

---

## 주 요 업 무 보 고

---

2020. 4. 21.(화)

시민소통기획관

# 목 차

---

I . 일 반 현 황

---

II . 2020 비전 및 목표

---

III . 주요업무 추진현황

---

IV . 현안사항 - 코로나19 대응

---

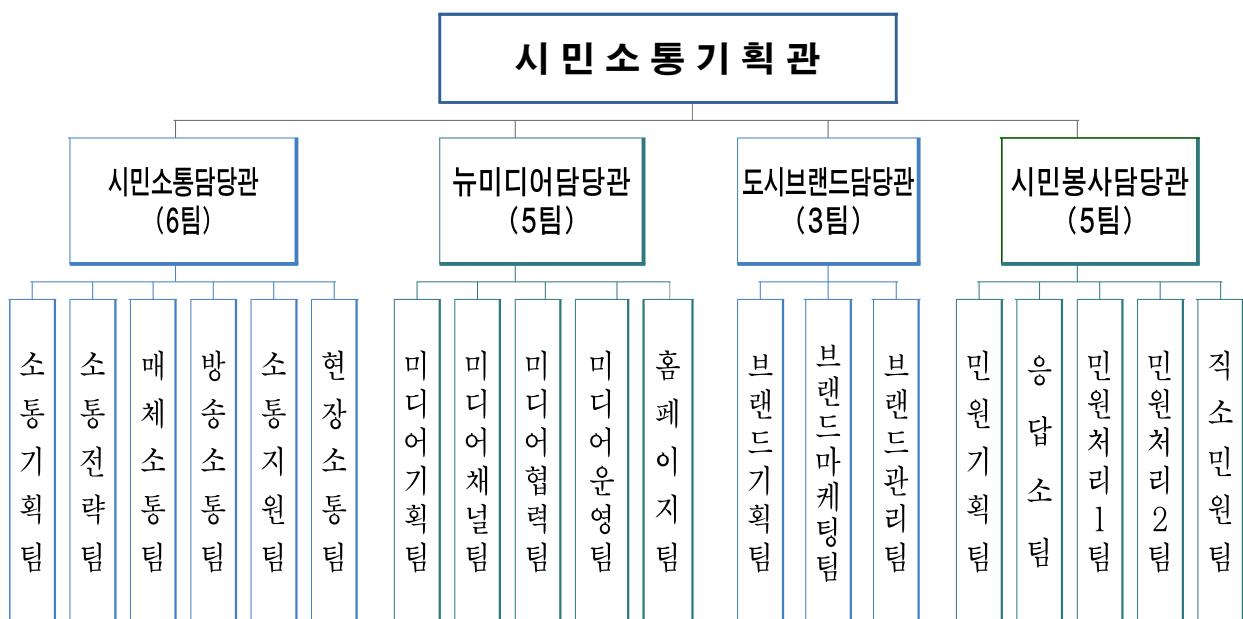
V . 2019 행정사무감사 처리결과 보고서

---

# I . 일반현황

조 직

1관 4담당관, 19팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단, 미디어재단 TBS

인 력

정원 134명 / 현원 131명

('20. 3. 31. 현재)

구 분	총 계		행정 · 기술직		임기제일반직		전문경력관		관리운영직	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	134	131(80)	93	93	35	31	1	1	5	5
시민소통담당관	49	48(26)	32	34	15	11	1	1	1	2
뉴미디어담당관	34	34(26)	19	19	15	15	-	-	-	-
도시브랜드담당관	17	16(11)	13	12	4	4	-	-	-	-
시민봉사담당관	34	33(17)	29	28	1	1	-	-	4	3

※ 괄호 안은 부서별 여성공무원수

## 주요기능

### 시민소통담당관

#### 소통기획팀

- 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

#### 소통전략팀

- 주요시책 소통전략 기획, 홍보물 기획

#### 매체소통팀

- 홍보매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

#### 방송소통팀

- 방송협력 시정정보 제공, 미디어재단 지도·감독

#### 소통지원팀

- 여론조사, 빅데이터 여론분석, 공공언어 개선

#### 현장소통팀

- 권역별 시민청 및 찾아가는 서울시청 운영 등

### 뉴미디어담당관

#### 미디어기획팀

- 온라인 홍보기획, 소셜방송 운영, 모바일 활용 홍보

#### 미디어채널팀

- 서울사랑 등 발간, 시 대표 SNS 운영

#### 미디어협력팀

- 인터넷 언론사, 민간포털 및 시민참여 활용 홍보

#### 미디어운영팀

- '내 손안에 서울' 및 시민기자단 운영

#### 홈페이지팀

- '서울시 대표 홈페이지' 운영 및 공공앱 관리

### 도시브랜드담당관

#### 브랜드기획팀

- 서울브랜드위원회, 서울브랜드 마케팅

#### 브랜드마케팅팀

- 외국어 매체를 활용한 우수정책 해외홍보

#### 브랜드관리팀

- 서울브랜드 조형물 관리, 서울상징물 관리

### 시민봉사담당관

#### 민원기획팀

- 민원행정서비스 품질관리 및 개선, 120 지도·감독

#### 응답소팀

- 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

#### 민원처리1팀

- 서식민원 등 접수, 제증명 발급

#### 민원처리2팀

- 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

#### 직소민원팀

- '시장과의 주말데이트', '시장에게 바란다' 운영

## 예 산 세출예산현액 1,038억원 중 226억원 집행(집행률 21.8%)

(2020.3.31. 기준, 단위 : 천원, %)

부서/사업명	예산현액	원인행위액	집행액	집행률
<b>합 계(시민소통기획관)</b>	<b>103,812,792</b>	<b>30,677,774</b>	<b>22,603,968</b>	<b>21.8%</b>
<b>시민소통담당관</b>	<b>56,965,246</b>	<b>15,175,284</b>	<b>14,791,485</b>	<b>26.0%</b>
<b>시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현</b>	<b>56,470,383</b>	<b>14,964,833</b>	<b>14,581,034</b>	<b>25.8%</b>
언론매체를 통한 시정정보제공	14,582,365	2,881,925	2,881,925	19.8%
TBS미디어재단 출연금	29,110,058	9,703,353	9,703,353	33.3%
소통관리 및 시정정보 제공	7,209,860	936,468	755,525	10.5%
시민청 운영 및 확산	3,703,050	926,645	926,645	25.0%
현장소통 프로그램 운영	130,835	32,261	32,261	24.7%
시정여론조사 운영	753,004	307,405	172,955	23.0%
현장중심의 의견수렴 및 환류	24,210	10,360	10,360	42.8%
행정서비스 밀착지원 및 정보제공	251,600	22,650	22,650	9.0%
서울시청 방송운영	60,000	25,640	10,000	16.7%
시정 영상물 제작·관리	578,170	54,254	54,254	9.4%
서울특별시보 발행	67,231	63,871	11,106	16.5%
기본경비(행정운영경비)	494,863	210,451	210,451	42.5%
<b>뉴미디어담당관</b>	<b>12,515,213</b>	<b>4,413,406</b>	<b>1,132,219</b>	<b>9.0%</b>
<b>뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화</b>	<b>12,456,178</b>	<b>4,398,636</b>	<b>1,117,449</b>	<b>9.0%</b>
소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	534,200	154,230	43,794	8.2%
시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	283,000	20,340	20,340	7.2%
마을미디어 활성화	1,500,000	0	0	0.0%
서울 스마트 리포터 운영(시민참여, 신규)	300,000	0	0	0.0%
뉴미디어 웹사이트 운영	1,903,638	593,535	235,115	12.4%
서울시 홈페이지 운영	1,746,106	1,377,200	260,533	14.9%
홈페이지 관리체계 운영	367,734	73,886	73,886	20.1%
시정종합 월간지 '서울사랑' 제작 및 운영	1,193,400	863,046	195,191	16.4%
어린이신문 '내친구서울' 제작 및 운영	613,500	509,800	4,800	0.8%
민간포털 협력 마케팅	960,000	170,634	170,634	17.8%
인터넷언론사 등 활용 시정안내	1,211,200	56,410	56,410	4.7%
뉴미디어 전략 마케팅	1,843,400	579,556	56,746	3.1%
기본경비(행정운영경비)	59,035	14,770	14,770	25.0%
<b>도시브랜드담당관</b>	<b>8,850,451</b>	<b>3,992,660</b>	<b>106,160</b>	<b>1.2%</b>
<b>시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고</b>	<b>8,818,950</b>	<b>3,976,910</b>	<b>90,410</b>	<b>1.0%</b>
시민주도형 서울브랜드 확산	725,750	224,310	38,310	5.3%
서울시 도시브랜드 마케팅	1,131,000	0	0	0.0%
외국어 매체 활용 시정 홍보	2,462,200	1,961,600	3,600	0.1%
서울시 해외 홍보마케팅	4,500,000	1,791,000	48,500	1.1%
기본경비(행정운영경비)	31,501	15,750	15,750	50.0%
<b>시민봉사담당관</b>	<b>25,481,882</b>	<b>7,096,423</b>	<b>6,574,105</b>	<b>25.8%</b>
<b>시민중심의 민원행정서비스 제공</b>	<b>25,369,830</b>	<b>7,074,523</b>	<b>6,552,205</b>	<b>25.8%</b>
일반여권 발급업무 대행	1,033,880	1,033,880	1,033,880	100.0%
민원서비스 품질관리 및 시상	163,399	37,738	15,786	9.7%
통합민원 처리 및 열린민원실 운영	29,200	9,409	9,409	32.2%
120다산콜재단 운영	23,036,654	5,373,403	5,373,403	23.3%
민원제안통합관리시스템 운영	1,106,697	620,094	119,727	10.8%
기본경비(행정운영경비)	112,052	21,900	21,900	19.5%

\* 예산현액 : 이월액 276백만원 포함 (홈페이지 관리체계 운영 70,250천원, 민원제안통합관리시스템운영 205,507천원)

## II. 2020 비전 및 목표

비 전

시민과 함께 만들고 누리는 ‘소통도시 서울’

전략목표

시민과의 소통을 통한 시정공감대 확산 및 참여시정 구현

추진전략

시민과 함께하는  
참여와 공감  
시정 구현

뉴미디어 활용  
시민과의  
소통 활성화

서울브랜드를 통한  
도시경쟁력 제고

시민중심의  
민원행정  
서비스 개선

주요사업

- 소통매체를 활용한 시정정보 제공
- 언론매체 활용 시정정보 제공
- 시민참여 및 소통 강화로 시민주도형 시정 구현
- 시민청 운영 및 권역별 시민청 확산

- 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화
- 市 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹 사이트 운영 강화
- 시민참여 및 민간협력을 통한 시정정보 제공
- 마을미디어 활성화

- 서울시 해외 홍보 마케팅을 통한 도시경쟁력 제고
- 외국어 매체 활용 시정 홍보 및 도시매력 확산
- 시민참여 및 민간협력 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

- 민원응대 품질 관리를 통한 민원서비스 향상
- 응답소 기능 개선 및 민원분석 시스템 구축
- 120다산콜재단 기능 고도화 및 운영 지원

### **III. 주요업무 추진현황**

---

**1. 시민과 함께하는 참여와 공감시정 구현**

---

**2. 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화**

---

**3. 서울브랜드를 통한 도시경쟁력 제고**

---

**4. 시민중심의 민원행정서비스 제공**

---

# 1. 시민과 함께하는 참여와 공감시정 구현

① 소통매체를 활용한 시정정보 제공

② 언론매체 활용 시정정보 제공 및 확산

③ 시민참여 및 소통 강화로 시민주도형 시정구현

④ 시민청 운영 및 권역별 시민청 확산 추진

# 소통매체를 활용한 시정정보 제공

시민생활에 도움이 되는 주요시정 및 시민생활 정보를 적기에 제공하고, 신규 매체 확대를 통해 시정정보 제공 강화

## □ 사업개요

- 흥보매체 : 市 보유 전용매체와 유관기관 및 민간 협력매체
- 내용 : 흥보매체 활용, 주요 시정정보 및 시민생활정보 제공
- 사업비 : 6,983백만원 (집행액 : 695백만원, 9.95%)

## □ '20년 추진실적

- **市 보유 전용매체 · 민간 및 유관기관 협력매체 활용**, 주요 시정정보 제공
  - 정보내용 : 신혼부부 주거지원, 서울사랑상품권, 코로나19 예방수칙안내 · 사회적 거리 두기 '잠시 멈춤' 캠페인 · 민생경제지원(재난긴급생활비 & 소상공인 자영업자 금융지원)
  - 영상매체 : 시민게시판, 지하철역 미디어보드, 시립시설 영상모니터, 민간옥외전광판, 시내버스TV, 시금고영상매체, 지하철 승강장모니터, 전동차내부모니터 등
  - 인쇄매체 : 지하철역사(승강장 벽면 · 와이드칼라 · 5종게시판 등), 전동차 내부, 시내버스, 가판대, 구두수선대, 공공건물 현수막, 공사장가림벽, 시금고 지점 등

### · 영상매체 활용 예시



<미디어보드>



<민간옥외전광판>



<시내버스 TV>



<승강장 모니터>



<전동차내부 모니터>

### · 인쇄매체 활용 예시



<와이드칼라>



<가로판매대>



<한화역사>



<공공건물>



<민간공사장가림벽>

## ○ 시민들에게 희망 전달 및 감성소통 확대를 위해 「서울꿈새김판」 운영

- 계절별 및 기념일(3·1절, 세월호 5주기, 호국보훈의 달, 광복절) 메시지



<20. 1~3월>



<20. 3~5월>

## ○ 서울과 지방의 상생발전을 위한 「지역상생 홍보관」 조성 운영

- 서울고속버스터미널역 지하 2층 7호선 ↔ 9호선 무빙워크 환승구간에 조성 ('19.12월 준공)
- 55인치 영상모니터 48대 설치, 71개 지자체 동영상 132편, 포스터 60편 표출 중 ('20. 4월 현재)



## □ 향후계획

### 시 보유매체 및 유관기관 협력매체 활용 시민밀착형 시정정보 제공 확대

## ○ 시민 생활에 도움이 되는 시정정보 제공확대로 시민 삶의 질 향상에 기여

(신혼부부 주거지원, 돌봄, 혁신창업, 청년출발지원 등)

- 역세권 청년주택 입주자 모집(분기), 혁신창업 공간지원 등 각종 창업지원 정보 및 청년수당 신청안내 등 주요 계기 활용 홍보 확대
- 주요계기별 버스·지하철·가판대 등 시민생활접점 매체 활용 집중 홍보 시행
- 현수막, 포스터, 배너, 유인물 등 다양한 홍보물 제작·배포로 정보취약계층이 시정 정보에서 소외되지 않도록 시민 생활현장으로 찾아가는 홍보 확대

- 산하기관, 투자출연기관, 자치구 협력 확대로 시정정보의 전달력 강화
  - 코로나19 대응 행동요령, 신혼부부 임차보증금 지원 신청 안내 등 시민밀착형 시정정보 도달율 확대를 위해 유관기관 협력 강화
- 민간 및 유관기관과 협업, 시정정보 제공을 위한 신규매체 발굴 확대
  - 민간 옥외광고판 및 공사장 가림벽 등을 신규 발굴, 시정 정보제공매체로 활용



- 지하철역 미디어보드 1개소 추가 신설, 서울교통공사 협의 추진
- 시 산하시설(신규 시설 등 주요 시민이용시설) 활용 대형현수막 게시 확대
- 기존 가판대 및 구두수선대 보수 정비를 통해 홍보매체 활용도 제고

### 소통공간 조성, 지역상생홍보관 운영 등 공간을 활용한 공감행정 추진

- 市정책에 대해 시민 관심·호기심이 연결되는

#### 10개 소통공간 조성



- 1단계(상반기): 서울로7017, 남산공원, 서울식물원 등 4곳
- 2단계(하반기): 돌봄도시서울, 소통도시서울 등 6곳

- 서울시와 지방의 상생발전을 위한 '지역상생 홍보관' 운영 활성화

- 시립건축물 예정부지 건립시설 안내 가림벽 및 안내표지판 설치 추진

- 서울대표도서관 및 5개권역 특화주제 시립도서관 등 향후 시립건축물 건립예정지

### 시 보유매체 운영에 시민 참여 확대로 공감 및 감성 소통 추진

- 시민게시판 운영 및 홍보매체 시민개방(희망광고) 등 시민 참여 확대
- 시민에게 희망 전달 및 감성소통 확대를 위해 '서울꿈새김판' 책자 발간(6월중)

신문·방송 등 영향력 있는 언론매체를 활용하여 시정정보를 효과적이고 시의성 있게 제공함으로써 시정에 대한 시민 이해도 증진

### □ 사업개요

- 광고매체 : 인쇄(신문·잡지 등) 및 방송(TV·라디오 등) 매체
- 내용 : 주요시정 사업정보 및 시민생활에 도움이 되는 정보 제공
- 사업비 : 14,500백만원 (집행액 : 2,841백만원, 19.6%)

### □ '20년 추진실적

#### 신문·잡지·지역지 등

- **신문·잡지·지역지 등을 통한 시정정보 제공**
  - 신혼부부 주거지원 : 주요 일간지, 주·월간지, 지역지 등 65개 매체(1~2월)
  - 서울사랑상품권 : 주요 일간지, 주·월간지, 정보지, 지역지 등 73개 매체(1~3월)
  - 코로나19 사회적 거리 두기 '잠시 멈춤' 캠페인 : 주요 일간지 25개 매체(3.3.~3.4.)
  - 코로나19 극복 강력한 사회적 거리 두기(시민편) : 일간지 12개 매체(3.24.)
  - 코로나19 극복 '민생경제지원' : 주요 일간지, 주간지, 지역지 등 74개 매체(3~4월)



〈신혼부부 주거지원〉



〈서울사랑상품권〉



〈잠시 멈춤 캠페인〉



〈강력한 잠시 멈춤-시민편〉



〈민생경제지원〉

## 방송협력(TV·라디오 등)

- **TV·영화관 광고** : 신혼부부주거지원(1~2월), 코로나19잠시멈춤(3월)
  - 신혼부부주거지원 : KBS, MBC, SBS, JTBC, CGV 등 20개 매체 1,554회
  - 코로나19 ‘사회적 거리두기 잠시멈춤’ : MBC공동캠페인 86회



<신혼부부 주거지원>

<MBC공동캠페인-잠시멈춤>

- **라디오·팟캐스트 광고**

- 신혼부부 전월세보증금 지원 및 주택포털·서울사랑상품권 안내(1~2월), 코로나19 ‘사회적 거리두기 잠시멈춤’·민생경제 지원 정보(3월)
- SBS ‘2시탈출컬투쇼’, MBC ‘굿모닝FM장성규입니다’, TBS‘뉴스공장’, YTN, CBS, 불교, 평화, 원음, 팟빵(팟캐스트 포털) 등 인기프로그램 시간대 송출

- **TV 예능·교양정보·다큐멘터리 등 프로그램을 통한 시정정보 제공**

- KBS(김영철의 동네한바퀴, 옥탑방의 문제아들) 8회, SBS(모닝와이드) 3회, MBC(생방송오늘아침, 어쩌다하루, 놀면뭐하니) 17회
- 서울라이트, 우리동네키움센터, 청년취업(취업날개 서비스), 서울창업허브, 신혼부부주거지원, 서울사랑상품권, 코로나19 민생경제 등 시민생활 정보



<KBS동네한바퀴>

<KBS옥탑방의문제아들>

<SBS모닝와이드>

<MBC어쩌다하루>

- **라디오 프로그램(TBS, YTN)을 통한 시정현안 세부정보 제공**

- YTN최형진의 오!뉴스(수 09:10~10:00 중), TBS좋은사람들 송정애(금 10:06~12:00 중)
- 신혼부부임차보증금지원, 코로나19 재난긴급생활비, 서울형뉴딜일자리 등 24회

## 향후계획

### 세대별, 지역별, 관심별 맞춤형 정보 제공 확대로 소통 효율 제고 지속

#### 신문·잡지·지역지 등

- 시정 주요사업에 대해 **실·본부·국 및 투자출연기관과 전략적 홍보** 집행
  - 사업부서 및 투출기관 등과 사전 협의(컨셉·시기·매체·예산 등) 조율 집행
- 정책수혜자 및 주 구독층 고려, **분야별 맞춤형 광고집행** 확대
  - 대상 : 발행부수가 높은 시사·경제지, 여성지, 종교지, 협회지 등
  - 광고확대 : '19년 7개 매체 ➡ '20년 20개 매체
- 시민밀착매체인 **자치구별 지역신문을 활용한 광고집행** 확대 시행
  - 시민생활과 밀접한 내용 또는 지역 연관성이 깊은 정보 내용으로 집행
  - '19년 지역지별 연 2회 집행 → '20년 지역지별 연 3회 이상 집행

#### 방송협력(TV·라디오 등)

- 시정 주요정보 **집중 제공을 위한 지상파TV·영화관·라디오** 등 시정광고
  - 코로나19 민생경제지원, 우리동네키움센터, 청년출발지원 등
  - 지상파(KBS·MBC·SBS), 종편(JTBC 등), IPTV, 케이블TV, 영화관 등
- **세대별 맞춤형 정보제공을 위한 TV 다큐, 교양정보 프로그램 방송협력**
  - KBS(명견만리, 동네한바퀴 등), MBC(어쩌다하루, 생방송오늘아침 등), SBS(SBS스페셜, 모닝와이드, 생방송투데이 등)
- **파급력 높은 인기 예능프로그램을 통한 시정정보 전달**
  - KBS1 박2일·옥탑방문제아들, SBS골목식당·맛남의 광장, MBC놀면뭐하니 등
- **TBS 「TV민생연구소」 프로그램과 협력 시민생활정보 제공 추진**
  - 주거·일자리·복지 정보 등(스튜디오 인터뷰), 축제·행사 등(현장 리포팅)



다양한 소통채널과 현장소통 프로그램 운영을 통해 시민의 소리를 경청, 시정에 반영하여 市 정책에 대한 시민 만족도 제고

### □ 사업개요

- 목 적 : 현장중심의 다양한 시민의견을 수렴, 정책반영 및 서비스 개선
- 내 용 : ‘시정 여론조사’, ‘명예시장’, ‘홍보대사’, ‘시민발언대’ 등 운영
- 사 업 비 : 872백만원 (집행액 : 202백만원, 집행률 : 23.2%)

### □ '20년 추진실적

- 市 주요사업 및 의견수렴 필요한 정책 여론조사 실시
  - ‘공정성 인식’, 코로나19관련 ‘잠시멈춤’, ‘재난긴급생활비’ 등 9건
  - ’19년 : ‘미세먼지 시즌제 도입’, ‘청년지원 정책’, ‘돌봄정책’ 등 42건
- 「정책소통평가단(162명)」을 통한 다양성 있는 시민의견 수렴
  - ’20년 4대 핵심사업(경제, 돌봄 청년, 주거) 중심으로 의견 수합·분석 : 1차 20년 신년업무보고 대표의견 개진(1월), 2차 민생경제긴급지원 관련 의견수렴 중(4월)
  - ※ ’19년 미세먼지 그물망대책, 공유도시 서울 등 총 6회, 누적인원 494명 참여
- 「명예시장」(15개 분야 15명) 및 「홍보대사」(37명) 운영
  - 명예시장의 다양한 시정참여, 정책제안 및 시민의견 대변(총 179회)
    - 회의토론 107회, 행사참여 24회, 현장점검·심사참여 15회, 기타(강연, 방송) 33회
  - 청신호 1호 오픈하우스 홍보, 잠시멈춤 SNS 캠페인, 시민게시판 참여독려 모델, 대학생 시민기자단 인터뷰, 어린이 환경도서 추천사 등 각 홍보대사 재능과 전문분야 실린 시정홍보 참여



<청신호 오픈하우스 홍보> <잠시멈춤 SNS 참여> <시민게시판 참여독려 모델> <대학생시민기자단 인터뷰><어린이 환경도서 추천사>

## 향후계획

### 체계적, 객관적 여론조사로 시민 시정신뢰도 확보 및 소통 효율 제고

- 市 중점 정책 소통성과 평가를 위한 여론조사
  - 홍보매체별 콘텐츠 평가, 주요 정책 인지도 및 매체별 효과 분석 등(연 4회)
- 정책현안 및 주요 사업에 대한 시의성 있는 여론조사 지속 실시
  - 부서 요청 주제 및 주요 시책 관련 여론조사 실시로 시정 대응력 향상(40여건)

### 현장중심의 소통강화를 통한 다양한 시민의견 수렴 및 시정공감대 확산

- 「정책소통평가단」을 통한 시민눈높이 정책소통 강화
  - 4대 핵심사업(경제, 돌봄, 청년, 주거)을 기반으로 한 소통주제 선정, 의견청취
  - 평가단원 간 상호 네트워킹 활성화를 위한 관심 주제별 소그룹화 유도, 토론회 지원
  - 평가단원의 제출의견에 대한 피드백 강화를 위한 평가결산토론회(11월) 개최 등



- 「명예시장」 운영 활성화 및 「홍보대사」 시민 접점 강화, 단체자선 활동 확대
  - 명예시장 분야별 소통회의·토론 등 시정 참여 및 시민의견 수렴 확대(4~12월)
  - 홍보대사 자선경매 및 재능기부 행사(11월), '청춘멘토링 콘서트' 등 개최
- 「찾아가는 시민발언대」 운영(4~11월)으로 시정 의견 청취 기능 강화
  - 시기와 장소에 적합한 발언주제 운영
  - '찾아가는 서울시청'과 연계, 민간박람회 및 자치구 축제 동행하여 운영
- 「서울시정학교」 제11기 운영 내실화 (8~9월)
  - 시 주요정책 및 유용한 생활정보, 체험중심 과목 편성
  - 시정이해도가 필요한 시민참여 사업에 시정학교 수료생 적극 활용

### ○ 「공공언어 개선」을 통한 대시민 소통강화 활성화

- '국어 사용 조례'에 따른 제2기 국어발전기본계획(5개년) 수립(10월)
- 찾아가는 공공언어 교육(5·10월), 공공언어 사용실태 조사(6월), 한글주간 행사(10월) 등

## 4

## 시민청 운영 및 권역별 시민청 확산 추진

‘시민이 주인이 되어 함께 만들어가는’ 서울시 대표 소통공간 「시민청」 운영 내실화 및 권역별 시민청 확산 조성

### □ 사업개요

구 분	시청 시민청	삼각산 시민청
① 위치/규모	신청사 지하 1,2층/8,150㎡ ('13.1.12개관)	솔밭공원역사/540㎡ ('18.4.28개관)
② 운영기관		서울문화재단(민간위탁)
③ 위탁기간	'19. 1. 1 ~ '21.12.31	'18. 3.14 ~ '20.12.31
④ 운영내용	공연, 전시, 교육, 장터 등 프로그램 운영 및 시민 공간 대관	
⑤ 사업비	2,408백만원	1,085백만원

### □ '20년 추진실적

#### 시민청 운영 코로나19 감염예방을 위한 단계별 대응조치 및 임시휴관 시행

- 초기 감염예방홍보 및 방역활동에 집중하였으며 심각단계 격상 후 임시휴관 조치

1단계 ‘주의’(예방홍보)	2단계 ‘경계’(방역 및 부분통제)	3단계 ‘심각’(임시휴관)
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민청 내 홍보물 게시·비치</li> <li>○ 온라인 홍보 - 키오스크, 홈페이지 등</li> <li>○ 손소독제 비치 (18개소)</li> <li>○ 근무자 마스크착용 의무화</li> <li>○ 방역소독 실시 (주 1회)</li> <li>○ 행사프로그램 취소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방역소독 강화           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전체공간 주2회 소독</li> <li>- 출입문 손잡이·의자 등 매일소독</li> <li>- 클린존(소독완료) 스티커 부착</li> </ul> </li> <li>○ 시민청(B2) 통행 제한</li> <li>○ 공간대관 취소가능 안내</li> <li>- 심각단계 격상 대비 사전안내</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 임시휴관 조치 <b>-2.24(월)~ 심각단계 종료 시</b></li> <li>○ 공간대관 취소(2월말~현재)</li> <li>○ 방역소독 지속 (주 2회)</li> <li>○ 근로자 복무 조정 및 - 재택근무 실시 및 시차출퇴근 적용</li> </ul>

#### 권역별 시민청 확산 권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성 조사용역 시행

- 권역별 시민청 선정 대상지(4개소) 및 삼각산 시민청 공간확충 방안마련



구 분	선정 대상지
동북권(1)	[성북] 하월곡동 거주자우선 주차장
동남권(1)	[송파] 문정도시개발지구내 문정컬쳐밸리
서남권(2)	1. [강서] 마곡도시개발지구 내 편의시설부지 2. [금천] 모두의학교 운동장 부지

※ 서북권대상지 추후 재공모 추진예정

## 향후계획

### 시민청 고유 컨텐츠와 지역 문화특성이 조화된 특화된 시민소통공간 조성

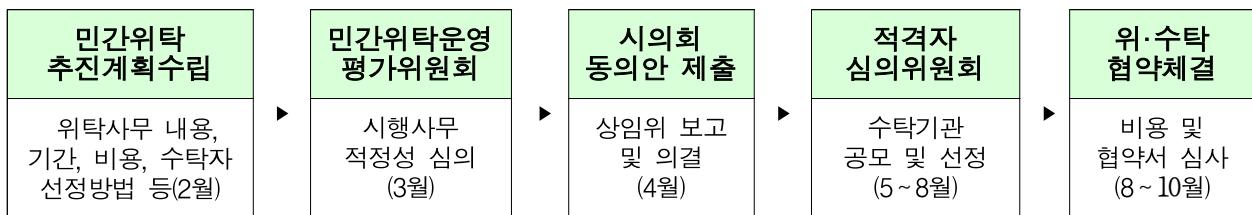
#### ○ 코로나19 상황종료 시 개관을 대비한 시민청 안정화 운영방안 준비

- 개관 후 공백 없는 공간대관 및 행사프로그램 운영준비 및 정기 안전점검·시설관리 지속

#### ○ 권역별 시민청 제1호(삼각산)의 민간위탁기관 재선정(※위탁만료일 : '20.12월)

- 책임성·전문성·안전성을 보유한 수탁기관을 선정, 지역연계형 권역별 시민청 운영 지속

※ 공모 추진절차 및 일정



#### ○ 「권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성 조사 용역」 수행

- 시민청 고유 컨텐츠와 지역의 문화특성이 조화되는 특화된 시민소통공간 조성



#### 〈용역 개요〉

- 용역명 : 권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성 조사 연구 용역
- 용역기간/용역금액 : 착수일로부터 6개월 / 금120백만원
- 과업내용
  - 공간범위 : 권역별 시민청 선정 대상지(4개소) 및 삼각산 시민청 공간확충
  - 내용범위
    - 현황조사, 사업규모, 사업추진 방식, 타당성 분석 등
    - 지역특성을 고려한 개별 기본 공간 구상(안) 및 운영전략 · 관리방안 제시
- 추진경위
  - '19. 9.20. : 학술용역 심의회 통과 [심의 결과 : 적정(보완)]
  - '19.12.24. : 권역별 시민청 조성 대상지 선정발표
  - '20. 2.~3. : 용역 입찰공고(2회, 결과: 유찰)
  - '20. 4.~ : 수의계약 협의진행 (서울연구원)

## 2. 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화

① 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화

② 시 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹사이트 운영 강화

③ 시민참여 및 민간협력을 통한 시정정보 제공

④ 마을미디어 활성화

# 1 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화

SNS·블로그 등 소셜미디어를 활용하여 시민과의 소통체계를 확대, 시민의 목소리를 경청하고 각종 시정정보를 신속하게 제공

## □ 사업개요

: 일 평균 방문자수 12천여

○ 목적 : 시민 대표 SNS 및 대표 블로그를 활용한 주요 시정 안내 대표 식 블로그를 활용한 주요 시정 안내 대표 정 공 배 헤이스북, 소셜 미디어 특성에 맞는 콘텐츠로 시정공감대 확산

- 페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오스토리 : 친구수 107만명('20.3월)

- 시 대표 블로그 '서울나들이' : 일평균 방문자수 22,000명('20.3월)

○ 사업비 : 531백만원(집행액 : 43백만원, 집행률 : 8.1%)  
카오스토리, 트위터, 인스타그 : ::다다 :

## □ '20년 추진실적

○ 채널별 특성에 맞는 시정 콘텐츠 적기 제공 및 소통 강화

○ 코로나19 현황 및 예방수칙 등 시민생활과 밀접한 콘텐츠 제작·배포(총 993건)

- 핵심시책 및 문화·생활 정보를 네이버 시 대표 블로그를 통해 제공(총 228건)

○ 시민참여 캠페인 전개



코로나19 서울시 현황 및  
사회적 거리두기 '잠시 멈춤' 캠페인 홍보

코로나19 극복 손글씨 응원 캠페인(97만 노출, 1,040명 참여)  
「함께 이겨낸 역사, 함께 이겨낼 오늘」(2~3월)

## □ 향후계획

○ SNS 트렌드에 맞춘 다양한 콘텐츠 제작·확산으로 시정 체감도 제고

- 쇼트비디오, 인플루언서 협업 콘텐츠 등을 통한 구독자 관심 제고

- 시민참여 캠페인 등을 통해 시정 공감대 확산 및 소통채널 역할 강화

○ 市 대표 블로그 등을 통한 시민공감형 생활정보 신속안내(일 4건)

- 카드뉴스, 인포그래픽 등 멀티미디어 콘텐츠 활용 정보제공으로 시민 이해도 제고

## 2 시 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹사이트 운영 강화

‘뉴미디어용 방송영상 콘텐츠’ 제작·확산, 시민소통 채널 ‘내 손안에 서울’과 ‘시 대표 홈페이지’ 운영 강화로 온라인 소통 및 시민참여 확대

### □ 사업개요

- 목 적 : 시정정보, 시민공감 콘텐츠 제공으로 시민 참여 및 소통의 장 마련
- 내 용 : 시 대표 홈페이지, ‘내 손안에 서울’(뉴스·뉴스레터), ‘라이브서울’(온라인 방송) 및 유튜브 채널 운영
- 사 업 비 : 3,477백만원(집행액 : 279백만원, 집행률 : 8.0%)

### □ '20년 추진실적

#### 「서울시 대표 홈페이지」 운영

- 시민이 필요한 모든 정보를 담아 코로나19 온라인 플랫폼 개편(3월)
  - ‘방역·안전’에서 ⇒ ‘민생경제’로 시민 관심이 전환됨에 따라 정보제공 온라인플랫폼 재정비를 통한 시민정보 접근성 제고
    - ▷ 안전방역(발생현황, 클린존 등), 생활정보(민생경제 지원, 온라인 문화생활 등), 시민참여(잠시멈춤 캠페인 등) 관련 원스톱 정보제공



#### 「내 손안에 서울」 및 통합홍보배너 운영

- ‘내 손안에 서울’ 온라인 뉴스 발행 및 ‘잠시멈춤’ 시민참여 캠페인 진행(3월)
  - 코로나19 생활 속 예방수칙 시민공모(40만회 노출, 4,824명 참여)
  - 방문자수 월평균 91만명, 뉴스레터 62회 발송(44만명 구독)
- ‘통합홍보배너’ 활용, 시·투출기관·자치구 67개 사이트 배너 연동
  - 코로나19 등 재난 및 정책 홍보 배너 44건 등록 운영, 총 6,202만회 노출



## 「뉴미디어용 방송·영상콘텐츠」 제작 및 확산

### ○ 시 유튜브 채널을 타깃 주제에 맞춰 2개(서울튜브, 해치TV)로 세분화('20.4~)

- '세무 담당 공무원이 전하는 세금이야기' 등 '공무원 정책브이로그' 제작
- 9급 공무원 '해치(캐릭터) TV' 개설로 친근하고 흥미롭게 정보제공

### ○ 유튜브, 라이브서울 등 온라인 영상·방송플랫폼을 통한 시정정보 제공

- 시정영상(42편, 300만회 조회), 온라인방송(54편, 51만회), 팟캐스트(12편, 104만회)
  - 코로나19 관련 시민 정보 제공을 위한 바이럴 영상 및 팟캐스트 등 콘텐츠 제작
  - 코로나19 일일보고 및 정례브리핑, 사회적 거리두기 일환 온라인 콘서트 등 생중계



## □ 향후계획

### ○ 다양한 시정 정보 습득 창구로서 홈페이지를 통한 대시민 정보제공 확산

### ○ 뉴스, 소식지, 영상 등 '내 손안에 서울'의 미디어허브 기능 강화

- 자치구 소식지 모아보기(신설), 시정영상 및 시정소식지\* 등 콘텐츠 안정화 제공

\* 서울사랑(시정월간지) / 내친구 서울(어린이신문) 발행개요

#### ▶ 주요내용

- [서울사랑] 주요시정 특별기획 및 생활밀착기사 제공(월 6만부, 연 12회)
- [내친구서울] 서울지역 600여개 초등 3~6학년 대상, 정보 제공(회 31만부, 연 9회)

#### ▶ 확산방안 : 책자 기사와 연계한 동영상 등 온라인콘텐츠 제작 및 확산

### ○ 통합배너를 활용한 '서울시 홍보 네트워크' 확장으로 시민정보접근성 강화

- 서울시 및 투출기관 등 유관기관 전체 사이트로 홍보매체 네트워크 확장

### ○ 시정정보를 쉽고 재미있게 전달하는 유튜브 영상콘텐츠 제작 및 확산

### 3

## 시민참여 및 민간협력을 통한 시정정보 제공

각 분야의 시민 미디어와의 홍보 협력기반 구축 및 종합 정보습득 채널인 민간포털과의 협력을 통해 효과적인 시정 정보 제공 및 대시민 소통 강화

### □ 사업개요

- 목 적 : 미디어활동가 및 일반시민을 통한 눈높이 시정홍보 강화  
민간포털사와 제휴를 통해 효과적인 시정정보 제공
- 내 용 : ‘서울미디어메이트’, ‘영상크리에이터’, ‘서울시민기자’ 등 운영  
포털 활용 캠페인 및 광고, 포털 주요 서비스 제휴 추진 등
- 사 업 비 : 1,610백만원(집행액 : 225백만원, 집행률 : 14.0%)

### □ '20년 추진실적

#### 시민참여 프로그램 운영

- 영향력 있는 **서울영상크리에이터 선발기준 강화** 및 운영 내실화
  - 유튜브 채널 구독자 2천명 이상, 인스타그램 팔로워수 2만명 이상(25팀 선발)
  - ‘내 손으로 그리는 서울’ 등 시정홍보 영상콘텐츠 12편 제작·확산
- **서울미디어메이트 선발 및 시의성 있는 기획 취재로 홍보 확산력 제고**
  - 코로나19 잠시멈춤 캠페인 등 취재기사 85건 개인블로그 게시(50명 선발)
- **개방형 ‘서울시민기자’ 운영**, 시민 눈높이에 맞는 시정콘텐츠 제작·확산
  - 시민기자(누적 6,446명) 발행 ‘내 손안에 서울’ 내 콘텐츠 600건(61% 비중)
    - 코로나19 극복 희망수기 및 생활정보(총 82건) 등 시민 삶과 밀접한 기사 발행

## 민간포털 협력 마케팅

- **포털 브랜드 검색(3회) 및 광고(4회)** 등을 통한 주요 시정 정보 안내
  - 브랜드검색 : 코로나19 대응책 및 현황, 서울사랑상품권 등 핵심정책 상위 고정 홍보
  - 배너광고 : 신혼부부 주거 지원, 코로나19 확산방지를 위한 사회적 거리두기 등
- **민간포털 제휴(비예산)**를 통한 시정 정보 접근성 제고
  - 카카오톡 채널(구 플러스친구)을 통한 재난·안전 및 생활정보 안내(10회)
    - ▶ 카카오톡 문자를 통해 코로나19 예방수칙, 긴급지원대책 등 안내 ('20.3월 기준 친구 수: 35만명)
  - 카카오 갤러리 서비스 제휴를 통한 주요 사업 홍보(6회)
    - ▶ 설 명절 특집 전통시장 행사, 설날 가 볼만한 곳, 영화 속 서울 촬영지, 잠시 멈춤 캠페인 등



## □ 향후계획

- 서울미디어메이트, 서울영상크리에이터 제작 **콘텐츠 배포·확산(매월)**
  - 개인블로그, 유튜브, SNS 등을 통해 매월 80여건의 콘텐츠 제작·확산
- 코로나19 장기화로 '서울시민기자' 온라인 활동 중심 확대 운영
  - 온라인 커뮤니티 활용 활동 강화, 시민기자 콘텐츠 온라인 공유·확산 제고
  - 월별 우수기자 선정(4월~), 시민기자 표창(11월) 등 활동혜택 확대
- '구글' 광고, '포털 캠페인' 등 정책별 맞춤형 민간포털 홍보 채널 다각화
  - 청년, 복지 등 정책대상 타깃팅 광고 및 시민참여 쌍방향 소통 캠페인 진행 등
- **다양한 카카오 서비스 제휴** 등을 통한 효율적 시정 홍보 추진
  - 서울 명소 및 축제 등을 Daum 메인 및 카카오톡 주요 서비스를 통해 홍보

## 4

# 마을미디어 활성화

시민 누구나 자기 마을을 소재로 미디어를 활용하여 콘텐츠를 제작 · 유통할 수 있도록 미디어 활용 교육 및 활동 지원

## □ 사업개요

- 목 적 : 마을미디어 활동 지원을 통해 주민소통 확대에 기여
- 내 용 : 서울마을미디어지원센터 민관위탁 및 활동단체 공모·선정 후 보조금 지원
- 사 업 비 : 1,500백만원

## □ '20년 추진실적

- 활동단체의 역량강화를 위한 지원 유형 개편 및 지원 규모 확대

기 존	'20년 개선
<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>아이템형</b>(2~3백만원)<ul style="list-style-type: none"><li>- 주민 3인 이상 모임 또는 단체</li><li>- 특정 콘텐츠 일회성 제작</li></ul></li><li>■ <b>복합형</b>(6~8백만원)<ul style="list-style-type: none"><li>- 마을미디어 활동 2년 이하</li><li>- 마을미디어 교육 및 콘텐츠 제작</li></ul></li><li>■ <b>매체형</b>(10~14백만원)<ul style="list-style-type: none"><li>- 마을미디어 활동 2년 이상</li><li>- 상시 운영 마을미디어 콘텐츠 제작</li></ul></li><li>■ <b>거점형</b>(38백만원/41백만원)<ul style="list-style-type: none"><li>- 마을미디어 활동 5년 이상</li><li>- 컨설팅 지원형/시설·장비 지원형</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ <b>자유형</b>(4~8백만원) : 신규~활동 3년 이하<ul style="list-style-type: none"><li>- 신규 참여자 교육 및 콘텐츠 제작</li></ul></li><li>■ <b>커뮤니티형</b>(8~10백만원) : 활동 2년 이상~5년 이하<ul style="list-style-type: none"><li>- 정기적 콘텐츠 제작 및 지역 커뮤니티 활동 확대</li></ul></li><li>■ <b>지역연계형</b>(16~18백만원) : 활동 3년 이상<ul style="list-style-type: none"><li>- 정기적인 마을미디어 콘텐츠 제작·유통</li><li>- 자치구 내 주민모임, 단체와의 협력 사업</li></ul></li><li>■ <b>거점형</b>(30~40백만원) : 활동 4년 이상<ul style="list-style-type: none"><li>- 상시 운영되는 마을미디어 콘텐츠 제작·유통</li><li>- 마을미디어 신규단체 지원 및 컨설팅</li></ul></li><li>■ <b>인프라 지원형</b>(5백만원) *중복지원가능<ul style="list-style-type: none"><li>- 활동 공간 개선 및 장비 대여(최대3년)</li></ul></li></ul>

## ○ 활동단체의 **자부담 비율 개선**

- 현금만 자부담 사업비로 인정하고, 연차별로 부담비율(10 ~ 60% 이상)을 확대하는 불합리를 해소하기 위해 자부담 비율을 10% 이상으로 조정적용

## ○ 「서울마을미디어지원센터」 **민간위탁 추진**

- 위탁기간 : '20. 4. ~ '23. 3. (3년)
- 수탁기관 선정(4.2) : (사)한국영상미디어교육협회  
※ 1회 유찰 후, 단독 입찰로 적격심사 선정

## □ **향후계획**

### ○ 마을미디어 **활동단체 74~80곳 공모·선정 및 지원**('20.4월중)

### ○ 길음동 **서울마을미디어지원센터 개관** : '20. 6월 예정



〈 조감도 〉



〈 건물 외관(3월 현재) 〉



〈 2층 사무실 〉

### ○ 자치구 등 **유관기관과의 협력 강화**

- 자치구도 마을미디어 활동단체를 지원할 수 있도록 근거마련 등 협조 요청
- TBS, 케이블 방송 등을 통한 마을미디어 관련 콘텐츠 제작 · 확산 협력
- 주민센터, 공공도서관 등에 마을미디어 리플렛 등 홍보물 배포

### ○ 마을미디어 **사업 지속성 강화를 위한 체계적인 사업평가** 시행

- 마을미디어 활동단체 등을 대상으로 정량적, 정성적 평가 실시

### ○ 2020 **마을미디어 축제 개최** : '20.12월

- 마을미디어 제작 콘텐츠 상영 · 전시, 마을미디어 우수사례 발표 및 시상식

### **3. 서울브랜드를 통한 도시경쟁력 제고**

**① 서울시 해외 홍보마케팅을 통한 도시경쟁력 제고**

**② 외국어 매체 활용 시정홍보 및 도시매력 확산**

**③ 시민참여 및 민관협력 마케팅을 통한 도시이미지 제고**

전략적 해외현지 홍보 프로모션, 인플루언서 활용 해외마케팅, 방송 및 디지털 매체 등 활동 도시마케팅으로 서울 선호도 및 도시경쟁력 제고

## □ 사업개요

- 목 적 : 글로벌 마케팅을 통해 서울의 국제도시 위상 제고
- 내 용 : 지역별, 매체별, 타겟별 전략 수립 및 홍보 마케팅 강화  
해외현지프로모션, 인플루언서 및 해외매체 등을 활용한 도시 마케팅
- 사 업 비 : 4,500백만원 (집행액 : 49백만원, 1.1%)

## □ '20년 추진실적

- 미국 CES 참여를 통한 스마트 도시 서울홍보('20.1.7~10)
  - CES 행사장 내 서울라운지를 운영, 서울의 다양한 스마트정책 홍보
    - ▶ 외국인 2천명 이상 홍보부스 방문 및 SNS 인증샷 이벤트 참여
  - VIP 참석 'CTA 멤버 파티' 직접 주관·개최하여 IT분야 서울의 매력 부각
    - ▶ 스티브 웨슬리 등 IT기술분야 각계 오피니언 리더(600명)를 초청, 스마트도시 홍보



< CTA멤버 네트워킹 >



< 아이서울유 청사초롱 >



< 서울라운지 방문모습 >



< 디지털 시민시장실 체험 >

## □ 향후계획

### 해외홍보 마케팅 협업 강화

- 해외홍보 업무부서간 유기적 연계를 위한 협업회의 정례화(분기 1회)
  - 해외마케팅 관련 정보 공유 및 홍보 협력방안 논의
    - ▶ 국제교류담당관, 해외도시협력담당관, 관광산업과, 투자창업과, SBA, STO 등 관계부서 참석

### 전략적 국가(도시) 선정 현지 프로모션

## ○ 전략적 해외 현지 홍보 마케팅 추진(연 4회 예정)

- 현지특성, 주요 국제행사 등과 연계 효과적 마케팅전략을 마련, 추진

※ 대내외 환경변화에 따라 시기, 지역 등이 변경될 수 있음

구 분	시기	추진내용(예정)
도시외교	5월	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중국 대상 서울 홍보 마케팅 추진 ▶ 제4차 서울-베이징 통합위원회 연계</li> </ul>
시장순방	9월	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 프로모션과 연계 '스마트도시 서울' 홍보 ▶ WeGO(세계스마트시티기구) 총회 및 창립 10주년</li> </ul>
도시외교	10월	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 도시외교 강화 프로모션 추진 ▶ '서울-울란바토르' 자매도시 25주년 기념 현지행사</li> </ul>

## 인플루언서 및 해외매체 활용 마케팅

### ○ 인플루언서 활용 서울의 매력 부각 및 봄업

- 동남아 등 유수 인플루언서를 섭외, 영상콘텐츠 제작·확산

※ 스마트도시, 국제평화도시 등 서울 도시 이미지 전파



- 市 역점사업과 연계 인플루언서 활용 시정매력 바이럴 확산 < 인플루언서 활동장면 >

※ WeGO총회 등 국제행사와 연계 서울홍보 이벤트 전개

### ○ 해외매체와 협력강화를 통해, 서울 도시 이미지 제고

- 해외 유력 방송 및 인쇄매체 등을 활용, 시기 및 타겟별

맞춤형 매체 확산으로 서울 도시경쟁력 강화



- 매체 특성 및 주 이용층에 맞는 콘텐츠 제작 및 노출

< 해외매체 영상 콘텐츠 예시 >

예) BBC '평화도시 서울' 이미지 영상 콘텐츠 제작·송출 등

2

## 외국어 매체 활용 시정홍보 및 도시매력 확산

## 시 대표 외국어 홈페이지 및 SNS, 해외언론, 영어뉴스방송 등 강력하고 효과적인 정책 홍보를 추진함으로써 서울시 국제경쟁력 강화 및 글로벌 이미지 제고

### □ 사업개요

- 목 적 : 외국어매체 활용 도시매력 및 정책 확산을 통한 도시가치 제고
- 내 용 : 시 대표 외국어 홈페이지 및 SNS 채널, 영어뉴스방송, 해외언론 초청 등을 통한 글로벌 도시홍보 추진
- 사 업 비 : 2,462백만원 (집행액 : 4백만원, 0.1%)

### □ '20년 추진실적

- 시 대표 외국어 플랫폼 운영, 외국인과 소통 강화('20.1~3월)
  - 외국어 홈페이지(6개) 방문자수 : 총579천명 ('19년 301만명, 동기대비 92%↑)
    - ('96.7월) 영어, ('01.2월) 중간, 중번, 일어, ('05.2월) 불어, 스페인어
  - 외국어 SNS(10개) 팔로워수 84,776명 ('19년 66,283명, 동기대비 32%↑)  
조회수 36,769천회 ('19년 16,318천회, 동기대비 100%↑)
    - 영어권(페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터), 중어권(웨이보, 유쿠, 페이스북), 일어권(아메바, 페이스북, 인스타그램)
- 서울시 주요정책 및 도시매력 콘텐츠 제작 및 확산('20.1~3월)
  - 코로나19, 경제, 복지, 국제교류 등 정보 제공(홈페이지 1,242건, SNS 727건)
  - 서울뉴스, Live방송, 서울포토 등 다양한 형태의 콘텐츠 기획 및 확산
  - 서울시 외국어 e-뉴스레터 제작 및 발송 (총4회)
    - 구독자수 : 6만4천여명 ('18년 4만명 대비 55%↑)

 <p>February 2020 Cultural Events Feb 1 ~ Feb 29, 2020 Beautiful When Looked at Closely ◦ Dates : Feb. 1 ~ Feb. 29 Every Saturday 15:00 ◦ Venue : Nam-Seoul Museum of Art ◦ Admission : KRW 10,000 ◦ Content : A time of learning Korean instruments with</p>	 <p>citizens' right to communicate. Whenever Wherever Whoever FREE DATA Wi-Fi for Everyone Free WiFi Seoul</p>	 <p>I-SEOUL U SEOUL SMART CITY PLATFORM Mayor of Seoul introduces the Digital Citizens Mayor Bae Kyung-Hwan has been giving a lot of attention on the theme of "Digital Citizens". This is a movement to increase the quality of life of citizens by improving their digital literacy and IT skills in their daily lives. Mayor Bae Kyung-Hwan has been emphasizing the importance of digital literacy through various activities such as lectures, seminars, and workshops. He also emphasizes the importance of digital literacy for the development of the city and the well-being of its citizens.</p>
월간 문화달력	[Seoul News] 스마트시티	외국어 e-뉴스레터

- 서울 영어뉴스방송 제작 및 확산('20.2~3월)

- 코로나19 등 현안이슈, 서울시 핵심정책을 영상뉴스로 제작(총13편)
- 아리랑TV, 시 영문홈페이지 및 유튜브 등을 통해 해외로 송출
  - 아리랑TV 송출횟수 총4회(본방 1회, 재방3회), 편당 방송분량 1분30초 내외

		
외국어 홈페이지 영상아카이브	아리랑TV 송출 화면	페이스북 확산

## □ 향후계획

- **외국어홈페이지 글로벌 활성화** 추진을 통한 시정정보 해외 확산
  - 정책정보 및 도시소식 등 외국어 콘텐츠 제공(총4,000건 이상)
  - 검색상위노출 및 속도개선, 수요자 중심의 메뉴 재구성을 통한 정보전달력 강화
  - 홈페이지 이용만족도, 외국인 모니터링단 운영 등 홈페이지 품질 개선
- **해외 SNS채널** 운영 및 활성화
  - 유튜브 채널 전면 개편 및 영상콘텐츠 확보, 구독자 확보를 위한 이벤트 추진
  - 페이스북, 웨이보 등 영/중/일 어권별 차별화된 콘텐츠 포스팅 및 팔로워 확보
- **우수시정 및 도시매력 해외확산을 위한 온라인 프로모션**
  - 코로나19 대응조치 및 지원정책 홍보를 위한 온라인 프로모션 추진('20.4월)
  - 우수정책 홍보사절단 외국인 인플루언서 'Seoul Guide' 운영('20.7월~)
  - 서울평화주간 연계, 서울-평양 올림픽 개최 기원 공모전 추진('20.10월~)
- **영어뉴스방송 송출을 통한 시 핵심정책 글로벌 확산**('20.4~12월)
  - '20년 총 50편 제작, 관계자 인터뷰 등 심도있고 다채로운 프로그램 기획
- **해외언론 초청** 프레스투어 실시
  - 운영횟수 : 총2회 (코로나19 관계로 하반기 집중 추진)
  - 초청매체 : USA Today, 신화사(중국), 니혼게이자이신문(일본) 등(예정)
    - 초청주제 : “살고 싶고, 머물고 싶고, 투자하고 싶은 도시 서울”

### 3 시민참여 및 민간협력 마케팅을 통한 도시이미지 제고

서울브랜드 I·SEOUL·U를 기반으로 한 국내 도시마케팅 추진을 통한 서울의 도시품격과 가치 제고

#### □ 사업개요

- 목 적 : 민관협력 거버넌스 및 시민참여프로그램을 통해 시민 주도 브랜드 확산
- 내 용 : 서울브랜드의 가치와 매력 확산 위한 거버넌스 및 행사 기획·실행
- 사 업 비 : 1,857백만원 (집행액 38백만원, 2.1%)

#### □ '20년 추진실적

##### 민간협력 마케팅

- 정책브랜드 자문조정회의 운영(1회), 총 2건 자문·조정
  - 손기정 체육공원 프로젝트 브랜드 개발, 인베스트 투자센터 브랜드 개발
- I·SEOUL·U 파트너스 구성·운영
  - 사업계획 수립(2월), 입찰공고(2월), 사업자 선정·계약(매스씨엔지, 3월)

##### 국내 도시 마케팅

- 제5회 서울 도시브랜드 포럼 준비
  - 서울평화주간 '필수 연계사업' 선정, 평화도시로서의 서울 브랜딩 전략방향 모색
  - 서울평화주간과 연계하여 지속적 사후 붐업 행사로 추진
- I·SEOUL·U 조형물 설치·유지보수
  - 우리소리박물관 추가 설치(3.13), 현재 설치누계 27개소
  - 여의도한강공원에 설치한 서울조형물 파손(중점 부분) 수선(3.31)



## □ 향후계획

- 제4기 「서울브랜드위원회」 구성·운영 ('20.8월~)
  - 위원 임기만료에 따른 신규 위촉계획 수립, 위원 신규위촉('20.8월)
  - 서울브랜드 확산 전략 및 홍보실행방안 등 주기적 자문(분기별)
- I·SEOUL·U 파트너스 구성·운영으로 중소기업간 상생가치 창출
  - 아이서울유와 협업 가능 상품을 보유한 약 20개 업체 선정('20.4~5월)
  - 아이서울유 파트너스의 전문가 코칭을 통한 협업 제품 개발 ('20.6~8월)
  - 팝업스토어 2회 이상 운영 등으로 유통 판로 지원('20.9~11월)
- 서울브랜드 상품화로 국내외 마케팅 확대 추진
  - 입찰공고 사업자 선정·계약 ('20.4월)
  - 상품화업체 모집·선정 및 상품제작 등 사업 추진('20.5~8월)
  - 서울상징물 상품화 사업 제품 유통 판매('20.9~12월)
- I·SEOUL·U 와 함께하는 코로나19 극복·응원 콘텐츠 글로벌 공모전 개최
  - 코로나19를 극복하기 위한 성숙한 시민의식 우수사례 및 공공영역 우수사례 등
  - 공고·접수(4~5월), 전문가 심사 등(5~6월), 우수작 시상(6월말)
- 서울의 관문지역에 I·SEOUL·U 조형물 설치
  - 서울방향 진입로에 조형물 설치, '웰컴 서울'의 의미 부여
  - 김포공항, 서울톨게이트, 노을공원, 노들섬 등 설치장소 검토
- 제5회 서울브랜드 포럼 개최 ('20.10월)
  - (가칭) '평화도시 서울' 연계, 포럼 주제·방향 등 외부전문가 자문(4~7월)
  - 서울평화주간 연계하여 포럼 기획 및 홍보(7~10월)
- 정책브랜드 자문·조정회의 운영(매월 개최)
  - 각 정책의 핵심가치와 시민이 공유할 수 있는 이미지를 표현할 수 있도록 자문·조정
  - 전문가 자문을 통하여 서울시 브랜드로서의 체계성, 통일성, 일관성 확보

## **4. 시민중심의 민원 행정서비스 제공**

**[1] 민원응대 품질관리를 통한 민원서비스 수준 향상**

**[2] 응답소 기능 개선 및 민원분석시스템 구축**

**[3] 120다산콜재단 운영지원 및 협업 강화**

## 1

# 민원응대 품질관리를 통한 민원서비스 수준 향상

민원응대 품질제고를 위한 다양한 교육과 민원업무 종사직원의 감정노동 보호를 통한 시정전반 민원서비스 수준 향상

## 사업개요

- 대상 : 시 본청 및 사업소, 산하기관(투자출연기관)
- 내용 : 민원응대 교육, 힐링프로그램 운영, 민원서비스 평가, 칭찬공무원 포상 등
- 사업비 : 163백만원 (집행액 55백만원, 집행율 33.7%)

## '20년 추진실적

- e러닝 「특이민원 응대요령과 감정관리」 교육 영상 제작
  - 10차시, 2시간 분량, 인재개발원 학습시스템 탑재(4월 중)
- 칭찬받은 **민원공무원 포상**(22건 접수)
  - 12건 선정 (본청 6, 사업소 3, 소방 3) 총 16명 선정
  - 서울시 내부 채널(행정포털)을 통해 칭찬사례 전파



## 향후계획

- 특이민원 응대 및 감정관리 **역량강화** 실시 (4~10월)
  - 특이민원 응대요령 및 민원응대서비스 온라인 교육 (3,500명)
  - 민원업무 직원 감정관리 및 품질점검 미흡부서 교육 (6회 320명)
  - 인재개발원 신임자과정 민원응대기법 교육 (4회 320명)
- **민원공무원 감정노동 보호를 위한 힐링프로그램 운영** (4회 120명)
  - 외부 힐링교육 전문기관 위탁 운영(제주도, 울릉도, 남해안, 강원도 정선 예정)
- **민원응대 서비스 품질점검 및 민원행정 종합평가** 등 실시 (4~11월)
  - (전화) 미흡부서 대상 상반기 2회(4월, 6월), 전기관 대상 하반기 1회(9월)
  - (방문) 민원실 설치된 42개소 대상, 기관별 연 6회, 총 252회 실시
  - (평가) 민원행정서비스(법정/응답소) : 중간평가(4~5월), 최종평가(10월~11월)
- **민원행정서비스 종합평가 및 서울시(자치구 포함) 우수사례 발굴**(12월)
  - 종합평가 결과 우수기관 선정 및 우수사례 경진대회 실시

## 2 응답소 기능개선 및 민원분석시스템 구축

응답소에 접수된 민원의 효율적 처리 및 관리를 위하여 빅데이터 분석시스템을 구축함으로써 신속한 민원처리와 시민 만족도 제고

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2020. 1 ~ 12월
- 주요내용 : 응답소시스템 기능 개선 및 빅데이터 기반 민원분석시스템 구축
- 사업비 : 1,107백만원 (집행액 120백만원, 집행율 10.8%)

### □ 추진실적

- 민원건수('20.1월~3월) : 총 444,946건(일평균 4,889건)
- 시민 이용 편의성 및 직원 업무 효율성 제고를 위한 **기능 개선**
  - 민원행정 개선 우수사례 카드뉴스 제작 및 홈페이지 게시
  - 코로나19 감염증 신고센터 개설, 직원 수기등록민원 모니터링 기능 강화
- **연계 시스템의 안정적 운영 및 보안 강화**
  - 차세대 국민신문고 개소에 따른 연계서비스 변경 적용 및 테스트
  - 메뉴별 이용현황 및 개인정보 접속 관리 기능 개발
- **빅데이터 기반 민원 분석시스템 구축** : 1~3월
  - 실시간 이슈 민원현황, 시 주요 정책별 민원현황 등 제공
  - 민원유형, 처리부서, 유사민원답변 추천기능 제공 등



### □ 향후계획

- 응답소 **민원분석시스템 오픈 및 이용 활성화**
  - 시스템 테스트, 시험운영, 종료 감리, 사용자 교육 등 : 4~5월
  - 시 및 자치구 활용 독려 및 활용 우수사례 공유 등 이용 활성화 : 6~12월
- **민원업무 효율화를 위한 응답소 기능 개선 및 보안 강화** : 1~12월
  - 자치구별 시민불편살피미요원 관리 기능 및 실적 조회 기능
  - 민원 일괄 회수, 추가답변 일괄처리 및 120 긴급 안전신고 모니터링 기능 개발
  - 공익제보, 인권침해 등 보안 민원의 관리체계 마련 및 프로세스 개발 등
  - 안정적 시스템 운영 및 보고서 문서 품질 개선을 위한 S/W 3식 도입

### 3

## 120다산콜재단 운영지원 및 협업 강화

「120다산콜재단」이 시·구정상담 서비스 전문기관으로 거듭날 수 있도록 재단운영 및 발전방향 수립 지원

### □ 사업개요

- 설립일자 : 2017.4.24.     ※센터개시 : '07.9.12
- 주요내용 : 서비스 지표 관리, 유관기관 및 상담사 소통강화 등 운영지원
- 소요예산 : 23,036백만원 (집행액 5,373백만원, 집행율 23.6%)

### □ '20년 추진실적

- 120다산콜센터 코로나19 비상대응에 따른 운영 지원
  - 120다산콜 '코로나19 비상대응체제'로 전환하여 코로나 상담 대응(1.23)
    - 비상대책반 구축 운영, 축적된 감염병 대응 매뉴얼에 따라 조기 능동적 대응
  - 코로나 전용코드 신설 및 전담상담사 배치로 시민편의 및 상담효율 제고(2.3)
    - 신속 연결을 위한 전용코드('0'번) 개설, 전담상담사(최대 66명) 배치로 정확한 상담
    - 코로나 상담 증가 : 89건(1.23) → 7,185건(4.3, 최대)
  - 민간콜센터 '확진자' 발생에 따른 감염방지를 위한 대책 수립 추진(3.12)
    - 상담사 감염방지 조치 계획 실시 : 상담사 1/3~1/2 재택근무
    - 120신설동 청사 외 '대체 공간' 확보(3.16) : 서소문별관(13~14층, 80석 규모)

### ○ 서울시 콜센터 가이드라인 제작 배포 및 자치구 모니터링 지원

- '서울시 콜센터 운영 가이드 라인' 제작 배포(2차 / 3.11, 3.18)
  - 대상 : 서울시 투출기관 산하 민간위탁 콜센터(7개소), 민간 417개 콜센터
- AI 모니터링 콜시스템 도입 : 자치구 자가격리자 및 격리해제자 모니터링 지원

### □ 향후계획

- 120 다산콜재단 중장기 발전 계획 협업수립 추진
  - 「중장기 발전계획 수립 추진TF」 구성으로 서울시 및 재단 협업 추진
- 투출기관 콜센터 통합 방안 논의 (노동민생정책관 주관)
  - SH, 교통공사, 신용보증기금 등 투출기관 민관위탁 콜센터 120으로 통합 협의

## IV. 현안사항 - 코로나19대응

※ 재난기금 집행내역

1. 신속한 초기대응 - 시민과의 전방위 소통 ([확산방지](#))
2. 장기화 대처 - 위기관리 소통 ([사회적 거리두기, 잠시멈춤](#))
3. 경제위기 대응 - 이해관계자 등 소통 ([긴급민생정책회복](#))
4. 생활방역 체계 전환 - 일상복귀 소통 ([방역, 복지 뮤음 홍보](#))

## 재난기금 집행내역

총사업비 : 금 1,866,870천원

(2020.4.13. 기준, 단위 : 원)

구분	적 요	집행금액 (원인행위기준)	비고
재난계정 (시민소통)	재난기금(재난계정) 예산	1,324,280,000	
	코로나19대응 홍보물 제작 및 배포(1차)	194,620,800	
	코로나19 예방수칙 등 홍보물(포스터) 배포	74,100,000	
	코로나19 대응 인쇄물 제작·배부 수의계약 의뢰	74,100,000	
	코로나19 예방수칙 등 홍보물(현수막) 배포	120,000,000	
	코로나19 대응 홍보물 제작 및 배포(2차)	10,799,800	
	시정정보 제공 TV 광고비 지급	434,000,000	
	시정정보 제공 라디오 광고비 지급	66,000,000	
	인쇄매체 활용 시정정보 제공비 지급(신문)	225,500,000	
	집행금액(계)	1,199,120,600	집행률 90.5%
재난계정 (뉴미디어)	재난기금(재난계정) 예산	172,590,000	
	서울시 일일보고 유튜브 생방송	104,370,000	
	서울시 유튜브 생방송 운 영비용 지출	900,000	
	대시민 정보제공 기획영상 제작 배포 용역	20,700,000	
	온라인 활용 대시민 정보제공 2차 용역	44,710,000	
	지행금액(계)	170,680,000	집행률 98.9%
구호계정 (시민소통)	재난기금(구호계정) 예산	370,000,000	(집행예정)

※ 재난계정(7차) 116,600천원 집행예정(사회적 거리두기 인쇄물 시정정보 제공비 지급) : 집행률 99.4%

# 1

# 신속한 초기대응 - 시민과의 전방위 소통 (확산방지)

감염병 확산방지에 가장 중요한 「감염병 예방 행동수칙」을 시민에게 전력 홍보하기 위해 가용매체를 전방위적으로 활용하여 시민소통접점 확보

## 추진방법

- 목록을 활용한 주제별 콘텐츠 전개 및 시민에 「감염병 예방 행동 수칙」 전방위 홍보 정공대 폐이스부 카 향 일관되면서도 매체별로 커스터마이징된 홍보물을 시민생활

접점매체 등에 신속히 배포·확산

## 추진실적

### 통일된 메시지 및 매체별 콘텐츠 신속 제작

1.23(목)~

- [이미지 콘텐츠] 시민 혼동을 방지하는 통일된 메시지·이미지 제작·배포

<포스터>

<시민 배포용 유인물>

<배너>

## [전광판 영상]



## [기타]

- 버스 음성광고 및 행정전화·법인폰 통화연결음, 재난문자 표준안 마련

## 각종 매체를 통한 콘텐츠 전방위 배포·확산 | 1.23(목)~

- [시민접점매체] 지하철 역·시내버스 등 시민접점 시설 홍보물 부착
  - 시내버스(7,399대), 마을버스 (1,582대) 승차 단말기, 차량 하차문 등
  - 지하철 역 인근 사거리 등 현수막 서울시 전역 게첨(구청사·동 당 3개씩, 총 1,351개)
  - 취약계층 이용시설(경로당, 어린이집 등) 대상 감염병 행동수칙 유인물 제작·배포(100만장)
- [영상·음성매체] 옥외전광판, 시민게시판 등(3만 여개) 활용, 전방위 노출(1.28~)
  - 자치구 청사 및 관련기관, 아파트 엘리베이터 DID 표출을 위해 영상 공유
  - 시내버스 음성광고 및 행정전화·법인폰 통화연결음 활용 홍보(1.29~)
- [온라인매체] 시 보유 전 온라인 매체 활용, 예방수칙 등 정보 신속 전파
  - 시 대표 홈페이지 메인화면 고정배너(1.23~) 및 자치구, 투출기관 등 유관기관 홈페이지(68개) 통합홍보배너 노출(1.27~)
  - 페이스북, 인스타그램 등 시 대표 SNS\* 활용 단계별 정보 신속 안내(1.23/27)

\*친구수(105만명) : 페이스북(36만), 인스타그램(28만), 트위터(23만), 카카오스토리(18만)



<페이스북 등>



<카카오톡 채널>



<내 손안에 서울>



<블로그, 1boon>

- [외국어매체] 국내 거주 외국인을 위한 영·중·일 번역 전파
  - 시 대표 외국어 홈페이지 및 페이스북, 트위터 등 시 대표 외국어SNS
- [교통방송TBS] 방송을 통한 다양한 정보 송출 확산
  - 라디오 진행자 안내멘트(시간당2회), TV 자막고지(시간당20회) 및 스팟방송(시간당1회)

## 가감 없는 정보 제공 및 가짜뉴스 확산 차단

1.29(수) ~

- ‘서울시 확진자 현황판’, 실시간 대시민 온라인 공개(2.4~)

- 시 대표 홈페이지 및 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오스토리) 활용, 서울시 내 확진자, 의사환자, 자가격리자 현황 대시민 안내



## <시 대표 홈페이지 현황판>



### <확진자 이동 경로>



## <시 대표 SNS>

- 대시민 서울시 일일보고 「 YouTube 생방송」 송출(1.30~2.26, 매일 15:00)

- 주요내용 : 서울시 일일보고 (환자 발생현황 대처 등 서울시 대응상황)

**현장 목소리** : 보육·관광·교통 등 각 분야별 현황 및 대응 대책 등 안내

**전문가 코너(팩트체크)** : 언론·온라인 상 거짓정보 발굴, 전문가 설명



**120 상담강화 및 응답소 전용신고센터 개설로 시민불편민원 적극 대응**

1 29(수)~

- 120 다산콜센터 비상대응체제로 전환하여 상담대응 강화

- 비상대책반 운영. 이사장을 추진반장으로 본부별 대응팀 운영(상담추진반)
  - 코로나 전용코드 신설(내선번호 0번) 및 전담상담사 배치(16명) (2.3~)

## 〈 상 담 건 수 〉

- ◆ 코로나19 상담건수 : 1,338,849건('20.1.23~4.13 현재)
  - ◆ 설연휴 후 첫날(1.28), 2차 감염자 발생 및 우한교민 입국(1.30~31), 중국지역 입국제한 등 정부의 추가조치(2.2~3), 신천지 사태(2월 중순) 등 주요이슈에 따라 상담 증가 (일평균 코로나 상담비중 : 전체 4.2%~32.8%)

## ○ 응답소 전용신고센터 개설로 신속한 응대 답변

- 의심환자 신고, 대중교통 손소독제 비치 등 시민들의 신고·제안 관련 증가로 응답소 내 전용 신고센터 신규설치 (1.31~)



- 신고건수 : 총 7,774건(1.22~4.13 / 일평균 102여건)

※ 120다산콜(4,232건), 응답소 웹 등(3,542건)

## 시민 동참! 함께 극복 캠페인 전개

### ○ '시민과 함께 극복' 메시지 담은 제2차 홍보물

제작·배포 및 적극적 위기관리



## 클린존(방역안심시설)을 통한 과도한 불안 제거



### ○ 클린존 웹페이지 구축 및 신종 코로나

확진자 방문시설/다중이용시설의

방역현황을 신속히 안내

과도한 불안해소 및 시민 알 권리 보장

<다중이용시설> <확진자방문시설>

- **사전예방** : 공공관리시설(시립·구립) 및 실국에서 관리감독하는 민간다중이용 시설 등의 방역완료 및 계획 등 방역현황 게시
- **사후조치** : 확진자 이동경로 중 방문한 모든 시설(다중이용시설, 교통시설 등)에 대한 방역현황

※ 기존 확진자 동선에 방역 실시 및 보건환경연구원 검사 내용 추가, 지도서비스 제공



2

## 장기화 대처 - 위기관리 소통 (사회적 거리두기, 잠시멈춤)

대응단계에서 심각단계로 격상되면서 지역 감염 확산 차단 및 ‘사회적 거리두기’인 〈잠시 멈춤〉 캠페인 적극 동참 제안

### 추진개요

- 목 적 : 물샘 틈 없는 방역대책을 통한 지역감염 확산 완전차단
- 방 향 : 사회적 거리두기를 통해 코로나19의 전파 방지 및 시민 안전 제고

### 추진실적

사회적 거리두기 실천 ‘시민행동수칙’ 홍보 및 시민공감대 확산

3.3(화) ~

- [인쇄 콘텐츠] 주목도 높은 매체 집중 활용



포스터



도서관 통천



현수막



- [전광판 영상] 옥외전광판, 시민게시판 등(3만 여개) 활용 영상 집중 노출



- [오디오 콘텐츠 (라디오 CM)] 라디오·팟캐스트·일간지 전 매체 광고 시행

여러분, ‘코로나19’를 멈추기 위해 우리도 잠시 멈춰보는 건 어떨까요?

사회적 거리 두기를 위한 서울시의 2주간의 〈잠시 멈춤〉 캠페인!

실천 하나! 나는 외출을 자제하고 모임을 연기하는 등 타인과의 만남을 자제하겠습니다.

실천 둘! 나는 전화, 인터넷, SNS로 소통하며 지인과 몸은 멀리 마음은 가까이 하겠습니다.

실천 셋! 나는 언제 어디서나 마스크 착용과 손 씻기로 개인 위생수칙을 늘 지키겠습니다.

코로나19! 함께 막으면 이겨낼 수 있습니다. 코로나 증상 의심시, 병원 방문 전 문의는 관할 보건소나 120 또는 1339로! 이 캠페인은 서울특별시와 함께합니다.

## 사회적 거리두기 일환의 ‘잠시멈춤’ 온라인 캠페인 추진

3.2(월) ~

### ○ ‘일상생활 속 사회적 거리두기 노하우 시민공모’를 통한 사회적 관심 유도

- 기간 : 3. 2(월) ~ 3. 31(화) ※ 총 참여현황 : 4,824건
- 방법 : 본인 계정 인스타그램 또는 ‘내 손안에 서울’ 홈페이지 내 사진이나 글 등록
- 확산 : 시 대표 홈페이지, SNS(친구수 106만명), 카카오톡 채널(친구수 35만명) 등

			
시민공모 캠페인	사회적 거리두기 수칙	시설, 용품 이용수칙	시민참여 현황

### ○ ‘잠시멈춤 캠페인’ 전국적 확산을 위한 온라인 바이럴 콘텐츠 제작·배포

- 일러스트 작가(7명)를 통한 다중이용시설별 생활수칙 및 SNS 웹툰 콘텐츠 제작
- 해치캐릭터 활용 유튜브 바이럴 영상 및 파워유튜버 활용 캠페인 동참 영상 등

				
웹툰 콘텐츠(작가 보유 채널 및 시 SNS 등을 통한 확산)		유튜브 영상		파워유튜버 활용

### ○ 민간포털(네이버, 다음카카오) 협력을 통한 캠페인 확산, 337만회 조회

- 카카오갤러리, 네이버 및 다음 브랜드 검색을 통한 캠페인 노출

		
카카오 갤러리(3.9~11)	카카오톡 뉴스채널	다음 모바일 메인 표출

## 선택 아닌 필수! 강도 높은 사회적 거리두기

3.22(일)~

### ○ [인쇄 콘텐츠] 주목도 높은 매체 집중 활용(통천, 전광판 등)

- 산하기관·투출기관 및 자치구 공공청사 현수막 부착(시안 배포 3.23(월))
- 옥외전광판, 시민게시판 등(3만 여개) 활용, 캠페인 영상 집중 노출



### ○ [광고] 라디오·팟캐스트·일간지 전 매체 광고 시행

- TBS(김어준의 뉴스공장 등 1일 2회/07:55, 18:55), SBS 라디오(2시탈출 컬투쇼, 최화정의 파워타임 시간대 등 1일 6회), MBC(배철수의 음악캠프 등 1일 2회), CBS, 평화, 불교, 원음, YTN(1일 평균 4회) 및 팟빵 전체 채널 프리롤 광고 시행
- 경향, 한겨레, 세계일보 등 24개 매체 전면 광고 시행

## 강도 높은 사회적 거리두기 온라인 캠페인 집중홍보 및 확산

3.23(월)~

- [민간포털] 시민→전국확산을 위한 네이버, 다음, 카카오톡, 구글 등 매체 활용
- [통합홍보배너(67개)] 및 [내 손안에 서울 / 뉴스레터(40만명)] 노출 극대화
- [바이럴콘텐츠] 웹툰, 다중이용시설 내 ‘사회적 거리두기’ 실천수칙



- [유튜브 활용 영상콘텐츠] 서울집콕 콘텐츠(역사박물관 등 문화시설 VR영상), 온라인 문화생활(서울시향 온라인콘서트 ‘영웅’ 등) 생중계 확산

## 코로나19 관련 다양한 플랫폼을 하나의 창구로! 원스탑 정보제공

3.25(수)~

### ○ [플랫폼 정비] <http://www.seoul.go.kr/coronaV/coronaStatus.do>

#### 〈 코로나19 관련 플랫폼 기준 현황 〉

- ① 서울시 대표 홈페이지 내 「코로나19」 웹페이지를 통한 주요 정보제공
  - 메인화면(배너), 발생동향, 클린존, 선별진료소 현황, 홍보자료 등
- ② '내 손안에 서울' 내 「코로나19 서울시 생활정보」를 통한 세부정보 제공
  - 생활정보 기사, 재난문자, 팩트체크, 잠시멈춤 캠페인(시민공모) 등
- ③ 시민제안 창구 「민주주의 서울」을 통한 코로나19 관련 시민참여 유도



시 대표 홈페이지



내 손안에 서울



민주주의 서울

#### 기 존

- 각각의 정보제공 및 참여 경로(3개)를 통해 접근, 정보 혼재

#### 개 선

- 하나의 창구로 통합, 메뉴 정비를 통한 원스탑 정보 제공

- 시 대표 홈페이지 내 핫이슈(메인화면 배너) 팝업  
고정형태의 플랫폼 GATE 마련

⇒ 시민들이 쉽게 정보 접근 가능



- 확진자 현황, 생활정보, 시민참여 캠페인('잠시멈춤', '온서울')까지 코로나19 관련 확산 되는 모든 정보를 아우르는 통합플랫폼 구성 ⇒ 원스탑으로 정보 습득 및 시민참여

#### 코로나19 (COVID-19)

##### 안전·방역

##### 생활정보

##### 시민참여

I-SEOUL-U  
내 이 시



▲ 메뉴접기

##### 발생동향

##### 주요뉴스

##### 잠시멈춤 캠페인

클린존(방역안심시설)

생활경제 지원

온서울 캠페인

선별진료소

온라인 문화생활

시민제안

해외입국자 안내

팩트체크

심리지원

일일브리핑

심리지원

홍보물&공격 공급마스크

심리지원

보도자료

심리지원

일일 소식지&대응일지

심리지원

신고(응답소)



## 3

## 경제위기 대응 - 이해관계자 등 소통 (긴급민생경제회복)

코로나19 장기화로 인해 생계위기에 직면한 근로자, 자영업자의 피해를 최소화하기 위해 「서울시 재난 긴급생활비」, 「소상공인 금융지원 확대」를 연계하여 대시민 홍보

### □ 추진개요

- 목 적 : 「서울시 재난 긴급생활비」, 「소상공인 금융지원 확대」 전방위 홍보
- 방 향 : 신청방법 등 시민에게 필요한 실질적 정보 제공 콘텐츠 제작·배포·확산

### □ 추진실적

주요시설 외벽, 대중교통시설 등 주목도 높은 매체 활용 집중홍보 3.18(수)~

- [시민접점매체] 지하철 역·시내버스 등 시민접점 시설 홍보물 집중 부착
  - 가로판매대 및 구두수선대 1,488개소, 시금고 673개소 홍보물 부착(4.3.~)
  - 시민 주목도가 높은 서울도서관 외벽을 활용하여 대형 통천 게시(3.27.~)
  - 450개 자치구 주민센터에 재난 긴급생활비 현수막·포스터 등 배포(3.28.~)



- [영상·음성매체] 市 보유 옥외전광판, 시민게시판 등 전방위 콘텐츠 노출

- 주요 일간지·주간지(61개) 전면광고, 자치구 소식지 및 주요 월간지 5월 기획기사 게재
- 행정전화·법인폰 및 120 다산콜 통화연결음 노출, 시내버스 음성안내(3.30.~)
- 市 보유 옥외전광판, 시민게시판 등 활용, 홍보영상 콘텐츠 노출(3.25.~)



## 민생경제지원 방안 시민 인지도 제고를 위한 광고 및 방송 추진

- **[TV]** TV CF광고 제작(3.30.), 지상파·종편·케이블 TV 광고송출 및 방송 편성
  - 지상파3, 종편4, 케이블4, 종교채널5, IPTV3 등 총 19개 매체 프라임 시간대 송출
  - TBS 「민생연구소」, MBC 「어쩌다하루」 등 정보제공 프로그램 기획방송 편성
- **[라디오]** TBS, YTN 등 라디오 프로그램 인터뷰, 라디오 음성광고 송출
  - TBS 「김어준의 뉴스공장」, YTN라디오 「최형진의 오!뉴스」 등 인터뷰 추진
  - SBS, MBC 등 라디오 및 팟캐스트 음성광고 캠페인 송출(1일 35회, 3.28(토)~)



## 민생경제 지원책 대시민 정보 제공 3.25(수)~

### ○ 원스톱 '코로나19 온라인플랫폼' 상 정보제공

- 안전방역(발생동향, 클린존 등), 생활정보(민생경제 지원, 온라인문화생활 등), 시민참여(잠시멈춤 캠페인, 온서울 캠페인 등) 코로나19 관련 정보 모음



### ○ 민생경제 지원책(재난 긴급생활비, 소상공인 금융지원 확대 등) 대시민 정보 안내

- 시 대표 홈페이지, SNS, 블로그, 팟캐스트 등 보유매체 활용, 수혜정보 신속 안내
- '재난 긴급생활비' 시민이해를 돋기 위한 FAQ 유튜브 영상 제작·배포(3.30)



## 4

# 생활방역 체계 전환 – 일상복귀 소통 (방역 복지 뮤음 홍보)

일상복귀를 앞두고 ‘강력한 사회적 거리두기’ 지속 촉구를 위한 시민 ① ‘참여 설득’과 ② ‘지원·혜택(희망)’ 강조한 홍보와 생활방역으로의 일상화를 준비

## 추진방향

- 시민의 자발적 참여를 설득·유도, 시민 감동 행정 전개

## 추진실적

전시민 및 타겟 세대 집결지 및 주목도 높은 매체 활용 집중홍보

4.13(월)~

- [이미지 콘텐츠] 나의 사회적 거리두기가 많은 생명을 지킵니다!

- 대학가 주변 등 2030세대들이 많이 모이는 장소 인근 지하철 역사(3,969매), 와이드칼라(16개소), 승강장 벽면(101개소), 5종 게시판(200개소, 1,000면) 등 부착



지하철 역사 5종 게시판



와이드칼라

- [온라인 콘텐츠] 젊은 층이 많이 이용하는 매체 활용, 흥미로운 콘텐츠 및 이벤트 진행

- 해치 및 벚꽃 드론 영상('내년에 만나' 메시지 전달) 등 SNS 자체 콘텐츠 확산
- 사회적 거리두기 달인 '웅녀웅남을 찾습니다' SNS 댓글 이벤트(4.13~4.19)

시민생활지원, 응원캠페인 등 감동행정 뮤음 홍보 준비

4.6(월)~

- [감동행정1] 서울홍보대사 응원메시지 송출 (선택 중)



- [감동행정2] 미담사례발굴, 공감확산 및 사회적 연대 강화

- 서울의료원 편지와 에피소드, 감사편지 등 미담 담은 유튜브영상 제작 등 (협의완료)

- [감동행정3] 한눈에 보는 코로나19 생활경제 지원 정책

- 전 실국본부가 지원하는 시민생활지원사업을 수합

- <http://mediahub.seoul.go.kr/corona19/index.php?scstop=support>



# IV. 2019 행정사무감사 처리결과 보고서

(문화체육관광위원회)

시민소통기획관

## □ 총괄

- 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 25 건
- 조치내역

구분	계	완료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	25	22	2	1
	시정·처리요구사항	15	14	-	1
	건의사항	5	4	1	-
	기타(자료제출 등)	5	5	-	-

# 시정 · 처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획																				
<p>○ 시민소통은 민간플랫폼을 활용하면서 자체적으로 개발한 라이브서울 등 18개의 플랫폼을 운영함. 다만 민간플랫폼 대비 자체제작한 플랫폼의 이용률이 많이 저조하므로 대책을 마련해야 할 것임 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민소통 플랫폼 운영현황(18개)</li> </ul> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구 분</th> <th>매 체</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">민간플랫폼 (10개)</td> <td>영 상</td> <td>유튜브</td> </tr> <tr> <td>팟캐스트</td> <td>팟캐스트 '걱정말아요 서울'</td> </tr> <tr> <td>S N S</td> <td>페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡</td> </tr> <tr> <td>네 이 버</td> <td>블로그</td> </tr> <tr> <td>카 카 오</td> <td>카카오톡 채널, 1boon, 브런치</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">자체플랫폼 (8)</td> <td>영 상</td> <td>라이브서울</td> </tr> <tr> <td>홈페이지</td> <td>대표 홈페이지, 소셜시장실, 내손안에 서울, 서울사랑, 한눈에 보는 서울시 정책</td> </tr> <tr> <td>시 스템</td> <td>통합홍보배너시스템, 정책고객관리시스템(PCRM)</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자체 플랫폼의 경우, 각 매체별 고유기능 및 필요성에 따라 운영중이며 시민정보 접근성 제고를 위해 기능개선 등 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- [내 손안에 서울] 시민소통 대표 포털창구로 통합('19.10) <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-right: 20px;">                     라이브서울(시정현장 방송 및 녹화기록)                      서울사랑, 내친구서울(시정소식지)                      한눈에 보는 서울시 정책(맞춤형 정책 소개)                      내 손안에 서울(온라인 뉴스룸) </div> <div style="text-align: center; margin-right: 20px;"> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; background-color: #f0f0f0;">                     내 손안에 서울                      (시민소통 포털) </div> </div> </li> <li>- [시 대표 홈페이지] 웹페이지 및 모바일 화면 개편('19.12)</li> <li>- [소셜시장실] 디자인 개선 및 콘텐츠 재구조화('19.11)</li> <li>- [통합홍보배너시스템] 区, 특출기관 등 홈페이지 배너 연동('18.7)</li> </ul> </li> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 온라인 소통플랫폼 운영 및 관리 철저</li> </ul> </ul>	구 분	매 체	민간플랫폼 (10개)	영 상	유튜브	팟캐스트	팟캐스트 '걱정말아요 서울'	S N S	페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡	네 이 버	블로그	카 카 오	카카오톡 채널, 1boon, 브런치	자체플랫폼 (8)	영 상	라이브서울	홈페이지	대표 홈페이지, 소셜시장실, 내손안에 서울, 서울사랑, 한눈에 보는 서울시 정책	시 스템	통합홍보배너시스템, 정책고객관리시스템(PCRM)
구 분	매 체																				
민간플랫폼 (10개)	영 상	유튜브																			
	팟캐스트	팟캐스트 '걱정말아요 서울'																			
	S N S	페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡																			
	네 이 버	블로그																			
	카 카 오	카카오톡 채널, 1boon, 브런치																			
자체플랫폼 (8)	영 상	라이브서울																			
	홈페이지	대표 홈페이지, 소셜시장실, 내손안에 서울, 서울사랑, 한눈에 보는 서울시 정책																			
	시 스템	통합홍보배너시스템, 정책고객관리시스템(PCRM)																			

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울시는 예산을 들여 'I · SEOUL · U'를 개발했으나 활용이 저조하며 여러 종류의 브랜드가 많으므로 선택과 집중적으로 브랜드를 홍보할 필요성이 있음 (도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2019년 4년차를 맞이한 'I · SEOUL · U'는 매년 시 축제, 행사, 스포츠 행사 등 다양한 활용으로 표출 및 홍보하고 있음</li> <li>○ 서울브랜드 인지도 및 호감도 매년 상승 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '18년 인지도 84%, 호감도 70.7% → '19년 86.6%, 73.3% 상승</li> </ul> </li> <li>○ 정책브랜드 체계적 관리 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 부서별 개별적 · 산발적 정책브랜드 개발로 시민에게 혼란 가중 → 체계적 관리 필요</li> <li>- 서울브랜드위원회의 자문 및 조정 등 사전협의 후 추진</li> </ul> </li> </ul> <p>※ 서울시 정책브랜드 체계적 관리 추진계획 ('18.2월)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민이 만든 브랜드 'I · SEOUL · U'를 국내는 물론 전 세계에 알리고 브랜드 가치를 높이기 위해 해외 홍보도 지속적으로 추진하겠습니다</li> </ul>
<p>○ 서울시정을 홍보하기 위한 매체 중 언론사 선정에 특혜의혹 없이 균형있게 선정해야 할 것임 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 신문 등 지면을 통한 광고집행은 시정정보의 효과적인 전달을 위해 발행부수, 열독률 등 매체영향력을 고려, 홍보효과가 높은 신문 · 잡지 등에 기재</li> <li>○ '19년 인쇄매체별 집행(26개사업, 429회, 20억원 집행) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일간지 : 162회, 1,441백만원</li> <li>- 일간지 외 매체 : 267회, 559백만원</li> </ul> </li> </ul> <p>※ 지역지 : 133회, 158백만원(지역지당 연 2회 집행)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시정정보 제공을 위한 광고집행시 언론사를 균형있게 선정하여 집행하겠습니다</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울시의 난립하는 공공앱에 대한 점검과 함께 면밀한 계획을 바탕으로 구축되도록 해야할 것임 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ ’19년 서울시 공공앱 운영실태 점검 계획 수립(’19.10.31) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 근 거 : 모바일 전자정부 서비스 관리 지침(행정안전부 예규)</li> <li>- 점검대상 : 28개(본청, 사업소, 투자출연기관 포함)</li> </ul> </li> <li>◦ ’19년 서울시 공공앱 운영실태 점검(’19.11.1~11.30) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 점검내용 : 활성기기수, 다운로드수, 최신성 등 9개 항목</li> <li>- 점검결과 : 폐기 3개, 개선 4개, 유지 21개</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 서울시 공공앱 관리 개선 계획 수립 : ’20. 6월</li> <li>◦ 2020년 서울시 공공앱 운영실태 점검 : ’20년 하반기</li> </ul>
<p>○ 집행률이 저조한 소통매체를 활용한 시정 정보제공 예산을 조기 집행하기 바람 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 제출기준 (’19.10.31.), 「소통관리 및 시정정보제공」 사업의 예산집행율이 집행시기 미도래 등의 사유로 다소 저조하였으나,</li> <li>◦ ’19년말 해당사업 최종 예산 집행율은 97.6%로 높은 집행율을 달성하였음 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지출잔액은 낙찰차액과 조직개편에 따른 기간제근로자 보수 감소 및 특 정업무 경비, 집행잔액 등임</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 향후 공모전 및 행사 등 집행시기가 특정되어 있는 사업을 제외하고는 적극적인 조기집행을 통해 상반기부터 집행율을 최대한 높여나가도록 하겠음</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 도시브랜드담당관의 사업은 모두 집행률이 저조하며 사유가 집행 시기 미도래로 집행률 개선이 될 수 있도록 주의하기 바랍니다  <b>(도시브랜드담당관)</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 행감 수감 당시('19.11.4), 도시브랜드담당관 예산집행율이 집행시기 미도래 등의 사유로 다소 저조하였으나,</li> <li>○ '19년말 도시브랜드담당관 최종 예산 집행율은 96.7%로 높은 집행율을 달성하였음</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '20년부터는 연말 포럼 행사 등 집행시기가 특정되어 있는 사업을 제외하고는 적극적인 조기 발주 및 대금지급 등을 통해 상반기부터 집행율을 최대한 높여나가도록 하겠음</li> </ul>
<p>○ 시민봉사담당관의 민원응대 서비스 품질점검 계약을 분리하는 것은 수의계약을 하기 위한 것으로 사료됨  <b>(시민봉사담당관)</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2020년 민원응대서비스 품질점검 용역 계약 시 전화/방문 점검을 통합하여 계약할 예정 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 격년으로 실시하여 별도 계약하던 방문민원 품질 점검을 다시 매년 실시하는 것으로 변경</li> </ul> </li> <li>○ 2020년 민원응대서비스 품질점검 용역 계약 체결 : '20. 3월</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2020년 민원응대서비스 품질점검 실시: '20. 4~10월(예정)</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2019년 방문민원응대 서비스 품질 점검결과 시민봉사담당관이 하위부서로 평가된 바, 하위 부서가 다른 부서를 평가하고 교육하는게 바람직하지 않음 (시민봉사담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상반기 방문점검에서 미흡한 점수를 받은 후 자체 계획을 수립하여 민원서비스 품질 제고를 위해 노력함             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 별도 친절교육 및 모니터링 실시, 민원안내인제도 시행</li> </ul> </li> <li>○ 상반기 최하위권(77.3점)이었던 방문점검 점수가 하반기 평가에서는 85.0점으로 7.7점 상승</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2020년 민원응대서비스 품질점검 실시: '20. 4~10월</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2년 동안 홍보대사 활동을 한 번도 안하신 분은 해촉하고 새로운 분을 위촉하는 방안을 검토하고 2020년에는 활발한 활동을 통해 서로 원활할 수 있는 구체적인 계획을 마련하기 바람 (시민소통담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '19. 11. 제1회 홍보대사의 밤 '별은 빛을 나눈다' 개최 및 전시 (단체 자선나눔 활동)에 홍보대사 참여</li> <li>○ 소수 홍보대사의 활동이 미비한 사유는 스케줄 조정이 불가하거나 행사 일정 변경 또는 주최 측의 행사취소, 홍보대사 전문분야의 한정적 수요 등으로 다양</li> <li>○ 홍보대사 전문분야 수요가 한정적인 경우 등에 대비, 각 홍보대사가 활동할 수 있는 기회(멘토링 프로그램 등) 확장 예정</li> <li>○ 홍보대사 임기(2년) 만료 시, 본인 의사, 활동 실적 등을 감안하여 재위촉 고려</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍보대사와 함께하는 멘토링콘서트 '청춘어람' : '20. 8.</li> <li>○ 단체 자선나눔 활동(제2회 홍보대사의 밤) 개최 : '20. 11.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍보대사와 함께하는 365 패션쇼 : 상반기 협의 중</li> </ul> </li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울사랑, 내친구 서울 관련하여 신문, 잡지 등 전반적으로 종이 인쇄물의 구독이 감소하는 상황 으로 고정되어 있는 발행부수를 조정하기 바람 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <p><b>【서울사랑 : 월 6만부 발행】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매년 2회(상·하반기) 다중이용시설 배부처 비치 현황 및 구독현황 점검을 통해 배부처 및 배부수량 조정중             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 최근 2~3년간 시민들이 이용할 만한 신규 개관 공간과 시 산하기관 내에 통합 관리하는 홍보물 비치대 확대</li> <li>- 콘텐츠 및 한 눈에 볼 수 있는 잡지인쇄물에 대한 선호 등으로 지속적인 신규 구독 수요 발생</li> </ul> </li> <li>* 신규 구독 온라인 신청자 매월 평균 300~500명</li> </ul> <p><b>【내친구 서울 : '19년도 월 32만부 → '20년도 월 31만부】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 초등학교 3~6학년생에게 1부씩 배부, 학령인구수가 감소 추세를 고려하여 부수 조정</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울사랑 및 내친구서울 발행부수 수요 철저 관리</li> </ul>
<p>○ I · SEOUL · U 홍보물품과 관련하여 텁블러를 과도하게 제작하여 오히려 텁블러가 환경을 오염시킬 수 있다는 언론 문제제기 보도가 있었 으므로 대체방안을 마련하기 바람 (도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '19년도에 텁블러(1,170개)를 스테인리스로 제작하여 환경 오염을 방지하고자 하였으며,</li> <li>○ 기타 홍보물도 환경오염 우려가 큰 플라스틱보다는 스테인리스, 나무 등 다른 소재로 제작하여 도시브랜드 홍보에 활용함</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 앞으로도 플라스틱 텁블러가 아닌 스테인리스, 도자기 등 다양하고 오래 사용할 수 있는 재질로 제작하여 환경오염을 방지하는데 일조하겠음</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ I·SEOUL·U 파트너스 지원시 디자인을 전공하는 서울시내 역량 있는 고등학교 및 대학교를 활용하여 학생들은 현장의 경험을 쌓을 수 있도록 하기 바람 (도시브랜드담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 검토 중</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ I·SEOUL·U 파트너스는 I·SEOUL·U 와 공동브랜드딩을 통해 기업의 수익을 창출하고 서울의 이미지 제고 및 국내외 서울브랜드 확산에 기여하는 기업들의 브랜드 공동체임</li> <li>○ 지원대상은 브랜드 협업을 통해 제품 및 콘텐츠를 양산 및 판매가 가능한 기업임('19년도 파트너스 기업 21개 선정)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '20년 I·SEOUL·U 파트너스 모집시 디자인 전공하는 고등학교 및 대학교의 학생이 참여할 수 있는 방안을 검토하겠습니다</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수의계약 중 법률근거에 따라 여성기업과 계약을 하고 있으나 지나치게 많으므로 계약의 투명성을 위하여 시정하기 바람 (시민소통담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍보물 인쇄 등 계약 시 2천만원 이하 소액 수의계약 및 사회적 약자기업 우선구매 촉진을 통한 희망기업의 자생력을 제고하기 위해 2천만원 초과 5천만원 이하의 경우 계약 상대자가 여성기업, 장애인기업 등은 수의계약을 체결하고 있음</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 수의계약 업체 선정 시 다양한 업체 빌굴을 통해 여성 기업에 편중되지 않도록 하고, 계약 전 관련 법령 및 지침을 엄격히 적용하여 일반경쟁계약(전자공개 포함)을 통해 계약의 투명성을 확보하겠습니다</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ I·SEOUL·U 상품은 서울을 대표하는 상품이나 판매가 저조한 바, 소비자로부터 호응을 받을 수 있는 방안을 마련할 것 (도시브랜드담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 용역업체 선정 및 파트너스 모집공고 : '19.5 ~ 7월</li> <li>○ I·SEOUL·U 파트너스(협업기업)선정(21개 기업) : '19.7.26.</li> <li>○ I·SEOUL·U 파트너스 브랜드 자문 및 코칭 : '19.8.13~ 9.26(3회) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통·판로지원에 대한 관계기관(코트라, SBA)설명회 개최 : '19.9.26.</li> </ul> </li> <li>○ DDP 팝업스토어 운영 : '19.10.14~10.19.</li> <li>○ 홍대 아트아치 팝업스토어 운영 : '19.11.20.~12. 1.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '19년도 사업결과 문제점을 보완·검토 후 협업제품에 대한 판로 지원을 확대·강화하겠습니다</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 세입 미수납금액 중 임기제 공무원 환급금을 세입으로 잡는 사유 (시민소통담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「지방자치법」 제136조~제140조, 「지방재정법」 제47조 등에 따라 지방세 이외의 자체수입은 지방세외수입이며, 지방자치단체가 설치·제공하는 공물의 사용이나 서비스 제공 등에 대하여 이용자나 수혜자에게 반대급부 또는 대가적 성격으로 징수하는 수입임. 수수료, 부담금 등이 이에 해당</li> <li>○ 임기제공무원 환급금은 「공무원 연금법」 개정에 따라 시가 국민연금관리공단으로부터 환급받는 것으로 지방세외수입에 해당함</li> </ul>

# 건의사항

건의사항	조치결과
<p>○ 도시브랜드 'I·SEOUL·U'를 서울시정학교 과목으로 개설하여 브랜드에 담긴 서울의 가치를 홍보하기 바람 (도시브랜드담당관, 시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '19년도에 다양한 국내외 마케팅 활동을 통해 I.SEOUL.U를 널리 알리고, 서울의 가치와 위상을 제고하는 활동을 활발히 전개함           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 해외현지 프로모션(몽골, 유라시아, 베트남), 시 대표 영상 제작·확산(조수미), 해외매체(CBS) 등을 통한 도시브랜드 해외홍보</li> <li>- 온라인 마케팅(홈페이지 및 SNS 등), 국내 마케팅(기브앤테이스, 전국체전, 서울뮤직페스티벌 등), 파트너스사업 등</li> </ul> </li> <li>○ 그간 적극적 마케팅 활동을 통해 서울브랜드가 성공적으로 안착           <ul style="list-style-type: none"> <li>- '19년 서울브랜드 인지도 86.6%, 호감도 73.3% 달성</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시정학교 아이서울유 과목 개설 : ~ '20.8월</li> <li>○ 서울시정학교 아이서울유 과목 편성 및 진행 : '20. 9월</li> </ul>
<p>○ 서울시뿐만 아니라 자치구에서도 마을미디어 활동단체를 지원할 수 있도록 근거 마련 등 요청이 필요함 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 추진 중</p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 마을미디어 지원 조례가 기제정된 성북구, 노원구 방문 및 지원사례 등 청취('20.1월)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자치구 및 활동단체 의견 수렴과 지원운영체계 등 마련 후 자치구 참여 요청</li> </ul>

건의사항	조치결과
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ '언론매체 활용 시정정보 제공' 사업에서 전통적인 광고매체 보다 영향력이 커지고 있는 뉴미디어 등 세대별 차별화를 통한 새로운 광고매체에 집중하는 것을 검토 바람 (시민소통담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '언론매체 활용 시정정보 제공'은 지상파 채널 매체 접촉률 및 신뢰도가 높은 중·장년층과 정보 취약계층 등을 위한 생활 밀착형 정보제공 사업으로, 기존언론 매체뿐 아니라 매체환경 변화에 따른 신규매체(팟캐스트, IPTV, 영화관 등), 사업별 특성에 맞는 전문지(음식과사람, SRT 등), 지역지 등을 활용 하여 대상별 맞춤형 홍보를 추진할 계획임</li> <li>○ 아울러, 뉴미디어담당관의 '인터넷언론사 활용 시정홍보' 사업과 '뉴미디어 전략 마케팅' 등을 통한 홍보로 시민소통 접점의 다양화를 추진 중임</li> <li>○ 언론매체 활용 시정정보제공 계획 수립 완료 ('20.2월)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 언론매체 활용 시정정보제공 추진 중 : '20. 2. ~</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 민간포털 활용에 대한 채널의 다각화가 필요함 (뉴미디어담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 민간포털 활용 채널 다각화를 위해 구글 및 포털사의 신규 서비스를 다양하게 활용하고 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>- '구글' 동영상 서비스 활용 주요 시정 홍보('19.11월~12월) <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 따릉이, 녹색교통지역 배출가스 5등급차량 운행제한 안내 등</li> </ul> </li> <li>- '카카오 갤러리' 활용 서울 명소·축제 홍보를 위한 '서울시-카카오' 제휴 체결 ('20.2월)</li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울 명소·축제 홍보를 위한 '카카오 갤러리' 제휴 체결 : '20년 상반기</li> <li>○ 구글 동영상 및 광고 활용 시정 정보 안내 : '20년 연중</li> <li>○ '카카오톡 채널(구 플러스친구)' 활용 다양한 홍보 활동 추진 : '20년 연중</li> </ul>

건의사항	조치결과
<p>○ 서울시 해외 홍보마케팅 효율성을 높일 것 (도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매년 시의성을 고려해 해외마케팅 사업의 컨셉을 정해서 추진하고 있으며 '20년은 <u>스마트도시</u>, <u>국제평화도시</u>, <u>안전도시</u>를 주제로 서울의 매력과 가치 및 시정을 세계도시에 알릴 수 있도록 노력 하겠음</li> </ul> <p>※ 예) 스마트도시 : CES 참가('20.1월/미국), WeGO 총회(9월/필리핀)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 추진사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 해외홍보 마케팅 계획 수립('19.12월)</li> <li>- 용역발주 계획 수립 및 사업발주 등('20.1~4월)</li> </ul> </li> </ul> <p>※ 사업 성격과 효율성을 고려하여 해외마케팅을 전략적 해외현지 마케팅, 인플루언서, 해외매체 등 분야별로 발주방안을 검토하여 추진(용역발주, 정부광고법에 의거한 한국언론재단 의뢰 등)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전문용역사 선정 및 광고의뢰 등 : ~'20년 5월</li> <li>○ 사업추진 : '20년 5 ~ 12월</li> <li>○ 종합결과보고 및 정산 : '20년 12월</li> </ul>

## 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조치 결과
○ 2019년 예산 민간포털 협력 마케팅 예산 증가내역	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> - 자료 제출 완료 (2019.11.5.)
○ 해외 홍보마케팅 비용내역	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> - 자료 제출 완료 (2019.11.5.)
○ 현재 협력하고 있는 서울 브랜드 파트너스 현황	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> - 자료 제출 완료 (2019.11.5.)
○ 도시브랜드 마케팅 집행 내역	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> - 자료 제출 완료 (2019.11.5.)
○ 아이서울유 파트너스 제품 및 협력사항	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b> <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> - 자료 제출 완료 (2019.11.5.)