

2024년도 홍보기획관 소관 세입·세출 예산안 검 토 보 고

I. 회부경위

1. 의안번호 : 제1467호
2. 제 출 자 : 서울특별시장
3. 제출일자 : 2023년 11월 1일
4. 회부일자 : 2023년 11월 3일

II. 예산안 개요

1. 세입·세출예산안

가. 세입예산안

- 2024년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 일반회계 123억원으로 전년도 116억 4천 4백만원 대비 6억 5천 5백만원(5.6%) 증액되었음.
- 세외수입은 112억 3천 9백만원, 보조금은 10억 6천 1백만원이 각각 편성되었음.

< 2024년도 홍보기획관 세입예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2023년도	2024년도(안)	증감	증감률(%)
총 계		11,644,302	12,299,689	655,387	5.6
일반회계	세외수입	10,507,082	11,238,952	731,870	7.0
	보조금	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7

○ 세입예산안의 세부내역을 살펴보면,

- 세외수입은 ▶ 재산임대수입 3억 7천 3백만원 ▶ 수수료수입 4천 9백만원
▶ 사업수입 1억 4천 7백만원 ▶ 이자수입 6십만원 ▶ 자치단체간부담금 103억 8천 1백만원 ▶ 보조금반환수입 2억 8천 8백만원 등임.
- 보조금은 ▶ 국고보조금등 10억 6천 1백만원임.

< 2024년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

구 분		2023년도	2024년도(안)	증감	증감률(%)
계		11,644,302	12,299,689	655,387	5.6
일반회계	세외수입	10,507,082	11,238,952	731,870	7.0
	경상적세외수입	613,995	570,095	△43,900	△7.1
	재산임대수입	423,905	373,181	△50,724	△12.0
	사용료수입	10,792	-	△10,792	△100.0
	수수료수입	51,463	49,355	△2,108	△4.1
	사업수입	126,342	146,952	20,610	16.3
	이자수입	1,493	607	△886	△59.3
	임시적세외수입	9,893,087	10,668,857	775,750	7.8
	자치단체간부담금	9,588,670	10,381,014	792,344	8.3
	보조금반환수입	304,417	287,843	△16,574	△5.4
	보조금	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7
	국고보조금등	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7
	국고보조금등	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7

나. 세출예산안

(1) 총괄

- 2024년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 일반회계 679억 1천 4백만원으로 전년도 881억 4천 2백만원 대비 202억 2천 8백만원(△22.9%) 감액되었음.

< 2024년도 홍보기획관 소관 세출예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2023년도	2024년도(안)	증감	증감률(%)
총 계		(×1,137,220) 88,141,941	(×1,060,737) 67,914,141	(×△76,483) △20,227,800	△22.9
일반회계	사업비	(×1,137,220) 87,466,592	(×1,060,737) 67,226,634	(×△76,483) △20,239,958	△23.1
	행정운영경비	675,349	687,507	12,158	1.8

- 이 중 사업비는 672억 2천 7백만원으로 전년 대비 202억 4천만원(△23.1%) 감액되었고, 행정운영경비는 6억 8천 8백만원으로 전년 대비 1천 2백만원 (1.8%) 증액되었음.

(2) 사업별 분류(정책-단위-세부)

- 2024년도 홍보기획관의 사업구조는 정책사업 5개, 단위사업 12개, 세부사업 30개로 구성되었으며, 정책사업별 주요 세부사업은 다음과 같음.

【 시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현 】 158억 4백만원

- 언론매체를 통한 시정정보제공 57억 1천 9백만원
- 소통관리 및 시정정보 제공 56억 1천 4백만원
- 시민청 공간 개편 18억 4천 7백만원

- 시민청 운영	12억 6천 2백만원
- 시정여론조사 운영	4억 6천 9백만원
- 시정 영상물 제작·관리	3억 5천 9백만원
- 서울 시청자미디어센터 운영 지원	2억 9천 4백만원
- 서울시청 방송운영	1억 1천 1백만원
- 서울특별시보 발행	7천 1백만원
- 현장소통 프로그램 운영	5천 8백만원

【 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화 】 98억 9천 4백만원

- 뉴미디어 웹사이트 운영	20억 8천 6백만원
- 서울시 누리집 운영	16억 5천 7백만원
- 뉴미디어 전략 마케팅	15억 3천 2백만원
- 민간포털 협력 마케팅	13억 7천 1백만원
- 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	7억 7천 6백만원
- 인터넷언론사 활용 시정안내	7억 6천 5백만원
- 시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영	6억 7천 1백만원
- 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영	4억 3천 8백만원
- 누리집 관리체계 운영	4억 3천 1백만원
- 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	1억 6천 7백만원

【 시민참여 활성화 】 5억 2백만원

- 시민참여 플랫폼 운영·관리	3억 1백만원
- 시민참여 활성화 추진	2억 1백만원

- 【 시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고 】 77억 9천 3백만원
 - 서울 상징물 활용 도시 홍보 33억 8백만원
 - 해외 홍보 도시 마케팅 24억 3천만원
 - 온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅 20억 5천 5백만원

- 【 시민중심의 민원행정서비스 제공 】 332억 3천 4백만원
 - 120다산콜재단 출연금 304억 7천 4백만원
 - 민원제안통합관리시스템 운영 14억 5천 4백만원
 - 일반여권발급업무대행 10억 6천 1백만원
 - 민원서비스 품질관리 및 시상 2억 2천 4백만원
 - 통합민원 처리 및 열린민원실 운영 2천 1백만원

(3) 성과계획서

- 홍보기획관은 예산과 사업을 연계하는 성과중심의 사업운영을 위해 2024년도 성과계획에 전략목표 1개와 정책사업목표 5개에 대한 성과지표 11개를 설정하고, 679억 1천 4백만원을 편성하였음.

< 2024년도 홍보기획관 성과계획 총괄 >

(단위 : 개, 백만원)

실국명	성과계획				예산액		
	전략목표수	정책사업목표		단위사업수	예산액	전년도예산액	비교증감
		개수	지표수				
홍보기획관	1	5	11	12	67,914	87,092	△19,178

< 2024년도 홍보기획관 성과지표 현황 >

실국별	정책사업목표명	성과지표명(단위)	2024년 목표치	지표종류		예산액 (백만원)
				정량/ 정성	성격	
총 계						67,227
홍보기획관	다양한 매체 활용을 통한 시정정보 제공으로 시민 소통 활성화	시책사업의 전략적 홍보 건수(건)	600	정량	결과	align="right">15,804
		시정 소통활동 시민 참여자 수(명)	50,200	정량	결과	
	시민과의 소통활성화로 시정 공감대 확산	소셜네트워크 시민참여자 수(명)	1,400,000	정량	결과	align="right">9,894
		내 손안에 서울 콘텐츠 건당 평균 조회수(회)	7,623	정량	결과	
		홍보매체 이용 만족도(%)	89.1	정량	결과	
	시민의 시정참여 확대 및 활성화	시민제안 플랫폼 접수되는 시민제안 건수(건)	1,300	정량	결과	502
	시민 참여 글로벌 거버넌스를 통한 도시브랜드 확산	해외마케팅을 통한 도시 매력 전파 건수(건)	18,540,035	정량	결과	align="right">7,793
		시 대표 외국어 온라인 매체 이용 건수(천건)	65,428	정량	결과	
	시민감동 민원행정 서비스 제공	응답소 민원처리 지연율(%)	2.38	정량	산출	align="right">33,234
		민원응대서비스 시민 만족도(점)	93.0	정량	결과	
		법정민원 스피드지수(%)	84.8	정량	산출	

2. 신규사업 및 종료사업

가. 2024년도 신규사업

- 2024년도 홍보기획관 소관 신규사업은 ▶ 시민청 공간 개편(18억 4천 7백 만원) 1개 사업임.

나. 2023년도 종료사업

- 2023년도 종료사업은 ▶ 미디어재단 TBS 출연금(232억 1천 7백만원) ▶ 마을미디어 활성화(2억 9천 2백만원) ▶ 서울 미디어 랩 구축 및 운영(1억 3천 8백만원) 등 총 3개 사업 236억 4천 7백만원임.

3. 주요 증·감액 사업

가. 증액 사업

- 2024년도 세출예산안 중 주요 증액사업은 ▶ 소통관리 및 시정정보제공 ▶ 시민청 공간 개편 ▶ 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 ▶ 민간포털 협력 마케팅 ▶ 뉴미디어 전략 마케팅 ▶ 서울 상징물 활용 도시 홍보 ▶ 120다산콜재단 출연금 ▶ 민원제안통합관리시스템 운영 등임.

< 주요 증액사업 현황(1억원 이상 및 30% 이상) >

(단위 : 천원)

연번	부서	사업명	2023년도	2024년도(안)	증감	증감률 (%)
1	홍보담당관	소통관리 및 시정정보제공	5,185,175	5,613,989	428,814	8.3
2		시민청 공간 개편	-	1,847,050	1,847,050	100.0
3	뉴미디어담당관	소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	471,000	776,040	305,040	64.8
4		민간포털 협력 마케팅	722,000	1,371,396	649,396	89.9
5		뉴미디어 전략 마케팅	1,351,502	1,531,822	180,320	13.3
6	서울브랜드담당관	서울 상징물 활용 도시 홍보	672,500	3,308,144	2,635,644	391.9
7	민원담당관	120다산콜재단 출연금	27,484,699	30,474,458	2,989,759	10.9
8		민원제안통합관리시스템 운영	1,154,048	1,454,026	299,978	26.0

나. 감액 사업

- 2024년도 세출예산안 중 주요 감액사업은 ▶ 언론매체를 통한 시정정보 제공 ▶ 미디어재단 TBS 출연금 ▶ 시민청 운영 및 확산 ▶ 마을미디어 활성화 ▶ 서울시청 방송운영 ▶ 서울 미디어 랩 구축 및 운영 ▶ 뉴미디어 웹사이트 운영 ▶ 누리집 관리체계 운영 ▶ 시민참여 활성화 추진 ▶ 해외 홍보 도시 마케팅 ▶ 온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅 등임.

< 주요 감액사업 현황(1억원 이상 및 30% 이상) >

(단위 : 천원)

연도	부서	사업명	2023년도	2024년도(안)	증감	증감률 (%)
1	홍보담당관	언론매체를 통한 시정정보제공	7,221,892	5,718,892	△1,503,000	△20.8
2		미디어재단 TBS 출연금	23,217,308	-	△23,217,308	△100.0
3		시민청 운영 및 확산	3,215,919	1,262,200	△1,953,719	△60.8
4		마을미디어 활성화	292,006	-	△292,006	△100.0
5		서울시청 방송운영	209,722	110,500	△99,222	△47.3
6		서울 미디어 랩 구축 및 운영	137,817	-	△137,817	△100.0
7	뉴미디어담당관	뉴미디어 웹사이트 운영	2,409,691	2,085,735	△323,956	△13.4
8		누리집 관리체계 운영	1,320,739	430,913	△889,826	△67.4
9		시민참여 활성화 추진	302,400	200,700	△101,700	△33.6
10	서울브랜드담당관	해외 홍보 도시 마케팅	3,150,000	2,430,000	△720,000	△22.9
11		온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,179,600	2,054,750	△124,850	△5.7

Ⅲ. 전문위원 검토보고(수석전문위원 주우철)

1. 세입 현황

- 2024년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 세외수입 112억 3천 9백만원과 보조금 10억 6천 1백만원을 합한 123억원으로 전년 대비 6억 5천 5백만원 (5.6%) 증액되었음.

< 2024년도 홍보기획관 소관 세입예산안 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년도	2024년도(안)	증감	증감율(%)	편성내역
총 계	11,644,302	12,299,689	655,387	5.6	
세외수입	10,507,082	11,238,952	731,870	7.0	
경상적 세외수입	613,995	570,095	△43,900	△7.1	
재산임대수입	423,905	373,181	△50,724	△12.0	서울시청차미디어센터 임대료 수입
사용료수입	10,792	-	△10,792	△100.0	서울미디어랩 입주기업 사용료
수수료수입	51,463	49,355	△2,108	△4.1	전자민원 수수료, 행정정보공개 수수료
사업수입	126,342	146,952	20,610	16.3	시민청 운영 및 시장간행물 판매
이자수입	1,493	607	△886	△59.3	시민청 민간위탁금 이자발생
임시적 세외수입	9,893,087	10,668,857	775,750	7.8	
자치단체간부담금	9,588,670	10,381,014	792,344	8.3	120다산콜재단 자치구 운영분담금
보조금반환수입	304,417	287,843	△16,574	△5.4	시민청 위탁사업비 집행잔액
보조금	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7	
국고보조금등	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7	
국고보조금등	1,137,220	1,060,737	△76,483	△6.7	일반여권 발급업무 대행 보조금

- 주요 증감 내역으로 세외수입은 경상적 세외수입이 전년 대비 4천 4백만원 (△7.1%) 감액된 5억 7천만원이며, 임시적 세외수입은 전년 대비 7억 7천 6백만원(7.8%) 증액된 106억 6천 9백만원임. 보조금은 일반여권 발급 업무 대행을 위한 국고보조금으로 전년 대비 7천 6백만원(△6.7%) 감액된 10억 6천 1백만원임.

가. 세입 증액 현황

(1) 자치단체간부담금

- 자치단체간부담금은 120 통합콜센터 자치구 운영분담금 103억 8천 1백 만원이 편성된 것으로 전년도 95억 8천 9백만원 대비 7억 9천 2백만원 (8.3%)이 증액 편성되었음.
- 2008년 서울시는 「서울특별시와 자치구 간의 통합콜센터 구축·운영에 관한 협약」을 체결하면서 시스템 구축비와 청사운영비는 서울시가 부담 하고, 인건비, 시스템 유지보수비, 전화요금 등은 서울시와 자치구가 6:4 비율로 공동 부담하기로 하였음.
- 자치구 간 분담률은 각 자치구당 분담금을 균등(55%), 콜량(35%), 인구수 (10%)를 기준으로 정하고 있는데, 120다산콜재단의 비전화상담 채널수요가 점차 증가하는 추세를 보이는 만큼 이를 반영할 수 있는 새로운 기준이 필요할 것으로 보이며, 사전 논의를 통해 시와 자치구 간 형평성 논란을 방지해야 할 것임.

< 20203년 자치구별 분담금 내역 >

(단위 : 천원)

연번	자치구	2023년 기본분담금	연번	자치구	2023년도 기본분담금	연번	자치구	2023년도 기본분담금
1	강남	574,409	10	도봉	369,921	19	양천	407,408
2	강동	431,585	11	동대문	391,492	20	영등포	411,296
3	강북	368,768	12	동작	407,230	21	용산	356,207
4	강서	515,787	13	마포	354,420	22	은평	444,771
5	관악	423,165	14	서대문	374,253	23	종로	339,453
6	광진	383,526	15	서초	494,479	24	중구	279,166
7	구로	427,083	16	성동	378,613	25	중랑	386,492
8	금천	350,544	17	성북	422,976	합계		10,169,261
9	노원	409,753	18	송파	466,464			

(2) 사업수입

- 사업수입은 시민청 운영과 시정간행물 판매 수입금 1억 4천 7백만원이 편성된 것으로 전년도 1억 2천 6백만원 대비 2천 1백만원(16.3%)이 증액 편성되었음.
- 시민청은 민간위탁을 종료하고, 도시홍보관 조성을 위한 리모델링 사업이 실시되기 전까지 직영으로 운영할 예정이며, 대관사업의 활성화를 통해 운영수입을 전년도 예상액 대비 5% 인상하여 세입예산안을 편성하였음.
- 서울시는 직영 운영을 통해 외부 문화예술 프로그램을 확대 유치함으로써 대관료 수입이 증가할 것으로 추계하였음.

나. 세입 감액 현황

(1) 국고보조금등

- ‘국고보조금등’은 외교부로부터 국비를 받아 일반여권 발급업무를 대행하는 사업으로, 전년 대비 7천 6백만원(△6.7%)이 감액된 10억 6천 1백만원이 편성되었음.
- 일반여권 발급업무 대행 예산은 외교부 예산이 작년과 동일한 가운데 전국 여권발급량 중 서울시 여권발급량이 차지하는 비율이 점차 감소하는 추세가 반영되어 감액되었음.

< 최근 5년 간 여권발급량 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년 (10.31 현재)
전 국	4,543,325	952,772	563,617	2,693,760	5,082,601
1일 평균	18,173	5,041	2,237	10,605	22,489
서울시 (전국 대비)	1,058,610 (23.3%)	243,399 (25.5%)	170,330 (30.2%)	733,849 (27.2%)	1,172,139 (23.0%)
1일 평균	4,234	1,288	676	2,889	5,186

(2) 재산임대수입

- ‘재산임대수입’은 성북미디어문화마루에 입주하고 있는 서울시청자미디어 센터의 임대료 수입으로, 전년 대비 5천 1백만원(△12.0%)이 감액된 3억 7천 3백만원이 편성되었음.
- 최근 3년 간 국토교통부가 발표한 성북구 표준지 공시지가 변동률은 ▶ 2021년도 10.03% ▶ 2022년도 9.56% ▶ 2023년도 △6.07%이며, 올해 급격히 감소한 공시지가를 기준으로 2024년도 세입예산안에 반영한 것임.

(3) 서울미디어랩 입주기업 사용료

- 서울 미디어 랩은 2020년 4월부터 미디어 스타트업 기업을 지원하는 사업으로, 입주공간과 협업공간을 지원하여 미디어 사업의 집적효과를 거두기 위해 방송통신위원회가 설립한 시청자미디어재단¹⁾이 민간위탁

해왔음(2020.4.~2023.3.).

- 이 중 사용료수입은 10개 입주공간에 대한 입주기업의 사용료로 올해는 민간위탁 종료일을 반영해 3월까지의 사용료만 편성하였고, 사업이 종료됨에 따라 내년도 세입예산은 편성하지 않았음.

< 서울미디어랩 입주기업 사용료 수입내역 >

(단위 : 천원)

구분	예산액	결산액	비고
2021	16,800	15,513	2020.8.~2021.7.
2022	19,924	15,310	2021.8.~2022.7.
2023	10,792	(예정)10,696	2022.8.~2023.3.
합계	47,516	(예정)41,519	

- 해당 사업은 시작 3년 만에 종료되었는데, 「서울특별시 행정사무의 민간 위탁에 관한 조례」 등 규정에 따라 각종 심의절차를 거쳐 선정된 사업임에도 타 기관 사업과 유사·중복성을 사유로 1회성에 그쳐 종료된 바 있음.

2. 세출 현황

- 2024년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 679억 1천 4백만원으로 전년 대비 202억 2천 8백만원(△22.9%) 감액되었음.

1) 「방송법」 제90조의2에 따라 설립된 방송통신위원회 산하기관임. 「방송법」 제90조의2 “방송통신위원회는 시청자의 방송참여와 권익증진 등을 위하여 시청자미디어재단을 설립한다.”

< 2024년도 홍보기획관 소관 세출예산안 >

(단위 : 천원)

구분	2023년도	2024년도(안)	증감	증감률(%)	비고
총계	(×1,137,220) 88,141,941	(×1,060,737) 67,914,141	(×△76,483) △20,227,800	△22.9	
사업비	(×1,137,220) 87,466,592	(×1,060,737) 67,226,634	(×△76,483) △20,239,958	△23.1	
홍보담당관	(x-) 41,219,786	(x-) 16,284,062	(x-) △24,935,724	△60.5	·시민청 공간 개편 18.5억원 신규 ·소통관리 및 시정정보제공 4.3억원 증 ·언론매체를 통한 시정정보 제공 15억원 감 ·시민청 운영 19.5억원 감 ·미디어재단 TBS 출연금 미편성 ·마을미디어 활성화 종료 ·서울미디어랩 구축 및 운영 종료
뉴미디어담당관	(x-) 10,753,817	(x-) 10,460,688	(x-) △293,129	△2.7	·소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 3.1억원 증 ·민간포털 협력 마케팅 6.5억원 증 ·뉴미디어 웹사이트 운영 3.2억원 감 ·누리집 관리체계 운영 8.9억원 감
서울브랜드담당관	(x-) 6,040,273	(x-) 7,832,267	(x-) 1,791,994	29.7	·서울 상징물 활용 도시 홍보 26.4억원 증 ·해외 홍보 도시 마케팅 7.2억원 감
민원담당관	(×1,137,220) 30,128,065	(×1,060,737) 33,337,124	(×△76,483) 3,209,059	10.7	·120다산콜재단 출연금 29.9억원 증
행정운영경비	675,349	699,385	△24,036	1.8	

- 부서별 예산편성 증감 현황을 살펴보면, 전년도 대비 ▶ 홍보담당관 249억 3천 6백만원(△60.5%) 감액 ▶ 뉴미디어담당관 2억 9천 3백만원(△2.7%) 감액 ▶ 서울브랜드담당관 17억 9천 2백만원(29.7%) 증액 ▶ 민원담당관 32억 9백만원(10.7%) 증액 편성되었음.

- 부서별 예산안의 주요 특징은 다음과 같음.

▶ 홍보담당관의 ‘미디어재단TBS 출연금’ 은 재단 운영의 근거 조례가 폐지를 앞두고 있어 내년도 예산이 편성되지 않았으며, ▶ 서울브랜드담당관의 ‘서울 상징물 활용 도시 홍보’ 는 신규 브랜드 개발 완료 이후

각종 홍보 관련 사업예산이 증액되었고, ▶ 민원담당관의 ‘120다산콜 재단 출연금’ 은 인건비 등 일반관리비 예산이 증가하면서 재단 설립 이후 처음으로 출연금이 300억원을 초과하여 편성되었음.

가. 미디어재단TBS 출연금 미편성

- 미디어재단TBS는 1990년 6월 서울시 사업소로 개국하여 운영돼 오다 공영방송으로서의 공정성과 중립성을 확보하겠다는 계획을 제시하며 2020년 2월 재단법인으로 설립되었음.
- 그러나 특정 프로그램의 반복되는 정치적 편향성과 공정성 논란으로 교통 전문 방송국으로서의 역할이 끝났다는 판단에 따라 서울시의회는 「서울특별시 미디어재단 티비에스(tbs) 설립 및 운영에 관한 조례」를 폐지하는 조례를 발의하였고, 2022년 11월 본회의에서 통과된 후 12월 서울시가 공포함으로써 2024년 1월 1일부터 시행될 예정임.
- 서울시는 지난 해 2023년도 서울시 예산안 편성 당시 인건비에 해당하는 232억원만을 ‘미디어재단TBS 출연금’ 으로 편성하였고, 5월 재단의 혁신안을 이행하겠다는 73억원의 추가경정예산안을 편성·제출하였음.
- 다만 혁신안의 실제 발표는 추가경정예산안이 제출된지 2주 뒤에야 공개되었고, 그 내용에는 과거 방통위, 방심위, 서울시 감사위원회, 서울시의회 등 각종 규제·감사기관으로부터 받은 제재조치와 지적에 대한 이행사항이 빠져 있어 공감을 얻기에는 턱없이 부족했음.

- 서울시는 재단 설립의 근거인 조례에 대하여 공식적으로 어떠한 입장도 표명한 적이 없는 바, 시행일인 2024년 1월 1일 이전까지 출연기관 지정 해제 통보, 해산, 청산 등에 필요한 절차조차 준비하지 않는 것으로 보여 관리·감독기관으로서의 의무를 해태하고 있음.
- 또한 지난 1일에는 2024년도 예산안을 발표하면서 “TBS 지원과 관련된 사항은 이제 시의회의 시간이지 않을까 판단한다” 라며 서울시의회의 책임으로 전가하는 발언을 한 바 있음.
- 이어 서울시는 그동안 조례와 관련 서울시의회와 공식적인 소통이 없었음에도 8일 보도자료를 통해 독립경영을 위한 준비기간이 필요하다는 사유로 폐지 조례의 시행일을 6개월 연장 요청하는 등 반복적으로 책임을 회피하고 있는 상황임.
- 재단에 출연하기 위해서는 재단 운영을 위한 예산 편성의 근거 조례를 마련하고, 시의회의 출연 동의, 서울시의 예산안 편성 이후 상임위의 예산안 심사가 이어져야 함에도 그 어떤 절차도 진행된 적이 없어 사실상 출연을 할 수 있는 정상적인 절차는 전무해 보임.

나. 성과지표 설정의 부적절성

- 홍보기획관은 ‘시민과의 소통을 통한 시정공감대 확산 및 참여시정 구현’을 전략목표로 설정하고, 이를 달성하기 위한 5개 정책사업목표와 11개 성과지표를 설정하였음.

< 정책사업목표별 성과지표 현황 >

전략목표명 (실국명)	정책사업목표명	성과지표명(단위)	24년 목표치	지표종류		예산액 (백만원)
				정량/ 정성	성격	
총 계						67,227
시민과의 소통을 통한 시정공감대 확산 및 참여시정 구현 (홍보기획관)	다양한 매체를 통한 시정정보 제공으로 시민소통 활성화	시책사업의 전략적 홍보 건수(건)	600	정량	결과	15,804
		시정 소통활동 시민 참여자 수(명)	50,200	정량	결과	
	시민과의 소통활성화로 시정 공감대 확산	소셜네트워크 시민참여자 수(명)	1,400,000	정량	결과	9,894
		내 손안에 서울 콘텐츠 건당 평균 조회수(회)	7,623	정량	결과	
		홍보매체 이용 만족도(%)	89.1	정량	결과	
	시민의 시정참여 확대 및 활성화	시민제안 플랫폼 접수되는 시민제안 건수(건)	1,300	정량	결과	502
	시민 참여 글로벌 거버넌스를 통한 도시브랜드 확산	해외마케팅을 통한 도시매력 전파 건수(건)	18,540,035	정량	결과	7,793
		시 대표 외국인 온라인 매체 이용 건수 (천건)	65,428	정량	결과	
	시민감동 민원행정 서비스 제공	응답소 민원처리 지연율(%)	2.38	정량	산출	33,234
		민원응대서비스 시민만족도(점)	93.0	정량	결과	
		법정민원 스피드지수(%)	84.8	정량	산출	

- 11개 성과지표 중 7개 지표는 정량적 결과지표로서 건수, 참여자 수, 조회수 등으로만 설정되어 각 정책사업목표의 달성여부와와의 상관관계를 파악하기 어려움.
- 「2024년도 서울시 예산편성 기준」에 따르면, ‘성과지표가 투입이나 산출의 양에만 초점이 맞춰진 경우’를 성과지표 설정 시 부적절한 사례 중 하나로 꼽고 있음.

- 따라서 향후 성과계획 작성 시 시정방향에 부합한 정책사업목표와 성과지표를 개발하여 상호 간 연계가 가능하도록 설정하고, 성과지표 달성이 시정 성과로 이어질 수 있는 구조를 확립해야 할 것임.

다. 주요사업별 검토

(1) 소통관리 및 시정정보제공(사업별설명서 30쪽)

- ‘소통관리 및 시정정보제공’은 서울시가 보유한 매체를 이용해 시정 정보를 제공하고, 비영리법인 등이 매체를 활용할 수 있도록 지원하는 사업으로, 전년 대비 4억 2천 9백만원(8.3%)이 증액된 56억 1천 4백만원이 편성되었음.

< 소통관리 및 시정정보제공 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
소통관리 및 시정정보제공	5,185,175	5,613,989	428,814	8.3%

- 이 중 ‘시민게시판 LED 교체’ 예산은 7억원이 신규 편성되었는데, 2015년에 설치된 시민게시판의 내구연한(9년)이 다소 남아있기는 하나 급격히 노후화가 진행되어 유지보수비용이 지속적으로 발생하고 있음.
- 또한 주요 부품 수급마저 어려워 고장 발생 시 대처가 불가능한 상황을 방지하기 위하여 새로운 게시판으로 교체하려는 것으로 그 필요성은 인정됨.

< 시민게시판 유지 보수 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2020년도	2021년도	2022년도	2023년도
유지보수	18,599	19,340	19,350	5,830
주요 부품구매, 교체 (모듈, 파워서플라이 등)	9,869	53,426	23,987	11,880
방수, 도장, 모듈세척, 환기장치 수리 등	-	25,084	14,010	-

※ 고장 수리 횟수는 '22년 총 33회, '23년 6회 실시하였음.

- 다만, 2015년 당시 7억원의 설치비를 제조사 기부를 통해 추진되었던 이력이 있어 민간기업의 후원 등의 방식을 통해 국내 기업을 홍보할 수 있는 방안은 없는지 검토해 볼 필요가 있다고 판단됨.

(2) 시민청 운영(사업별설명서 39쪽)

- ‘시민청 운영’ 은 기존 ‘시민청 운영 및 확산’ 사업에 포함되었던 2개 시민청(시청시민청, 삼각산시민청)에 대한 민간위탁을 올해로 종료하고, 시청 시민청과 서울책방의 운영 예산만을 편성하면서, 전년 대비 19억 5천 4백만원(△60.8%)이 감액된 12억 6천 2백만원이 편성되었음.

< 시민청 운영 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
시민청 운영	3,215,919	1,262,200	△1,953,719	△60.8%

- 시청(본관)시민청 공간은 내년 11월 경 서울갤러리(가칭) 조성을 위한 리모델링 공사 전까지 용역사업으로 운영될 예정임.

- 서울문화재단이 수탁하여 운영했던 시민청을 서울책방과 분리하여 2개 용역사업으로 추진될 계획임.
- 최근 5년 간 시청시민청에 대한 민간위탁금 추이를 살펴보면, 평균 약 20억 원의 수준을 유지해 왔는데, 예산안에 편성된 10개월분의 운영비 대비 약 60% 가량 높은 수준으로 그동안 민간위탁금의 규모가 실제 운영에 필요한 예산액 대비 과다하게 책정된 것으로 분석됨.

< 최근 5년 간 시청시민청 민간위탁금 현황 >

(단위 : 천원)

구분	2019년도	2020년도	2021년도	2022년도	2023년도
민간위탁금	2,307,263	2,088,204	2,043,331	2,009,150	2,009,150

(3) 시민청 공간 개편(사업별설명서 45쪽)

- ‘시민청 공간 개편’은 2013년도부터 서울문화재단이 민간위탁방식으로 운영하던 시청시민청 공간을 개편하기 위해 설계·철거 등의 예산을 편성하려는 것으로, 18억 4천 7백만원이 신규로 편성되었음.

< 시민청 공간 개편 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
시민청 공간 개편	-	1,847,050	1,847,050	100.0%

- 서울시는 지역 간 균등서비스를 제공하기 위하여 2016년 1월 「서울특별시 시민청(市民廳) 운영 및 관리 조례」를 개정하여 시장이 필요하다고 인정하는 곳에 시민청을 설치할 수 있도록 권역별 시민청 확대를 위한 근거 규정을 마련하고, 현재까지 관련 연구용역을 3회 실시하였음.

< 시민청 개관 이후 실시된 연구용역 >

- 조례 제정 이후 2016년 3월 시민청 추가 건립 타당성 등 연구 학술 용역을 실시하여 2018년 4월 우이신설 솔밭공원역사에 삼각산시민청(제2시민청)을 개관하였음.
- 이후 2019년 6월 권역별 시민청 확산 조성계획을 수립하여 같은 해 12월 권역별 시민청 조성 선정대상지 4개소²⁾를 발표하고, 2020년 5월 권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성 조사 용역을 시행하였음.
- 타당성조사 용역 결과, 시민청에 대한 이용자 만족도(약 94%)와 시민청 확산 운영에 대한 시민의 요구가 높은 가운데 권역별 시민청의 설치 필요성은 인정하면서도 경제적 타당성을 분석할 만한 방법론이 정립되지 않아 이를 보완할 수 있는 추가적인 조사연구가 필요하다는 제언을 하였음.
- 이에 서울시는 2021년 12월 대표 시민청이라 할 수 있는 시청시민청에 대하여 ‘포스트 코로나 시대를 대비하는 시민청 공간 운영·혁신 기본계획 수립을 위한 연구용역’을 실시하고, 이를 기반으로 권역별 시민청 조성 계획을 재수립하기로 결정한 바 있음.

(단위 : 천원)

연번	연구용역명	용역기간	계약금액
1	시민청 추가 건립 타당성 및 효율적 운영·관리 방안 연구 학술 용역	'15.04.23.~'15.12.22.	112,770
2	권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성 조사 용역	'20.05.29.~'20.12.24.	108,000
3	포스트코로나 시대를 대비하는 시민청 공간 운영 혁신 기본계획 수립을 위한 연구 용역	'21.12.30.~'22.09.30.	77,600

- 또한 서울시는 연구용역의 결과를 반영하여 기존 시민청의 기능을 도시 홍보관으로 전환하는 ‘서울갤러리’ (가칭) 조성사업을 추진하기로 결정하고 총사업비 291억원을 투입할 계획임.
- 다만, 9월 투자심사 시 총사업비 366억원을 의뢰하여 2024년도 하반기에 추가 심사를 실시받도록 하는 조건부 승인(2단계 심사)을 받았으나 예산 편성 과정에서 총사업비 규모는 291억원으로 축소되었음.

2) 서남권 2개소로 강서구 마곡동 마곡지구내, 금천구 독산동 모두의 학교 부지, 동북권 1개소로 성북구 하월곡동 거주자우선주차장, 동남권 1개소에 송파구 문정동 문정컬처밸리를 선정하였음.

- 한편 권역별 시민청 조성 계획은 경제적 타당성 미흡, 각 지역의 새로운 수요 발생, 시청시민청 기능 개편 등을 사유로 기존 후보지에 대한 활용 전환을 검토 중이며, 지난 3월 자치구 수요조사를 실시하였음.

< 서울갤러리 조성 계획 예산(안) >

(단위 : 백만원)

구분	예산액	비율(%)	예산주체
계	29,090	100	
전시시설 설치	14,346	49.3	
미래서울도시관(도시모형관)	11,800		도시계획국
스마트서울전시관	2,209		디지털정책관
정책전시관	337		홍보기획관
공사 관련 비용(감리, 예비비 포함)	11,285	38.8	홍보기획관
설비 구입(장비, 집기류)	2,479	8.5	홍보기획관
설계 공모 및 설계비	668	2.3	홍보기획관
연구 및 계획수립(기집행)	128	0.5	홍보기획관
기타(시설부대비, 사무관리비)	184	0.6	홍보기획관

- 서울갤러리는 도시모형관, 엄마아빠VIP, 디지털 체험관, 정책전시관, 태평홀(회의실), 청년활력소(청년일자리 탐색) 등으로 구성될 예정이며, ▶ 시민과 관광객이 즐겨 찾는 랜드마크 ▶ 도시의 미래비전·홍보 플랫폼 ▶ 서울시 시정 전략 구현 공간 등을 미션으로 정하고 있음.
- 이 중 ‘도시모형관’은 서울갤러리의 핵심 공간으로 1:1000 비율의 서울시 도시모형을 만들고 지역별 현재·미래에 대한 영상을 표출하는 공간으로, 당초 투자심사 의뢰 시 367억원이었던 예산이 예산안 편성 과정에서 무려 21%(76억원)나 삭감된 것으로 보아 실제 필요한 예산보다 부풀려진 과다계상은 아니었는지 산출기초 조사에 의구심을 갖게 됨.

- 삭감된 예산은 전액 ‘도시모형관’ 조성에서 발생하였음에도 118억원에 달하고, 이와 유사한 도시모형영상관이 이미 서울역사박물관에 설치되어 있다는 점에서 시민의 호응을 얻어낼 수 있을지는 미지수임.

(4) 서울시청자미디어센터 운영 지원(사업별설명서 69쪽)

- ‘서울시청자미디어센터 운영 지원’은 시청자미디어재단의 10개 지역 센터 중 하나인 서울시청자미디어센터의 운영 지원을 위해 출연금을 교부하는 사업으로, 전년 대비 2백만원(△0.7%) 감액된 2억 9천 4백만원이 편성되었음.

< 서울시청자미디어센터 운영 지원 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
서울시청자미디어센터 운영 지원	295,940	294,020	△1,920	△0.7

- 출연의 규모는 방송통신위원회, 서울특별시, 성북구청, 시청자미디어재단 등 4자 간 「서울시청자미디어센터 설립·운영에 관한 업무 협약」(2015.12.)에 따라 서울센터 총운영비 14억 7천만원의 20%로 결정되었으며, 지난 9월 출연 동의안 심사에서 지자체 간 다른 분담률과 합의에 의해 협약 종료 가능성이 있으므로 지속 여부를 판단할 것을 촉구한 바 있음.

< 시청자미디어센터별 업무협약상 분담률 현황 >

연번	센터명 (개관연도)	운영현황	예산 분담률
1	부산센터 (’05년)	▶ 부산시 해운대구 (국유재산) ▶ 연면적 5,021㎡, 지하1~지상4층	전액 국비 (방송위 설립)
2	광주센터 (’07년)	▶ 광주시 서구 (국유재산) ▶ 연면적 6,075㎡, 지하1~지상4층	
3	강원센터 (’14년)	▶ 강원도 춘천시 (민간건물 임차) ▶ 연면적 2,328㎡, 지하1~지상2층	6:4(방통위, 강원도)
4	대전센터 (’14년)	▶ 대전시 유성구 (민간건물 임차) ▶ 연면적 2,928㎡, 지상1,4층	6:4(방통위, 대전시)
5	인천센터 (’14년)	▶ 인천시 연수구 (지자체건물 임차) ▶ 연면적 2,584㎡, 지상3~4층	6:4(방통위, 인천시)
6	서울센터 (’15년)	▶ 서울시 성북구 (지자체건물 임차) ▶ 연면적 2,925.23㎡ 지상1~3층	6:2:2(방통위, 시, 성북구)
7	울산센터 (’16년)	▶ 울산시 북구 (지자체건물 임차) ▶ 연면적 2,316㎡, 지하1~지상4층	6:4(방통위, 울산시)
8	경기센터 (’19년)	▶ 경기도 남양주시 (지자체건물 임차) ▶ 연면적 4,222㎡, 지하1~지상3층	6:4(방통위, 남양주시)
9	충북센터 (’20년)	▶ 충청북도 청주시 (민간건물 임차) ▶ 연면적 2,897㎡, 지상5층	6:2:2(방통위, 충북, 청주시)
10	세종센터 (’20년)	▶ 세종시 어진동 (지자체건물 임차) ▶ 연면적 2,893㎡, 지상1~3층	6:4(방통위, 세종시)

- 전국 10개 센터 중 부산·광주센터는 방송통신위원회의 전신인 방송위원회가 직접 설립한 기관으로서 전액 국비로 설립되어 지방자치단체의 분담액이 없는 상태이며, 나머지 8개 센터는 소재지의 재산 소유 형태에 따라 분담률을 정하여 각 지자체별로 운영비를 출연하고 있음.
- 다만 운영비에는 건물임차료 외에도 인건비와 공공요금 납부료 등이 포함돼 있어 전액 국비로 설립되었다는 것을 사유로 일부 센터의 출연금이 면제되는 것은 다소 납득하기 힘든 측면이 있으므로 협약의 적절성을 재검토하여 지자체 간 형평성 논란이 발생하지 않도록 주의를 기울여야 할 것임.

(5) 뉴미디어 웹사이트 운영(사업별설명서 86쪽)

- ‘뉴미디어 웹사이트 운영’은 서울시 온라인 방송 콘텐츠 제작과 라이브 서울 송출을 통해 주요 시정 정보를 적기에 제공하고 시민과의 소통을 실현하는 사업으로 2024년도 예산안은 전년 대비 3억 2천 4백만원 (△13.4%)이 감액된 20억 8천 6백만원이 편성되었음.

< 소통관리 및 시정정보제공 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
뉴미디어 웹사이트 운영	2,409,691	2,085,735	△323,956	△13.4

- 감액 편성된 사유는 올해 추진되었던 뉴미디어 웹사이트 통합 용역사업이 완료되어 전산개발비(4억 3천만원)가 감액된 데 기인하고 있으며, 기타 각종 운영비 조정과 시민기자 운영 사업의 실소요액을 고려해 감액하였음.
- 동 사업 중 ‘청년 특화 시민기자단 운영’ 예산 6천만원이 신설되었음. 이는 청년층의 시정 관심도 제고를 위해 청년 관심 이슈 발굴과 콘텐츠 제작에 특화된 시민기자단을 운영하기 위한 것으로, 지난 9월 시범 사업으로 시작한 ‘서울 청년크루’ 사업을 활성화해 운영할 계획임.
- 기존 시민기자 콘텐츠는 글 형태가 대다수를 차지하여 콘텐츠의 다양화가 필요하다는 의견이 있어 이를 반영하여 카드뉴스·영상·웹툰 등의 콘텐츠를 중심으로 시민참여형 홍보의 다각화를 시도하고 있음.
- 다만 콘텐츠를 통한 시정 홍보는 홍보기획관의 다른 사업인 ‘서울블로그

메이트 운영’, ‘서울영상크리에이터 운영’ 과 유사·중복성이 있으므로 통합하여 관리하는 것이 보다 효율적일 것이라고 판단됨.

(6) 민간포털 협력 마케팅(사업별설명서 121쪽)

- ‘민간포털 협력 마케팅’ 은 시민들에게 친숙한 민간포털을 이용해 서울 시정과 주요 사업을 안내하여 시정 정보에 대한 접근성을 높이고 시민 참여를 유도하는 사업으로, 전년 대비 6억 4천 9백만원(89.9%)이 증액된 13억 7천 1백만원이 편성되었음.

< 민간포털 협력 마케팅 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
민간포털 협력 마케팅	722,000	1,371,396	649,396	89.9%

- 동 사업은 「정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률」 제5조 및 같은 법 시행령 제6조에 따라 한국언론진흥재단에 위탁하여 캠페인과 광고사업을 추진하고 있으며, 올해까지 사무관리비에 편성됐던 예산은 「2024년도 지방자치단체 예산편성 운영기준 및 기금운용계획 수립기준」에 따라 신설된 ‘공기관등에대한경상적위탁사업비’ 에 편성되었음.
- 홍보기획관은 시대표 SNS 채널에 등록된 친구 60만명에게 재난·안전 정보를 문자로 발송하기 위해 ‘시대표 채널 활용 홍보비’ 로 5억 2천 3백만원을 신규로 편성하였음.

○ 시대표 채널 활용 홍보비 산출 근거

- 522,720천원 = 10,890천원(60만명×18.15원) × 48회

- 올해까지는 해당 SNS에서 무료로 제공하는 월 4회 서비스만 이용해 왔으나 문자 송출 시 개봉률(문자 전송 후 읽음 처리된 비율, 평균 98.9%)이 높아 주요 정보를 전달하기에 효율적이라는 판단에 따라 월 4회(연 48회) 추가하여 총 8회를 이용하려는 것임.
- 다만 시대표 SNS 채널 친구 수는 2020년 42만명, 2021년 46만명, 2022년 48만명, 2023년(11월 기준) 51만명인 바, 채널 친구 추가는 시민들의 자발적인 의사에 따르는 것으로 연평균 증가수는 3만명에 불과함에도 내년도 산출기준을 60만명으로 적용한 것은 과다추계로 보이며, 명확한 산출 근거를 제시해 공신력·신뢰도를 높여야 할 것임.
- 또한 홍보 채널을 다변화한다는 점에서 사업의 타당성은 일부 인정되나 전송된 문자의 높은 개봉률을 근거로 5억원 이상의 예산을 신규로 편성하기에는 과다한 것으로 판단되며, 채널 친구는 내외국인, 서울시민 여부에 대한 구분이 없어 문자를 일괄적으로 전송할 경우 낭비될 여지가 있음.

(7) 해외 홍보 도시 마케팅(사업별설명서 153쪽)

- ‘해외 홍보 도시 마케팅’은 해외 현지 프로모션과 해외 매체를 통해 서울 관련 콘텐츠를 확산시켜 서울을 홍보하는 사업으로, 2024년도 예산안은 전년 대비 7억 2천만원(△22.9%)이 감액된 24억 3천만원이 편성되었음.

< 해외 홍보 도시 마케팅 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
해외 홍보 도시 마케팅	3,150,000	2,430,000	△720,000	△22.9%

- 이 중 ‘전략적 해외 브랜드 마케팅’은 해외 현지의 대규모 행사에 참여하여 서울시의 우수정책과 브랜드를 홍보하는 사업으로, 주요 행사별로 나누어 용역계약을 통해 사업을 수행하고 있음.

< 최근 2년 간 전략적 해외 브랜드 마케팅 용역 추진실적 >

(단위 : 백만원)

구분	용역명	예산액
2022년도	국제 박람회 연계 프로모션	613
	국제회의 연계 현지 프로모션	387
2023년도	북미 현지 프로모션	575
	국제 행사 연계 프로모션	350
	해외 축제 연계 프로모션	75
	국제 박람회 연계 프로모션(예정)	800

- 「서울특별시 투자사업심사에 관한 규칙」은 서울시와 자치구의 신규사업으로서 총사업비 3억원 이상의 공연·축제 등 행사성 사업을 투자심사 대상으로 규정하고 있으며, 「지방재정영향평가지침」은 하나의 사업을 여러 개의 세부사업으로 나누어 추진할 경우 해당 사업의 총사업비는 관련된 모든 세부사업의 총사업비를 포함한다고 규정하고 있음.
- 이는 이른바 쪼개기 사업을 통해 투자심사를 회피하지 못하도록 둔 규정으로서 최근 2년 간 추진사업을 살펴보면, 국제 행사 연계 프로모션, 해외 축제 연계 프로모션, 국제회의·박람회 등 사업비가 3억원을 초과한

바, 이들 사업은 투자심사 대상이 되었어야 함에도 관련 예산 과목이 사무관리비로 편성해 그동안 투자심사를 피해왔던 것으로 보임.

- 「2024년도 서울시 예산편성 기준」에 따르면 자치단체가 추진하는 행사 중 전문성이 요구되고 내용이 복잡·다양한 행사의 경우 민간용역이 가능하며, 이를 일반운영비 중 행사운영비로 편성하도록 예산과목을 설정하고 있음.
- 따라서 해당 예산은 행사운영비로 과목을 옮기는 것이 적절해 보이며, 그동안 사무관리비로 편성해 투자심사를 피해왔던 잘못된 관행을 바로 잡아야 할 것임.
- 또한 사업 내 ‘디지털 매체(SNS 등) 송출 및 확산’ 사업(2억원)을 신규로 편성하였는데, 이는 서울브랜드담당관의 ‘온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅’ 사업과 유사·중복으로 보이므로 통폐합이 필요해 보임.
- 서울관광재단에서 추진하고 있는 ‘서울 관광 통합 마케팅’³⁾ 사업과도 내용면에서 차별성이 없어 중복 편성에 대한 논란이 제기되고 있음.

(8) 서울 상징물 활용 도시 홍보(사업별설명서 166쪽)

- ‘서울 상징물 활용 도시 홍보’는 상징물을 이용한 홍보물, 프로모션 등을 통해 서울의 브랜드 가치를 제고하는 사업으로, 2024년도 예산안은 전년 대비 26억 3천 6백만원(391.7%) 증액된 33억 8백만원이 편성되었음.

3) 서울관광재단은 2022년부터 동 사업을 ‘서울관광 해외광고 제작’, ‘글로벌 축제 및 이벤트 연계 마케팅’, ‘서울관광 해외홍보’, ‘서울관광설명회 개최 및 해외관광박람회 참가’ 등으로 세분화하여 추진 중이며, 홍보기획관(구 시민소통기획관) 2019년부터 ‘서울시 해외 홍보마케팅’이라는 사업명으로 편성을 시작해 2023년부터 ‘해외 홍보 도시 마케팅’으로 사업명을 변경하였음.

< 서울 상징물 활용 도시 홍보 예산(안) 편성 현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2023년	2024예산(안)	증감액	증감률(%)
서울 상징물 활용 도시 홍보	672,500	3,308,144	2,635,644	391.9%

- 서울시는 올해 신규 브랜드 슬로건인 ‘SEOUL, MY SOUL’ 과 브랜드 디자인 개발을 완료하고, 기존 서울시 캐릭터였던 해치의 디자인을 변경하기 위하여 ‘서울시 캐릭터 재디자인 및 콘텐츠 개발용역’ (3억원)을 실시 중이며, 내년도 예산안에 디자인·콘텐츠 개발, 마케팅, 홍보물 제작 등의 예산으로 총 19억 4천 2백만원을 편성하였음.



< 2024년도 서울 심벌 활용 사업 예산(안) >

(단위 : 천원)

구분	산출근거	예산액
계		1,942,400
서울 심벌 디자인·콘텐츠 개발		890,000
해치 활용 콘텐츠 등 제작		890,000
서울 심벌 확산 마케팅		402,400
해치 캐릭터 확산을 위한 오프라인 마케팅		400,000
캐릭터 관련 전문가 자문 수당	150,000원*2회*8명	2,400
서울 심벌 활용 홍보물 제작 등		650,000
해치 홍보물(물품) 제작	25,000,000원 *20종	500,000
해치 조형물 제작 설치(교체)	15,000,000원*10개	150,000

- 홍보기획관은 캐릭터 디자인 교체 사유를 2021년에 실시한 브랜드 여론조사 결과보고 중 해치 캐릭터에 대한 낮은 시민 인지도를 반영하고 있음.

< 서울 상징물 국내외 인지도 조사(2021) >

구분	I·SEOUL·U	 (심벌)	 (캐릭터)
인지도 (국 내)	76.1%	48.3%	32.1%
인지도 (해 외)	46.6%	31.2%	29.4%

- 그러나 해당 조사결과는 비교군 없이 단순히 캐릭터를 인지하는지의 정도를 나타낸 것으로 이는 캐릭터에 대한 호감도라고 보기에는 미흡한 측면이 있음.
- 「서울특별시 상징물 조례」로 규정되어 관리되고 있는 서울시 브랜드와 심벌은 디자인 자체가 법규적 성격을 가진다고 볼 수 있으므로 다소 개발 시일이 지연된다 하더라도 시민 또는 국내외 인지도 조사를 실시하여 충분한 공감대를 얻어 논란의 소지가 없도록 해야 할 것임.

(9) 120다산콜재단 출연금(사업별설명서 194쪽)

- ‘120다산콜재단 출연금’은 제320회 임시회에서 출연 동의안(337억 8천 1백만원)이 의결됨에 따라 사전 동의를 얻어, 2024년도 예산안에는 전년 대비 29억 9천만원(10.9%)이 증액된 304억 7천 4백만원이 편성되었음.
- 총예산안의 규모는 잉여금(추정치) 12억 9백만원을 포함한 316억 8천 3백만원으로 전년 대비 22억 6천 3백만원(7.7%)이 증액되었음.

< 2024년도 120다산콜재단 지출예산(안) >

(단위 : 천원)

정책 단위	세 부 사 업	2024년(안)	2023년	증 감
	총 계	31,683,379	29,420,661	2,262,718
	120다산콜재단 운영	31,683,379	29,420,661	2,262,718
	시민중심 스마트상담시스템 체계 구축 및 운영	1,536,247	1,537,594	△1,347
	상담시스템 관리 및 운영	1,473,635	1,476,644	△3,009
	스마트 상담 체계 구축	62,612	60,950	1,662
	상담품질 향상을 위한 직원 역량 강화	109,899	139,052	△29,153
	상담사 역량강화 교육	109,899	139,052	△29,153
	시민중심 맞춤형 상담서비스 제공	4,800	4,800	0
	상담 지식정보 현행화	4,800	4,800	0
	감정노동 종사자 보호 강화	186,827	152,236	34,591
	감정노동 종사자 보호 프로그램 운영	186,827	152,236	34,591
	AI상담센터 구축 및 운영·활성화	1,635,056	1,490,000	145,056
	AI상담센터 구축	1,579,856	1,440,000	139,856
	AI상담센터 운영·활성화	55,200	50,000	5,200
	운영경비	28,110,550	25,996,977	2,113,573
	인건비 및 퇴직급여	19,921,711	18,949,783	971,928
	운영경비 등	5,550,398	4,999,719	550,679
	평가금	2,097,759	1,519,747	578,012
	시설부대비 및 자산취득비	540,682	527,730	12,952
	예비비	100,000	100,000	-
	예비비	100,000	100,000	-

- 구체적인 증액사업으로 기본급여 인상률(3.1%)을 반영한 인건비 9억 7천 2백만과 AI상담 도우미 시스템 구축과 실시간 채팅 상담 시스템 도입에 15억원임.

< 2024년도 120다산콜재단 인건비 상승분: 9억 7천만원 >

- 보수(급여, 제수당) 3.1% 증액
- 무기계약직 보수가 서울형 생활임금 적용으로 3.1% 증액
- 고용노동부 권고사항으로 퇴직급여에 성과급 지급분을 퇴직급여 반영하도록 함에 따라 24.8% 증액됨.

- 출연금 중 AI상담센터 구축 사업은 인공지능을 활용한 상담 서비스 혁신으로 시민 불편을 최소화하기 위해 2023년에는 보이는 ARS, 음성파일 텍스트 변환(STT) 시스템을 구축에 14억 4천만원이 반영되었고, 2024년에는 상담 도우미 시스템, 실시간 채팅 상담 등 상담 효율 제고를 위해 40억원을 계획하였음.

< AI 상담센터 연차별 구축계획 >

구분	계	2022년	2023년	2024년	2025년
사업	-	ISP 용역	디지털 보이는 ARS	실시간 채팅 상담 서비스 재난 감지 이슈 알림시스템	채팅상담 고도화
			STT ('23년 조기도입)	상담 어시스턴트 시스템 빅데이터 분석 시스템	
소요예산	96.4억	2억	14.4억	40억	40억
증원인력 (요청인력)	3명 (32명)	3명 (3명)	0명 (13명)	0명 (16명)	-
기대효과	-	중장기 AICC 구축 계획 수립	응대율 향상 및 AICC 구축 기반 마련	상담 효율 제고 및 시민 안전 발판 마련	민원 빅데이터 기반 정책 환류체계 구축

- 지난 출연 동의안 심사 시 ‘AI상담센터 구축’ 사업의 총사업비가 40억원을 초과하여 투자심사 대상에 해당된다는 지적에 따라 재단은 예산안

편성 전 투자심사를 완료하였으며, 올해 추진 중인 1단계 사업의 효과 검증 후 중기지장재정계획에 반영해 승인한다는 ‘조건부 추진’ 결과를 받은 바 있음.

- 그러나 당초 출연 동의안에서 AI상담센터 구축을 위해 편성된 39억 9천 4백만원 중 ‘상담도우미 시스템 구축’ 과 ‘실시간 채팅 상담시스템 구축’ 을 위한 15억원만 반영되었음.
- 또한 ‘AI 상담센터 연차별 구축계획’ 에 따르면 재단은 2023년도 13명, 2024년도 16명의 증원요청을 계획하였는데, AI(인공지능) 등 통신기술의 발달과 상담채널의 다양화로 인하여 비전화상담 처리 건수와 비율이 점차 증가하고, 전화상담 수요는 지속적으로 감소할 것으로 예측되고 있음.
- 따라서 AI상담센터를 위한 시스템 구축 전문인력을 최소화하고, 현행 상담인력에 대한 교육을 실시하여 ‘AI상담센터 인력 전환’ 등 인력 재배치를 통한 인적 쇄신 노력이 필요해 보임.

< 2021~2023년도 120다산콜재단 채널별 상담건수 현황 >

구분	상담 총 건수	전화	문자	스마트 불편신고	챗봇	네이버지식인/트위터	수어
2021	7,516,257	4,467,628	791,295	798,756	1,419,632	16,419	22,527
2022	7,407,350	3,983,956	798,201	950,178	1,642,401	14,247	18,367
2023 (9월기준)	5,409,365	2,831,968	669,719	804,226	1,076,490	11,482	15,480

- 2023년 120다산콜재단의 총인입 대비 응대율은 73.1%에 불과하여 시민 10명당 3명이 적기에 상담을 받지 못하고 있는 것으로 나타나며, 연결 지연 등 중복콜이 증가되어 응대율이 떨어지는 문제를 개선하기 위한 AI상담센터 구축은 이해되나 기존 상담인력이 존재함에도 AI상담을 위한 별도 인력을 증원하려는 것은 자칫 조직 비대화를 초래할 수 있다는 점에서 주의가 요구됨.