

문서번호	공공디자인과-1838	시 민			
결재일자	2013.2.7.	주무관	공공시설광고팀장	공공디자인과장	문화관광디자인본부장
공개여부	대시민공개	양유창	정진순	임경호	02/07 한문철
방침번호					

『공공시설 이용 광고혁신을 위한』  
**광고 가이드라인 수립 용역계획**

2013. 2.

**문화관광디자인본부**  
(공공디자인과)

## 사건 검토항목

∴ 해당사항이 없을 경우 '무 ■' 표시하시기 바랍니다.

검토항목	검 토 여 부 (■ 표시)
시 민 참 여 고 려 사 항	● 시 민 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
	● 이 해 당 사 자 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
	● 전 문 가 : 유 ■ ( ) 무 <input type="checkbox"/>
	● 음 브 즈 만 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
법 령 및 기 타 고 려 사 항	● 법 령 규 정 : 교통 <input type="checkbox"/> 환경 <input type="checkbox"/> 재해 <input type="checkbox"/> 기타 ■ ( 옥외광고물등관리법 ) 무 <input type="checkbox"/>
	● 기 타 사 항 : 고용효과 <input type="checkbox"/> 노동인지 <input type="checkbox"/> 균형인지 <input type="checkbox"/> 홍보 <input type="checkbox"/> 취약계층 <input type="checkbox"/> 성인지 <input type="checkbox"/> 장애인 <input type="checkbox"/> 디자인 ■ 갈등발생 가능성 <input type="checkbox"/> 유지관리 비용 <input type="checkbox"/> 무 <input type="checkbox"/>
타 자 원 의 활 용	● 중 앙 부 처 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
	● 민 간 단 체 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
	● 기 업 : 유 <input type="checkbox"/> ( ) 무 ■
관 계 기 관 및 단 체 협 의	● 관 계 기 관 : 유 ■ ( 자치구, 행정안전부 등 ) 무 <input type="checkbox"/>
	● 민 간 단 체 : 유 ( ) 무 ■
	● 시 산 하 기 관 : 유 ■ ( 서울메트로, 도시철도공사 등 ) 무 <input type="checkbox"/>

# 『공공시설 이용 광고혁신을 위한』 광고 가이드라인 수립 용역계획

서울의 품격있는 도시이미지 창출을 위하여 광고매체의 효율화와 시민 정서 등을 고려한 공공시설 이용 광고 가이드라인을 마련하기 위해 학술연구 용역을 시행코자 함.

## I 추진근거

- 시장요청사항 : 제231호('12.3.8), 제284호('12.5.29)
- 학술용역 타당성 심의결과 적정(조직담당관-12401호)
- 공공시설을 이용한 광고혁신 추진계획(공공디자인과-3225호)

## II 용역개요

- 용역명 : 『공공시설 이용 광고혁신을 위한 광고 가이드라인 수립』
- 용역기간 : 계약일로부터 7개월
- 지역범위
  - 서울시 전역의 공공시설물 이용 광고물
    - ※ 시설물: 시내버스, 지하철, 체육시설, 지하도(상가) 등 광고포시 가능한 시설물
- 주요내용
  - 공공시설 이용 실태조사 및 분석, 국내외 광고사례
  - 도시경관 및 시민정서를 고려한 광고물 관리의 새로운 패러다임 정립
  - 품격있고 수익을 창출할 수 있는 광고 가이드라인 수립(마스터플랜) 등
- 소요예산 : 79,000천원

### Ⅲ

## 용역 추진계획

### □ 과업내용

- 실태분석 및 국내외 사례조사, 연구용역의 기본방향 제시
  - 서울시 전역의 공공시설물 이용 광고물 실태조사 및 문제점 분석
  - 해외 주요도시 공공시설 이용 광고사례 분석종합 및 시사점 도출
  - 광고실태 분석 후 연구용역의 기본방향 제시 및 원칙 설정  
(전문가, 시민단체, 광고주 등이 참여하여 현실성 있는 방안 도출)
  - 국내외 주요도시 공공시설 이용 광고사례 분석종합 및 시사점 도출
- 품격있는 광고를 위한 가이드라인 수립(마스터플랜)
  - 주변환경을 고려한 고품격의 광고디자인(시설) 제시
    - ⇒ 도시경관 및 시설환경과 조화된 광고로 공공시설물(매체 등) 최적 배치
      - ▶ 최적의 형태, 규격, 수량, 색상, 조명, 디자인 등
      - ▶ 버스, 지하철, 승차대, 지하도(상가) 등 시설물의 특성, 유동인구, 주변여건 등을 종합적으로 고려한 최적의 기준 제시
  - 시민이 공감하면서 광고문화를 확대할 수 있는 광고콘텐츠 제시
    - ▶ 선정적이거나 사회적으로 부정적인 광고 예방대책(콘텐츠 심의강화 등)
    - ▶ 축제, 공연 등 문화예술을 통한 광고문화 제시
- 공공시설 이용 광고관리의 혁신 방안
  - 공공시설 이용 광고의 양적 확대로부터 질적향상 방안
    - ▶ 상업, 문화, 공익광고 등 광고존 구성을 통한 광고집중화
    - ▶ 시설물별 광고면적 대비 적정 광고물량 조정 등
  - 공공성과 수익성을 추구할 수 있는 광고물 관리방안
  - 환경친화적, 공간 효율적인 신기술을 활용한 새로운 광고기법 도입
  - 광고물 개선 파급효과가 큰 지하철, 버스 등 시민생활과 밀접한 시설의 광고물에 대한 중점 개선안 등

## 용역기관 선정 및 계약방법

### ○ 계약방법 : 협상에 의한 계약

- 서울시 전역의 광고부착이 가능한 공공시설(매체 등) 광고에 대한 가이드라인을 수립하려는 전문성을 요하는 학술용역이므로, 관련 분야의 학술용역 실적이 풍부한 전문기관 등으로 입찰자격을 설정하여 협상에 의한 계약 추진

※ 근거규정 : 지방자치단체를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 시행령 제43조 (협상에 의한 계약체결)

### ○ 낙찰자 결정방법 : 제안서평가위원회에서 제안서 평가 후 우선협상 대상자 선정, 협상절차에 따라 낙찰자 결정

## 용역결과 활용

### ○ 서울시의 전반적인 광고전략 수립에 활용

- 광고업무 전반에 대한 체계적 관리
- 기관별 광고물 개선사업 세부 추진계획 수립에 반영

### ○ 공공시설물 이용 광고효과 극대화

- 공익성과 수익성을 동시 고려하는 광고정책 실시

### ○ 광고시설물 개선 및 광고의 질 향상으로 도시의 품격 제고

## **IV** **향후 추진계획**

입찰공고 : 2013. 2월

용역 수행기관 선정 : 2013. 3월

- 제안서평가위원회 개최, 우선협상대상자 선정, 계약체결(재무과)

용역진행 및 완료 : 2013. 3 ~ 10월

공공시설 이용 광고 가이드라인 시행 : 2013. 11월부터