



제 333회 시의회 정례회  
문화체육관광위원회

SEUL M! SOUL

# 주 요 업 무 보 고

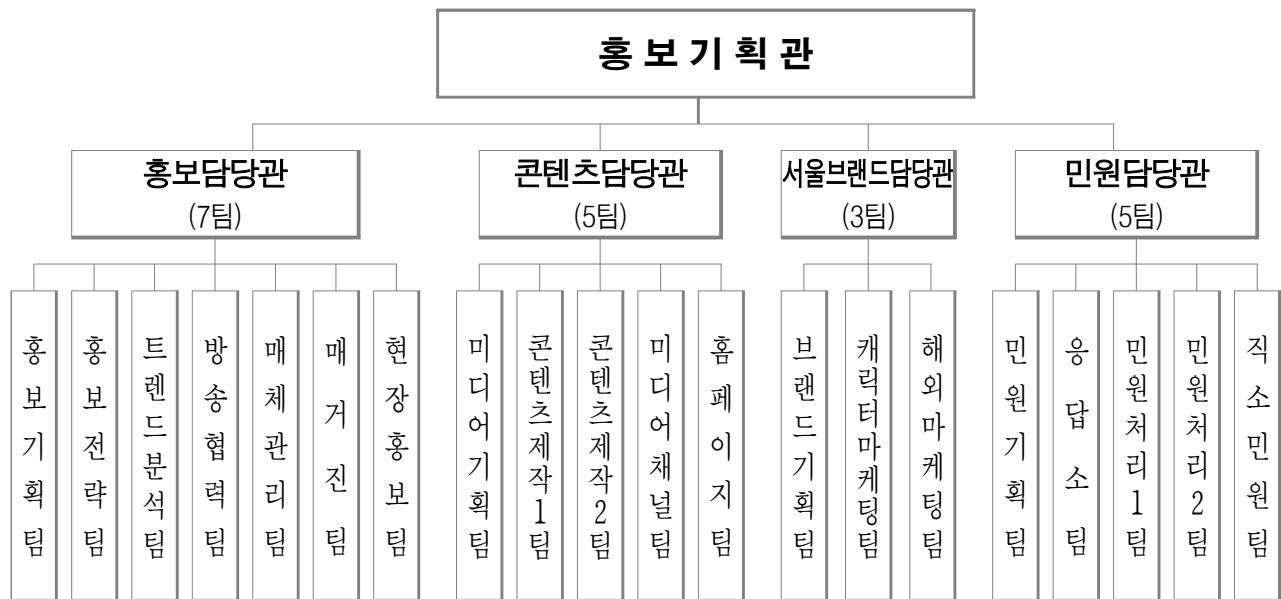
2025. 11.

홍보기획관

# 1. 조직 및 일반현황 (2025. 10. 13. 기준)

## 조 직

1관 4담당관, 20팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

## 인 력

140명/136명 (정원 /현원)

구 분	총 계		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

#### 홍보기획팀

- 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

#### 홍보전략팀

- 주요 시책 홍보 전략 기획, 홍보물 기획

#### 트렌드분석팀

- 정책 여론조사 및 소셜 빅데이터 분석

#### 방송협력팀

- 방송 협력 시정 정보 제공, 미디어재단 지도·감독

#### 매체관리팀

- 홍보 매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

#### 매거진팀

- 서울사랑 발간, 홍보대사 운영, 공공 언어 개선

#### 현장홍보팀

- 시민청 및 명예시장 운영, 서울시보 발행

### 콘텐츠담당관

#### 미디어기획팀

- 신규사업 기획·포털(카톡)협업, 인터넷 언론광고 등

#### 콘텐츠제작1팀

- 유튜브 운영, 시청 방송 등 제작

#### 콘텐츠제작2팀

- SNS, 블로그, 블로그메이트 등 운영

#### 미디어채널팀

- 내손안에서 서울 뉴스레터 메일링 등 구독서비스 강화

#### 홈페이지팀

- 서울시 누리집 운영 및 공공앱, 시민제안플랫폼 관리

### 서울브랜드담당관

#### 브랜드기획팀

- 서울 도시 브랜드 개발 및 확산 등

#### 캐릭터마케팅팀

- 캐릭터 마케팅 기획 및 실행, 민관협력 추진 등

#### 해외마케팅팀

- 시 대표 외국어 홈페이지, SNS 운영, 해외 현지 프로모션

### 민원담당관

#### 민원기획팀

- 민원행정서비스 품질관리 및 개선, 120다산콜재단 지도·감독

#### 응답소팀

- 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

#### 민원처리1팀

- 서식민원 등 접수, 제증명 발급

#### 민원처리2팀

- 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

#### 직소민원팀

- '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)
<b>홍보기획관 합계</b>	<b>75,574,432</b>	<b>57,524,903</b>	<b>49,504,559</b>	<b>65.5%</b>
사업예산	74,861,481	56,953,735	48,950,406	65.4%
기본경비(행정운영경비)	712,951	571,168	554,153	77.7%
<b>홍보담당관</b>	<b>22,902,479</b>	<b>16,297,064</b>	<b>11,803,702</b>	<b>51.5%</b>
<b>시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현</b>	<b>22,416,171</b>	<b>16,297,064</b>	<b>11,438,789</b>	<b>51.0%</b>
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 「서울시랑」 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%
<b>기본경비(행정운영경비)</b>	<b>486,308</b>	<b>364,913</b>	<b>364,913</b>	<b>75.0%</b>
<b>콘텐츠담당관</b>	<b>11,111,378</b>	<b>8,514,138</b>	<b>6,745,615</b>	<b>60.7%</b>
<b>뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화</b>	<b>10,534,538</b>	<b>7,987,922</b>	<b>6,409,049</b>	<b>60.8%</b>
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 누리집 관리체계 운영 민간포털 협력 마케팅 인터넷언론사 활용 시정안내 뉴미디어 전략 마케팅 콘텐츠 파급력 확대를 위한 협업 추진	1,858,005	1,797,481	1,182,481	63.6%
	521,938	499,801	268,175	51.4%
	1,361,396	1,036,917	1,036,917	76.2%
	964,559	473,574	473,574	49.1%
	1,823,122	1,123,297	998,347	54.8%
	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 자금심 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%
일반여권 발급업무대행	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

비전

시민과 함께 만들고 누리는 「동행·매력 특별시 서울」

목표

전략적 홍보 강화로  
시민이 체감하는 시정 구현

전략  
및  
과제

다양한 매체 활용을 통한  
홍보 효과성 제고

콘텐츠 디각화를 통한  
미디어 트렌드 적기 대응

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

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

서울 상징물을 활용한  
도시경쟁력 제고

시민 중심의  
민원행정서비스 제공

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

- 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 흥보매체 및 언론매체 활용으로 시정정보와 시민 편의정보를 시의성 있게 확산함으로써 대시민 이해도 제고 및 참여 유도

## □ 사업개요

- 매체종류 : 시 흥보매체 및 언론매체 활용 주요 시정 정보 제공
  - 흥보매체 : 市 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 흥보 **市 보유매체**를 활용한 민선8기 주요 시정에 대한 체계적 흥보

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

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



- **[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



작성자	홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405	홍보기획팀장 : 김현정 ☎6407 담당자 : 문희정 ☎6413 매체홍보팀장 : 이주영 ☎6425 담당자 : 박철민 ☎6410 방송홍보팀장 : 김민중 ☎6433 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



<광화문 자유표시구역>  
코리아나호텔



<광화문 자유표시구역>  
KT스퀘어



<광화문 자유표시구역>  
동아미디어센터



<올림픽대로 전광판>

※ 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, 기둥광고 200면, 광역버스 환승정류장 43면, 주요대학 디지털게시판 4개대학 44개소, 테이블 오더 11천여대



<택시상단 모니터>



<아파트 엘베 TV>



<기둥광고>



<광역 환승정류소>



102



<테이블오더>

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

### ○ 주목도 높은 도서관·공공청사 외벽 시정 주요 성과 및 홍보의 장으로 활용

- 서울도서관 외벽 6회, 한강안내센터 등 공공청사 17개소, 한강버스선착장 5개소



<서울도서관 외벽 현수막>



<한강안내센터(점원)>



<한강 선착장(여의도)>



<종로구청 별관 및 중부공원여가센터>

## ○ 대시민 감성 소통 채널 '서울 꿈새김판' 운영(총 9건)



## ○ 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, 원터페스타 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



## 2

# 시민과 함께하는 시정 구현 (사업비 349백만원)

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, 축사 등 적극적 역할 수행
  - ※ 활동현황(1~10월): 총184건(정책제안 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·다종 전문장비 대여 등(113,443명, 9.30.기준)

## □ '25년 향후계획

- 시민호감도 높은 **홍보대사를** 통해 서울의 다양한 주요 역점사업 홍보 추진
  - 국제정원박람회, 서울페션위크, 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 제안, 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 펀테크 위크 2025



<홍보대사 송지은>  
임산부의 날 토크콘서트



<홍보대사 엔하이픈>  
서울브랜드 글로벌홍보

작 성 자	홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405	매 거 진 팀 장 : 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 부처	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
사업비	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

작 성 자	홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405	매거진팀장 : 권석진 ☎6438	담당 : 송영미 ☎6440
-------	------------------------	-------------------	----------------

**4**

## 시민청 공간 개편, 서울갤러리 조성 (사업비 7,745백만원)

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>

작성자	홍보담당관 : 강선미 ☎2133-6405 현장홍보팀장 : 유지은 ☎6415 담당자 : 김현정 ☎6418
-----	---

## 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

- [유튜브] 시정 정보의 신속한 확산과 다양한 기획 콘텐츠 제작
  - 인플루언서 협업, 속풀 자체제작 확대, 트렌디한 홍보영상 제작 총 634건(840만회 조회)
  - 케데현 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

- [유튜브] 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

작성자

콘텐츠담당관: 왕희순 ☎2133-6480

콘텐츠제작1팀장 : 박소현 ☎6506 담당자 : 정해현 ☎6511

콘텐츠제작2팀장 : 김주현 ☎6490 담당자 : 하정마최동은 ☎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, 케데현 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] 시·구·투출기관 등 144개 사이트와 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] 원터페스타 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

작성자	미디어기획팀장 : 박진영 ☎6482 콘텐츠담당관 : 왕희순 ☎2133-6480 미디어채널팀장 : 이대수 ☎6497	담당자 : 김수진 ☎6494 담당자 : 최동은 ☎6491 담당자 : 김주윤 ☎6502
-----	---	---

### 3. 서울 상징들을 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 행사축제(한강수영축제 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 헬시·이너뷰티 라인 2종 제품 출시
- 서울브랜드 굿즈스토어 추가 오픈·운영(9.17.)으로 시민 접점 강화
  - 한강버스 선착장(여의도) 굿즈스토어 및 선착장(6개소, 마곡·망원·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

## 2

# 서울 대표 캐릭터 활용 도시 브랜드 가치 확산 (사업비 2,350백만원)

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
  - 국제정원박람화 쇼케이션 축제 등 시 주요 행사 축제(60건)내 해치 아트벌룬 대여, 행사 분위기 제고
- 해치&소울프렌즈 소통 참여형 온라인 마케팅을 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

### 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)



#### □ '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.)

市 대표 외국어 누리집 및 SNS 등 다양한 매체를 활용한 외국인 맞춤 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

## 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 점점 민원서비스의 질적 개선을 도모

## □ 사업개요

- 대상 : 市 본청 및 사업소, 투자출연기관, 자치구
- 내용 : 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 테이) 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

## 2

# 민원통합관리시스템 「응답소」 기능개선 및 운영 (사업비 1,350백만원)

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	총무·기획·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 유지보수·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 특이 민원으로부터 민원 공무원과 민원인 보호 조치를 통한 원활한 민원행정 서비스 제공

#### □ 운영개요

- 위치/규모 : 신청사 1층 2,340m<sup>2</sup> ※ 직소민원팀 사무실 별도
- 근무인원 : 3개 팀 23명
- 주요업무 : 방문민원 및 직소민원 상담·안내·접수·분배·처리
  - 제증명·자격증 발급(14종), 통합민원 처리(30종), 고충민원·정보공개 청구 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	기타*
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	기타
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 민원으로부터 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)

작성자	민원담당관 : 김형규 ☎2133-6460	민원처리1팀장 : 권미정 ☎7900 민원처리2팀장 : 현미희 ☎7915 직소민원 팀장 : 김승현 ☎6045	담당자 : 유진엽 ☎7908 담당자 : 박태진 ☎7916 담당자 : 정윤희 ☎6046
-----	------------------------	---	---

# IV. 2024 행정사무감사 처리결과

홍보기획관

## □ 총괄

- 수감결과 처리요구사항 등 ..... 총 36건
- 조치내역

구분	계	완료	추진 중	검토 중	미반영
계	계	36	35	-	-
	시정·처리요구사항	21	21	-	-
	건의사항	3	2	-	-
	기타(자료제출 등)	12	12	-	-

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

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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)</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>○ 2025년 국어바르게쓰기위원회 2회 개최('25.10월 기준)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 10~12월 중 2회 추가 개최 예정(총 4회)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 행정부에서 TBS 관련 발언을 할 경우 TBS 직원들이 희망을 갖거나, 혼선이 없도록 표현에 신중을 기할 것. (홍보담당관)</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>○ 향후 TBS 관련한 발언 시 혼선이 없도록 표현에 신중을 기하겠음</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민청 리모델링 사업 관련하여 도시홍보관 도입에 대한 시민 의견을 수렴 충분히 확보하여야 함. 사전절차 없이 리모델링 진행해서는 안됨.</li> <li>- 시민 여론 관련 종합 계획 수립 후 보고 바람 (홍보담당관)</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>○ '25. 2월 : 여론조사 실시계획 수립</li> <li>○ '25. 4~6월 : 서울갤러리 조성 및 운영 관련 여론조사 실시</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 여론조사 결과 서울갤러리 조성 및 운영 계획 반영</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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)</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>○ 해당 용역은 TBS에서 '24년 市 출연금이 아닌 자체수입을 활용하여 진행한 용역으로 용역 결과는 TBS의 영업상 비밀에 해당하여 市에 미공유</li> </ul>

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

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<ul style="list-style-type: none"> <li>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)</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>홍보기획관은 주요 시정, 긴급한 재난·안전 정보 등 시민 생활에 필요할거나 도움이 되는 정보를 정확하고 시의성있게 제공하고자 노력하고 있음.</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>선거법 등 관련 법령 위배 여부 등 철저히 검토하여 시정 홍보 추진: 상시</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>서튜버 1년차이나, 조회수 등 성과가 저조함. 좋은 사업 아이템이니만큼 성과가 개선될 수 있는 대책 방안 마련이 필요함. (콘텐츠담당관)</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>내부 공모를 통해 끼와 재능을 보유한 직원을 '서튜버(서울시 공무원 유튜버)'를 선발하여 자연스럽고 친근한 홍보영상을 제작('23.11.~'24.11. 총 20건 제작) 하였으나,</li> <li>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</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>'공무원 브이로그' 등을 통해 서울시 공무원의 영상 콘텐츠 참여를 높이면서 다양한 방법으로 친근한 홍보영상 제작 추진</li> </ul>

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

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

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

# 건의사항

건의사항	조치결과
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS가 공공에 기여를 해온만큼 주파수가 이어질 수 있도록 서울시가 전폭적으로 지원해주길 바람. (홍보담당관)</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>○ ('24년) TBS 독립 운영 준비를 위해 인건비, 청사유지비 등 92억 출연 등 지원</li> <li>○ ('25년) TBS를 시정 정보 전달을 위한 광고 매체로 활용</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ TBS 당연직 이사로서 이사회 참여를 통해 주요사항 검토 지원</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 명예시장은 전문적 시견보다 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 바람. (홍보담당관)</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>○ 조례 개정으로 명예시장 정원 제한(20명) 규정을 삭제하여 ('25.3월) 다양한 시민이 명예시장으로 활동할 수 있도록 추진</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 메타버스 등 가상공간 연동하여 명예시장을 운영할 수 있는 방안 검토. (홍보담당관)</li> </ul>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 미반영</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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</li> </ul>

## 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"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)</li> </ul>
○ TBS 예산 집행 내역 일체. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)</li> </ul>
○ TBS 예비비 지출내역 증빙까지 세부내역 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)</li> </ul>
○ 서울시 명예시장 3년간 (2022~2024년) 누가 명예시장으로 선정이 됐고, 어떤 활동을 했는지 자료 제출 (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)</li> </ul>
○ 홍보대사 연임 횟수를 표기해서 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 5.)</li> </ul>
○ 9월, 10월 TBS 직원들 출근 현황 제출. (홍보담당관)	<input type="checkbox"/> <b>추진상황 :</b> 완료 <input type="checkbox"/> <b>추진내용 및 향후 추진계획</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자료 제출 완료 ('24. 11. 7.)</li> </ul>

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