. 30. 기준)

계	주택건축	도로교통	환경공원	일반행정	보건복지	산업문화	기 타
8,623건 (100%)	4,942건 (57.3%)	1,427건 (16.6%)	567건 (6.6%)	494건 (5.7%)	477건 (5.5%)	324건 (3.8%)	392건 (4.5%)

- 민원인의 폭언·폭행 등 **특이민원으로부터 공무원 보호조치 강화**
 - 특이민원 발생 시 효과적 대응 위한 민원실 비상모의훈련 : 분기별 1회(3·6·9월)
 - 열린민원실 공공안전관(1명) 배치 및 휴대용 보호장비(웨어러블캠 5, 녹음기 5) 운영
- 민원취약계층 서류작성 지원·특이민원 응대 지원 등 위한 **민원안내관 운영**(4명)

□ **'24년 향후계획**

- 특이민원 대응 위한 4분기 비상모의훈련 실시 : 남대문경찰서 등 협조(12월)

작 성 자

민원담당관 : 김영모 ☎2133-6460

민원처리1팀장 : 권미정 ☎7900

담당자 : 이유민 ☎7908

민원처리2팀장 : 장윤석 ☎7915

담당자 : 박태진 ☎7916

직소민원팀장 : 김승현 ☎6045

담당자 : 조인숙 ☎6046

Ⅳ. 2023 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

□ 총 괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 37 건

○ 조치내역

구 분		계	완 료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	37	37	0	0	0
	시정· 처리요구사항	18	18	0	0	0
	건의 사항	11	11	0	0	0
	기타(자료제출 등)	8	8	0	0	0

시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ '23. 8. 16. 서울 도시브랜드 SEOUL MY SOUL 발표 후 시 보유매체 홍보, 주요 행사 및 축제 홍보 등 추진 - 포털 업무공지 게시 및 사용계획 공문 배포 등 실국, 사업소 등 안내('23.8월), 시 누리집 및 포털 업무공지 게시('23. 10월), 자치구·산하기관 등 대상 재안내('24.4월) ☐ 향후계획 ○ 실국, 투자출연기관, 공사 등 신규브랜드 사용 등 지속 추진 ○ 온라인 홍보 콘텐츠 개발 등 지속적 홍보 추진
○ 시 공식 유튜브에 많은 예산이 투입되므로, 젊은층이 공감하고 시민이 즐겁게 보는 유튜브를 만들어야 할 것 (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진 완료 ☐ 추진내용 ○ '연애특별시', '슈카의 서울산책', '공무원 브이로그' 등 청년, 직장인 등 젊은층이 공감할 수 있는 기획콘텐츠 발행 지속 - (연애특별시) 14편, (공무원 V-log) 6편, (슈카의 서울산책) 10편 등 ○ 짧은 영상을 선호하는 추세에 맞춰 숏폼영상 발행 확대(204편) ☐ 향후계획 ○ 최신 유튜브 트렌드 반영, 젊은 층 눈높이에 맞는 추가 기획물과 인플루언서 협업 지속 등 시정 영상에 대한 관심도 제고 및 구독자 유입 확대
○ 서울시가 시의회에 TBS 지원 폐지조례 연기를 요청했는데, 시에서 발의기간을 놓치고 의회에 요청한 것은 면피성으로 보이며, 시의회에 공식적인 문서 등으로 요청해야 할 것임 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 연장 요청 공문 발송('23.11.9.) - TBS 구조조정, 독립 준비절차 이행기간 한시적 지원을 위한 연장 요청 ○ TBS 조례 개정 등 현안사항 市-문체위 간담회 개최('23.11.10.) - 조례 시행 후 예상 시나리오 등 TBS 현안사항 보고

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ '23년 시정 정기 여론조사 용역 계약 변경 계획 수립('23.12.16) - 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 ☐ 향후계획 ○ '24년 추진 일정에 따라 시정여론조사 및 현안조사 진행 - 기술협상 시 기존 과업의 품질을 높이는 방향으로 진행 예정 (예:분석기법, PM 관여도 등)
○ TBS 관련 공문서 생산실적이 저조한데 지원대책과 노력한 부분을 문서로 남길 필요가 있음 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 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.)
○ 신규 브랜드 개발 용역이 주먹구구식으로 운영됨. 비슷한 과업 시 효율적 집행 필요 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ '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, 과업 완료 ☐ 향후계획 ○ 용역 추진 시 효율적 집행을 위해 과업 관리·감독 철저

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 국어바르게쓰기위원회 위원 위촉 시 국어학 전공자 또는 서울시정에 식견이 있는 전문가 선정 필요 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 국어바르게쓰기위원회는 「서울시 국어 사용 조례」 제7조에 의거하여 국어 관련 위원으로 위촉하여 운영 - 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 ☐ 향후계획 ○ 우리시 올바른 국어 사용 문화를 위해 자문 등 위원회 적극 활용
○ TBS 폐지조례 발의 이후 1년 이상의 기간 동안 공정방송과 독립경영을 위한 어떤 노력을 했는지, 6개월 연장 요청은 특별한 사정 없이 의회의 결정을 무시한 처사임 - TBS가 망가진 부분에 대해 서울시가 아무 조치도 하지 않은 것이며, 서울시가 책임져야 할 사안이지 시의회가 책임져야 할 사안이 아님 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진 완료 ☐ 추진내용 ○ (TBS/市) 독립경영의 선결과제인 공정방송으로의 전환을 우선적으로 추진 - 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~ - 조기희망퇴직 실시: '23.11월~ ○ (市) 출연기관 지정해제 전 추가적 준비시간이 필요함에 따라 해당기간 인건비, 퇴직급여 등 미지급 방지를 위한 조례 개정 추진(~'23.12월) ○ (市) TBS 지원 폐지조례 시행일 유예기간 TBS 인건비 및 퇴직금 등 재정지원 실시('24.1~5월) ○ (TBS) 독립경영 위한 투자자 발굴 등 실시('24.2월~)

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진 완료 ☐ 추진내용 ○ (TBS/市) 독립경영의 선결과제인 공정방송으로의 전환을 우선적으로 추진 - 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~ - 조기희망퇴직 실시: '23.11월~ ○ (市) 출연기관 지정해제 전 추가적 준비시간이 필요함에 따라 해당기간 인건비, 퇴직급여 등 미지급 방지를 위한 조례 개정 추진(~'23.12.) ○ (市) TBS 지원 폐지조례 시행일 유예기간 TBS 인건비 및 퇴직금 등 재정지원 실시('24.1~5월) ○ (TBS) 독립경영 위한 투자자 발굴 등 실시('24.2월~)
○ 누리집 전자책이 별도 등록기준이 없어 전반적 관리 체계가 부실한 데 적극적인 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진 완료 ☐ 추진내용 ○ 전자책 솔루션 업그레이드('23.12월) - 보안 강화 및 반응형 디자인 등 ○ 누리집 전자책 관리 계획 수립('24.2월) ○ 전자책 기능 개선('24.2월) ○ 전자책 개선 사항 및 관리 매뉴얼 부서 안내('24.3월) ☐ 향후계획 ○ 전자책 관련 모니터링 지속 실시 및 필요시 적극 개선 추진

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 페이스북 팔로잉 계정에 대한 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 시 공식 페이스북 팔로우 계정 목록 정비 - 비활성 계정(이용 중지 및 이용자 하락 등) 삭제 및 정부기관 및 자치구 계정 추가 등 상시 모니터링 ☐ 향후계획 ○ 팔로잉 목록 주기적 점검 및 정비 지속
○ '22.6월 국어바르게쓰기위원회에서 저출산을 저출생으로 변경하는 것을 의결하고 고시하였는데, 사회적 합의가 되지 않은 단어를 소수인원이 결정하는 것은 문제임 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 서울시 자체 순화어 선정이 국립국어원의 '다듬은 말' 선정과 중복되며 시민에게 혼란을 야기할 우려가 있다고 판단 ○ 2022년 7월부터는 순화어 선정 및 고시 미진행 ☐ 향후계획 ○ 국립국어원의 '다듬은 말', '쉬운 우리말을 쓰자' 누리집 안내 및 활용 독려를 통해 올바른 국어 사용 문화 조성을 위한 노력 지속
○ 서울시 신규 브랜드 선정 및 굿즈 디자인 기획 등 서울시 홍보 강화를 위한 방안으로 서울시 명예시장을 적극 활용하기 바람 (홍보담당관, 서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 제 6기 명예시장 위촉식에 서울시 브랜드 홍보물을 상영하였고('23.8) ○ 서울시 명예시장 대내·외 활동 시, 서울 브랜드를 적극 홍보할 수 있도록 명함 내 서울 브랜드 로고 기입 ☐ 향후계획 ○ 제 7기 명예시장 위촉 후에도 명예시장 지속 활용

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 서울시 유튜브 ‘해치TV’ 채널의 실적이 매우 저조함. 캐릭터 디자인 변경만으로 채널 홍보가 극대화될 것인지 의문이므로 이를 제고하고, 다양한 방면으로 활성화 방안을 마련하기 바람 (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 해치 캐릭터의 낮은 인지도 제고 등 해치 캐릭터 재디자인 개발 필요성에 따라 기존 해치캐릭터를 활용한 해치TV 채널 운영 중단('23.7.31.) ○ 해치 캐릭터 재디자인 및 콘텐츠 개발이 완료됨에 따라 인스타 등 SNS중심으로 홍보 추진중(서울브랜드담당관) ☐ 향후계획 ○ 신규 해치 홍보 마케팅 계획에 따라 해치를 활용한 유튜브 채널의 운영 필요성 검토
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 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)
○ ‘TBS 지원 폐지 조례안 연기’요청 의사를 보도자료로 밝힌 것은 부적절한 행위임. 정식으로 서울시의회에 요청하기 바람 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ TBS 지원 폐지조례 시행일 연장 요청 공문 발송('23.11.9.) - TBS 구조조정, 독립 준비절차 이행기간 한시적 지원을 위한 연장 요청

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 서울시 SNS계정 게시물에 서울 시와 무관한 교육, 사기업 브랜드, 노출사진 등 서울시가 무분별하게 태그되어 홍보되는 일이 없도록 지속적인 관리가 필요함 (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 시 공식 인스타그램이 태그된 게시물 목록 정비 ※ 다양한 이용자와의 소통 활성화라는 SNS 취지에 부합하도록 혐오성 게시물(욕설, 음란물 등) 계정 위주로 태그 제한 추진 ☐ 향후계획 ○ 목록 상시 모니터링 및 계기별 추가·삭제 등 정비 지속
○ 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 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 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 쇼핑물의 경우 정품 여부 확인 어려우며, 고장시 AS 처리 등 애로 발생 가능 ☐ 향후계획 ○ 정품 인증 업체간 비교견적 등 합리적인 소모품 구매 추진

건의사항

건의사항	조치결과
○ 지자체 운영 박물관에는 기념품이 있으니 신규브랜드 확산을 위해 기념품을 만들어 판매하는 방안 등을 검토하기 바람 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 서울의 도시이미지 및 경쟁력 제고를 위해 신규브랜드 등 서울 상징물을 활용한 굿즈 제작, 판매 중(DDP 디자인 스토어 등) ※ 서울 굿즈 업무체계 조정계획('24.02.20)에 따라 관광재단 및 디자인 재단에서 굿즈 관련 판매 등 전담 추진 중 ☐ 향후계획 ○ 서울 도시브랜드 및 해치 등 서울 상징물 굿즈 제작 및 판매 지속 추진
○ 지역신문을 최대한 활용할 수 있도록 발행 33년간의 주요 이슈 등을 모아서 행사하는 방안 검토 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 자치구 기반의 지역 언론 활성화를 위해 자치구 지역신문을 적극 활용하여 시정 광고 집행 추진(매체별 평균 2.2회 집행/10.15.기준) ☐ 향후계획 ○ 지역신문 매체별 시정 광고 집행 방식을 통해 운영 지원
○ 토너구입 시 인터넷 최저가로 구매하거나 한꺼번에 통합 발주 하는 등 고민 필요 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 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 ☐ 향후계획 ○ 정품 인증 업체간 비교견적 등 합리적인 소모품 구매 추진

건 의 사 항	조 치 결 과
○ 홍보대사별로 활동 실적이 차이가 있는데, 활동 지침을 마련하거나 활동 내역이 저조한 분들의 임기는 만료를 앞당기는 방안 필요 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 임기 만료된 홍보대사 중 활동이 저조한 홍보대사는 임기 만료를 안내하고, 활동 우수한 홍보대사를 대상으로 연임 추진 ☐ 향후계획 ○ 주요 역점사업 및 각 실·국·본부 별 사업 등을 연결하여 시정 홍보활동에 적극적으로 참여할 수 있는 기회 마련
○ 명예시장 선정 심사 시 검증 절차 필요하며 개혁 필요 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 명예시장 선발시 시민, 부서 추천받은 후보자를 대상으로 이력서를 제출받은 후, 선발심사위원회에서 최종선발하고 있음 - 명예시장 추천시 해촉사유(품위손상 등) 해당여부를 확인하여 추천토록 공고하고, 언론기사 및 관련 홈페이지를 통해 후보자의 특이사항을 확인하고 있음 ○ 제7기 명예시장 선발 추진시 후보자 이력서상의 기재사항에 대해 추천자가 확인 후 서명토록 서식을 변경함 ☐ 향후계획 ○ 초저출생 등 급변하는 사회에 맞춰 제도가 운영되도록 고령사회, 미래세대, 인구·저출생 등 “운영 분야”를 개편하였으며 분야별 소통·홍보 활동을 강화할 계획임
○ 해치 캐릭터 리디자인에 예산 3억이 투입되므로 다양한 콘텐츠로 쓰일 수 있도록 반드시 성공시킬 것 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 서울시 캐릭터 재디자인 개발 - 메인캐릭터 1종, 서브캐릭터 4종, 로고 등 디자인 ○ 캐릭터 디자인 활용한 콘텐츠 제작 - 웹툰(인스타툰), 이모티콘, 홍보영상, 조형물 디자인 등 ☐ 향후계획 ○ 제작된 콘텐츠 배포 및 캐릭터 확산을 위한 다양한 사업 지속 추진

건 의 사 항	조 치 결 과
○ 해치 리더디자인 용역에 세금이 투입되는데 상상의 동물이니, 관광객·시민에게 와닿도록 개발 요청 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 서울시 캐릭터 ‘해치’ 재디자인 개발 - 메인캐릭터 ‘해치’ 1종, 서브캐릭터(청룡,백호,주작,현무) 4종 개발 ○ 시민들에게 쉽게 다가가기 위해 “돈위리 비해치” 캐치프레이즈 개발 - 걱정을 없애고 행복을 가져다주는 “마법방울”을 홍보하기 위해 유아동 대상 “해치의 마법학교(교육)”, “해치의 마법마을(팝업)” 진행 ☐ 향후계획 ○ ‘돈위리 비해치’ 캐치프레이즈를 토대로 한 다양한 프로모션·이벤트 등 확산을 위한 홍보 추진
○ 세입 미수납액 징수에 노력할 것 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 38세금징수과와 협력하여 일부 수납 및 지속적인 체납고지서 발행 및 납부 독려 - (보조금) 독촉 1회(‘21.3월), 압류 1회(‘21.4월), 체납고지 6회(‘21.3,4월/’22.11월/’23.6,10월/’24.6,10월) - (그외수입) 독촉 1회(‘19.6월), 체납고지 10회(‘20.3,6,9,10,12월/’21.4월/’22.11월/’23.6,10월/’24.6월), 압류(‘24.6월), 완납(‘24.7.5.) ☐ 향후계획 ○ 잔여 미수납액 징수를 위해 체납 고지 및 독려 지속 추진

건 의 사 항	조 치 결 과
○ 서울사랑 홈페이지를 통한 구독을 홍보해서 이북 이용 활성화 필요 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 홈페이지 개편을 통해 온라인 소식지 및 전자책 구독 신청 편의성 증대 및 구독 신청 이벤트로 구독자 확대 추진('23.12월) ☐ 향후계획 ○ 홈페이지 및 온라인 소식지를 통해 구독 홍보 상시 추진
○ 신규 브랜드 관련, 1년간 3억을 투입해 발표한 브랜드가 기존 관광브랜드의 변형 수준으로 불필요한 행정력과 예산 낭비가 발생하였음. 예산이 낭비되지 않도록 노력할 것 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 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 ☐ 향후계획 ○ 서울 도시브랜드 SEOUL MY SOUL 의 인지도 및 서울 도시경쟁력 제고를 위해 다양한 홍보를 통한 확산 추진

건의사항	조치결과
○ 해외 홍보 도시 마케팅사업으로 홍보 결과를 확인할 수 없는 예산 사용은 지양하기 바람 (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 홍보 성과 창출 가능한 전략적 마케팅 추진 - 현지 해외 프로모션 참여자수, 방송 송출수, 조회수 등 관리 ☐ 향후계획 ○ 향후 참여자수, 방송 조회수 등 홍보결과에 대한 성과관리를 통해 효율적인 해외 홍보 마케팅 추진

기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조치결과
○ 응답소 민원 제출 시 기피 부서를 지정했는데 답변 못 받고 종료되었다는 시민 제보가 들어옴. 앞으로 기피 요청 관련하여 불가피할 경우 그 사유를 잘 안내하길 바람 (민원담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 ○ 기피 대상 부서에서 민원 처리를 하는 경우, 반드시 그 사유를 민원 답변에 포함하여 작성하도록 응답소 시스템에 민원 답변 처리 안내문으로 공지 중임
○ 서울시 힐링센터 최근 3년간 이용 실적 (민원담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)

자료제출 등 기타사항	조치결과
○ 국어바르게쓰기 위원회 및 서울브랜드위원회 회의록 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)
○ 2023년 시정 정기여론조사 과업 지시서 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)
○ 법인카드 추가 보완자료 : 멀티지엔에스 100만원 이상 결제건 건적 / 비교 건적 / 매출전 표 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)
○ 최근 3년간 유해사이트 차단 신청 목록 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 추후 의정활동시스템을 통해 별도 요청시 제출하기로 협의
○ TBS 관련 : 임원 교체명단, 조직 개편 내용, 퇴직자 명단 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 7.)
○ TBS 관련 : 1월 1일부로 지원이 끊기게 됐을 때 TBS의 법적 지위, 주파수, 내부구조는 어떻게 되는지 정리 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 (2023. 11. 10.)