

2023년도 홍보기획관 소관 세입·세출 예산안 검 토 보 고

I. 회부경위

1. 의안번호 : 제378호
2. 제 출 자 : 서울특별시장
3. 제출일자 : 2022년 11월 1일
4. 회부일자 : 2022년 11월 3일

II. 예산안 개요

1. 세입·세출예산안

가. 세입예산안

- 2023년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 일반회계 116억 4천 4백만원으로 전년도 116억 9천 5백만원 대비 5천 1백만원($\Delta 0.4\%$) 감액되었음.
- 세외수입은 105억 7백만원, 보조금은 11억 3천 7백만원이 각각 편성되었음.

< 2023년도 홍보기획관 세입예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2022년도	2023년도(안)	증감	증감률(%)
총 계		11,694,842	11,644,302	△50,540	△0.4
일반회계	세외수입	10,626,604	10,507,082	△119,522	△1.1
	보조금	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5

○ 세입예산안의 세부내역을 살펴보면,

- 세외수입은 ▶ 자치단체간부담금 95억 8천 9백만원 ▶ 재산임대수입 4억 2천 4백만원 ▶ 보조금반환수입 3억 4백만원 ▶ 사업수입 1억 2천 6백만원 ▶ 수수료수입 5천 1백만원 ▶ 사용료수입 1천 1백만원 ▶ 이자수입 1백만원 등임.
- 보조금은 ▶ 국고보조금등 11억 3천 7백만원임.

< 2023년도 홍보기획관 세입예산안 세부내역 >

(단위 : 천원)

구 분		2022년도	2023년도(안)	증감	증감률
계		11,694,842	11,644,302	△50,540	△0.4%
일반회계	세외수입	10,626,604	10,507,082	△119,522	△1.1%
	경상적세외수입	650,569	613,995	△36,574	△5.6%
	재산임대수입	431,459	423,905	△7,554	△1.8%
	사용료수입	19,924	10,792	△9,132	△45.8%
	수수료수입	57,687	51,463	△6,224	△10.8%
	사업수입	140,006	126,342	△13,664	△9.8%
	이자수입	1,493	1,493	-	-
	임시적세외수입	9,976,035	9,893,087	△82,948	△0.8%
	자치단체간부담금	9,606,398	9,588,670	△17,728	△0.2%
	보조금반환수입	369,637	304,417	△65,220	△17.6%
	보조금	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%
	국고보조금등	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%
	국고보조금등	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%

나. 세출예산안

(1) 총괄

- 2023년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 일반회계 838억 5천 4백만원으로 전년도 934억 5천 3백만원 대비 95억 9천 9백만원 (△10.3%) 감액되었음.

< 2023년도 홍보기획관 소관 세출예산안 개요 >

(단위 : 천원)

구 분		2022년도	2023년도(안)	증감	증감률(%)
총 계		93,453,169	83,853,941	△9,599,228	△10.3%
일반회계	사업비	92,753,784	83,178,592	△9,575,192	△10.3%
	행정운영경비	699,385	675,349	△24,036	△3.4%

- 이 중 사업비는 831억 7천 9백만원으로 전년 대비 95억 7천 5백만원(△10.3%) 감액되었고, 행정운영경비는 6억 7천 5백만원으로 전년 대비 2천 4백만원(△3.4%) 감액되었음.

(2) 사업별 분류(정책-단위-세부)

- 2023년도 홍보기획관의 사업구조는 정책사업 6개, 단위사업 12개, 세부사업 32개로 구성되었으며, 정책사업별 주요 세부사업은 다음과 같음.

【 시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현 】 386억 4천 9백만원

- 미디어재단 TBS 출연금 232억 1천 7백만원
- 언론매체를 통한 시정정보제공 57억 1천 9백만원

- 소통관리 및 시정정보 제공 50억 1천 5백만원
- 시민청 운영 및 확산 32억 1천 6백만원
- 시정여론조사 운영 4억 6천 9백만원
- 시정 영상물 제작·관리 3억 7천 1백만원
- 마을미디어 활성화 2억 9천 2백만원
- 서울시청 방송운영 2억 1천만원
- 서울특별시보 발행 8천 2백만원
- 현장소통 프로그램 운영 5천 8백만원

【 시민 역량강화를 통한 소통활성화 】 4억 3천 4백만원

- 서울 시청자미디어센터 운영 지원 2억 9천 6백만원
- 서울 미디어 랩 구축 및 운영 1억 3천 8백만원

【 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화 】 89억 9천 2백만원

- 뉴미디어 웹사이트 운영 24억 1천만원
- 서울시 누리집 운영 16억 1천 4백만원
- 뉴미디어 전략 마케팅 13억 5천 2백만원
- 인터넷언론사 활용 시정안내 8억 4천 9백만원
- 민간포털 협력 마케팅 7억 2천 2백만원
- 시정종합 월간지 「서울사랑」 제작 및 운영 6억 7천 1백만원
- 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화 4억 7천 1백만원
- 어린이신문 「내친구서울」 제작 및 운영 4억 1천 5백만원
- 누리집 관리체계 운영 3억 2천 1백만원
- 시민참여 프로그램을 통한 시정 공감대 확산 1억 6천 7백만원

【 시민참여 활성화 】 6억 8천 5백만원

- 시민참여 플랫폼 운영·관리 3억 8천 3백만원
- 시민참여 활성화 추진 3억 2백만원

【 시민 자긍심 고취 및 도시 경쟁력 제고 】 51억 7천 2백만원

- 해외 홍보 도시 마케팅 23억 5천만원
- 온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅 21억 8천만원
- 서울 상징물 활용 도시 홍보 6억 4천 3백만원

【 시민중심의 민원행정서비스 제공 】 292억 4천 6백만원

- 120다산콜재단 운영 267억 1천만원
- 민원제안통합관리시스템 운영 11억 5천 4백만원
- 일반여권발급업무대행 11억 3천 7백만원
- 민원서비스 품질관리 및 시상 2억 2천만원
- 통합민원 처리 및 열린민원실 운영 2천 5백만원

(3) 성과계획서

- 홍보기획관은 예산과 사업을 연계하는 성과중심의 사업운영을 위해 2023년도 성과계획에 전략목표 1개, 정책사업목표 6개, 성과지표 13개를 설정하고, 838억 5천 4백만원을 편성하였음.

< 2023년도 홍보기획관 성과계획 총괄 >

(단위 : 개, 백만원)

실국명	성과계획				예산액		
	전략목표수	정책사업목표		단위사업수	예산액	전년도예산액	비교증감
		개수	지표수				
홍보기획관	1	6	13	12	83,854	93,222	△9,368

< 2023년도 홍보기획관 성과계획 예산현황 >

(단위 : 백만원)

구 분	예산액		전년도예산액		비교증감	
	예산액	구성비	전년도예산액	구성비	비교증감	증감률
계	83,854	100.00%	93,222	100.00%	△9,368	△10.05%
정책사업	83,179	99.19%	92,517	99.24%	△9,338	△10.09%
행정운영경비	675	0.81%	705	0.76%	△30	△4.20%
인력운영비	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
기본경비	675	0.81%	705	0.76%	△30	△4.20%
재무활동	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%

< 2023년도 홍보기획관 성과지표 현황 >

실국별	정책사업목표명	성과지표명(단위)	23년 목표치	지표종류		예산액 (백만원)
				정량/ 정성	성격	
총 계						83,179
홍보기획관	다양한 매체 활용을 통한 시정정보 제공으로 시민 소통 활성화	시책사업의 전략적 홍보 건수(건)	550	정량	결과	38,649
		시민청 만족도 조사(%)	90	정량	결과	
		시정 소통활동 시민 참여자 수(명)	50,150	정량	결과	
	시민 누구나 미디어를 활용해 소통할 수 있는 능력 향상을 통한 미디어 복지 향상	미디어 스타트업 지원 건수(개)	10	정량	결과	434
	시민과의 소통활성화로 시정 공감대 확산	소셜네트워크 시민 참여자 수(명)	1,290,000	정량	결과	8,992
		내 손안에 서울 콘텐츠 건당 평균 조회수(회)	8,040	정량	결과	
		홍보매체 이용 만족도(%)	89.1	정량	결과	
	시민의 시정참여 확대 및 활성화	시민제안 플랫폼 접수되는 시민제안 건수(건)	1,200	정량	결과	685
	시민 참여 글로벌 거버넌스를 통한 도시브랜드 확산	해외마케팅을 통한 도시 매력 전파 건수(건)	18,676,350	정량	결과	5,172
		시 대표 외국어 온라인 매체 이용 건수(천건)	46,700	정량	결과	
	시민감동 민원행정 서비스 제공	응답소 민원처리 지연율(%)	2.53	정량	산출	29,246
		민원응대서비스 시민 만족도(점)	90	정량	결과	
		법정민원 스피드지수(%)	81.5	정량	산출	

2. 신규사업 및 종료사업

가. 2023년도 신규사업

- 2023년도 홍보기획관 소관 신규사업은 없음.

나. 2022년도 종료사업

- 2022년도 종료사업은 ▶ 시민 제안 발굴 및 실행 7억 9천만원 ▶ 사회 혁신 생태계 조성 및 지원 2억 4천 6백만원 등 총 2개 사업 10억 3천 6백만원임.
- 2022년 7월 서울시 조직개편에 따라 시민협력국 4개 사업은 홍보 담당관으로 이관되었고, 이 중 2개 종료사업예산은 2023년도 예산안 중 ▶ 시민참여 활성화 추진 3억 2백만원 ▶ 시민참여 플랫폼 운영·관리 3억 8천 3백만원 등과 통합·조정되었음.

< 사업 통폐합 현황 >

사업명	2022예산 (단위 : 천원)	사업명	2023예산(안) (단위 : 천원)
합 계	1,531,861	합 계	685,162
시민참여 활성화 추진	281,650	시민참여 활성화 추진	302,400
시민 제안 발굴 및 실행	790,300	< 종료 >	
사회혁신 생태계 조성 및 지원	245,500	< 종료 >	
시민참여 플랫폼 운영·관리	214,411	시민참여 플랫폼 운영·관리	382,762

3. 주요 증·감액 사업

가. 증액사업

- 2023년도 세출예산안 중 주요 증액사업은 ▶ 언론매체를 통한 시정 정보제공(9억 3백만원) ▶ 서울시청 방송운영(1억 9백만원) ▶ 뉴미디어 전략 마케팅(1억 7천 8백만원) ▶ 시민참여 플랫폼 운영·관리(1억 6천 8백만원) ▶ 온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅(2억 3천 6백만원) ▶ 120다산콜재단 운영(11억 2천 7백만원) 등임.

< 주요 증액사업 현황(1억원 이상 및 30% 이상) >

(단위 : 천원)

연도	사업명	2022년도	2023년도(안)	증감	증감률	사유
1	언론매체를 통한 시정 정보제공	4,815,892	5,718,892	903,000	18.8%	TV·라디오 등 방송매체 및 신문 등 인쇄매체 광고비 증액
2	서울시청 방송운영	101,000	209,722	108,722	107.6%	방송장비 유지관리 및 교체에 따른 증액
3	뉴미디어 전략 마케팅	1,173,460	1,351,502	178,042	15.2%	모바일 광고 및 유튜브 채널 운영 및 영상콘텐츠 제작비 증액
4	시민참여 플랫폼 운영·관리	214,411	382,762	168,351	78.5%	'사회혁신 생태계 조성 및 지원' 예산 통합 및 서울창의성 시스템 예산 반영
5	온라인 매체 활용 서울 해외 홍보마케팅	1,943,200	2,179,600	236,400	12.2%	외국어 온라인매체 운영강화 및 해외홍보 프로모션 증액
6	120다산콜재단 운영	25,582,764	26,709,699	1,126,935	4.4%	시 콜센터 구축비 및 인건비 증액

나. 감액사업

- 2023년도 세출예산안 중 주요 감액사업은 총 9개 사업으로 ▶ 미디어 재단 TBS 출연금(△87억 8천 3백만원) ▶ 마을미디어 활성화(△4억 5천 8백만원) ▶ 서울 미디어 랩 구축 및 운영(△3억 7천 1백만원) ▶ 인터넷

언론사 활용 시정안내(△1억 6천만원) ▶ 시민 제안 발굴 및 실행(△7억 9천만원) ▶ 사회혁신 생태계 조성 및 지원(△2억 4천 6백만원) ▶ 해외 홍보 도시 마케팅(△4억원) ▶ 서울 상징물 활용 도시 홍보(△2억 2천 5백만원) ▶ 민원제안통합관리시스템 운영(△9억 4천 9백만원) 등임.

< 주요 감액사업 현황(1억원 이상 및 30% 이상) >

(단위 : 천원)

연도	사업명	2022년도	2023년도(안)	증감	증감률	사유
1	미디어재단 TBS 출연금	32,000,000	23,217,308	△8,782,692	△27.4%	자주재원과 의존재원 비율 50:50으로 편성
2	마을미디어 활성화	750,000	292,006	△457,994	△61.1%	위탁기간 만료('23.4.9)에 따른 민간위탁금 조정
3	서울 미디어 랩 구축 및 운영	509,212	137,817	△371,395	△72.9%	위탁기간 만료('23.3.31)에 따른 민간위탁금 조정
4	인터넷언론사 활용 시정안내	1,009,260	849,210	△160,050	△15.9%	콘텐츠 제작단가 상승으로 인한 홍보 횟수 조정
5	시민 제안 발굴 및 실행	790,300	-	△790,300	△100.0%	'시민참여 활성화 추진'과 통합
6	사회혁신 생태계 조성 및 지원	245,500	-	△245,500	△100.0%	분할하여 '시민참여 활성화 추진' 및 '시민참여 플랫폼 운영·관리'와 통합
7	해외 홍보 도시 마케팅	2,750,000	2,350,000	△400,000	△14.5%	매체 활용 홍보의 효율화에 따른 도시마케팅 예산 등 감액
8	서울 상징물 활용 도시 홍보	867,750	642,500	△225,250	△26.0%	신규 서울 브랜드 개발에 따른 기존 브랜드 관련 사업 등 감액
9	민원제안통합관리시스템 운영	2,103,388	1,154,048	△949,340	△45.1%	응답소시스템 재개발사업 종료에 따른 감액

Ⅲ. 전문위원 검토보고(수석전문위원 주우철)

1. 세입 현황

- 2023년도 홍보기획관 소관 세입예산안은 총 116억 4천 4백만원으로 전년 대비 5천 1백만원(△0.4%) 감액되었음.

< 2023년도 홍보기획관 소관 세입예산안 >

(단위 : 천원)

구분	2022년도	2023년도(안)	증감	증감율	편성내역
총 계	11,694,842	11,644,302	△50,540	△0.4%	
세외수입	10,626,604	10,507,082	△119,522	△1.1%	
경상적 세외수입	650,569	613,995	△36,574	△5.6%	
재산임대수입	431,459	423,905	△7,554	△1.8%	서울시청자미디어센터 임대료 수입
사용료수입	19,924	10,792	△9,132	△45.8%	서울미디어랩 입주기업 사용료
수수료수입	57,687	51,463	△6,224	△10.8%	자격증교부 등 증지수입 등
사업수입	140,006	126,342	△13,664	△9.8%	시민청 수입, 시정간행물 판매수입
이자수입	1,493	1,493	0	0.0%	시민청 민간위탁금 이자수입
임시적 세외수입	9,976,035	9,893,087	△82,948	△0.8%	
자치단체간부담금	9,606,398	9,588,670	△17,728	△0.2%	120다산콜센터 자치구 운영분담금
보조금반환수입	369,637	304,417	△65,220	△17.6%	시민청 민간위탁금 집행잔액
보조금	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%	
국고보조금등	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%	
국고보조금등	1,068,238	1,137,220	68,982	6.5%	일반여권 발급업무 대행 보조금

- 주요 증감내역은 ▶ 재산임대수입 4억 2천 4백만원(△1.8%) ▶ 120다산콜센터 자치구 운영분담금 95억 8천 9백만원(△0.2%) 등이 감액되었으며, ▶ 여권발급량 증가에 따른 여권발급대행 국고보조금 등 11억 3천 7백만원(6.5%)이 증액 편성되었음.

가. 서울 미디어 랩 사용료 수입

- 서울 미디어 랩은 2020년 4월부터 미디어 스타트업 입주공간과 협업공간을 지원하는 사업으로 현재 시청자미디어재단¹⁾이 서울시로부터 민간위탁(2020.4.~2023.3.)을 받아 운영 중임.
- 세입은 운영 중인 10개 입주공간에 대한 입주기업의 사용료수입이며, 2023년도 세입예산안에는 전년 대비 9백만원(△45.8%) 감소한 1천 1백만원이 편성되었음.
- 최초 입주는 2020년 8월 시작하였으며, 해당 사업의 세입실적은 10개의 입주공간에 대한 입주기업의 사용료 납부액으로 2023년 3월 민간위탁은 종료될 예정임.

< 서울미디어랩 입주기업 사용료 수입내역 >

(단위 : 천원)

구분	예산액	결산액	비고
2021	16,800	15,513	2020.8.~2021.7.
2022	19,924	(예정)15,312	2021.8.~2022.7.
2023	10,792	-	2022.8.~2023.3.
합계	47,516		

나. 시민청 민간위탁금 집행잔액 과목 변경

- 홍보기획관은 시청 시민청과 삼각산 시민청 2개 시설을 각각 민간 위탁방식으로 운영 중이며, 2023년도 세입예산안에는 전년도 민간 위탁금 집행잔액을 위탁금반환수입으로 편성하였음.

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

- 예산액은 전년 대비 6천 5백만원(17.6%) 감소한 3억 4백만원이 편성되었음.

< 2023년도 홍보기획관 위탁금반환수입(안) >

(단위 : 천원)

구 분	2023년도(안)	2022년도	증감	증감률
일반회계(100)	<홍보기획관 홍보담당관> ◦ 시민청 위탁사업비 집행잔액			
세외수입(200)				
임시적세외수입(220)				
보조금반환수입(223)	304,417	369,637	△65,220	△17.6%
자체보조금등반환수입(02)	-	369,637	△369,637	△100.0%
위탁비반환수입(03)	304,417	-	304,417	-

- 「2023년도 지방자치단체 예산편성 운영기준 및 기금운용계획 수립기준」에 따라 보조금반환수입내 위탁비반환금(223-03)을 신설하여 해당 목으로 이동·편성한 것임.

< 2023년도 지방자치단체 예산편성 운영기준 개정일부 >

현 행				개 정			
장	관	항	목	장	관	항	목
	220	임시적세외수입			220	임시적세외수입	
		223	보조금 반환수입			223	보조금 반환수입
			223-01 시도비보조금등반환수입				223-01 시도비보조금등반환수입
			223-02 자체보조금등반환수입				223-02 자체보조금등반환수입
			<신 설>				223-03 위탁비반환수입

2. 세출 현황

- 2023년도 홍보기획관 소관 세출예산안은 총 838억 5천 4백만원으로 전년 대비 95억 9천 9백만원(△10.3%) 감액되었음.

< 2023년도 홍보기획관 소관 세출예산안 >

(단위 : 천원)

구분	2023(안)	2022	증감	증감률	비고
총 계	(x1,137,220) 83,853,941	(x1,068,238) 93,453,169	(x68,982) △9,599,228	△10.3%	
사업비	(x1,137,220) 83,178,592	(x1,068,238) 92,753,784	(x68,982) △9,575,192	△10.3%	
홍보담당관	(x-) 39,083,240	(x-) 47,707,693	(x-) △8,624,453	△18.1%	·미디어재단 TBS 출연금 8,783백만원 ·마을미디어 활성화 458백만원 ·서울미디어랩 구축 및 운영 371백만원 감액 등
뉴미디어 담당관	(x-) 9,677,041	(x-) 10,510,047	(x-) △833,006	△7.9%	<사업종료에 따른 감액 등> ·시민제안 발굴및실행 790백만원 ·사회혁신 생태계 조성 및 지원 246백만원
서울브랜드 담당관	(x-) 5,172,100	(x-) 5,560,950	(x-) △388,850	△7.0%	·해외홍보도시마케팅 400백만원 ·서울상징물활용도시홍보 225백만원 감액 등
민원담당관	(x1,137,220) 29,246,211	(x1,068,238) 28,975,094	(x68,982) 271,117	0.9%	·120다산콜재단운영 1,127백만원 증액 등 ·여권발급대행 국고보조금 자치구 교부 69백만원 증액
행정운영경비	675,349	699,385	△24,036	△3.4%	

- 홍보기획관의 예산액은 2020년 미디어재단 TBS 출범으로 출연금이 급증한 후, 코로나19 발생을 기점으로 지속적으로 감소하고 있음.

< 2019~2023년도 홍보기획관 세출예산 현황 >

(단위 : 백만원)

구분	2019년도	2020년도	2021년도	2022년도	2023년도(안)
예산액	59,352	106,546	101,803	93,453	83,854
전년대비증감액	11,542	47,194	△4,743	△8,350	△9,599
전년대비증감율	24.1%	79.5%	△4.5%	△8.2%	△10.3%

※ 2020.2.17. 서울특별시 미디어재단 티비에스(tbs) 출범

- 세출예산은 총 95억 9천 9백만원(△10.3%) 감액된 바, 대부분 TBS 출연금 감액에 기인한 것으로, TBS 출연금 감액규모인 87억 8천 3백만원이 차지하는 비율은 91.5%에 해당함.

< 2023년도 미디어재단 TBS 출연금 편성 현황 >

(단위 : 천원)

사업명	2023예산(안)	2022예산	증감액	증감률
미디어재단 TBS 출연금	23,217,308	32,000,000	△ 8,782,692	△27.4%

- 민선8기 시정을 본격적으로 추진하기 위해 시정정보 제공을 위한 사업은 증액되었으며, 민간위탁방식으로 운영해 온 시민 미디어 역량 강화 사업과 미디어 관련 스타트업 사업은 올해 중 종료하기 위해 감액되었음.

- 또한 2022년 7월 서울시 조직개편에 따라 시민협력국이 폐지되면서 일부 업무가 뉴미디어담당관으로 이관되어 해당 사업의 전신이었던 서울민주주의위원회 관련 사업은 대부분 종료하게 되었음.

가. 시정방향과 연계된 성과지표 필요

- 홍보기획관은 ‘시민과의 소통을 통한 시정공감대 확산 및 참여시정 구현’을 전략목표로 설정하고, ▶ 시민과의 소통 강화로 시정공감대 확산 ▶ 해외 홍보를 통한 서울브랜드 가치 제고 ▶ 고품질 민원서비스 제공으로 시민감동 행정구현 등을 기본방향으로 제시함.

- 이에 전략목표를 실현하기 위하여 6개의 정책사업목표를 제시하고, 미디어 복지 분야의 정책사업목표를 ‘시민 누구나 미디어를 활용해 소통할 수 있는 능력 함양을 통한 미디어 복지 향상’으로 설정해 4억 3천 4백만원의 예산을 편성하였음.

- 해당 예산액은 전체 성과계획 예산인 831억 7천 9백만원의 0.5% 규모로 ‘미디어 복지 향상’이라는 정책사업목표를 달성하기에는 너무 미미한 수준이며, 성과지표 목표치인 ‘미디어 스타트업 지원 건수’ 10개는 미디어 스타트업 입주가능공간의 수에 불과하므로 이를 목표치로 설정하기에는 부적절한 측면이 있음.

< 2023년도 미디어 복지 분야 성과지표 및 목표치 >

성과지표(단위)	지표 유형	가중치	실적 및 목표치					측정산식 또는 측정방법	자료수집 방법/출처	
			구분	21	22	23	24			25
미디어 스타트업 지원 건수(개)	일반	100	목표	10	10	10	-	-	미디어 분야 창업 및 육성 지원 스타트업 개수	미디어 서울 센터 입주 스타트업 개수
			실적	10	10 (9월말)					

- 또한 해당 성과지표에 해당하는 ‘서울 미디어 랩 구축 및 운영’ 사업은 2023년 3월 민간위탁기간의 만료와 함께 사업종료 예정임에도 이를 성과지표로 설정한 것은 시정방향²⁾과 어긋난 지표를 성과계획에 활용하고 있다는 방증이 된다고 할 수 있음.
- 따라서 향후 성과계획 작성 시 시정방향에 부합한 정책사업목표와 성과지표를 개발하여 상호 간 연계가 가능하도록 설정하고, 성과지표 달성이 곧 실질적인 시정 성과로 이어질 수 있는 구조를 확립해야 할 것임.

2) 서울시는 2023년 예산안에 47조 2,052억원을 편성하면서 ① 약자와의 동행 ② 매력특별시 ③ 도시 안전 등 3대 투자중점을 추진하기로 발표했고, 성과지표로 제시한 ‘미디어 복지’ 분야 예산은 이에 포함되지 않았음.

나. 주요사업 검토

(1) 언론매체를 통한 시정정보제공(사업별설명서 25쪽)

- ‘언론매체를 통한 시정정보제공’은 인쇄매체, TV, 라디오 등을 통해 시정을 광고하고 주요시책 정보를 제공하는 사업으로, 2023년도 예산은 전년 대비 9억 3백만원(18.8%) 증액된 57억 1천 9백만원이 편성되었음.

< 2023년도 언론매체를 통한 시정정보제공 예산 >

(단위 : 천원)

구분	2022년		2023예산(안) (B)	증감 (B-A)	(B-A)*100/A
	본예산	최종예산(A)			
계	4,815,892	4,815,892	5,718,892	903,000	19
사무관리비	4,750,000	4,750,000	5,653,000	903,000	19
시책추진업무추진비	65,892	65,892	65,892	0	0

- 증액된 세부내역은 인쇄·방송매체를 통한 시정정보 제공 횟수를 늘리는 것으로 ▶ 인쇄매체분야 3억 3천 3백만원 ▶ 방송매체분야 5억 7천만원 등이 각각 증액되었으며, 그 내역은 다음과 같음.

< 2022~2023년도 매체별 시정정보제공 변동내역 >

(단위 : 백만원)

구분		2022년도		2023년도(안)		증감
		예산	횟수	예산	횟수	
방송매체	지상파TV	1,250	25	1,500	30	5
	라디오 캠페인	440	40	660	60	20
	케이블 등	1,350	54	1,450	58	4
인쇄매체	신문	1,170	130	1,503	167	37
	잡지/정보지	540	150	540	150	-

- 홍보기획관은 동 사업을 통해 ‘시정 주요사업에 대한 효과적 시정 정보 제공’ 을 목표로 삼고, ‘시정 주요사업 정보 확산을 통한 시정 인지도 제고 및 편익 제공’ 이라는 효과를 기대하고 있음.
- 그러나 사업목표에서 ‘효과성’, 기대효과에서 ‘인지도 제고 및 편익 제공’ 이라는 기준을 제시하고 있으면서 추진실적에서는 인쇄·방송매체를 통한 광고실적 횟수만을 집계하고 있음.

< 최근 3년 간 방송·인쇄매체 광고 실적 >

구분	2020년도	2021년도	2022년도(9.30.기준)
방송	152개 / 15,281회	65개 / 5,043회	36개 / 1,831회
인쇄	27개 / 852회	21개 / 419회	9개 / 277회

- 또한 2020년 코로나19 발생 이후 예산과 실적이 감소하고 있는 추세로 예산 증액을 통한 광고실적 횟수 증가만으로는 사업의 효과성을 입증할 수 없는 측면이 있음.
- 따라서 광고횟수라는 공급자 중심적·정량적 결과 지표외에 사업 효과를 측정할 수 있는 구체적·정성적 지표를 함께 마련하여 이를 예산증액의 타당성을 높이는 데 적극 활용하도록 해야 할 것임.

(2) 시민청 운영 및 확산(사업별설명서 42쪽)

- ‘시민청 운영 및 확산’ 은 시청시민청과 삼각산시민청 2개의 시민청을 운영하기 위한 사업으로 2023년도 예산은 전년 대비 5천 1백만원(1.6%) 증액된 32억 1천 6백만원이 편성되었음.

- 현재 2개의 시민청은 민간위탁방식으로 운영 중이며, 각각 서울문화재단과 (주)인사이트모션이 위탁운영 중임.
- 2023년에는 시민청 리모델링 기본계획 용역을 위한 예산 5천 4백만원을 편성하였음.

< 2023년도 시민청 운영 및 확산 예산현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2022년		2023예산(안) (B)	증감 (B-A)	(B-A)*100/A
	본예산	최종예산 (A)			
계	3,164,537	3,164,537	3,215,919	51,382	2
사무관리비	89,890	89,890	87,672	△2,218	△2
민간위탁금	3,074,647	3,074,647	3,074,647	0	0
시설비	0	0	53,600	53,600	100

- 서울시는 시민청을 개관한 이후 3차례 연구용역을 실시하였음에도 리모델링을 위한 용역을 추진하는 것은 그동안의 계획수립·추진 비용 등 행정력 낭비를 초래하는 것임.
- 리모델링이 진행될 경우 기존에 추진하던 정책은 중단될 수 있으며, 연구용역비뿐만 아니라 기집행예산, 대기비용 등을 포함한 매몰비용이 대규모 발생될 수 있어 행정력 낭비라는 비판이 제기됨.

< 시민청 개관 이후 실시된 연구용역 >

(단위 : 천원)

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

- 서울시는 지역 간 균등서비스를 제공하기 위하여 2016년 1월 「서울특별시 시민청(市民廳) 운영 및 관리 조례」를 개정하여 시장이 필요하다고 인정하는 곳에 시민청을 설치할 수 있도록 권역별 시민청 확대를 위한 근거 규정을 마련하였음.
- 후속 조치로 2016년 3월 시민청 추가건립 타당성 등 연구 용역을 실시하여 2018년 4월 우이신설 솔밭공원역사에 삼각산시민청(제2 시민청)을 개관하였음.
- 이후 2019년 6월 권역별 시민청 확산 조성계획을 수립하여 같은 해 12월 권역별 시민청 조성 선정대상지 4개소³⁾를 발표하고, 2020년 5월 권역별 시민청 조성 기본구상 및 타당성조사 용역을 시행하였음.
- 용역 결과, 시민청에 대한 이용자 만족도(약 94%)와 시민청 확산운영에 대한 시민의 요구가 높은 가운데 권역별 시민청의 설치 필요성은 인정하면서도 경제적 타당성을 분석할 만한 방법론이 정립되지 않아 이를 보완할 수 있는 추가적인 조사연구가 필요하다는 제언을 하였음.
- 이에 서울시는 2021년 12월 대표 시민청이라 할 수 있는 시청시민청에 대하여 포스트코로나시대를 대비하는 시민청 공간 운영·혁신 기본 계획 수립을 위한 연구용역을 실시하고, 이를 기반으로 권역별 시민청 조성 계획을 재수립하기로 결정한 바 있음.

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

- 따라서 서울시는 시민청의 사업방향성을 전면 재수정하기에 앞서 시민편익을 위해 기운영공간이 적극 활용될 수 있는 방안을 우선 마련하고 전반적인 계획을 조속히 수립해야 할 것임.

(3) 마을미디어 및 서울 미디어 랩(사업별설명서 48쪽 / 78쪽)

- ‘마을미디어 활성화’는 성북구 길음동에 소재한 서울마을미디어 지원센터를 운영하고, 마을미디어 교육, 컨설팅, 콘텐츠 유통 등을 지원하는 사업임.
- 동일 건물내 ‘서울 미디어 랩’은 2020년 4월부터 시청자미디어 재단이 민간위탁을 받아 미디어 스타트업 생태계를 구축하고 맞춤형 창업을 지원하는 시설임.
- 2023년도 예산안 중 ‘마을미디어 활성화’는 전년 대비 4억 5천 8백만원(△61.1%) 감액된 2억 9천 2백만원, ‘서울 미디어 랩 구축 및 운영’은 전년 대비 3억 7천 1백만원(△72.9%) 감액된 1억 3천 8백만원이 편성되었음.

< 2023년도 마을미디어 활성화 / 서울 미디어 랩 구축 및 운영 예산 >

사업명	2022예산	2023예산(안)	증감액	증감률
마을미디어 활성화	750,000	292,006	△457,994	△61.1%
서울 미디어 랩 구축 및 운영	509,212	137,817	△371,395	△72.9%

- ‘마을미디어 활성화’ 는 서울시가 민간위탁사업을 대대적으로 구조조정해 가는 가운데 그동안 서울시가 마을 자치와 시민의 커뮤니케이션 권리를 확장하는 데 마중물 역할은 다 했다고 판단하여 사업을 폐지하는 수순을 밟고 있음.
- 2012년 서울에 공동체라디오와 마을신문은 5곳에 불과했으나 서울시 마을미디어 활성화 이후 2021년 기준 55곳의 마을미디어가 서울시 사업 지원을 받아 활동 했음.

< 서울 마을미디어 지도 >

매체	단체명
라디오/팟캐스트	마을미디어뽀, 성북FM, 강동FM, 창골미디어, 양천해누리복지관 등
영상	심장이 달린 카메라, 협동조합 청청, 서리풀 영상연구회 등
신문/잡지	돌레길 협동조합, 은행정 책마당, 산책하는 개미들, 방배골목여행단 등
기타	노원마을미디어 사회적협동조합, 영등포시민연대 피플

- 그러나 구독자수가 5~6명 밖에 안 되는 SNS 채널도 남아있는 등 사업결과에 대한 효과성에 의문이 제기되는 등 마을미디어 사업에 대한 부정적 시각이 존재함.
- 또한 2019년도 사업에 참여한 업체의 보조금 통장 사본이 위조된 사실이 드러나 행정심판 결과 업무상 횡령으로 보조금 결정 취소 조치가 내려지는 등 사업관리가 제대로 이루어지지 않은 이력이 있음.
- 다만, 민간위탁사업 편성 당시 수요와 타당성 조사를 소홀히 한 것으로 운영 과정 중 공간조성과 장비취득을 위한 예산이 불과 3년 만에

매몰되는 사업운영 방식은 지양해야 할 것임.

- 한편 ‘서울 미디어 랩 구축 및 운영’은 경제정책실 소관 서울산업진흥원에 유사한 사업이 존재한다는 사유로 내년 3월 종료하기로 결정했음.
- 타기관 사업과의 중복을 사유로 민간위탁실시 3년 만에 사업을 종료하는 것은 편성 당시 수요와 타당성 조사를 소홀히 했다는 비판이 뒤따를 수 있으므로 향후에는 신규사업 편성 이전 사전 조사를 통해 타사업과의 중복여부를 면밀히 살펴야 할 것임.
- 또한 관광체육국이 관광플라자를 통해 관광 스타트업 사업을 운영하는 것처럼 창업지원은 각 실국의 전문성에 따라 더 체계적인 지원이 가능한 경우도 있으므로 무조건적인 통폐합보다 사업 특성을 고려한 사업 조정이 이루어져야 함.

(4) 서울 상징물 활용 도시 홍보(사업별설명서 175쪽)

- ‘서울 상징물 활용 도시 홍보’는 국내외 시민의 다양한 일상에 신규 도시브랜드를 확산하기 위해 홍보 마케팅을 추진하는 사업으로 2023년도 예산에는 전년 대비 2억 2천 5백만원(△26.0%)이 감액된 6억 4천 3백만원이 편성되었음.

< 2023년도 서울 상징물 활용 도시 홍보 예산현황 >

(단위 : 천원)

구 분	2022년		2023예산(안) (B)	증감 (B-A)	(B-A)*100/A
	본예산	최종예산 (A)			
계	867,750	867,750	642,500	△225,250	△26
사무관리비	764,500	764,500	617,500	△147,000	△19
공공운영비	13,250	13,250	0	△13,250	△100
행사운영비	50,000	50,000	0	△50,000	△100
시책추진업무추진비	10,000	10,000	10,000	0	0
기타보상금	30,000	30,000	15,000	△15,000	△50

- 2014년 홍보기획관은 「서울 브랜드 개발 추진 기본계획」을 수립하고, 이에 따라 2016년 신규사업으로 22억 7천 4백만원의 예산을 투입해 사업의 전신인 ‘서울시 도시브랜드 마케팅’을 편성하였음.
- 2015년 서울브랜드 아이디어 공모전 추진 및 홍보 계획을 수립·추진하여 같은 해 10월 ‘아이서울유’를 서울의 도시브랜드로 선정했고, 상징물 설치·관리외에도 협업 사업인 서울브랜드 파트너스를 운영하는 등 각종 연계사업을 실시해 왔음.

< 아이서울유 선정 이후 관련 사업 예산현황 >

(단위 : 천원)

사업명	연도	예산액	비고
계		10,640,500	
서울시 도시브랜드 마케팅	2016년도	2,274,000	
	2017년도	1,850,000	
	2018년도	1,650,000	
	2019년도	2,000,000	
	2020년도	1,131,000	
서울 상징물 연계 마케팅	2021년도	867,750	사업명 변경
	2022년도	867,750	

- 민선 8기 출범 이후 서울시는 기존 서울브랜드인 아이서울유에 대하여 “내국인도 외국인도 이해하기 어려운 모호한 의미와 영문 표기로 도시브랜드의 필수요소인 의미전달의 직관성이 부족하다는 지적을 받아왔다” 라는 사유로 브랜드 교체사업을 추진하였음.

< 2022년 브랜드 여론조사 결과 요약 >

- 서울시는 서울시민 1,000명과 서울방문 경험 외국인 200명을 대상으로 온라인설문을 실시하였고, 새로운 브랜드 제작 필요성을 반영하였음.
(조사기관 : 와이즈 / 조사기간 : 2022.6.14. ~ 2022.6.24.)
- 조사결과 ▶ 아이서울유 인지도(국내 69.3%, 해외 17.9%) ▶ 브랜드 호감도(국내 73.8%, 해외 57.5%) ▶ 새로운 브랜드 제작 필요성(국내 68.1%, 해외 73.0%) 등으로 나타났음.

※ 붙임 자료 참조

- 이러한 결과는 기존 브랜드 자체의 실패라기 보다는 기존 브랜드를 홍보 마케팅하는 방식에서 효과성이 떨어지는 것으로 평가할 수 있음.
- 따라서 사업의 방향성을 브랜드 교체에 한정하는 것이 아니라 새로운 브랜드를 알리는 방식에 대한 연구로 확장할 필요성이 있음.

라. 재단 출연금

(1) 미디어재단 TBS 출연금(사업별설명서 30쪽)

- 미디어재단 티비에스(이하 “TBS”)는 미디어를 통한 시민의 동등한 정보 접근의 보장, 시민의 시정참여 확대, 문화예술 진흥을 위하여 2020년 2월 설립되었음.
- 현재 2실 5본부 29팀에 354명의 인력을 갖추고 있으며(2022년 9월 기준), 방송통신위원회로부터 tbs FM, tbs TV, tbs eFM 등 3개의 방송을 허가받아 운영하고 있음.

< TBS 인력 현황 >

□ 정원 398명 / 현원 354명 ('22. 9. 1. 기준)

구분	계	대표이사	가급	나급	다급	라급	마급	관리운영직
정원	398	1	28	52	53	76	179	9
현원	354	1	22	48	53	50	174	6
과부족	△44	0	△6	△4	0	△26	△5	△3

※ 서울시 파견공무원(2명), 기간제 직원(22명) 제외

- 2023년도 TBS의 출연금 규모는 232억 1천 7백만원으로 2022년도 320억원 대비 27.4% 감액되었음.
- 당초 TBS가 2023년도 출연 동의를 위하여 서울시에 제출한 출연 규모는 411억 8천 3백만원이었으나 서울시는 232억 1천 7백만원을 동의안으로 제출하였음.

- 이는 서울시 출연금과 자체수입 비중을 50:50으로 편성한 것으로, 공영방송인 KBS의 경우 자체수입 비중이 50% 수준이라는 점을 감안한 조치로 보임.

< 2023년도 TBS 출연금 규모(안) >

(단위 : 천원)

구분	TBS 제출(안)	서울시 제출(안)
계	48,112,557	46,434,616
출연금	41,182,557	23,217,308
자체수입	6,930,000	23,217,308

(가) 수입예산안

- 2023년도 TBS 수입예산안은 출연금과 자체수입으로 구성되어 있으며, 각각 232억 1천 7백만원을 편성되었음.
- TBS가 제출한 자체수입안은 전년 대비 74억 7천만원(47.8%)이 감액된 69억 3천만원이며, 서울시가 제시한 예산액 232억 1천 7백만원과 많은 차이가 발생함.
- 세부내역은 ▶ 광고·협찬수입 66억 3천만원원 ▶ 순세계잉여금 2억원 ▶ 기타영업수익 1억원 등이며, 광고·협찬수입은 전년도 98억원 대비 32.3% 감액 편성한 것임(전년도미수금 포함).

< 2023년도 TBS 수입예산안 >

(단위 : 천원)

구분	세부내역	2022년 최종예산 (A)	2023년 본예산(B)		증감액(C=B-A)		증감율(C/A,%)		
			재단(안)	서울시(안)	재단(안)	서울시(안)	재단(안)	시(안)	
합 계		46,500,000	46,434,616	46,434,616	Δ65,384	Δ65,384	Δ0.1	Δ0.1	
의존 재원	서울시출연금	32,000,000	39,504,616	23,217,308	7,504,616	Δ8,782,692	23.5	Δ27.4	
	소 계	14,500,000	6,930,000	23,217,308	Δ7,470,000	8,717,308	Δ47.8	60.1	
자체 재원	순세계잉여금	4,500,000	200,000	200,000	Δ4,300,000	Δ4,300,000	Δ95.6	Δ95.6	
	광고· 협찬 수입	당해연도	9,000,000	6,000,000	22,287,308	Δ3,000,000	13,287,308	Δ33.3	147.6
		전년도	800,000	630,000	630,000	Δ170,000	Δ170,000	Δ21.3	Δ21.3
	기타영업외수익	200,000	100,000	100,000	Δ100,000	Δ100,000	Δ50.0	Δ50.0	

- TBS의 광고·협찬 환경변화가 당분간 쉽지 않고 자체수입의 큰 부분이 특정 프로그램에 편중되어 있어 프로그램 지속 여부에 따라 광고·협찬수입이 대폭 감소될 수 있는 상황임.
- 또한 광고·협찬수입은 제작비를 선투입한 후 발생하는 구조로, 제작비 감소는 자체수입 감소로 이어질 수 있어 향후 수입실적이 개선될 여지는 없을 것으로 예측됨.

(나) 지출예산안

- 2023년도 TBS 지출예산안은 464억 3천 5백만원으로 전년 대비 6천 5백만원(Δ0.1%) 감액되었으며, 정책사업비(38%)와 행정운영경비(62%)로 구분됨.

< 2023년도 TBS 지출예산안 >

(단위 : 천원)

구분	세부사업명	2022년도	2023년도	증감액	증감율
합 계		46,500,000	46,434,616	△65,384	△0.1%
정책사업비 계 (38.0%)		16,985,890	17,657,974	672,084	4.0%
전략 기획실	소 계	1,860,103	2,107,155	247,052	13.3%
	미디어 정책기획 및 대외협력	88,736	98,643	9,907	11.2%
	콘텐츠 편성 및 평가	666,304	876,928	210,624	31.6%
	디지털 콘텐츠 제작 및 운영	640,193	765,244	125,051	19.5%
	매체 홍보 및 시민협력 추진	229,512	159,900	△69,612	△30.3%
	방송자료 관리	235,358	206,440	△28,918	△12.3%
라디오 본부	소 계	4,816,923	4,343,522	△473,401	△9.8%
	FM 방송제작 및 운영	3,300,000	2,977,293	△322,707	△9.8%
	eFM 방송제작 및 운영	1,516,923	1,366,229	△150,694	△9.9%
TV 본부	소 계	3,187,798	2,895,193	△292,605	△9.2%
	TV 방송제작 및 운영	3,187,798	2,895,193	△292,605	△9.2%
보도 본부	소 계	800,000	730,642	△69,358	△8.7%
	보도방송제작	788,000	718,642	△69,358	△8.8%
	재난정보 운영관리	12,000	12,000	0	0.0%
방송 기술 본부	소 계	3,320,150	3,778,869	458,719	13.8%
	송신소 유지관리	489,000	489,000	0	0.0%
	방송장비 유지관리	1,268,547	1,432,266	163,719	12.9%
	정보화시스템 통합유지보수	1,562,603	1,857,603	295,000	18.9%
경영 지원 본부	소 계	3,000,916	3,802,593	801,677	26.7%
	청사유지관리	2,556,211	3,525,192	968,981	37.9%
	광고 유치 추진	444,705	277,401	△167,304	△37.6%
행정운영경비 계 (62.0%)		29,514,110	28,776,642	△737,468	△2.5%
	인 건 비	23,360,897	22,293,565	△1,067,332	△4.6%
	기본경비	6,153,213	6,483,077	329,864	5.4%

- 정책사업비는 전년 대비 6억 7천 2백만원(4.0%) 증액된 176억 5천 8백만원이 편성되었으며, ▶ 정보화시스템 통합 유지보수 ▶ 청사유지 관리 ▶ FM · eFM · TV 방송제작 및 운영 등 총 15개 세부사업이 편성되었음.

- 행정운영경비는 전년 대비 7억 3천 7백만원(△2.5%) 감액된 287억 7천 7백만원이 편성되었음.
- 이는 인건비 223억원(전년 대비 11억원 감소)으로 편성인원 374명에서 361명으로 13명의 감소분과 내년도 인건비 인상률 3.1%를 반영한 금액임.
- 또한 기본경비는 65억원으로 교육훈련비, 여비, 복리후생비 등 편성인원 감소에 따른 감액분과 임금인상에 따른 4대보험 증가분 등을 반영한 것임.

(다) 세부사업별 검토

① 정보화시스템 통합 유지보수

- ‘정보화시스템 통합 유지보수’는 각종 전산장비, 정보시스템, 홈페이지, 통신장비 등을 유지보수하는 사업으로 2023년도 지출 예산은 전년 대비 2억 9천 5백만원(18.9%)이 증액된 18억 5천 8백만원을 편성하였음.
- 이는 정보시스템이 최적의 가동상태를 유지하고 장애발생 시 신속한 복구를 위해 ▶ 수선유지비 10억 9백만원 ▶ 공공운영비 1억 8천 5백만원 ▶ 사무관리비 6억 6천 4백만원 등을 편성한 것으로 상용 S/W 구매비로 2억 9천 5백만원이 증액됨.

- TBS는 공공부문 클라우드 선도 프로젝트 지원기관으로 선정된 이후 지난 8월부터 12월까지 ‘클라우드 웹서비스 기반 방송플랫폼 이전 및 구축 사업’을 실시 중이며, 사업이 완료된 후 개인정보 안정성 확보를 위해 상용 소프트웨어 구매예산을 편성한 것임.
- ‘클라우드 웹서비스 기반 방송플랫폼 이전 및 구축 사업’은 지난 3월 한국지능정보사회진흥원(NIA)의 공모사업에 선정되어 4억원의 보조금을 받아 실시한 사업으로 클라우드 기반의 동영상 스트리밍을 통해 시청자와 소통할 수 있는 방송 플랫폼 서비스임.
- TBS는 올해 말 구축 사업이 완료된 이후 클라우드 웹서비스의 안정적인 운영을 위하여 ▶ 홈페이지 응용 SW 비용 1억 1천 9백만원 ▶ 홈페이지 클라우드 사용료 3억 6천만원(월 3천만원 × 12개월) 등의 추가적인 예산편성이 반드시 필요하다는 입장임.
- 다만 클라우드 구축 완료 후 사용료는 매년 발생하는 비용으로, 3억원이 넘는 예산을 매년 편성해야 함에도 공모 신청 당시 주무부서인 홍보담당관과 사전협의나 보고 없이 사업을 추진하였고, 2023년도 예산안 편성 시점이 되어서야 홍보담당관에 예산을 요구하였음.

② 청사유지관리

- ‘청사유지관리’는 TBS가 임차하여 사용 중인 에스플렉스센터의 임차료와 관리·운영비 등을 포함하는 사업으로 2023년도 지출

예산은 전년 대비 9억 6천 9백만원(37.9%)이 증액된 35억 2천 5백만원이 편성되었음.

- 에스플렉스센터의 청사 임차료 납부방식이 선납으로 변경됨에 따라 2023년 1월부터 2024년 12월까지 2개년도분 임차료 10억 9천 7백만원이 증액되었음.
- 또한 에스플렉스센터 운영부서인 서울시 데이터센터 기획관리과는 향온향습기 이중화 용역 결과에 따라 TBS에 방송장비, 서버 등 주요 설비의 안정적인 운영을 위한 향온향습기 설비를 교체하도록 요청하였고, 향온향습기 18대 중 8대를 교체하기 위하여 3억 2천 3백만원을 편성하였음.
- 최근 경기도 성남시 소재 데이터센터 화재로 카카오톡을 비롯한 모바일, 인터넷서비스가 중단되는 사태가 있었던 만큼 데이터센터의 이중화 등 재해복구 대비에 만전을 기해야 할 것임.

③ 디지털 콘텐츠 제작 및 운영

- ‘디지털 콘텐츠 제작 및 운영’은 시민의 관심사를 디지털콘텐츠로 제작·유통함으로써 시민의 알권리를 충족시키는 동시에 유튜브 채널을 통한 수익을 창출하는 사업으로 전년 대비 1억 2천 5백만원(19.5%) 증액된 7억 6천 5백만원을 편성하였음.

- TBS는 방송통신위원회로부터 지상파방송국 허가를 받으면서 허가 사항에 상업광고는 제외되었고, 이에 따라 재단의 노력만으로는 수입을 늘리기 어렵다는 입장을 반복해 왔음.
- 자구책으로 유튜브 오리지널 콘텐츠 개발을 시작해 현재 ▶ 짤짤이쇼(시사예능) ▶ 변상욱쇼(근현대사) ▶ 이차-저차-으차(모빌리티) 등을 제작하여 유튜브 협찬/PPL 광고 활성화와 유튜브 멤버십 제도 도입을 통해 수익구조 개선을 꾀하고 있음.

< 연도별 유튜브 수익현황 >

(단위 : 천원)

구분	2020년	2021년	2022년(10. 31.기준)
유튜브 수익 계	880,414	1,472,789	2,714,535
유튜브	880,414	1,386,653	2,098,527
간접광고	/	62,500	222,500
기타(제작지원, 송출)	/	23,636	0
유튜브 멤버십	/	/	393,508

- FM방송의 상업광고 불허, 특정 프로그램에만 편중된 협찬, 광고 시장의 불황 등 대내외적인 악조건 가운데 자체수입안을 마련하고자 하는 재단의 노력은 고무적이라 평가할 수 있음.
- 다만 「서울특별시 미디어재단 티비에스(tbs) 설립 및 운영에 관한 조례 폐지조례안」이 검토되는 과정 중 조례 제1조는 미디어재단 TBS가 미디어를 통한 시민의 “동등한” 정보접근의 보장을 목적으로 하고 있으므로 멤버십 유료구독을 통한 차별적 콘텐츠의 제공은 입법취지에 어긋난다는 의견이 있었음.

(2) 120다산콜재단 운영(사업별설명서 203쪽)

- 120다산콜재단은 「서울특별시 120다산콜재단 설립 및 운영에 관한 조례」에 따라 2017년 4월 서울시 출연기관(재단법인)으로 설립되었으며, 서울시 122개 기관⁴⁾에 대한 시민 상담서비스를 비롯한 생활 속 불편사항 및 위반사항을 처리하기 위하여 운영되고 있음.
- 120다산콜재단은 서울시 동대문구 난계로 28길 23에 위치하고 있으며, 1실, 2본부, 13팀으로 조직되어 총원 420명(상담사 390명, 총원대비 92.9%)임.

< 120다산콜재단 인력 현황 >

구분	정원	임원 (상임)	일반직 및 전문직							공무직 (정원외)
			소계	1급	2급	3급	4급	5급	6급	
정 원	423	1	422	1	1	4	24	292	100	12
현 원	420	1	419	1	1	2	4	147	264	12
과부족	△3	0	△3	0	0	△2	△20	△145	164	0

- 최근 120다산콜재단은 전화를 통한 상담 뿐 아니라 문자, SNS, 서울 스마트불편신고앱 등의 매체를 통해 시민과의 정보소통 및 민원처리 등을 실시하고 있으며, 안정적인 상담서비스 제공을 위해 챗봇 활용과 외국어·수어 등을 통한 정보접근방식 강화 등 다양한 변화를 꾀하고 있음.

4) 서울시 부서 35개, 자치구 25개, 사업소 38개, 공사 및 출연기관 24개

(가) 수입예산안

- 2023년도 120다산콜재단의 수입예산안 총액은 전년 대비 12억 6천 7백만원(4.6%)이 증액된 286억 4천 6백만원이 편성되었음.
- 서울시 출연금 규모는 전년 대비 11억 2천 7백만원(4.4%)이 증액된 267억 1천만원이 편성되었는데, 120다산콜재단은 자체수입원이 없어 사실상 100% 서울시 출연금으로만 운영되고 있음.

< 2023년도 120다산콜재단 수입예산안 >

(단위 : 천원)

구분	2022년도	2023년도(안)	증감액	증감율
총계	27,378,922	28,645,661	1,266,739	4.6%
서울시 출연금	25,582,764	26,709,699	1,126,935	4.4%
결산잉여금	1,796,158	1,935,962	139,804	7.8%

(나) 지출예산안

- 2023년도 120다산콜재단의 지출예산 중 일반관리비는 전년 대비 7억 5천 3백만원(3.0%) 증액된 259억 6천 4백만원으로 지출예산 중 일반관리비가 차지하는 비중은 90.6%에 해당되며, 사업비는 전년 대비 12억 6천 6백만원(37.7%) 증액된 25억 8천 1백만원이 편성되었음.

< 2023년도 120다산콜재단 지출예산안 >

(단위 : 천원)

구분	2022년도	2023년도(안)	증감액	증감율
총계	27,378,922	28,645,661	1,266,739	4.6%
사업비	1,874,425	2,581,569	1,126,935	37.7%
일반관리비	25,210,127	25,964,092	753,965	3.0%
예비비	294,370	100,000	△194,370	66.0%

(다) 주요사업별 검토

- 2023년도 120다산콜재단 사업은 ▶ AI콜센터 구축 및 운영 ▶ 상담사 역량강화 교육 ▶ 감정노동 종사자 보호 프로그램 운영 등 총 6개임.

① AI콜센터 구축 및 운영(신규)

- ‘AI콜센터 구축 및 운영’ 은 ▶ 빅데이터 기반의 인공지능 상담 서비스(STT⁵⁾, TA⁶⁾) ▶ 인공지능 콜 인프라 ▶ 보이는 ARS 구축 등 총 7억 5천만원이 편성되었음.
- 이 사업은 ‘다산콜 2.0 중장기 정보화전략(ISP) 연구용역(시장공약 2-11-12호)’ 에 따라 빈도가 높은 민원상담을 분석하여 시민 맞춤형 서비스를 제공하기 위해 인공지능(AI) 상담서비스와 보이는 ARS를 구축하는 것임.
- 사업의 취지나 필요성은 공감되지만, 사업추진의 기초가 되는 연구용역이 예산 편성 이후 완료될 예정(2023.1.22.)으로 연구결과와 기본 계획 없이 예산을 편성하는 경우, 예기치 못한 사업변경이나 비용이 발생할 수 있으므로 용역결과를 면밀히 검토하여 기본계획을 수립한 이후 추진하는 것이 바람직함.

5) Speech to Text : 음성데이터를 문자로 전환하는 서비스

6) Text Analysis : 문자데이터 중 이슈어 감지 알림 및 이슈 트렌드 분석 등 서비스

② 상담시스템 관리 및 운영

- ‘상담시스템 관리 및 운영’은 효율적이고 안정적인 상담정보 시스템 운영을 위한 사업으로 2023년도 예산은 전년 대비 8천 1백만원(5.8%) 증액된 14억 7천 7백만원이 편성되었음.
- 세부내역으로는 ▶ 상담정보시스템 운영 ▶ 가상화 운영체제 업데이트 ▶ 헬프데스크 운영 ▶ 재택근무자 대상 원격지원 솔루션 도입 등이 있음.

< 상담시스템 관리 및 운영 >

(단위 : 천원)

구 분	2022년		2023예산(안) (B)	증감 (B-A)	(B-A)*100/A
	본예산	최종예산 (A)			
상담정보관리시스템	1,395,161	1,395,161	1,476,644	81,483	6

- 시스템 장애에 대비한 유지보수의 중요성은 인정되나, H/W 장비 가액의 7%, S/W 14% 등 유지보수비가 발생하고 있다는 점에서 철저한 물품관리가 요구됨.
- 또한 과용되는 소프트웨어 라이선스나 하드웨어 규모를 파악해 가용자원의 효율성을 높이면서 관행적 계약을 지양하고, 경쟁입찰을 통해 예산절감 노력을 기울여야 할 것임.

③ 상담서비스 개선 필요

- 2021년부터 2022년까지의 120다산콜재단 전화상담 서비스 응대율을 살펴보면 각각 80.9%, 84.4%로 80%이상을 육박하나, 실제 시민들이

전화를 걸어 상담까지 이어지는 총인입 대비 응대량⁷⁾은 2021년 36.8%, 38.2%로 저조해 시민 불편이 이어지고 있음.

- 2021년 통계에 따르면 상담인력 390명이 매일 8시간씩 근무하는 것을 가정할 경우 상담사 1인당 1시간에 7.2콜을 응대하는 것에 불과해 절대적인 처리량도 부족한 것으로 보임⁸⁾.

< 2021~2022년 현재 전화상담 총인입, 인입량, 응대량 등 >

기 간	총인입	인입량	인입율	응대량	응대율	총인입대비 응대량
2021년	12,145,512	5,521,102	45.5%	4,467,628	80.9%	36.8%
1월	762,132	435,938	57.2%	371,789	85.3%	48.8%
2월	683,294	380,201	55.6%	323,341	85.0%	47.3%
3월	848,411	479,446	56.5%	409,495	85.4%	48.3%
4월	956,771	491,297	51.3%	406,296	82.7%	42.5%
5월	944,493	460,057	48.7%	377,587	82.1%	40.0%
6월	884,940	445,022	50.3%	369,881	83.1%	41.8%
7월	1,445,473	524,200	36.3%	382,743	73.0%	26.5%
8월	1,456,507	501,458	34.4%	370,905	74.0%	25.5%
9월	1,148,560	458,851	40.0%	360,414	78.5%	31.4%
10월	841,110	424,477	50.5%	369,188	87.0%	43.9%
11월	832,921	432,384	51.9%	372,267	86.1%	44.7%
12월	1,340,900	487,771	36.4%	353,722	72.5%	26.4%
2022년	6,158,160	2,791,559	45.3%	2,355,310	84.4%	38.2%
1월	740,562	409,044	55.2%	353,235	86.4%	47.7%
2월	1,539,035	439,521	28.6%	286,155	65.1%	18.6%
3월	1,466,555	495,703	33.8%	365,699	73.8%	24.9%

7) 120다산콜재단의 상담서비스 개선을 위한 AICC 도입 검토('22.7.29.) 내용에도 재단 산출 응대율은 80.9%이나, 통화대기 자동종료(30명), 버블콜(재입인콜, 30%) 등을 감안할 때 실질응대율(응대량/총인입)은 50%대 일 것으로 예측함.

8) 2021년 4,467,628콜 ÷ 상담사 390명 ÷ 1년 200일(법정공휴일, 연차휴가 제외) ÷ 1일 근무 시간 8시간 = 7.16

4월	609,985	347,494	57.0%	323,217	93.0%	53.0%
5월	622,395	353,247	56.8%	327,273	92.6%	52.6%
6월	569,368	343,521	60.3%	323,775	94.3%	56.9%
7월	610,260	403,029	66.0%	375,956	93.3%	61.6%

- 이에 대해 시의회는 프라임시간대 도입, 철저한 근태관리 등을 통한 상담서비스의 질적·양적 개선이 필요하다는 지적이 지속적으로 제기돼 왔으나, 상담수당 도입 등 상담사들의 후생 복지만 개선되었을 뿐 실질적인 상담체계의 변화는 실현되지 않고 있는 실정임.
- 또한 노조의 일부 요구를 수용했음에도 불구하고 노사 간 임금협상 결렬로 파업사태가 반복되고 있어 시민들의 불편은 끊이지 않고 있음.
- 따라서 전화상담서비스의 질적개선과 만족도 높은 응대율 제고로 시민불편 해소에 만전을 기할 필요성이 있음.
- AI콜센터 도입 등에 따라 상담 매체가 다양화되고 상담 처리효율성이 개선되면 기존의 전화상담수가 지속적으로 감소할 것이 예상되며, AI 등 미래기술이 활용될 경우, 상담사의 인력감축 등이 예상되는 바, 이에 대한 재단의 대비책 또한 마련되어야 할 것임.

2022년 브랜드 여론조사 결과보고

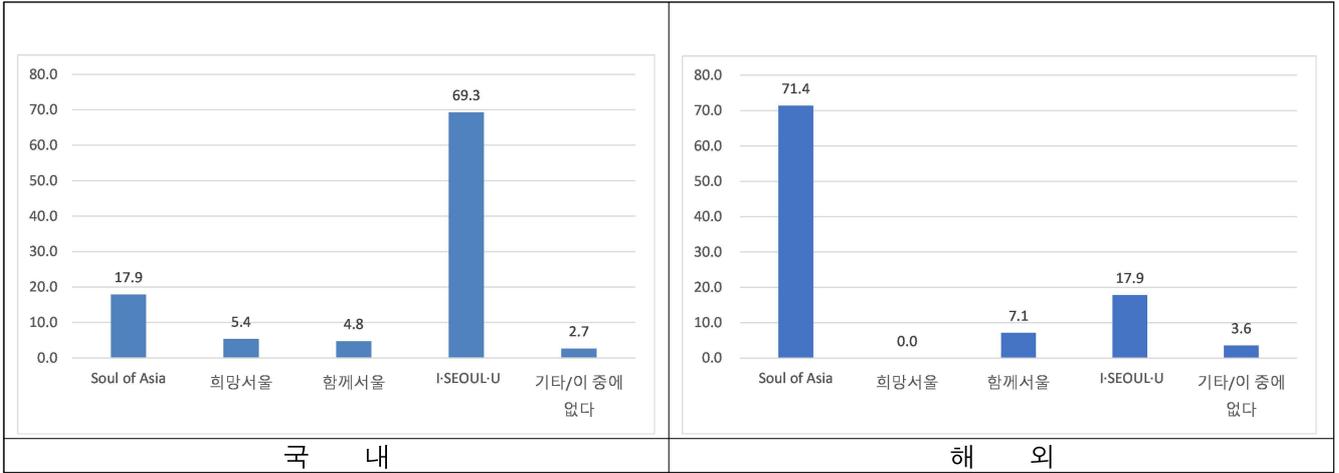
□ 조사개요

구 분	내 용
조 사 목 적	서울시민 및 외국인을 대상으로 서울브랜드 인지도, 호감도, 이미지 등 실태조사
조 사 분 석 기 간	- 2022. 06. 14. ~ 2022. 06. 24.
조 사 방 법	- 온라인조사(online-survey)
조 사 대 상	- 만18세 이상~60대 서울거주 시민 1,000명 - 최근 5년간 서울방문 경험 외국인 200명(20~60대)
표 본 추 출	- 성·연령·지역별 인구비례할당 표본추출(국내) - 성,연령, 지역별 동수할당(해외)
표 본 오 차	- 95% 신뢰구간에서 ±3.10%p
조 사 기 관	- 와이즈
자 료 처 리 분 석	- 수집자료는 SPSS 통계프로그램으로 전산 처리 - 분석은 각 항목별로 빈도분석, 교차분석 실시
조 사 내 용	- 서울시 도시이미지 및 도시브랜드 인지현황 · 현재 서울시 이미지에 가장 부합하는 것 · 서울이 미래 추구해야 할 방향에 부합하는 것 · 현재 사용중인 서울 브랜드 인지여부 · 인지경로 - 서울브랜드 호감도 · 서울브랜드 이해도/간결함, 명확성 · 서울브랜드 시대적합성 · 서울브랜드 이미지 적합성 · 서울브랜드 호감도 - 서울브랜드 향후 방향성 · 현 브랜드 미래방향성 반영여부 · 현 브랜드의 의미 · 현 브랜드의 도시브랜드 적합성 · 새 브랜드 제작 필요여부 · 브랜드 홍보에 효과적 매체

□ 조사결과

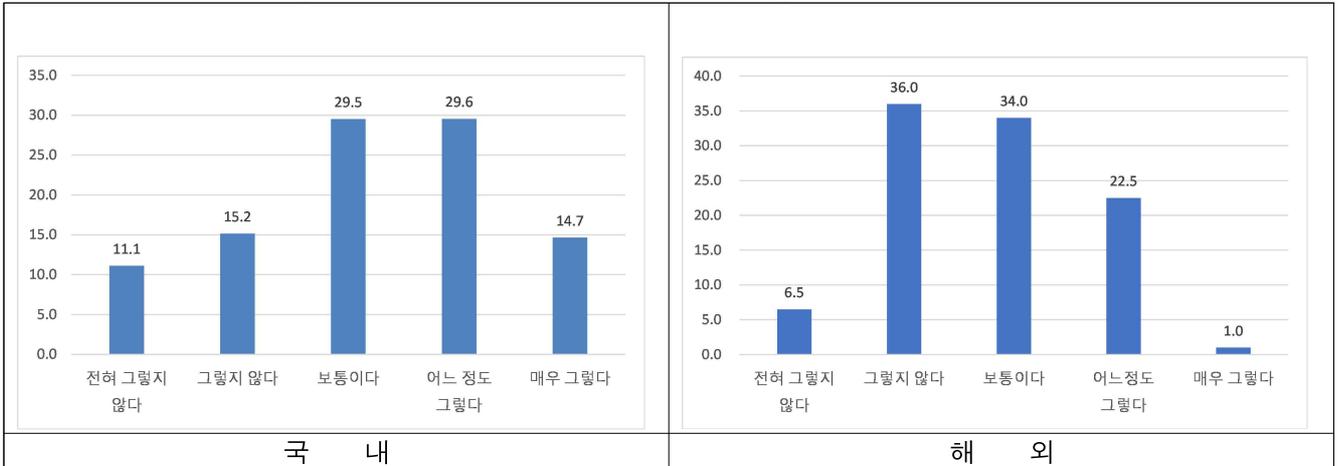
1. 아이서울유 인지도 : 국내 69.3%, 해외 17.9%

- 서울시 도시브랜드를 안다고 답한 응답 중 '아이서울유'라고 응답한 사람은 국내의 경우 전체의 69.3%, 해외의 17.9%를 차지(해외의 경우 서울오브아시아가 71.4%)



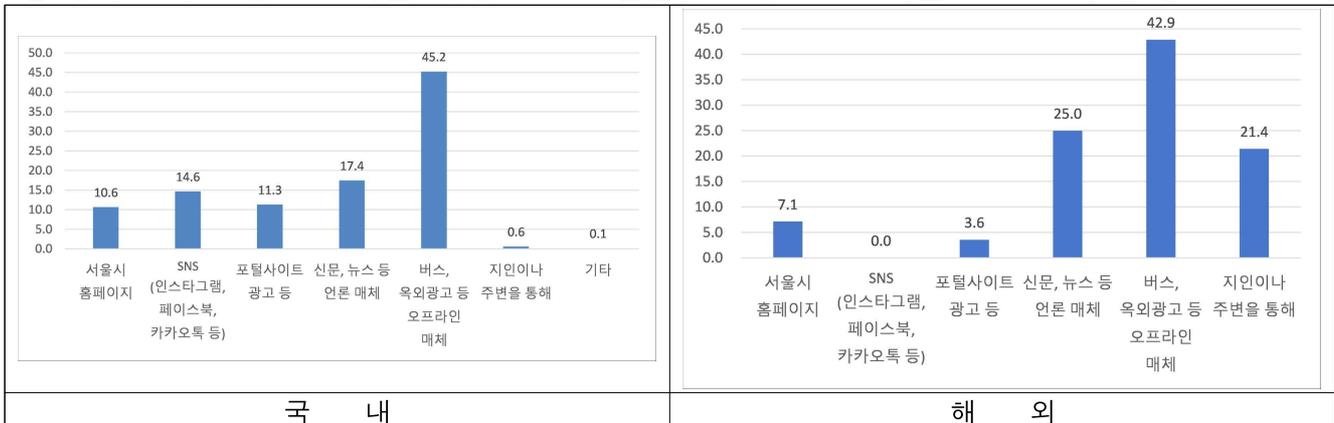
2. 브랜드 호감도: 국내 73.8%, 해외 57.5%

- 아이서울유가 전반적으로 호감이 간다는 질문에 국내 응답자의 73.8%는 그렇다, 보통이다라고 응답하였으며, 해외 응답자는 57.5%가 그렇다, 보통이다라고 응답함



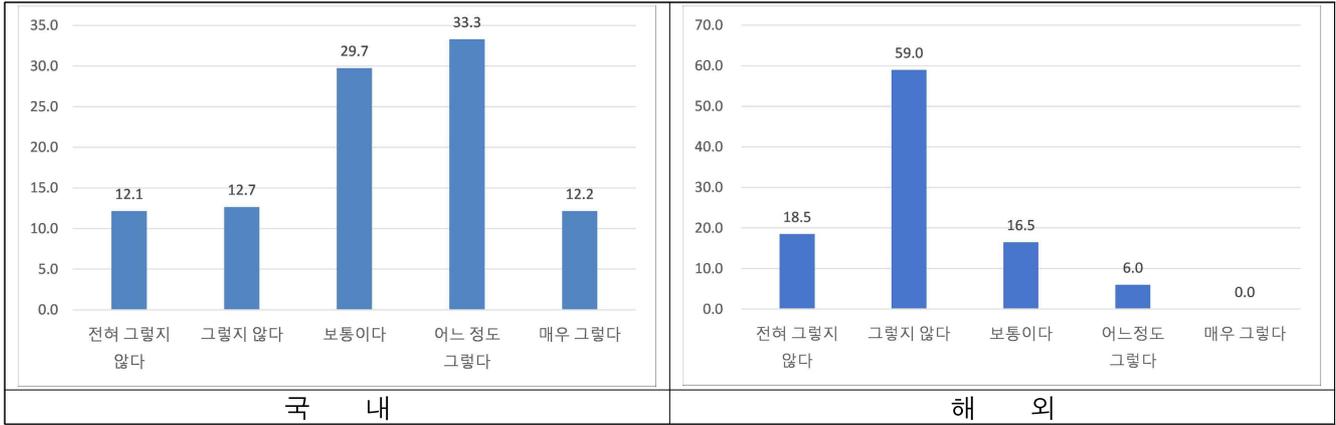
3. 브랜드 인지경로

- 국내 : 버스 등 오프라인 매체 45.2% > 신문뉴스 등 17.4% > SNS 14.6% > 포털사이트 11.3% 순
- 해외 : 버스 등 오프라인 매체 42.9% > 신문뉴스 등 25.0% > 지인 21.4% > 시 홈페이지 7.1% 순



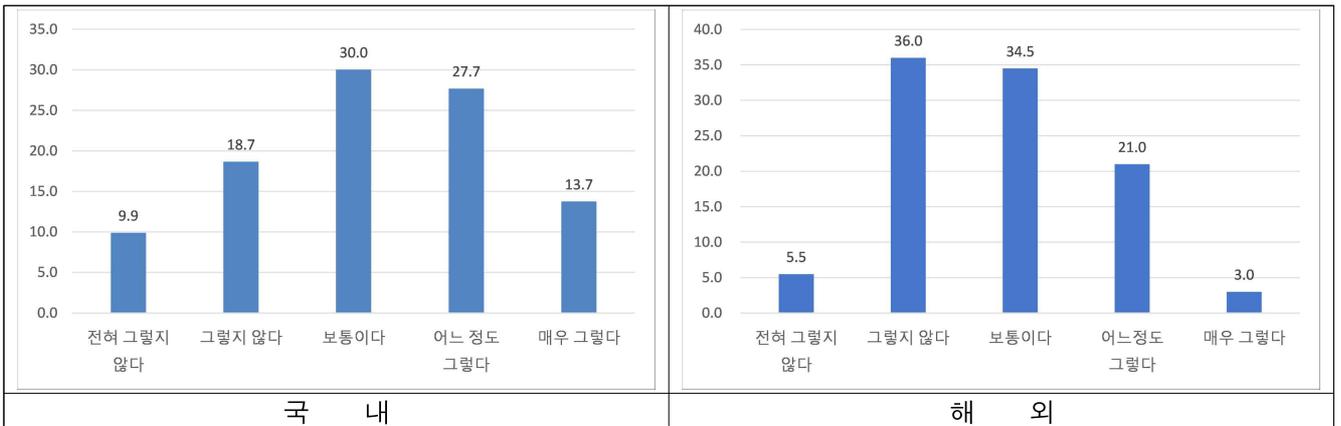
4. 아이서울유 이해도

- 아이서울유가 담은 의미를 이해하는지에 대한 질문에 국내는 어느정도 이해 33.3%>보통 29.7%>그렇지않다12.7%>매우그렇다12.2% 순으로 응답하였으며
- 해외는 그렇지 않다 59%> 전혀 그렇지 않다 18.5%> 보통이다 16.5% 순으로 응답하였음



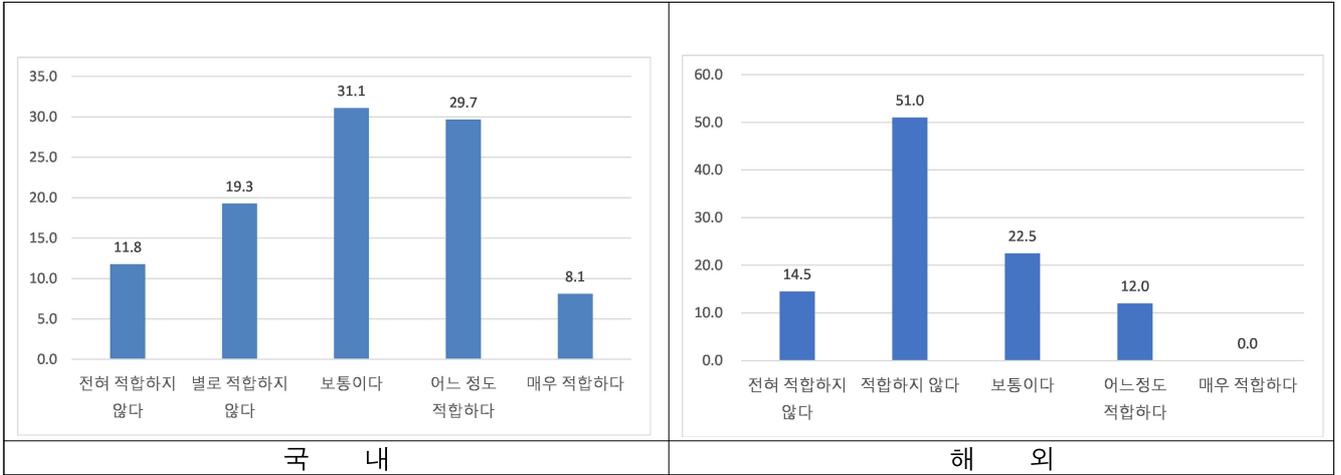
5. 아이서울유 이미지 적합성

- 아이서울유가 서울의 이미지에 어울리는지에 대한 질문에 국내는 보통 30%> 어느정도 그렇다 27.7%>그렇지않다18.7%>매우그렇다13.7% 순으로 응답
- 해외는 그렇지 않다 36%> 보통 34.5%> 어느정도 그렇다 21% >전혀 그렇지않다 5.5%순



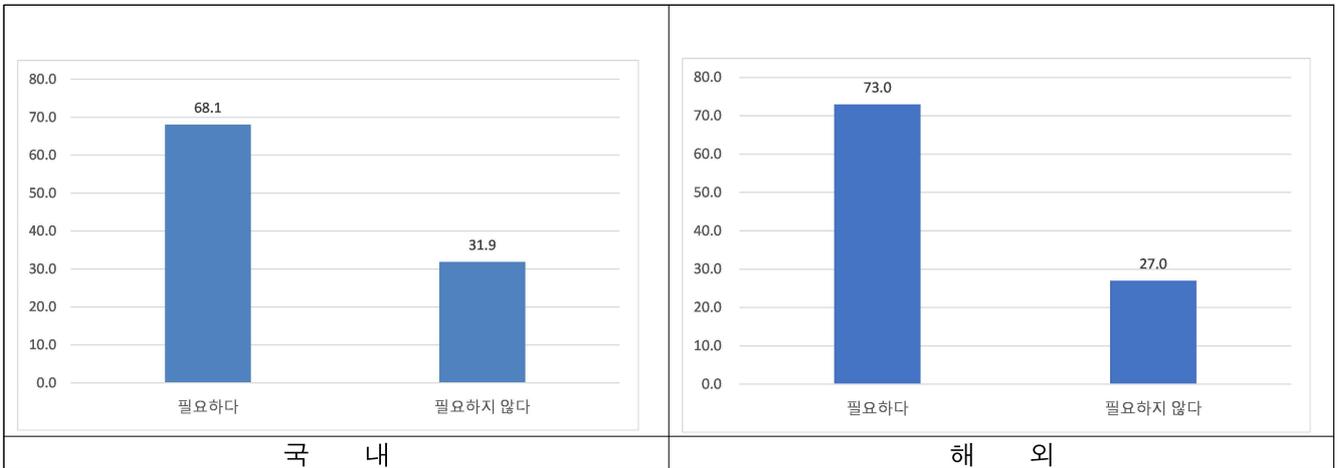
6. 아이서울유 도시브랜드 적합성

- 국내응답자의 31.1%가 아이서울유가 도시브랜드로 적합하다는 질문에 보통이라 응답하였으며, 어느정도 적합하다가 29.7%를 나타냄
- 해외의 경우 전체 응답자의 51%가 적합하지 않다고 응답, 보통이라는 22.5%로 5점 평균 점수로는 2.32점을 나타냄



7. 새로운 브랜드 제작 필요 여부: 필요 국내 68.1%, 해외 73%

■ 새로운 브랜드 제작이 필요한지 여부에 대한 질문에 국내 응답자의 68.1%, 해외 응답자의 73%가 제작이 필요하다고 응답함



8. 브랜드 홍보에 효과적인 매체

■ 국내 : SNS 45.1% > 버스 등 옥외광고 20.3% > 포털사이트 15.3% > 신문뉴스 등 12.5% 순
 ■ 해외 : SNS 36% > 신문뉴스 등 24% > 버스 등 옥외광고 18% > 포털사이트 12% 순

