
역사계단 홍보매체 활용 계획(안)

2016. 3



홍 보 실

2016 역사계단 홍보 매체 활용 계획(안)

지하철 역사 계단을 홍보 매체화하여 역세권 특성을 접목시키고 공공성을 반영한 지하철 역사 내 문화공간을 조성, 명소화 추진 및 수익창출, 나아가 시민 만족도 향상과 공사 이미지 제고에 기여하고자 함

I 추진 근거

- 사장방침-603호(2015.09.01.) 『역사계단 홍보 매체 활용 방안(안)』
- 홍보실-591(2016.3.8) 『2016년종합홍보계획(안)』

II 추진 방향

- 공공성을 우선으로 외부기관 공동 프로모션 진행
- 수익창출을 위한 기업체 홍보 매체로 연계 추진
- 시민 이벤트를 통한 시민 관심도 제고 홍보 효과 극대화
- 시범 테마계단 운영에 따른 계단 조성 개선점 반영

III 추진 계획

1. 2015년도 테마계단 조성 실적 : 총10개역 15개소

구분	개소	구성주제	구성방법
시범계단	6역 7개소 (삼각지, 상수, 천호, 여의나루, 신당, 답십리)	배호, 흥대, 건강, 떡볶이, 한강, 詩	공사 자체 예산
외부공동 구성계단	광화문역 5개소	독서 장려	교보문고, 서울도서관 공동
	3개역 3개소 (종3, 왕십리, 고속터미널)	암예방 및 건강	대한암협회 후원

2. 공익정보 제공을 위한 테마계단 조성

가. 공공기관 및 관련업체 공동 조성

- 대상기관 : 정부산하 기관 및 병원, 관련 기업체 등

나. 구성주제

- 임산부 배려 등 정부정책사항,
- 건강증진, 아동폭력예방, 이용질서 등 공익 주제

다. 조성수량 : 연간 4역

라. 조성방법 : FULL 래핑, 부분 래핑, 페인팅, 전자반응식 등

마. 조성비용 : 비예산 조성

3. 시민 대상 이벤트 추진

가. 이벤트 시기 : 연중 2회

나. 이벤트 방법 : 기조성 된 테마계단 인증샷 이벤트

다. 경품수량 : 1회 20명 이내

라. 경품내용 : 스마트폰 보조 배터리(2015년 잔여분 이용)

4. 계단 조성 방법 개선

가. 개선이유 : 기조성 계단 문제점 발생

- 동절기 파손 : 저온으로 동파

- 승객 이동에 따른 파손 : 이동 중 신발에 의한 파손

나. 개선방법

- 부분레핑 : 시공 면적을 최소화하여 메시지 전달
- 페인팅 : 아크릴 페인트(락커)를 이용한 조성
- 전자반응식 : 피아노 계단 등 동작센서 반응식 도입
- 아크릴 시공 : 계단 접촉면 아크릴 부착으로 훼손 방지

5. 계단 조성 일정

구 분	2016년									비 고	
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월		
이벤트											
조성											

6. 조성 계단 점검 및 유지보수 : 연중

가. 점검 : 연중 홍보실 점검

나. 유지보수 : 훼손시 조성업체 및 기관에서 보수

IV 기대 효과

- 정보제공 등 공공성을 부여한 테마 공간 제공
- 시민 참여 이벤트를 통한 소통 강화와 만족도 향상
- 외부 기관 및 업체 비예산 조성을 통한 경영합리화 기여