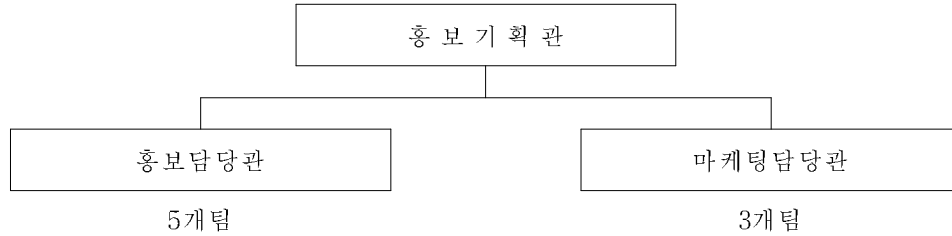


弘報企劃官 2003年度 業務計劃 報告

I. 일 반 현 황

□ 기 구 - 1관 2담당관



□ 인 력 - 68명 (홍보 50, 마케팅 18)

□ 예 산

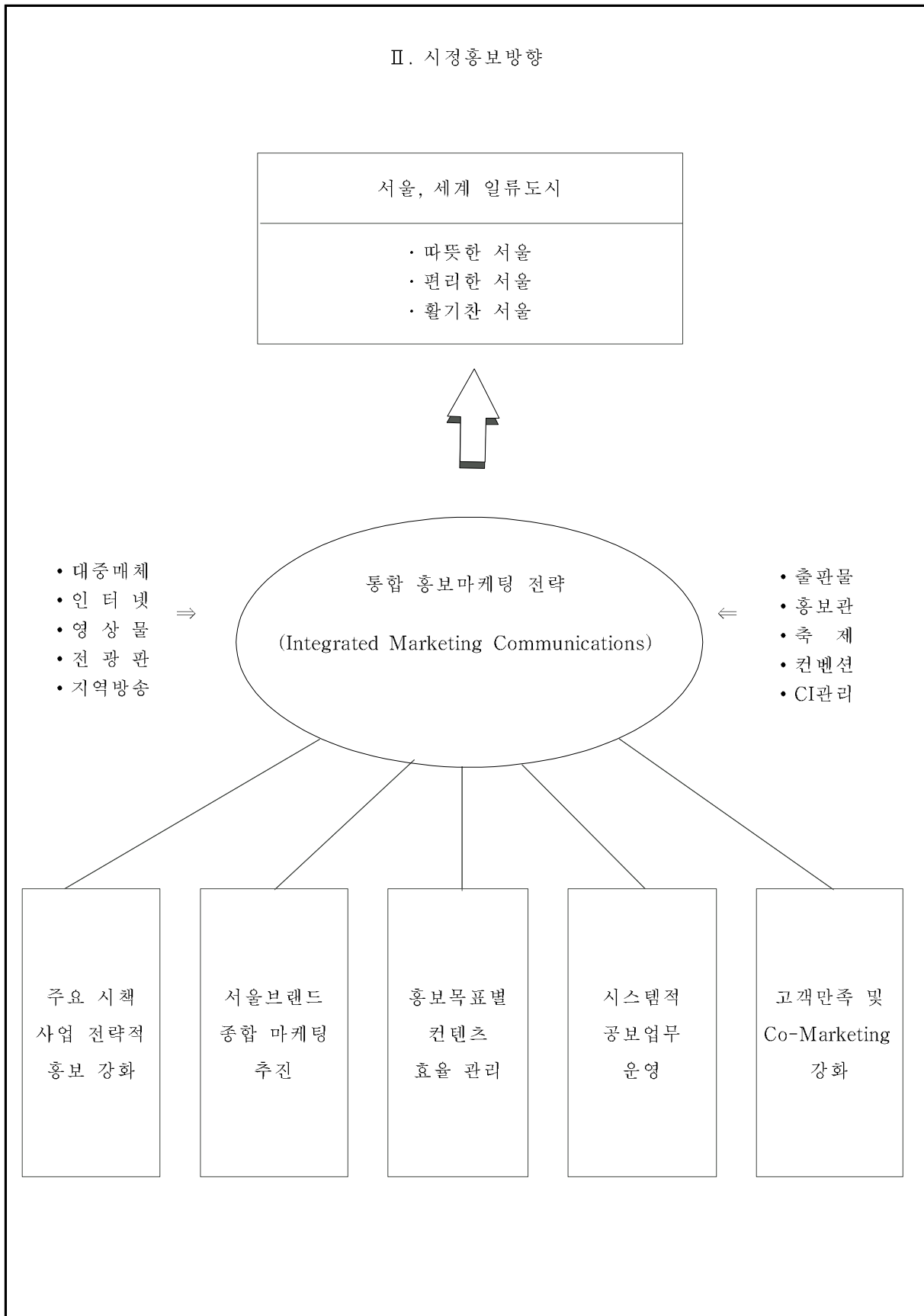
(단위 : 백만원)

구 분		2002년	2003년	증 감	증감률 (%)
합 계		12,433	10,859	△1,574	△13
사업비	소 계	8,539	7,031	△1,508	△18
	홍보 담당관	7,259	5,678	△1,581	△22
	마케팅담당관	1,280	1,353	73	5.7
일 반 예 산		3,894	3,828	△66	△1.7

※ 2003. 1. 15. 기구개편으로 언론담당관은 대변인 소속으로 변경

(다음 페이지에 계속)

Ⅱ. 시정홍보방향



Ⅲ. 주요 업무계획

I 홍보시스템을 구축해 나가겠습니다

- 전략적 홍보를 위한 시스템을 구축하고
- 매체별, 수단별 전략적 홍보를 추진하여 시민으로부터 신뢰 받는 시정구현

1. 홍보협의회 및 브랜드 자문단 운영

추진방향

- 시정운영 4개년계획 과제 등 중점시책에 대한 시정홍보 효과 제고
- 새로운 브랜드 “Hi Seoul”에 대한 지속가능 마케팅관리 전략 기반 마련

구 성

구 분	홍보협의회	브랜드자문단
위 원 장	정무부시장	정무부시장
위 원	내부위원 15명 (국장급)	외부전문가 등 10명
간 사	홍보담당관	마케팅담당관
주요기능	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시정홍보의 통합적 관리 및 시책별 홍보대책 ○ 매체별·수단별 특성에 따른 홍보 방향 결정 ○ 시책별 홍보시기·방법 등 효율적 홍보방안 검토 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 서울브랜드 마케팅 전략 및 홍보 방안 자문 ○ 브랜딩 전략 지속화를 위한 상품 및 종합마케팅 프로그램 개발 방안 ○ 브랜드 이미지 구축 관련 추진사업 개발 및 평가

추진계획

- 홍보협의회
 - 정례회의 : 매월 넷째주 월요일
- 브랜드자문단
 - 분기별 1회 정례회의를 원칙

2. 매체별 수단별 전략적 홍보

뉴미디어

- 인터넷 홍보 시스템 개선
 - 인터넷 홍보망(서울포커스) 및 서울사랑 웹 동호회 운영
- 다용도 영상홍보물 제작
 - 주간 시정영상물 “Hi Seoul” 제작·배포(주1회) : CATV, 해외교민방송사 배포
 - 영상자료 제작·배포(수시) : 서울명소, 주요행사, 동영상 등 VOD
- 전광판 홍보 강화
 - 전광판 : 시정소식 등 공익광고 표출 확대 추진 (20% → 30%)
 - 그래픽중심 → 동영상 비중 확대
- 지하철 역사 및 전동차 PDP 표출 : ‘Hi Seoul’ 이미지 시리즈 등

지역방송

- 교통방송 활용 ‘Hi Seoul’ 프로그램(서울이야기, 서울소식 등) 유도
- CATV 24개소 및 해외교민방송 18개소에 콘텐츠 제공 방영

- 출 판 물
 - 시정홍보 간행물 발간
 - 기획·편집·디자인 심의로 수준 높은 홍보물 발간 및 유료광고 추진
 - 타킷별 홍보물 제작 : 일반시민, 초등학생, 장애인 등 차별화
- 서울홍보관 효율적 운영
 - 홍보관별 홍보컨텐츠 공유로 시너지 효과 제고
 - 시청 홍보관, 청계천 홍보관, 산하기관 홍보관 등
 - 주요시책사업 현장홍보관 기능 강화
 - 각 홍보관에 영상홍보기능 강화 추진
 - 자치구 문화원, 복지센터 등 시정 홍보관 기능 강화

II Hi Seoul브랜드를 종합마케팅 하겠습니다

새로운 서울브랜드 Hi Seoul을 체계적으로 마케팅하여 「Hi Seoul - 세계 일류도시 서울」 이미지 구축

- 지역간 계층간 격차가 큰 도시, 공동체의식 부족
 - 균형발전 및 시민화합을 통해 서울을 고향으로 사랑하는 『Lovely Seoul』 이미지
- 배타적이고 불친절한 도시
 - 개방적이고 친근한 『Friendly Seoul』 이미지
- 교통, 환경, 기업여건, 행정 등이 국제수준에 미달하는 도시
 - 세계 일류수준으로 발전하는 『High Seoul』 이미지

- 추진방향
 - 서울브랜드 이미지 구축
 - 로고송, 홈페이지, 애니메이션, 시민상 등 Hi Seoul 이미지 구체적 구현
 - Hi Seoul 응용상품 개발 및 중소기업과 공동브랜드사업 추진
 - 민·관 합동사업을 추진하여 정책의 시너지효과 거양
 - 사업추진을 이벤트화하고 언론사와의 연계를 강화하여 시민참여와 기업협찬 유도

1. Hi Seoul 이미지 기반 구축

- Hi Seoul 홈페이지 구축 운영
 - 서울브랜드 및 Hi Seoul 축제 등을 세계에 널리 마케팅하기 위한 웹사이트를 구축·운영하여 인터넷 홍보 강화
- 서울브랜드 로고송
 - Hi Seoul를 잘 표현하는 로고송을 만들어 보급
 - 밝고 경쾌하고 친근한 내용으로 시민들에게 불리지는 서울노래를 새로 작사·작곡 (2분20초~3분 정도)
- Hi Seoul 플래시애니메이션 공모
 - Hi Seoul을 주제로 네티즌을 대상으로 참신한 플래시 애니메이션 작품 공모 Hi Seoul 이미지를 연작시리즈로 홍보
 - 젊은층의 참여를 확대하여 서울사랑 고취
- Hi Seoul 모범업소 지정·후원
 - 청결하고 맛이 훌륭하면서 외국인에게 친절한 요식업소와 청결하면서 친절하고 편리한 서비스를 제공하는 숙박업소를 지정하여 자금·홍보 등 지원

2. Hi Seoul 이미지 확산

□ Hi Seoul 외국인 마라톤 대회 공동개최

○ 추진방향

- 국내외 외국인을 대상으로 마라톤대회를 매년 정기적으로 개최함으로써 개방적인 도시로서 서울 이미지 제고
- 5월의 Hi Seoul 페스티벌과 연계하여 축제화함으로써 Lovely Seoul 고향 이미지 확산
- 참가자 모두 Hi Seoul 티셔츠를 입고 달리 함으로써 서울브랜드 마케팅
- 코리아헤럴드 등 영자신문사와 방송사 등을 공동 참여토록 하여 브랜드 홍보효과 극대화

○ 행사개요

- 대회명칭(안) : 제1회 Hi Seoul 외국인 마라톤 대회
- 일 시 : 2003. 5. 25.(일) - Hi Seoul 축제기간 중
- 장 소 : 월드컵 공원주변 (코스 개발)
- 참가규모 : 국내외 외국인 3,000명 - 주한외교사절, 외신기자, 경제인, 근로자 등
- 종 목 : 5km ~ 10km 단축마라톤
- 참가비 : 20,000원 내외
- 기념품 : 'Hi Seoul'이 새겨진 마라톤용 상의, Hi Seoul 배지 제공 등
- 주최 : 코리아헤럴드사와 서울시 공동, 참여 방송사 발굴

○ 추진방법

- 마라톤 대회명칭 및 진행 등 컨셉을 서울을 사랑하는 Lovely Seoul 이미지에 맞추고 'Hi Seoul' 세부 홍보전략 수립
 - ▷ 외국인 참가, 통역안내, 협찬사 발굴, 비용 등 실질적 추진은 코리아헤럴드사에서 'Hi Seoul' 컨셉 및 홍보, 행정지원 등은 서울시에서 주관
- 참가자 및 진행요원 모두 Hi Seoul 티셔츠를 입고 참여
 - ▷ 마라톤 소요 경비는 후원 및 협찬사를 통해 해결
- 행사홍보 브로셔 및 행사진행 중 Hi Seoul 브랜드 적극 홍보
- 홍보효과를 극대화하기 위해 공중파 방송사를 참여토록 공동주최측(코리아헤럴드)과 긴밀 협의

○ 추진일정

- 2003. 2월~3월 : 마라톤 행사 기획, 행사 홍보 등
- 2003. 4월 : 마라톤 참가자 접수

□ 서울연고 스포츠 구단 활용 마케팅

○ 추진방향

- 서울시 연고구단 LG트윈스, 두산베어스 2개 구단과 공동 마케팅하여 서울브랜드 Hi Seoul 홍보로 서울 이미지 제고
 - ▷ 프로야구단의 홍보수단을 활용하여 서울사랑 분위기 확산

○ 추진내역

- 추진기간 : 2003년 3월 ~ 2003년 10월 (야구시즌 내)
- 경기종목 : 프로야구
- 구 단 : LG 트윈스 및 두산베어스 (서울 연고구단)
- 게임횟수 : 133(홈67, 원정66) ➡ 10게임 이상 방송예정 ('02 기준)
- 추진방법 : 홍보수단 상호교환 (비예산사업)

○ 홍보방법

<구단 - LG트윈스 · 두산베어스 >

- 경기장내 전광판을 이용 Hi Seoul 관련 홍보 (광고 · 영상물 등)

- 경기장내 전광판 자막 광고
- 입장권, 경기일정표, 팬북 제작, 치어리더 유니폼 등에 Hi Seoul 로고 삽입
- 현수막 광고 - 출입구, 외야벽면, 덕아웃(월평균 6임)
- 홍보용 스티커 광고시 슬로건 삽입
- 구단홈페이지 웹사이트에 서울시 홈페이지 링크

<서울시 >

- 시가 보유하고 있는 홍보수단을 활용하여 경기일정 등 홍보지원
- 전광판 홍보 (서울시내에 설치된 전광판 51개)
- 방송(교통방송, Cable), 정기간행물 및 인쇄물

○ 추진일정

- 2003. 2월 : 협약체결 (2. 14. 11:00 예정)
- 2003. 4월 : 사업실행 (4. 5 LG트윈스 개막경기부터 공동마케팅)

□ 인터넷 포털사이트와 사업제휴를 통한 Co-Marketing 추진

○ 추진방향

- ㈜다음의 On-Line과 우리시의 Off-Line 문화예술공간을 공동마케팅의 장으로 상호 제공
- 우리 시에서는 On-Line을 통해 Hi Seoul을 적극 홍보하고 다음은 Off-Line을 청소년 등의 건전 문화예술공간 등으로 적극 활용
- 향후 네티즌의 시정참여 촉진 및 Hi Seoul 브랜드 마케팅을 위한 프로그램의 지속적 개발 추진

○ 사업내용

- 제휴업체 : ㈜다음 커뮤니케이션 (대표 : 이재웅)
- 제휴내용 : 마케팅 제휴 및 협약서 체결

▷ ㈜다음

- Hi Seoul-다음광장 코너설치, Hi Seoul 브랜드 홍보 등
- 카페 회원, 일반 청소년 등을 대상으로 각종 문화행사 실시

▷ 서울시

- 우리시가 관리하는 야외공연시설 중 'Hi Seoul-Daum광장' 설치
- On-Off Line으로 Hi Seoul 브랜드 마케팅 추진

○ 소요예산 : 30백만원 (Hi Seoul - Daum광장 설치 및 홍보지원)

○ 추진일정

- 2003. 2월 : 협약서 체결
- 2003. 3월 : 광장 설치 및 On-Off Line을 통한 Marketing 추진

□ 세계 사이버게임(WCG)대회 유치

○ 행사개요

- 성 격 : 세계청소년게임문화축제
- 기 간 : 2003. 10. 12(日) ~ 18(土) <7일간>
- 규모(예상) : 선수단 50개국 600명, 해외기자단 150명

○ 유치효과

- 최첨단 게임대회 유치로 IT 서울이미지 홍보
 - 사이버게임의 모든 광고, 홍보물에 서울이미지 및 브랜드 홍보
- 서울 슬로건 Hi Seoul 의 해외홍보
 - E3 Show 참가시 게임관련업체에 개최도시 및 Hi Seoul 홍보
 - ※ E3 Show : 매년 L.A. 컨벤션에서 열리는 세계적인 게임전시회 (Electronic Entertainment Exposition)

- 해외 50개국 국가대표선발전에 개최도시 홍보
- WCG,50개국 웹사이트(www.worldcybergames.org)를 서울시 사이트와 연결하여 서울시정 및 Hi Seoul 슬로건 홍보
- Grand Final에 참가하는 해외기자단 150명에 대해 서울체험투어 실시
- 공동유치시 서울시 지원내역
 - 장소대관 : 개·폐막식, 게임 및 관람용 경기장
 - Tour Program : 선수단 및 해외기자단
 - 홍보지원 : 전광판, 방송(교통방송, Cable), 인터넷 등
- 국제회의 행사·참여 현장마케팅
 - 사업개요
 - 국제적인 회의·행사에 참가하여 서울브랜드를 현장 마케팅
 - 추진일정
 - ▷ 2003 주요 국제행사
 - 대구 하계유니버시아드 대회 - 8월
 - ※ 대구컨벤션센터 1·3층에 설치될 메인프레스센터를 활용한 미디어투어
 - 북경 자매결연 10주년 행사 - 5월중 북경, 10월중 서울
 - ※ 홍보사진전, 투자상담, 체육행사 등 다양한 문화행사 지원
 - ▷ COEX에 개최하기로 확정된 국제회의 활용 서울 이미지 마케팅

국 제 회 의 명	기 간	주 관	지 원 내 용
PBEC(태평양안연안국 경제협의회) 2003	5. 11~5. 13	진경련	홍보브로셔 및 브랜드상품
반부패 세계대회(GF III & 11th IACC)	5. 26~5. 31	법무부	"
World Knowledge Forum	10. 14~10.16	매일경제	"

- 홍보방법 : 국내·외 행사에 직접 참여하여 서울브랜드 홍보물, 배지, 엽서, 영상물 등 현장 마케팅
- 문화·스포츠 이벤트 참여 현장 마케팅
 - 추진방향
 - 실·국에서 주관하는 행사에 기획에서 실행까지 참여하여 브랜드 홍보방안 수립·시행
 - 서울 브랜드 기념품 제공 (배지, 열쇠고리 등)
 - 참가행사 및 일정

행 사 명	일 시	장소(주관과)	행 사 내 용	홍 보 내 용
한·일청소년 축구대회	3~5월경 (2회)	일본 사이타마현 인천시 (체육청소년과)	한·일 도시별 대항 축구대회	우리대표선수(44명)의 Hi Seoul유니폼 제공, 참가자에게 기념품 (버튼)제공
국제청소년 체육대회	6.28~7.	오스트리아, 그리스 (체육청소년과)	90개 도시 참가	우리대표선수(34명)의 Hi Seoul유니폼 제공, 참가자에게 기념품 (버튼)제공
랑데부드 서울전	6.11~ 7.10	서울시립미술관 (시립미술관)	프랑스문화교류 차원의 전시 (회화, 조각 등)	참가자 및 관람객에게 기념품 제공 (배지 1,000개)

행 사 명	일 시	장소(주관과)	행 사 내 용	홍 보 내 용
서울국제만화 애니메이션 페스티벌	8.12~ 8.17	코엑스 (산업지원과)	세계50여개국 100업체 참가만화, 애니메이션 전시 및 영화제	홍보부스 마련 적극 홍보
한·일 관화전	10.11~ 11.20	서울시립미술관 (시립미술관)	한국, 일본의 대표적인 관화 작가 작품 전시	참가자 및 관람객에게 기념품 제공 (배지 1,000개)
한강변 도로 사이클대회	10월 중	해당시 (체육청소년과)	5개 도시 합동으로 참가	서울 참가선수(9명) 에게 Hi Seoul 티셔츠 제공
아시아 현대미술전	11.25~ 12.24	서울시립미술관 (시립미술관)	한·중·일·러시아 등 아시아권 현대미술	참가자 및 관람객에게 기념품 제공 (배지 1,000개)

○ 홍보방법

- 행사현장에 직접 참여하여 서울브랜드 홍보물 및 기념품 제공

□ 소요예산 : 서울브랜드 종합마케팅추진비 5억원

Ⅲ

대의 홍보효과를 극대화해 나가겠습니다

1. 서울 영문뉴스 전문 웹사이트 「SEOUL NOW」 운영

서울의 살아 있는 뉴스와 각종 정보를 외신기자 및 여론지도층 외국인 등에게 제공하는 영문뉴스 웹사이트 「SEOUL NOW」(www.seoulnow.net) 운영으로 국제도시로서의 서울 이미지 제고와 인터넷을 통한 도시마케팅 채널 기반 조성

□ 추진방향

- 개방적이고 친근한, 세계 일류를 지향하는 Hi Seoul 브랜드 적극 홍보
- 외신기자 및 여론지도층 외국인 등에게 정기적으로 뉴스레터 발송
- 서울시 인터넷 홈페이지 통합관리 추진계획에 따라 「Seoul Focus」 등 영문 홈페이지 통합 추진 (통합시까지 「Seoul Now」 지속 운영)

□ 사업개요

- 사업기간 : 2003. 1 ~ 2004. 1
- 주요 추진내용
 - 서울의 살아 있는 최신뉴스와 고급정보 제공:1,200건(매주 25건내외)
 - Hi Seoul 코너신설, 이벤트 등을 통해 서울브랜드 적극 홍보
 - 거주 외국인의 서울생활에 필요한 주거·구직 등 콘텐츠 보강
 - 외국인칼럼, 서울에세이, 사진공모 등 외국인 참여 촉진
 - 포토갤러리 운영 등 생생한 서울의 비주얼 정보 제공
 - 영문뉴스 이메일 발송 확대 : 주1회 1,000명→1,500명
- 추진방법 : 전문 운영업체 용역
- 소요예산 : 241,635천원

□ 추진계획

- 2003. 3월 : 운영업체 선정
- 2003. 10월 : 통합 영문 홈페이지 오픈, 운영

2. 외국어 표기개선 및 「영문표기사전」 웹사이트 보강

각종 안내표지판, 홍보물 등에 잘못된 외국어 표기로 인해 방문 외국인과 시민들에게 혼란을 야기하는 외국어 표기의 통일된 기준을 마련하고 정비토록 지원
 ※ 「영문표기사전」(www.englishname.net)

□ 사업개요

- 정비기간 : 2003. 1 ~ 12. 31
- 정비대상 : 6개 분야 총 4,387개

(2002년 11월 현재)

구 분	계	도로 표지	보행자 안내			도로명	관광	공원	문화재	사실	체육 시설	버 스 승차대
			보도	지하 철역	지하 상가							
총 수 량	137,419	6,735	1,040	71,438	467	41,907	15	5,353	233	5,830	2,417	1,984
외 국 어 표기수량	89,288	6,735	1,040	53,197	377	17,336	15	245	233	5,830	2,417	1,863
당초정비 대상수량	69,514	3,699	1,040	42,323	377	16,104	15	244	233	1,201	2,415	1,863
2003년도 정비대상 (%)	4,387 (6.3%)	-	223	3,476	8	524	-	-	-	35	-	121

※ 2000.7.7 로마자표기법 개정이후 정비실적 : 정비대상 11개분야 69,514개중 65,127개(93.7%) 정비

- 정비내용
 - 2000. 7. 7 로마자 표기법 개정이후 미정비된 외국어(영문) 안내 표지판 오류표기에 대한 일제정비
 - 잘못된 외국어표기 인터넷 120 민원전화 접수 및 현장점검 수시정비
 - 기능 보강 및 운영 활성화

□ 소요예산

- 안내표지판 정비 : 주관부서별로 예산조치
- 「영문표기사전」 기능보강 : 20,000천원

□ 추진계획

- 2003. 2월 : 주관부서별 일제정비계획 수립
- 2003. 3월 ~ : 정비계획 추진

3. 영문 시티매거진 발간

- 서울브랜드 계획과 병행 추진하여 도시마케팅 시너지효과 창출
- 홍보효과 증대를 위해 외국인이 쉽게 구독할 수 있도록 배포망을 다양화하고 특정타깃에 대한 집중 Marketing 전략 가미
- 국제도시 서울에서 외국인이 살아가는데 필요한 필수정보· 서울의 최신뉴스, 국내 Foreign Community의 활동 등을 Native Speaker의 현지취재를 통해 생동감 있게 전달

□ 사업개요

- 발간주기 : 격월간 (예정)
- 발간부수 : 5,000부
- 지 면 : 52Page
- 제작언어 : 영어
- Contents
 - 서울뉴스 및 주한 외국인 정보
 - 비즈니스 및 문화관광 정보

□ 추진방법

- 발행주체 : 서울시
 - 시티매거진의 기획·편집 방향 제시
 - 시정관련 자료 제공
- 제작업체 : 코리아헤럴드 등 제안업체
 - 콘텐츠 취재·편집 구성 및 제작 배포
 - 광고유치
- 발간비용 : 광고료로 충당

□ 추진계획

- 2003. 4월 창간호 발행
 - ※ 향후 배부처 확대검토, 정기구독 신청 접수 및 유료판매 추진

4. 외국인언론매체에 대한 마케팅 전개

- 국내외 주재 해외 언론에 대한 체계적·전략적 관리
- 서울 이미지 마케팅 및 인지도 제고
- 민선3기 주요사업 등을 마케팅 주제로 설정, 적극 홍보

□ 사업개요

- 사업기간 : 2003. 1월 ~ 12월
- 사업내용

- ① 국내외 주재 해외 언론에 대한 체계적·전략적 관리
 - 보도자료 개발 및 News Letter 발송
 - 해외언론 리스트 개발 및 지속적 관계 유지
 - 방한언론 취재지원 및 자료제공
 - 항공사별 기내지 및 서울시 자매도시 주요언론과 『서울특집』 추진
 - 서울시 이미지 제고 관련 컨설팅 사업 등
- ② 프레스킷 등 홍보물 제공
 - 외신기자 및 서울을 방문하는 여론 선도층에 대하여 서울을 알리고 이미지를 높이는 홍보자료로 활용
 - 민선3기 주요역점사업 중 외국인에게 홍보 필요한 사업 및 시의성 있는 시정 일반사항

□ 추진계획

- 세계 사이버게임대회(WCG) 유치사업과 연계 추진 (2003. 2월)
- 효과적인 방한외신관리 및 해외언론대상 PR추진
- 국제적 네트워크 활용 지속 홍보관리

IV	서울이미지 콘텐츠를 고급화해 나가겠습니다
----	------------------------

1. 홍보영상물 제작 및 영상매체 협력 강화

- 서울시의 주요시책과 시정을 주간단위 영상물로 제작하여 홍보
- 영상컨텐츠를 제작하여 PDP등 각종 영상자료로 활용 및 CATV에 영상자료 지원
- 방화 및 해외영화, 해외방송 촬영지원을 통한 서울의 PPL 추진

□ 사업개요

- 제작기간 : 2003. 2 ~ 2004. 2
- 제작형태 : 비디오 (베타캠, VHS)
- 제작수량
 - 주간시정 홍보영상물 : 매주1편 총 52편 (베타캠 50개, VHS 133개)
 - 영상컨텐츠 제작 : DVC 3,000개
- 배 부 처
 - CATV 18개소, 해외교민방송 18개소
 - 51개 전광판 (31개 업체)
 - 지하철 45개역사 176개소
- 소요예산
 - 주간 시정홍보영상물 472,980천원, 영상 컨텐츠 제작 100,000천원, 전광판(PDP)홍보 98,700천원

□ 추진계획

- 2003. 2월 : 계획 수립
- 2003. 2월 : 영상컨텐츠 제작 발주

2. 정사진 DB구축

서울이미지 사진 자료중 활용가치가 높은 사진을 DB화하여 인터넷에 게재하여 시민들의 시 홈페이지 접근성을 유도하여 시정을 적극 홍보함으로써 열린 행정을 구현하고자 함.

□ 사업개요

- DB대상
 - 기존 『서울사랑』 『새서울뉴스』 『내친구서울』 『클릭시청가족』 등에 게재된 사진 등 약 10,000장 (2000~2002까지 촬영분)
- DB방법
 - 우수자료를 선정하여 목록작성후 서울포커스에 자료게재
 - 서울포커스 게재 자료는 일련번호와 관리대장을 작성, 별도 관리하여 요청시 신속 제공
- 자료보관
 - DB구축된 자료중 누락된 자료는 촬영하여 보완

□ 추진계획

- 1단계 : 매체별 게재 사진 정리
 - 작업기간 : 2003. 1 ~ 3
 - 작업물량 : 약 3천장
- 2단계 : 기타자료 분류 및 정리
 - 작업기간 : 2003. 4 ~ 6
 - 작업물량 : 약 7천장
- 서울이미지 촬영
 - 계절별 기후 감안하여 연중 촬영

3. 서울이야기 수필·詩 공모

- 서울의 다양한 역사와 문화를 시민들이 직접 체험하고 느낀 많은 이야기들을 글로 표현토록 하여 서울사랑에 대한 정서를 확산시키고
- 내국인을 대상으로 수필 및 詩와 외국인을 대상으로 수필을 공모함으로써 세계 일류도시로서 서울의 이미지 제고

□ 사업개요

- 사업기간 : 2003. 6~12월
- 추진내용
 - 접수된 작품에 대하여는 엄격한 심사를 거쳐 상장 및 시상금 수여
 - 수상작은 작품집을 발간하여 본인과 관련기관(공공기관, 도서관, 대학 등)에 홍보용으로 배부
- 추진방법 : 적극적인 홍보 및 문인단체 등과 작품심사 협조
- 수상작 선정 : 수필 62편, 시 10편
 - 내국인 : 수필 23편, 시 10편
 - 외국인 : 수필 39 (한글 6편 포함)
- 소요예산 : 79백만원

□ 추진계획

- 2003. 6월 : 서울이야기 수필 및 시 공모계획 수립
- 2003. 8월 : 홍보 및 작품접수
- 2003. 9월 : 심사위원 구성, 작품 심사
- 2003. 10월 : 입상자 발표 및 시상
- 2003. 11월~12월 : 작품집 발간·배부

V 주요시책 홍보컨텐츠 기획개발에 힘쓰겠습니다

1. 서울포커스 리뉴얼 및 운영 강화

- 홍보 효과 극대화를 위한 입체적 종합홍보시스템 구축
- 시정목표 구현에 동참하는 서울 공동체 시민의식 함양
- 민간 경영차원의 적극적인 고객관리 및 경영마인드 도입

□ 사업개요

- 서울시 대표홈페이지 서울포커스 운영
 - ※ 시정 종합 홈페이지(4개 국어) 및 특정 대상(장애인, 어린이) 홈페이지 등
- 인터넷신문 시스템 구축 및 발행
- 인터넷 방송국 구축 및 운영
- 시정홍보 전략 및 기능·컨텐츠 개발 연구용역

□ 추진계획

1. 서울포커스 운영

- 추진기간 : 2003. 2 ~ 2004. 1월
- 운영방법 : 민간전문업체 위탁운영
- 사업비 : 525백만원 (민간위탁비)

- 한글 홈페이지 리뉴얼
 - 2003.7.1개설 목표로 한글홈페이지 전반(인트로·메인·서브화면, 주요시책사업, 메뉴구성, 콘텐츠구조 등)에 대하여 리뉴얼 추진
- 서울을 사랑하는 시민모임(웹 동호회) 운영
 - 2003.5.1 개설 목표로 「서울을 사랑하는 시민모임(웹 동호회)」를 기능·분야·테마별로 시민자율적으로 개설 운영할 수 있는 커뮤니티 기능 개설
 - 개설, 운영, 정착에 필요한 행·재정적, on-off line 적극 지원
- 다양한 콘텐츠 개발
 - 주요시책 홍보효과 제고를 위한 멀티미디어 콘텐츠 활용 확대
 - 플래시, 애니메이션, 동영상, VR, 오디오, 그래픽 등
 - 다양한 정보제공을 위해 CP(콘텐츠제공사업자) 적극 활용
- 서울포커스 이용자 DB 구축
 - 관심분야의 시정자료·소식지·간행물·홍보자료 제공, 행사초대 등 지속적 관계 유지로 고객화
 - 개인정보보호를 위한 3중 보안조치(방화벽, 독립서버, 접근권한)
- 민간기업 유료광고 유치
 - 2003 상반기중 광고방법·규격 등 세부계획 수립 및 하반기중 공개경쟁 등의 방법으로 유치(광고전문사 대행 추진검토)
- 협력 및 제휴사업 추진
 - 자매결연 도시 등 세계 주요도시 및 국내 유명 사이트와 배너교환 및 운영 협력사업 개발 추진
 - ※ 2003.1.20부터 메트로 인터넷신문 사이트에 서울시 배너홍보 시행중

2. 인터넷신문 시스템 구축 및 발행

- 주요시책·시정소식 등을 일간신문 형식으로 시민에게 on-line 배달
- 섹션식 구성 및 차별화된 디자인으로 다양한 계층의 구독자 확보
- 정보전달에 효과적인 messenger 방식 등 최신기술 도입

- 구축목표
 - 2003년도중 실명 구독회원 200,000명 목표로 역점사업으로 추진
 - 수동적인 인터넷홈페이지 한계성 극복 적극적인 홍보 매체로 육성
- 콘텐츠 구성
 - 주요시책, 시정뉴스 등 시정홍보 및 시정정보 적정 배분
 - 세계도시동향(시정연), CP(정보제공사업자) 등 전문정보 활용 수준제고
 - 시민기자 모집 및 제작참여 등을 통한 콘텐츠 다양화
- 추진계획
 - 창간일시 : 2003. 5. 1 예정 ※ 2월 - 발주, 3~4월 - 구축
 - 구축방법 : 민간전문업체 외주 용역 (예산액 : 80백만원)
 - 비상근 계약직 2명(기사제작 요원) 확보 - 콘텐츠 발굴 및 운영관리

3. 인터넷방송 시스템 구축 및 운영

- 추진기간 : 2003. 6 ~ 2003. 12월
- 사업비 : 644백만원 (추경편성 요구)
- 추진내용

- 세부 추진계획 별도 수립

※ 시험방송 2회 실시 예정 : 3월(토요일 정오에 만납시다), 5월(서울사랑축제)

4. 시스템 보강

- 추진기간 : 2003. 3 ~ 4월
- 사업비 : 115백만원 (H/W 100백만원, S/W 15백만원)
- 추진내용 : 신규시스템 구축 및 안정적 서비스를 위한 서버 보강

2. 전자사보 「클릭시청가족」 발행

시정홍보 및 공동의식 함양과 바람직한 조직문화 우리시 직원과 가족에게 생활에 필요한 다양한 정보 제공 및 참여 계기 마련

□ 사업개요

- 추진기간 : 2000. 6월 ~ 계속 (월2회 발행)
- 발행주기 : 월 2회 격주 (1일, 15일) 발행
- 면 수 : 60면 내외 (A4 기준)
- 이용대상 : 본청·사업소·자치구·해외주재 직원, 우리시 가족 등
- 주요내용 : 핫이슈, 테마기획, 시청사람들, 행복예감, 정보마당 등
- 소요예산 : 46백만원

□ 추진계획

- 2003. 1 : 『클릭시청가족』 운영업체 용역계약
- 2003. 1~12 : 전자사보 『클릭시청가족』 발행 (월 2회 1일, 15일)
 - 기획편집회의 : 3일, 18일
 - 취재 및 원고마감 : 4일~14일, 19일~30일
 - 발행 : 1일, 15일

3. 서울홍보관 및 홍보사절을 통한 직접 홍보

- 시청을 방문하는 시민과 외국인에게는 서울에 대한 종합적인 정보를 제공하고, 어린이와 청소년 방문자에게는 자치시정을 보고 느낄 수 있는 교육장소로서 서울홍보관 운영
- 깨끗한 이미지로 대중들에게 사랑을 받는 인기인을 홍보사절로 위촉하여 서울브랜드 및 시청 홍보효과 거양

1. 서울홍보관 운영

<서울시 홍보관 >

- 개관일 : 1998. 2. 20
- 운영시간 : 월~금요일은 근무시간내, 토요일은 오후 5시까지 운영
- 규모 : 총 150평
 - 영상실 : 50좌석, 시정홍보 영상물 상영
 - 전시실 : 시정방향 및 현황, 문화·관광, 서울의 역사 등
 - 인터넷코너 : PC 7대, 프린터 1대
 - 기타 간행물관매장, 안내코너, 기관실 등
- 2002년 운영실적
 - 방문자 : 152,922명 (1일 평균 530명)
 - ※ 단체 12,247명, 개인 140,675명

- 간행물 판매 : 2,461권 23,202천원
- 전시회 개최 : 캘린더 전시회, 이미지맵 수상작 전시회, 색종이공예전시회, 축구캐릭터 전시회 등 10회

<열린마당 홍보미디어>

- 운영시간 : 08:00~22:00 (토요일 17시까지)
- 운영내용
 - 주요시책 및 시정소식에 관한 영상자료 상영(연중 계속)
 - 관광 및 지리·교통정보를 터치스크린 방식으로 안내

<지역 홍보관 운영>

- 청계천 홍보관, 뉴타운 홍보관, 자치구 복지관 등에 시정간행물, 영상물 등을 비치 홍보

2. 서울시정 홍보사절 운영

- 위촉인원 : 총 13명 (남 6, 여 7) --- 2003. 1. 15.위촉
- 주요 활용방안
 - 서울시와 시민화합유도 : 서울사랑 축제, 시민의 날 행사 등 참여
 - 홍보모델 활동 : 시정 주요시책 및 홍보물의 모델로 활동
 - 홍보대사별 활용 : 서울사랑 로고송(가수), Hi Seoul 홍보, 개인별 국내·외 행사 참여시 서울시 홍보 등
- 서울시 지원사항
 - 인터넷 홈페이지에 홍보사절의 서울사랑 메뉴 개설
 - 서울사랑 커뮤니티에 팬사이트 제공
 - 홍보영상, CF모델 참여시 저가의 사례금 지급
 - 주요시정 홍보물 제공

4. 홍보물 통합관리 및 효과적인 시정광고

홍보간행물 통합관리 및 수준 향상

- 시정홍보물의 유사·중복 발행방지와
- 간행물심의 등을 통한 홍보물 수준 향상과 콘텐츠의 효율적 관리

□ 사업개요

- 홍보물제작 예산의 통합편성 운영

2001	2002	2003
2,100백만원	2,100백만원	1,512백만원

- 간행물 제작관리
 - 간행물심의위원회 운영 : 제작 필요성, 유무상, 판매단가 등 심의
 - 디자인(영상물)심의소위원회 운영 : 홍보물 수준 향상
 - 제작된 홍보물의 콘텐츠 관리 : 콘텐츠 효율적 활용
- 간행물의 판매관리
 - 매월말 판매현황 파악 세입조치
 - 부서별 간행물 관리 조정

□ 추진계획

- 홍보물 제작절차 조정

- 주관부서 제작계획 → 종합 조정(홍보기획관) → 개별 간행물심의 → 제작방침 결정 → 제작·기획 발주 → 디자인(영상물)심의 → 인쇄·제작
- 홍보물 유상보급 및 광고유치 추진
- 광고 게재 추진
- 간행물심의 및 디자인심의 정례화 : 매월 둘째주(간행물), 셋째주(디자인)
- 홍보물 집중관리 : 홍보물 갤러리 운영, 파일 관리
- 콘텐츠 활용 : 내부 활용 및 시민 요청시 제공

언론을 통한 시정광고

- 시민의 이해와 참여가 필요한 주요시책을 방송·신문 등을 통하여 널리 알림으로써 시책을 성공적으로 수행하고 사업효과를 높이고자 함.
- 연간 광고홍보사업을 적정 배분하여 집행의 효율성 제고
- 매체별 특성과 홍보효과를 분석하여 시가 주도적으로 광고 추진

□ 매체별 광고개요

매체별	구분	추진방법	장·단점
방송	언론사 협찬 광고	· 언론사의 캠페인광고, 기획 프로그램 제작비 협찬 · 요청시 예산지원	· 비교적 염가로 다수 시책의 홍보가 가능하나 · 홍보효과가 적은 언론사의 협찬 요청 우려
	언론사와 공동명의 광고	· 공동 추진할 시책사업을 언론사와 선정후 예산지원	· 시책사업에 대하여 시와 언론사의 역량 집중이 가능하나 · 한정된 예산에 따른 언론사간 형평성 문제 우려
신문	시장명의 광고	· 시책사업광고 필요시 기업체와 공동명의 추진	· 신속히 많은 시민에게 전달 효과가 큼
잡지	시장명의 광고	· 주요시책 또는 이미지 광고	· 전달효과가 적으나 비용이 적게 소요

□ 추진계획

- 방송광고
 - 대상매체 : TV, 라디오
 - 광고 : 청계천복원, 수돗물, 대중교통 등 시책광고, 하이서울 이미지 확산 광고
 - ※ 협의대상 방송사 : KBS, MBC, SBS, YTN
- 신문광고
 - 대상매체 : 종합 중앙일간지, 경제지, 메트로신문
 - 광고 : 지하철 파업 등 긴급 광고사안 발생시
- 인터넷매체
 - 대상매체 : 연합뉴스, 오마이뉴스 등
 - 광고 : 서울사랑 동호회 모집 광고 등 추진
- 잡지

- 대상매체 : '경제풍월' 등 국내외 잡지, 1사 1회 한정 실시
- 광고 : 서울시 주요시책 또는 이미지 홍보
- 기 타
 - 시내버스 광고 : 대한매일과 추진 검토

5. 시정 종합홍보지 『서울사랑』 발행

- 시민생활에 유익한 생활정보를 강화하여 시민과 함께 하는 시정 종합홍보지로서의 역할 수행
- 시민 참여코너를 확대하여 서울시민의 공동체 의식 확보
- 다중집합장소 중심으로 배부하여 접근성과 가독률 제고
- 유료광고를 통한 경영마인드 도입

□ 사업개요

- 발행시기 : 매월 1일
- 발행부수 : 월 55,000부
- 발행형식 : 52면, 칼라 국배판
- 배 부 처 : 은행, 터미널, 지하철역 등 다중집합장소 및 개인구독 신청자, 해외교민
- 주요내용 : 테마기획 · 문화 · 연중기획 · 생활정보 · 열린마당 등
- 소요예산 : 837백만원

□ 추진계획

- 2003. 1 : 기획 · 편집업체 연간 단가계약 및 DM업체 단가계약
- 2003. 3 : 인쇄업체 계약
- 서울사랑 발행 절차
 - 기획편집회의 : 5일 전후 - 원 고 마 감 : 18일
 - 기획편집 및 교정 : 23일 - 인쇄 및 제본 : 25일 ~ 27일
 - DM발송 : 28일

6. 홍보 대상별 특화

어린이신문 「내친구 서울」 발행

- 서울의 역사 · 문화 및 주요시정에 관한 정보를 제공하는 어린이 정보지로서의 기능 강화
- 어린이들의 시정에 대한 이해와 관심을 높이고 참여기회를 제공

□ 사업개요

- 사업기간 : 2001. 3월 ~ 계속
- 발행주기 : 월 1회 ※ 방학기간 3개월(1,2,8월) 휴간
- 형 식 : 타블로이드판, 전면칼라
- 면 수 : 8면, 2개판 (1~2학년(4면), 3~6학년용(8면)으로 구분 발행)
- 지 질 : 중질지 (60g/m²)
- 발행부수 : 월(7회) 34만부, 방학특집(7.12월) 50만부
- 배 부 처 : 542개 초등학교 및 22개 특수학교 20,987학급
(학급당 3-6학년 30부 내외)
- 소요예산 : 340백만원

□ 추진계획

- 2003. 1 : 기획 · 편집, 인쇄, 운송업체 단가계약 체결
- 2003. 2 : 『내친구서울』 모음집 발간

- 2003. 2 : 유공어린이 표창
- 2003. 3~4 : 어린이기자 선정 및 위촉
- 2003. 7 : 어린이기자 시정현장탐방 실시

시각장애인을 위한 점자 「서울사랑」 발행

일반인에 비해 상대적으로 시정정보를 접할 기회가 적은 시각장애인에게 시정 및 생활정보 등을 제공하여 더불어 사는 사회 구현

□ 사업개요

- 사업기간 : 1997. 9 ~ 계속
- 발행개요
 - 발행일 : 매월 15일 ('97. 9월 창간)
 - 발행주기 : 월 1회
 - 발행부수 : 3,000부 (점자판 2,000부, 테이프판 1,000부)
('97.9-2002.3.15 : 점자판3,000부, 2002.4.15-현재 : 점자판2,000부, 테이프판1,000부)
 - 규격·면수 : 점자(4×6배판, 점자 등 80면), 테이프판(90분용)
 - 주요내용 : 주요시정 기사, 시각장애인 이용시설 및 각종 프로그램 안내, 시각장애인을 위한 시책 등
 - 배 포 : 시각장애인세대, 시각장애인학교, 복지관 등
- 소요예산 : 97백만원

□ 추진계획

- 2003. 4 : 점자판 서울사랑 및 테이프판 기획·편집업체 연간 단가계약 체결
- 2003.1~12 : 점자판 서울사랑 및 테이프판 발행
 - 기획편집회의 : 전월 25일 전후
 - 원 고 마 감 : 5일
 - 기획편집 및 교정 : 6일 ~ 9일
 - 인쇄 및 제본 : 10일 ~ 14일
 - 우편 발송 : 15일

VI

모니터링 기능을 강화해 나가겠습니다

1. 시정여론조사 내실화

주요시책에 대한 시민들의 다양한 견해와 요구사항 등을 보다 폭넓게 수렴하여 정책의 입안 및 집행과정에 적극 반영함으로써 시민중심의 시정수행 도모

□ 사업개요

- 사업기간 : 매년 1~12월
- 추진내용 : 주요 시정현안에 대한 신속한 시민의견 수집 및 시책반영
- 조사방법 : 면접, 전화, 인터넷, 우편조사, 심층집단면접(FGI) 등을 통한 여론조사
- 조사계획 : 심의위원회 선정 지정과제 17건, 수시선정과제 10여건
- 소요예산 : 103백만원

□ 추진계획

- 여론조사심의위원회 선정과제 : 17건 실시
 - 면접 및 전화조사 : 13건

시기	연번	조 사 제 목	주 제 채택건수	비고
1월	1	설연휴 교통특별대책 수립을 위한 여론조사	6	기 실시
2월	2	쓰레기종량제 개선대책 추진 이행실태에 대한 시민여론조사	7	
	3	「지하철건설서비스현장」고객 만족도 조사	8	
	4	뚝섬 숲(안) 조성시 시민 선호시설 및 참여방법에 대한 조사	8	
3월	5	작은산 살리기 추진사업에 대한 시민의식조사	6	
4월	6	한강 자전거용교량 시범운영(안)에 대한 시민만족도 조사	8	
	7	서울거주 외국인에 대한 여론조사	10	
7월	8	자치 시정방향과 운영에 대한 시민 의식조사	11	통합
		서울시민의 서울사랑 및 고향의식 조사		
8월	9	119구급대 이용시민 여론조사	9	
9월	10	주택가 주차정책에 대한 여론조사	11	통합
		거주자우선주차제에 대한 시민 만족도 조사		
	11	한강시민공원 이용에 대한 여론조사	9	
10월	12	버스종합사령실 사업에 대한 시민만족도 조사	8	
	13	건축행정서비스에 대한 여론조사	6	

- 심층집단면접(FGI) : 2건

시기	연번	조 사 제 목	주 제 채택건수	비고
6월	1	보육시설에 대한 이용자 만족도 조사	11	
10월	2	서울 브랜드에 대한 인지도 조사	10	

- 인터넷여론조사 : 2건

시기	연번	조 사 제 목	주 제 채택건수	비고
4월	1	내부순환로 교통관리시스템 운영에 따른 이용자 만족도 조사	10	통합
		남산권 교통정보시스템에 대한 시민 만족도 조사		
6월	2	‘서울사랑’ 독자 만족도 조사	7	

- 수시 여론조사 : 연간 10건 이내
 - 시장방침으로 수시 여론조사가 필요한 사안
 - 여론조사자문위원 의견 수렴후 실시

2. 시정모니터 운영 활성화

시정모니터 운영을 통하여 풀뿌리 자치와 참여민주의 기능이 활성화되도록 하고 모니터들이 생활현장에서 느끼는 불편한 점을 접수하여 시정에 반영코자 함

□ 사업개요

- 연 혁 : '97년 시정모니터 운영 시작, 500명~1,000명 위축
- 모니터 위축 및 활동
 - 위축인원 : 800명 (만 20세 이상 시민, 성별·연령·지역·직업 등 대표성 감안 선발)
 - 모니터링 실시 : 지정과제 - 3회, 자유의견 - 수시, 현장모니터링 - 6회,
- 2003년 신규사업 : 사이버모니터링 (하반기 1회)
 - 인터넷상의 여론조사 시스템 구축 후 모니터들의 의견과 자유토론 내용을 실시간 수렴
- 소요예산 : 119백만원

□ 추진계획

- 2003. 1 : 제7기 시정모니터 모집 및 위촉
 - 일 시 : 2003. 2. 12(수) 09:30 ~ 11:30
 - 장 소 : 세종문화회관 소극장
 - 내 용 : 시정설명회, 역할·기법·제도 안내
- 모니터 운영 활성화
 - 시정모니터는 향후 「서울사랑 동호회」 회원가입 추진
 - 우수의견 채택시 사례금 지급
 - 시에서 주관하는 주요행사, 시책현장 견학 등 초청 (연 2회)
 - 시에서 발행하는 홍보물 「서울사랑」 등 가정에 우송

代辦人 主要業務計劃 報告

I. 一 般 現 況

□ 機 構 - 1대변인 1관 4팀

