

---

# 주요업무보고

---

2019. 11. 4.(월)

시민소통기획관

# 목 차

---

## I . 일 반 현 황

---

## II . 2019 비전 및 목표

---

## III . 주요업무 추진현황

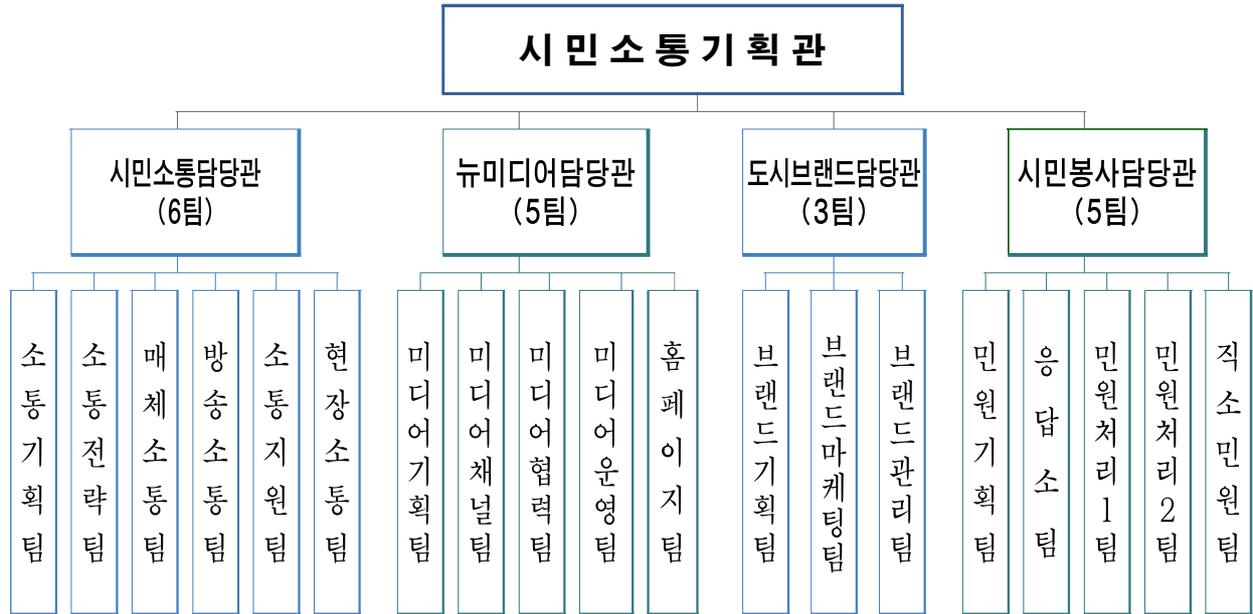
---

## IV . 2018 행정사무감사 처리결과 보고서

---

# I . 일반현황

**조 직** 1관 4담당관, 19팀



※ 출연기관 : 120다산콜재단

**인 력** 정원 135명 / 현원 130명

( '19. 9. 30. 현재)

구 분	총 계		행정·기술직		임기제일반직		전문경력관		관리운영직	
	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원	정원	현원
계	135	130(74)	94	92	35	32	1	1	5	5
시민소통담당관	50	50(28)	33	34	15	13	1	1	1	2
뉴미디어담당관	33	30(22)	18	16	15	14	-	-	-	-
도시브랜드담당관	15	15( 9)	11	11	4	4	-	-	-	-
시민봉사담당관	37	35(15)	32	31	1	1	-	-	4	3

※ 괄호 안은 부서별 여성공무원수

## 주요기능

### 시민소통담당관

#### 소통 기획팀

· 홍보 협업 및 기획, 국 인사·조직·예산

#### 소통 전략팀

· 주요시책 소통전략 기획, 홍보물 기획

#### 매체소통팀

· 홍보매체 개발 및 운영, 홍보물 심의

#### 방송소통팀

· 방송협력 시정정보 제공, 티비에스 지도·감독

#### 소통지원팀

· 여론조사, 빅데이터 여론분석, 공공언어 개선

#### 현장소통팀

· 시민청 및 찾아가는 서울시청 운영 등

### 뉴미디어담당관

#### 미디어기획팀

· 온라인 홍보기획, 소셜방송 운영, 모바일 활용 홍보

#### 미디어채널팀

· 서울사랑 등 발간, 시 대표 SNS 운영

#### 미디어협력팀

· 인터넷 언론사, 민간포털 및 시민참여 활용 홍보

#### 미디어운영팀

· ‘내 손안에 서울’ 및 시민기자단 운영

#### 홈페이지팀

· ‘서울시 대표 홈페이지’ 운영 및 공공앱 관리

### 도시브랜드담당관

#### 브랜드기획팀

· 서울브랜드위원회, 서울브랜드 마케팅

#### 브랜드마케팅팀

· 외국어 매체를 활용한 우수정책 해외홍보

#### 브랜드관리팀

· 서울브랜드 조형물관리, 서울상징물 관리

### 시민봉사담당관

#### 민원기획팀

· 민원행정서비스 품질관리 및 개선

#### 응답소팀

· 온라인 민원접수, 응답소 시스템 운영

#### 민원처리1팀

· 서식민원 등 접수, 제증명 발급

#### 민원처리2팀

· 신문사업 등록 등 통합민원사무 처리

#### 직소민원팀

· ‘시장과의 주말데이트’, ‘시장에게 바란다’ 운영

# 예산

## 세출예산현액 586억원 중 354억원 집행(집행률 60.4%)

(2019.9.30. 기준, 단위 : 백만원, %)

부서/사업명	예산현액	원인행위액	집행액	집행률	비고
<b>합 계(시민소통기획관)</b>	<b>58,616</b>	<b>41,860</b>	<b>35,420</b>	<b>60.4</b>	
<b>시민소통담당관</b>	<b>16,047</b>	<b>9,959</b>	<b>9,621</b>	<b>60.0</b>	
<b>시민과 함께하는 참여와 소통 시정구현</b>	<b>15,542</b>	<b>9,559</b>	<b>9,221</b>	<b>59.3</b>	
언론매체를 통한 시정정보제공	5,582	3,508	3,508	62.8	
소통관리 및 시정정보 제공	4,409	2,412	2,184	49.5	추경(100)
시민청 운영 및 확산	3,557	2,564	2,564	72.1	
현장소통 프로그램 운영	130	88	77	59.2	
시정여론조사 운영	725	374	293	40.4	
현장중심의 의견수렴 및 환류	38	14	14	36.8	
신속행정 현안조정 및 홍보	58	9	9	15.5	
행정서비스 밀착지원 및 정보제공	393	189	189	48.1	
서울시청 방송운영	54	27	21	38.9	
시정 영상물 제작·관리	536	314	314	58.6	
서울특별시보 발행	60	60	48	80.0	
기본경비(행정운영경비)	505	400	400	79.2	
<b>뉴미디어담당관</b>	<b>9,005</b>	<b>7,460</b>	<b>5,220</b>	<b>58.0</b>	
<b>뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화</b>	<b>8,955</b>	<b>7,422</b>	<b>5,182</b>	<b>57.9</b>	
소셜미디어를 통한 시민과의 소통활성화	525	469	327	62.3	
시민참여프로그램을 통한 시정공감대 확산	283	184	184	65.0	
뉴미디어 웹사이트 운영	1,627	1,464	888	54.6	
서울시 홈페이지 운영	1,609	1,464	1,010	62.8	
서울시웹사이트 운영관리	655	607	319	48.7	
시정종합 월간지 「서울사랑」 발간	1,154	1,010	706	61.2	
어린이신문 「내친구서울」 발간	692	679	322	46.5	
민간포털 협력 마케팅	960	608	526	54.8	
인터넷언론사 등 활용 시정안내	519	301	301	58.0	
뉴미디어 전략 마케팅	931	636	599	64.3	
기본경비(행정운영경비)	50	38	38	76.0	
<b>도시브랜드담당관</b>	<b>9,313</b>	<b>6,534</b>	<b>3,142</b>	<b>33.7</b>	
<b>시민 자긍심 고취 및 도시경쟁력 제고</b>	<b>9,281</b>	<b>6,502</b>	<b>3,110</b>	<b>33.5</b>	
시민주도형 서울브랜드 확산	896	683	263	29.4	
서울시 도시브랜드 마케팅	2,413	1,859	1,108	45.9	
외국어 매체 활용 시정 홍보	2,472	2,222	466	18.9	
서울시 해외 홍보마케팅	3,500	1,738	1,273	36.4	
기본경비(행정운영경비)	32	32	32	100.0	
<b>시민봉사담당관</b>	<b>24,250</b>	<b>17,907</b>	<b>17,437</b>	<b>71.9</b>	
<b>시민중심의 민원행정서비스 제공</b>	<b>24,140</b>	<b>17,841</b>	<b>17,374</b>	<b>72.0</b>	
일반여권 발급업무 대행	988	988	988	100.0	
민원서비스 품질관리 및 시상	110	42	30	27.3	
통합민원 처리 및 열린민원실 운영	29	17	17	58.6	
120다산콜재단 운영	22,035	15,945	15,945	72.4	추경(1,398)
민원제안통합관리시스템 운영	947	846	391	41.3	
신속행정 협력체계 강화	31	3	3	9.7	
기본경비(행정운영경비)	110	66	63	57.3	

※ 예산현액 : 사고이월액 413백만원(서울시 도시브랜드 마케팅), 추경예산 1,498백만원 포함

## II. 2019 비전 및 목표

### 비전

시민과 함께 만들고 누리는 '소통도시 서울'

### 전략목표

시민과의 소통을 통한 **시정공감대 확산** 및 **참여시정 구현**

### 추진전략

시민과 함께하는  
참여와 공감  
시정 구현

뉴미디어 활용  
시민과의  
소통 활성화

서울브랜드를 통한  
도시경쟁력 강화

시민중심의  
민원행정  
서비스 개선

### 주요사업

- 소통매체를 활용한 시정정보 제공
- 언론매체 활용 시정 정보 제공
- 시민참여 및 소통 강화로 시민주도형 시정 구현
- 찾아가는 서울 시청 운영 등 시민소통 다변화
- 시민청 운영

- 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화
- 市 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹 사이트 운영 강화
- 민간포털 협력 마케팅을 통한 시정정보 제공
- 서울사랑 및

- 시민주도 서울브랜드 확산 거버넌스 운영
- 서울브랜드 마케팅을 통한 도시이미지 제고
- 외국어 매체 활용 시정 홍보
- 서울시 해외홍보 마케팅을 통한 도시 경쟁력

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

## Ⅲ. 주요업무 추진현황

---

1. 시민과 함께하는 참여와 공감시정 구현

---

2. 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화

---

3. 서울브랜드를 통한 도시경쟁력 제고

---

4. 시민중심의 민원행정서비스 제공

---

# 1. 시민과 함께하는 참여와 공감시정 구현

① 소통매체를 활용한 시정정보 제공

② 언론매체 활용 시정정보 제공

③ 시민참여 및 소통 강화로 시민주도형 시정구현

④ 「찾아가는 서울시청」 시민소통 강화 및 다변화

⑤ 시민청 운영 활성화

⑥ (현안) 미디어재단 티비에스(tbs) 임원 임용 추진

# 1

## 소통매체를 활용한 시정정보 제공

시민생활에 도움이 되는 유용한 시정 및 생활 정보를 적기에 제공하고, 신규매체 확대를 통해 시정정보 제공 강화

### □ 사업개요

- 홍보매체 : 지하철역사, 시내버스, 가판대·구두수선대, 전광판, 공공시설 등
- 내 용 : 홍보매체를 활용 주요 시정정보 및 생활정보 제공
- 사 업 비 : 4,177백만원 (집행액 : 2,011백만원, 집행률 : 48.1%)

### □ '19년 추진실적

- 시 보유매체를 통한 주요사업(제로페이·잘 생겼다!·전국체전 등) 정보제공
  - 지하철역사(승강장벽면·와이드칼라·포스터게시판), 전동차, 시내버스, 보도시설 등
- 민간 및 市 유관기관과 협력, 시정 홍보물 비치·영상표출
  - 공공건물 현수막(17개소), 공사장 가림벽(신규 14개소), 시금고 지점(신한 327·우리 347)
  - 심야버스·마을버스를 활용, '서울형 유급병가지원' 등 시정정보제공 확대
- 시민게시판 운영 : 시정뉴스(214편), 시민참여 메시지(24,367건/일평균 89건)
- '19년 홍보매체 시민개방(희망광고) : 40개 단체 홍보지원(인쇄 30, 영상 10)
- 시민들에게 희망 전달 및 감성소통 확대를 위해 '서울꿈새김판' 운영
  - 봄~가을 계절별 및 기념일 메시지(세월호 5주기·호국보훈의 달·광복절) 등

### □ 향후계획

- 서울시와 지방의 상생발전을 위한 「지역상생 홍보관」 조성·운영
  - 고속터미널 7↔9호선 환승구간 활용, 타지자체 축제·명소 등 정보 제공
- 민간 및 유관기관과 협업, 시정정보 제공을 위한 신규매체 확대
  - 한화역사(서울역) 옥외전광판 및 유관기관 외벽 현수막(17개소) 활용, '제로페이' 혜택안내
- 시립시설 영상매체(DID) 설치 확대 : 23개소 이상(현재 77대 운영중)

## 2

# 언론매체 활용 시정정보 제공

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

### □ 사업개요

- 광고매체 : 인쇄(신문·잡지 등) 및 방송(TV·라디오 등) 매체
- 내 용 : 주요시정 사업정보 및 시민생활에 도움이 되는 정보 제공
- 사 업 비 : 5,500백만원 (집행액 : 3,426백만원, 집행률: 62.3%)

### □ '19년 추진실적

- 신문·잡지, 지역지 등을 통한 시정정보 제공(295회)
  - 제로페이, 아이돌봄, 청년지원, 잘 생겼다, 서울케어, 중소기업 박람회, 거리예술축제, 전국체전 등
- TV·라디오 등 방송매체를 통한 정보 제공
  - 제로페이, 청년수당, 건강돌봄, 유급병가, 전국체전 등(1~9월, JTBC·YTN·TBS라디오·SBS라디오 등)
  - 창업·보육·잘생겼다!서울·한강몽땅·상생상회 등 시민생활정보(1~9월, SBS·MBC·KBS)
  - 라디오 정규 인터뷰 프로그램 추진(TBS 및 YTN, 주1회)
    - ▶ 우리동네키움센터, 자영업지원, 뉴딜일자리, 서울안전한마당, 한강몽땅, 전국체전 등



### □ 향후계획

- 시민생활에 도움이 되는 생활밀착형 시정정보 제공
  - 따봉이, 일자리, 미세먼지, 서울형 유급병가, 제로페이 혜택, 신혼부부 주거지원 등
- 일간지·전문지·지역지, TV 정보·예능·다큐 프로그램 등을 통한 정보 제공
  - 음식과사람, 빅이슈코리아, SBS모닝와이드, MBC생방송오늘아침, 동네한바퀴 등

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

### □ 사업개요

- 목 적 : 현장중심의 다양한 시민의견을 수렴, 정책반영 및 서비스 개선
- 내 용 : '시정 여론조사', '명예시장', '홍보대사', '시민발언대' 등 운영
- 사 업 비 : 843백만원 (집행액 : 361백만원, 집행률 : 42.8%)

### □ '19년 추진실적

- 市 주요사업 및 의견수렴 필요한 정책 여론조사 실시
  - '미세먼지 시준제 도입'(외주), '市 홈페이지 이용자 만족도 조사'(자체) 등 18건
- 「정책소통평가단(시민모니터링단 확대·개편)」 선발 및 위촉
  - 총 479명 지원자 중 남녀 각 81명, 총 162명 선발
  - 미세먼지 대책, 서울혁신파크, 공유도시 서울에 대한 정책소통의견 수합·분석(3회)
- 「명예시장」(17개 분야 17명) 및 「홍보대사」(38명) 운영
  - 명예시장의 다양한 시정참여, 정책제안 및 시민의견 대변
  - '홍보대사 매거진 화보(보행친화도시 서울, '19. 5월)', '시민과 함께하는 청춘 멘토링 콘서트'(홍보대사 정샘물, 10. 22.) 등 홍보대사 활용 시정홍보
- 「찾아가는 시민발언대」 운영을 통한 시민의견 수렴
  - 발언실적 : 1,796건 (시민청 내 시민발언대 1,481건, 찾아가는 시민발언대 315건)
- 시민과 시정정보 공유를 위한 「서울시정학교」 제10기 운영 중
  - 주요시책 및 현장학습 등 20과목, 200명 모집·운영
- 「공공언어 개선」을 통한 대시민 소통강화
  - '찾아가는 공공언어 교육'(5월), 한글표기 실태조사(4월~7월), 한글주간 행사(10월)

## □ 향후계획

- 정책현안 및 주요 사업에 대한 시의성 있는 여론조사 지속 실시
    - 부서 요청 주제 및 주요 시책 관련 여론조사 실시로 시정 대응력 향상(12여건)
  - 「정책소통평가단」을 통한 시민눈높이 정책소통 강화
    - 전체 워크숍(11월), '19. 12월 활동보고서 발간(주제별)
    - 주요정책 소통자료(보도자료, 주요정책발표자료) 의견 제시(월1회), 자율과제 등
  - 「명예시장」 및 「홍보대사」 운영 활성화
    - 명예시장 분야별 회의·토론 등 시정 참여 및 시민의견 수렴 확대(11~12월)
    - ‘홍보대사의 밤(홍보대사 신규 위촉 및 감사패 전달, 11.29.)’, ‘365 패션쇼(12월)’ 등 개최
      - ※ '19. 11. 4.(월) 홍보대사 신규 위촉 : 성악가 조수미
  - 「찾아가는 시민발언대」 운영 계속(11~12월)
    - 시기와 장소에 적합한 발언테마 운영으로 시정 정책 및 이슈에 대한 의견 청취 강화
    - ‘찾아가는 서울시청’과 연계, 민간박람회 및 자치구 축제 동행하여 붐업
- 
- 「서울시정학교」 제10기 운영(~11월)
    - 민선7기 주요정책 및 유용한 생활정보 중심 과목 편성으로 교육 내실화
    - 시정이해도가 필요한 시민참여 사업에 시정학교 수료생 적극 활용
  - 「공공언어 개선」을 통한 대시민 소통강화 활성화
    - 서울시, 투자·출연기관 대상 ‘찾아가는 공공언어 교육’ 실시(~11월)
    - ‘공공언어 사용실태 조사’(10월~12월) 등 공공언어 개선활동 지속 실시
  - 「2019년 전국 대학생 졸업작품전」 개최 (12. 27. ~ 12. 29. DDP 국제회의장)
    - 전국 소재 대학 졸업예정자를 대상으로 서울 디자인 공모전 출품작과 서울 소재 대학 졸업작품을 아우르는 종합 전시회 개최 및 기업관계자와의 교류의 장 마련
      - ※ 2019. 10. 14. ~ 11. 9. 응모작품(서울시민의 삶을 바꾸는 디자인) 서류 접수 중

## 4

## 「찾아가는 서울시청」 시민소통 강화 및 다변화

민생 현장에 직접 찾아가는 행정서비스를 제공하여 시민의 불편 및 애로사항을 적기에 해결함으로써 시정의 신뢰도 제고

### □ 사업개요

- 운영주기 : 주 4회(월~목), 연간 170회 이상
- 방문지역 : 유동인구 많은 지역,  
임대주택 등 저소득층 밀집지역
- 내 용 : 市 주관 행사장 등 현장 방문, 민원상담 및 맞춤형 행정서비스 제공
- 사 업 비 : 282백만원 (집행액: 140백만원, 집행률 : 49.6%)



### □ '19년 추진실적

- 복지관 등 소외계층 거주지 순회방문, 맞춤형 상담 및 시정 정보 제공
  - 법률·세무·복지·일자리 등 관련기관 협업하여 전문상담 서비스 확대
  - ※ 운영 실적 : 122회 156,115건(민원상담 1,995건, 행정서비스 정보제공 154,120건)
- 시민 참여 대규모 행사 등에 '찾아가는 상담실' 운영으로 시민불편 적극 해소
  - 자치구 대표축제(노원 태강릉문화제(4월), 강서구 허준축제(10월)) 및 민간박람회 [SETEC 창업박람회(3월), COEX 초등교육박람회(8월)] 등 14건의 대규모 행사 참여

### □ 향후계획

- 민간박람회, 자치구 대표축제 등 시민참여도 높은 현장 방문 확대 운영
  - 서울 국제 발명전시회(COEX, 11월), 석촌호수 단풍·낙엽 축제(11월 송파구) 등
- 상담횟수 확대, 상담시간 탄력적 운용 등을 통한 대시민 밀착서비스 강화
  - 민원상담과 병행하여 제로페이 따릉이 할인 등 다양한 주민생활정보 제공
  - 월별 순회장소 사전 고지(市 홈페이지 등), 상담직원 전문교육 강화

# 5

## 시민청 운영 활성화

‘시민이 주인이 되어 함께 만들어가는’ 서울시 대표 소통공간 「시민청」 운영 내실화 및 지속적인 발전방안 모색

### □ 사업개요

구 분	시청 시민청	삼각산 시민청
① 위치/규모	신청사 지하 1,2층/8,150㎡ ('13.1.12개관)	솔밭공원역사/540㎡ ('18.4.28개관)
② 운영기관	서울문화재단(민간위탁)	
③ 위탁기간	'19. 1. 1 ~ '21.12.31	'18. 3.14 ~ '20.12.31
④ 운영내용	공연, 전시, 교육, 장터 등 프로그램 운영 및 시민 공간 대관	
⑤ 운영시간	하절기(3~10월) 09~21시, 동절기(11월~ 익년 2월) 09~20시 (*휴관일: 신정, 구정, 추석)	
⑥ 사 업 비	3,557백만원 (집행액: 2,564백만원, 집행률: 72.1%)	

### □ '19년 추진실적

**시청 시민청** 방문객 148만명 (누적['13~'19.9]: 1,283만명, 일평균 5,518명)

- 대표 시민소통공간 자리매김: 프로그램 881회, 공간대관 702건 등

**삼각산시민청** 방문객 5만4천명 (누적['18~'19.9]: 9만9천명, 일평균 192명)

- 지역연계로 권역별 시민청 확산기반 마련: 프로그램 490회, 공간대관 303건



〈시민참여 나눔장터 ‘한마음살림장’〉



〈시민청 대표 콘서트 ‘토요일은 청아좋아’〉



〈작고 뜻 깊은 시민청결혼식〉

### □ 향후계획

- 시민이 주도하는 ‘시청 시민청’ 공동운영체계 확대·정착
  - 시민아지트, 정책카페, 모두의 시민청 등 시민기획·운영 프로그램 확대
- 권역별 시민청 후보지 선정 및 타당성 조사용역 추진
  - 선정 자문단 심사·선정('19. 10~11월) → 타당성 조사 학술용역('20. 2~8월)
  - 개별 기본계획 수립 및 조성('21년~)

## 6

## 미디어재단 티비에스(tbs) 임원 임용 추진

서울특별시 미디어재단 티비에스(tbs) 임원 임용을 위해 임원추천위원회를 구성·운영하여 선발과정의 투명성 제고

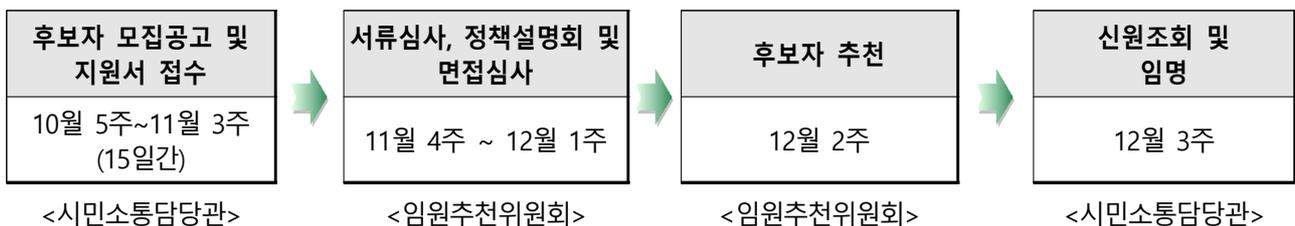
### □ 미디어재단 티비에스(tbs) 임원 임용 개요

- 임용규모 : 12명
  - 상근임원 : 대표이사 1명
  - 비상근임원 : 이사장 1명, 비상임 이사 9명, 비상임 감사 1명
    - ▶ 재단 정관(안)에 따른 당연직 이사(4명) 및 노동자 이사(2명)는 별도 임명
- 추진방법 : 공개모집을 통한 경쟁방식
- 임원임기 : 3년 (1년 단위 연임 가능)

### □ 임원추천위원회 구성 및 운영

- 인 원 : 7명 (시장 추천 4명, 시의회 추천 3명)
- 운영기간 : '19. 10. 25. ~ 추천임원 임명 시
- 역 할 : 심사기준에 따라 임원후보자 심사 후 시장에게 추천
  - 대표이사 후보자는 (시민평가단 대상) 공개정책설명회(40%)와 임원추천위원회 면접(60%) 점수를 합산하여 최종 추천

### □ 향후계획 (추진일정)



## 2. 뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화

- ① 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화
- ② 시 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹사이트 운영 강화
- ③ 민간포털 협력마케팅을 통한 시정정보 제공
- ④ 시민참여 프로그램을 통한 시정공감대 확산
- ⑤ 「서울사랑」 및 「내친구서울」 발간
- ⑥ 마을미디어 활성화

# 1

## 소셜미디어를 통한 시민과의 소통 활성화

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

### □ 사업개요

- 목 적 : 시 대표 SNS 및 공식블로그를 활용한 주요시정 안내
- 내 용 : 소셜미디어 특성에 맞는 콘텐츠로 시정공감대 확산
  - 페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오토티 : 총 친구수 102만명('19.9월)
  - 시 공식 블로그 서울나들이 : 일평균 방문자수 1만 6천여명
- 사 업 비 : 522백만원 (집행액 : 324백만원, 집행률 : 62.1%)

### □ '19년 추진실적

- 채널별 특성에 맞는 시정 콘텐츠 적기 제공 및 소통 강화
  - 폭염특보 및 행동요령 등 시민생활과 밀접한 콘텐츠 제작·배포(총 1,918건)
  - 서울의 주요 명소를 드론으로 촬영한 동영상 콘텐츠 '전지적 서울 시점' 시리즈 연재
  - 포털 콘텐츠 플랫폼(블로그 등)을 통한 핵심 시책 및 정보 제공(총 892건)
- 시민공감을 유도할 수 있는 시민참여 소셜 캠페인 전개
  - 3.1절 100주년 손글씨 캠페인(3월), SNS 100만 친구 달성 기념 한강 쓰레기 캠페인(9월~)



[3.1절 손글씨 캠페인 #100년전그날처럼]



[#한강쓰레기는내손으로 캠페인]

### □ 향후계획

- SNS 트렌드에 맞춘 다양한 콘텐츠 제작·확산으로 시정 체감도 제고
  - 드론 촬영 콘텐츠 제작 등을 통한 구독자 관심 제고
  - 시민참여 캠페인 등을 통해 시정 공감대 확산 및 소통채널 역할 강화
- 市 대표 블로그 등을 통한 시민공감형 생활정보 지속 안내
  - 카드뉴스 등 알기 쉬운 멀티미디어 콘텐츠 비중 확대로 효과적인 정보 제공

## 2 시 대표 홈페이지 및 뉴미디어 웹사이트 운영 강화

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

### □ 사업개요

- 목 적 : 시민들이 시정에 참여하고 소통하는 참여공간 및 시민공감 콘텐츠 제공
- 내 용 : 시 대표 홈페이지 운영, ‘라이브서울’(온라인 방송) 및 ‘내 손안에 서울’(뉴스·뉴스레터)
- 사 업 비 : 2,971백만원 (집행액 : 1,709백만원, 집행률 : 57.5%)

### □ '19년 추진실적

#### 「서울시 대표 홈페이지」 운영

- 시 홈페이지 운영 업무 뉴미디어담당관으로 이관('19. 8.22.자)
- 전략적 시정정보 제공 및 시민소통 강화를 위한 개편안 마련
  - ① 주요뉴스 : 시의성 있는 주요 정책 및 핵심 사업 상단표출
  - ② 시민참여 : 이벤트·공모 등 시민참여 콘텐츠 통합으로 소통창구 역할 강화



## 「뉴미디어용 방송영상콘텐츠」 제작 및 확산

- **주요시정 현장 ‘라이브서울’ 온라인 방송 및 녹화** : 172회 약 52만 시청
  - 기자설명회, 주요 시설물 개관식, 이슈정책 토론회, 축제 및 행사 등 온라인 중계
- **시 ‘유튜브’ 채널 운영 및 유튜브 맞춤 영상콘텐츠 제작** : 109편 315만 조회
  - 유튜브 채널 재정비, 웹예능 스타일의 시정정보 영상 제작으로 구독 및 조회수 증대
- **주요시정 및 에피소드, 시민시연 등을 중심으로 ‘팟캐스트’ 제작** : 38편 384만 청취
  - 다양한 분야의 정책 에피소드를 중심으로 전문가, 시민, 관계 공무원 등 출연
  - ※ 유튜브 채널에 적합한 ‘보이는 팟캐스트’ 개시('19.4월)

## 「내 손안에 서울」 운영

- **‘내 손안에 서울 2.0’ 서울시 대표 소통 포털로 통합 서비스 개편**
  - 뉴스(내손안에서울), 영상(라이브서울), 소식지(서울사랑), 정책(서울을가지세요) 메인 통합
  - 시민기자 확대 모집(2,814명)을 통한 시민이 만드는 시정 콘텐츠 확대
    - ▶ 청소년(140명), 대학생(964명), 일반(1,304명), 사진영상(406명) 등 2,814명 신규 모집
- **홍보배너 통합관리시스템을 통해 시·투출기관·자치구 63개 홈페이지 배너 연동**
  - 긴급 재난 및 주요 정책 홍보 배너 130건 등록 운영, 총 5,700만회 노출

## □ 향후계획

- **서울시 대표 홈페이지 개편 ('19. 11월)**
  - ‘내손안에 서울’ 등 시정홍보 사이트와 효과적 연계로 콘텐츠 품질 향상
- **동영상 중심 시대에 맞는 영상·방송 콘텐츠 제작으로 시민공감 제고**
  - 유튜브 트렌드에 맞는 영상 편성, 리포터 활용 실시간 소통방송, 보이는 팟캐스트 제작 확대 등으로 조회수 및 구독자 증대
- **‘내 손안에 서울’ 뉴스레터 수신자 확대 및 시민기자 운영 활성화**
  - 뉴스, 영상, 정책 등 다양한 시정정보 제공 뉴스레터 개편 및 수신자 확대 추진
  - 대상별(청소년·대학생·일반·사진영상) 시민기자단 취재 지원 및 교육 기회 마련
  - 메인화면에 방문자 맞춤형 서비스 제공으로 시민 이용편의성 증대

### 3

## 민간포털 협력마케팅을 통한 시정정보 제공

정보제공 및 정보습득 채널로 중요한 역할을 하는 민간포털과의 협력을 통해 효과적인 시정 정보 제공 및 시민 소통 강화

### □ 사업개요

- 목 적 : 시정 정보 접근성 제고 및 시정 활동에 시민참여 확대
- 내 용 : 포털 캠페인, 포털 검색 활용 홍보, 배너 및 동영상 광고 등
- 사 업 비 : 960백만원 (집행액 : 526백만원, 집행률 : 54.8%)

### □ '19년 추진실적

- 시정 정보 안내 및 시민참여 활성화를 위한 포털 캠페인 추진(4회)
  - 제로페이 이용 안내(1월), 서울케어 및 우리동네키움센터(5월) 등
- 포털 브랜드검색 등을 통한 주요 시정 정보 안내(12회)
  - 한강축제, 온마을돌봄, 마을변호사·세무사 등 상담서비스, 신규 명소, 전국체육대회 등
- 포털 제휴를 통한 시정 정보 접근성 제고
  - 카카오톡 채널(구 카카오톡 플러스친구)을 통한 재난·안전 및 생활정보 안내(17회)
    - ▶ 미세먼지 비상 저감 조치, 유용한 행정 서비스 및 주요 생활 정보 안내 등
  - 네이버 지도를 활용한 '제로페이 가맹점' 위치 및 정보 안내(4월)
  - '서울로 7017' 전체 도로 네이버 지도 내 적용으로 시민편의 제고(7월)



(카카오톡 채널 제휴)



(네이버 지도 제휴 - 제로페이 가맹점)



(네이버 지도 - 서울로 7017)

### □ 향후계획

- 주요 사업 및 시정 정보 집중 홍보를 위한 포털 캠페인 추진
- 포털의 각종 서비스와의 제휴 방식 다변화로 시정 정보 접근성 제고
- 민간포털 제휴 채널을 통해 시민생활에 도움이 되는 정보 상시 제공

## 4

## 시민참여 프로그램을 통한 시정공감대 확산

서울미디어메이트, 서울영상크리에이터 등 영향력 있는 시민들과 시정에 대한 콘텐츠를 공유함으로써 시정 인지도 제고 및 시민과의 네트워크 강화

### □ 사업개요

- 목 적 : 영향력 있는 시민 등과 협업을 통한 시민공감형 콘텐츠 제작
- 내 용 : 시정 이슈 관련 취재 및 기사 발행, 영상 콘텐츠 제작·배포 등
  - ※ 서울미디어메이트(50명, 블로거 취재단), 서울영상크리에이터(30팀, 영상창작가)
- 사 업 비 : 280백만원 (집행액: 182백만원, 집행률: 65.0%)

### □ '19년 추진실적

- 『서울미디어메이트』 운영을 통한 시정공감형 콘텐츠 확산
  - 시민입장에서 다양한 시정이슈 취재로 생생한 시정현장 취재 및 기사 확산
  - 주요 시정 현장 취재 기사 583건을 미디어메이트 개인 블로그에 발행
    - 제로페이, 서울생활사박물관, 중소기업 대박람회, 서울도시건축비엔날레 등
- 『서울영상크리에이터』 운영을 통한 컨셉별 콘텐츠 제작
  - 인터뷰, 타임랩스 등 팀별 강점과 특색을 살린 영상콘텐츠 89건 제작 및 배포
    - 서울식물원, 돈의문박물관마을, 한강몽땅, 세운상가, 경춘선 숲길 등
  - 팀별 네트워킹 워크숍 및 영상 관련 교육 2회 진행('19.7.20. / 9.19.)



[ 서울미디어메이트 현장취재 ]



[ 서울영상크리에이터 교육 ]

### □ 향후계획

- 서울미디어메이트의 시의성 있는 기획 취재 통한 시정 관심도 제고
- 영상크리에이터 팀별 특성에 따른 다양한 영상 콘텐츠 제작·확산

## 5

# 「서울사랑」 및 「내친구서울」 발간

市 소식지 발간을 통해 시정을 효과적으로 알리고, 시민생활에 유용한 정보를 제공하여 시민편의 증진 및 소통 활성화

## □ 사업개요

### ○ 시정 종합월간지 「서울사랑」

- 발행부수/배부처 : 월 6만부(연 12회) /시 산하기관, 도서관, 개인구독자 등
- 주요내용 : 주요 시정정보 및 복지·경제·문화 등 시민생활정보 제공

### ○ 어린이신문 「내친구서울」

- 발행부수/배부처 : 회당 32만부(연 9회)/초등학교, 서울도서관 등
- 주요내용 : 서울의 역사·문화, 서울소식, 어린이기자 취재기사 등

### ○ 사 업 비 : 1,847백만원 (집행액 : 1,028백만원, 집행률 : 55.7%)

## □ '19년 추진실적

- [서울사랑] 주요시정 연중 특별기획 및 생활밀착 기사 제공(1~9월호)
  - 제로페이, 청년정책, 돌봄·민생·복지 지원서비스, 제100회 전국체전 등
- [내친구서울] 어린이 눈높이에 맞는 시정 및 학습정보 제공(3~9월호)
  - 어린이기자 모집(680명), 서울생활사박물관, 전태일기념관 등 탐방취재

## □ 향후계획

### 시정 종합월간지 「서울사랑」 발간

- 서울케어, 복지, 경제 등 주요 시정 정보 집중 기획
- 책자 기사와 연계한 동영상 등 온라인 콘텐츠 제작 및 확산

### 어린이신문 「내친구서울」 발간

- '19년 어린이기자단 운영, 시정현장 탐방·취재(월1~2회)
- 증강현실, 웹툰 등 어린이 맞춤형 콘텐츠 제작 및 홈페이지 신규 구축(11월)
  - 보고 즐기는 신문으로 디자인·콘텐츠 개선, 홈페이지 구축 및 온라인 매체 노출 확대

## 6 마을미디어 활성화

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

### 사업개요

- 목 적 : 마을미디어 활동 지원을 통해 주민소통 확대에 기여
- 내 용 : 마을미디어 활성화 사업 운영단체 선정 및 활동단체 공모·선정 후 보조금 지원
- 사업비 : 1,150백만원 (집행액 1,150백만원, 집행률 100%)

### '19년 추진실적

- 마을미디어 활성화 사업 운영단체 1개소 공모·선정
  - 마을미디어 교육 및 축제 개최, 활동단체 보조금 교부 및 정산 등
- 마을미디어 활동단체 78개소 공모·선정 및 지원
  - 2018년 지원단체 75개소 → 2019년 78개소
- 서울특별시 마을미디어 활성화 지원 조례 제정('19.7.18)
  - 마을미디어 활성화 사업 법적 근거 마련
- 마을미디어 활성화 사업 운영단체(서울마을미디어지원센터) 민간위탁 추진 절차 진행
  - 사업의 안정적인 운영을 위해 전문성을 갖춘 기관에 위탁 추진
  - ※ 마을미디어 활성화 사업 소관 부서 변경 : 문화예술과→뉴미디어담당관('19.10.10)

### 향후계획

- 서울마을미디어지원센터 운영 민간위탁 동의안 시의회 상정
- 마을미디어 축제(시상식 및 포럼) 개최
- 서울마을미디어지원센터 운영 민간위탁 추진계획 수립

### 3. 서울브랜드를 통한 도시경쟁력 제고

① 시민주도 서울브랜드 확산을 위한 거버넌스 운영

② 서울브랜드 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

③ 외국어 매체 활용 시정홍보

④ 서울시 해외 홍보마케팅을 통한 도시경쟁력 제고

# 1

## 시민주도 서울브랜드 확산을 위한 거버넌스 운영

시민브랜드인 I·SEOUL·U가 다양하게 활용되어 국내·외에 안정적으로 자리매김 할 수 있도록 민관협력 체계를 구축·운영

### □ 사업개요

- I·SEOUL·U 「프렌즈」(시민홍보단) 및 「파트너스」(협력·활용기업) 구성·운영
  - 시민, 기업의 기획력과 실행력을 바탕으로 시민주도 브랜드 및 시정 확산
- 「서울브랜드위원회」 운영 및 I·SEOUL·U 조형물 설치
  - 도시브랜딩 전략 등 자문 및 서울 주요 명소에 I·SEOUL·U 조형물 설치
- 사업비 : 896백만원 (집행액 : 263백만원, 집행률 : 29.4%)

### □ '19년 추진실적

- I·SEOUL·U 프렌즈 구성·운영(37팀 176명) 및 파트너스 선정·운영(21개 업체)
- 「서울브랜드위원회」 정례회의 개최(3회)
- 「정책브랜드 자문조정회의」 운영(9회), 총 24건 자문·조정
  - 노들섬 특화공간 브랜드, 서울시 건축자산 정책브랜드 등 BI 및 네이밍 등 자문
- 「제4회 서울 도시브랜드 포럼」 개최(10.30, 다목적홀)
  - 전문가 및 시민과 함께 서울브랜드의 **글로벌화를 논의**
  - 주 제 : 'Seoul Wave(서울웨이브), 세계가 사랑한 서울'
- I·SEOUL·U 영상·사진콘텐츠 글로벌 공모전(9~10월)
  - 811개 작품 접수(내국인 677, 외국인 134), 심사(10.4~18), 시상식(10.30, 다목적홀)



### □ 향후계획

- 「I·SEOUL·U 프렌즈」 및 「I·SEOUL·U 파트너스」 운영('19.11월~)
  - 프렌즈 최종 성과보고회 개최(11월), 파트너스 팝업스토어 운영(11월)
- I·SEOUL·U 조형물 설치 확대('19.11~12월)
  - 서울생활사박물관, 서울우리소리박물관, 서울로 7017 등 6개소

## 2

# 서울브랜드 마케팅을 통한 도시 이미지 제고

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

### □ 사업개요

- 시민참여형 서울브랜드 활용, 국내에서 서울도시 이미지 및 호감도 향상
- 문화·장소·스포츠·소셜 마케팅, 기념행사, 시민참여 캠페인 등 추진
- 사업비 : 2,113백만원 (집행액 : 1,108백만원, 집행률 : 52.4%)

### □ '19년 추진실적

- 「3.1운동 100주년 기념」 아이서울유 홍보 실시 (3.1., 국회의사당)
  - SBS 210회 이상 I·SEOUL·U 로고 방송노출 및 홍보영상 상영으로 서울 홍보
- 「제4회 기브앤레이스」 연계 서울브랜드 및 시정 홍보 (5.26., 여의도)
  - 홍보부스 운영 및 정책체험 이벤트 실시, 제로페이 등 시정홍보
    - ▶ 시민 4,000여명 및 SNS 업로드 1,200여건 기록
- 서울브랜드 4주년 기념행사(9.28~10.6., 광화문광장)
  - I·SEOUL·U 홍보/체험부스 운영(SNS이벤트, 아이서울유 다방 등)
    - ▶ 시민 14천여명 방문 및 3천여건 SNS 업로드, 환경 캠페인 1,800여명 참여
  - 서울뮤직페스티벌과 연계 방송노출, 응원단 운영(487명) 등 브랜딩
    - ▶ 생방송 더쇼프로그램(10.1)을 통한 아이서울유 4주년 축하멘트·로고 등 송출(20개국 8억명)
- 제100회 전국체전 연계 도시브랜드 홍보(10.4~10.19, 잠실종합운동장)
  - 시민 1만여명 홍보부스 방문, SNS 인증샷 3,400여건 및 즉석사진 이벤트 2천여건 참여
- 청년 스타트업과 협업, 서울브랜드 글로벌 콘텐츠 제작(8~10월)
  - 서울브랜드 정체성(공존·열정·여유) 등을 주제로 VR 및 스토리텔링 영상 제작



### □ 향후계획

- 글로벌 콘텐츠 해외 확산('19.11월~), 서울브랜드 여론조사 실시('19.11~12월)

## 3

## 외국어 매체 활용 시정 홍보

시 대표 외국어 플랫폼(홈페이지, SNS) 운영 및 프로모션을 통해 우수시정 및 도시매력을 전 세계에 확산, 국내·외 외국인에게 정보 전달

### □ 사업개요

- 외국어 홈페이지(6개) 및 SNS 채널(10개) 운영, 시정홍보 및 도시매력 전파
- 해외언론, 인플루언서 대상 프레스투어 추진을 통한 도시마케팅
- 사업비 : 2,572백만원(집행액 : 466백만원, 집행률 : 18.1%)

### □ '19년 추진실적

- 시 대표 외국어 플랫폼(홈페이지, SNS) 운영, 국내외 외국인과의 소통 강화
  - 외국어 홈페이지 방문자수 158만명, 외국어 SNS 팔로워수 217만명 달성(9월말 기준)
- 서울시 주요정책 홍보 및 도시매력 확산으로 도시 선호도 및 매력도 제고
  - 서울상생상회, 유급병가지원, 노들섬개장 등 정보제공(홈페이지 3,764건, SNS 3,850건)
  - 서울시 외국어 e-뉴스레터 제작(총18회) 및 발송(회원 5만3백명)
- 서울 영어뉴스 방송 제작 및 확산(5.16~)
  - 아리랑TV 및 유튜브, SNS를 통해 서울시 주요정책 영상뉴스 해외 송출(주2회)
  - 제100회 전국체전, 서울도시건축비엔날레, 공공시설주차장 나눔가 설치 의무화 등 총 38건
- 해외언론/인플루언서 초청 1·2차 프레스투어(8~9월)
  - 1차(8.19~8.21) : 언론(10개 매체, 11명), 도시재생·문화도시
  - 2차(9.26~9.29) : 언론(13개 매체, 16명), 인플루언서(6개국 11명), 스마트·문화도시



### □ 향후계획

- 해외언론 / 인플루언서 초청, 3차 프레스투어 추진(~'19.11월)
- 서울시 우수정책 홍보영상 제작, 확산(~'19.11월)
  - 인기 외국인 셀럽 참여, 총 100편 홍보영상 제작(25개 영상 × 4개 언어)
- 외국인 대상 서울시 우수정책 온라인 투표이벤트 실시('19.11~12월)

## 4

## 서울시 해외 홍보마케팅을 통한 도시경쟁력 제고

해외도시 현지 프로모션 및 현지방송 · 글로벌 소셜미디어 매체 등을 활용한 전략적 해외 홍보마케팅 활동으로 서울의 도시경쟁력 제고

### □ 사업개요

- 서울시 정책 및 도시매력을 알리기 위한 국외 서울홍보 프로모션 실시
- 영상제작 및 매체광고, 소셜미디어 등을 통한 공감형 콘텐츠 확산
- 사업비 : 3,700백만원(집행액 : 1,273백만원, 집행률 : 34.4%)

### □ '19년 추진실적

#### 해외홍보 마케팅 협업 강화

- 시의회 주최 「서울 글로벌 홍보·마케팅 방안 토론회」 참여(3.15)
  - 해외 홍보 발전방향 및 홍보방안 논의(도시브랜드담당관 토론자로 참여)
- 해외 홍보마케팅 전문가 및 관계기관 해외홍보 협업회의 개최(총 4회)
  - 해외홍보 마케팅부서(국제협력담당관, 관광재단 등), 전문가와 상호협력방안 논의
- 국제방송교류재단(아리랑TV)와 서울시 해외홍보를 위한 MOU 체결(4.29)
  - 국제방송교류재단의 글로벌 네트워크 활용, 서울의 매력 및 우수정책 홍보 협력

#### 전략적 국가(도시) 선정 프로모션 추진

- [도시외교] 몽골 울란바타르 (7월)
  - 드론라이팅쇼 4만여명, 서울의 거리행사(댄스경연 등) 6천여명 방문
  - 몽골 행사 SNS 조회수 12만회, 서울시 글로벌 SNS 팔로우 82천여명 기록



[ 서울의 거리 댄스페스티벌 ]



[ FLY2019 드론라이팅쇼 ]

○ **[문화교류] 베트남 호치민 (9월)**

- 뷰티서울로드쇼 1천여명, 컬러풀 서울 인 호치민 행사 2천여명 방문
- 페이스북, 유튜브, SNS 등 행사영상 조회수 15만회 이상



[ 뷰티서울 로드쇼 행사 ]



[ 컬러풀 서울 인 호치민 ]

○ **[국제평화] 러시아(블라디보스톡, 이르쿠츠크, 모스크바), 독일(베를린) (10월)**

- 모스크바 서울뮤직쇼룸 행사 3천여명, 서울시향 공연 1천5백여명 방문
- 페이스북, VK(러시아 SNS), 인스타그램 등 영상 조회수 총 1,000만회 이상



[ 모스크바 서울뮤직쇼룸 행사 ]



[ 유라시아 평화의 여정 팬미팅 ]

**글로벌 홍보영상 제작 및 확산**

○ **서울시 대표 글로벌 홍보영상 제작(10월)**

- 글로벌 인지도가 높은 셀럽(조수미)을 활용, 서울시 대표 글로벌 홍보영상 제작
- '글로벌 리더 도시로서 머물고 싶고 살고 싶고 투자하고 싶은 도시 서울' 소개

○ **'투자하기 좋은 도시' 홍보영상 제작 및 미주지역 확산(10월)**

- 홍보영상 4편 제작, 미국방송(CBS)을 통해 뉴욕, LA 등 방영(총 115회) 및 온라인 확산

**향후계획**

○ **서울시 대표 글로벌 홍보영상 매체 확산('19.11월~)**

- 중화권, 영미권 등 파급력 높은 디지털 매체를 통한 영상 확산, 노출 효과 극대화

○ **해외홍보 전략 수립을 위한 관계기관 협업회의 개최('19.12월)**

- 실국간 업무 연계 및 협업으로 2020년 해외홍보 방향 및 전략 수립

## 4. 시민중심의 민원 행정서비스 제공

① 민원응대 품질관리를 통한 민원서비스 수준 향상

② 응답소 기능 개선 및 민원분석시스템 구축

③ 「120다산콜재단」 기능 고도화 및 운영 지원

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

## □ 사업개요

- 대 상 : 시 본청 및 사업소, 투자·출연기관
- 내 용 : 민원응대 교육, 힐링프로그램 운영, 민원서비스 평가 등
- 사 업 비 : 108백만원 (집행액 : 28백만원, 집행률 : 25.9%)

## □ '19년 추진실적

- '19년 상반기 민원응대(전화/방문)서비스 품질점검 실시('19. 7월)
  - 미스터리 쇼퍼를 활용하여 전화(317부서) 및 방문(42개소) 점검 실시
- '19년 민원행정서비스 중간평가 실시('19. 7월) : 법정·응답소민원 대상
- 민원응대 서비스 향상교육 실시(32회, 2,226명)
  - 새내기 공무원 민원응대 교육(2회 160명), 원포인트레슨 방문단 교육(24회 480명)
  - 민원응대 서비스 교육(6회 194명), 이러닝(e-learning) 교육과정 이수(1,392명)

## □ 향후계획

- 악성·특이민원 대응역량 강화 및 감정노동 보호
  - 6차 민원업무 종사직원 힐링프로그램 운영(10월)
  - 특이민원 이러닝 교육 콘텐츠 제작 보급 (11월)
- 민원응대서비스 온·오프라인 교육 실시
  - 공무원이 갖춰야 할 민원응대서비스 교육(이러닝)
  - 민원응대 서비스 미흡부서 보수교육('19.11월)
- 민원행정서비스 종합평가 및 서울시(자치구 포함) 우수사례 발굴('19.12월)
  - 법정·응답소 민원 등 민원행정서비스 종합평가 결과 시상 및 우수사례 경진대회



## 2

# 응답소 기능개선 및 민원분석시스템 구축

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

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월
- 주요내용 : 응답소시스템 기능 고도화, 빅데이터 기반 민원분석시스템 구축
- 사 업 비 : 944백만원 (집행액 : 387백만원, 집행률 : 41.0%)

### □ '19년 추진실적

- 응답소 시스템 안정적 운영 및 기능 개선
  - 효율적인 민원처리를 위한 다중 분배, 다중 처리 기능 개발('19.4~7월)
  - 국민권익위원회 개인정보보호 강화조치 권고사항 이행('19.9~10월)
- 전 직원 대상 '민원서비스 향상 교육' 실시('19.7.10. 425명)
- 월별 민원처리 실태 자체평가 및 모니터링('19.1~9월)
- 빅데이터 기술을 활용한 응답소 민원분석시스템 구축
  - 착수보고회('19.8.21.), 분석 설계(8~10월) 등

### □ 향후계획

- 응답소 시스템 안정적 운영 및 지속적 기능 개선
  - 응답소 DB서버 이관 및 실시간 이중화(RAC) 구성('19.11~12월)
  - 민원분석시스템, 민주주의서울, 차세대 국민신문고 연계 개발('19.11~12월)
- 빅데이터 기반 민원분석시스템 구축
  - 시스템 개발, 중간보고회, 시험운영 및 교육('19.11~'20.1월)
  - 2단계 감리 실시(설계감리 '19.11월 / 종료감리 '20.1월)

「120다산콜재단」이 원스톱·맞춤형 상담서비스 전문기관으로 거듭날 수 있도록 상담서비스 품질향상 지원

### □ 사업개요

- 설립일자 : 2017. 4. 24. ※센터개시 : '07.9.12
- 주요내용 : 상담정보관리시스템 구축, 안정화지원, 시스템관리 등
- 사업비 : 22,030백만원 (집행액 : 15,941백만원, 집행률 : 72.4%)

### □ '19년 추진실적

- 신규 콜센터시스템 및 전산프로그램 설치 교체 등 고도화 추진('19.3월)
- 120다산콜재단 안정화를 위한 소통강화 및 시·구·재단간 협업 추진
  - 시·구·재단 운영협의회('19.4월), 상담사 및 노조와의 소통간담회('19.7~8월)
- 120 대화형서비스 챗봇('톡톡 120') 시범 운영 ('19.5월~ )
  - 현장민원 62종, 행정정보안내 310종 등 서비스 제공
- 다산콜재단 운영 및 효율성 제고를 위한 유관기관 협업 강화
  - 하반기 120재단 운영협의회 개최('19.10월) : 시·자치구·재단 참여
    - ▶ 상담DB 현행화, 자치구 운영분담금, 기타 다산콜 운영에 관한 사항 논의

### □ 향후계획

- 120재단 상담기능 강화 및 효율성 제고를 위한 운영관리 지원
  - 상담DB 현행화, 응대율 및 처리율 등 주기적 관리(월별, 분기별)
  - 상담석 컴퓨터 노후화에 따른 가상화PC 시스템 구축
- 120 챗봇 서비스 상담범위 확대 및 인공지능 학습 고도화 추진
  - 챗봇학습 및 모니터링, 서비스범위 및 정확도 향상을 위한 고도화 추진

# IV. 2018 행정사무감사 처리결과 보고서

(문화체육관광위원회)

시민소통기획관

## □ 총 괄

○ 수감결과 처리요구사항 등 ----- 총 29 건

○ 조치내역

구	분	계	완 료	추진중	검토중	미반영
계	계	29	26	1	-	-
	시정· 처리요구사항	10	10	-	-	-
	건의 사항	5	4	1	-	-
	기타(자료제출 등)	14	14	-	-	-

# 시정·처리 요구사항

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 많은 자문수당 지급을 감수 하면서까지 소통자문관을 운영한 것은 그 필요성 면에서 납득하기 어려우니, 향후 민간전문가 제도를 운영함에 있어 철저한 업무 검토가 필요함 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소통자문관 모집 공고 : '18. 8. 8 - 응모원서 접수, 서류 및 면접전형 등</li> <li>○ 소통자문관 신규위촉 : '18. 8.31</li> <li>○ 소통자문관 자문활동 : '18. 8.31 ~ 10.30 - 시 주요행사 기획 및 자문 활동 전개</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 민간전문가 채용 필요성 및 장단점 등을 면밀히 검토하여 소통자문관을 채용하도록 하겠음</li> </ul>
<p>○ 서울미디어메이트 운영 개선을 보면, 원고료를 인상하여 콘텐츠 영역을 강화하겠다는 내용이 나오는데, 원고료 인상이외에는 개선사항이 없음, 원고료 인상 말고 다른 분야도 포함해서 개선해야 함 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '18년에는 기본 원고료를 7만원으로 인상하고 SNS 공유시 원고료 추가지급액을 늘림으로써 콘텐츠의 2차 확산에 노력함 - 또한 블로그 방문자수 기준 상향(1천명→2천명 이상)을 통한 소셜 영향력자를 선발·운영하여 포털 사이트 키워드 검색시 상단 노출 비율이 '17년 40% 에서 '18년 69%로 증대</li> <li>○ '19년도에는 기본 원고료(7만원)와 선발기준(일 방문자 수 2천명 이상)을 유지하되, 서울시 생산 콘텐츠의 확산을 유도하고자 원고료 추가지급 항목을 일부 조정·개선하였음 - 기존의 SNS 공유 항목은 글자수 제한 등의 한계가 있어 삭제하고, 취재기사 내에 주제와 관련한 서울시 보유매체 게시 글을 링크 및 소개하도록 하여 시 콘텐츠의 2차 확산 유도</li> <li>○ 미디어메이트의 내실있는 운영을 위해 선발 후 2개월 이상 취재 미참여자(4명) 해촉 및 예비합격자 추가 위촉('19.6.14.)</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 서울영상창작가 평가기준에 따르면 활동의지가 있는 사람이 경력점수가 부족하여 평가에서 선정 안 될 수 있는데 이러한 점 개선 필요 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '18년 서울영상창작가는 활동경력 50점, SNS 운영지수 30점, 활동의지 20점으로 배점하여 심사·선발함 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 서울영상창작가의 영상콘텐츠는 시를 대표하여 각종 매체를 통해 시민들에게 보여지는 만큼, 양질의 콘텐츠 제작을 위해 영상 촬영 경험 등 활동경력에 가장 높게 비중을 두고 평가한 것임</li> </ul> </li> <li>○ 한편 콘텐츠 제작·확산을 위해서는 기획부터 편집까지 상당한 노력이 투입된다는 점에서 활동의지의 중요도를 더 높게 판단하여, '19년 선발시에는 활동경력 50점, 활동의지 30점, SNS 운영지수 20점으로 조정 배점하여 심사·선발하였음. ( '19. 2월 30팀 선발완료)</li> </ul>
<p>○ 제2시민청(삼각산시민청) 방문객 수가 제1시민청과 비교시 27.5배 차이를 보임. 제2시민청 방문객수를 늘리기 위해 홍보나 온라인 신청 등 불편한 점을 개선하는 것이 필요하다고 보여짐 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홈페이지 통한 대관신청 시스템 구축완료('18.11월말)</li> <li>○ 우이신설도시철도 및 지역연계 대중교통 인쇄매체 집중홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우이선 전동차 내부(2량) 디자인래핑(6개월간), 모서리 광고</li> <li>- 솔밭공원역사 내 삼각산시민청 안내 사인물 부착</li> <li>- 지역 연계 대중교통 인쇄매체 광고(마을버스 등)</li> </ul> </li> <li>○ 지역 특화 매체(지역 소식지) 통한 홍보(강북구, 도봉구)</li> <li>○ 공공서비스예약시스템과 시민청 대관신청 시스템과 연계('19.2)</li> <li>○ 온 오프라인 매체를 활용한 홍보 추진 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인스타그램 콘텐츠 제작 및 라이브 방송 온라인 홍보('18.4.~)</li> <li>- 1동 외벽 옥외 대형현수막 설치 및 인근지역 일대 가로등 배너 설치 홍보(주요 행사시) <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 개관행사, 토요일은 삼각산청이좋아, 솔솔한축제, 시민공모사업, 지역연계 행사 등</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 삼각산시민청 공간 개선 및 안내 키오스크 설치 : '19. 10~11월</li> <li>○ 홈페이지 다국어지원시스템 개선 반영 : '19. 11.</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획									
<p>○ 홍보물을 제작함에 있어 남녀 간의 성역할을 분리하는 것은 적절하지 않으며, 젠더 관련 자문의견을 적극 반영하는 것이 필요함 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 홍보물 심의 시 성별영향평가 실시(월 1회)</li> </ul> <table border="1" data-bbox="614 521 1469 734"> <tr> <td data-bbox="614 521 890 577">홍보물심의</td> <td data-bbox="895 521 1187 577">성별영향평가</td> <td data-bbox="1192 521 1469 577">디자인 심의</td> </tr> <tr> <td data-bbox="614 577 890 689">홍보물 제작 필요성, 유사·중복 여부 등 확인</td> <td data-bbox="895 577 1187 689">성차별적 요소, 성역할고정관념 등 확인</td> <td data-bbox="1192 577 1469 689">디자인의 공공성, 예술성 등 확인</td> </tr> <tr> <td data-bbox="614 689 890 734">시민소통담당관</td> <td data-bbox="895 689 1187 734">여성정책담당관</td> <td data-bbox="1192 689 1469 734">시민소통담당관</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성별영향평가결과에 따른 개선의견 각 부서별 반영</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 젠더 관련 부서인 여성정책담당관과의 긴밀한 협조를 통해 시정홍보에 있어 성인지적 관점을 확고히 반영하고, 홍보물 성별영향평가 지속 실시 및 개선의견 수렴 철저</li> </ul>	홍보물심의	성별영향평가	디자인 심의	홍보물 제작 필요성, 유사·중복 여부 등 확인	성차별적 요소, 성역할고정관념 등 확인	디자인의 공공성, 예술성 등 확인	시민소통담당관	여성정책담당관	시민소통담당관
홍보물심의	성별영향평가	디자인 심의								
홍보물 제작 필요성, 유사·중복 여부 등 확인	성차별적 요소, 성역할고정관념 등 확인	디자인의 공공성, 예술성 등 확인								
시민소통담당관	여성정책담당관	시민소통담당관								
<p>○ 서울시 SNS 운영실태 종합 분석평가 용역에 따라 폐쇄 권고된 SNS 계정에 대해 시민소통기획관에서 타 부서와 잘 협조하여 폐쇄하는 것이 필요 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「'18년 서울시 SNS 운영실태 평가 및 개편계획」에 따라 83개 계정을 폐쇄하였고, 32개 계정에 대해 폐쇄불가 사유 및 향후 보완계획 등 유지에 대한 의견을 수렴하였음</li> <li>○ '19년 서울시 기관 SNS 운영 실태조사 및 직원대상 SNS 운영 컨설팅 세미나를 실시해 채널 운영 방향성 수립 등 소셜미디어 내실화 작업 추진('19. 2~5월)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후 신규 SNS 계정 개설 시 시민소통기획관(뉴미디어담당관)과 사전 협의를 의무화 하고, 연 1회 시 SNS 운영실태 정기점검을 통해 지속적으로 관리하겠음</li> </ul>									

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ “꼼꼼한 서울씨” 모니터링 결과를 보면, 꼼꼼한 서울씨 활동가 중에서 신청을 받아 선정된 사람들이 시민청을 방문했고, 시민청 인지도 등도 점검을 하였음. 그러나 이미 조사내용을 다 알려준 다음 설문조사하는 것은 부적절하고 예산낭비라고 생각함 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ‘꼼꼼한 서울씨’는 주요 시책을 모니터링 하고 개선방안을 함께 고민하는 시민참여제도임</li> <li>○ 정해진 기간에 현장방문이 가능한 꼼꼼한 서울씨 활동가의 신청을 받아 선정하고 선정된 모니터링 요원은 현장을 점검하고 점검표를 작성하여 제출</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 선정된 모니터링 요원에게 제공하는 사전 정보와 점검표 작성 시 객관성을 고려, 문안 작성에 유의하여 모니터링 결과의 신뢰도와 타당성을 높이겠음</li> <li>○ 또한, 시민과의 직접 소통을 강화시켜 시-시민간 본질적 소통이 향상되도록 모니터링단을 개편, 운영 예정</li> </ul>
<p>○ 삼각산시민청 설치와 관련하여 필요한 사업비를 본예산에 편성하지 않고, 다른 분야의 남은 예산을 사용한 것은 적절하지 않음 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 삼각산시민청 공사비 증액요청(도시기반시설본부) : '18. 2. 13 - 각종 편의시설·설비 등에 필요한 공사비(증 53,660천원)</li> <li>○ 예산전용(사무관리비 → 시설비) : '18. 2. 22 - 당초 계획 임대 면적 축소(1,000㎡→540㎡)에 따른 불용 예산 임대료 차액(사무관리비)을 시설비로 전용하여 공사추진</li> <li>○ 삼각산시민청 개관 : '18. 4. 28</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 향후에는 사전에 철저한 조사를 통해 예산 수립하겠음</li> </ul>
<p>○ 상품문화디자인 국제공모전 자료를 보면, 한국문화디자인 학회와 MOU를 체결했음에도 MOU체결현황에는 누락되어 있음(도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MOU체결자료를 기제출완료 하였음 (2018.11.9.)</li> </ul>

시정 및 처리 요구사항	조치결과 및 향후추진계획
<p>○ 외국어홈페이지에 들어가보니, 언어만 다르고 내용은 동일함. 비용절감을 위해 대표도메인만 두고 언어만 바꿔야 하는 것이 아닌지 고민이 필요하며, 효과적인 홈페이지 운영방안에 대해서 검토해 주기 바람. (도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 대표 도메인을 사용할 경우와 언어별 별도 도메인을 사용할 경우 홈페이지 실제 운영비용은 거의 같음</li> <li>○ 1996.7월(영어의 경우)부터 운영해 오던 도메인을 변경할 경우 모든 페이지에 대한 도메인 변경작업, 신규 도메인 홍보 및 기 연결된 링크주소에 대한 에러 대응 등 추가로 적지 않은 비용이 투입되어야 함</li> <li>○ 한편, 비용문제 외에 아래와 같은 홈페이지 운영상의 문제가 발생할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 언어권별 해외 검색포털이 상이해서 도메인을 하나로 할 경우 검색이 어려워 방문율이 하락할 가능성이 높음 (영어-구글, 중국-바이두, 중문-구글, 일본어-야후)</li> <li>② 글로벌 사이트이므로 해외에서 다양한 웹공격 시도가 자주 발생하는데 시스템을 하나로 할 경우 운영 상 위험분산이 어려움</li> <li>③ 성능의 부하가 걸릴 수 있음</li> <li>④ 언어권별 통계 분석 등 관리의 어려움이 발생함</li> <li>⑤ 언어권별 도메인 변경에 따른 직접유입율 하락 및 페이지 링크오류 등 방문자의 불편이 따름</li> </ul> </li> <li>○ 현재 영, 중, 일 등 6개 언어 도메인을 별도로 운영 중임 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방문자 확대와 정보 제공 활성화 등을 위하여 홈페이지 검색 최적화 등 기능개선 및 외국인 대상 프로모션 전개 등 적극적인 온라인 마케팅 추진</li> </ul> </li> </ul>

# 건의 사항

건의 사항	조치 결과
<p>○ '19년도 서울미디어메이트 창작 등 예산증감내역에 대하여 예산안 심의 전까지 그 효과나 실적을 의원들이 납득할 수 있게 해주기 바람 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 완료</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '18년 사업운영 결과 전년도 대비 더욱 다양한 시정이슈 취재로 시정을 전달하는 소통창구 역할을 공고히 하였음 ( '17년 52개 → '18년 67개 )</li> <li>- '18년 운영실적 : 총 1,578건 콘텐츠 확산(686건 생산)</li> <li>○ 소셜영향력자 선발에 따라 포털 사이트 상단 노출 비율이 비약적으로 상승하는 등 가시적인 효과를 나타냄 ( '17년 40% → '18년 69% )</li> <li>○ '19년에는 예산증액분만큼 더욱 다양한 시정이슈 취재와 콘텐츠 제작·확산으로 보다 많은 시민들에게 시정을 소개할 수 있도록 노력중임</li> <li>- '18년 686건 → '19년 720건 목표</li> <li>○ '19년 서울미디어메이트 모집(50명, '19.2월)</li> <li>- 블로그 일 평균 방문자 2,000명 이상인 자 중 기사작성능력 및 활동 의지 등 평가·선발</li> <li>○ 향후 2020년 예산안 심의부터는 관련사업 효과 및 실적을 잘 정리해서 사전 설명을 철저히 하도록 하겠음</li> </ul>

건의사항	조치결과
<p>○ 제3시민청은 지역 등 여러 가지를 고려해서 꼭 필요한 예산을 사용해서 필요한 지역에 설치해주시기 바람 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>추진상황 : 추진 중</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>추진내용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 권역별시민청 조성 계획 수립(정무부시장 방침): '19.6.5 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전체 권역별 자치구 추천 후보지에 대한 선정자문단 심사후 조성 추진 대상지 선정</li> </ul> </li> <li>○ 자치구 후보지 추천 및 선정 자문단 구성 : '19.6. ~ 9월</li> <li>○ 타당성 등 조사용역 학술용역 심사 통과 : '19.9월</li> <li>○ 자치구 추천 후보지 기초조사 : '19.10월</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> <b>향후계획</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자치구 추천 후보지 선정자문단 심사 : '19.10. ~ 11월 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화 수요를 고려한 권역별 문화시설 균형 배치</li> <li>- 교통 접근성 등 시민 이용 편리성</li> <li>- 지역 문화콘텐츠와 시민청 고유프로그램 등의 연계성 등</li> </ul> </li> <li>○ 권역별 시민청 우선 추진 대상지 선정 : '19.연내</li> <li>○ 타당성 조사용역 실시 : '20.2. ~ '20.8 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대상지 사업타당성 조사 및 투자심사 기초자료 작성</li> <li>- 권역별 지역특성을 고려한 차별화된 시민청 조성 구상</li> </ul> </li> <li>○ 사업 기본계획 수립 및 투자심사 등 후속조치 : '20.7. ~</li> </ul>

건의사항	조치결과
<p>○ 내년부터 서울사랑 광고 면수를 확대해서 광고수입을 늘릴 수 있는 방안을 검토해주시기 바람 (뉴미디어담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 「서울특별시 간행물에 의한 광고계약 및 해지 등에 관한 조례」 제9조에 의거 발행면수의 25%까지 광고게재가 가능하나, 정보의 질적 측면과 기사 지면이 부족한 상황(총60면)을 고려해 1~3면 이내에서 운영 중 (서울시정·공공기관, 희망광고 등 무료광고 및 유상광고 포함)</li> <li>○ 최근 국내 경기침체 및 인쇄(잡지)광고 감소, 온라인 광고 강화 추세 등으로 인해 광고수주가 어려운 실정임</li> <li>○ 공익성 매체 성격을 고려해 중점 홍보가 필요한 서울시 광고 및 공익광고 운영 강화</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 민간의 유상 상업광고보다는 서울시 자체 광고 및 희망기업 지원 광고, 공공기관 광고 등의 공익광고(무상) 중심으로 운영해 공익매체로서 역할을 강화하겠음</li> </ul>

건의사항	조치결과
<p>○ 시민청 권역별 홍보를 위해 주민들의 눈높이에 맞는 홍보 필요 (시민소통담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인근 지역연계 다수 공간(지자체, 기관 등) 홍보 실시 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 특수성을 반영해 인근 지역 30여곳 홍보 협조</li> <li>- 행사 추진 시 공간별 포스터, 리플릿 300부 이상 비치</li> </ul> </li> <li>○ 우이신설도시철도 및 지역연계 대중교통 인쇄매체 집중홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우이선 전동차 내부 모서리 광고, 와이드칼라, 포스터 홍보</li> <li>- 솔밭공원역사 내 삼각산시민청 안내 사인물 부착</li> <li>- 지역 연계 대중교통 인쇄매체 광고(마을버스 등)</li> </ul> </li> <li>○ 지역 특화 매체(지역 소식지) 통한 홍보(강북구, 도봉구)</li> <li>○ 찾아가는 삼각산시민청 행사 및 지역민과 함께하는 이벤트 추진: 10회 추진(~`19.9.)</li> <li>○ 1동 외벽 옥외 대형현수막 설치·홍보: 7건(~`19.9.)</li> <li>○ 인근 지역 일대 가로등 배너설치: 4건 800장 이상(~`19.9.)</li> </ul> <p><input type="checkbox"/> 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 삼각산시민청 공간 개선 및 안내 키오스크 설치 : `19. 10~11월</li> <li>○ 주요행사 알림 유튜브 방송 등 온라인 홍보 강화 : `19.11.</li> <li>○ 찾아가는 시민청(솔밭공원, 인근 학교 등 연계) 등 지역주민과 함께하는 이벤트 지속 확대</li> </ul>

건의사항	조치결과
<p>○ 저작권 등록 실적을 보면, 상품류, 등록번호가 있는데, 다음부터는 잘 알 수 있게 자료를 작성해주시기 바람 (도시브랜드담당관)</p>	<p><input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료</p> <p><input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후계획</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ '상표법'에 따라 저작권 등록에 따른 등록번호는 45종으로 상품(34종)과 서비스(11종)으로 분류되어 있으며, 각 번호별로 대표상품을 지정하여 법정화 되어 있음.</li> <li>○ 우리시는 서울시 휘장을 업무표장으로 등록하였고, '18.7월 갱신(10년) 등록기간을 연장하였고, 아이서울유 브랜드는 업무표장 포함 총 45종의 상품과 서비스업에 출원 완료('18.10월)한 상태이며, 해치 또한 업무표장과 41개 상품류에 상표 등록한 상태임.</li> <li>○ 요청하신 상표법 관련 규정과 등록번호 45종에 대한 세부사항은 행정사무감사 당일('18.11.9) 즉시 제출함</li> <li>○ 앞으로 상표권 자료를 제출할 경우에는, 누구나 쉽게 알 수 있도록 상표권에 관한 부연설명과 상세내용을 같이 표기해서 제출하도록 하겠음</li> </ul>

# 기 타 사 항

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 소통자문관 출근부, 급여내역 및 활동내역 자료 요구 (시민소통담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.9.)
○ 2018년 서울미디어메이트 원고료 지급대상 82명, 원고료 50,000원에 대한 자료 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 서울영상창작가 심사위원 명단 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.9.)
○ 서울영상창작가 위촉식 참석 명단 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 서울영상창작가 팀별 창작수가 격월 1편 제작기준에 맞지 않은 사유 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 2016~2018년 시책추진업무추진비 사용내역 (시민소통담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 서울미디어메이트 경력, 운영비 지급내역, 활동사항 자료 요구 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)

자료제출 등 기타사항	조 치 결 과
○ 시민청 만족도 조사 설문지 (시민소통담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 2018년 2천만원이상 수의 계약내역 및 사유 (시민소통담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.9.)
○ 국제공모전 모든 공모작품과 공모작품 중 외국인 작품과 관련한 자료 요구 (도시브랜드담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 민간포털 협력마케팅 7억 5 천 6백만 원의 세부집행내용 및 서울 등 타 지자체(광역) 브랜드 검색 현황 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 내손 안에 서울, 라이브 서 울, 서울을 가지세요, 서울 시 대표 홈페이지 주요 목 적 및 사이트 주소 등 (뉴미디어담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 6개 외국어홈페이지 현황, 언어별 유지보수비용 등 예 산, 도메인 각자 운용 사유 (도시브랜드담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.16.)
○ 소통자문관 출근부, 급여내역 및 활동내역 자료 요구 (시민소통담당관)	<input type="checkbox"/> 추진상황 : 완료 <input type="checkbox"/> 추진내용 및 향후 추진계획 - 자료 제출 완료 (2018.11.9.)