

SEOUL M! SOUL

주요업무보고

2025. 2.

홍보기획관

조직 및 일반현황 (2025. 2. 10. 기준)

조직 1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

인력 140명/137명 (정원/현원)

구분	총계		행정직군		기술직군		전문경력관		관리운영직군		임기제	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	140	137	94	96	4	4	1	1	5	3	36	33
홍보담당관	46	45	30	30	2	2	-	-	1	2	13	11
콘텐츠담당관	40	40	20	21	-	-	1	1	-	-	19	18
서울브랜드담당관	19	19	16	16	-	-	-	-	-	-	3	3
민원담당관	35	33	28	29	2	2	-	-	4	1	1	1

※ 별도정원 : 시간선택제 임기제 17명 (홍보 2, 콘텐츠 6, 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 커 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

총 743억원 편성(2024년 최종예산 대비 증 57억원)

(단위 : 천원)

부서/사업명		2024년 최종예산(A)	2025년 본예산(B)	증감 (B-A)
홍보기획관 합계		68,659,141	74,346,539	5,687,398
	사업비	67,971,634	73,633,588	5,661,954
	행정운영경비	687,507	712,951	25,444
홍보담당관		17,078,406	21,774,586	4,696,180
시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현		16,598,725	21,288,278	4,689,553
	언론매체를 통한 시정정보제공	6,518,892	6,118,892	△400,000
	소통관리 및 시정정보제공	5,613,989	4,768,389	△845,600
	시민청 운영	1,262,200	78,000	△1,184,200
	시민청 공간 개편	1,202,050	7,745,000	6,542,950
	현장소통 프로그램 운영	58,268	58,268	-
	시정여론조사 운영	468,992	817,592	348,600
	시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영	671,314	685,000	13,686
	어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영	438,000	638,000	200,000
	서울특별시보 발행	71,000	79,217	8,217
	서울시청자미디어센터 운영 지원	294,020	299,920	5,900
기본경비(행정운영경비)		479,681	486,308	6,627
콘텐츠담당관		9,821,344	11,011,378	1,190,034
뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화		9,254,574	10,434,538	1,179,964
	소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	776,040	570,040	△206,000
	시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	166,700	66,700	△100,000
	서울시청 방송운영	110,500	108,500	△2,000
	시정 영상물 제작·관리	359,470	256,000	△103,470
	뉴미디어 웹사이트 운영	2,085,735	1,914,278	△171,457
	서울시 누리집 운영	1,657,439	1,858,005	200,566

(단위 : 천원)

부서/사업명		2024년 최종예산(A)	2025년 본예산(B)	증감 (B-A)
	누리집 관리체계 운영	430,913	521,938	91,025
	민간포털 협력 마케팅	1,371,396	1,361,396	△10,000
	인터넷언론사 활용 시정안내	764,559	964,559	200,000
	뉴미디어 전략 마케팅	1,531,822	1,823,122	291,300
	콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진	-	990,000	990,000
시민참여 활성화		501,700	502,734	1,034
	시민참여 활성화 추진	200,700	208,560	7,860
	시민참여 플랫폼 운영·관리	301,000	294,174	△6,826
기본경비(행정운영경비)		65,070	74,106	9,036
서울브랜드담당관		8,132,267	8,150,019	17,752
시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고		8,092,894	8,100,885	7,991
	해외 홍보 도시 마케팅	1,300,000	1,100,000	△200,000
	글로벌 매체 활용 도시 마케팅	1,430,000	1,347,000	△83,000
	온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,054,750	2,054,750	-
	서울 상징물 활용 도시 홍보	3,308,144	3,599,135	290,991
기본경비(행정운영경비)		39,373	49,134	9,761
민원담당관		33,627,124	33,410,556	△216,568
시민중심의 민원행정서비스 제공		33,523,741	33,307,153	△216,588
	일반여권발급업무대행	1,060,737	975,848	△84,889
	민원서비스 품질관리 및 시상	223,762	204,788	△18,974
	통합민원 처리 및 열린민원실 운영	20,758	21,058	300
	120다산콜재단 출연금	30,764,458	30,750,395	△14,063
	민원통합관리시스템 운영	1,454,026	1,355,064	△98,962
기본경비(행정운영경비)		103,383	103,403	20

II . 2025 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
홍보 효과성 제고

- 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산
- 시민과 함께하는 시정 구현
- 서울사랑 및 내친구서울 제작
- 시민청 공간 개편, 서울갤러리 조성

콘텐츠 다각화를 통한
미디어 트렌드 적기 대응

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

서울 상징물을 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 홍보 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 홍보 효과성 제고

① 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산

② 시민과 함께하는 시정 구현

③ 서울사랑 및 내친구서울 제작

④ 시민청 공간 개편, 서울갤러리 조성

시 홍보매체 및 언론매체 활용으로 시정정보와 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

□ '25년 추진계획

- 市 보유매체 및 협력매체를 활용한 민선8기 주요 시정에 대한 체계적 홍보

[주요 홍보 사업(안)]

시정전반 규제 집중 신고제, 민생 살리기 대토론회, 규제철폐 사례, 최종성과 등

분 기 별 [1분기] 탄생응원 서울, 손목닥터9988, 미리내집, 한강버스 등

[2분기] 서울런, 국제정원박람회, 쉬엄쉬엄, 서울페스타, 서울야외도서관 등

[3분기] 디딤돌소득, DDP, 아트워크, 스마트라이프워크 등

[4분기] 윈터페스타, 서울라이트, 청년취업사관학교 등

- **[인쇄매체]** 지하철역사, 전동차내부, 시내버스, 구두수선대·가로판매대 등 43,000여면



<지하철 역사(와이드칼라, 승강장벽면, 5종게시판)>

<전동차내부(모서리, 액자형)>

<보도상영업시설>



<시내버스 내·외부>

<버스정류소>

<택시상단모니터>

<키즈노트 게시판>

<공사장 가림벽>

- **[영상매체]** 시민게시판, 지하철역사 미디어보드, 민간옥외전광판 등 14,000여면



<시민게시판>

<미디어보드, DID>

<지하철>

<시내버스>

<민간옥외전광판>

<시금고ATM기>

작 성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

홍보기획팀장 : 김현정 ☎6407

매체관리팀장 : 이주영 ☎6425

방송협력팀장 : 김민중 ☎6433

담당자 : 윤성원 ☎6413

담당자 : 박철민 ☎6410

담당자 : 차현주 ☎6436

○ 신문·방송 등 **언론매체**를 활용해 매체 특성에 맞는 맞춤 정보 제공

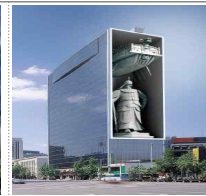
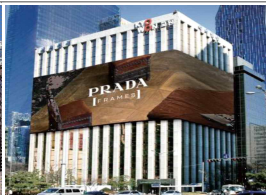
- **[인쇄매체]** 일간지 및 주·월간지 등을 통한 정책 홍보 및 대상자별 맞춤 정보 제공
 - ▶ (일간지) 매체 영향력이 큰 주요 일간지는 주요 핵심사업을 중심으로 적극 활용
 - ▶ (주·월간지, 정보지) 정책 수혜자 및 주 구독층을 겨냥한 정보 제공
- **[방송협력]** TV예능·다큐·교양정보, 라디오 등 프로그램 특성에 따른 사업 매칭
 - ▶ (인기예능) 출연진의 자연스럽고 재미있는 정책체험 방송으로 붐업 및 인지도 제고
 - ▶ (일상다큐) 다양한 정책현장 및 사례자 소개, 전·후 비교 통해 참여 유인 및 성과 확산
 - ▶ (교양정보) 아침·저녁 시간대 시민 체감도 높은 주요시책 및 정보 연중 상시 제공

○ 2기 옥외광고물 자유표시구역 조성에 따른 효과적인 **민간옥외전광판 활용 홍보** 추진

- **[중구, 종로구]** 올해 총 13개 전광판 추가 및 교체(확대) 설치 예정



<('24.11.) 신세계백화점>



<('25년) 순차적으로 교체 및 신규 설치 예정>

○ 시정정보 신속 확산을 위한 **공익광고면 추가 확보** 및 **신규 매체** 지속 발굴

- 움직이는 광고판 택시 상단 디지털 공익광고면 추가 확보(1,776대→2,000대)
- 유동인구가 많은 지하철 주요역사 내 기동광고 활용 홍보 추진(200면)
- 광역버스 환승정류소 인쇄 광고면을 주목도 높은 영상 광고면으로 전환(43면)



<택시상단 디지털 모니터>



<아파트 엘리베이터 TV>



<지하철 기동광고>



<광역버스 환승정류소>

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

- 인쇄물 디자인 및 영상물 제작, 市 보유매체 활용 홍보 지원(3·9월 공모 추진)

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

- 지방 명소·축제·정보 등 홍보 동영상 및 포스터 홍보 지원

○ 서울도서관 외벽 게시용 대시민 감성 소통 채널 '**서울 꿈새김판**' 운영

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’, ‘서울시청자미디어센터’ 운영 등

□ '25년 추진계획

- 유명인·각 분야 전문가 등을 **홍보대사**로 활용한 시정 홍보 활동 추진
 - 여론, 트렌드, 시민의견 등을 반영하여 다채로운 분야의 신규 홍보대사 위촉 추진
 - 서울페스타, 쉬엄쉬엄 한강 3중 축제 등 주요 시정사업과 매칭하여 적극 홍보
- 분야별 특성에 맞춰 **명예시장** **협업과제** 추진 및 **소통·홍보활동** 활성화
 - 연간 기본계획 수립 및 연구과제 수행 자문 등 정책 마련 단계부터 제언 기능 강화
 - 포럼, 행사, 시상식 등에 참여하여 패널, 축하 등의 적극적 역할 수행
 - 소통·홍보 활성화 위한 콘텐츠(숏폼, 카드뉴스 등) 기획·제작 참여 및 기고문 배포
- **시민들의 미디어 활용역량 강화**를 위한 서울시청자미디어센터 운영 지원
 - 유아, 청소년, 청장년, 노인 등 생애주기별 맞춤형 미디어 교육 제공
 - 미디어 환경 변화에 맞춰 딥페이크, AI윤리 등 미디어 역기능 예방 교육 운영
 - 시민 콘텐츠 제작 지원을 위한 각종 방송장비 대여 및 촬영시설 대관 실시



<고두심 명예시장>
제야의 종 타종행사



<한문철 명예시장>
패자수집 어르신 안전물품 기부



<홍보대사 홍현희·제이썬>
2024 서울시 팝업스토어



<홍보대사 선>
빛섬축제 라이트런 러닝

작 성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

매거진팀장 : 김지원 ☎6438

현장홍보팀장 : 권석진 ☎6415

방송협력팀장 : 김민중 ☎6433

담당자 : 이지나 ☎6417

담당자 : 박지혜 ☎6457

담당자 : 안주희 ☎6442

세대별 눈높이에 맞는 市 소식지 발간을 통해 서울에 관한 유용한 정보를 제공하여 시정에 대한 관심 유도 및 소통 활성화

□ 사업개요

구 분	서울사랑	내친구서울
매체유형	시정종합월간지('02.10.창간)	초등용 신문('01.3.창간) 유아용 신문('24.5.창간)
발행부수	2만부/월	35.5만부/회(초등용) 11만부/회(유아용)
발행주기	12회/년	6회/년(초등용) 3회/년(유아용)
배 부 처	市 산하기관, 다중이용시설 및 개인구독자 등	초등학교, 우리동네키움센터, 유치원, 어린이집, 키즈카페 등
주요내용	시정 및 생활정보	어린이 눈높이에 맞는 시정정보 유아용 활동지/보호자 육아정보(새싹)
사 업 비	685백만원	638백만원

□ '25년 추진계획

○ [서울사랑] '동행·매력 특별시 서울'의 주요 시민 생활정보 기획

- 규제개혁, 경제, 안전, 복지, 교통 등 주요 정책 특별 기획(연중)
- 서울에 관한 특화 콘텐츠 및 '서울사랑' 만의 특색있는 큐레이션 강화
- 온라인 콘텐츠(e-Book, 뉴스레터 등) 제작 및 내·외부 채널 확산
- 편집디자인 고도화, 독자 참여 이벤트(퀴즈, 색칠하기 등) 활성화 등

○ [내친구서울] 초등용 '내친구서울' 및 유아용 '내친구서울 새싹' 확대 제작

- 내친구서울(연 6회) 및 내친구서울 새싹(연 3회)발행
 - ※ 내친구서울: 3~6학년('24년)→ 전 학년, 새싹: 5만 부('24년)→11만 부로 확대 배부
- 어린이 관련 서울 핫이슈 기획, 유아 콘텐츠 및 탄생응원정책 소개
- 2025년 내친구서울 어린이기자단 모집(3월 중) 및 발대식 개최(4~5월 예정)
- 어린이기자단 프레스 투어 진행(월 1~2회) : 市 관련 시설, 행사 등 탐방취재

작 성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

매거진팀장: 김지원 ☎6438

담당자: 송영미 ☎6430

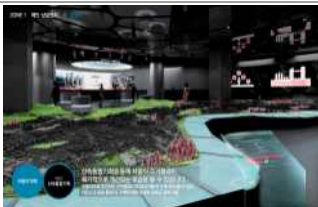
노후화된 시민청을 개편하여 '동행 매력' 서울 비전을 공유하고 서울시의 미래를 체험하며 문화 활동을 즐길 수 있는 새로운 시민 공유 공간 조성

□ 사업개요

- 시설명칭 : 서울갤러리
- 조성목적 : 서울비전 공유·전시·공연·휴식 등을 위한 복합문화공간 조성
- 조성기간 : '23. 3. ~ '25. 12. ※ '26년 1월 개관 예정
- 위치/규모 : 시청 지하 1, 2층 일부, 5,514㎡ (군기시유적전시관 등 일부 공간 공사 제외)
- 주요공간
 - 미래서울 및 글로벌 도시 체험 공간 : 미래서울도시관(미래서울관, 세계도시관)
 - 문화향유 및 시민지원 공간 : 팝업·전시장, 공연장, 군기시유적전시관, 청년활력소
 - 서울홍보 및 편의 공간 : 서울굿즈, 서울책방, 카페, 안내센터, 휴식공간

□ '25년 추진계획

- **[조성 공사]** 본격 공사 착수, 적기 시행하여 **연말 준공 목표**
 - 시민청 공간 철거 공사 진행 ('25.1.~2.)
 - 서울갤러리 조성 인테리어 공사 발주·시행 ('25.3.~12.)
- **[운영 준비]** '26. 1월 개관을 위해 **운영 기반 마련 등 사전 준비**
 - 조례 정비(명칭 변경 등), 수탁기관 선정, 운영계획 마련 등 운영체계 구축
 - 홈페이지 구축, BI(브랜드 아이덴티티) 개발 등 홍보체계 마련



<미래서울도시관(안)>



<카페/공연>



<굿즈·책방>



<팝업·전시>

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

유튜브, 인스타그램 등 뉴미디어 특성에 맞는 자체 콘텐츠 제작 강화와 시민 참여 콘텐츠의 다양화로 주요 시정에 대한 시민의 관심과 참여 유도

□ 사업개요

- 목 적 : 유튜브·SNS·블로그 등 소셜 미디어 활용 시정정보 제공
- 내 용 : 채널 특성에 맞는 콘텐츠 제작 및 시민의 시정 참여 유도

□ '25년 추진계획

- 주요 시정 정책 등 높은 주목도와 트렌드를 접목한 영상 제작을 통해 홍보 강화
 - 최근 트렌드에 맞는 숏폼 영상 지속 확대, 신규 자체 제작 포맷 확대 등
 - 유명 유튜브 채널, 인플루언서 협업으로 다양한 주제 발굴 및 스토리텔링 영상 확산
 - 드론, AI 기법 등 신 기술을 접목한 양질의 홍보 콘텐츠 생산·확대



<4k 드론영상>



<인플루언서 협업>



<자체 제작물>



<AI기법 활용>

- 채널 특성에 맞는 다양한 콘텐츠 제작으로 정책에 대한 관심과 호응 제고
 - 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
- 시민들이 시정에 참여할 수 있는 다양한 기회 마련
 - 시의성 고려, 주요 사업과 연계한 캠페인·이벤트 확대로 시정 관심 유도



<카드뉴스·웹툰>



<인스타그램 릴스>



<손목닥터 9988 이벤트>



<광복 80주년 필사 챌린지>

작 성 자

콘텐츠담당관: 왕희순 ☎2133-6480

콘텐츠제작1팀장: 박소현 ☎6506
콘텐츠제작2팀장: 김주현 ☎6490

담당자: 성상훈 ☎6511
담당자: 정연희 ☎6492

시민 안전, 각종 축제, 다양한 현안 이슈의 신속한 확산과 서비스 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)

□ '25년 추진계획

- [시 누리집] 주요 시정정보 제공, **웹페이지 서비스**를 통한 시민과의 소통
 - 시의성 있는 누리집 웹페이지 제작으로 주요 시책 홍보 및 시민참여 강화
 - 재난·안전을 비롯 시민과의 동행, 서울시 매력이 담긴 다양한 시정정보 제공
 - 각종 축제 및 현안 이슈와 관련된 정보의 신속한 제공 추진



- [내 손안에 서울] 구독자 확대 및 정책 콘텐츠·뉴스레터 제작·발행
 - 주요 시정 홍보 강화를 위한 다양한 시리즈물, 특별 기획물 등 제작
 - 구독자 확대 및 지속 참여를 유도하는 다양한 이벤트 추진
 - 정책별 수혜층 고려 세분화된 타겟매체와 협업·맞춤형 정보 제공
- [통합홍보배너] **사·구·투출기관 등 139개 사이트**와 연동, 시정 이슈 확산
 - 공공앱 등 배너 연동 가능한 신규 매체 확보, 홍보 협업 지속 추진
 - 시민 안전 및 주요 관심사 등의 정보를 비롯한 시정 현안 이슈 확산



작 성 자

콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어채널팀장 : 이대수 ☎6497 담당자 : 조선기 ☎6503
홈페이지팀장 : 조현정 ☎6500 담당자 : 장미희 ☎6515

시정 홍보에 대한 시민참여를 통해 시민 공감 콘텐츠를 확산하고,
정보 파급력이 높은 민간포털 플랫폼을 통해 시정정보의 효과적 확산 도모

□ 사업개요

- 목 적 : 시민의 직접적 시정 홍보 참여로 시민의 눈높이에서 시정 홍보 강화, 영향력 있는 민간포털 협업으로 효과적인 시정정보 제공
- 내 용 : '시민기자', '블로그메이트' 운영과 민간포털 활용 캠페인·광고 및 포털 주요 서비스 제휴 추진 등

□ '25년 추진계획

- **[시민기자]** 시민기자단 확대 모집, 서울시 홍보파트너로서의 **동행 강화**
 - 서울시 주요 사업에 대한 특강 교육(4월) 및 콘텐츠 제작 관련 온라인 교육(상·하반기) 진행
 - 달라지는 사업현장 '프레스투어' 진행, 명예시장 '스페셜 인터뷰' 등 기획콘텐츠 제작
- **[블로그메이트]** 시민 블로그 기자단 활용 시정 콘텐츠 제작·개인 블로그 게재
 - 주요 시정에 대한 취재 참여를 통해 개인 블로그 내 콘텐츠 제작·확산
- **[민간포털]** 캠페인·광고 및 카카오톡 채널 활용 주요 시정과 생활정보 제공
 - 민간포털의 검색 서비스 활용, 역점 사업 등 시정정보 접근성 강화
 - 캠페인, 광고 및 카카오톡 활용 대시민 수혜 정책 및 생활 정보 안내



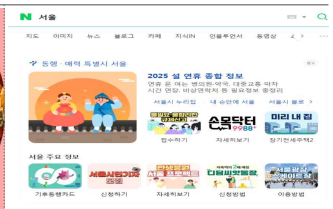
[시민기자] 확대모집



[시민기자] 프레스투어



[블로그메이트]서울원터페스타



[민간포털] 설 연휴 종합대책

작 성 자

콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어기획팀장 : 박진영 ☎6482

콘텐츠제작2팀장 : 김주현 ☎6490

미디어채널팀장 : 이대수 ☎6497

담당자 : 김수진 ☎6494

담당자 : 최동은 ☎6491

담당자 : 김주윤 ☎6502

3. 서울 상징물을 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

□ '25년 추진계획

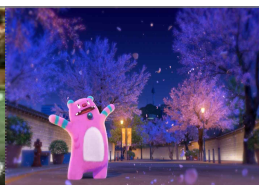
- 서울 굿즈 등 **상징물 활용 도시마케팅** 추진
 - 시 주요 정책·가치를 반영한 서울 굿즈 기획 및 굿즈 스토어 상설 운영(4개소)
 - 민간기업 협업을 통한 콜라보 제품(총 6종) 운영 판매 및 지속 개발
- 서울브랜드 **SEOUL MY SOUL** 홍보 및 확산을 위한 **다양한 프로모션** 추진
 - 시 주요 축제 및 행사(정원박람회·윈터페스타 등) 연계 브랜드 홍보부스 운영
 - 온라인 플랫폼(글로벌 타겟 TV·OTT 등) 활용을 위한 다양한 콘텐츠 제작·홍보
- 해치&소울프렌즈 세계관 및 팬덤 확장을 위한 **온·오프라인 이벤트** 운영
 - 해치 1주년 이벤트(5월) 및 해치 마법학교(상하반기) 등 방문 프로그램을 통한 유대감 형성
 - 민간기업 협업(레고코리아, 6월), 시 주요 행사(정원박람회) 이벤트존 기획 및 해치 SNS 운영 등
- 서울 상징물 캐릭터를 활용한 **애니메이션 제작** 추진
 - 선계에 살고 있는 신수 해치가 인간 세상에 내려와 친구들과 벌어지는 다양한 이야기(총 26부작)
 - ※ 초도 1편('25.5), 전반 13편('25.12), 후반 13편('26.6)



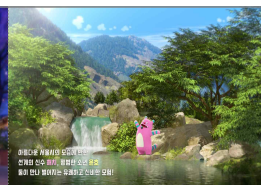
<공화문 코너스마켓>



<with 해치>



<(예시) 해치 애니메이션>



작 성 자

서울브랜드담당관 : 이영미 ☎2133-6185

브랜드기획팀장 : 박미란 ☎6187
캐릭터마케팅팀장 : 김지현 ☎6940

담당자 : 신유미 ☎6194
담당자 : 이혜민 ☎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

□ '25년 추진계획

해외 홍보 도시 마케팅

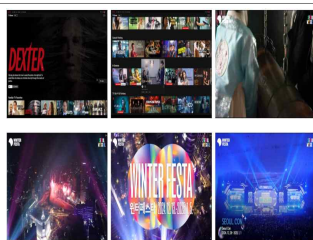
- 글로벌 마케팅 트렌드에 적합한 **해외 도시 종합 마케팅 전략** 추진
 - 해외 도시 및 글로벌 기업 마케팅 전략 분석을 통해 서울만의 종합 홍보 마케팅 기획
- 해외 도시 대상 브랜드 마케팅 사업 효과 분석을 위한 **성과 지표 개발**
 - 市 정책 및 브랜드 인지도 제고 등 실질적인 홍보 효과를 확인할 수 있는 고도화된 지표 마련

글로벌 매체 활용 도시 마케팅

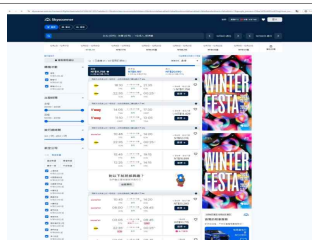
- **다양한 해외 매체를 활용한** 서울의 동행·매력 정책 및 주요 축제·행사 홍보
 - 전통 미디어(TV, 인쇄, 옥외 등)와 뉴 미디어(디지털, 모바일, OTT 등) 활용 확산
- 서울의 우수 정책 체험 및 소개 등의 **영상 콘텐츠 제작 및 글로벌 확산**
 - 해외 대상 서울시 우수 정책, 서울 브랜드, 캐릭터 등 글로벌 인지도·선호도 제고



<방송매체 활용>



<OTT 활용>



<해외 OTA 활용>



<영상 콘텐츠 제작>

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(4개 언어자동번역), SNS(8개 채널) 활용한 글로벌 서울 매력 홍보

□ '25년 추진계획

- 市 대표 정보포털 외국어 누리집을 통한 서울 시정정보 제공
 - 외국인 대상 시정 홍보 콘텐츠 제작(연 4,000건), e-뉴스레터 활용 확산
 - 외국인 수요 맞춤 혼자 여행하기 좋은 서울, 한눈에 보는 한강 기획페이지 제작
 - 한류 콘텐츠 연계 외국인 대상 정책소개 등 흥미 유도 위한 이벤트 추진 등



<보신각 타종 홍보페이지>

<누리집 설 연휴 안내>

<2025년 뉴스레터>

<월간 콘텐츠 선호도 투표>

- 외국어 SNS 등 글로벌 플랫폼 활용 서울 매력 콘텐츠 제공

- 페이스북 라이브 방송(영어), 현장감 있는 숏폼 등 다양한 형태의 콘텐츠 발행
- 댓글·공유 등 구독자 참여형 이벤트로 동행·매력 정책 및 여행하기 좋은 서울 홍보
- 아리랑 TV 영어 뉴스를 통한 시 주요 정책 영상뉴스로 글로벌 송출



<페이스북 라이브 방송>

<숏폼 콘텐츠>

<참여 이벤트>

<아리랑 TV>

작 성 자

서울브랜드담당관: 이영미 ☎2133-6185 해외마케팅팀장: 권혜정 ☎6190 담당: 이흔정/정하나/김은희

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 우수사례를 선정·포상함으로써 시민 점점 민원서비스의 질적 개선을 도모

□ 사업개요

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

□ '25년 추진계획

- **[교육 운영]** 민원 공무원 역량 강화 및 감정관리 등 통한 **민원서비스 향상 교육**
 - (집합 교육) 민원응대 역량강화 위한 집합교육(연 20회) 및 찾아가는 교육(수시)
 - ▶ 악·강성 특이민원 대응 개선 특강 운영 및 민원응대 매뉴얼 제작·배포
 - (e러닝 교육) e-공무원의 민원응대서비스, 특이민원 응대요령과 감정관리 교육(연중)
 - **[정기 평가]** 민원서비스 수준 향상 위한 **정기적 품질점검 및 평가** 시행
 - 민원응대 품질 정기점검 : 미스터리 쇼퍼 활용한 전화민원 및 방문민원 점검(연 2회)
 - 민원행정(법정/응답소) 평가 : 준수율·단축률·만족도·서류 간소화 등(월별·반기별)
 - ▶ 평가결과 하위 부서·기관 : 찾아가는 민원응대 교육 통해 개선 도모
 - **[포상 격려]** 적극적 민원서비스 개선 **우수사례, 우수기관 및 칭찬받은 공무원 포상**
 - 시민 위한 민원서비스 개선 우수사례 발굴·시상(9건 총 14백만원), 우수기관 선정·포상(22개소 총 18백만원), 시민에게 칭찬받은 우수 민원공무원 포상(연 150명, 총 11백만원)
 - **[힐링프로그램]** 민원 응대 직원 보호 및 스트레스 관리 위한 **힐링 프로그램 운영**
 - (힐링 데이) 공연관람, 원데이클래스 등 다양한 힐링데이 프로그램 운영(7회 140명)
 - (힐링 캠프) 자연탐방, 문화체험 등 비숙박 힐링캠프 운영(1회 20명)
- ※ '24년 힐링 프로그램 운영실적 : 8회 총 127명

정보환경 및 민원행정 수요변화에 신속 대응하는 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
- '24년 민원현황 : 총 2,697,937건(일평균 7,392건) (단위 : 건, '24.12.31. 기준)

합 계	교 통	환경·안전	주택·건설	복지·문화·경제	총무기획·감사 등
2,697,937 (100%)	1,830,785 (67.9%)	523,621 (19.4%)	84,059 (3.1%)	85,363 (3.2%)	174,109 (6.5%)

< 응답소 운영개요 >

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

□ '25년 추진계획

- 민원 처리 효율성·안전성 제고 위한 응답소 시스템 **기능 개선**
 - (신청방법 개선) 비회원 인증 개선으로 비실명 민원 신청 방지
 - ▶ 소셜(네이버·카카오·구글) 계정 로그인 → 민간인증(금융인증서, 토스 등)
 - (처리절차 개선) 기관/부서 재지정 요청 민원 등 처리절차 간소화 및 개선
 - ▶ 타 기관 이송 또는 민원 종류 변경 시 회수절차 생략, 현장사진 첨부기능 신설
 - (보안 강화) 응답소 시스템 복수 인증 로그인 등 사용자 보안 강화
 - ▶ 응답소 대체 로그인 수단 제공(GPKI 인증, 행정포털 ID/PW) 및 로그인 이력 관리
- 내·외부 사용자의 **다양한 요구사항 처리 및 시스템의 안정적 운영**
 - 헬프 데스크 운영, 서비스 속도 향상을 위한 DB 최적화(DBA* 전문인력 투입) 수행

*DBA(DataBase Administrator): 데이터베이스를 유지, 보호, 운영하고, 데이터가 올바르게 저장되고

검색될 수 있도록 보장

3

신속한 민원처리를 위한 열린민원실 운영 (사업비 18백만원)

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 22명(민원처리1팀 9명, 민원처리2팀 8명, 직소민원팀 5명)
- 주요업무 : 방문민원 및 직소민원 상담·안내·접수·분배·처리
 - 제증명·자격증 발급(14종), 통합민원 처리(30종), 고충민원·정보공개청구 접수
 - 시장과 관련된 제안·개선사항 등 「시장에게 바란다」를 통한 민원 수렴 등

□ '25년 추진실적(1월 기준)

- **[열린민원실]** 민원 접수·처리 현황 : 총 4,496건(일평균 250건) (단위 : 건)

계	증명/교부	정보공개	신고/등록	인가/허가	고충민원	기 타*
4,496 (100%)	1,431 (31.8%)	1,390 (30.9%)	904 (20.1%)	228 (5.1%)	62 (1.4%)	481 (10.7%)

* 기타: 확인, 이의, 신청, 청구 등

- **[시장에게 바란다]** 민원현황 : 총 492건(일평균 27건) (단위 : 건)

계	주택건축	일반행정	도로교통	환경공원	보건복지	산업문화	기 타
492 (100%)	212 (43.1%)	73 (14.8%)	66 (13.4%)	45 (9.2%)	44 (8.9%)	33 (6.7%)	19 (3.9%)

□ '25년 추진계획

- 민원인의 폭언·폭행 등 특이 민원으로부터 공무원 보호조치 강화
 - 특이 민원 발생 시 효과적 대응 위한 민원실 비상 모의훈련(연간 2회)
 - 열린민원실 공공안전관(1명) 배치 및 휴대용 보호장비(웨어러블캠 5, 녹음기 5) 운영
- 민원취약계층 서류작성 및 특이민원 응대 지원 위한 **민원안내관 운영**(총 4명)
- 市 홈페이지[시장에게 바란다] 및 다양한 채널 직소민원 접수·운영(연중 수시)

작 성 자

민원담당관 : 김형규 ☎2133-6460

민원처리1팀장 : 권미정 ☎7900

담당자 : 유진엽 ☎7908

민원처리2팀장 : 장윤석 ☎7915

담당자 : 박태진 ☎7916

직소민원팀장 : 김승현 ☎6045

담당자 : 현미희 ☎6046

IV. 2024 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

□ 총 괄

- 수감결과 처리요구사항 등 총 36건
- 조치내역

구 분		계	완 료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	36	27	8	-	1
	시정· 처리요구사항	21	15	6	-	-
	건의 사항	3	-	2	-	1
	기타(자료제출 등)	12	12	-	-	-

시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 홍보대사 선정에 별다른 절차가 없고, 연임, 보수 등에 대한 명확한 기준, 규정이 없음. 조례에 선발 기준, 연임, 보수에 관한 구체적 기준 수립이 필요함. - 구체적 기준 마련해서 보고 바람 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 신규 위촉 후보 도출 위한 시민여론조사('24.12월) ☐ 향후계획 ○ 홍보대사 위촉 시 시민의견 반영 방안 지속 발굴 및 추진 ○ 홍보대사 임기만료 시점 도래 시, 시정 홍보 기여도 및 활동실적 등을 평가하여 연장 검토 ○ 홍보대사의 홍보 활동에 따른 예우에 관한 내부 기준 수립

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 제7기 명예시장 위촉시('24.12.) 초저출생, 고령화 등 사회 이슈에 맞춰 분야를 확대 개편(16→20개)하고 적극적인 소통 및 홍보를 위해 오피니언 리더 및 인플루언서로 선발하여 명예시장의 연령대와 직위를 다양화함 - (분야) 미래세대, 약자동행, 글로벌관광 등 19개 분야 - (인물) 청년정치크루 대표 이동수, 사단법인 무의 대표 홍윤희, (주)케르반업그룹 대표이사 오시난 등 ☐ 향후계획 ○ 분야별 시정참여 및 소통·홍보활동 지원 : 연중 수시
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 2025년 국어 발전 추진계획 수립 중 ('25년 2월 중 완료 예정) ☐ 향후계획 ○ 2025년 국어 발전 추진계획에 따라 연 4회 개최 예정
○ 행정부에서 TBS 관련 발언을 할 경우 TBS 직원들이 희망을 갖거나, 혼선이 없도록 표현에 신중을 기할 것. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 향후 TBS 관련한 발언시 혼선이 없도록 표현에 신중을 기하겠음

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 서울갤러리 조성·운영 관련 여론조사 실시 검토 - 조사 대상, 조사 방법, 문항 설계 등 ☐ 향후계획 ○ '25. 2월 : 여론조사 실시계획 수립 ○ '25. 3월 : 여론조사 실시 ○ '25. 4~12월 : 여론조사 결과 서울갤러리 조성 및 운영 계획 반영
○ 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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 해당 용역은 TBS에서 '24년 市 출연금이 아닌 자체수입을 활용하여 진행한 용역으로 용역 결과는 TBS의 영업상 비밀에 해당하여 市에 미공유
○ 용역 수행 전 과정에서 TBS 일부 임원과 서울시의 적극적 개입 및 용역 수행사의 의도적 선정 우려 지적 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 서울시가 이에 개입하거나 관여한 바 없음
○ 용역 절차와 결과에 대해 의구심을 가진 전 임원이 TBS 자체감사 지시했으나, 서울특별시에서 무마시켜 용역 준공처리에 대한 지적 (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 진행 절차 및 결과, 자체감사 지시 등과 관련하여 서울시가 공유받거나 관여한 바 없음

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 그동안 시의회는 TBS에 혁신에 대해 여러 방안을 제안했으나 결국 이루어지지 않음. 대표 등 경영진도 책임이 있음. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 (※ TBS 추진사항) ○ TBS에서 자체 혁신안을 마련하고, 독립운영을 위한 민영화를 결정함에 따라 비상대책 TF 구성, 투자자 발굴 용역 등 다양한 자구책 추진 ☐ 향후계획 ○ 독립운영을 위한 운영 재원 마련 지속(TBS)
○ TBS 출연동의안 92억은 인건비로 의회에서 승인한 것인데 사업비로 쓰였음은 물론 증방이 부족함. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ TBS 출연동의안 시의회 제출·의결 : `23.12월 - 출연동의안 92억 : 인건비 73억, 기본경비 6억(4대 보험료), 청사유지비 등 13억(청사 임차료, 관리비 등) ※ 청사유지비(임차료, 관리비 등) 등은 사업비에 해당</p> <p>○ TBS 월별 집행계획, 교부한 출연금 집행잔액 등을 확인하여 월별 교부 실시 : `24.1~5월
○ 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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 홍보기획관은 주요 시정, 긴급한 재난·안전 정보 등 시민 생활에 필요할거나 도움이 되는 정보를 정확하고 시의성있게 제공하고자 노력하고 있음. ☐ 향후계획 ○ 선거법 등 관련법령 위배여부 등 철저히 검토하여 시정 홍보 추진: 상시

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 서튜버 1년차이나, 조회수 등 성과가 저조함. 좋은 사업 아이템이만큼 성과가 개선될 수 있는 대책 방안 마련이 필요함. (콘텐츠담당관)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 내부 공모를 통해 끼와 재능을 보유한 직원을 ‘서튜버(서울시 공무원 유튜버)’로 선발하여 자연스럽고 친근한 홍보영상 제작(’23.11.~’24.11. 총 20건 제작) ☐ 향후계획 ○ 다양한 시각의 시정 홍보를 위해 시민, 공무원 등 서튜버를 지속 선발하여 연속성 있는 콘텐츠(시즌제)로 운영 검토 - 서튜버 시즌 2 : 서울을 친근하게 브랜딩하는 제2의 서튜버(서울시민 대표 유튜버) 선정 · 운영 검토 중
○ 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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 시의성 있는 서울시 주요 정책 발표와 시민 관심도 높은 행사 중심 방송 진행 - 2024년 토론회 및 세미나 총 41회 유튜브 중계 진행 ☐ 향후계획 ○ 시민 관심도 높은 토론회 및 세미나 발굴 및 추진 ○ 주관부서 협의 통해 향후 오프라인 토론회 진행 시 유튜브 중계 진행 제안
○ 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)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 서울 상징물 인지도 · 선호도 조사 및 전문가 자문 등을 통해 시민들의 의견을 반영하여 홍보 마케팅 추진 ☐ 향후계획 ○ 서울 상징물 인지도 조사 시행 : ’25.2월~ ○ 홍보 마케팅 수립 : ’25.2월~

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 서울브랜드총괄관 자문료가 건당 30만원인데 증빙이 없음. 향후 자문료 지급에 대한 자문 증빙 필요. (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 기존에는 자문 일시·참석자·문안건 등이 포함된 활동내역(근무일지)을 작성하여 이를 첨부하였으나 ○ 23.12월부터 브랜드총괄관의 업무 및 활동 사항들에 대하여 매 자문시마다 결과보고서를 작성, 증빙하고 있음 ☐ 향후계획 ○ 서울브랜드총괄관 운영으로 시정방향에 부합하는 브랜드 정책이 수립될 수 있도록 자문을 이행, 행정의 전문성 향상에 기여할 수 있도록 운영하겠음
○ 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 굿즈 기업 선정 시, 특혜 의혹이 없도록, 기업 이미지와 인지도 등 면밀히 고려해 진행할 것. (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정 ☐ 향후계획 ○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 브랜드가 홍보되기 위해서 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 상품에 시각적으로 브랜드가 더욱 강조되어야 하고, 특허 의혹이 없도록 협약 시, 수익에 대한 사회 환원 비율 조항을 명문화 하는 등 보완 필요. (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 제품 개발 시 서울브랜드·캐릭터 노출 비중 확대 노력으로 상징물 홍보효과 극대화 및 브랜드 가치 강화 ○ 협업 기업과 사회공헌 투자비율 협의 시 구체적·개별적 검토로 공공성과 사업성 강화 ☐ 향후계획 ○ 서울시 사회공헌사업으로 명문화하여 사회공헌사업으로 관리
○ 또한 효과적 브랜드 확산을 위해 보다 점유율이 높은 회사와도 협의해볼 것. (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정 ☐ 향후계획 ○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진
○ 9988 포인트로 서울시 굿즈샵에서 구매 가능하도록 조치 바람. (서울브랜드담당관)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 9988 포인트는 서울페이머니로 전환하여 서울페이 가맹점에서 사용할 수 있는바, 굿즈숍 중 서울페이 미가맹 매장 대상 신규 가맹 등록 진행 중(2월말 예정) - 신규 가맹 등록 진행(2개소) : 서울마이소울샵 명동, 광화문 - 기가맹 매장(2개소) : DDP디자인스토어, 서울마이소울샵 종로 ☐ 향후계획 ○ 가맹 등록 완료 후 매장 내 서울페이 QR 등 안내물 비치

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
○ 시우회 법인카드 사용 2건이 있음. 퇴직공무원으로 구성된 단체에 법인카드 사용한 것이 적절한지? 작은금액이라도 특혜성으로 보일 수 있으니 자제 필요. (민원담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 「지방자치단체 회계관리에 관한 훈령」 등 회계 관련 규정에 따라 산출기초조사 후 인쇄비 지출 2건에 총 118만원을 집행 - 국가유산 수리업 등록증 인쇄 : 1,098천원('24.6월) - 120다산콜재단 출연동의(안) 인쇄 : 83천원('24.8월) ☐ 향후계획 ○ 향후 인쇄비 지출 시에는 관련 규정을 준수하여 적정한 업체를 선정하여 집행하겠음
○ 조례상 특별한 사유가 있을 때만 가능함에도 불구하고, 관례적으로 특정제품선정 심사위원회 서면 심사를 했으며, 참석수당도 서면심사의 경우 10만원 지급 하도록 되어있으나 20만원이 지급됨. (민원담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 ○ 코로나19 재확산 우려 등이 있어 온라인 원격 회의를 통해 응답소 상용 소프트웨어 특정제품 선정심사를 진행(2시간 30분 ~ 3시간 소요) 후 심사수당을 지급함 ☐ 향후계획 ○ 향후 특정제품선정심사위원회는 대면회의로 개최할 예정이며, 관련 규정에 따라 회의 수당을 적정히 집행하겠음

건의사항

건의사항	조치결과
○ TBS가 공공에 기여를 해온만큼 주파수가 이어질 수 있도록 서울시가 전폭적으로 지원해주길 바랍. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ TBS 독립 운영 준비를 위해 인건비, 청사유지비 등 92억 출연 등 지원 실시 ☐ 향후계획 ○ TBS 당연직 이사로서 이사회 참여를 통해 주요사항 검토 지원
○ 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 바랍. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 추진 중 ☐ 추진내용 ○ 현재 명예시장 정원을 20명 이내로 규정하고 있는 관련 조례를 필요시 개정 추진하여, 명예시장 제도가 목적대로 원활하게 운영될 수 있도록 적극 지원하겠음 ☐ 향후계획 ○ 관련하여 시의회와 지속 소통하겠음
○ 메타버스 등 가상공간 연동하여 명예시장을 운영할 수 있는 방안 검토. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 미반영 ☐ 추진내용 ○ 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

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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예산 집행 내역 일체. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예비비 지출내역 증빙까지 세부내역 제출. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 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)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 홍보대사 연임 횟수를 표기해서 제출. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 9월, 10월 TBS 직원들 출근 현황 제출. (홍보담당관)	☐ 추진상황 : 완료 ☐ 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)

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