

시 민

문서번호	체육진흥과-3942	주무관	생활체육팀장	체육진흥과장	문화체육기획관	문화체육관광본부장
결재일자	2015.3.26.	송현수	고채현	신대현	양현미	03/26 이창학
공개여부	대시민공개					
방침번호		협 조				

『서울아 운동하자』 캠페인 추진계획

문화체육관광본부
(체육진흥과)

사전 검토항목

☞ 해당사항이 있는 부분에 '■' 표시하시기 바랍니다. (※ 비고 : 필요시 검토내용 기재)

구 분	사전 검토항목 점검 사항	검토 완료	해당 없음	비 고
시 민 참 여	<ul style="list-style-type: none"> ● 시민 의견 반영 및 사업 참여 방안을 검토하였습니까? 예) 청책토론회, 설문조사, 시민공모 등 	■	<input type="checkbox"/>	
전 문 자 문	<ul style="list-style-type: none"> ● 관련 전문가 의견을 반영하였습니까? 예) 자문위원회 개최, 타당성 검토, T/F 운영 등 	■	<input type="checkbox"/>	
갈 등	<ul style="list-style-type: none"> ● 이해 당사자 간 갈등발생 가능성을 검토하였습니까? 예) 주택가 공공주차장 조성, 택시 불법영업 단속 등 	<input type="checkbox"/>	■	
사 회 적 배 려	<ul style="list-style-type: none"> ● 사회적 약자에 대한 배려를 검토하였습니까? 예) 여성, 아동, 장애인, 한부모 가정 등 	■	<input type="checkbox"/>	
선 거 법	<ul style="list-style-type: none"> ● 공직선거법에 저촉 여부를 검토하였습니까? 예) 홍보물 배포, 표창수여, 경품지급, 기부행위 등 	■	<input type="checkbox"/>	
안 전	<ul style="list-style-type: none"> ● 시민 안전 위험요인과 안전대책을 검토하였습니까? 예) 장소·시설물 점검, 안전관리 인력확보 등 	■	<input type="checkbox"/>	
타 기 관	<ul style="list-style-type: none"> ● 타 기관 협의·협력(타 자원 활용 등)을 하였습니까? 예) 중앙부처, 타 지자체, 투자·출연기관, 민간단체 등 	■	<input type="checkbox"/>	
홍 보	<ul style="list-style-type: none"> ● 사업홍보 방안을 검토하였습니까? 예) 보도자료, 기자 설명회, 현장 설명회 등 	■	<input type="checkbox"/>	
바 른 우 리 말	<ul style="list-style-type: none"> ● 서울시 행정 순화어 목록을 확인하였습니까? 예) 별첨, 첨부 ⇒ 붙임, 가이드라인 ⇒ 지침 등 	■	<input type="checkbox"/>	

『서울아 운동하자』 캠페인 추진계획

민간기업 및 단체와의 협력을 통해 『서울아 운동하자』 생활체육캠페인을 추진함으로써 활기차고 건강한 서울을 구현하고자 함

I 추진배경

- 고령화, 노인인구증가, 만성질환으로 인한 증가하는 의료비 대책 필요
 - 국민의료비 증가 국민1인당 137만원¹⁾
- 현대생활 특성상 운동부족으로 인한 비만인구 증가로 사회경제적 비용 증가
 - 체육활동 참여(주 1~2회)만으로도 여러 질병의 예방 효과²⁾
- 건강과 체육활동에 대한 시민의 관심과 욕구에 부응하는 지속적인 홍보활동 전개 필요
 - 개인의 생산성 증가를 포함한 경제적 효과는1인당 최대 46만원, 경제활동 인구 전체로는 약 11조의 잠재적 경제 효과가 있음³⁾

〈'13-'14년 추진성과〉

■ 주요 성과

- 다양한 선진국에서 역점을 두고 있는 신체활동 증진 정책을 민간기업 후원 및 협력이라는 새로운 정책도구를 활용하여 추진
- 온·오프라인의 다양한 매체를 활용하여 시민들의 운동 동기 부여 노력
- 운동시간으로 활용되는 비율이 2.1%에 불과한 점심시간(서울연구원.2012)을 활용할 수 있고, 소비자 트렌드(간편한 운동)에 부합하는 프로그램 제공
- 생활체육광장벨트 등 시민참여행사 총 8,741회 516,554명 참여

■ 문제점

- 서울아 운동하자 캠페인의 브랜드 이미지 확립을 위한 상징물·핵심 메시지 부족
- 시민들의 호응을 이끌어 낼 수 있는 스토리가 있는 프로그램 보급 미약
- 시민 홍보 전략수립이 미약하여 캠페인 홍보효과 극대화 필요

1) 보건복지부 : 제3차 국민건강증진종합계획(P.74)

2) 서울대학교 스포츠산업연구소, 국민건강보험공단 건강보험연구원, 국민체육진흥공단 : 규칙적인 체육활동 참여의 경제적 효과 2007(13p)

3) 서울대학교 스포츠산업연구소, 국민건강보험공단 건강보험연구원, 국민체육진흥공단 : 규칙적인 체육활동 참여의 경제적 효과 2007(15p)

II 추진 경위

- 2020 체육진흥 마스터플랜('12.10.4 시장보고)
 - 스포츠 관련 기업의 협찬, 주요 언론사와의 공동 캠페인 추진을 통한 건강한 서울 만들기
- '12. 10. 12 : 2020 체육진흥 마스터플랜 기자설명회
- '12. 12 ~ '13. 3월 : 스포츠 단체 등 다양한 루트와 방법을 통해 대상 기업 접촉
- '13. 1. 31 : 민간기업 후원을 통한 캠페인 예산조달 계획수립
- '13. 4. 8 : 「서울아 운동하자」 사(주) 밀레-시 생활체육회 업무협약 체결
- '13. 7. 2 : 도전 건강체중 3.3.3. 프로젝트 스포츠 체험의 날 행사 추진계획
- '13. 7. 15 : 「서울아 운동하자」 캠페인 추진계획
- '14. 2 : 「서울아 운동하자」 캠페인 자문회의 개최
- '14. 4 : 「서울아 운동하자」 캠페인 종료
- '14. 6 ~ '14. 9 : 후원가능 대상 기업 접촉
 - 내용 : 전자, 금융, 스포츠브랜드, 제약회사 등 총 20여개 기업 제안
- '14. 10 : 아디다스코리아(주) 리복브랜드 캠페인 참여 의사 통보

III 사업 개요

- 행사명 : 「2015 서울아 운동하자」 캠페인
- 목적 : 생활체육을 통해 시민들의 건강증진과 활기 있는 사회 조성
- 기간 : 2015. 3월 ~ 12월
- 장소 : 서울광장, 청계천, 잠실운동장 등 서울시내 전역
- 주요내용 : 생활체육 프로그램(걷기 및 마라톤, 크로스핏, 스피르탄레이스, 건강부스 등), 협약식, 온·오프라인 홍보활동 등
- 목표 : 2018년까지 시민들의 생활체육 참여율 60% 달성
- 예산 : 5억 원(아디다스코리아(주) 4억, MBC플러스미디어 1억)
 - ※ 플래그십이벤트 및 매체집행 32억 원 별도

- 주 최 : 서울특별시, 아디다스코리아(주) 리복브랜드, MBC플러스미디어
- 주 관 : 서울특별시생활체육회, (주)올댓스포츠
- 역 할
 - 서울시 : 캠페인 관련 총괄 및 조정
 - 아디다스코리아(주) 리복브랜드 : 사업비 지원 및 자체 플래그십이벤트 진행
 - MBC플러스미디어 : 사업비 지원 및 자체 플래그십이벤트 진행
 - 서울특별시생활체육회 : 사업비 집행 관리감독 및 주요 행사 진행
 - (주)올댓스포츠 : 사업비 집행 및 주요 행사 진행

○ 주요일정

시 기	행 사 명	장 소	비 고
3월	○ 민간기업과의 협약식	신청사 6층	
4월 ~ 5월	○ 걷기(이색걷기 대회 포함)	청계천, 서울광장	
7월 ~ 8월	○ 크로스핏 강습 및 대회	YMCA, 장충체육관	
9월	○ 마라톤(MBC한강마라톤)	여의도 → 상암	
8월 ~ 10월	○ 칼로리 소비 이벤트	잠실, 목동, 상암 등	
9.12 ~ 9.13	○ 스파르탄 레이스 인 서울	잠실운동장 일대	

IV 추진 방향

- 시민들의 관심과 지속적 참여를 유도하는 방향으로 캠페인 전개
- 걷기와 뛰기, 유산소와 무산소, 놀이와 운동을 결합한 신개념 생활체육을 확대 하고 시민들 누구나 참여하고 즐길 수 있는 프로그램 제공
- 캠페인에 대한 인식제고를 위하여 다양한 온·오프라인 홍보매체를 활용한 생활체육 활동의 중요성 제고
- 서울시 3개 체육회, 체력인증센터, 건강보험공단 등의 유관기관과 협력 체계 구축

전략 1 **걷기와 뛰기 등 쉽고 지속가능한 운동의 활성화**

- 계획 1. 청계천 일대를 활용한 걷기의 생활화
- Walk @ Lunch
- 계획 2. 미란다 커피와 함께하는 이색 걷기 대회
- Walk On Seoul
- 계획 3. 서울 도심과 한강을 달리는 마라톤 대회
- MBC한강마라톤

전략 2 **유산소와 무산소 운동을 결합한 크로스핏**

- 계획 4. 청소년 대상 비만 관리 프로그램 - Let's CrossFit

전략 3 **놀이와 운동이 결합된 복합 생활체육 프로그램**

- 계획 5. 서울연고 프로구단과의 협업을 통한 칼로리 소비 이벤트
- Calorie Down Pump It Up
- 계획 6. 걷기, 뛰기, 장애물넘기 등이 조합된 복합레이스 개최
- 스파르탄 레이스 인 서울(Spartan Race In seoul)

전략 4 **온라인 캠페인 활성화**

- 계획 7. 카카오스토리와 페이스북 운영
- 계획 8. 방송사(MBC플러스) 협업 통한 캠페인 영상 제작 및 배포
- 계획 9. 국내 최대 온라인 그룹(다음카카오)을 통한 간접체험 창구 확대
- 계획 10. 우리시 온라인 매체를 활용한 홍보

전략 5 **체육 및 건강관련 유관단체 협력체계 구축**

- 계획 11. 서울특별시 3개 체육회와의 사업 연계
- 계획 12. 국민건강보험공단과 함께하는 건강교실 운영

전략1

걷기와 뛰기 등 쉽고 지속가능한 운동의 활성화

계획1

청계천 일대를 활용한 걷기의 생활화 - Walk @ Lunch

추진방향

- 개인시간 등의 여유 부족으로 운동이 부족한 직장인을 대상으로 점심시간을 활용하여 누구나 참여할 수 있는 걷기 운동의 활성화 도모

사업개요

- 시 기 : 2015. 4월 ~ 5월 매주 수요일 (총8회)
- 장 소 : 청계천 일대(약 3.5km, 약 45분 소요)
 - 청계광장(출발)-모전교-광통교-광교-장동교-삼일교-수표교(반환점)-청계광장(도착)



- 종 목 : 걷기

- 대 상

- Walk @ Lunch : 청계천 인근 직장인 회당 200명 (총 1,600명 참가)

- 추진방법

- 서울시생활체육회 : 참가자 모집, 프로그램 운영
- 리북 : 브랜딩 제작물 설치(배너 등 사인물, 번호표 등)

■ 향후 추진일정

- '15. 3월 : 답사 및 장소 협조 요청(서울시설공단)
- '15. 4월 : 1, 8, 15, 22일 실시(예정)
- '15. 5월 : 6, 13, 20, 27일 실시(예정)

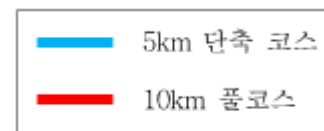
계획2 미란다 커와 함께하는 이색 걷기 대회 - Walk On Seoul

■ 추진방향

- 국내외 유명인사와 함께하는 대규모 걷기 이벤트 진행으로 캠페인 홍보 및 참여 확산

■ 사업개요

- 시 기 : 2015. 5월 25일(월) 15시~18시(3시간)
- 장 소 : 서울시청광장 및 일대 걷기 코스
 - 1안 : 기존마라톤 및 걷기대회로 사용된 적이 있어 운영 검증이 완료된 코스



- 2안 : 경복궁, 삼성동골목, 인사동길 등의 서울의 정취를 느낄 수 있는 감성코스



— 5km 단축 코스
— 10km 풀코스

- 대 상 : 사전 신청자 10,000여명 (선착순마감)
- 참 가 비 : 3만원 내외(예정)
- 추진방법
 - 걷기코스 내 생활체육과 크로스핏을 접목한 장애물을 설치하여 참가자들에게 흥미요소 제공하고 일정 미션을 완료할 경우 리클럽 마일리지 포인트 제공

■ 향후 추진일정

- '15. 4월(예정) : 참가자 모집 (티켓 판매 사이트 오픈)

계획3 **서울 도심과 한강을 달리는 마라톤 대회**
 - MBC한강마라톤

■ 추진방향

- 캠페인 추진 협력사가 주최하는 프로그램에 연계하여 캠페인 홍보물 배치 및 홍보프로그램 운영 등 직·간접 광고 효과 유발

■ 사업개요

- 시 기 : 2015. 9. 20(일)/예정
- 장 소 : 여의도→상암월드컵경기장



10K 코스 구성 :

- 여의도공원
- ↓
- 한국수출입은행본점
- ↓
- 서강한진해모아아파트
- ↓
- 해미소한의원
- ↓
- 타이어뱅크합정점
- ↓
- 합정3구역주상복합
- ↓
- 광원동우체국
- ↓
- 서울월드컵경기장

하프 코스 구성 :

10K 코스를 기본 베이스로 주변 공간을 선회하는 코스 구성

○ **종 목 : 마라톤**

○ **대 상 : 사전 신청자 20,000여명 (선착순 마감)**

○ **참 가 비 : 3만원 내외(예정)**

○ **추진방법**

- 이동형 팝업스토어를 활용하여 코스 인근 지역에 로드 홍보 프로모션 진행
- 서울아 운동하자 홍보 부스 운영 (전시, 홍보, 이벤트 존 운영)



향후 추진일정

- '15. 4월 : 코스 답사 및 장소 협조 요청(서부공원녹지사업소)
- '15. 9월 20일 (일) 실시 예정

전략2

유산소와 무산소 운동을 결합한 크로스핏

계획4

청소년 대상 비만 관리 프로그램 - 렛츠 크로스핏(Let's CrossFit)

추진방향

- 근래 심각한 사회적 문제로 떠오르고 있는 비만 중고생을 대상으로 크로스핏을 통해 운동하는 즐거움을 제공하고자 함
- 집이나 직장에서 누구나 해당 프로그램을 쉽고 효율적으로 따라할 수 있도록 온라인매체(다음, 페이스북, 서울시매체 등)에 게재

사업개요

- 시 기 : 2015. 7월 ~ 8월(2달간 주말 운영)
- 종 목 : 크로스핏(CrossFit)
 - ※ 크로스핏이란 여러 종목의 운동을 섞어서 한다는 뜻의 크로스 트레이닝과 신체 활동을 뜻하는 피트니스의 합성어
- 장 소 : 서울 YMCA 4개 지회(종로, 강남, 서부, 잠실)
- 대 상 : 10대 청소년 400명(각 지역별 100명)
- 추진방법
 - YMCA와 연계하여 사연 접수 및 온라인 이벤트를 통한 참가자 선발(각 지역별 100명씩 총 400명)
 - 지역별 3개조로 구분하여 대상자별 건강상태를 토대로 맞춤형 커리큘럼 진행

향후 추진일정

- '15. 6월 : 참가자 모집
- '15. 7월~8월 : 커리큘럼 진행

전략3

놀이와 운동이 결합된 복합 생활체육 프로그램

계획5

서울연고 프로구단과의 협업을 통한 칼로리 소비 이벤트 - Calorie Down Pump It up

추진방향

- 유동인구가 많은 프로경기장(야구, 축구, 농구)에서 칼로리 다운과 건강에 대한 의미와 동기 전달을 통해 캠페인 활성화 도모

사업개요

- 시 기 : 2015. 8월 ~ 10월
- 장 소 : 잠실야구장/목동야구장/서울월드컵경기장/잠실학생체육관
- 대 상 : 해당 장소를 방문한 불특정 다수
- 추진방법
 - 각 장소의 외부 공간에 서울아 운동하자 홍보부스 및 친구, 연인, 가족과 함께 할 수 있는 프로모션 장소 요청
 - 해당 구단 및 서울아 운동하자 온라인 홈페이지 연계 및 경기장 대형 영상을 통한 홍보
 - 칼로리 소모 체험존 및 90년대 유행했던 DDR 기계를 해당구단의 응원가와 접목한 댄스 프로그램 진행
 - 도전 완료 후 칼로리 소모량을 참가자에게 알려주고 일정 레벨 이상 달성한 참가자에게 경품 증정

세부 콘텐츠

- 칼로리 다운 펌프속으로
 - 장소별로 해당되는 프로구단의 메인 응원가와 8090세대 인기가요를 활용하여 펌프프로그램을 제작하고 특정 레벨 이상 달성한 참가자들에게 경품 증정

※LG트윈스-승리의 노래, 넥센 히어로즈-영웅출정가, FC서울-서울의 찬가

- 도전 완료 후 펌프 횡수에 따른 칼로리 소모량을 알려주고 참가자들의 동영상을 촬영하여 추후 편집을 통한 홍보 영상으로 활용



○ 펌프 칼로리 다운 댄스 공연 프로그램 진행

- 서울아 운동하자 플래시몹 음악과 칼로리 다운 댄스 공연 프로그램 진행
- 구단 응원가에 맞춰 대중들의 호응 유도 칼로리 댄스 공연 프로그램
- 90년대 댄스음악에 맞춰 크로스핏 동작을 응용한 칼로리 소모 댄스 공연 프로그램



계획6

걷기, 뛰기, 장애물넘기 등이 조합된 복합레이스 - 스파르탄 레이스 인 서울(Spartan Race In Seoul)

추진방향

- 걷기, 뛰기, 장애물넘기 등의 운동이 결합된 복합 레이스로 세계 최고의 장애물 경주 대회인 스파르탄 레이스 국내 대회 개최

사업개요

- 시 기 : 2015. 9. 12 ~ 13(2일간)
- 장 소 : 잠실종합운동장 일대(송파구 잠실동 10)
- 대 상 : 사전 신청자 총 5,000명
- 프로그램 : 공식행사, 전시, 체험·부대행사 등
- 참 가 비 : 미정(추후협의)

세부 콘텐츠

- 페스티벌 부대 이벤트
 - 레이스 준비를 위한 몸풀기 존 및 서울아 운동하자 홍보 부스 운영
 - 체험 이벤트, 포토존 등을 설치하고 레이스 종료 후 인기가수 축하공연
 - F&B 부스 (음료, 주류, 다과 등 판매 또는 시음존 운영)
- 레이스 운영
 - 스프린트코스 : 6.4km(3.98mile) 장애물 15개 포스트 운영



전략4

온라인 캠페인 활성화

계획7

카카오토티와 페이스북 운영

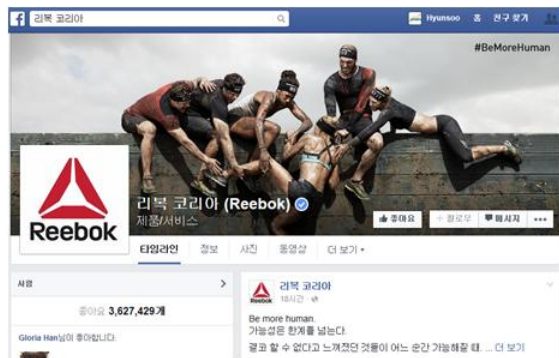
추진방향

- 홈페이지를 대신하여 캠페인의 주요 정보를 제공하는 Tool로 활용하고 서울시-서울시생활체육회-리복 페이스북과 링크 공유

사업개요 및 추진 방법

- 시 기 : 상시운영
- 운영내용 : 담벼락, 이벤트앱, 홍보영상 게재
- 운영방법 : 서울시생활체육회와 올댓스포츠 공동 운영

※ (주)리복 코리아 페북 친구 3백 6십만, 서울아운동하자 3만6천 연계



세부 콘텐츠

- 담벼락 : 운동과 관련된 정보를 친근하게 이야기하듯 올려 페이스북 친구들에게 확산
 - 운영 : 요일별 다양한 주제의 콘텐츠 제공

월	화	수	목	금
운동 상식	웰빙 음식	퀴즈	이벤트	운동하기 좋은 곳

○ 이벤트 앱 : 2015 주요 캠페인 행사 업로드

- 운영 : 각 주제별 고정앱을 제작하여 이벤트 진행, 정보 제공 등을 통한 참여 유도 (카카오톡 플러스친구와 연동)

이벤트 웹



Walk in Seoul

“○○○의 하루 200kcal 운동법”



서울시 유명인사 혹은 체육인을 활용하여 1~2분 정도의 인터뷰 영상을 만들어 공개

계획8 방송사(MBC플러스) 협업 통한 캠페인 영상 제작 및 배포

추진방향

- 캠페인 공식 후원사 MBC플러스와의 협업으로 적극적이고 정기적인 홍보를 통한 커뮤니케이션 강화

사업개요

- 시 기 : 2015년 상시
- 운영내용 : MBC플러스 5개 채널 메인 프로그램 방영 전 스포츠 광고 상영

세부 콘텐츠

- ‘생활속 Fit’ 등 서울시민 일상 속 손쉬운 운동법 소개 영상 제작
- ‘서울아 운동하자’ 이벤트 프로그램 기록 촬영 및 편집
- MLB(류현진 경기) 및 국내 프로야구 중계 시 집중적인 캠페인 홍보

향후 추진일정

- ‘15 3~4월 : 영상물 제작
- ‘15 5월 ~ : 광고물 집행

계획9

국내 최대 온라인 그룹(다음카카오)을 통한 간접체험 창구 확대

추진방향

- 국내 최대 온라인 및 모바일 커뮤니티 그룹과의 협업을 통한 캠페인 간접 체험 창구 확대

사업개요

- 시 기 : 2015년 상시
- 추진방법 : 카카오 스토리 캠페인 계정 생성 후 카카오플러스 친구추가, 카카오스타일, 카카오 그룹, 카카오 페이지, 카카오앨범 등 스토리채널 소식 받기 및 화면 링크 연계
- 운 영 : 다음 포털 웹사이트 및 다음카카오 모바일 앱

세부 콘텐츠

○ 다음모바일

- 다음 스포츠 일반 섹션 중단형 배너광고
- 다음 초기화면 뉴스박스 스포츠탭 브랜드 검색

○ 카카오

- 카카오 플러스 친구추가, 카카오스타일, 카카오그룹
- 카카오 페이지, 카카오 앨범 등 스토리채널 소식 받기 및 화면 링크
- 2015년 5월 오픈예정인 카카오tv에 캠페인 채널 구성



다음 포털 웹사이트



다음카카오 모바일

○ 다음 포털 웹사이트(PC)

- 다음 스포츠 일반 섹션 상단 및 하단 우측 배너광고
- 캠페인 공식 커뮤니티(카카오스토리) 링크 및 특집 페이지 제작
- 다음스포츠, 다음 TV팟을 통해 스포츠 영상 상영
- 기획기사, 보도자료, 특집페이지 구성 및 노출

■ 향후 추진일정

- '15 4월 ~ : 카카오스토리 계정 생성 및 운영
- '15 5월 ~ : 카카오 그룹 APP 링크 연동

계획 10 **우리시 온라인 매체를 활용한 홍보**

■ 추진방향

- 우리시 온라인 매체를 활용하여 '서울아 운동하자' 캠페인을 홍보함으로써 시민들의 관심 제고 및 시민에 의한 캠페인 홍보 활성화 목표

■ 사업개요

- 시 기 : 2015. 상시
- 매 체 : 우리 시 보유 매체 활용

구분	활용가능 매체
시 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> · 서울시 홈페이지(www.seoul.go.kr) · 서울시 체육 홈페이지(sculture.seoul.go.kr/physical) · 서울톡톡(inews.seoul.go.kr) · 라이브 서울(tv.seoul.go.kr) · 정책고객관리시스템(PCRM) (wow.seoul.go.kr) · 내 친구 서울 커뮤니티 (club.seoul.go.kr) · 서울매니아(blog.seoul.go.kr) · 서울사랑(love.seoul.go.kr) · 서울시 미디어 보드, 옥외전광판 등 영상매체
시 SNS	<ul style="list-style-type: none"> · 트위터(twitter.com/seoulmania) · 페이스북(www.facebook.com/seoul.kr) · 미투데이(me2day.net/haechiseoul)

- 추진방법 : 시 홈페이지 및 시 SNS에 캠페인 관련 콘텐츠 제공

전략5

체육 및 건강관련 유관단체와의 협력체계 구축

계획 11

서울특별시 3개 체육회와의 사업 연계

추진방향

- 서울특별시 3개 체육회와의 사업 연계를 통한 공동 프로그램 운영으로 “서울아 운동하자” 홍보 및 다수 시민의 참여 유도

사업 개요

- 기 간 : 2015. 3월 계속
- 대 상 : 서울특별시 3개 체육회(서울특별시체육회, 서울특별시생활체육회, 서울특별시장애인체육회)
- 추진방법 : 3개 체육회 각종사업(대회, 사업운영 등)에 서울아 운동하자 캠페인을 알리는 등 공동 캠페인 추진

세부 프로그램

<서울특별시체육회>

○ 희망서울 스포츠클럽 운영

- 기 간 : 3월 ~ 계속
- 내 용 : 스포츠클럽을 통한 청소년들의 학교체육활성화 도모, 1인 1기 스포츠 활동을 통한 인성발달의 기회 부여, 8개 학교에서 실시되는 희망 어린이스포츠 교실을 지역기반형 교육복지사업으로 확대 운영
- 종 목 : 7종목(인라인롤러, 테니스, 핸드볼, 하키, 복싱, 신규 2종목)
- 참 가 : 다문화 또는 저소득층 가정 청소년

○ 생활체육 체험의 날 공동 운영

- 기 간 : 2015년 12월

- 내 용 : 서울광장스케이트장에서 겨울스포츠(스케이팅, 아이스하키, 컬링 등) 체험의 장을 조성하여 생활체육 축제가 되도록 운영
- 참 가 : 서울시민 누구나

<서울특별시생활체육회>

○ 서울아 운동하자 자원봉사단 운영

- 내 용 : 서울아 운동하자 자원봉사자 활동으로 시민사회 봉사활동의 기회 부여
- 참 가 : 서울시민 누구나

○ 서울명산 트레킹

- 기 간 : 3월 ~ 계속
- 내 용 : 시내의 명산을 둘러보는 탐방코스로 “서울아 운동하자”와 연계 서울시민의 운동의 친밀성 강조
- 참 가 : 서울시민 누구나

○ 서울시민 등산학교

- 기 간 : 3월 ~ 계속
- 내 용 : 등산 활동이 곧 운동활동 스포츠 활동임을 일깨워 “서울아 운동하자”와 연계 서울시민의 운동의 친밀성 강조
- 참 가 : 서울시민 누구나

○ 생활체육 홍보 캠페인 전개와 연계한 서울아 운동하자 홍보

- 기 간 : 3월 ~ 계속
- 내 용 : 시 생활체육회의의 생활체육 홍보 캠페인에 “서울아 운동하자” 캠페인 홍보 결합하여 홍보활동 배가 효과

<서울특별시장애인체육회>

○ 생활체육교실 등 운영

- 기 간 : 1월 ~ 12월
- 내 용 : 일상생활에서 체육활동 기회를 확대하고 자신에 맞는 종목을 선택하여 생활 체육 활동을 할 수 있도록 하기 위함
- 참 가 : 장애인(일반, 청소년, 소외계층, 대학·직장인 등)

○ 서울시장애인생활체육대회 개최

- 기 간 : 9월 12일(토), 19일(토) / 예정

- 내 용 : 서울시민과 함께 공유할 수 있는 장애인생활체육 이벤트를 제공함으로써 새로운 시민 문화 공간의 장 마련

- 참 가 : 서울시 장애인 누구나

■ 향후 추진일정

○ '15 3월 : 연계사업 협의

○ '15 3월 ~ 계속 : 우리시와 3개 체육회 행사 협조

계획 12 국민건강 보험공단과 함께하는 건강교실 운영

■ 추진방향

○ 우리시 생활체육 프로그램과 건강보험공단의 건강 프로그램을 연계하여 시민 건강정책 수립 및 건강프로그램 개발·보급

■ 사업개요

○ 시 기 : 2015. 상시

○ 추진방법

- '서울아 운동하자' 캠페인 공단 참여 유도(예시 : 건강 부스 운영)

- 市에서 추진 중인 체력인증제와 공단의 의료지원서비스 결합사업 발굴

■ 향후 추진일정

○ '15 3월 : 프로그램 개발 협의

○ '15 3월 ~ 계속 : 사업 추진

VI 소요 예산

○ 캠페인 후원금 사용 내역

(단위 : 백만원)

구분	산 출 내 역
합계	3,700
	소계 500
서울아 운동하자 현장 홍보 (Main Program)	- 홍보영상 및 콘텐츠 영상, 기사 제작 =50
	- 페이스북, 카카오 스토리 운영 =35
	- 서울시민 워킹 이벤트(Walk @) =100
	- 서울연고구단과 협업 프로그램 운영 =100
	- 서울시민 렛츠 크로스핏 운영 =100
	- 기타 캠페인 관련 이벤트 등 사업비 =40
	- 대행 수수료 =75
	소계 1,000
서울아 운동하자 미디어 홍보	- MBC미디어 스팟 영상 상영 =500
	- 다음카카오 광고페이지 제공 =500
	소계 900
리복 자체 예산 프로그램 (Flagship Event)	- 워크 온 서울(서울시민 걷기대회) =400
	- 스파르탄 레이스 인 서울 =500
	소계 1,300
MBC플러스미디어 자체 예산 프로그램 (Flagship Event)	- MBC플러스 레이스 (서울시민 달리기 대회) =1,300

※ 서울아 운동하자 현장 홍보(Main Program) 예산은 대행사인 올댓스포츠에서 집행할 예정이며 리복과 MBC플러스미디어의 자체예산 프로그램(Flagship Event)은 집행 방식 협의중

VII

협조 사항

부 서 명	협 조 사 항
<ul style="list-style-type: none"> ○ 시민소통기획관 <ul style="list-style-type: none"> - 시민소통담당관 - 뉴미디어담당관 	<ul style="list-style-type: none"> · 캠페인 홍보대사 운영 및 홍보 영상물 제작 협조 · 옥외 전광판 및 케이블TV, 방송사를 이용한 홍보 · 각종 홈페이지, 포털, 카페, 블로그, 트위터 홍보 · 홍보용 포스터, 영상물 디자인 및 제작 협조 · 서울사랑, 내 친구 서울 등 인쇄매체 활용 홍보 · 방송사 기획방송, 라디오 캠페인 홍보 협조 · 여성지 홍보
<ul style="list-style-type: none"> ○ 정보기획단 <ul style="list-style-type: none"> - 정보시스템담당관 	<ul style="list-style-type: none"> · 공문서 상단에 캠페인 슬로건 표출 협조
<ul style="list-style-type: none"> ○ 행정국 <ul style="list-style-type: none"> - 총무과 	<ul style="list-style-type: none"> · 서울광장 장소 사용
<ul style="list-style-type: none"> ○ 서부공원녹지사업소 	<ul style="list-style-type: none"> · 상암월드컵공원 장소 사용