

서울시 도시브랜드 마케팅

1 기본 현황

□ 사업개요

회 계	일반회계		
사업기간	<input checked="" type="checkbox"/> 연례반복		
사업내용	○ 브랜드 가치와 디자인 활용 도시마케팅으로 외국인 대상 도시 이미지 제고 ○ 일관적인 시정 이미지 제공 및 시민문화 개선 캠페인으로 도시 이미지 제고		
사업비 (당해년도)	1,650,000천원	(국비)	(시비)1,650,000천원
		기타 (예산 외) (구비)	(기타)

□ 사업 담당자

실·국	부서명	과 장	팀장	주무관
시민소통기획관	도시브랜드담당관	김동경 2133-6185	김성연 2133-6187	이주형 2133-6194

2 예산 설명

□ 예산 총괄

(단위 : 천원)

구 분	2017예산액 (A)	2018예산액 (B)	증감 (B-A)	(B-A)*100/A
				(x-)
계	(x-) 1,850,000	(x-) 1,650,000	(x-) △200,000	(x-) △10
사무관리비	(x-) 1,850,000	(x-) 1,650,000	(x-) △200,000	(x-) △10

□ 산출근거

과목구분	2018년 예산내역	
사무관리비	○ 서울브랜드 활용 국내외 도시브랜딩	= 1,400,000천원
	- 서울브랜드 기념주간 운영	= 200,000천원

과목구분	2018년 예산내역	
	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 프로그램 기획 및 운영 170,000,000원 ▷ 홍보물 제작 및 홍보 30,000,000원 - 문화, 스포츠, 장소 등 브랜드 마케팅 200,000,000원 - 서울브랜드 홍보물 제작 및 확산 100,000,000원 - 서울브랜드 글로벌 콘텐츠 제작 및 확산 ▷ 콘텐츠 제작 200,000,000원 ▷ 콘텐츠 글로벌 매체 확산 600,000,000원 - 해외 도시 현지 서울브랜드 프로모션 ▷ 프로모션 기획 및 운영 100,000,000원 ○ 정책브랜딩을 통한 도시이미지 제고 - 주요 정책브랜드 개발 및 전략 컨설팅 100,000,000원 - 정책 연계 시민참여형 공공캠페인 추진 ▷ 캠페인 기획 및 운영 50,000,000원*3회 	<ul style="list-style-type: none"> = 170,000천원 = 30,000천원 = 200,000천원 = 100,000천원 = 800,000천원 = 200,000천원 = 600,000천원 = 100,000천원 = 100,000천원 = 250,000천원 = 100,000천원 = 150,000천원 = 150,000천원

3 사업설명

사업목적

- 국내외 시민의 다양한 일상에서 서울브랜드를 친근하게 접하는 전방위적 마케팅으로 서울브랜드 활용 도시마케팅 강화
- 해외 맞춤형 콘텐츠 제작과 매체 광고, 해외 현지 프로모션 등을 통해 외국인의 서울에 대한 호감 이미지 제고
- 서울의 핵심가치 공존, 열정, 여유 확산을 위한 시민 참여 공공캠페인과 정책브랜딩 컨설팅 등 시정 철학과 연계한 브랜딩을 통해 도시 매력 확산

사업근거

- 서울 브랜드 개발 추진 기본계획 (시민소통담당관-15791, '14.10.14.)

- 2016년도 서울브랜드 활용·확산 계획 (도시브랜드담당관-1615, '16.2.24.)
- 정책브랜드 개발 및 체계화 추진 계획 (도시브랜드담당관-2943, '117.3.29.)
- 서울브랜드를 활용한 도시마케팅 용역 선정 계획 (도시브랜드담당관-4869, '17.6.1.)

□ 사업내용

- 서울브랜드 기념 주간 운영(3주년)
 - 2018. 10월 말 ~ 11월 초
 - 공존, 열정, 여유 테마 서울을 체험·체감하는 시민 참여 프로그램 운영
- 문화, 스포츠, 장소 등 브랜드 마케팅
 - 2018 평창 동계 올림픽 연계 서울 및 브랜드 홍보 프로모션 추진
 - 서울시 주요행사, 축제와 연계 홍보부스 운영 및 시민 참여 이벤트 추진
 - 서울 연고 스포츠 구단 연계 스포츠용품 활용 홍보, 브랜드의 날 운영
- 서울브랜드 홍보물 제작 및 확산
 - 시민 전문가와 협업 예술성과 실용성이 우수한 서울브랜드 기념품 제작
 - 서울브랜드 국내외 프로모션, 국제 행사·회의·축제 시 서울 기념품 지원
- 서울브랜드 글로벌 콘텐츠 제작 및 확산
 - 해외 맞춤형 서울 주제 콘텐츠 제작 (광고영상, 애니메이션 등)
 - 글로벌 유력 방송 매체, 유튜브, 페이스북 등 SNS 채널 광고 추진
- 해외 도시 현지 서울브랜드 프로모션
 - 국제 행사 개최지, 자매결연 도시 등 인지도가 높은 국제적 행사와 연계
 - 서울브랜드 홍보 전시관 운영, 시민 참여 프로그램, SNS 이벤트 추진
- 주요 정책브랜드 개발 및 전략 컨설팅
 - 실국 핵심사업 선정, 정책 홍보 콘셉트, 실행방안 등 컨설팅
 - 정책 BI, 슬로건, 네이밍 등 개발 및 확산 전략 수립
- 정책 연계 시민참여형 공공 캠페인
 - 시민의 안전, 건강, 쾌적한 환경을 주제로 살기좋은 도시 만들기 캠페인

□ 추진경위

- 서울브랜드 천인회의 및 선포식 추진계획 (도시브랜드담당관-8443, '15.10.23.)
- 2016년 서울브랜드 활용·확산 계획 (도시브랜드담당관-1615, '16.2.24., 시장방침 제36호)
 - 서울브랜드 1주년 시민참여 이벤트 추진 계획 (도시브랜드담당관-9058, '16.10.24.)

- 서울브랜드 1주년 기념 K-POP 콘서트 추진 계획
(도시브랜드담당관-9208, '16.10.26.)
- 서울시 브랜드 체계정립 및 활용을 위한 컨설팅 용역 시행 계획
(도시브랜드담당관-3521, '16.4.27.)
- 2017년 서울브랜드 활용 도시마케팅 추진 계획
(도시브랜드담당관-8946, '17.10.13.)
 - 서울브랜드 2주년 시민축제 개최(10.29., 마포문화비축기지)
 - 일반시민 총3,257명 참여 (외국인 550명 포함)
 - 서울 대표 글로벌 홍보 영상 제작 및 매체 광고
 - 서울브랜드 해외 도시 현지 프로모션(브라질 상파울로, 인도 델리)
 - 서울브랜드 의자 조형물 및 브랜드 홍보키트 제작
- 정책브랜드를 전략 컨설팅을 통한 도시 이미지 제고
 - 정책브랜드 개발 및 체계화 추진계획 (도시브랜드담당관-2943, '17.3.29.)
- 정책 연계 시민참여형 공공캠페인 추진
 - (1차) "몽땅 깨끗한강" 시민참여 캠페인 추진 계획
(도시브랜드담당관-5590, '17.6.26.)
 - (2차) 아이서울유와 함께하는 "불꽃 깨끗한강" 캠페인 추진 계획
(도시브랜드담당관-8290, '17.9.15.)

□ 2018년도 추진일정

(단위 : 천원)

사업추진절차	추진기간	예산집행금액	추진세부내용
계		1,650,000	
기본계획 수립	2018.01~2018.02		기본계획수립
사업시행 및 예산 집행	2018.02~2018.11	1,650,000	사업별 세부추진계획 수립, 전문용역사 선정 및 사업 시행
결과 보고	2018.11~2018.12		성과 분석 및 미비점에 대한 개선안 마련

4 사업효과

□ 최근 3년 추진실적

2015년도	
--------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울의 정체성 도출, 아이디어 공모전, 시민투표 등 개발에 20만여명의 시민 직접 참여 ○ 시민이 만들고 시민이 선택한 최초의 도시브랜드 "I·SEOUL·U" 선포
2016년도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울브랜드 활용 도시마케팅 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 서울브랜드 1주년 기념 주간 운영 11,600명 참여 <ul style="list-style-type: none"> · 1주년 기념 K-POP 콘서트 7,000명, 시민 참여 이벤트 4,600명 - 서울브랜드 광고 영상(3편) 및 브랜드 소개 영상(1편) 제작 <ul style="list-style-type: none"> · 케이블 방송 44회, 극장 80개 스크린, 시 보유 매체 28,904개 광고 - 지하철 사다리 게임 영상 및 공공의자 활용 몰래 카메라 영상 제작 - 서울브랜드 아트콜라보전(2회), AGI 연계 서울브랜드 그래픽 디자인전 - 서울브랜드 확산 온라인 사이트 I·SEOUL·U 놀이터 개설·운영 - 서울시 행사, 축제 등과 연계 문화 · 스포츠 마케팅 <ul style="list-style-type: none"> · 지구촌 나눔 한마당, 서울 꽃으로 피다, 한강몽땅축제, 세계불꽃축제 · 서울 여성마라톤 대회, 톨랑가로스인더시티, 고척돔 KBO 올스타전 ○ 서울브랜드 여론조사 인지도 평균 87%, 호감도 평균 66.3% ○ 서울 브랜드 체계 정립 및 활용에 관한 컨설팅 용역 시행 <ul style="list-style-type: none"> - 서울시 도시브랜드 3대 플랫폼 및 10대 전략 과제 제시 - I·SEOUL·U 시티즌/프렌즈/파트너스 파트너십 운영 방안 제안 등 ○ 국내외 유력 디자인 어워드 수상 <ul style="list-style-type: none"> - 독일 레드닷(Reddot) 디자인 어워드 커뮤니케이션 디자인 본상 - 미국 굿(Good) 디자인 어워드 그래픽 디자인상 - 매일경제 소비자 선정 스타브랜드 대상 도시브랜드 부문 대상 - 제5회 잇-어워드 대상 시각디자인 부문 대상(한국디자인기업협회 주최)
2017년도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울브랜드 2주년 시민축제 개최(10.29., 마포구 문화비축기지) <ul style="list-style-type: none"> - 시민 3,257명 참여(외국인 550명 포함) - 2주년 축하공연, I·SEOUL·U 외국인 응원단, 브랜드 상품 판매 마켓 ○ 해외 현지 서울브랜드 프로모션 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 브라질 상파울로 자매결연 40주년 기념 서울 홍보관 운영 2만명 방문 - 인도 구르가온 서울브랜드 홍보 부스 운영 ○ 시 주요 행사·축제 연계 서울브랜드 문화 · 스포츠 마케팅 실행 <ul style="list-style-type: none"> - 정책박람회, 지구촌 나눔 한마당 연계 브랜드 홍보부스 운영 - 고척돔 월드베이스볼클래식, 서울시민 체육대회 I·SEOUL·U 상 신설 ○ 실국 정책브랜드 개발 및 컨설팅 등 추진 <ul style="list-style-type: none"> - I·SEOUL·U 기반 실국 축제·행사·정책의 명칭, BI 등 48건 개발(한강함상공원, 무교다동 타운매니지먼트 등) - 브랜드 기반 개별 정책브랜드 BI 개발 체계 및 시스템 구축 ○ 정책 연계 시민참여형 공공캠페인 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 몽땅 깨끗한강 시민 참여 캠페인 5,500명 현장 참여 - I·SEOUL·U와 함께하는 불꽃 깨끗한강 캠페인 6,900명 현장 참여 ○ 독일 IF 디자인 어워드 커뮤니케이션 디자인 부문 수상

□ 향후 기대효과

- 서울브랜드 및 서울의 매력을 주제로 다양한 접점에서 맞춤형 매체를 활용한 국내외 시민과의 소통을 통해 글로벌 도시 서울의 도시이미지 제고
- 시 정책 연계 브랜드 개발 및 시민의식 개선, 살기 좋은 시민문화 조성을 위한 공공 캠페인 추진으로 시민 자긍심 고취 및 도시 경쟁력 강화

5 최근 3년 결산 현황

(단위 : 천원)

연도	당초예산	전년이월	예산변경	예산현액	집행액	차년이월	집행잔액
2016	(x-) 2,274,000	(x-) 0	(x-) 0	(x-) 2,274,000	(x-) 2,244,000	(x-) 0	(x-) 30,000