

2026년도 홍보기획관 소관 세입·세출 예산안 검 토 보 고

I. 회부경위

1. 의안번호 : 제3367호
2. 제 출 자 : 서울특별시장
3. 제출일자 : 2025년 10월 31일
4. 회부일자 : 2025년 11월 4일

II. 예산안 개요

1. 세입·세출예산안

가. 세입예산안

- 2026년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 일반회계 130억원으로, 전년도 134억 3천5백만원 대비 4억 3천7백만원(△3.3%) 감액되었음.

< 2026년도 홍보기획관 세입예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2025년도	2026년도(안)	증감	증감률(%)
총 계		13,434,510	12,997,698	△436,812	△3.3
일반회계	세외수입	12,458,662	11,859,291	△599,371	△4.8
	보조금	975,848	1,138,407	162,559	16.7

- 세외수입은 118억 5천9백만원, 보조금은 11억 3천8백만원이 각각 편성되었음.

○ 세입예산안의 세부내역을 살펴보면,

- 세외수입은 ▶공유재산 임대료 4억 4천8백만원, ▶기타사용료 1억 4천6백만원, ▶증지수입 5천4백만원, ▶기타수수료 2백만원, ▶기타 사업수입 1억 2천2백만원, ▶자치단체간부담금 110억 8천2백만원, ▶그외수입 6백만원임.
- 보조금은 ▶국고보조금 11억 3천8백만원임.

< 2026년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

구 분		2025년도	2026년도(안)	증감	증감률(%)
계		13,434,510	12,997,698	△436,812	△3.3
일반 회계	세외수입	12,458,662	11,859,291	△599,371	△4.8
	공유재산임대료	381,487	448,395	66,908	17.5
	기타사용료	-	145,670	145,670	100.0
	증지수입	58,917	53,550	△5,367	△9.1
	기타수수료	2,111	1,877	△234	△11.1
	기타사업수입	41,311	121,615	80,304	194.4
	자치단체간부담금	11,974,836	11,081,880	△892,956	△7.5
	그외수입	-	6,304	6,304	100.0
	보조금	975,848	1,138,407	162,559	16.7
	국고보조금	975,848	1,138,407	162,559	16.7

나. 세출예산안

(1) 총괄

- 2026년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 일반회계 687억 6천6백만원으로, 전년도 최종예산 748억 4천7백만원 대비 60억 8천만원 (△8.1%) 감액되었음.

< 2026년도 홍보기획관 세출예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2025년도	2026년도(안)	증감	증감률(%)
총 계	계	74,846,539	68,766,267	△6,080,272	△8.1
일반회계	행정운영경비	712,951	693,625	△19,326	△2.7
	사업비	74,133,588	68,072,642	△6,060,946	△8.2

- 이 중 사업비는 680억 7천3백만원으로 전년 대비 60억 6천1백만원 (△8.2%) 감액되었고, 행정운영경비는 6억 9천4백만원으로 전년 대비 1천9백만원(△2.7%) 감액되었음.

(2) 사업별 분류(정책-단위-세부)

- 2026년도 홍보기획관의 사업구조는 정책사업 5개, 단위사업 12개, 세부사업 31개로 구성되었으며, 정책사업별 단위사업은 다음과 같음.

【 시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현 】 153억 6천만원
- 대중매체 활용 시정정보 제공(1개 사업) 61억 1천9백만원

- 시민과의 현장소통 확대(4개 사업) 75억 5천7백만원
- 시민과 함께 만드는 시정간행물 운영(3개 사업) 13억원
- 시민 제작 방송 지원(1개 사업) 3억 8천4백만원

【 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화 】 102억 1천만원

- 소셜미디어 등을 통한 커뮤니케이션 강화(2개 사업) 6억 5천5백만원
- 영상매체 활용 시정정보제공(2개 사업) 2억 9천6백만원
- 시민 눈높이에 맞는 웹사이트 관리 및 운영(3개 사업) 47억 7천3백만원
- 뉴미디어 트렌드에 맞는 채널 및 콘텐츠 보급 확산(4개 사업) 44억 8천6백만원

【 시민참여 활성화 】 4억 8천1백만원

- 시민참여 기반 조성 및 확산(2개 사업) 4억 8천 1백만원

【 시민 자긍심 고취 및 도시 경쟁력 】 70억 3천2백만원

- 체계적이고 지속적인 브랜드 관리(4개 사업) 70억 3천2백만원

【 시민중심의 민원행정서비스 제공 】 350억원

- 여권업무대행(1개 사업) 11억 3천8백만원
- 고품질 민원서비스 제공(4개 사업) 338억 5천2백만원

(3) 성과계획서

- 홍보기획관은 성과중심의 사업 운영을 위해 전략목표 1개와 정책사업목표 5개 및 이에 대한 성과지표 11개를 설정하였음.

< 2026년도 홍보기획관 성과계획 총괄 >

(단위 : 개, 백만원)

실국명	성과계획				예산액		
	전략목표수	정책사업목표		단위사업수	예산액	전년도예산액 (본예산)	비교증감
		개수	지표수				
홍보기획관	1	5	11	12	68,766	74,347	△5,580

< 2026년도 홍보기획관 성과계획 세부내역 >

전략목표명 (부서명)	정책사업목표명	성과지표명
전략적 홍보 강화로 시민이 체감하는 시정 구현 (홍보기획관)	다양한 매체를 통한 시정정보 제공으로 시민소통 활성화	시책사업의 전략적 홍보 건수
		시정 소통활동 시민참여자 수
		서울사랑 및 내친구서울 독자 만족도
	시민과의 소통활성화로 시정 공감대 확산	소셜네트워크 시민참여자 수
		내 손안에 서울 콘텐츠 건당 평균 조회수
	시민의 시정참여 확대 및 활성화	시민제안 플랫폼 접수되는 시민제안 건수
	시민 참여 글로벌 거버넌스를 통한 도시브랜드 확산	해외마케팅을 통한 도시매력 전파 건수
		시 대표 외국어 온라인 매체 이용 건수
	시민 감동 민원행정 서비스 제공	응답소 민원처리 준수율
		민원응대서비스 시민 만족도
		법정민원 스피드지수

2. 신규사업 및 종료사업

가. 2026년도 신규사업

- 2026년도 신설된 홍보기획관 사업은 없음.

나. 2025년도 종료사업

- 2025년부로 종료된 홍보기획관 사업은 ‘시민청 공간 개편’ 1건임.

< 2025년도 홍보기획관 소관 종료사업 >

(단위: 천원)

부 서 명	세부사업명	2025년 최종예산	비고
홍보담당관	시민청 공간 개편	7,745,000	공간 개편 완료

3. 주요 증·감액 사업

가. 증액사업

- 2026년도 세출예산안 중 주요 증액사업은 ▶서울갤러리 운영, ▶뉴미디어 웹사이트 운영, ▶서울시 누리집 운영, ▶일반여권발급 업무대행, ▶통합민원 처리 및 열린민원실 운영, ▶120다산콜재단 출연금 등임.

< 2026년도 홍보기획관 소관 주요 증액사업 >

(단위 : 천원)

부서	사업명	2025	2026(안)	증감	증감률(%)
홍보담당관	서울갤러리 운영	78,000	1,932,760	1,854,760	2,377.9
콘텐츠담당관	뉴미디어 웹사이트 운영	1,914,278	2,203,452	289,174	15.1
	서울시 누리집 운영	1,858,005	2,011,324	153,319	8.3
민원담당관	일반여권발급업무대행	975,848	1,138,407	162,559	16.7
	통합민원 처리 및 열린민원실 운영	21,058	38,440	17,382	82.5
	120다산콜재단 출연금	30,750,395	32,250,067	1,499,672	4.9

나. 감액사업

- 2026년도 세출예산안 중 주요 감액사업은 ▶소통관리 및 시정정보 제공, ▶시정여론조사 운영, ▶어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영, ▶인터넷언론사 활용 시정안내, ▶뉴미디어 전략 마케팅, ▶콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진, ▶글로벌 매체 활용 도시 마케팅, ▶온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅, ▶서울 상징물 활용 도시 홍보 등임.

< 2026년도 홍보기획관 소관 주요 감액사업 >

(단위 : 천원)

부서	사업명	2025	2026(안)	증감	증감률(%)
홍보담당관	소통관리 및 시정정보 제공	5,168,389	5,047,126	△121,263	△2.3
	시정여론조사 운영	817,592	516,992	△300,600	△36.8
	어린이신문「내친구서울」제작 및 운영	638,000	538,000	△100,000	△15.7
콘텐츠담당관	인터넷언론사 활용 시정안내	964,559	818,036	△146,523	△15.2
	뉴미디어 전략 마케팅	1,823,122	1,606,922	△216,200	△11.9
	콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진	1,090,000	700,000	△390,000	△35.8
서울브랜드담당관	글로벌 매체 활용 도시 마케팅	1,347,000	1,077,700	△269,300	△20
	온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,054,750	1,941,750	△113,000	△5.5
	서울 상징물 활용 도시 홍보	3,599,135	2,892,290	△706,845	△19.6

Ⅲ. 전문위원 검토보고(수석전문위원 강옥심)

1. 세입예산안

가. 개요

- 2026년 홍보기획관 소관 세입예산안은 세외수입 118억 5천9백만원과 보조금 11억 3천8백만원을 합한 130억원으로, 전년 대비 4억 3천7백만원(△3.3%) 감액되었음.

< 2026년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

구 분		2025년도	2026년도(안)	증감	증감률(%)	편성내역
계		13,434,510	12,997,698	△436,812	△3.3	
일반 회계	세외수입	12,458,662	11,859,291	△599,371	△4.8	
	공유재산임대료	381,487	448,395	66,908	17.5	시청자미디어센터 임대료 서울갤러리 임대·대관수입
	기타사용료	-	145,670	145,670	100.0	상징물 굿즈 판매 수수료
	증지수입	58,917	53,550	△5,367	△9.1	전자민원 수수료
	기타수수료	2,111	1,877	△234	△11.1	행정정보공개 수수료
	기타사업수입	41,311	121,615	80,304	194.4	시정간행물 판매수입 서울갤러리 운영수입
	자치단체간부담금	11,974,836	11,081,880	△892,956	△7.5	120다산콜재단 운영비 공동분담금
	그외수입	-	6,304	6,304	100.0	서울갤러리 임대공간 공공요금
	보조금	975,848	1,138,407	162,559	16.7	
	국고보조금	975,848	1,138,407	162,559	16.7	여권발급 업무대행 보조금

나. 세입 증액 현황

(1) 공유재산임대료

- ‘공유재산임대료’는 서울시청자미디어센터 임대료 및 서울갤러리 임대·대관수입으로, 전년 대비 6천7백만원이 증액(17.5%)된 4억 4천8백만원이 편성되었음.
- 주요 증액 사유는 서울갤러리 개관에 따른 임대료 2천2백만원과 대관료 수입 3천8백만원이 신규 편성되었기 때문임.
- 이 중 대관료 수입의 경우, 2022년부터 2024년까지 시청 시민청의 수입 실적이 연간 7천만원 내외였음을 고려한다면, 대관 공간이 줄어든 것을 감안하더라도 다소 소극적인 세입 편성으로 보임.
- 실제로 공간 개편 전후를 비교하면 동일한 용도·면적을 지닌 공간에 대해서 서울갤러리가 훨씬 낮은 시간당 대관료를 책정하고 있었음.

< 시민청·서울갤러리 시간당 대관료 비교 >

공간명	면적(m ²)	개편 전 시간당 대관료(원)	개편 후 시간당 대관료(원)
시민청갤러리	238.88	40,000	-
시민플라자A	200	32,000	-
시민플라자B	60	9,600	-
팝업전시장	190	-	16,900
공연장	174	-	15,400
태평홀	348.06	58,000	-
워크숍룸	105.8	18,000	9,300
동그라미방	73.2	13,000	6,400
바스락홀	285.6	48,000	-

- 해당 요금은 「공유재산 및 물품관리에 관한 법률」 등 관련 법규에 따른 최소 요금은 준수하고 있는 것으로 확인되나, 반드시 최소 요금에 맞추어 사용료를 책정해야하는 것은 아니므로, 공간의 특성 등을 고려한 대관료의 산출이 필요할 것으로 판단됨.

(2) 기타사용료

- ‘기타사용료’는 “서울 상징물 활용 도시 홍보” 사업의 서울 브랜드 및 해치 캐릭터 상품화 등에 따른 IP 사용수수료로, 1억 4천6백만원이 신규편성되었음.
- 이러한 사용수수료는 상품 매출액에 따른 변동성이 크게 나타나므로 세입 추이를 면밀하게 살필 필요가 있음.

(3) 기타사업수입

- ‘기타사업수입’은 서울갤러리 내 책방 및 카페 운영 개시에 따라 전년 대비 8천만원(194.4%) 증액된 1억 2천2백만원이 편성되었음.

다. 세입 감액 현황

(1) 자치단체간부담금

- ‘자치단체간부담금’은 120다산콜재단의 자치구 운영분담금으로, 전년 대비 8억 9천3백만원 감액(△7.5%)된 110억 8천8백만원이 편성되었음.

- 이는 2024년도 예산안 편성 당시, 120다산콜재단이 제출한 출연 동의안을 기준으로 자치구 분담액(세입)을 책정하였다가, 실 편성 예산액 및 2024 회계연도 결산 시 집행액에 따른 차이분 등 정산금이 10억 9백만원 규모로 크게 발생함에 따른 감액임.
- 실무적으로 서울시 및 자치구가 예산안을 편성하는 시점상 출연 동의안을 기반으로 분담금을 산정할 수밖에 없다는 점은 이해하나, 정산금의 과도한 발생은 서울시뿐만 아니라 자치구에 있어서도 효율적인 재정 운용을 저해하는 요인이 되므로 정산금 발생의 최소화를 위한 대책 마련이 필요하겠음.

2. 세출예산안

가. 개요

- 2026년 홍보기획관 소관 세출예산안은 687억 6천6백만원으로, 전년 대비 60억 8천만원(△8.1%) 감액되었음.

< 2026년도 홍보기획관 세출예산안 개요 >

(단위 : 천원)

2025년도	2026년도(안)	증감	증감률(%)
74,846,539	68,766,267	△6,080,272	△8.1

- 부서별¹⁾ 예산안 주요 증감 현황을 살펴보면 전반적으로 감액 추이를 보였는데, ►홍보담당관은 시민청 공간 개편이 2025년부터 마무리됨에 따라 전년 대비 63억 2천8백만원(△29.2%)이 감액

1) 부서별 행정운영경비 제외한 사업비 기준

되었고, ▶콘텐츠담당관은 뉴미디어 콘텐츠 제작을 통한 마케팅 등 3억 4천6백만원(△3.1%)이 감액되었으며, ▶서울브랜드담당관은 해치 홍보물 제작비 조정 등으로 10억 6천9백만원(△13.2%) 감액되었으나, ▶민원담당관은 120다산콜재단 출연금 증액 등에 따라 16억 8천만원(5.1%)이 증액되어 유일하게 예산이 증액된 부서임.

< 부서별 예산안 주요 증감 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025	2026(안)	증감	증감률(%)	비 고
총 계	(x975,848) 74,846,539	(x1,138,407) 68,766,267	(x162,559) △6,080,272	△8.1	
사 업 비	(x975,848) 74,133,588	(x1,138,407) 68,072,642	(x162,559) △6,060,946	△8.2	
홍 보 담 당 관	21,688,278	15,360,017	△6,328,261	△29.2	· 시민청 공간 개편 - 리모델링 공사 종료(감 7,745백만원) · 서울갤러리 운영 - 서울갤러리 운영 재개(증 1,855백만원)
콘 텐 츠 담 당 관	11,037,272	10,690,922	△346,350	△3.1	· 뉴미디어 웹사이트 운영 - 내친구서울 누리집 재개발(증 398백만원) · 뉴미디어 전략 마케팅 - 콘텐츠 제작 및 광고비 조정(감 216백만원) · 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진 - 콘텐츠 제작 및 광고비 조정(감 390백만원)
서 울 브 랜 드 담 당 관	8,100,885	7,031,740	△1,069,145	△13.2	· 글로벌 매체 활용 도시 마케팅 - 홍보 영상 기획 사업 종료(감 290백만원) · 서울 상징물 활용 도시 홍보 - 해치 홍보물 제작비 감액 등(감 650백만원)
민 원 담 당 관	(x975,848) 33,307,153	(x1,138,407) 34,989,963	(x162,559) 1,682,810	5.1	· 120다산콜재단 출연금 - 인건비 등(증 1,500백)
행 정 운 영 경 비	712,951	693,625	△19,326	△2.7	

나. 주요사업별 검토

(1) 소통관리 및 시정정보제공(사업별설명서 27쪽)

- 시정 홍보 인쇄물 제작 등을 위하여 ‘소통관리 및 시정정보제공’ 사업에 전년도 최종예산 대비 1억 2천1백만원(△2.3%) 감액된 50억 4천7백만원이 편성되었음.

< 소통관리 및 시정정보제공 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
소통관리 및 시정정보제공	5,168,389	5,047,126	△121,263	△2.3

- 단, 동 사업은 2025년 제1회 추가경정예산에서 4억원이 증액된 바 있어 2025년 본예산 47억 6천8백만원 대비 2억 7천9백만원 (5.8%) 증액된 것으로도 볼 수 있음.
- 본예산 기준 주요 증액 사유는 시정 홍보 통합 예산이 3억원 증가하였기 때문으로, 이 중 1억 5천만원은 서울교통공사에서 운영하는 지하철 역사 홍보매체 ‘와이드칼라’ 사용료 발생에 따른 것임.
- 서울교통공사는 지난 6월, 홍보매체 사용료 원가조사 용역을 실시하였으며, 홍보기획관에 와이드칼라 52개소에 대한 사용료 3억 6천5백만원을 요청하여, 이 중 일부²⁾인 1억 5천만원이 내년도 예산안에 편성되었음.

2) 현재('25) 사용 중인 22개역 52개소 중 일부를 축소 이용할 것으로 예상됨.

- 2017년 9월, 「서울교통공사 설립 및 운영에 관한 조례」 개정³⁾에 따라 시장이 공사의 재산을 무상으로 사용할 수 있도록 한 규정이 삭제³⁾되었으나, 그간 서울시는 관행적으로 공사의 홍보 매체를 무상으로 사용해 온 것으로 보이며, 법령상 근거 없는 부적절한 조치였다고 판단됨.

○ 와이드칼라 사용료를 제외한 1억 5천만원의 통합 홍보 예산 증액분은 그 사유를 파악하기 어려운데, 이는 동 사업 사무관리비가 구체적인 산출근거 없이 포괄예산으로 편성되어, 행정편의주의적으로 집행되어왔기 때문임.

- 예를 들어, 동 사업의 사무관리비 예산 산출근거(후면 표 참고)에는 ‘홍보물 제작 등’의 명목으로 26억 2천8백만원이 편성되어있는데, 세부적인 내용을 살펴보면 ▶시정핵심사업정보 통합제공, ▶재난·재해·안전 등 위기대응 홍보, ▶세대별 맞춤형 정보제공, ▶시민체감형 홍보매체 운영 등 구체적인 내용을 알기 어려우며, 과거 집행 내역상 나열된 사유에 해당하지 않거나 부적절하게 집행된 경우가 많았음.

- 특히, 홍보대사 및 명예시장 위촉식이나 어린이기자단 행사와 같이 명백히 타 세부사업⁴⁾에 해당하는 예산을 전용 등의 행정조치 없이 해당 항목에서 바로 지출하는 경우가 지속적으로 발생하였음.

3) 별도의 법인격을 지닌 공사의 재산권 행사를 제약하는 무상사용 조항은 법률의 위임이 필요한 사항으로 판단하였음.
(서울특별시의회 교통전문위원실, 2017.9.)

4) 홍보대사 및 명예시장 위촉 → ‘현장소통 프로그램 운영’ 사업(사무관리비) ※ 위촉식 등은 행사운영비로 편성 필요
어린이기자단 행사 → ‘어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영’ 사업(행사운영비)

< 소통관리 및 시정정보제공 中 사무관리비 산출근거 >

	2025년 본예산	2026년 예산(안)
사무관리비	<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보물 제작 등 = 2,327,743천원 <ul style="list-style-type: none"> - 시정책심사업정보 통합제공 300,000,000원*5회 = 1,500,000천원 - 자연재해 대비 시민홍보 25,700,000원*4분기 = 102,800천원 - 세대별 맞춤형 정보제공 44,379,000원*5회 = 221,895천원 - 시민 체감형 홍보매체 운영 58,049,600원*5회 = 290,248천원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보물 제작 등 = 2,627,743천원 <ul style="list-style-type: none"> - 시정책심사업정보 통합제공 360,000,000원*5회 = 1,800,000천원 - 재난, 재해, 안전 등 위기대응 홍보 25,700,000원*4분기 = 102,800천원 - 세대별 맞춤형 정보제공 44,379,000원*5회 = 221,895천원 - 시민 체감형 홍보매체 운영 58,049,600원*5회 = 290,248천원
	<ul style="list-style-type: none"> - 시 홍보매체 시민개방(디자인) = 132,800천원 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 시 홍보매체(영상) 8,500,000원* 4개*2회 = 68,000천원 ▷ 시 홍보매체(인쇄) 2,700,000원*12개*2회 = 64,800천원 - 시 홍보매체 시민개방(인쇄부착) 40,000,000원*2회 = 80,000천원 	<ul style="list-style-type: none"> - 시 홍보매체 시민개방(디자인) = 132,800천원 <ul style="list-style-type: none"> ▷ 시 홍보매체(영상) 8,500,000원* 4개*2회 = 68,000천원 ▷ 시 홍보매체(인쇄) 2,700,000원*12개*2회 = 64,800천원 - 시 홍보매체 시민개방(인쇄부착) 40,000,000원*2회 = 80,000천원
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보물 및 디자인 심의위원회 운영 등 = 18,360천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략) ○ 민간육외전광판 활용 시정정보제공 32,267,000원*12월 = 387,204천원 ○ 홍보매체(지하철 내) 활용 시정정보 제공 = 302,200천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보물 및 디자인 심의위원회 운영 등 = 18,360천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략) ○ 민간육외전광판 활용 시정정보제공 32,800,000원*12월 = 393,600천원 ○ 홍보매체(지하철 내) 활용 시정정보 제공 = 309,047천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략)
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 올바른 국어사용 문화조성 = 60,250천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략) ○ 시민소통 공모전 22,000,000원*1회 = 22,000천원 ○ 지역상생홍보관 운영 및 유지보수 = 11,000천원 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 올바른 국어사용 문화조성 = 44,250천원 <ul style="list-style-type: none"> - (산출내역 생략) ○ 시민소통 공모전 22,000,000원*1회 = 22,000천원

- 또한, 앞서 언급한 행사들과 더불어 인플루언서 어워드, 한글날 기념 행사 등의 이벤트를 ‘행사운영비’ 통계목이 아닌 ‘사무관리비’로 편성 및 집행하였다는 점에서도 목적 외 집행이라는 문제점이 있음.
- 트렌드에 민감한 마케팅 분야의 특성상, 구체적인 사업 내용과 비용을 예측하는 것은 실무적으로 어렵다는 점은 일부 이해할 수 있음.
- 그러나, 지속적인 행사성 사업의 발생에도 불구하고 반복되는 행사 운영비 미편성, 전용 등 최소한의 행정조치조차 없는 예산 유용에 대하여는 책임을 회피할 수 없을 것임.
- 따라서, 와이드칼라 사용료를 제외한 1억 5천만원의 통합 홍보 예산 증액분에 대하여도 그 타당성을 확인할 수 없다고 판단됨.

(2) 서울갤러리 운영(사업별설명서 35쪽)

- 2026년 1월 개관 예정인 서울갤러리 운영을 위하여 전년 대비 18억 5천5백만원(2,377.9%) 증액된 19억 3천3백만원이 편성되었음.

< 서울갤러리 운영 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
서울갤러리 운영	78,000	1,932,760	1,854,760	2,377.9

- 이 중 홈페이지 유지보수와 관련된 공공운영비 항목을 제외하면, 서울갤러리의 순수 운영 비용은 과거 시민청(구 서울갤러리)의 운영 예산과 비교했을 때 10% 내외 범위에서 더 적은 규모임.

< 시민청·서울갤러리 운영 예산 비교 >

(단위 : 천원)

	2021년	2022년	2023년	2026년(안)
합계	2,127,331	2,009,150	2,009,150	1,862,760
인건비	486,528	500,150	721,722	363,455
운영비	909,685	887,550	787,722	1,087,658
사업비	731,118	621,450	499,706	301,000
기타	-	-	-	110,647(서울책방)

※ 2024년, 2025년은 철거 및 개편 공사로 정상 운영이 곤란하였으므로 제외

- 그러나, 이는 홍보기획관이 관리하는 공간 규모를 고려하였을 때 오히려 예산을 과도하게 편성한 것으로 판단됨.
- 홍보기획관이 수립('25.11.)한 「서울갤러리 운영 기본 계획」에 따르면, 향후 지하 1층의 미래서울도시관(1,879㎡)과 지하 2층의 태평홀(413㎡)은 도시공간본부에서 운영 및 시설관리를 모두 담당하게 되며, 이를 위해 해당 실국의 2026년 예산안으로 이미 10억 4천5백만원이 편성되어 있고 청년활력소, 군기시유적전시실 등도 공간 개편 전후로 지속적으로 타 실국에서 운영하여 별도 예산이 편성됨.
- 결국 홍보기획관은 서울갤러리 공간 중 1,153㎡만을 운영하게 되는데, 시민청 당시 홍보기획관이 운영하는 공간의 면적이 3,166㎡에 달했고, 공간의 실제 기능도 전시·공연·회의실 등으로 현재의 서울갤러리와 큰 차이가 없었음.

- 이를 종합적으로 고려할 때, 서울갤러리 운영 예산은 과다 추계되었을 가능성이 높다고 판단되므로 일부 조정의 필요성이 있음.
- 한편, 홍보기획관은 2025년 ‘시민청 공간 개편’ 사업 예산으로 ‘자산및물품취득비’ 14억 3천5백만원을 편성하였다가, 예산 전용·변경 과정에서 해당 예산이 6억 6천6백만원으로 감액되었는데, 해당 부족분을 2026년 예산으로 충당하겠다는 과거 답변과 달리 동 사업에는 자산및물품취득비가 편성되지 않았음.
- 이는 2025년 예산 편성 당시 자산및물품취득비를 과다 추계하였다는 방증이라고 판단됨.

(3) 뉴미디어 전략 마케팅(사업별설명서 112쪽)

- ‘뉴미디어 전략 마케팅’은 유튜브 등 뉴미디어 콘텐츠 제작 및 홍보 사업으로, 전년 대비 2억 1천6백만원(△11.9%) 감액된 16억 7백만원이 편성되었음.

< 뉴미디어 전략 마케팅 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
뉴미디어 전략 마케팅	1,823,122	1,606,922	△216,200	△11.9

- 동 사업 또한 예산안 산출 근거와 실제 집행 간의 괴리가 큰 편으로, 모바일 광고 및 유튜브 채널 운영 외의 사업이 추진되기도 하였음.

- 그 일례로, 홍보기획관은 동 사업 예산으로 민간 크리에이터를 선정하여 해당 채널에 서울의 주요 시정 콘텐츠를 제작·게시하도록 하는 ‘서울소울러 운영’ 사업을 2024년부터 시범 추진하였음.
- 다만, 이는 ‘시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산’ 사업의 일환으로 추진(~’24년)되었던 ‘서울영상크리에이터 운영’ 사업과 사실상 과업 내용이 동일함.
 - 홍보기획관은 ‘서울영상크리에이터 운영’의 경우 구독자 1만명 이상의 채널을 대상으로 모집하였으나, ‘서울소울러 운영’의 경우 10만명 구독자⁵⁾ 이상의 인플루언서를 대상으로 한다는 점에서 차이가 있다고 설명하고 있음.
 - 그러나, 단순히 크리에이터 모집 기준이 상향되었다는 사실만으로 기본적인 운영 구조와 산출물⁶⁾이 동일한 사업을 별도의 사업이라고 판단할 수는 없는 것임.
- 특히, ‘서울영상크리에이터 운영’은 집행기관에서 제출한 2025년 예산안에는 포함되어있었으나, 의회 심의 과정에서 효과성⁷⁾ 등이 낮다고 판단되어 전액(1억원) 삭감된 사업이었으며, 이에도 불구하고 2025년에 ‘서울소울러 운영’이라는 유사 사업을 동 사업의 일환으로 추진한 것은 의회의 심의권을 무시하는 처사라고 보임.

5) 다만, 2025년 ‘서울소울러 운영’ 사업에 선발된 채널 중에는 구독자 10만명 이하 크리에이터가 상당수 포함된 것으로 확인되어, 사업관리 전반에도 문제가 있다고 보여짐.

6) 영상이라는 산출물의 성격 뿐만 아니라, 지급되는 보수의 형태와 규모(서울영상크리에이터: 숏폼 55만원, 롱폼 110만원 / 서울소울러: 숏폼 50만원, 롱폼 100만원)에도 유사성이 있음.

7) 민간 협업을 통한 시정 홍보라는 점에서 유사한 시민기자(2~10만원(영상기사의 경우 3~12만원, 기사를 작성하더라도 완성도가 낮을 경우 미게재·미지급), 영시니어인플루언서(주 3회, 월 12회 활동시 월 5만원 지급), 서울블로그메이트(7~11만원, 실적에 따라 차등지급)와 비교하여도 완성도 및 실적과 무관하게 10배 이상의 보수가 제공되었음.

- 이에, 동 사업은 예산의 편성 규모 및 산출 근거의 타당성을 논하기 어렵다고 판단됨.
- 더불어, 홍보기획관이 2026년에도 ‘서울소울러 운영’ 사업을 추진하고자 한다면 해당 사업은 민간 소규모 크리에이터 협업을 통하여 시정을 홍보하는 ‘시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산’ 사업으로 편성하여 투명한 예산 운용을 도모해야 할 것임.
- 또한, 동 사업의 ‘자산및물품취득비’는 2024년 예산안부터 동일한 금액을 동일한 산출 근거로 편성하고 있는데, 필요성과 무관한 관행적인 예산 편성으로 비취질 수 있으므로 지양해야 할 것임.

(4) 해외 홍보 도시 마케팅(사업별설명서 133쪽)

- 서울의 도시 브랜드 경쟁력 제고를 위하여 ‘해외 홍보 도시 마케팅’에 전년 대비 2천만원(1.8%) 증액된 11억 2천만원이 편성되었음.

< 해외 홍보 도시 마케팅 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
해외 홍보 도시 마케팅	1,100,000	1,120,000	20,000	1.8

- 동 사업은 ①서울관광재단에서 추진하는 각종 해외 홍보 사업과의 차별화, ②효과성 지표 개발 등을 통한 사업 방향성 검증, ③홍보 부스 운영 방식에 대한 행사성 사업으로서의 예산 편성 필요성 등 다양한 측면에서의 개선 요청이 있어왔음.

- 이에 홍보기획관은 과거 해외 현지 홍보 부스 운영 형태로 운영되어 온 동 사업을 2025년에는 해외 타겟팅 영상 제작 및 해외 인플루언서 활용 등 영상 제작 위주의 사업으로 추진하면서, 성과지표(BDI, Brand Data Index) 개발 과업을 함께 진행하였음.
- 2026년도에는 ►콘텐츠 제작, ►온·오프라인 프로모션, ►해외 인플루언서 활용 홍보 등 마케팅 경로를 다각화할 예정⁸⁾인 만큼 성과지표 측정을 통한 사업 효과성 검증 및 향후 사업의 방향성 설정에 중요한 기점이 될 것으로 기대됨.
- 다만, 홍보기획관 내 편성된 국외여비⁹⁾ 6천5백만원은 사실상 동 사업의 해외 현지 프로모션 방문에 집행되는 비용인데, 2026년에는 콘텐츠 마케팅과 해외 현지 홍보가 병행 추진될 예정이므로 개최 감소가 예상되는바, 전액 편성될 필요성이 낮다고 판단됨.
- 예를 들어, 예산 11억 2천만원 중 70%인 7억 8천4백만원이 현지 프로모션을 위해 집행될 경우, 국외여비 지출이 매우 많았던 2024년의 비율을 적용하더라도 국외여비는 4천5백만원 내외임.

< 현지 프로모션 및 국외여비 집행 추이 및 편성 예시 >

(단위 : 천원)

구분	2022년	2023년	2024년	2025년
현지 프로모션 집행분	1,000,000	1,800,000	1,300,000	-
국외여비 집행분	16,398	32,340	74,910	-

※ 2025년은 현지 프로모션 집행분이 없어 국외여비 6천5백만원 전액 불용 예정임.

8) 홍보기획관 추가 자료 제출에 따른 내용으로, 동 사업은 예산안 및 예산서상 세부 산출 내역이 없는 포괄·단일 예산으로 편성되어왔으나, 추후 예산 편성 시 대략적인 범위에서라도 편성의 근거를 기재하는 것이 바람직하겠음.

9) ‘소통관리 및 시정정보제공’ 국외업무 여비(4천5백만원, 국외업무여비)

‘서울 상징물 활용 도시 홍보’ 서울브랜드총괄관 국외여비(2천만원, 민간인국외여비)

(5) 서울 상징물 활용 도시 홍보(사업별설명서 147쪽)

- ‘서울 상징물 활용 도시 홍보’ 사업 추진을 위하여 전년 대비 7억 7백만원(△19.6%) 감액된 28억 9천2백만원이 편성되었음.

< 서울 상징물 활용 도시 홍보 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
서울 상징물 활용 도시 홍보	3,599,135	2,892,290	△706,845	△19.6

- 주요 감액 사유는 (주)아이코닉스와의 협약에 따른 투자금¹⁰⁾ 집행 추이에 따른 5억 5천만원 감액 및 상표권 등록 완료로 인한 1억 5천8백만원 감액 등임.
- 동 사업 예산은 브랜드(SEOUL MY SOUL) 활용 및 확산 10억원, 캐릭터(해치프렌즈) 활용 및 확산 18억원이 대부분을 차지하고 있음.
- 이 중 브랜드 활용 및 확산 관련 핵심 프로젝트는 5억 8천3백만원이 집행된 ‘브랜드 IP 활용 상품화 사업 및 마케팅 용역’으로, 10월 말 기준 각종 참여형 이벤트와 팝업스토어 운영 등 7건의 프로모션이 진행되었으며, 추진 실적은 다음과 같음.

10) 해치 캐릭터 애니메이션 제작 및 상품화 사업 협약서에 따른 서울시 투자금 14억원 중 2025년에 10억원이 기집행되었으며, 2026년에는 4억원의 투자금이 집행될 예정임.

< 브랜드 활용 마케팅 용역 관련 실적(2025) >

(단위 : 천원)

프로모션명	기간	방문자(참여자) 수(명)	굿즈매출액(천원)
서울브랜드X미지의서울 스냅사진 콘테스트	5.22.-6.14. (24일)	2,136	-
서울브랜드X미지의서울 팝업스토어	7.4.-7.10. (7일)	24,000	4,269
‘댄스서울, 마이소울’ 서울 댄스 챌린지	7.4.-7.13. (10일)	102	-
서울브랜드X월드오브 스우파 팝업스토어	6.23-7.13. (21일)	17,000	6,570
무한의계단 스페셜 게임 맵 개발	9.30.- (추진중)	200,000	-
서울브랜드X무한의계단 팝업스토어	9.19.-9.21. (3일)	1,523	520
한강 쉬엄쉬엄 축제 연계 굿즈 판매	5.30.-6.1. (3일)	6,140	2,943

○ 게임 ‘무한의계단’ 맵 개발에 따른 참여 실적은 비교적 양호하나, 그 밖의 참여형 이벤트 및 팝업스토어 운영 실적은 뚜렷한 성과를 보이지 못하고 있음.

- 예를 들어, 2025년 사업으로 추진된 팝업스토어 운영 3건은 총 31일간 4만 3천명(일평균 1,372명)이 방문하여 총 1천 1백만원(일평균 37만원)의 실적을 달성하였는데, 이는, 과거 서울시 브랜드를 활용한 팝업스토어(2024.2.)에서 4일간 1만 4천명(일평균 3,590명)이 방문하고 총 6백만원(일평균 152만원)의 판매 실적을 달성하였던 것과 비교하면 다소 아쉬운 실적이라고 보임.

< 2025년 브랜드(SEOUL MY SOUL) 팝업스토어 운영 실적 >

프로모션명	기간(일)	방문자 수(명)	굿즈매출액(천원)
서울브랜드X미지의서울 팝업스토어	7	24,000	4,269
서울브랜드X월드오브 스우파 팝업스토어	21	17,000	6,270
서울브랜드X무한의계단 팝업스토어	3	1,523	520
합계	31	42,523	11,359
일평균		1,372	366

- 홍보기획관이 브랜드 IP를 민간에 개방한 것은 민간의 전문성을 활용하여 효율적이고 효과적인 브랜드 마케팅을 도모하기 위한 것으로, 당초 민간 협업을 통해 달성하고자 했던 ‘지속가능한 브랜드 운영체제 확립’의 실현을 위해서는 부단한 노력이 필요하겠음.

(6) 120다산콜재단 출연금(사업별설명서 172쪽)

- ‘120다산콜재단 출연금’은 전년 대비 15억원(4.9%)이 증액된 322억 5천만원이 편성되었음.

< 120다산콜재단 출연금 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2025년	2026예산(안)	증감액	증감률(%)
120다산콜재단 출연금	30,750,395	32,250,067	1,499,672	4.9

- 순세계 잉여금 추계액 22억 8천만원을 포함한 총 예산안의 규모는 345억 3천만원으로 전년 대비 24억 8천2백만원(7.7%)이 증액되었음.

< 2026년도 120다산콜재단 수입예산(안) >

(단위 : 천원)

구분	2025년	2026년(안)	증감액	증감률(%)
계	32,048,210	34,530,263	2,482,053	7.7
서울시 출연금(안)	30,750,395	32,250,067	1,499,672	4.9
잉여금	1,297,815	2,280,196	982,381	75.7

< 2026년도 120다산콜재단 지출예산(안) >

(단위 : 천원)

정책	단위	세부사업	2025년(A)	2026년(B)	증감(B-A)	증감률(%)
총계			32,048,210	34,530,263	2,482,053	7.7
사업비			2,497,694	3,430,008	932,314	37.3
상담시스템	전산시스템 구축 및 운영		1,663,700	2,718,673	1,054,973	63.4
		상담정보시스템 운영	1,632,426	2,702,014	1,069,588	65.5
		상담체계 운영	31,274	16,659	△14,615	△46.7
	스마트상담센터 구축 및 운영 활성화		431,657	326,998	△104,659	△24.2
		스마트 상담센터 구축	208,000	-	△208,000	△100.0
		스마트 상담센터 운영·활성화	223,657	326,998	103,341	46.2
교육감정노동	상담역량강화 교육		187,999	181,999	△6,000	△3.2
		역량강화교육	183,199	177,199	△6,000	△3.3
		상담지식정보 현행화	4,800	4,800	-	0.0
	감정노동종사자 보호		214,338	202,338	△12,000	△5.6
		감정노동 보호 프로그램 운영	214,338	202,338	△12,000	△5.6
운영경비			29,450,516	30,477,486	1,026,970	3.5
재단운영	일반관리비		29,450,516	30,477,486	1,026,970	3.5
		인건비 및 퇴직급여	22,270,801	23,387,345	1,116,544	5.0
		운영경비	6,365,275	6,523,371	158,096	2.5
		시설부대비 및 자산취득비	814,440	566,770	△247,670	△30.4
예비비			100,000	622,769	522,769	522.8
		예비비	100,000	622,769	522,769	522.8

- ‘상담정보시스템 운영’은 윈도우10의 보안 업데이트 종료에 따른 클라우드 컴퓨팅 서비스 도입 등으로 전년 대비 10억 7천만원 (65.5%) 증액된 27억 2백만원이 편성되었음.
- ‘스마트 상담센터 구축’은 전년도 2억 8백만원이 전액 감액되었으며, 지난 8월 출연 동의안에 제출된 콜봇 시스템 구축 비용 20억원은 편성되지 않았음.
- ‘스마트 상담시스템 운영 및 활성화’는 전년 대비 1억 3백만원 (46.2%) 증액된 3억 2천7백만원이 편성되었는데, 이는 스마트 상담 시스템 일부에 대한 무상하자보수 기간이 종료됨에 따른 증액분임.

- ‘역량강화 교육’은 전년 대비 6백만원(△3.3%) 감액된 1억 7천7백만원이 편성되었음.
- 이 중에는 상담역량 강화를 위한 각종 프로모션 포상금 3천5백만원이 포함되어 있으며, 운영경비에 편성되어있는 응대율 향상 등 성과 관련 포상금을 합하면 재단에는 1억 2천만원의 포상금이 편성되어있음.
- 재단의 2022년도 포상금 편성액은 7천5백만원 수준이었으나, 2023년 예산안 심의 당시 우리 위원회에서는 성과 우수 직원에 대한 보상을 확대하여 근무 의욕 고취 방안을 마련하고자 관련 예산을 증액 의결한바, 현재 수준의 포상금이 책정된 것임.
- 그러나, 노조 측은 프로모션 제도가 과도한 경쟁을 유발한다는 이유로 부정적인 입장이며, 실제로 이후 체결(2023. 9.)된 협약서에도 프로모션을 지양하도록 하는 조항이 신설되었음.

< 「120다산콜재단 단체협약에 관한 합의서」(2023. 9.) >

제11조의2(프로모션) <신설 2023. 9. 11.>

재단은 과도한 정량적 프로모션을 지양하고, 직원의 긍정적인 근무의욕 고취를 위해 노력한다.

- 그러나, 공공의 영역에 있어서도 조직의 효율적 운영 및 성과 제고를 위해서는 일정 수준의 정량 지표 기반 관리는 필수적이며, 재단은 이미 외부업체를 통한 질적 평가 및 업무 관련 경진대회 등 정성적 평가 수단도 마련하고 있는바, 징벌적 수단이 아닌 수혜적 수단을 근로 조건의 악화로 판단하는 점은 이해하기 어려움.

- 향후 재단은 적절한 포상 제도 확대 운영을 통해 동기부여 유인책을 마련할 필요가 있다고 판단됨.

○ ‘운영경비’는 전년 대비 1억 5천8백만원(2.5%) 증액된 65억 2천3백만원이 편성되었음.

- 이 중 광고선전비는 전년 대비 5천만원(△13.8%) 감액된 3억 1천3백만원 편성되었는데, 2025년도에 신규 편성된 재단 리브랜딩 및 통합 홍보 예산보다 다소 감액되기는 하였으나 2024년도 예산 광고선전비 규모가 4천5백만원이었다는 점을 고려하면 홍보 및 리브랜딩의 지속적 추진 의지를 표명한다고 보임.

< 운영경비 中 광고선전비 편성 내역 >

(단위 : 천원)

세부내역	2025년	2026년(안)	증감액	증감율(%)
기관 및 사업 통합 홍보	100,000	100,000	-	0.0
120리브랜딩 홍보	250,000	200,000	△50,000	△20.0
홍보물 제작	10,000	100,000	-	0.0
임원 공개모집 일간지 광고	3,300	3,300	-	0.0
합계	363,300	313,300	△50,000	△13.8

- 그러나, 재단은 2025년 추진한 리브랜딩 용역 결과에 대한 최종 반영 여부를 결정하지 못하고 있어 리브랜딩 홍보비가 편성되더라도 예산이 집행되지 못할 가능성이 있음.

- 또한, 재단의 명칭이 변경되지 않는다는 가정하에, 기존 120다산콜 재단의 시민 인지도가 95.5%¹¹⁾로 서울시 산하 출연기관 중 1위를 기록하고 있는 상황에서 대규모 홍보의 필요성은 적다고 판단됨.
- ‘예비비’는 전년 대비 5억 2천3백만원(522.8%) 증액된 6억 2천3백만원이 편성되었는데, 이는 주말 및 공휴일 근무 형태를 완전 순환 근무제로 전환하기 위하여 4억 8천1백만원이 신규 편성된 결과임.
- 재단은 주말 및 공휴일에도 공백없는 상담 추진을 위하여 고정 근무자와 순환근무자를 함께 배치하고 있었으나, 고정 근무자에 대한 처우 개선 등을 위하여 전 직원 순환근무제 도입을 결정¹²⁾ 하였음.

< 순환근무제 도입 계획 >

구분	[1단계] 시범운영	[2단계] 전면 시행	[3단계] 제도 정착
주말(토일)	· 고정: 29명 → <u>14명</u> · 순환: 34명 → <u>49명</u>	· 고정: 14명 → <u>0명</u> · 순환: 49명 → <u>63명</u>	· 순환: 63명
공휴일	· 순환: 98명 → <u>77명</u>	· 순환: 77명	· 순환: 77명
추진기간	'26. 1~3월	'26. 4~6월	'26. 7월~

- 재단은 3단계에 걸쳐 고정근무자는 줄이고 순환근무자를 확충하는 순차적 도입을 계획하고 있는데, 주말 및 공휴일 운영 인건비를 전체적으로 살펴보면, 인건비 내 주말필수(고정근무) 수당 및 휴일근무수당을 합하여 14억 8천만원이 편성되었으며, 전년 대비 실 증액분은 5억 5천4백만원(59.9%)임.

11) 「2019년 출연기관 시민만족도 조사」, KMAC(2019. 7.)

12) 「120다산콜재단 휴일 응대율 향상 추진 계획」(2025. 11.)

< 주말 및 공휴일 운영 관련 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구분	2025년도	2026년도	증감액	증감율(%)
주말필수(고정근무) 수당	104,340	81,780	△22,560	△21.6
휴일(주말·공휴일) 수당	821,439	917,227	95,788	11.7
봉급예비비	-	481,234	481,234	100.0
합계	925,779	1,480,241	554,462	59.9

- 다만, 2026년도 예산안은 고정 근무자(29명) 전원이 연중 근무를 유지하면서, 순환근무자가 상시 최대(주말 63명, 공휴일 77명)일 경우를 가정한 수치여서, 실제 집행액과는 상당한 차이가 발생할 것으로 예상됨.
- 특히, 주말필수(고정근무) 수당의 경우, 추진계획 상 최대 인원이 근무한다고 가정하더라도 편성 예산 8천2백만원 중 3천만원 (37.1%)만이 집행될 수 있다는 점을 고려할 때 상당한 과다 추계라고 보여짐.