

2023년도 제1회 홍보기획관 소관

추가경정예산안 검 토 보 고

I. 회부경위

1. 의안번호 : 제878호
2. 제 출 자 : 서울특별시장
3. 제출일자 : 2023년 5월 30일
4. 회부일자 : 2023년 6월 1일

II. 추가경정예산안 규모

1. 세입예산안

- 해당사항 없음.

2. 세출예산안

- 2023년도 제1회 홍보기획관 소관 추가경정 세출예산안은 기정예산 대비 83억 7천만원(9.6%) 증가한 954억 6천 2백만원이 편성되었음.
- 추가경정예산이 편성된 사업은 총 5건으로 증액 4건, 감액 1건임.

< 홍보기획관 소관 추가경정 세출예산안 >

(단위 : 천원)

구분		추경예산안	기정예산	증감	증감률
일반 회계	소 계	95,461,662	87,091,941	8,369,721	9.6%
	사업비	94,786,313	86,416,592	8,369,721	9.7%
	행정운영경비	675,349	675,349	-	-

Ⅲ. 검토의견(수석전문위원 주우철)

1. 추가경정예산안 개요

- 2023년도 제1회 홍보기획관 소관 추가경정예산안 중 세입예산은 해당 사항이 없으며, 세출예산안은 기정예산 870억 9천 2백만원 대비 83억 3천 7백만원(9.6%)이 증액된 954억 6천 2백만원임.
- 총 5건의 세부사업에 대하여 감액 1건, 증액 4건이 편성되었으며, 부서별로는 홍보담당관 2건, 서울브랜드담당관 2건, 민원담당관 1건이 편성되었음.

< 추가경정예산안 부서별 편성현황 >

(단위 : 천원)

구분		추경예산안	기정예산	증감	증감률 (%)	비고
일반 회계	소 계	95,461,662	87,091,941	8,369,721	9.6	
	홍보담당관	48,549,507	41,249,786	7,299,721	17.7	
	뉴미디어담당관	10,743,817	10,743,817	-	-	
	서울브랜드담당관	6,040,273	5,710,273	330,000	5.8	
	민원담당관	30,128,065	29,388,065	740,000	2.5	

2. 추가경정예산안 내역

가. 세출예산안

- 세출예산안은 기정예산 870억 9천 2백만원 대비 83억 7천만원(9.6%)이 증액되었으며, 증액분 모두 사업비에 편성되어 홍보기획관의 사업비는 기정예산 864억 1천 7백만원 대비 9.7% 증가한 947억 8천 6백만원이 편성되었음.
- 증액은 4개 사업으로 ▶미디어재단 TBS 출연금 73억 3천만원 ▶해외 홍보 도시마케팅 3억원 ▶서울상징물 활용 도시홍보 3천만원 ▶120 다산콜재단 출연금 7억 4천만원 등이 증액되었고, 감액은 1개 사업으로 ▶소통관리 및 시정정보제공 3천만원이 감액되었음.

< 추가경정예산안 사업별 편성현황 >

(단위 : 천원)

연번	부서명	세부사업명	추경예산안	기정예산	증감	증감률 (%)	추경사유
1	홍보 담당관	미디어재단 TBS 출연금	30,547,029	23,217,308	7,329,721	31.6	혁신안 이행을 위한 재원 및 법정 의무경비 확보
2		소통관리 및 시정정보제공	5,185,175	5,215,175	△30,000	△0.6	공공시설 현수막 게시 횟수 감소로 홍보물 제작비 일부 감액
3	서울브랜드 담당관	해외 홍보 도시마케팅	3,150,000	2,850,000	300,000	10.5	서울 상징물 정착 및 확산을 위한 도시마케팅 사업 강화
4		서울상징물 활용 도시홍보	672,500	642,500	30,000	4.7	서울브랜드위원회 역할 강화 및 활성화
5	민원 담당관	120 다산콜재단 출연금	27,484,699	26,744,699	740,000	2.8	AI 상담센터 구축을 위한 실시간 음성인식(STT) 도입

나. 세부사업별 검토

(1) 미디어재단 TBS 출연금

가) 출연금의 규모

- 2023년도 미디어재단 TBS(이하 TBS) 출연금은 232억 1천 7백만원이며, 이번 추경안을 통해 증액하고자 하는 출연금의 규모는 기정예산 대비 31.6%에 해당하는 73억 3천만원임.

< TBS 추가경정예산(안) 편성현황 >

(단위 : 천원)

구분	추경예산(안)	기정예산	증감액	증감율
미디어재단 TBS 출연금	30,547,029	23,217,308	7,329,721	31.6%

- 당초 TBS가 추가경정예산 편성을 위하여 요청한 금액은 90억 4천 6백만원이며, 시급성이 낮은 사업비를 일부 제외하고 요청액 대비 20% 삭감된 금액이 편성되었음.
- 이번 추경에 제출된 출연금 편성 내역을 살펴보면 ▶사업비 42억 7천 5백만원 ▶인건비 29억 3천 2백만원 ▶기본경비 1억 2천 3백만원 등으로 사업비가 차지하는 비중은 58.3%이며, 추가경정예산 편성 후 자체수입안은 기정예산 대비 16.7% 증가한 103억 1백만원이 편성될 예정임.

< TBS 추가경정예산 출연금 세부내역 >

구 분	산 출 내 역	
출연금	○ 미디어재단 TBS 출연금	= 7,329,721천원
	- 인건비(연차수당, 연장근무수당, 퇴직급여 총당금 등)	= 2,931,635천원
	- 운영비(여비, 교육훈련비 등)	= 123,112천원
	- 사업비(TV 및 라디오 방송제작 등)	= 4,274,974천원

- TBS의 연도별 예산현황을 살펴보면 출연금 감소폭 대비 자체수입의 감소폭이 큰 편인데, 이는 전체 예산 중 인건비 등의 경직성 경비가 차지하는 비중이 크기 때문이며, 따라서 출연금이 감액된 만큼 사업비가 줄어들어 제작비의 감소폭이 커지고 광고 등 수익에도 영향을 미치면서 자체수입이 감소하는 악순환이 되풀이 되고 있는 상황임.

< 연도별 TBS 예산 현황 >

(단위 : 백만원)

구 분	2020년도	2021년도	2022년도	2023년도	추경안
TBS 총 예산	50,513	51,518	46,500	32,047	40,848
서울시출연금	38,813	37,518	32,000	23,217	30,547
TBS 자체수입	11,700	14,000	14,500	8,830	10,301
의존율	77%	73%	69%	72%	75%

나) 출연금 증액의 적절성

- 이번 추경안에 편성된 TBS의 출연금은 73억 3천만원이며, 추경안이 통과될 경우 최종 출연금은 305억 4천 7백만원으로 전년도 출연금 대비 95.5% 수준이 되며, 자체수입을 포함한 TBS의 최종예산은 408억 4천 8백만원으로 전년도 최종예산액 465억원 대비 87.8% 규모가 됨.

- 이번 추경안의 출연금에는 연차수당 2억 5천만원, 연장근무수당 8억 6천만원, 퇴직급여 총당금 18억 1천만원 등이 포함된 인건비 29억 3천 2백만원이 편성되었는데, 인건비는 예산안 편성 당시 현원과 충원계획을 사전에 예측하여 편성했어야 하는 항목으로 추경을 통해 예상 부족분을 증액하는 것은 대단히 잘못된 처사임.
- 특히 법정 의무경비인 퇴직급여 총당금을 회계연도 중 편성하는 것은 홍보기획관이 소관 기관에 대한 관리·감독을 얼마나 소홀히 해 왔는지 나타나는 대목이라 할 수 있음.
- 이번 추경안은 폐지조례 시행 이전 TBS의 정상화를 위한 기회제공의 측면으로 이해되어서는 안 될 것이며, TBS가 시민에게 그 존재가치를 입증함으로써 향후 독립적인 운영 가능성이 있는지를 평가해 볼 수 있는 차원에서 신중히 논의되어야 할 것이라 판단됨.

(2) 해외 홍보 도시마케팅

- ‘해외 홍보 도시마케팅’은 해외 방송과 디지털매체 등을 활용한 도시마케팅과 해외현지 프로모션을 통해 서울을 홍보하는 사업으로, 서울 상징물의 정착과 확산을 위한 도시마케팅 사업을 강화를 사유로 3억원이 증액 편성되었음.
- 사업예산은 기정예산 28억 5천만원 대비 3억원(10.5%)이 증액된 31억 5천만원이 편성되었음.

(단위 : 천원)

추경 예산(안)	기정 예산	증감액	증감률
3,150,000	2,850,000	300,000	10.5%

- 서울브랜드담당관은 코로나19의 종식 분위기에 따라 향후 서울로 유입될 국내외 예비 관광객을 대상으로 온라인 이벤트를 펼칠 예정이며, 신규 브랜드와 기타 서울을 대표하는 영상물을 제작하여 주요 시설물의 전광판을 활용한 디지털 홍보를 실시하고자 계획 중임.
- 서울시는 현재 서울 신규브랜드 디자인 4개 후보에 대한 투표와 신규 디자인을 위한 시민 공모를 동시에 진행 중이며, 시민 공모작을 신규 브랜드로 사용하게 될 경우 최종 선정까지 많은 시일이 소요될 것으로 예상됨.
- 신규 브랜드 개발이 완료되지 않은 상태에서 브랜드 홍보가 가능한 것인지 이해하기 어려우며, 추경예산으로 편성할 만큼 시급성과 적정성 등에 의문이 제기됨.
- 또한 서울브랜드담당관은 부서 내 다른 사업인 ‘온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅’ 사업에서도 도시매력과 서울브랜드 해외 확산을 위한 해외홍보 온·오프라인 프로모션을 위한 2억원을 이미 본예산에 편성하고 있는데, 유사한 내용의 이벤트성 사업을 중복 편성한 것은 아닌지 면밀히 살펴볼 필요가 있음.

(3) 서울상징물 활용 도시홍보

- ‘서울 상징물 활용 도시홍보’는 신규 브랜드의 정착과 확산을 통해 서울의 도시 품격과 가치를 제고하려는 사업으로, 서울브랜드위원회의 역할 강화와 활성화를 위해 3천만원이 증액 편성되었음.

- 사업예산은 기정예산 6억 4천 2백원 대비 3천만원(4.7%)이 증액된 6억 7천 3백만원이 편성되었음.

(단위 : 천원)

추경 예산(안)	기정 예산	증감액	증감률
672,500	642,500	30,000	4.7%

- 서울브랜드위원회는 증액분 3천만원에 대해 서울브랜드위원회 위원 참석 수당을 편성하기 위한 것이라고 밝히고 있으나 이미 본예산에 동일한 사유로 2천만원이 편성돼 있으며, 서울브랜드위원회는 올해 한 번도 개최 되지 않았음에도 증액을 하려는 사유가 무엇인지 납득하기 어려운 부분이 있음.

(4) 120다산콜재단 출연금

가) 출연금의 규모

- 2023년도 120다산콜재단의 출연금은 267억 4천 5백만원이며, 이번 추경안을 통해 증액하고자 하는 출연금의 규모는 기정예산 대비 2.8%에 해당하는 7억 4천만원임.

< 120다산콜재단 추가경정예산안 편성현황 >

(단위 : 천원)

구분	추경예산(안)	기정예산	증감액	증감율
120다산콜재단 출연금	27,484,699	26,744,699	740,000	2.8%

- 홍보기획관은 재단이 인공지능과 빅데이터 기반의 AI 상담센터 구축의 일환으로 추진하고 있는 실시간 음성인식(STT, Speech To Text) 시스템을 도입할 수 있도록 관련 사업비를 출연금으로 편성하려는 것임.
- 해당 사업은 지난 5월 정보화사업 예산타당성 심사에서 적정의견을 받아 이번 추가경정예산안에 예산을 편성하였음.
- 당초 재단이 수립한 AI콜센터 구축 계획에 따르면 1단계 사업으로 2023년 내 ‘보이는 ARS’ 와 ‘실시간 음성인식(STT) 시스템’ 의 구축을 완료하고자 서울시에 15억원의 예산을 요구하였으나 2023년도 예산안 편성 당시 시급성 정도에 따라 ‘보이는 ARS’ 를 우선 구축하기로 결정하여 요구액의 절반인 7억 5천만원이 편성되었음.

< AI 콜센터 구축 계획 >

구분	연도별 AI 콜센터 구축 계획		
	2023	2024	2025
내용	·챗봇 고도화 ·음성봇 도입 ·보이는 ARS 도입 ·상담 도우미 구축 ·다국어 상담 확대 ·빅데이터 분석 프로세스 구축	·인공지능 상담 확대 운영 ·빅데이터 분석 시스템 오픈 ·빅데이터 환류시스템 구축·운영 ·목소리 인증 서비스 도입	·인공지능 상담 확대 운영 ·빅데이터 환류시스템 확대 운영 ·선제적 민원 상담 서비스 제공 ·시민의 소리 분석 데이터 제공
예산액	1,500백만원	미정	미정

- 재단의 구축계획에 따르면 실시간 음성인식(STT) 시스템 추진 효과로 ▶ 챗GPT등 생성형 AI 연동 및 빅데이터 분석 기반 마련 ▶시민 상담 데이터의 텍스트화를 통한 데이터 가치 향상 ▶민원 파악 및 분석 시 자동 녹취록 제공을 통한 편의 제고 등을 제시하고 있음.

나) 출연금 증액의 적절성

- 이번 추가경정예산이 통과될 경우, 재단은 2023년 내 실시간 음성인식(STT) 시스템 구축을 완료하여 2024년 1월부터 재난 상황을 예방하기 위한 ‘바로 이슈 알림’ 서비스를 실시하는 등 전반적인 AI 상담센터 구축과 연계시켜 운영할 예정임.
- 따라서 이 사업은 “공공서비스 전달체계로서 시민 만족 및 소통 편의성을 제고” 한다는 재단 설립의 목적에 부합하는 것으로 판단되며, 이와 더불어 음성인식을 통한 상담내용 분석과 재난상황 대비가 가능해져 시민의 안전에도 기여할 것으로 예상됨.

(5) 소통관리 및 시정정보 제공

- ‘소통관리 및 시정정보 제공’은 서울시 주요사업에 대한 시정정보 제공과 대시민 캠페인, 재난재해 등의 정보를 제공하는 사업으로, 공공시설 현수막 게시 횟수가 당초 계획보다 감소하여 홍보물 제작비 일부를 감액하기 위하여 3천만원이 감액 편성되었음.
- 사업예산은 기정예산 52억 1천 5백만원 대비 3천만원(△0.6%) 감액된 51억 8천 5백만원이 편성되었음.

(단위 : 천원)

추경 예산(안)	기정 예산	증감액	증감률
5,185,175	5,215,175	△30,000	△0.6%

- 기존 계획 대비 대형 현수막 설치 횟수가 감소될 것이 예상돼 실시하는 조치로 비록 금액 규모는 작지만 향후 집행잔액을 감소시켜 불필요한 예산 낭비를 막는 데 다소 기여할 수 있을 것으로 판단됨.