

서울특별시지하철공사설치조례중개정조례안 심사보고서

의안번호	748
------	-----

2005년 6월 30일  
교 통 위 원 회

1. 심사경과

가. 제출일자 및 제안자 : 2005년 6월10일, 서울특별시장 제출

나. 회부일자 : 2005년 6월 13일

다. 상정일자

- 제28회 정례회 제1차 교통위원회(2005. 6. 22일)
- 상정, 제안설명 및 검토보고, 질의·답변, 의결

2. 제안설명 요지

(제안설명 교통국장 정순구)

가. 제안이유 및 주요내용

21세기 대중교통문화를 선도하는 지하철공사의 경영이념을 구체화하고, 국내적·국제적 차원에서 지하철공사에 대한 기업이미지를 합리적으로 쇄신하는 한편, 동 공사의 경영혁신 노력을 널리 홍보하기 위하여 서울특별시지하철공사의 명칭을 ‘서울메트로’로 변경하려는 것임.

나. 참고사항

- 1) 관계법규 : 없음
- 2) 예산조치 : 별도조치 필요없음
- 3) 기 타
- (1)입법예고 : 입법예고(2005.5.26~6.7) 결과, 의견 없음
- (2)규제심사 : 규제개혁위원회 협의결과, 규제사무 없음

3. 전문위원 검토보고 요지

(전문위원 : 윤 병 국)

가. 제안배경 및 경과

- 동 조례안은 서울특별시시장으로부터 2005. 6. 10 의회에 제출되어 의안번호 제748호로 2005. 6. 13 우리 위원회에 회부되었음.
- 동 조례안의 개정이유는 21C 새로운 교통문화를 선도하는 공사의 이미지 구현과 해외신규사업 참여 등 글로벌 기업의 이미지를 제고하기 위하여 사명을 개정하려는 것임.

나. 세부사항 검토결과

첫째, 사명 변경의 필요성

- 서울시와 지하철공사는 CI(이미지 통합)를 통한 사명 변경에 대해 21C 시대변화에 능동적으로 부응하고 해외사업 등 신규사업 분야를 포괄하는 글로벌 기업으로 이미지 구축의 필요성이 있으며, 그 간 노·사문제 및 적자 기업의 이미지에서 흑자 경영 달성 등 초우량기업으로 재탄생하기 위하여 사명을 변경한다는 의견임.
- 제148회 임시회 제2차 교통위원회(2004. 4. 28일)에서는 지하철공사와 도시철도공사의 지하철 운영의 만성적인 경영적자를 해소하고자 국내·외의 지하철 건설·운영 등 신규사업범위를 확대하여 흑자경영의 기틀을 마련할 수 있는 조례를 개정한 바 있음. 이에 따라 공사가 향후 국내 및 해외사업 진출시 글로벌시대에 맞는 사명 개정은 일면 긍정적인 측면은 있음.

그러나 <표 1>과 같이 CI 변경으로 향후 공사가 얻는 무형의 재산가치와는 비교할 수 없지만, 공사가 중·단기적으로 투입되는 예산은 고려되어야 함.

< 표 1 > : 예산 현황

(단위 : 백만원)

사 업 명	금 액	비 고
계	1,630	
전동차 도장 및 사명 등 교체	802	
대중매체 홍보 및 행사비 등	482	
기 타	346	지하철 로고변경, 현업사무소 명판 교체 등

<자료제공 : 지하철공사>

둘째, 사명 「서울메트로」에 대한 의견

- 파리·워싱턴·동경 등 해외에서 지하철에 대한 영어 표기를 지하교통에만 한정되는 「Subway」에서 대중교통을 포괄하는 「Metro」를 사용하고 있으므로, 공사가 「Metro」를 사용하는 것은 무리가 없다고 판단됨.(별첨 1 참조)
- 다만, 공사가 사명 변경 추진과정에서 여론 수렴시 공사의 직원들만을 대상으로 조사하여 「서울메트로」를 사명으로 결정한 것은, 지하철공사의 주체이고 주 이용객인 시민의 의견을 폭넓게 수렴하지 못한 부분은 고려되어야 한다고 사료됨.

셋째, 사명(社名)변경에 대한 기대효과

- 기업이 과거의 부정적인 이미지를 개선하기 위하여 또는 재도약을 하기 위해 새로운 경영목표를 설정하고 CI를 통한 사명·로고·마스코트 등을 변경하는 것은 어제 오늘의 일이 아님. 가까운 예로 삼성과 LG 그룹이 새로운 CI를 설정하고 추진한 결과 고객의 수요를 창출하여 세계일류기업의 반열에 들어섰음.
- 이와같이 지하철공사가 CI를 통해 만성적인 적자와 과격한 노·사관계로 인한 시민의 부정적인 이미지를 개선하고 국내·국외 신규사업 진출 등 사업다각화를 통해 우량 공기업으로 발돋움하기 위한 사명 변경은 바람직하다고 판단됨.  
그러나 공사의 만성적인 적자경영과 연례적으로 발생한 노·사 분류로 인해 장기간 지하철 운행정지 등의 악몽에 시달린 지하철을 이용하는 서울시민에게는 상호상생적인 노·사관계의 전제조건 없이 단순히 사명 변경만으로는 과거의 부정적인 이미지 개선이 안된다는 점도 고려되어야 한다고 판단됨.

□ 따라서 지하철공사가 CI를 통해 사명을 「서울메트로」로 변경하는 것은 향후 국내·외 신규사업 확대에 글로벌 기업으로써의 이미지와 사업다각화를 통한 흑자경영으로 초우량 공기업으로 태어나기 위한 의지의 표명으로 과거의 부정적인 이미지 개선에 도움이 될 것으로 기대되나, 이는 공사 내부의 자구 노력이 필수적으로 수반되어야 한다고 사료됨.

그러므로 공사는 사명 변경만으로는 과거의 이미지 개선이 안된다는 점을 숙지하고, 이를 위해 생산적인 노·사관계의 정립, 끊임없는 경영개선 등 자기 혁신을 통해 새로운 사명(社名)에 걸맞는 공사의 변화도 필요하다고 판단됨.

4. 질의 및 답변요지 : 생략
5. 토론요지 : 생략
6. 심사결과 : 원안 가결
7. 소수의견 요지 : 없음
8. 기타 필요한 사항 : 없음

(다음 페이지에 계속)