

2025년도 홍보기획관 소관 세입·세출 예산안 검 토 보 고

I. 회부경위

1. 의안번호 : 제2297호
2. 제 출 자 : 서울특별시장
3. 제출일자 : 2024년 11월 1일
4. 회부일자 : 2024년 11월 4일

II. 예산안 개요

1. 세입·세출예산안

가. 세입예산안

- 2025년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 일반회계 134억 3천5백만원으로, 전년도 123억원 대비 11억 3천5백만원(9.2%) 증액되었음.

< 2025년도 홍보기획관 세입예산안 개요 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년도 | 2025년도(안) | 증감 | 증감률 | |
|------|------------|------------|------------|-----------|-------|
| 총 계 | 12,299,689 | 13,434,510 | 1,134,821 | 9.2% | |
| 일반회계 | 세외수입 | 11,238,952 | 12,458,662 | 1,219,710 | 10.9% |
| | 보조금 | 1,060,737 | 975,848 | △84,889 | △8.0% |

- 세외수입은 124억 5천9백만원, 보조금은 9억 7천6백만원이 각각 편성되었음.

○ 세입예산안의 세부내역을 살펴보면,

- 세외수입은 ▶공유재산 임대료 3억 8천1백만원, ▶증지수입 5천9백만원, ▶기타수수료 2백만원, ▶기타사업수입 4천1백만원, ▶자치단체간부담금 119억 7천5백만원임.

- 보조금은 ▶국고보조금 9억 7천6백만원임.

< 2025년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | | 2024년도 | 2025년도(안) | 증감 | 증감률(%) |
|------|----------|------------|------------|-----------|--------|
| 계 | | 12,299,689 | 13,434,510 | 1,134,821 | 9.2% |
| 일반회계 | 세외수입 | 11,238,952 | 12,458,662 | 1,219,710 | 10.9% |
| | 공유재산임대료 | 373,181 | 381,487 | 8,306 | 2.2% |
| | 증지수입 | 47,378 | 58,917 | 11,539 | 24.4% |
| | 기타수수료 | 1,977 | 2,111 | 134 | 6.8% |
| | 기타사업수입 | 146,952 | 41,311 | △105,641 | △71.9% |
| | 기타이자수입 | 607 | - | △607 | △100% |
| | 자치단체간부담금 | 10,381,014 | 11,974,836 | 1,593,822 | 15.4% |
| | 위탁비반환수입 | 287,843 | - | △287,843 | △100% |
| | 보조금 | 1,060,737 | 975,848 | △84,889 | △8.0% |
| | 국고보조금 | 1,060,737 | 975,848 | △84,889 | △8.0% |

나. 세출예산안

(1) 총괄

- 2025년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 일반회계 730억 4천만원으로, 전년도 최종예산 686억 5천9백만원 대비 43억 8천1백만원 (6.4%) 증액되었음.

< 2025년도 홍보기획관 세입예산안 개요 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | | 2024년도 | 2025년도(안) | 증감 | 증감률 |
|------|--------|------------|------------|-----------|------|
| 총 계 | 계 | 68,659,141 | 73,040,089 | 4,380,948 | 6.4% |
| 일반회계 | 행정운영경비 | 687,507 | 712,951 | 25,444 | 3.7% |
| | 사업비 | 67,971,634 | 72,327,138 | 4,355,504 | 6.4% |

- 이 중 사업비는 723억 2천7백만원으로 전년 대비 43억 5천6백만원 (6.4%) 증액되었고, 행정운영경비는 7억 1천3백만원으로 전년 대비 2천5백만원(3.7%) 증액되었음.

(2) 사업별 분류(정책-단위-세부)

- 2025년도 홍보기획관의 사업구조는 정책사업 5개, 단위사업 12개, 세부사업 32개로 구성되었으며, 정책사업별 단위사업은 다음과 같음.

【 시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현 】 214억 8천만원
 - 대중매체 활용 시정정보 제공(1개 사업) 61억 1억9백만원

- 시민과의 현장소통 확대(5개 사업) 136억 5천9백만원
- 시민과 함께 만드는 시정간행물 운영(3개 사업) 14억 2백만원
- 시민 제작 방송 지원(1개 사업) 3억원

【 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화 】 99억 5천5백만원

- 소셜미디어 등을 통한 커뮤니케이션 강화(2개 사업) 7억 3천7백만원
- 영상매체 활용 시정정보제공(2개 사업) 3억 6천5백만원
- 시민 눈높이에 맞는 웹사이트 관리 및 운영(3개 사업) 42억 9천4백만원
- 뉴미디어 트렌드에 맞는 채널 및 콘텐츠 보급 확산(4개 사업) 45억 5천9백만원

【 시민참여 활성화 】 5억 3백만원

- 시민참여 기반 조성 및 확산(2개 사업) 5억 3백만원

【 시민 자긍심 고취 및 도시 경쟁력 】 77억 6천1백만원

- 체계적이고 지속적인 브랜드 관리(4개 사업) 77억 6천1백만원

【 시민중심의 민원행정서비스 제공 】 326억 2천9백만원

- 여권업무대행(1개 사업) 9억 7천6백만원
- 고품질 민원서비스 제공(4개 사업) 316억 5천3백만원

(3) 성과계획서

- 홍보기획관은 성과중심의 사업 운영을 위해 전략목표 1개와 정책사업목표 5개 및 이에 대한 성과지표 11개를 설정하고 730억 4천만원의 예산을 편성하였음.

< 2025년도 홍보기획관 성과계획 총괄 >

(단위 : 개, 백만원)

| 실국명 | 성과계획 | | | | 예산액 | | |
|-------|-------|--------|-----|-------|--------|--------|-------|
| | 전략목표수 | 정책사업목표 | | 단위사업수 | 예산액 | 전년도예산액 | 비교증감 |
| | | 개수 | 지표수 | | | | |
| 홍보기획관 | 1 | 5 | 11 | 12 | 73,040 | 69,304 | 3,736 |

< 2025년도 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. 2025년도 신규사업

- 2025년도 신설된 사업은 ‘콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진’ 1건으로, 세부내역은 다음과 같음.

< 2025년도 홍보기획관 소관 신규사업 >

(단위:개, 천원)

| 부서명 | 세부사업명 | 2025년 예산안 | 비고 |
|--------|----------------------|-----------|----|
| 콘텐츠담당관 | 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진 | 700,000 | |

나. 2024년도 종료사업

- 2024년부로 종료된 홍보기획관 사업은 없음.

3. 주요 증·감액 사업

가. 증액사업

- 2025년도 세출예산안 중 주요 증액사업은 ▶시민청 공간 개편, ▶어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영, ▶서울시 누리집 운영, ▶인터넷언론사 활용 시정안내, ▶서울 상징물 활용 도시 홍보 등임.

< 2025년도 홍보기획관 소관 주요 증액사업 >

(단위 : 천원)

| 부서 | 사업명 | 2024 | 2025(안) | 증감 | 증감률 |
|----------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 홍보담당관 | 시민청 공간 개편 | 1,202,050 | 7,745,000 | 6,542,950 | 544.3% |
| | 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영 | 438,000 | 638,000 | 200,000 | 45.7% |
| 콘텐츠담당관 | 서울시 누리집 운영 | 1,657,439 | 1,858,005 | 200,566 | 12.1% |
| | 인터넷언론사 활용 시정안내 | 764,559 | 964,559 | 200,000 | 26.2% |
| 서울브랜드담당관 | 서울 상징물 활용 도시 홍보 | 3,308,144 | 3,549,135 | 240,991 | 7.3% |

나. 감액사업

- 2025년도 세출예산안 중 주요 감액사업은 ▶언론매체를 통한 시정 정보제공, ▶소통관리 및 시정정보제공, ▶시민청 운영, ▶소셜 미디어를 통한 시민과의 소통 활성화, ▶시정 영상물 제작·관리, ▶뉴미디어 웹사이트 운영, ▶해외 홍보 도시 마케팅, ▶글로벌 매체 활용 도시 마케팅, ▶120다산콜재단 출연금 등임.

< 2025년도 홍보기획관 소관 주요 감액사업 >

(단위 : 천원)

| 부서 | 사업명 | 2024 | 2025(안) | 증감 | 증감률 |
|----------|-----------------------|------------|------------|------------|--------|
| 홍보담당관 | 언론매체를 통한 시정정보제공 | 6,518,892 | 6,118,892 | △400,000 | △6.1% |
| | 소통관리 및 시정정보제공 | 5,613,989 | 5,259,939 | △354,050 | △6.3% |
| | 시민청 운영 | 1,262,200 | 78,000 | △1,184,200 | △93.8% |
| 콘텐츠담당관 | 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 | 776,040 | 570,040 | △206,000 | △26.5% |
| | 시정 영상물 제작·관리 | 359,470 | 256,000 | △103,470 | △28.8% |
| | 뉴미디어 웹사이트 운영 | 2,085,735 | 1,914,278 | △171,457 | △8.2% |
| 서울브랜드담당관 | 해외 홍보 도시 마케팅 | 1,300,000 | 1,100,000 | △200,000 | △15.4% |
| | 글로벌 매체 활용 도시 마케팅 | 1,430,000 | 1,057,000 | △373,000 | △26.1% |
| 민원담당관 | 120다산콜재단 출연금 | 30,764,458 | 30,072,395 | △692,063 | △2.2% |

Ⅲ. 전문위원 검토보고(수석전문위원 강옥심)

1. 세입예산안

가. 개요

- 2025년 홍보기획관 소관 세입예산안은 세외수입 124억 5천9백만원과 보조금 9억 7천6백만원을 합한 134억 4천5백만원으로, 전년 대비 11억 3천5백만원(9.2%) 증액되었음.

< 2025년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

| 구분 | 2024년도 | 2025년도(안) | 증감 | 증감률(%) | 편성내역 | |
|------|------------|------------|------------|-----------|--------|--------------------|
| 계 | 12,299,689 | 13,434,510 | 1,134,821 | 9.2% | | |
| 일반회계 | 세외수입 | 11,238,952 | 12,458,662 | 1,219,710 | 10.9% | |
| | 공유재산임대료 | 373,181 | 381,487 | 8,306 | 2.2% | 서울시청자미디어센터 임대료 수입 |
| | 증지수입 | 47,378 | 58,917 | 11,539 | 24.4% | 전자민원 수수료 |
| | 기타수수료 | 1,977 | 2,111 | 134 | 6.8% | 행정정보공개 수수료 |
| | 기타사업수입 | 146,952 | 41,311 | △105,641 | △71.9% | 시정간행물 판매수입 |
| | 기타이자수입 | 607 | - | △607 | △100% | 시민청 위탁사업비 이자수입 |
| | 자치단체간부담금 | 10,381,014 | 11,974,836 | 1,593,822 | 15.4% | 120다산콜재단 자치구 운영부담금 |
| | 위탁비반환수입 | 287,843 | - | △287,843 | △100% | 시민청 위탁사업비 집행잔액 |
| | 보조금 | 1,060,737 | 975,848 | △84,889 | △8.0% | |
| | 국고보조금 | 1,060,737 | 975,848 | △84,889 | △8.0% | 일반여권발급 업무대행 보조금 |

나. 세입 증액 현황

(1) 자치단체간부담금

- ‘자치단체간부담금’은 120다산콜재단의 자치구 운영분담금으로, 2008년 서울시가 25개 자치구와 체결한 「서울특별시와 자치구 간의 통합콜센터 구축·운영에 관한 협약」에 따라 인건비, 시스템 유지보수비, 전화요금 등 기본비용을 서울시와 자치구가 6:4 비율로 공동 부담하면서 발생하는 세입임.
- 홍보기획관은 2025년 자치단체간부담금을 산출하기 위해 최근 3개년도 기본분담금 증가율 평균치(7.1%)를 적용하여 전년대비 15억 9천4백만원(15.4%) 증액된 119억 7천5백만원을 편성하였음.

< 2025년도 자치단체간부담금 산출내역 >

□ 2025년 기본분담금 증가분

$$\begin{aligned} &= (2024년 기본분담금) * (최근 3개년 기본분담금 증가율 평균) - (2023년 정산금) \\ &= 11,442,139천원 * 7.1\% - 279,694천원 \\ &= 532,697천원 \end{aligned}$$

□ 2025년 기본분담금

$$\begin{aligned} &= (2024년 기본분담금) + (2025년 기본분담금 증가분) \\ &= 11,442,139천원 + 532,697천원 = 11,974,836천원 \end{aligned}$$

- 그러나 2025년 120다산콜센터 출연금의 95.2%를 차지하는 일반 운영경비의 증가율은 2.2%에 불과하여 단순 최근 3개년도 기본분담금 증가율 평균치(7.1%)를 적용하여 세입을 추계하기에는 무리가 있다고 판단됨.

- 세입을 과다 추계할 경우 실제 사업 추진에 필요한 재원을 확보하지 못하게 되어 정책의 연속성과 안정성이 저해되고 재정 운용의 효율성이 저하되는 부정적인 영향을 미치게 되므로 보다 현실적이고 정밀한 추정을 통해 예산을 계상할 필요가 있음.

다. 세입 감액 현황

(1) 기타사업수입

- ‘기타사업수입’은 시청 시민청 대관수입과 서울책방의 시정간행물 판매 수입으로, 전년 대비 1억 6백만원(△71.9%)이 감액된 4천1백만원이 편성되어 규모가 크게 줄었음.

이는 시민청이 2024년 11월부터 운영을 중단함에 따라 주요 수입원이었던 대관수입이 편성되지 못하였기 때문임.

- 남은 4천 1백만원은 시민청에서 시정간행물을 판매하던 서울책방이 2025년부터 온라인으로 운영될 예정임에 따라 예상되는 판매 수입임.

(2) 국고보조금

- ‘국고보조금’은 ‘일반여권 발급업무대행’ 사업에 대한 국비 보조금으로 전년 대비 8천5백만원(△8.0%) 감액된 9억 7천6백만원이 편성되었음.

이는 전국 여권 발급량에서 서울시 여권 발급량이 차지하는 비율이 점차 감소함에 따라 외교부의 국고보조금 임시배정액이 줄어드는 것임.

2. 세출예산안

가. 개요

- 2025년 홍보기획관 소관 세출예산안은 730억 4천만원으로 전년 대비 43억 8천1백만원(6.4%)이 증액되었음.

< 2025년도 홍보기획관 세출예산안 개요 >

(단위 : 천원)

| 2024년도 | 2025년도(안) | 증감 | 증감률 |
|------------|------------|-----------|------|
| 68,659,141 | 73,040,089 | 4,380,948 | 6.4% |

- 최근 5개년도 홍보기획관 세출예산 편성내역을 살펴보면 출연금 제외 순수 홍보기획관 소관의 예산은 최대 규모로, 시정 홍보에 대한 공격적인 예산 편성 기초를 엿볼 수 있음.

< 최근 5개년도 홍보기획관 소관 세출예산 편성내역 >

(단위 : 천원)

| 구분 | 2021년도 | 2022년도 | 2023년도 | 2024년도 | 2025년도(안) |
|-------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| 홍보기획관 총 예산 | 101,803,294 | 93,453,169 | 88,141,941 | 68,659,141 | 73,040,089 |
| 출연금 (TBS, 120) | 62,072,766 | 57,582,764 | 5,070,207 | 30,764,458 | 30,072,395 |
| 출연금 제외 | 39,730,528 | 35,870,405 | 37,439,934 | 37,894,683 | 42,967,694 |

○ 부서별 예산안 주요 증감 현황을 살펴보면, ▶홍보담당관은 시민청 공간 개편에 따라 전년 대비 48억 8천1백만원(29.4%)을 증액하였고, ▶콘텐츠담당관은 유명 인플루언서 등을 활용한 파급력있는 콘텐츠 제작 등을 위해 7억 1백만원(7.2%)을 증액하였으며, ▶민원담당관은 120다산콜재단 출연금이 감액 등에 따라 8억 9천5백만원(△2.7%)을 감액하였음.

< 부서별 예산안 주요 증감 현황 >

(단위 : 천원)

| 구분 | 2024 | 2025(안) | 증감 | 증감률 | 비고 |
|----------|----------------------------|--------------------------|-------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 총계 | (x1,060,737) 68,659,141 | (x975,848) 73,040,089 | (x△84,889) 4,380,948 | 6.4% | |
| 사업비 | (x1,060,737) 67,971,634 | (x975,848) 72,327,138 | (x△84,889) 4,355,504 | 6.4% | |
| 홍보담당관 | (x-) 16,598,725 | (x-) 21,479,828 | (x-) 4,881,103 | 29.4% | ·시민청 공간 개편 65.4억원 증 ·어린이신문 내친구서울 2억원 증 ·시민청 운영 11억원 감 ·언론매체를 통한 시정정보 제공 4억원 감 ·소통관리 및 시정정보제공 3억원 감 |
| 콘텐츠담당관 | (x-) 9,756,274 | (x-) 10,457,272 | (x-) 700,998 | 7.2% | ·콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진 7억원 신규 ·인터넷언론사 활용 시정안내 2억원 증 ·서울시 누리집 운영 2억원 증 ·소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 2억원 감 |
| 서울브랜드담당관 | (x-) 8,092,894 | (x-) 7,760,885 | (x-) △332,009 | △4.1% | ·서울 상징물 활용 도시 홍보 24억원 증 ·해외 홍보 도시 마케팅 2억원 감 ·글로벌 매체 활용 도시 마케팅 3.7억원 감 |
| 민원담당관 | (x1,060,737) 33,523,741 | (x975,848) 32,629,153 | (x△84,889) △894,588 | △2.7% | ·120다산콜재단 출연금 6.9억원 감 |
| 행정운영경비 | 687,507 | 712,951 | 25,444 | 3.7% | |

나. 성과지표 설정의 부적절성

- 홍보기획관은 ‘전략적 홍보 강화로 시민이 체감하는 시정 구현’을 전략목표로 설정하고 이를 달성하기 위한 5개 정책사업목표와 11개 성과지표를 마련하였음.
- 2025년도 서울시 예산편성 기준에 따르면, 성과지표의 목표치는 과거 추세치 등을 고려하여 자동적으로 달성할 수 있는 수준을 초과하도록 설정하여야 함.
그러나, 홍보기획관은 성과계획서에는 2025년 성과지표 목표치를 과거 실적치 이하로 설정하는 경우가 있었음.

< 과거 실적에 미달하는 목표치 설정 사례 >

| 성과지표 (단위) | 실적 및 목표치 | | | | | 측정산식 또는 측정방법 | |
|------------------------------|----------|-------|----------------|-------|-------|-----------------|--------------------------------------------------|
| | 구분 | 23 | 24 | 25 | 26 | | 27 |
| 시책사업의 전략적 홍보건수(건) | 목표 | 750 | 600 | 650 | 700 | 750 | 방송매체 및 인쇄매체 협력, 광고 건수 합산 |
| | 실적 | 996 | 384 (9월말) | | | | |
| 서울사랑 및 내친구서울 독자 만족도(%) | 목표 | - | 93.0 | 93.1 | 93.2 | 93.3 | 서울사랑 및 내친구서울 독자 만족도 평균치 |
| | 실적 | 93.8 | (12월말 집계) | | | | |
| 내 손안에 서울 콘텐츠 건당 평균 조회수(회) | 목표 | 7,269 | 7,623 | 7,381 | 7,455 | 7,530 | 내 손안에 서울 콘텐츠 조회수 합계 / 내 손안에 서울 발행 콘텐츠 수 |
| | 실적 | 8,337 | 6,883 (9월말) | | | | |

- 따라서 홍보기획관은 향후 성과계획 작성 시 사업방식 개선 의지가 드러나는 적극적 업무수행 관점에서 구체적이고 합리적인 수준의 목표를 설정해야 할 것임.

다. 주요사업별 검토

(1) 시민청 공간 개편(사업별설명서 41쪽)

- ‘시민청 공간 개편’을 위해 전년 대비 65억 4천3백만원(544.3%)이 증액된 77억 4천5백만원이 편성되었음.

< 시민청 공간 개편 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 시민청 공간 개편 | 1,202,050 | 7,745,000 | 6,542,950 | 544.3% |

- 시청 시민청은 2013년부터 운영된 시민 소통 프로그램 운영 공간으로, ▶명확한 콘셉트 부재, ▶비효율적인 내부공간, ▶주변 공간과의 연계성 부족 등의 한계점이 지적되어왔음.
- 이에 홍보기획관은 그동안 시민청과 관련하여 대두되었던 운영상의 문제점을 보완하고 노후화된 시설을 개선하기 위해 공간 개편을 추진하였으며, 개편 후 시설명은 가칭 ‘서울갤러리’로 정하였음.
- 2023년 수립한 「서울갤러리 조성 계획」에 따르면 홍보기획관은 시민 소통·교류 증진이라는 공간 운영의 목적과 공간 용도를 유지하는 선에서 개편을 추진하겠다는 입장이나, 실제로는 총 소요 예산액 234억원 중 시정 등을 홍보할 ‘미래서울도시관’에 143억원(61.3%)의 예산이 투입될 예정이어서 사실상 도시홍보관을 조성하는 것이 개편의 주목적이라고 보임.

< 서울갤러리 조성 예산(안) >

| 구분 | 예산액 | 비율(%) |
|------------------------|---------------|------------|
| 계 | 23,421 | 100 |
| 미래서울도시관 설치 | 14,346 | 61.3 |
| 설계비 | 422 | 1.8 |
| 공사비(예비비 포함) | 6,994 | 29.9 |
| 감리비 | 76 | 0.3 |
| 설비구입(장비, 집기류) | 1,435 | 6.1 |
| 연구 및 계획수립('22~'23 기집행) | 128 | 0.5 |
| 기타(시설부대비, 사무관리비) | 20 | 0.1 |

- 그러나 시민청 이용자를 대상으로 실시한 설문조사(2021) 결과에 따르면, 시민이 바라는 시민청 공간은 ‘공연·전시·체험 등 다양한 문화예술 콘텐츠를 즐길 수 있는 공간’이 64.4%를 차지하였고, ‘서울시 정책과 비전을 홍보하는 공간’에 대한 수요는 2.1%에 불과하였음.

< 시청 시민청 만족도 조사 결과보고서(2021) >

| |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Q. 귀하께서는 ‘시민청’이 어떤 공간이 되어야 한다고 생각하십니까? (응답자 281명)</p> <p>1순위: 공연·전시·체험 등 다양한 문화예술 콘텐츠를 즐길 수 있는 공간: 181(64.4%)</p> <p>2순위: 시민이 참여하여 함께 만들어어나가는 시민 주도 공간: 58(20.6%)</p> <p>3순위: 유익한 지식과 정보를 교류할 수 있는 공간: 19(6.8%)</p> <p>4순위: 청년의 활동과 취업정보를 제공하는 청년지원공간: 13(4.6%)</p> <p>5순위: <u>서울시 정책과 비전을 홍보하는 공간</u>: 6(2.1%)</p> <p>기타: 4(1.5%)</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

※ 「서울시청 시민청 만족도 조사 결과 보고서」 52p, 리서치앤유

- 홍보기획관은 기존 연구¹⁾에서 국내·외 시청 및 도시홍보관 조성 사례를 근거로 도시홍보관의 필요성을 제시해왔으나, 정작 공간의 이용 주체인 시민의 수요는 고려하지 못한 결정이었다고 보임.

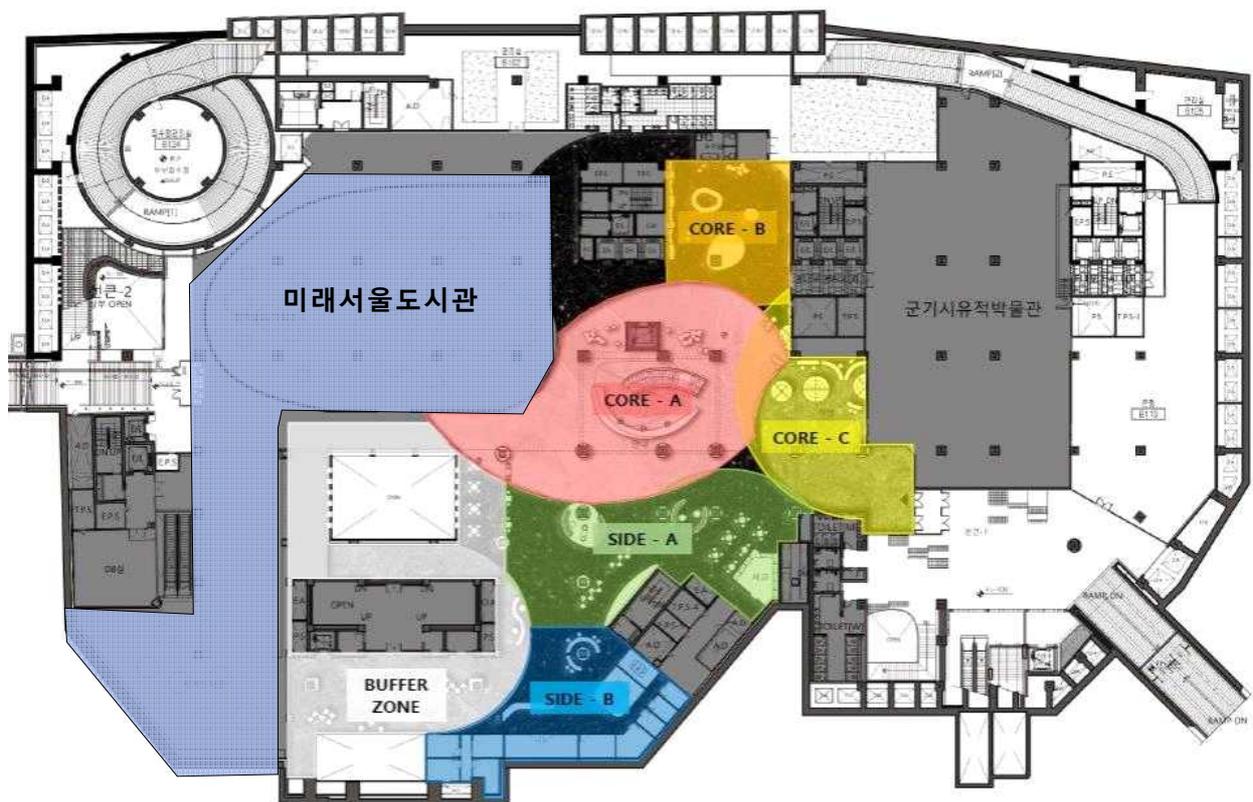
1) 「시민청 공간·운영 혁신 기본계획 수립을 위한 연구용역」(2022)

○ 게다가, 2023년 수립한 「도시홍보관(가칭) 조성을 위한 시민청 리모델링 기본계획」에 따르면 당초 신규 조성을 기획한 핵심 공간은 미래서울도시관, 정책전시관, 스마트서울전시관, 엄마아빠VIP존 등이었으나, 이 중 미래서울도시관을 제외하고는 모두 좌초되었음. (11.15. 세부 조성안 기준)

○ 또한, 예정에 없던 ‘팝업존’이 계획(4.18.)되었다가, ‘서울책방’ 공간이 누락되자 재차 ‘팝업존’ 공간을 굿즈샵과 통합하여 서울책방 공간을 마련하는 등 체계적이지 못한 사업 진행 방식이 한계로 나타남.

< 서울갤러리 조성안 (24.11.15. 기준) >

미래서울도시관, 오픈라운지(코어-A:안내, B:굿즈.팝업, C:책방 / 사이드-A:카페, B:청년활력소)



- 더불어, 청년활력소나 군기시유적전시관, 서울책방은 기존 시민청에서도 운영되었던 시설이어서 개편의 의의가 적고, 신규 조성되는 안내센터, 카페, 굿즈샵은 시설의 성격을 보았을때 홍보기획관이 공간 운영의 목표로 정한 시민과의 소통·교류와 어떠한 연관성이 있는지 의문임.
- 결과적으로, 서울갤러리는 시민이 바랐던 ‘문화·예술공간’이나 ‘아이들과 함께 즐길 수 있는 공간’도 아니면서, 시민과의 소통·교류라는 핵심적인 기능도 상실한 시정 홍보 전용 공간이 될 우려가 있음.

(2) 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영(사업별설명서 58쪽)

- 동 사업은 어린이신문 「내친구서울」의 제작 및 운영에 관한 사업으로, 4세에서 7세 사이의 유아를 대상으로 한 ‘내친구서울 새싹판’의 본격적인 발간을 위해 전년 대비 2억원(45.7%) 증액된 6억 3천8백만원이 편성되었음.

< 어린이신문 「내친구서울」 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|-----------------------|---------|-----------|---------|--------|
| 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영 | 438,000 | 638,000 | 200,000 | 45.7% |

- 2024년 시범 발간(698개소 2만부)된 내친구서울 새싹판은 유아가 즐길 수 있는 미로찾기, 학습놀이, 공예놀이 등의 콘텐츠와 함께 부모에게 도움이 되는 시정 정보를 제공하여 높은 만족도(96%)를 달성하였음.

< 내친구서울 새싹판 예시 >

교통안전 지켜요

해치를 만나러 가는 길이에요. 교통질서를 잘 지켰으면 O, 잘못된 행동에는 X 표시를 하며 안전하게 길을 건너 보아요.

멈추고 살피고! 안전하게 길 건너는 방법을 배워요!

실제 도로를 축소해 놓은 체험장에서 교통 표지판을 읽거나 간담목을 건지는 방법을 연습해 보아요.

로보카를리 어린이교통공원

아이들이 좋아하는 로보카를리 교통안전 애니메이션을 통해 이론을 배우고 체험할 수 있어요.

- 노후기 체험 코스

구로구 어린이교통공원

실제 도로를 축소해 놓은 공간에서 차선을 건너 안전하게 횡단을 할 수 있어요.

- 구로구 어린이교통공원

어린이 교통안전 체험관

자동차의 사각지대에서 일어날 수 있는 사고의 위험도 등을 체험할 수 있어요.

- 서울로 향하며 2차

키즈오르바크

서울어린이대공원에 있어요. 어린이 교육, 체험, 자립을 지원하는 등 안전 교육을 받을 수 있어요.

- 어린이 교통안전 2차

가을 축제 즐겨요

그림을 보고 빈칸을 채워 낱말을 완성해 보세요. 가을 축제에서 만날 수 있는 것들이에요.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 한 | 아 | 지 | 억 | |
| | 아 | 지 | 우 | |
| | 밀 | 꽃 | 수 | 교 |
| 뚜 | | | 자 | |
| 기 | | | 리 | |

서울의 가을 축제를 즐겨요

비밀이 숨겨져 있는 가을에는 서울의 축제 속으로 나들이가 좋아요. 다양한 주제의 축제가 진행되거나 취향에 맞게 즐겨 보세요.

한강 물방 공연 드림라이프스

1000여의 드림이 한강시 달빛놀이로 노후기 어린이 교통안전 체험관과 연계하여, 화가정로 어린이대공원에 드림라이프스를 통해 어린이들에게 다양한 주제의 공연을 소개할 예정입니다.

- 공연: 10월 14일(화) / 11월 20일(수)

- 장소: 어린이대공원

서울역새축제

황금연못 리빙공원에서 매년 서울역새축제 개최 예정. 다양한 공연을 담은 컨셉에서 지역을 소개하고, 최근 체험을 소개할 예정입니다. 다양한 체험 프로그램과 함께 공연도 열거나 아이와 함께 즐기실 수도 있어요.

- 공연: 10월 14일(화) - 15일(수)

- 장소: 서울역공원

차 없는 잠수교 두백두백 축제

매주 일요일. 잠수교와 반포천공원이 축제터로 변신해요. 구로구와 잠수교 푸드 코너에서 가을을 즐기며 배식마을 구경까지 하고, 편의점에 있어서 학생은 바나나와 여왕홍콩까지도 먹을 수 있어요.

- 공연: 10월 14일(화) - 15일(수)

- 장소: 잠수교 반포천공원

- 이러한 긍정적인 시민 반응에 힘입어, 2025년도에는 배부 부수를 11만부로 확대하고 키즈카페, 어린이집, 유치원 등에 배포할 예정입니다.

○ 동 사업은 육아친화적 환경을 조성하고자 하는 시정 방향성에도 부합하므로 확대의 필요성이 있다고 판단됨.

○ 다만, 내친구서울 새싹판의 타겟층인 4~7세의 유아의 경우 발달 단계에 따라 언어 이해도나 콘텐츠 수요의 차이가 커서 모든 연령을 아우를 수 있는 콘텐츠 제작을 위해서는 보다 세심한 기획이 필요할 것으로 보임.

(3) 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산(사업별설명서 79쪽)

- ‘시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산’ 사업은 서울블로그메이트 및 서울영상크리에이터를 선발하여 시정을 홍보하는 사업으로, 전년도와 동일한 1억 6천7백만원이 편성되었음.

< 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|----------------------------|---------|-----------|-----|--------|
| 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산 | 166,700 | 166,700 | 0 | 0 |

- 서울블로그메이트 프로그램은 매년 선발되는 40명의 블로거가 서울 시정에 관한 기사를 작성할 경우 원고료를 지급하는 사업임.
 - 원고료 지급 방식은 기사의 완성도(시 매체 소개)와 실적(키워드 상위 노출)에 따라 차등 지급(7~11만원)되는데, 이에 2024년 기준 350개의 기사가 발행되었고 이 중 219개가 포털사이트 키워드 검색에서 상위 노출되는 효과가 있었음.
- 반면, 서울영상크리에이터 프로그램은 매년 15팀의 1인 미디어 창작자를 선발하며 동영상 업로드 시 스포츠 55만원, 일반 영상 110만원의 원고료가 일괄 지급되고 실적에 따른 차등 기준이 없는 상황임.
- 이에 따라 2022년, 2023년에는 평균 4만회를 전후를 기록하였던 영상 조회수가 2024년에는 평균 1만 7천회(9.30.기준)에 그쳤으며,

오히려 영상의 개수는 늘어나는 추세여서 콘텐츠의 질이 떨어지고 있는 것은 아닌지 우려되는 바임.

< 최근 3개년도 서울영상크리에이터 추진 실적 >

| 연도 | 실적 |
|------|-------------------------------------------------------------------|
| 2022 | - 15팀 선발 - 총 78편 제작 및 2,974,892회 조회 → 1편당 평균 38,140회 |
| 2023 | - 15팀 선발 - 총 75편 제작 및 3,097,685회 조회 → 1편당 평균 41,302회 |
| 2024 | - 15팀 선발 - 총 90편 제작 및 1,530,756회 조회(9.30. 기준) → 1편당 평균 17,008회 |

- 홍보기획관은 서울영상크리에이터 사업이 일부 1인 미디어 창작자의 돈벌이 수단으로 전락하지 않도록 실적 기준으로 원고료를 지급하는 등 양질의 콘텐츠를 생산할 수 있는 방안을 마련해야 할 것임.

(4) 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진(사업별설명서 138쪽, 신규)

- 동 사업은 인플루언서(유튜버 등)와의 협업을 통해 시정 홍보를 확산하기 위한 사업으로, 2024년도 ‘뉴미디어 전략 마케팅’ 사업에 편성되어 있던 인플루언서 활용 콘텐츠 제작비 2억원을 별도의 신규 사업으로 편성하며 7억원으로 증액한 것임.

< 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|----------------------|-------|-----------|---------|--------|
| 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진 | - | 700,000 | 700,000 | 100 |

- 2024년 10월말 기준 동 사업을 통해 협업을 진행한 유튜브 채널은 2곳으로, 총 10개의 영상이 제작되어 조회수 313만회(평균 31.3만회)를 기록함.
- 다만, A 유튜브 채널의 경우 업로드한 8개 콘텐츠의 평균 조회수가 4만 건 정도로 투입 예산 대비 실적이 미비하였고, 2건의 콘텐츠를 업로드하여 280만건에 달하는 조회수를 기록한 B 유튜브 채널도 한 건의 콘텐츠는 샷폼 형태라는 한계점이 있음.
- 따라서 홍보기획관이 동 사업의 홍보 효과를 완전히 증명했다고 보기에는 어려움이 있는바, 7억원이라는 예산이 합리적인 규모인지에 대한 추가적인 논의가 필요할 것으로 보임.

(5) 해외 홍보 도시 마케팅(사업별설명서 153쪽)

- 각종 국제회의 및 박람회 등에서 프로모션을 진행하여 서울시 우수 정책을 해외에 알리고자 동 사업에 전년 대비 2억원(△15.4%)이 감액된 11억원이 편성되었음.

< 해외 홍보 도시 마케팅 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|--------------|-----------|-----------|----------|--------|
| 해외 홍보 도시 마케팅 | 1,300,000 | 1,100,000 | △200,000 | △15.4 |

- 홍보기획관은 2024년 동 사업을 통해 옥토버페스트, MLB 월드투어 개막전 등 글로벌 이벤트를 연계한 우수 시정 수출 및 인지도 확산을 도모해왔음.

< 해외 홍보 도시 마케팅 추진 실적 >

| 연도 | 실적 |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2022 | - 싱가포르 WCS 세계도시정상회의 서울시 홍보관 운영 |
| 2023 | - CES 2023 서울시 홍보관 운영 - 토론토 뉴욕 해외 홍보 도시마케팅 - AdAsia 2023 Seoul 연계 도시마케팅 - 2023 코리안 페스티벌 현지 프로모션 추진 |
| 2024 | - 2024 Australian Open 연계 현지 프로모션 - MLB 월드투어 개막전 연계 프로모션 - 싱가포르 서울 홍보 프로모션 - 베이징 서울 홍보 프로모션 - 프랑크푸르트 KCON 2024 연계 서울 홍보 프로모션 - 뮌헨 옥토버페스트 연계 서울 홍보 프로모션 |

- 대부분의 프로모션은 홍보 부스를 설치하여 서울 시정 및 서울의 문화를 보여주는 방식이며, K-POP 퍼포먼스 및 비보이 공연 등의 이벤트도 추진되었음.

이에 서울시의회는 해당 사업이 행사성 성격에 가깝고, 3억원 이상의 행사성 사업으로서 투자심사를 이행해야 한다고 지속적으로 주장해왔으며, 2024년 10월 14일 투자심사를 통해 다음과 같은 조건부 추진 결과를 받은 바 있음.

< 투자심사위원회 심사결과 >

| | |
|------------------|----------------------------------------------------------------|
| 사업명 | (가칭)전략적 해외 브랜드 마케팅 사업 |
| 부서명 | 서울브랜드담당관 |
| 심사결과 및 내용 | [조건부추진] ○ 홍보 콘텐츠 강화 ○ 성과지표 마련 필요 ○ 중기지방재정계획 반영 |
| 사업비 | 1,100백만원(전액 시비) |

○ 그러나, 동 사업의 전액은 일괄 ‘사무관리비’로 편성이 되어있어 행사성 사업으로서 투자심사를 받은 것과는 달리 ‘행사운영비’로 편성된 내용이 전혀 없음.

- 이에 대해 홍보기획관은 홍보관 운영은 행사성 성격이 아니며, 일부 공연의 경우는 2025년에 다른 방법으로 추진될 수도 있어 사무관리비로 편성하였다고 답하였음.

○ 하지만, 홍보관 운영은 특정 목표를 가지고 다수의 사람이 모이는 특별한 사건이라는 점에서 ‘행사’라고 보는 것이 타당할 것이고, 만약 행사성 성격이 아닌 항목이 일부 포함되어 있다고 하더라도 이는 별도의 편성목으로서 구분되어야 하는 것임.

또한, 동 프로모션을 새로운 방식으로 추진한다 하더라도 아직까지 명확한 홍보 방향성을 제시하지 못하고 있다는 점에서 사무관리비 편성의 명분이 부족함.

○ 한편, 동 사업은 서울관광재단에서 연간 100억원 가까이 추진하는 글로벌 서울관광 마케팅 사업²⁾과 유사한 형태와 성격을 띠고

있어 사업 중복의 여지가 있는바, 투자심사 결과에서 지적되었듯이 서울관광 홍보와는 차별화된 고유의 콘텐츠를 선보이기 위한 고민이 필요함.

- 더불어, 최근 3개년도 동 사업의 결과보고서를 살펴보면, 대부분 방문자 수·기념품 배포 수와 같은 단순 수치에만 초점이 맞춰져 있고 홍보 효과에 대한 세부적인 분석이 미흡하므로 성과지표의 개선이 요구된다 하겠음.

(6) 서울 상징물 활용 도시 홍보(사업별설명서 167쪽)

- 브랜드·캐릭터 등 서울시 상징물을 기반으로 한 홍보 콘텐츠 확산을 위해 전년 대비 2억 4천1백만원(7.3%) 증액된 35억 4천9백만원이 편성되었음.

< 서울 상징물 활용 도시 홍보 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|-----------------|-----------|-----------|---------|--------|
| 서울 상징물 활용 도시 홍보 | 3,308,144 | 3,549,135 | 240,991 | 7.3% |

- 동 사업은 크게 ▶서울브랜드위원회 운영, ▶서울브랜드총괄관 수당 및 국외여비, ▶서울상징물 상표권 등록 및 갱신, ▶서울 브랜드 활용 및 확산, ▶서울캐릭터 활용 및 확산, ▶시책추진업무 추진비의 6가지 요소로 구성되어 있음.

2) 2025년 예산안에 편성된 서울관광재단의 글로벌 서울관광 마케팅 사업은 총 92억 3천5백만원임.

< 서울 상징물 활용 도시 홍보 예산(안) 산출근거 >

| 과목구분 | 2024년 예산 | 2025년 예산(안) |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 사무 관리비 | ○ 서울브랜드위원회 운영 200,000원*13명*12회 = 31,200천원 | ○ 서울브랜드위원회 운영 200,000원*13명*6회 = 15,600천원 |
| | ○ 서울브랜드총괄관 수당 58,000원*8시간*2일*4주*12개월 = 44,544천원 | ○ 서울브랜드총괄관 수당 59,290원*8시간*2일*4주*12개월 = 45,535천원 |
| | ○ 서울상징물 상표권 등록 및 갱신 400,000원*150건 = 60,000천원 | ○ 서울상징물 상표권 등록 및 갱신 = 158,000천원 |
| | ○ 신규브랜드 등 서울상징물 활용 및 확산 = 700,000천원 - 신규브랜드 활용 콘텐츠 등 제작 50,000,000원*8편 = 400,000천원 - 신규브랜드 홍보 프로모션 등 = 300,000천원 | ○ 서울브랜드 활용 및 확산 = 1,000,000천원 - 콘텐츠 제작 50,000,000원*4편 = 200,000천원 - 온오프라인 홍보 마케팅 200,000,000원*2회 = 400,000천원 - 홍보물 제작 = 400,000천원 |
| | ○ 서울상징물 활용 홍보물 제작 등 = 500,000천원 - 서울상징물 활용 기념품 제작 용역 = 500,000천원 | |
| | ○ 서울 심벌 콘텐츠 개발 = 890,000천원 - 해치 활용 콘텐츠 등 제작 = 890,000천원 ○ 서울 심벌 확산 마케팅 = 402,400천원 - 해치 캐릭터 확산을 위한 오프라인 마케팅 = 400,000천원 - 캐릭터 관련 전문가 자문 수당 = 2,400천원 ○ 서울 심벌 활용 홍보물 제작 등 = 650,000천원 - 해치 홍보물(물품) 제작 25,000,000원 * 20종 = 500,000천원 - 해치 조형물 제작 설치(교체) 15,000,000원*10개 = 150,000천원 | ○ 서울캐릭터 활용 및 확산 = 2,300,000천원 - 콘텐츠 제작 100,000,000원*10편 = 1,000,000천원 - 온오프라인 홍보 마케팅 = 900,000천원 - 홍보물 제작 = 400,000천원 |
| 시책추진 업무추진비 | ○ 시책추진업무추진비 = 10,000천원 | ○ 시책추진업무추진비 = 10,000천원 |
| 민간인 국외여비 | ○ 서울브랜드총괄관 국외여비 10,000,000원*2회 = 20,000천원 | ○ 서울브랜드총괄관 국외여비 10,000,000원*2회 = 20,000천원 |

- 이 중 ‘서울브랜드위원회 운영’은 전년 대비 1천6백만원(50.0%) 감액된 1천6백만원이 편성되었는데, 이는 2023년 및 2024년 서울브랜드위원회의 개최 횟수가 2회씩에 불과함에도 예산편성은 각각 10회·12회로 과다편성되었던 점을 고려하여 예상 위원회 개최 횟수를 현실적인 수준으로 조정한 것임.
- 2025년 예산안은 서울브랜드위원회 6회 개최를 목표로 하고 있는데, 이마저도 전년 실적의 3배에 달하는 수준이어서 서울브랜드위원회가 보다 활성화되지 않는다면 달성하기 어려운 수치임.
- 서울브랜드총괄관 수당은 전년대비 1백만원 증액(2.2%)된 4천6백만원이 편성되었는데, 이는 「서울특별시 상징물 조례 시행규칙」 제17조 및 제18조3)에 따라 지급되어야 함.

< 「서울특별시 상징물 조례 시행규칙」 >

제17조(근무 형태) 조례 제6조에 따라 위촉된 서울브랜드총괄관은 비상근으로 주당 2일의 근무를 원칙으로 한다.

제18조(수당) ① 서울브랜드총괄관의 수당은 총 근무일수 및 시간을 기준으로 지급한다.

② 서울브랜드총괄관의 수당 단가는 학술연구용역인건비 기준단가(기획재정부 계약예규 「예정가격작성기준」제26조에 따른 기준단가를 말한다) 및 「지방공무원 보수규정」을 종합적으로 고려하여 정할 수 있다.

- 이때, 서울브랜드총괄관의 시간당 수당 59,290원은 성과급적 연봉제 적용대상 1급 공무원의 봉급 상한액(1억 2천5백만원)을 1개월당 22일의 근무일과 각 8시간의 근무 시간으로 나눈 값임.

3) 제17조(근무 형태) 조례 제6조에 따라 위촉된 서울브랜드총괄관은 비상근으로 주당 2일의 근무를 원칙으로 한다.

제18조(수당) ① 서울브랜드총괄관의 수당은 총 근무일수 및 시간을 기준으로 지급한다.

② 서울브랜드총괄관의 수당 단가는 학술연구용역인건비 기준단가(기획재정부 계약예규 「예정가격작성기준」제26조에 따른 기준단가를 말한다) 및 「지방공무원 보수규정」을 종합적으로 고려하여 정할 수 있다.

- 그러나, 기관장인 홍보기획관이 3급 상당인 점을 고려할 때 자문 역할을 수행하는 기관 소속의 비상임 민간 전문가의 수당을 1급 상당의 연봉을 기준으로 책정할 명분이 부족함.
- 또한, 2024년 행정사무감사에서 서울브랜드총괄관의 자문 활동에 대한 결과보고서가 미흡하다는 지적이 있었던 만큼 수당 지급의 근거가 되는 보고서 관리에 소홀히 하지 않아야 할 것임.
- 서울시 캐릭터 해치와 관련된 예산은 전년 대비 3억 5천8백만원 (18.4%) 증액된 23억원이 편성되었는데, 예산 내역상으로는 단순히 콘텐츠 제작 및 홍보 마케팅·홍보물 제작으로만 기재되어 있어 세부 산출기준을 파악하기 어려운바, 보다 상세한 산출근거를 제시 하여 예산 편성의 타당성을 입증해야 할 것임.

(7) 120다산콜재단 출연금(사업별설명서 194쪽)

- ‘120다산콜재단 출연금’은 전년 대비 6억 9천2백만원(△2.2%)이 감액된 300억 7천2백만원이 편성되었음.

< 120다산콜재단 출연금 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

| 구 분 | 2024년 | 2025예산(안) | 증감액 | 증감률(%) |
|--------------|------------|------------|----------|--------|
| 120다산콜재단 출연금 | 30,764,458 | 30,072,395 | △692,063 | △2.2 |

- 순세계 잉여금 추계액 12억 9천8백만원을 포함한 총 예산안의 규모는 313억 7천만원으로 전년 대비 6억 3백만원(△1.9%)이 감액되었음.

< 2025년도 120다산콜재단 지출예산(안) >

| 정책 | 단위 | 세부사업 | 2024년(A) | 2025년(B) | 증감(B-A) | 증감률 |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 총계 | | | 31,973,379 | 31,370,210 | △603,169 | △1.9 |
| 사업비 | | | 3,638,349 | 2,547,518 | △1,090,831 | △30.0 |
| 상 담 시 스 템 | 전산시스템 구축 및 운영 | | 1,536,247 | 1,699,724 | 163,477 | 10.6 |
| | | 상담정보시스템 운영 | 1,473,635 | 1,630,926 | 157,291 | 10.7 |
| | | 상담체계 운영 | 62,612 | 68,798 | 6,186 | 9.9 |
| | 스마트상담센터 구축 및 운영 활성화 | | 1,635,656 | 404,857 | △1,230,799 | △75.2 |
| | | 스마트 상담센터 구축 | 1,500,000 | - | △1,500,000 | △100 |
| | | 스마트 상담센터 운영·활성화 | 135,656 | 404,857 | 269,201 | 198.4 |
| 상 담 역 량 강 화 노 력 | 상담역량강화 교육 | | 179,699 | 180,999 | 1,300 | 0.7 |
| | | 역량강화교육 | 164,899 | 166,199 | 1,300 | 0.8 |
| | | 상담지식정보 현행화 | 14,800 | 14,800 | - | 0.0 |
| | 감정노동종사자 보호 | | 286,747 | 261,938 | △24,809 | △8.7 |
| | | 감정노동 보호 프로그램 운영 | 172,747 | 202,338 | 29,591 | 17.1 |
| | | 악강성 민원 전담 관리 | 114,000 | 59,600 | △54,400 | △47.7 |
| 운영경비 | | | 28,035,030 | 28,639,313 | 603,283 | 2.2 |
| 재 단 영 역 | 일반관리비 | | 28,035,030 | 28,639,313 | 603,283 | 2.2 |
| | | 인건비 및 퇴직급여 | 19,951,711 | 20,037,219 | 85,508 | 0.4 |
| | | 성과급 | 2,097,759 | 2,150,203 | 52,444 | 2.5 |
| | | 운영경비 | 5,445,878 | 5,897,451 | 451,573 | 8.3 |
| | | 시설부대비 및 자산취득비 | 540,682 | 554,440 | 13,758 | 2.5 |
| 예비비 | | | 300,000 | 183,379 | △116,621 | △38.9 |
| | 예비비 | | 300,000 | 183,379 | △116,621 | △38.9 |

- ‘상담정보시스템 운영’은 전년 대비 1억 5천7백만원(10.7%) 증액된 16억 3천1백만원으로, 기존 사용 프로그램이 지원 종료됨에 따라 새로운 소프트웨어를 구매하는 등 시스템 지속 운영을 위한 것임.

- ‘스마트 상담센터 운영·활성화’는 전년 대비 2억 6천9백만원(198.4%) 증액된 4억 5백만원으로, 스마트 상담센터 구축에 따른 운영 및 유지보수비 증가분이 반영된 것임.
- ‘운영경비’는 전년 대비 4억 5천만원(8.3%) 증액된 58억 9천7백만원으로, 신규 편성된 1억원의 홍보비와 인건비 증액에 따른 연금 부담금 자연 증가분 2억 7천만원 등이 포함되어 있음.
- 다만, 1억원의 홍보비는 단순 운영경비보다는 사업비로 편성되는 것이 적절할 것으로 판단됨.
- 또한, 홍보비 편성의 타당성에 대해서는 차치하더라도, ‘2025년 120다산콜재단 통합 홍보 계획(안)’에 따르면 SNS 운영, 인쇄물 및 기념품 제작, 브랜드 리뉴얼 등 여러 과업을 계획하고 있는데, 1억원이라는 규모의 예산으로 해당 업무 수행이 모두 가능한지에 대한 검토가 필요해 보임.

< 2025년 120다산콜재단 통합 홍보 계획(안) 中 주요 과업 >

| 과업명 | 주요내용 |
|--------------|--------------------------------------------------|
| 재단 SNS 운영 | · 기관 SNS 홍보 채널 운영 |
| 인쇄물 제작 | · 기관 홍보 브로셔 발간 · 기관 사보 편집 |
| 기념품 제작 | · 2025년 기관 상징 기념품 제작 |
| 매체 홍보 | · 기관 정기 기사 및 특집, 기획 기사 작성 · 언론 홍보 자료 배포 |
| CI 등 브랜드 리뉴얼 | · 다산콜재단 CI 등 디자인 가이드라인 재정립 · 브랜드 이미지 재고 방안 수립 |
| 홍보 콘텐츠 발굴 | · 대시민 120다산콜재단 홍보 콘텐츠 발굴 · 재단 대외 홍보영상 관리 |

- ‘스마트 상담센터 구축’은 전년 대비 15억원이 전액 감액되었는데 이는 지난 326회 임시회 출연동의안에서 의결되었던 2025년 사업 예산 65억원이 모두 삭감된 것으로 총 3단계로 추진 예정이었던 2025년 사업 지속에 제동이 걸린 상황임.

< 스마트 상담센터 구축 계획 >

| 구분 | 계 | '22년 | '23년(1단계) | '24년(2단계) | '25년(3단계) |
|------|-------|-------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| 사업 | - | ISP 용역 | 디지털 보이는 ARS | 실시간 채팅상담 | 민원 데이터 분석 AI 민원상담 콜봇 |
| | | | 실시간 음성인식 (STT) | 상담 도우미 | 이슈 알리미 다국어 채팅상담 |
| 소요예산 | 96.4억 | 2억 | 14.4억 | 15억 | 65억 |
| 기대효과 | - | 중장기 AICC 구축 계획 수립 | 응대율 향상 및 AICC 구축 기반 마련 | 상담 효율 품질 향상 및 상담 채널 확대 | 민원 데이터 기반 정책 환류체계 구축 |

- 당초 ‘스마트 상담센터 구축’은 사전 투자심사에서 1단계 사업의 효과를 검증한 후 다음 단계의 사업을 추진한다는 조건부 추진 결과를 받았음.

< 2023년 제8차 투자심사위원회 심사결과 >

| | |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 사업명 | 120 통합AICC 구축 |
| 부서명 | 민원담당관 |
| 심사결과 및 내용 | [조건부추진] ○ 추진 중인 1단계 사업효과 검증 후 다음 단계 사업추진 ○ 중기지방재정계획 반영 |
| 사업비 | 9,640백만원(전액 시비) |

- 이에 120다산콜재단은 디지털 보이는 ARS에 대한 효과성 연구를 추진하였으나 결과적으로 추가 예산편성의 근거로는 충분치 못하였다고 보임.

- 다만, 이미 구축된 ‘실시간 음성인식(STT)’ 기능을 효과적으로 활용하기 위해서는 3단계 ‘민원 데이터 분석’을 개발하여야 하는바, 재단은 기존 효과성 검증 과정에 미비한 점이 없는지 점검하여 필요한 최소한의 예산을 확보할 수 있도록 노력해야 할 것임.