

SE♥UL M! SOUL

주요업무보고

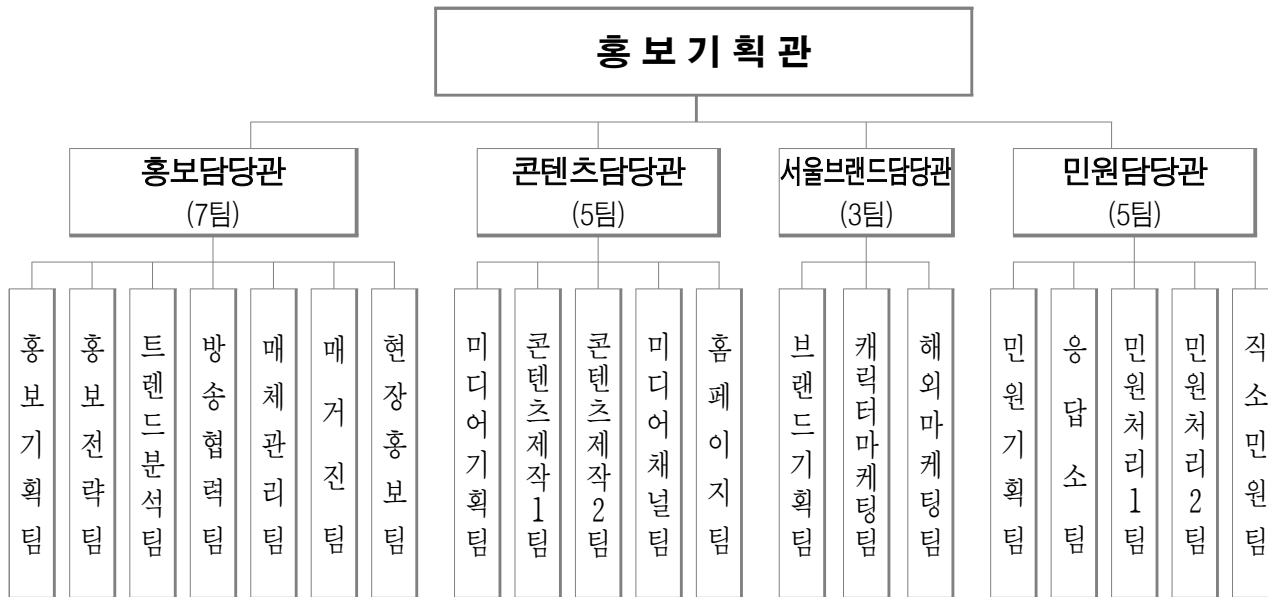
2025. 11.

홍보기획관

조직 및 일반현황 (2025. 10. 13. 기준)

조직

1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

인력

140명/136명 (정원/현원)

구분	총계		행정직군		기술직군		관리운영직군		전문경력관		임기제	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	140	136	95	95	4	4	5	4	1	1	35	32
홍보담당관	46	45	30	30	2	2	1	2	0	0	13	11
콘텐츠담당관	40	39	21	21	0	0	0	0	1	1	18	17
서울브랜드담당관	19	20	16	17	0	0	0	0	0	0	3	3
민원담당관	35	32	28	27	2	2	4	2	0	0	1	1

※ 별도정원 : 시간선택제 임기제 18명 (홍보 2, 콘텐츠 6, 브랜드 1, 민원 9)

주요기능

홍보담당관

홍 보 기 획 팀

· 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

홍 보 전 략 팀

· 주요 시책 홍보 전략 기획, 홍보물 기획

트 렌 드 분 석 팀

· 정책 여론조사 및 소셜 빅데이터 분석

방 송 협 력 팀

· 방송 협력 시정 정보 제공, 미디어재단 지도·감독

매 체 관 리 팀

· 홍보 매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

매 거 진 팀

· 서울사랑 발간, 홍보대사 운영, 공공 언어 개선

현 장 홍 보 팀

· 시민청 및 명예시장 운영, 서울시보 발행

콘텐츠담당관

미 디 어 기 획 팀

· 신규사업 기획·포털(카톡)협업, 인터넷 언론광고 등

콘 텐 츠제 작 1 팀

· 유튜브 운영, 시청 방송 등 제작

콘 텐 츠제 작 2 팀

· SNS, 블로그, 블로그메이트 등 운영

미 디 어 채 널 팀

· 내손안에서올 뉴스레터 메일링 등 구독서비스 강화

홈 페 이 지 팀

· 서울시 누리집 운영 및 공공앱, 시민제안플랫폼 관리

서울브랜드담당관

브 랜 드 기 획 팀

· 서울 도시 브랜드 개발 및 확산 등

캐 릭 터 마 케 팅 팀

· 캐릭터 마케팅 기획 및 실행, 민관협력 추진 등

해 외 마 케 팅 팀

· 시 대표 외국어 홈페이지, SNS 운영, 해외 현지 프로모션

민원담당관

민 원 기 획 팀

· 민원행정서비스 품질관리 및 개선, 120다산콜재단 지도·감독

응 답 소 팀

· 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

민 원 처 리 1 팀

· 서식민원 등 접수, 제증명 발급

민 원 처 리 2 팀

· 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

직 소 민 원 팀

· ‘시장에게 바란다’ 운영, 방문 및 전화 등 직소민원 응대·처리

예 산 756*억 원 중 495억 원 집행 (집행률 65.5%)

* 예산현액 : 본예산 및 추경 예산(74,847백만원)+이월액(728백만원)

(2025. 10. 13. 기준, 단위 : 천원)

부서/사업명		예산현액 (A)	원인행위액 (B)	집행액 (C)	집행률 (C/A)
홍보기획관 합계		75,574,432	57,524,903	49,504,559	65.5%
	사업예산	74,861,481	56,953,735	48,950,406	65.4%
	기본경비(행정운영경비)	712,951	571,168	554,153	77.7%
홍보담당관		22,902,479	16,297,064	11,803,702	51.5%
시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현		22,416,171	16,297,064	11,438,789	51.0%
	언론매체를 통한 시정정보제공	6,118,892	3,921,799	3,921,799	64.1%
	소통관리 및 시정정보 제공	5,168,389	3,482,162	3,015,122	58.3%
	시민청 운영	78,000	53,730	27,117	34.8%
	시민청 공간 개편	8,472,893	6,245,008	2,841,027	33.5%
	현장소통 프로그램 운영	58,268	55,901	55,901	95.9%
	시정여론조사 운영	817,592	560,731	392,638	48.0%
	시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영	685,000	600,413	423,914	61.9%
	어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영	638,000	638,000	410,000	64.3%
	서울특별시보 발행	79,217	74,507	51,371	64.8%
	서울시청자미디어센터 운영 지원	299,920	299,900	299,900	100%
기본경비(행정운영경비)		486,308	364,913	364,913	75.0%
콘텐츠담당관		11,111,378	8,514,138	6,745,615	60.7%
뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화		10,534,538	7,987,922	6,409,049	60.8%
	소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화	570,040	425,670	376,270	66.0%
	시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산	66,700	49,730	49,730	74.6%
	서울시청 방송운영	108,500	73,163	56,863	52.4%
	시정 영상물 제작·관리	256,000	193,040	193,040	75.4%
	뉴미디어 웹사이트 운영	1,914,278	1,688,371	1,171,025	61.2%

(2025. 10. 13. 기준, 단위 : 천원)

부서/사업명		예산현액 (A)	원인행위액 (B)	집행액 (C)	집행률 (C/A)
	서울시 누리집 운영	1,858,005	1,797,481	1,182,481	63.6%
	누리집 관리체계 운영	521,938	499,801	268,175	51.4%
	민간포털 협력 마케팅	1,361,396	1,036,917	1,036,917	76.2%
	인터넷언론사 활용 시정안내	964,559	473,574	473,574	49.1%
	뉴미디어 전략 마케팅	1,823,122	1,123,297	998,347	54.8%
	콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진	1,090,000	626,878	602,628	55.3%
시민참여 활성화		502,734	452,110	262,460	52.2%
	시민참여 활성화 추진	208,560	175,210	124,010	59.5%
	시민참여 플랫폼 운영·관리	294,174	276,900	138,450	47.1%
기본경비(행정운영경비)		74,106	74,106	74,106	100%
서울브랜드담당관		8,150,019	6,833,231	5,574,896	68.4%
시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고		8,100,885	6,795,650	5,537,315	68.4%
	해외 홍보 도시 마케팅	1,100,000	990,000	693,000	63.0%
	글로벌 매체 활용 도시 마케팅	1,297,000	905,652	832,902	64.2%
	온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	2,104,750	1,890,079	1,495,079	71.0%
	서울 상징물 활용 도시 홍보	3,599,135	3,009,919	2,516,334	69.9%
기본경비(행정운영경비)		49,134	37,581	37,581	76.5%
민원담당관		33,410,556	25,880,470	25,380,346	76.0%
시민중심의 민원행정서비스 제공		33,307,153	25,785,902	25,302,793	76.0%
	일반여권발급업무대행	975,848	975,848	975,848	100%
	민원서비스 품질관리 및 시상	204,788	155,774	89,269	43.6%
	통합민원 처리 및 열린민원실 운영	21,058	20,858	15,769	74.9%
	120다산콜재단 출연금	30,750,395	23,346,516	23,346,516	75.9%
	민원제안통합관리시스템 운영	1,355,064	1,286,906	875,391	64.6%
기본경비(행정운영경비)		103,403	94,568	77,553	75.0%

II . 2025 비전 및 목표

비 전

시민과 함께 만들고 누리는 「동행·매력 특별시 서울」

목 표

전략적 홍보 강화로
시민이 체감하는 시정 구현

전 략 및 과 제

다양한 매체 활용을 통한
홍보 효과성 제고

- 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산
- 시민과 함께하는 시정 구현
- 서울사랑 및 내친구서울 제작
- 시민청 공간 개편, 서울갤러리 조성

콘텐츠 다각화를 통한
미디어 트렌드 적기 대응

- 콘텐츠 강화 및 소셜매체 전략적 활용
- 市 대표 웹서비스 채널 강화
- 시민참여, 민간협력 통한 시정정보 제공

서울 상징물을 활용한
도시경쟁력 제고

- 서울브랜드 홍보 및 확산
- 서울 대표 캐릭터 활용 도시 브랜드 가치 확산
- 도시경쟁력 제고를 위한 해외마케팅
- 외국어 매체 활용 시정 홍보

시민 중심의
민원행정서비스 제공

- 민원응대 품질관리
- 응답소시스템 기능개선 및 운영
- 열린민원실 운영

III. 주요업무 추진현황

1. 다양한 매체 활용을 통한 홍보 효과성 제고
2. 콘텐츠 다각화를 통한 미디어 트렌드 적기 대응
3. 서울 상징물을 활용한 도시경쟁력 제고
4. 시민 중심의 민원행정서비스 제공

1. 다양한 매체 활용을 통한 홍보 효과성 제고

① 市 홍보매체 및 언론 활용 시정정보 확산

② 시민과 함께하는 시정 구현

③ 서울사랑 및 내친구서울 제작

④ 시민청 공간 개편, 서울갤러리 조성

시 홍보매체 및 언론매체 활용으로 시정정보와 시민 편의정보를 시의성 있게 확산함으로써 대시민 이해도 제고 및 참여 유도

□ 사업개요

- 매체종류 : 시 홍보매체 및 언론매체 활용 주요 시정 정보 제공
 - 홍보매체 : 시 보유매체 및 민간·유관 기관 협력매체(인쇄·영상)
 - 언론매체 : 인쇄매체(신문·잡지 등) 및 방송매체(TV·라디오 등)
- 사업내용 : 매체별 특성에 따른 주요 시정 정보 및 시민밀착형 정보 제공

□ '25년 추진실적

매체별 주요 홍보 시 보유매체를 활용한 민선8기 주요 시정에 대한 체계적 홍보

주요 홍보사업 [1월] 규제철폐 신고제 [2월] 마스크자율착용, AI SEOUL, 미리내집 [3월] 스프링페스타, 외로움없는 서울, 힘보템 프로젝트, [4월] 서울런, 쉬엄쉬엄 한강축제, 아외도서관, 국제정원박람회 [5월] 서울색(그린오로라) [6월] 호국보훈의달, 서울플레이북365 [7월] 공공배달앱 땡겨요, 광복80주년 [8월] 도시건축비엔날레 [9월] SLW, 한강버스 등

- **[홍보매체]** 시 보유매체 및 협력매체를 활용하여 시기별 주요 정책 집중 확산
 - [인쇄매체(43천여면)] 지하철역사, 전동차내부, 시내버스, 구두수선대·가로판매대 등
 - [영상매체(14천여면)] 시민게시판, 지하철역사 미디어보드, 민간옥외전광판 등



[1월] 규제철폐 [2월] 미리내집 [3월] 스프링페스타 [4월] 서울런 [5월] 서울색 [7월] 공공배달앱 [8월] 도시건축비엔날레 [9월] SLW

- **[언론매체]** 신문·방송 등 언론매체를 활용하여 매체 특성에 맞는 맞춤 정보 제공
 - [인쇄매체] 일간지 및 주·월간지 등을 통한 대상자별 맞춤 정보 제공(15개 사업, 434회)
 - [방송협력] TV·라디오 협찬방송(26회) 및 광고(지상파케이블 등 7,092회) 통한 시정정보 제공



쉬엄쉬엄 한강축제<슈퍼맨이돌아왔다> 국제정원박람회 <동네한바퀴> 힘보템프로젝트<생방송오늘아침> 노들국제예술훻<이웃있는건축> 미리내집<구해줘홈즈>

작 성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

홍보기획팀장 : 김현정 ☎6407

매체홍보팀장 : 이주영 ☎6425

방송홍보팀장 : 김민중 ☎6433

담당자 : 문희정 ☎6413

담당자 : 박철민 ☎6410

담당자 : 차현주 ☎6436

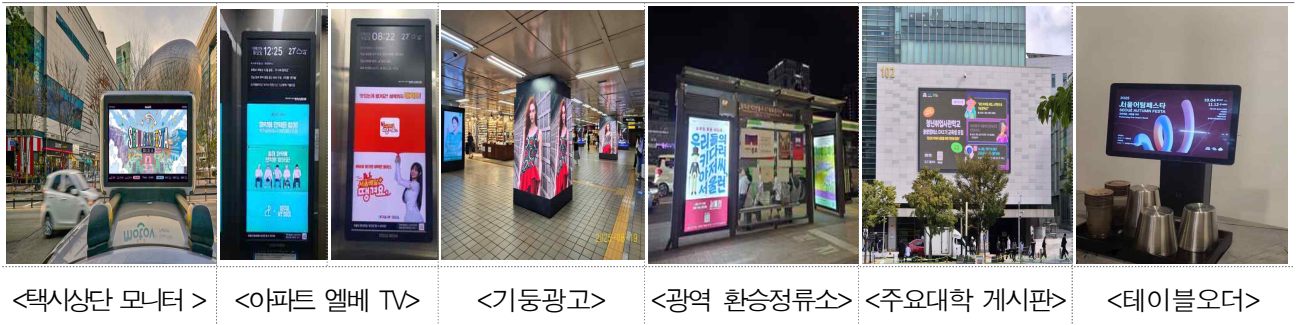
매체 발굴 · 확대 자체매체 홍보 효과성 강화 및 협력매체 추가 확보

- 2기 옥외광고물 자유표시구역 조성 등에 따른 **민간특수옥외전광판 공공면 확보**
 - 광화문스퀘어 3개소(코리아나호텔, KT빌딩, 동아미디어센터), 올림픽대로 전광판 1개소



※ 중구(명동)·종로구(광화문) 자유표시구역 총 15개소 순차적 설치 예정(~'26년)

- 시정정보 신속 확산을 위한 **공익광고면 추가 확보 및 신규 매체 지속 발굴**
 - 택시상단 2,000대, 아파트 엘베TV 11천여대, 기동광고 200면, 광역버스 환승정류장 43면, 주요대학 디지털게시판 4개대학 44개소, 테이블 오더 11천여대



매체 개방 · 공유 시민, 기업, 공공기관 등을 대상으로 市 보유매체 개방·공유

- 주목도 높은 도서관·공공청사 외벽 **시정 주요 성과 및 홍보의 장**으로 활용
 - 서울도서관 외벽 6회, 한강안내센터 등 공공청사 17개소, 한강버스선착장 5개소



○ 대시민 감성 소통 채널 ‘서울 꿈새김판’ 운영(총 9건)



<정기 여름편>



<서울야외도서관>



<광복80주년 기념>



<추석>

○ 홍보 매체 시민 개방 통한 영세 소상공인·비영리단체 등 홍보 지원

- 상반기 17개(영상 7개, 인쇄 10개) 선정, 하반기 지원단체 10개 내외 선정 예정(10월말)

○ 서울-지방 간의 상생 발전을 위한 ‘지역상생홍보관’ 운영

- 지방 명소·축제·정보 등 홍보 영상·포스터 송출(총 138개 지자체 1,113개 송출)

□ '25년 향후계획

○ 매체별·타깃별 특성 고려하여 하반기 시정 핵심 사업 전략적 홍보 지속 추진

[4분기 주요 홍보 사업(안)]

시정전반 규제 혁신 365, AI SEOUL, 각종 대표축제, 한강버스, 미리내집, 서울브랜드 등

4 분 기 어텀페스타, 한강 빛섬축제, 서울바비큐페스티벌, 청년취업사관학교, 윈터페스타 등

- **[인쇄매체]** 매체별 특성을 활용한 시정 주요사업 일관·지속적 홍보 추진
- **[영상매체]** 적시성·주목성이 필요한 市 대표축제(행사), 브랜드 영상 송출
- **[언론매체]** 영향력 높은 일간지, 생활밀착형 지역지 등 구독층 맞춤형 광고 추진
- **[방송협력]** TV 다큐, 예능, 정보프로그램 등을 통한 세대·대상별 시정정보 제공

○ 주요 시정 및 시민 생활 정보 적시 제공을 위한 가용매체 확대 노력

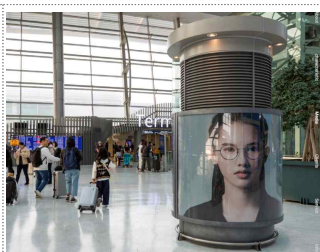
- 시민 접점매체를 활용하여 시정정보를 신속 확산하기 위해 신규매체 지속 발굴



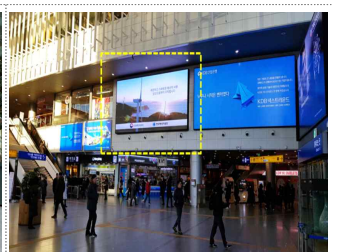
<주요역사 안전게이트>



<주요고속도로 전광판>



<주요공항 내부 광고>



<KTX·SRT역 내부 광고>

시민을 통한 시정 홍보 확산, 현장 의견 수렴 등 시민과 함께하는 다양한 시정 활동을 통해 市 정책에 대한 만족도 제고

□ 사업개요

- 목 적 : 현장중심의 다양한 시민의견을 수렴, 정책반영 및 서비스 개선
- 내 용 : '홍보대사', '명예시장', '서울시청자미디어센터' 운영 등

□ '25년 추진실적

- 유명인·각 분야 전문가 등을 **홍보대사**로 활용한 시정 홍보 활동 추진
 - '25년 신규 홍보대사 위촉(8개팀), 각 분야를 선도하는 재능 살린 활동 전개
- 제7기 분야별 명예시장 경험·전문성 활용 **소통·홍보활동** 활성화
 - 정책 제언 기능 강화 및 포럼, 행사, 시상식 등에서 패널, 축하 등 적극적 역할 수행
 - ※ 활동현황(1~10월): 총184건(정책제언 37, 회의·토론 57, 행사참여 36, 현장점검·심사 10, 강연방송 25, 대시민소통 19)
- 서울 전 지역 미디어 활용역량 강화를 위한 **서울시청자미디어센터** 운영 지원
 - 미디어 취약계층 등 포함 미디어 교육·체험, 다수·다중 전문장비 대여 등(113,443명, 9.30.기준)

□ '25년 향후계획

- 시민호감도 높은 **홍보대사를 통해 서울의 다양한 주요 역점사업 홍보** 추진
 - 국제정원박람회, 서울패션위크, 서울페스타 등 주요 시정사업과 매칭하여 적극 홍보
- **시-명예시장 소통강화**를 위한 **정례회의 개최 및 다양한 시정 활동** 추진
 - 소통강화 및 시정 이해도 제고를 위한 정례회의 개최 및 정책 제언, 행사, 강연 등 시정 참여 지속
- **광역단위 미디어 교육·체험 및 지역미디어센터와 네트워크 형성**을 통한 **허브역할 강화**



<명예시장 오은영>
세계 최대 독서릴레이



<명예시장 장동선>
서울 펜테크 워크 2025



<홍보대사 송지은>
임산부의 날 토크콘서트



<홍보대사 엔하이픈>
서울브랜드 글로벌홍보

작 성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

매거진팀장 : 권석진 ☎6438

현장홍보팀장 : 유지은 ☎6415

방송협력팀장 : 김민중 ☎6433

담당자 : 이지나 ☎6417

담당자 : 김미진 ☎6457

담당자 : 양송희 ☎6442

3

서울사랑 및 내친구서울 제작 (사업비 1,323백만원)

市 소식지 발간을 통해 시정을 효과적으로 알리고, 시민 생활에 유용한 정보를 제공하여 시민 편의 증진 및 소통 활성화

□ 사업개요

구 분	서울사랑	내친구서울
매체유형	시정 종합월간지('02.10.창간)	어린이신문('01.3.창간)
발행부수	2만부/월	35.5만부/회
발행시기	12회/연	6회/연 ※새싹판 3회/연
배 부 처	서울시 산하기관, 다중이용시설 및 개인구독자 등	서울시 초등학교, 우리동네키움센터 등
주요내용	경제·복지·문화·안전 등 시정 및 생활정보	서울의 역사·문화, 서울소식, 취재기사 등
사 업 비	685백만원	638백만원

□ '25년 추진실적

- [서울사랑] '동행·매력 특별시 서울'의 주요 시민 생활정보 기획
 - 소상공인 힘보탬, 외로움 없는 서울, 한강페스티벌, 한강버스, 국제정원박람회, 광복80주년 등
 - 온라인 콘텐츠(누리집, e-Book, 뉴스레터 등) 제작 및 내·외부 채널을 통한 확산
- [내친구서울] 어린이신문 및 유아용 신문 '새싹판' 제작·배부
 - 내친구서울 : 3~6학년('24)→ 전 학년('25), 새싹판 : 5만 부('24)→ 11만 부('25)로 확대
 - [어린이기자단(875명) 운영] 탐방취재 등 기자활동 실시(3월~, 15회), 어린이기자의 날 행사(9월)
 - [유아 대상 '새싹판' 발간(5월/8월/10월)] 유아 콘텐츠 및 탄생 응원 정책 소개

□ '25년 향후계획

- 서울시 핵심 정책 및 생활정보 제공, 독자 이벤트, 뉴스레터 발행 등
- 어린이 및 학부모 맞춤형 서울시정 소식 제공 및 어린이기자 탐방취재 등

작성 자

홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405

매거진팀장 : 권석진 ☎6438

담당 : 송영미 ☎6440

노후화된 시민청을 개편하여 서울의 미래와 비전을 공유하고 시민과 소통하며 문화 활동을 즐길 수 있는 새로운 시민 공유 공간 조성

□ 사업개요

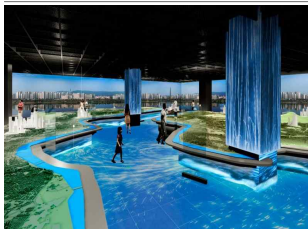
- 시설명칭 : 서울갤러리
- 조성목적 : 서울비전 공유·전시·공연·휴식 등을 위한 복합문화공간 조성
- 조성기간 : '23.7. ~ '25.12. ※ '26년 1월 개관 예정
- 위치/규모 : 시청 지하 1,2층 일부 / 5,514㎡(군기시유적전시관 등 일부 공간 공사 제외)
- 주요공간
 - 미래서울 및 글로벌 도시 체험 공간 : 미래서울도시관(미래서울관, 세계도시관)
 - 문화향유 및 시민지원 공간 : 팝업·전시장, 공연장, 군기시유적전시관, 청년활력소
 - 서울홍보 및 편의 공간 : 서울굿즈, 서울책방, 카페, 안내센터, 휴식공간

□ '25년 추진실적

- 서울갤러리 조성 공사 계약 절차 이행 및 착공 ※ 공정률: 74.7%('25.10.13.기준)
 - 철거공사(1~2월), 도기본 공사 의뢰(3월), 계약심사 등(4~5월), 공사(6월~현재)
 - 주요 공사내용 : 바닥 타일공사, 도장공사, 창호공사 진행 중
- 서울갤러리 운영 및 관리 조례(9월) 및 시행규칙(10월) 개정

□ '25년 향후계획

- 물품·장비 구매 및 **공사 준공**(~12월까지)
 - 내부 필요 물품·장비(사무용가구, 키오스크 등) 구매(~11월), 공사 준공 및 시운전(12월)
- 서울갤러리 **운영계획 수립 및 홍보체계 구축**(~12월까지)
 - 운영계획 수립(10월), 운영업체 선정(11월), 홈페이지 구축(12월), 홍보계획 수립(12월)



<미래서울도시관>



<공연장>



<서울마이소울샵>



<서울책방>

2. 콘텐츠 다각화를 통한 미디어 트렌드 적기 대응

① 콘텐츠 강화 및 소셜 매체 전략적 활용

② 市 대표 웹서비스 채널 강화

③ 시민참여, 민간협력을 통한 시정정보 제공

1

콘텐츠 강화 및 소셜 매체 전략적 활용 (사업비 3,788백만원)

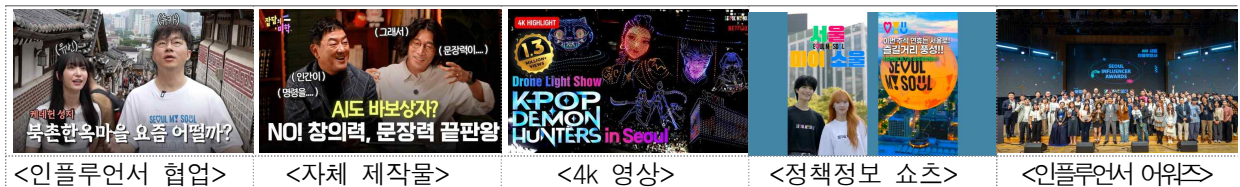
유튜브, SNS 채널 등을 통해 시의성 있는 이슈의 발 빠른 확산과 다양한 콘텐츠 기획·제작으로 시민 등에 다양한 정보 제공과 시정 참여 유도

□ 사업개요

- 목 적 : 유튜브·SNS·블로그 등 소셜 미디어 활용 시정정보 제공
- 내 용 : 채널별 다양한 콘텐츠 기획·제작으로 시민 관심 유입과 만족도 제고

□ '25년 추진실적

- [유 튜 브] 시정 정보의 신속한 확산과 다양한 기획 콘텐츠 제작
 - 인플루언서 협업, 숏폼 자체제작 확대, 트렌디한 홍보영상 제작 총 634건(840만회 조회)
 - 케데헌 속 서울명소, 서울라이트DDP, 더 건강한 서울 9988 등 주요 시정 및 행사 홍보
 - 서울 매력 자발적으로 알린 인플루언서 대상 어워즈 추진, 콘텐츠 협력관계 강화



- [SNS·블로그] 다양한 콘텐츠(릴스, 이벤트 등)로 시정에 대한 시민 관심과 호응 제고
 - (SNS) 영상 조회수 1,988만회, 시민 소통(공감댓글공유 등) 287만 회, 이벤트 참여 2만명 등
 - (블로그) 드론라이트쇼, 세계불꽃축제 등 콘텐츠 생산·배포(총 805건, 445만회 조회)



□ '25년 향후계획

- [유 튜 브] 높은 주목도와 트렌드를 접목한 영상 제작을 통해 홍보 강화
 - 인플루언서 협업 등을 통한 다양한 기획 영상 콘텐츠 제작 지속 확산
 - 시의성 이슈에 신속 대응, 시민 일상과 맞닿은 실생활 콘텐츠 제작
- [SNS·블로그] 시민 참여형 이벤트(매월) 및 감각적 콘텐츠로 시민과 지속 소통
 - 참여 이벤트(수능 응원 등) 진행 및 카드뉴스, 웹툰, 릴스 등 콘텐츠 제작 확대

작 성 자 콘텐츠담당관: 왕희순 ☎2133-6480 콘텐츠제작1팀장: 박소현 ☎6506 담당자: 정해현 ☎6511
콘텐츠제작2팀장: 김주현 ☎6490 담당자: 하정미최동은 ☎6495

주요 시정 정보의 신속한 확산과 시민 편의 서비스 제공을 위한 市 대표 누리집 서비스 개선 추진과 온라인 뉴스(내 손안에 서울) 콘텐츠 제작 강화

□ 사업개요

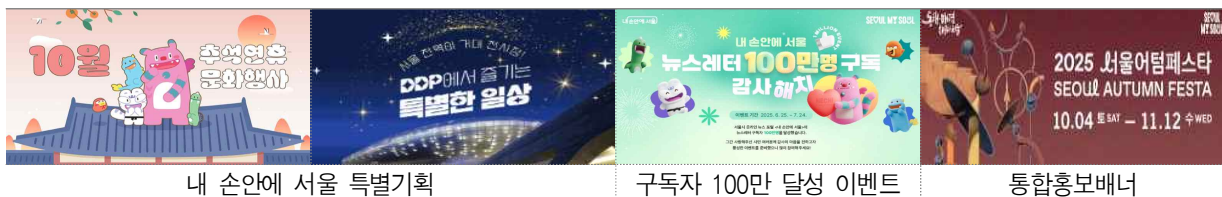
- 목 적 : 시정 안내를 위한 다양한 서비스 및 뉴스 제공 등
- 내 용 : 시 누리집 및 '내 손안에 서울'(뉴스발행·뉴스레터 제공)

□ '25년 추진실적

- [시 누리집] 주요 시정정보를 쉽게 확인 가능토록 **웹페이지 서비스 개선** 추진
 - 주요 서비스 개선(보도자료 게시판-첨부파일 내용 본문 바로 표출, 케데헌 콘텐츠 제작 등)
 - 시민생활과 밀접한 주제(주요 시책, 재난안전 등)에 대해 홍보용 메인 핫이슈 제작 (홍보배너 432건, 새소식 350건, 이벤트 20건)



- [내 손안에 서울] **콘텐츠 제작 강화** 및 **뉴스레터 서비스** 통한 매체 영향력 확대
 - 비주얼콘텐츠 제작(20건), 구독자 106만명 달성(9월말), 가짜뉴스 대응 팩트브리핑 신설(10월)



- [통합홍보배너] **사·구·투출기관 등 144개 사이트**와 연동, 주요 사업 홍보
 - 시 누리집 배너 통합 운영으로 주요 정책 홍보 및 시민 관심 정보 전달 확대

□ '25년 향후계획

- [시 누리집] 원활한 검색환경 제공을 위한 **서버 증설 및 통합검색엔진 업그레이드**(12월)
- [내 손안에 서울] 시민 관심 제고를 위한 **특별 기획물**, 시정 참여형 **공모전 기획·운영**
- [통합홍보배너] 공공앱 등 배너 연동 가능한 **신규 매체 확보**, 홍보 협업 지속 추진

작 성 자 콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어채널팀장 : 이대수 ☎6497 담당자 : 김은미 ☎6501
홈페이지팀장 : 조현정 ☎6500 담당자 : 장미희 ☎6515

3

시민참여, 민간협력을 통한 시정정보 제공 (사업비 1,711백만원)

시민의 시정 홍보 직접 참여로 시민과 함께 공감할 수 있는 콘텐츠를 제작·확산하고, 시민의 접근성 높은 민간포털 플랫폼을 통해 시정정보의 효과적 확산

□ 사업개요

- 목 적 : 시민의 시정 홍보 직접 참여로 시민의 눈높이에 맞는 홍보 강화, 영향력 있는 민간포털 협업으로 효과적인 시정정보 제공
- 내 용 : ‘시민기자’, ‘블로그메이트’ 운영과 민간포털 활용 캠페인·광고 및 포털 주요 서비스 제휴 추진 등

□ '25년 추진실적

- **[시민기자]** 시민기자단 1,620명, 시정체험기사 1,738건(월평균 193건) 발행
 - 미디어데이(292명), 온라인교육(상반기398명·하반기192명), SLW 동행취재(23명) 등 진행
- **[블로그메이트]** 시민 블로그 기자단 활용, 39개 주제로 취재기사 385건 발행
 - 서울라이트 DDP, 서울도시건축비엔날레 등 주요 시정 현장취재 참여 개별 블로그 통한 정보 확산
- **[민간포털]** 포털 주요 서비스 활용 축제, 생활정보 등 주요 시정 정보 적기 제공(83회)
 - 서울국제정원박람회, 추석연휴 종합정보 등 시민에게 유용한 정보 및 서비스 적기 제공



[시민기자] 주요 정책 기획기사



[시민기자] SLW 동행취재



[블로그메이트] 서울라이트DDP



[민간포털] 추석연휴 종합정보

□ '25년 향후계획

- **[시민기자]** 4분기 주요 현장 취재 기사 발행으로 유익한 시정 정보 제공
- **[블로그메이트]** 윈터페스타 등 연말 주요 축제·행사 현장 취재로 생생한 소식 확산
- **[민간포털]** 청년 정책, 주요 축제 등 시정 정보 적기 안내 위한 캠페인 및 광고 추진

작 성 자

콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480

미디어기획팀장 : 박진영 ☎6482

콘텐츠제작2팀장 : 김주현 ☎6490

미디어채널팀장 : 이대수 ☎6497

담당자 : 김수진 ☎6494

담당자 : 최동은 ☎6491

담당자 : 김주윤 ☎6502

3. 서울 상징물을 활용한 도시경쟁력 제고

① 서울브랜드 홍보 및 확산

② 서울 대표 캐릭터 활용 도시 브랜드 가치 확산

③ 도시경쟁력 제고를 위한 해외마케팅

④ 외국어 매체 활용 시정 홍보

서울브랜드 SEOUL MY SOUL 홍보·확산을 통해 서울의 도시 이미지를 전 세계에 알리고, 도시경쟁력 상승 견인

□ 사업개요

- 목 적 : 서울시 상징물 활용 도시 인지도 및 매력도 상승
- 내 용 : 서울브랜드 'SEOUL MY SOUL' 홍보·마케팅 추진

□ '25년 추진실적

- 서울 도시브랜드 상징물 활용 **글로벌 도시 마케팅** 추진
 - K-드라마(미지의서울, 5월), K-POP(월드오브스우파, 5월), K-게임(무한의계단, 9월) 등 콘텐츠 IP 연계 온·오프라인 프로모션 및 팝업스토어(3회) 운영
 - 시 주요 행사·축제(한강수업수업축제 5월, 서울미식주간 11월) 연계 서울브랜드 홍보부스 운영
- 글로벌 프리미엄 브랜드와의 협업을 통한 **민간 콜라보 제품** 개발
 - 글로벌 럭셔리 포시즌스 호텔과 협업을 통해 콜라보 식·음료(케이크·음료 2종) 개발·출시 및 호텔 로비·라운지 내 서울브랜드·해치 콘셉트로 브랜딩화
 - 국내 건강기능식품 시장점유율 1위 정관장과 협업을 통해 헬사이너뷰티 라인 2종 제품 출시
- **서울브랜드 굿즈스토어** 추가 오픈·운영(9.17.)으로 시민 접점 강화
 - 한강버스 선착장(여의도) 굿즈스토어 및 선착장(6개소, 마곡망원·압구정·옥수·뚝섬·잠실) CU 편의점 내 서울굿즈 판매를 통해 브랜드 인지도 제고



<K-콘텐츠 연계 팝업스토어>



<포시즌스 호텔 로비>



<정관장>



<여의도선착장 굿즈샵>

□ '25년 향후계획

- 북촌, 인사동 등 주요 관광 거점 중심 **서울 굿즈스토어 확대** 조성
- 서울시와 민간 기업 간 지속적 협업을 통한 **다양한 콜라보 굿즈** 개발

작 성 자

서울브랜드담당관 : 이영미 ☎2133-6185 브랜드기획팀장 : 박미란 ☎6187 담당자 : 신유미 ☎6194

해치 캐릭터를 활용한 마케팅으로 서울의 도시 브랜드 가치를 높이고 시민과의 정서적 유대감을 강화하여 서울의 친근한 상징으로 자리매김

□ 사업개요

- 목 적 : 서울시 대표 캐릭터 활용을 통한 도시 인지도 및 매력도 제고
- 내 용 : 해치 애니메이션 제작, 시민 참여형 캐릭터 홍보·마케팅 추진

□ '25년 추진실적

해치 캐릭터 애니메이션 제작

- 해치 캐릭터를 활용한 26부작 **장편 3D 애니메이션 제작 추진**
 - 市, 아이코닉스·EBS 공동투자로 제작(11분X26부, '24.12.~'26.3.)
 - ※ 총 사업비 46억 6,700만원 (市: 14억원('25년 10억원, '26년 4억원), 아이코닉스·EBS: 32.6억원)
- 본편 공중파 방영('25.12.)에 앞서 **추석 특별방송을 통한 사전 홍보**
 - 명절 활용 대중적 관심 및 본편 방영 기대 극대화를 위한 추석 특별방송('25.10.8., EBS)
 - 특별방송 유튜브 동시 공개 일주일 만에 조회수 160만 회 달성(신규 애니 런칭 흥행 상위권)
 - ※ 특별방송('25.10.8.) → 전반 13편('25.12월~'26.2월) → 후반 13편('26.6월~8월) 순차 공개

시민 참여형 캐릭터 마케팅

- 해치&소울프렌즈 세계관 및 팬덤 확장을 위한 **일상 속 해치 브랜딩화**
 - 1주년 팬파티(5.1.~5.6.), 마법 정원(5~10월), 마법학교(20개소, 7월~) 등 생활 밀착형 이벤트 추진
 - 국제정원박람회수임수임축제 등 시 주요 행사·축제(60건)내 해치 아트별론 대여, 행사 분위기 제고
- 해치&소울프렌즈 **소통 참여형 온라인 마케팅**을 통한 홍보
 - '25년 해치 SNS 콘텐츠 제작 202건, 조회수 897만회 달성, 구독자 수(3.3만명) 469% 증가



<공중파 해치 애니메이션>



<해치 1주년 팬파티>



<해치 마법정원>



<해치 마법학교>

□ '25년 향후계획

- 애니메이션 본편 방영에 맞춘 **해치 캐릭터 상품 다각화** 및 신규 출시
- 온·오프라인 홍보 채널을 활용한 **해치 브랜드 인지도 확산** 및 **시민참여 확대**

작 성 자

서울브랜드담당관 : 이영미 ☎2133-6185 캐릭터마케팅팀장 : 김지현 ☎6940 담당자 : 김소현 ☎6944

3

도시경쟁력 제고를 위한 해외마케팅 (사업비 2,447백만원)

서울의 다양한 매력 및 도시가치를 전 세계에 효과적으로 알리는 해외 마케팅 추진으로 글로벌 선도도시 서울의 경쟁력 제고 추진

□ 사업개요

- 목 적 : 글로벌 선도 도시로서의 서울 브랜딩을 통한 도시경쟁력 제고
- 내 용 : 해외도시 대상 영상 캠페인, 해외언론 및 디지털매체 활용 도시마케팅

□ '25년 추진실적

해외 홍보 도시 마케팅

- 글로벌 마케팅 트렌드에 적합한 해외 도시 대상 영상 캠페인 추진
 - 市 홍보대사 엔하이픈 협업 영상제작(누적조회수 1,388만), 월드투어 행사 연계 팝업 추진(10.24~10.26)
- 해외 도시 대상 브랜드 마케팅 효과 분석을 위한 성과지표 개발 및 조사 추진
 - 1차 해외 도시 대상 설문조사 추진완료(7.31.~8.13. 3,688명 참여, 2차 11월 예정)

글로벌 매체 활용 도시 마케팅

- 해치x트위티 애니메이션, 서울의 우수 정책 등의 영상 콘텐츠 제작 및 글로벌 확산
 - 市 대표 글로벌 홍보영상의 CNN, 디스커버리, Max, 유튜브 등 누적 조회수 4,688만 회 달성
 - APEC 주관방송사 연계 홍보영상 송출, 10대 뉴스 영상 콘텐츠 제작 및 확산(기후동행카드 등)



<방송매체 활용_국내>



<방송매체 활용_해외>



<해외 디지털매체 활용>



<정책 홍보영상 제작>

□ '25년 향후계획

- 메가 인플루언서 7인 및 글로벌 커뮤니티 활용 홍보물 추가 확산(10~12월)
- 해외 도시 대상 2차 설문 조사(11월) 및 빅데이터 자료 수집·분석 진행(10.31.~11.30.)

작성 자

서울브랜드담당관:이영미 ☎2133-6185 해외마케팅팀장: 김유빈 ☎6190 담당자: 조환종☎6189

4

외국어 매체 활용 시정 홍보 (사업비 2,055백만원)

市 대표 외국어 누리집 및 SNS 등 다양한 매체를 활용한 외국인 맞춤형 주요 시정 홍보로 해외 서울 인지도 제고 및 도시 매력 확산

□ 사업개요

- 목 적 : 주요 시책 및 도시 매력 실시간 확산으로 도시 이미지 강화
- 내 용 : 외국어 누리집(4개 언어자동번역), SNS(8개 채널) 활용한 글로벌 서울 매력 홍보

□ '25년 추진실적

- 市 대표 정보포털 **외국어 누리집을 통한 시정정보 제공**(’25.1~9월 방문자수 1,508만명)
 - 외국인 대상 시정 홍보 콘텐츠 3,197건 제작, e-뉴스레터 디자인 개편(6월~)
 - 외국인 대상 추석종합 안내 페이지, 서울정책아카이브 등 웹콘텐츠 기획·발행



- **외국어 SNS 등 글로벌 플랫폼 활용** 서울 매력 콘텐츠 제공(총 팔로워 400만명)
 - 사진, 영상 등으로 시 정책, 핵심이슈, 행사 등 3,128건의 콘텐츠 발행(9.30. 기준)
 - 아리랑TV 콘텐츠 22편, 영문판 서울플레이북365 발간을 통한 시 정책 및 관광정보 홍보



□ '25년 향후계획

- 트렌디한 콘텐츠와 참여형 이벤트를 통한 외국어 홈페이지 및 SNS 채널 활성화
- 성과지표 조사분석을 통한 외국어 매체 해외홍보마케팅 개선사항 발굴

작 성 자 서울브랜드담당관: 이영미 02-12133-6185 해외마케팅팀장: 김유빈 02-190 담당자: 이현정, 정하나, 김은희, 김지연 02-190

4. 시민중심의 민원 행정서비스 제공

① 민원응대 품질관리를 통한 민원서비스 수준 향상

② 민원통합관리시스템 응답소 기능개선 및 운영

③ 신속한 민원처리를 위한 열린민원실 운영

1

민원응대 품질관리 통한 민원서비스 수준 향상 (사업비 200백만원)

민원처리 실태를 주기적으로 점검·평가하여 맞춤형 교육을 제공하고 우수사례를 선정·포상함으로써 시민 접점 민원서비스의 질적 개선을 도모

□ **사업개요**

- 대 상 : 市 본청 및 사업소, 투자출연기관, 자치구
- 내 용 : 민원처리 점검·평가, 민원응대 교육, 민원서비스 개선 우수사례 선정 등

□ **'25년 추진실적**

- **[점검평가]** 민원서비스 수준 향상 위한 **상반기 품질점검 및 평가** 시행
 - (품질 점검) 최근 3년간 지속적으로 90점 이상의 우수 등급
 - (중간 평가) 민원처리 기한 준수율·단축률·만족도 등 평가(시·자치구·투출 335개소)
- **[교육운영]** 민원 공무원 역량 강화 및 감정관리 등 통한 **민원서비스 향상 교육**
 - (집합 교육) 찾아가는 민원응대(3회, 59명), 특이민원 대응(1회, 81명), 민원응대기법(7회, 2,472명)
 - (e러닝 교육) e-공무원의 민원응대서비스, 특이민원 응대요령과 감정관리 교육(1,673명)
- **[사기제고]** 민원응대 직원 보호를 위한 **힐링프로그램 운영** 등
 - (힐링 데이) 스트레스 탈출 자연체험, 뮤지컬 관람 등 힐링 프로그램 운영(6회, 119명)
 - (칭찬 포상) 민원인에게 칭찬받은 공무원 중 선정·포상 및 공유(54건, 166명, 총 9백만원)



< 민원서비스 향상 교육 >



< 힐링 프로그램 운영 >



< 칭찬공무원 포상 >

□ **'25년 향후계획**

- 민원서비스 향상을 위한 **민원행정 서비스 평가**(11월) 및 **품질점검 결과 분석**(12월)
- 민원행정 질적개선 위한 '25년 **민원서비스 개선 우수사례** 및 **우수기관 선정·포상**(12월)
 - 민원서비스 개선 우수사례 시상(9건, 14백만원), 우수기관 선정·포상(22개소, 18백만원)
- 격무 직원 **힐링프로그램 시행**(11월) 및 **칭찬공무원 선정**(12월) 등으로 사기 제고

작성자 민원담당관 : 김형규 ☎2133-6460 민원기획팀장 : 김지원 ☎6462 담당자 : 이미현·라효인·임유미 ☎6470

정보환경 및 민원행정 수요변화에 신속 대응하는 안정적이고 효율적인
응답소 운영을 통하여 민원서비스 품질 제고 도모

□ 사업개요

- 목 적 : 다채널 접수민원의 통합관리·처리 통해 효율적인 민원행정 지원
- 내 용 : 응답소 및 민원분석시스템 운영, 기능 개선 등

< 응답소 운영개요 >

- 운영개시: '14. 3. 5. (※ 사용자 : 서울시, 자치구 및 투자·출연기관)
- 주요기능
 - (통합접수) 다양한 채널(120·홈페이지·챗봇·모바일 등)로 신청민원을 소관부서(기관)로 분류전달
 - (통합처리) 다양한 유형의 민원을 응답소 내에서 표준화된 프로세스로 처리
 - (처리공개) 민원 신청~완료 시까지의 처리단계를 민원인에게 실시간 알림



□ '25년 추진실적

- 민원 처리 **효율성·편의성·안전성** 제고 위한 **응답소 시스템 기능 개선**

- (신청 방법) 비회원 인증 개선으로 비실명 민원 신청 방지
 - ▶ 소셜(네이버·카카오·구글) 계정 본인인증 강화, 민간인증(금융인증서, 토스 등) 도입
- (처리 절차) 기관/부서 재지정 요청 민원 등 처리절차 간소화 및 개선
 - ▶ 타 기관 이송 또는 민원 종류 변경 시 회수절차 생략, 현장사진 첨부기능 신설
- (보안 강화) 응답소 시스템 복수 인증 로그인 등 사용자 보안 강화
 - ▶ 응답소 대체 로그인 수단 제공(GPKI 인증, 행정포털 ID/PW) 및 로그인 이력 관리
- (민원 분석) 키워드 기반 유사 민원 군집화로 월별 이슈민원 제공

- 민원 처리현황 : **총 1,943,907건**(일평균 7,121건)

(단위: 건, '25.9.30.기준)

합 계	교 통	환경·안전	주택·건설	복지·문화·경제	총무기획·감사 등
1,943,907 (100%)	1,321,433 (67.9%)	378,626 (19.5%)	44,475 (2.3%)	71,148 (3.7%)	128,225 (6.6%)

□ '25년 향후계획

- 내·외부 **사용자의 다양한 요구사항 처리 및 시스템의 안정적 운영**

- 응답소 DB 서버 교체 및 서비스 속도 향상을 위한 DB 최적화(DBA* 전문인력 투입) 수행
- 사용자 수시 요청사항 처리(기능개선, 자료추출, 헬프데스크 운영 등)

* DBA(DataBase Administrator): 데이터베이스를 유지·보호·운영하고, 데이터가 올바르게 저장되고 검색될 수 있도록 보장

작 성 자 : 민원담당관 : 김형규 ☎2133-6460 응답소팀장: 강차숙 ☎7929 담당자 : 박은미 ☎7930, 정지인 ☎7931

3

신속한 민원처리를 위한 열린민원실 운영 (사업비 18백만원)

신속한 방문 민원 처리를 위한 열린민원실 운영 및 특이민원으로부터 민원공무원과 민원인 보호 조치를 통한 원활한 민원행정서비스 제공

□ **운영개요**

- 위치/규모 : 신청사 1층 2,340㎡ ※ 직소민원팀 사무실 별도
- 근무인원 : 3개 팀 23명
- 주요업무 : 방문민원 및 직소민원 상담·안내·접수·분배·처리
 - 제증명·자격증 발급(14종), 통합민원 처리(30종), 고충민원·정보공개청구 접수
 - 시정과 관련된 제안·개선사항 등 「시장에게 바란다」를 통한 민원 수렴 등

□ **'25년 추진실적**

- **[열린민원실]** 민원 접수·처리 현황 : **총 45,580건**(일평균 247건)

(단위: 건, '25.9.30.기준)

계	정보공개	증명/교부	신고/등록	인가/허가	고충민원	기 타*
45,580 (100%)	16,667 (36.6%)	12,014 (26.4%)	8,557 (18.8%)	2,556 (5.6%)	831 (1.8%)	4,955 (10.8%)

* 기타: 확인, 이의, 신청, 청구 등

- **[시장에게 바란다]** 민원 접수·처리 현황 : **총 6,225건**(일평균 34건)

(단위: 건, '25.9.30.기준)

계	주택건축	도로교통	일반행정	환경공원	산업문화	보건복지	기 타
6,225 (100%)	3,142 (50.5%)	999 (16.1%)	586 (9.4%)	473 (7.6%)	451 (7.2%)	399 (6.4%)	175 (2.8%)

□ **'25년 향후계획**

- 민원인의 폭언·폭행 등 **특이 민원**으로부터 **공무원 보호조치 강화**
 - 민원인 위법행위 법률지원TF 및 민원실 비상상황 대비 모의훈련 실시(12월)
- 市 홈페이지[시장에게 바란다] 및 다양한 채널 직소민원 접수·운영(연중 수시)

작 성 자

민원담당관 : 김형규 ☎2133-6460

민원처리1팀장 : 권미정 ☎7900

담당자 : 유진엽 ☎7908

민원처리2팀장 : 현미희 ☎7915

담당자 : 박태진 ☎7916

직소민원 팀장 : 김승현 ☎6045

담당자 : 정윤희 ☎6046

IV. 2024 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

□ 총 괄

- 수감결과 처리요구사항 등 총 36건
- 조치내역

구 분		계	완 료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	36	35	-	-	1
	시정· 처리요구사항	21	21	-	-	-
	건의 사항	3	2	-	-	1
	기타(자료제출 등)	12	12	-	-	-

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 홍보대사 선정에 별다른 절차가 없고, 연임, 보수 등에 대한 명확한 기준, 규정이 없음. 조례에 선발 기준, 연임, 보수에 관한 구체적 기준 수립이 필요함.</p> <p>- 구체적 기준 마련해서 보고 바람 (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 신규 위촉 후보 도출 위한 시민여론조사('24.12월) ○ '서울특별시 홍보대사 운영에 관한 조례' 개정('25.5월) <ul style="list-style-type: none"> - 홍보 실적 및 성과 평가, 연임 규정 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보대사 위촉 시 시민의견 반영 방안 지속 발굴 및 추진 ○ 홍보대사 임기만료 시점 도래 시, 시정 홍보 기여도 및 활동실적 등을 평가하여 연장 검토
<p>○ 명예시장 성별 및 연령, 직업군 분포를 보니 50~60대 교수 비중이 높음. 명예시장은 분야별 대표성과 상징성이 중요하나, 전문성을 요하는 시정자문단과 구분이 되지 않음. 시장님이 모든 것을 알 수 없으니, 시민들의 언어를 전달하고 소통할 수 있는 사람들이 명예시장이 되어야 한다고 생각함. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 제7기 명예시장 위촉시('24.12.~) 초저출생, 고령화 등 사회 이슈에 맞춰 분야를 확대 개편하고 적극적인 소통 및 홍보를 위해 오피니언 리더 및 인플루언서로 선발하여 명예시장의 연령대와 직위를 다양화함 <ul style="list-style-type: none"> - (분야) 미래세대, 약자동행 등 19개 분야 - (인물) 청년정치크루 대표 이동수, 사단법인 무의 대표 홍윤희 등 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 분야별 시정참여 및 소통·홍보활동 지원 : 연중 수시

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> ○ 국어바르게쓰기위원회 실적이 저조함. 조례상 연 4회 개최하기로 되어있으나 실적은 미치지 못함. 위원회 전반에 대해 다시 검토 후, 필요에 따라 계획 수립 및 조례 개정이 필요함. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 2025년 국어바르게쓰기위원회 2회 개최('25.10월 기준) <input type="checkbox"/> 향후계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 10~12월 중 2회 추가 개최 예정(총 4회)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 행정부에서 TBS 관련 발언을 할 경우 TBS 직원들이 희망을 갖거나, 혼선이 없도록 표현에 신중을 기할 것. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 TBS 관련한 발언 시 혼선이 없도록 표현에 신중을 기하겠음
<ul style="list-style-type: none"> ○ 시민청 리모델링 사업 관련하여 도시홍보관 도입에 대한 시민 의견을 수렴 충분히 확보하여야 함. 사전절차 없이 리모델링 진행해서는 안됨. - 시민 여론 관련 종합 계획 수립 후 보고 바람 (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ '25. 2월 : 여론조사 실시계획 수립 ○ '25. 4~6월 : 서울갤러리 조성 및 운영 관련 여론조사 실시 <input type="checkbox"/> 향후계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 여론조사 결과 서울갤러리 조성 및 운영 계획 반영
<ul style="list-style-type: none"> ○ 올해 3~5월 TBS에서 추진된 'TBS 위상, 조직, 정체성 변화 방안 모색' 내용에 대한 용역 결과 공유 부재 지적 및 컨설팅 용역 결과에 대한 명확한 인지 필요. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 해당 용역은 TBS에서 '24년 市 출연금이 아닌 자체수입을 활용하여 진행한 용역으로 용역 결과는 TBS의 영업상 비밀에 해당하여 市에 미공유

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> ○ 용역 수행 전 과정에서 TBS 일부 임원과 서울시의 적극적 개입 및 용역 수행사의 의도적 선정 우려 지적 (홍보담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 서울시가 이에 개입하거나 관여한 바 없음
<ul style="list-style-type: none"> ○ 용역 절차와 결과에 대해 의구심을 가진 전 임원이 TBS 자체감사 지시했으나, 서울특별시에서 무마시켜 용역 준공처리에 대한 지적 (홍보담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 해당 용역은 TBS에서 자체적으로 진행한 용역으로 진행 절차 및 결과, 자체감사 지시 등과 관련하여 서울시가 공유받거나 관여한 바 없음
<ul style="list-style-type: none"> ○ 그동안 시의회는 TBS에 혁신에 대해 여러 방안을 제안했으나 결국 이루어지지 않음. 대표 등 경영진도 책임이 있음. (홍보담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 (※ TBS 추진사항) <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS에서 자체 혁신안을 마련하고, 독립운영을 위한 민영화를 결정함에 따라 비상대책 TF 구성, 투자자 발굴 용역 등 다양한 자구책 추진 <input type="checkbox"/> 향후계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 독립 운영을 위한 운영 재원 마련 지속(TBS)
<ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 출연동의안 92억은 인건비로 의회에서 승인한 것인데 사업비로 쓰였음은 물론 증빙이 부족함. (홍보담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 출연동의안 시의회 제출·의결 : '23.12월 <ul style="list-style-type: none"> - 출연동의안 92억 : 인건비 73억, 기본경비 6억(4대 보험료), 청사유지비 등 13억(청사 임차료, 관리비 등) ※ 청사유지비(임차료, 관리비 등) 등은 사업비에 해당 ○ TBS 월별 집행계획, 교부한 출연금 집행잔액 등을 확인하여 월별 교부실시 : '24.1~5월

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ TBS는 그간의 정치 편향적인 방송했다는 사실에 대해 인정하고, 대표 등 경영진은 이 상황에 대해 책임을 통감해야 함. 앞으로 홍보 부분에서도 이런 정치편향적인 일이 발생하지 않도록 해주기 바람. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 홍보기획관은 주요 시정, 긴급한 재난·안전 정보 등 시민 생활에 필요할거나 도움이 되는 정보를 정확하고 시의성있게 제공하고자 노력하고 있음.</p> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <p>○ 선거법 등 관련 법령 위배 여부 등 철저히 검토하여 시정 홍보 추진: 상시</p>
<p>○ 서튜버 1년차이나, 조회수 등 성과가 저조함. 좋은 사업 아이템이니만큼 성과가 개선될 수 있는 대책 방안 마련이 필요함. (콘텐츠담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <p>○ 내부 공모를 통해 끼와 재능을 보유한 직원을 ‘서튜버(서울시 공무원 유튜브)’를 선발하여 자연스럽고 친근한 홍보영상을 제작(’23.11.~’24.11. 총 20건 제작) 하였으나,</p> <p>○ 끼 있는 내부 직원, 시민의 지속적 선발을 위한 업무부담과 성과에 대한 본인 부담 작용 등 운영상 어려움이 있어, 시민의 호응을 얻고 있는 다양한 분야 크리에이터와의 협업을 통해 고퀄리티 영상물 기획·제작 추진</p> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <p>○ ‘공무원 브이로그’ 등을 통해 서울시 공무원의 영상 콘텐츠 참여를 높이면서 다양한 방법으로 친근한 홍보영상 제작 추진</p>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울시 개최 토론회, 세미나 중 정책적으로 중요한 협의가 있는 행사임에도 공개가 안되는 부분이 많음. 유튜브 중계 등을 통해 서울시 주최 토론회가 대시민 공개가 될 수 있도록 검토 바람.</p> <p>(콘텐츠담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시의성 있는 서울시 주요 정책 발표와 시민 관심도 높은 행사 중심 방송 진행 <ul style="list-style-type: none"> - 2024년 토론회 및 세미나 총 41회 유튜브 중계 - 2025년 토론회 및 세미나 총 37회 유튜브 중계(10.13.기준) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시민 관심도 높은 토론회 및 세미나 발굴 및 추진 ○ 주관부서 협의 통해 향후 오프라인 토론회 진행 시 유튜브 중계 진행 제안
<p>○ 상징물 홍보 시, 전반적으로 홍보마케팅에 설문조사, 선호도 조사 등 시민들 반응을 살피고 있는지 살펴봤는데 아쉬움. 홍보전략을 수립할 때 시민들의 의견, 전문가 의견을 반영했으면 함.</p> <p>(서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울 상징물 홍보마케팅 효과 분석을 위한 시민 대상 만족도 조사 등 시행 <ul style="list-style-type: none"> - 해치 1주년 행사 마케팅 만족도 조사 추진(5월) - 해외 도시 대상 브랜드 마케팅 설문조사 추진(8월, 11월) ※ 서울상징물 시정여론조사 추진 예정(11월, 홍보담당관) <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시민 반응, 전문가 의견 등 반영하여 홍보마케팅 전략 수립
<p>○ 서울브랜드총괄관 자문료가 전당 30만원인데 증빙이 없음. 향후 자문료 지급에 대한 자문 증빙 필요.</p> <p>(서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 기존에는 자문 일시·참석자·자문안건 등이 포함된 활동내역(근무일지)을 작성하여 이를 첨부하였으나 ○ '23.12월부터 브랜드총괄관의 업무 및 활동 사항들에 대하여 매 자문시마다 결과보고서를 작성, 증빙하고 있음 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울브랜드총괄관 운영으로 시정방향에 부합하는 브랜드 정책이 수립될 수 있도록 자문을 이행, 행정의 전문성 향상에 기여할 수 있도록 운영하겠음

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 굿즈 기업 선정 시, 특혜 의혹이 없도록, 기업 이미지와 인지도 등 면밀히 고려해 진행할 것. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진
<p>○ 브랜드가 홍보되기 위해서 서울라면, 서울아몬드 등 콜라보 상품에 시각적으로 브랜드가 더욱 강조되어야 하고, 특혜 의혹이 없도록 협약 시, 수익에 대한 사회 환원 비율 조항을 명문화 하는 등 보완 필요. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 제품 개발 시 서울브랜드·캐릭터 노출 비중 확대 노력으로 상징물 홍보효과 극대화 및 브랜드 가치 강화 ○ 협업 기업과 사회공헌 투자비율 협의 시 구체적·개별적 검토로 공공성과 사업성 강화 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 사회공헌사업으로 명문화하여 사회공헌사업으로 관리
<p>○ 또한 효과적 브랜드 확산을 위해 보다 점유율이 높은 회사와도 협의해볼 것. (서울브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시장점유율·인지도·기업평판 등 고려하여 다수기업에 콜라보 제안 후, 콘셉트·유통채널·개발기간 등을 종합적으로 검토하여 협업기업 선정 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 시민 반응 등 성과분석, 전문가 자문 등을 통해 다양한 기업과 사업 추진

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> ○ 9988 포인트로 서울시 굿즈샵에서 구매 가능하도록 조치 바람. (서울브랜드담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 서울시 굿즈샵(서울마이소울샵 3개소(종로, 명동, 광화문) 및 DDP디자인스토어) 서울페이 가맹 완료 ※ 9988 포인트는 서울페이머니로 전환하여 서울페이가맹점에서 사용 가능
<ul style="list-style-type: none"> ○ 시우회 법인카드 사용 2건이 있음. 퇴직공무원으로 구성된 단체에 법인카드 사용한 것이 적절한지? 작은금액이라도 특혜성으로 보일 수 있으니 자제 필요. (민원담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 「지방자치단체 회계관리에 관한 훈령」 등 회계 관련 규정에 따라 산출기초조사 후 인쇄비 지출 2건에 총 118만원을 집행 <ul style="list-style-type: none"> - 국가유산 수리업 등록증 인쇄 : 1,098천원('24.6월) - 120다산콜재단 출연동의(안) 인쇄 : 83천원('24.8월) <input type="checkbox"/> 향후계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 인쇄비 지출 시에는 관련 규정을 준수하여 적정한 업체를 선정하여 집행하겠음
<ul style="list-style-type: none"> ○ 조례상 특별한 사유가 있을 때만 기능함에도 불구하고, 관례적으로 특정제품선정 심사위원회 서면 심사를 했으며, 참석수당도 서면심사의 경우 10만원 지급 하도록 되어있으나 20만원이 지급됨. (민원담당관) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 <ul style="list-style-type: none"> ○ 코로나19 재확산 우려 등이 있어 온라인 원격 회의를 통해 응답소 상용 소프트웨어 특정제품 선정심사를 진행(2시간 30분 ~ 3시간 소요) 후 심사수당을 지급함 <input type="checkbox"/> 향후계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 향후 특정제품선정심사위원회는 대면회의로 개최할 예정이며, 관련 규정에 따라 회의 수당을 적정히 집행하겠음

건의사항

건의사항	조치결과
<p>○ TBS가 공공에 기여를 해온만큼 주파수가 이어질 수 있도록 서울시가 전폭적으로 지원해주길 바랍. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ('24년) TBS 독립 운영 준비를 위해 인건비, 청사유지비 등 92억 출연 등 지원 ○ ('25년) TBS를 시정 정보 전달을 위한 광고 매체로 활용 <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ TBS 당연직 이사로서 이사회 참여를 통해 주요사항 검토 지원
<p>○ 명예시장은 전문적 식견보다 더 많은 시민들이 시장을 체험해서 소통과 공감을 하는 것이라고 생각함. 그 취지를 고려했을 때, 명예시장은 많으면 많을수록 좋다고 생각하므로, 조례 개정 등을 통해 많은 시민들이 시장 체험을 할 수 있도록 지원 바랍. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 조례 개정으로 명예시장 정원 제한(20명) 규정을 삭제하여('25.3월) 다양한 시민이 명예시장으로 활동할 수 있도록 추진
<p>○ 메타버스 등 가상공간 연동하여 명예시장을 운영할 수 있는 방안 검토. (홍보담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 미반영</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 명예시장 제도는 市와 시민간의 소통 활성화를 위해 사업 간담회, 현장 토론회, 주요 행사 등 다양한 시정참여와 현장에서의 활발한 의견교환이 필요한 바, 현 시점에서는 오프라인 활동에 집중한 제도 운영이 필요하다 판단됨

기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ TBS 재단 설립 후 방심위 법정 제재 내역(제재 내용 및 방송명 등) 일체. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예산 집행 내역 일체. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ TBS 예비비 지출내역 증빙까지 세부내역 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
○ 서울시 명예시장 3년간 (2022~2024년) 누가 명예시 장으로 선정이 됐고, 어떤 활동 을 했는지 자료 제출 (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 홍보대사 연임 횟수를 표기해서 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
○ 9월, 10월 TBS 직원들 출근 현황 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
<ul style="list-style-type: none"> ○ 방송이 되고 있는 프로그램 및 방송이 안 되고 있는 프로그램을 포함한 TBS 방송 운영 현황. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 시민청 섹터별 만족도 조사 결과. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 6.)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 홍보기획관 실·국 광고비가 중복 집행되고 있는 것 아닌지 비교자료를 예산심의 전까지 제출. (홍보담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 21.)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 브랜드총괄관 성과 자세히 작성해 예산심의 전까지 제출. (서울브랜드담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 20.)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울브랜드총괄관이 실제로 작성한 자문 자료, 결과보고서 (총괄관 생긴 후부터 현재까지) 제출. (서울브랜드담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 콜라보 굿즈 기업 선정 시, 더 많은 시민들이 이용하고, 특혜 의혹이 없도록 대책 방안에 대한 추가자료 제출 요청. (서울브랜드담당관) 	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> ○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 20.)