

2024. 5. 7.(화) 조간용

이 보도자료는 2024년 5월 6일 오전 11:15부터 보도할 수 있습니다.



## 보도자료

담당 부서: 여성가족정책실 양성평등담당관

양성평등담당관

이성은

02-2133-5006

양성평등정책팀장

송미정

02-2133-5007

사진 없음  사진 있음  매수 : 6매

관련 누리집

<https://umppa.seoul.go.kr>  
(몽땅정보 만능키)



### 서울시, 기업과 함께하는 「탄생축하 공동캠페인」 시작

- 1호 기업으로 '현대해상화재보험주' 참여...이노션 김세희 크리에이티브디렉터(CD) 총괄
- 가족과 탄생의 소중한 가치 전하는 따뜻한 영상 제작...실제 가족들의 리얼상황 담아
- 기업은 '탄생' 키워드로 공익 광고 제작 및 프로모션, 시 보유 매체 통해 확산
- 저출생 위기 극복에 뜻 같이하는 기업과의 캠페인 지속...참여기업 상시 모집

서울시가 저출생 극복을 위한 「탄생응원 서울 프로젝트」의 일환으로 기업과 함께 저출생 인식 개선을 위한 '탄생축하 공동캠페인'을 시작한다. 저출생 위기 속 더욱 귀해진 가족과 생명의 탄생을 서울시와 기업이 함께 응원한다는 메시지를 전한다.

○ 서울시는 같은 메시지도 누가 말하느냐에 따라 그 효과가 다른 만큼, 서울시와 함께 목소리를 내줄 기업을 찾아 함께 인식개선 캠페인을 하게 되었다고 취지를 설명했다.

공동 캠페인은 '탄생'을 키워드로 가족의 소중함과 탄생의 가치를 공감할 수 있는 공익적 성격의 광고를 기업이 제작해 프로모션을 진행하고 서울시는 기업 자체 프로모션에 더해 서울시가 보유한 다양한 홍보매체를

총 동원해 보다 많은 시민들이 볼 수 있도록 확산·전파하는 내용이다.

- 기업은 시민의 공감을 얻을 수 있는 따뜻한 감성의 캠페인 광고를 제작하고, 기업의 특성에 맞는 상품 개발 및 자사 제품 할인 등 프로모션 등을 지원한다.
- 서울시는 기업매체뿐 아니라 서울시 보유매체인 서울시 뉴미디어채널, 몽땅정보 만능키, 탄생응원서울 사회관계망서비스(SNS), 지하철역사 및 버스광고, 옥외전광판 등을 통해 영상을 전파한다.

□ 그 시작으로 1호 기업 ‘현대해상화재보험(주)’과 함께하는 캠페인에 나선다. 2개월에 걸쳐 제작한 이번 캠페인 영상은 임신으로 찾아온 새 생명 소식을 가족들에게 전하고 함께 축하하는 내용이다. 특히 배우가 아닌 실제 가족들의 리얼한 상황을 생생하게 담아내 따스한 감동을 선사한다.

- 이 광고를 총괄한 이노션의 김세희 크리에이티브 디렉터(CD)는 ‘내일을 키워가는 집’, ‘문명의 충돌2: 신문명의 출현’ 등을 제작하여, 현실적이면서 공감 가는 내용으로 단순 광고가 아닌 가족 캠페인으로 인식될 정도로 사람들에게 호평을 받았다.

□ 서울시와 현대해상화재보험(주)의 ‘탄생축하 공동캠페인’ 영상은 몽땅정보 만능키([umppa.seoul.go.kr](http://umppa.seoul.go.kr))와 ‘탄생응원 서울 프로젝트’ 유튜브 채널([youtube.com/@happy\\_umppa](http://youtube.com/@happy_umppa)), 현대해상 유튜브 채널([youtube.com/@hyundaimarine\\_official](http://youtube.com/@hyundaimarine_official)) 등에서 볼 수 있다.

□ 이와 관련해 서울시와 현대해상은 2일(목) 서울시청에서 「탄생축하 공동 캠페인 업무협약」을 체결했다. 서울시는 1호 기업을 시작으로 저출생 인식개선에 뜻을 같이하는 또 다른 기업들과 캠페인을 이어나

갈 계획으로, 많은 기업의 참여를 기다린다고 밝혔다.

- 참여를 희망하는 기업은 서울시 양성평등담당관(☎02-2133-5007)에 문의하면 캠페인 참여 방법과 협력방안을 자세히 안내받을 수 있다.

□ 황미은 현대해상 브랜드전략본부장은 “서울시와 함께 새생명 탄생을 축하하고 응원하는 뜻깊은 캠페인에 동참하게 되어 매우 기쁘게 생각한다.”면서 “우리 아이들이 건강하고 바르게 성장하는 데 현대해상이 앞으로 더 많은 역할을 할 수 있도록 노력하겠다.”라고 말했다.

□ 김선순 서울시 여성가족정책실장은 “저출생 문제는 경제성장 정체와 축소로 이어져 결국 기업의 지속가능성에 위기를 초래할 수 있는 만큼, 저출생 위기 극복을 위한 기업의 역할이 중요하다”며 “기업과 함께하는 「탄생축하 공동캠페인」을 통해서 저출생 극복 의지를 다양하게 선보이겠다. 관심있는 기업의 적극적인 참여를 기다린다.”고 말했다.

- ※ 붙임 : 1. 「탄생축하 공동캠페인」 참여기업 모집 안내  
2. 서울시 탄생응원 축하 공동캠페인 현대해상 업무협약식(5.2.) 사진  
2. 서울시-현대해상 탄생축하 공동 캠페인 영상 캡처

# 붙임 1

## 「탄생축하 공동캠페인」 참여기업 모집 안내

서울시는 저출생 극복을 위해 소중한 탄생에 대한 의미와 인식을 확산하고자 「탄생축하 공동 캠페인」을 함께할 기업을 찾습니다.

- 사업목적 : 市+기업+시민 모두가 함께 소중한 탄생을 축하하는 분위기 조성
- 참여기업 : 탄생축하 공동 캠페인에 참여할 대기업·중견기업
  - 캠페인에 참여의지가 있는 기업으로서 캠페인의 파급력을 고려한 규모있는 기업
- 신청기간 : 연중 수시 (참여문의 : 02-2133-5007, tbs5225@seoul.go.kr)
- 기관별 역할

**기업의 역할**

- ① 탄생 축하 캠페인 광고 제작·홍보
- ② 탄생 축하 프로모션



**서울시의 역할**

 등  
시 보유매체를 활용한 캠페인 확산

### ※ 서울시 홍보매체

<b>언론홍보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 방송협력: TV, 라디오 프로그램 / 보도자료 배포</li> <li>○ 언론매체 광고: 일간신문, 시사 주/월간지, 여성지, 인터넷 언론사 등</li> </ul>
<b>인쇄매체</b> (포스터)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지하철, 버스: 지하철 역사 및 승강장 안전문, 버스 외부고정창, 버스승강장</li> <li>○ 보도상영업시설: 구두수선대, 가로판매대</li> </ul>
<b>온라인 매체</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 뉴미디어 매체: 누리집, 블로그, 페이스북, 트위터, 인스타그램 등</li> <li>○ 인터넷 광고: 네이버, 다음 등 민간포털 광고협력 및 공동캠페인, 모바일 광고</li> </ul>
<b>영상매체</b> (영상물)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지하철역사 미디어보드, 시청사 전광판, 세종문화회관 전광판</li> <li>○ 옥외 전광판, 지하철 전동차 및 버스 내부TV</li> </ul>

### ※ 여성가족정책실 홍보매체

<b>온라인</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 탄생응원서울 SNS : 유튜브, 인스타그램, 블로그</li> <li>○ 누리집 : 몽땅정보만능키, 서울시보육포털, 우리동네키움센터포털 등</li> </ul>
<b>오프라인</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 서울시 행사 : 탄생응원 서울축제(5.25.), 서울광장 홍보부스, 베이비페어 등</li> <li>○ 유관기관 : 서울가족센터, 서울육아종합지원센터 등</li> </ul>

### 〈 서울특별시-현대해상화재보험(주) 업무협약식 개최 〉

- 협약일시 및 장소 : 2024. 5. 2.(목) 14:30, 서울시청 8층 간담회장1
- 협약기관 : 서울특별시, 현대해상화재보험(주)
- 주요내용 : 탄생축하 공동 캠페인 영상제작 (60초, 25초, 숏츠 / 광고제작 이노션), 서울시 및 현대해상 보유매체 등을 활용한 전방위 홍보 추진



좌측부터 김선순 서울시 여성가족정책실장, 황미은 현대해상 브랜드전략본부장



좌측부터 김선순 서울시 여성가족정책실장, 현대해상 황미은 브랜드전략본부장

**붙임 3**

**서울시-현대해상 「탄생축하 공동캠페인」 영상 캡처**

