

<별첨자료>

제162회 임시회  
2006. 7. 19 (수)

## 주요사업별 업무계획



홍보기획관

# 주요 업무계획

---

I. 사전 홍보기획 기능 강화 .....	1
II. 뉴미디어 활용 홍보 확대 .....	5
III. 타깃별 기획홍보 추진 .....	9
IV. 서울비전 해외홍보 강화 .....	13
V. 서울브랜드 공동마케팅 .....	20
VI. 컨벤션(국제회의)산업 지원·육성 .....	29
VII. 시민과 함께하는 열린시정 .....	32
VIII. 청계천 장소마케팅 .....	34

# I 사전 홍보기획 기능 강화

## 1. 홍보의제 사전설정 및 홍보전략 수립

사후 홍보 관행을 탈피하여 사업계획 단계에서부터 홍보계획을 수립하고 홍보이슈를 사전 선점하는 전략적 홍보를 추진코자 함

### □ 추진방향

- 시정 주요 시책, 행사 등 기획단계에서부터 홍보적 접근
- 사업부서로부터 홍보수요 파악후 월단위로 중점 홍보의제 사전 설정
- 민간전문가의 자료 등을 거쳐 홍보방향 설정 및 타깃별 매체선정

### □ 추진실적

- 1월 : 승용차 요일제
- 2월 : 청계천 바로알기 / 복지시책(노숙인 일자리 갖기)
- 3월 : Hi Seoul 페스티벌
- 4월 : 승용차 요일제 / 전자정부 / FT 아시안 파이낸셜 센터 서밋
- 5월 : 서울 숲 / 은평 뉴타운 / 월드컵
- 6월 : 민선3기 실적 홍보

### □ 향후계획

- 홍보정책회의를 통한 월별 홍보이슈 결정
- 홍보인센티브제 시행
  - 선정된 홍보의제 집중홍보 및 영상물 제작 등 우선지원
- 홍보 추진 결과에 대한 모니터링 및 여론조사 후 피드백 실시

## 2. 시정간행물 통합관리를 통한 홍보기능 향상

서울시에서 발간되는 각종 간행물(영상물, 인터넷 포함)에 대해 예산 통합관리와 간행물심의 기능을 강화하여 간행물의 유사·중복 발행을 방지하고 홍보물 수준을 향상

### □ 사업개요

- 홍보물제작 예산을 통합 편성 운영
 

2003	2004	2005	2006
1,512백만원	1,512백만원	1,500백만원	1,500백만원
- 간행물심의위원회 기능 강화
  - 홍보타겟 및 정확한 수요를 파악한 적기□적정 홍보매체□제작규모 선정
  - 맞춤홍보를 위한 다양한 홍보채널 활용 조정□권고  
예) 전광판, 홈페이지, 인터넷 신문□방송, 지하철 PDP□모서리□와이드칼라, TV서울, 정기간행물 등
- 디자인(영상물)심의 소위원회 운영
  - 외부 전문가를 활용한 디자인 및 영상물의 수준 향상 등

### □ 간행물심의 실적

구분	합계	원안가결	재심의	수정가결	제작취소	기타	비고
2005년	158	107	3	40	8		
2006년	54	41		10	3		06'5월말

### □ 향후계획

- 시정홍보물 통합예산 관리기능 강화
  - 간행물심의 강화로 통합예산 이외는 시정홍보물 제작 제한
- 인터넷, 영상물 등을 포함한 미디어별 통합 홍보예산으로 재편
  - 팜플릿, 리플릿, 스티커 등 단순 시정홍보물 제작 지양
- 간행물심의 및 보급에 관한 조례 개정 : 2006.9월중

### 3. 전략적 시정광고를 위한 매체 수단 확대

주요시책 사업을 신문, 잡지 등의 기존의 언론매체 홍보와 뉴 미디어 매체를 혼용 활용하고, 방송 및 영화 등에 PPL기법을 도입하여 시정광고 효과를 높이고자 함

- 사업개요
  - 사업내용
    - TV, 신문, 라디오, 잡지, 영화관, 인터넷 등 다양한 매체를 활용한 시책사업 홍보
    - 공중파 방송사의 예능·교양프로그램과 영화 등에 주요시책과 이미지 홍보
  - 추진방향
    - 광고매체별 파급효과를 고려, 광고효과가 극대화되도록 배분
    - 공중파 방송 및 영화 등에 간접광고 기법(PPL) 도입 활용
  - 소요예산 : 1,182백만원
- 추진실적
  - 승용차요일제, 은평뉴타운, 복지시책 등 TV, 신문, 인터넷, 잡지 등에 광고 : 25회
  - 공중파 방송의 드라마, 교양프로그램 등의 일일연속극 등에 청계천 모습 등 방영 : 7회
- 향후계획
  - 매체 선택시 신문, 잡지 등 전통적인 홍보매체 중심에서 여론형성 영향력이 큰 뉴미디어 매체 적극 활용 및 미디어믹스(Media-Mix) 활용 확대
  - 영상위원회, 방송작가, PD 등에게 영상홍보물, 보도자료 등의 시정 홍보자료를 적기에 송부하여 간접광고효과의 효율성 제고

### 4. 서울시 홍보대사 운영

시민의 사랑을 받고 있는 사회저명인사 및 한류스타를 서울시 홍보대사로 위촉하여 서울의 이미지를 대내·외에 널리 홍보

- 사업내용

- 위촉인원
  - 18명(음악가 3, 방송인5, 프로골퍼1, 대중가수4, 연기자5)
- 위촉기간 : 민선3기 4년(위촉일부터~2006.6.30)
- 주요활동
  - 서울브랜드 「Hi Seoul」 및 시정의 주요사업 국내외 홍보활동
  - Hi Seoul Festival 등 주요 행사의 홍보요원으로 활용
  - 일반시민들의 시정에 대한 관심 제고 및 젊은층의 시정참여 확대
  - 서울시 광고 및 영상물, 인터넷 등 홍보매체의 모델로 활용
- 소요예산 : 46백만원

□ 추진실적

- 주요 시정캠페인 및 행사참여 - 3회 3명
- 서울시 홍보물 모델 출연 - 1회 1명
- 기타(행사사회, 홍보녹음 등) - 4회 5명
- 현재예산집행액 - 약 700만원

□ 향후계획

- 민선4기 서울시가 지향하는 새로운 시정목표와 시책홍보에 어울리는 민선4기 서울시 홍보대사 위촉 검토
- 각종 시책추진사업 및 행사시 적극 활용하여 시민들이 보다 쉽고 친근감 있게 시정을 이해하고 직접 동참할 수 있는 분위기 확산

## II 뉴미디어 활용 홍보 확대

### 1. 인터넷을 통한 쌍방향 시정홍보

市 홈페이지·인터넷신문·민간커뮤니티(블로그, 미니홈피) 등 인터넷을 활용한 쌍방향 시정홍보로 빠르고 손쉽게 시정정보를 얻을 수 있도록 하여 시민들의 이해와 참여를 높이고자 함

□ 사업개요

- 사업내용
  - 市 홈페이지(어린이홈페이지, 서울사랑 커뮤니티 등)를 통한 타깃별 맞춤홍보
  - 서울시 멀티미디어 통합 사이트 「Wow!서울」 운영을 통한 시정홍보

- 인터넷 신문 발행을 통한 홍보(시민기자운영, 포털사이트 시정기사 제공)
- 블로그(엠파스, 네이버, 다음), 미니홈피(싸이월드)를 활용한 시정홍보
- 소요예산 : 197백만원

□ 추진실적

- 어린이 홈페이지(904명/일), 서울사랑 커뮤니티(16,847명/일)
  - 전체커뮤니티 : 562개 / 전체회원 : 26,905명('06. 6월 현재)
- 인터넷신문 「하이서울뉴스」 발행 : 주 5회(총 733호-' 06.06기준)
  - 구독자 수 : 250,666명/일(구독자 중심의 콘텐츠 보강으로 연초 대비 70% 증가)
- 민간커뮤니티(블로그, 미니홈피) 개설 운영 : 5개 사이트
  - 주요시책 및 서울관련 생활□문화 정보 제공(서울숲, 청계천, 생활정보 등)
  - 13,853건(31건/일) 시정정보 제공 → 1,021,751명(1,500명/일) 방문

□ 향후계획

- 시민관심 콘텐츠 중심으로 「하이서울뉴스」 리뉴얼 및 시민참여 코너 확대
  - Hot! news, 시정기사 질의응답코너, 취재요청코너 신설운영
- Wow!서울」을 중심으로 멀티미디어 시정 콘텐츠 통합 운영강화
  - 다원화된 멀티미디어 자료제공을 「Wow서울」로 서비스 창구 단일화
  - 네티즌 참여확대를 위한 다양한 이벤트 기획(포토콘테스트 등) 추진
- 커뮤니티 활성화를 위한 사이트 리뉴얼 및 민간사이트 연계 추진
  - 민간 커뮤니티 내에 시정관련 커뮤니티 영역 개설운영

2. 고급 영상콘텐츠 제작□보급

서울시 주요시책과 시정을 영상컨텐츠로 제작하여 공중파 및 CATV·PDP 등 뉴미디어를 활용하여 홍보함으로써 시민과 함께하는 시정 구현에 기여

□ 사업개요

- 시정홍보 영상제작
  - 시정홍보 CF 제작 : 1편 (1분, 30초, 20초, 15초)
  - 주요시책영상물 제작 : 1편 (20분 내외)
  - 서울이미지영상물 제작 : 1편 (10분 내외)
  - 민선3기 영상백서 제작 : 1편 (20분 내외)
- 활용계획
  - 공중파, CATV방송(TV서울 포함)을 통한 송출
  - ‘WOW서울’을 활용 ‘해외교민방송(30개사)’ 등에 국내외 시정홍보
  - 서울 및 수도권 영화관 시정 광고
  - 서울시내 옥외 전광판 및 지하철 PDP 등 송출
  - 국제회의, 세미나, 서울시 관련 행사 및 기타 다중이용 장소에 방영

□ 추진실적

- 시정영상백서제작 : 1편(30분)
- 청계천 홍보영상제작 : 1편(8분)
- 기타 시정홍보 영상제작
  - KBC(광주방송) 명사대특강 홍보물 1편(2분)
  - KTX 이동방송용 영상광고 1편(60초)
  - 주요시책 홍보영상 보완제작 1편(14분)
- 시장동정 동영상 수시제작(서울시인터넷방송 등을 통한 서비스)

□ 향후계획

- 민선4기 시정광고 제작□광고 송출 : 1편(30초, 5분)
  - 민선4기 중점과제 중심의 상징적 이미지를 담은 시정광고 제작□송출
- 민선4기 시정주요과제 홍보영상제작 : 1편(20분 내외)
- 시장동정 동영상제작 뉴미디어 활용 서비스 : 수시제작(30초~2분)
  - 서울시장의 주요 동정을 제작, 서울시인터넷방송 등에 서비스

3. SCN(청내방송) 운영

청내방송을 통해 시청가족들의 동료의식 및 시정에 대한 공감대 형성으로 밝고 건강한 직장분위기를 조성하여 직원의 업무능력 향상에 기여

□ 사업개요

- 오디오방송 : 1일 90분 방송



- 아침방송(20분, 08:40~09:00) : ‘우리부서이런일이’, 음악, 영어회화
- 낮 방송(60분, 12:00~13:00) : 생생시사클릭, 시정동향, 음악 등
- 저녁방송(10분, 18:00~18:10) : 일과 마무리 및 음악방송
- 시청방송(SCN) 홈페이지 운영
  - 홈페이지 내 방송 프로그램 청취 가능
  - Fun Fun English e-test 실시(연6회) 및 CD 제작(연1회 / 500부 내외)
  - 청취자 만족도 전자설문(연1회)

□ 추진실적

- 청내방송 프로그램 개편
  - 점심방송 (금) 리포터 코너 <문화가 있는 쉼터> 신설
  - FunFunEnglish 프로그램콘텐츠추가 : “외국인 전화 응대법” 등
  - 아침방송 (금) 기획 코너 추가 : 도서□영화□동아리 탐방 등
  - 점심방송 코너 프로그램 진행자 교체
    - 생생 시사클릭(월), 세상 돋보기(수)→앵클조의 행복한 재테크
- 청내방송 운영 실적
  - 시청방송 총126일 운영(1일 3회 방송/6.30. 현재)
  - fun fun English e-test 2회 실시(6.30. 현재)

□ 향후계획

- 시정소식, 외국어강좌, 음악방송 등 다양한 프로그램 개발 운영
- 시청방송 청취 만족도 조사 실시(10월 예정)
- 수준 높은 외부출연자를 섭외하고 직원 참여 기회를 다양화

4. 전광판 및 지하철 영상시설 활용 시정홍보

주요 건물에 설치돼 있는 전광판과 유동인구가 많은 지하철 역사 내에 설치된 PDP, 스크린도어 등 뉴미디어를 활용하여 시민들에게 서울의 주요시정과 생활정보 등을 빠르고 정확하게 홍보

□ 사업개요

- 현 황
  - 전광판 : 총 54개소(31개 업체)
  - P D P : 총 180화면(46개 역사)

- metro : 31개 역사 120화면
- 도시철도공사 : 15개 역사 60화면
- 스크린도어 PDP : 총 32화면(8개 역사)
- 멀티비전 : 총 20화면(16개 역사)
- 프로젝터 : 총 80화면(28개 역사)
- LCD : 총1,900화면(세종문화회관 공연장 좌석부착 LCD)
- 주요 추진사항
  - 새로운 영상매체를 활용한 홍보수단의 다양화로 시정홍보 효과제고
  - 사업부서의 홍보 요청자료에 대한 적기 홍보
  - 전광판 및 PDP/LCD 등을 공익 홍보매체로 적극 활용
- 추진실적
  - 전광판심의위원회 개최 : 13회(월2회, 6.30 현재)
  - 승용차요일제, 서울숲, 청계천, 하이서울페스티벌, 에너지절약 등 전광판 표출 : 135건(6.30 현재)
- 향후계획
  - 전광판표출에 대한 실사모니터링을 실시(연2회)하여 업체의 공익 광고표출현황을 파악하고 이에 대한 지속적이며 적극적인 협조 요청
  - 지하철 역사 내 PDP 등 기타 뉴미디어 매체 표출 요청

### III 타깃별 기획홍보 추진

#### 1. 서울시 정기간행물을 통한 시정홍보

일반시민·어린이·소외계층 등 타깃별 기획홍보를 위해 정기간행물에 시민생활에 유익한 정보를 제공함과 동시에 독자 참여를 확대하여 시민의 시정참여를 높이고자 함

- 사업개요
  - 월간 『서울사랑』 발행 : 922백만원
    - 발행부수 : 월 80,000부 (컬러 국배판 52면)
    - 배부대상 : 전국 각급학교, 교육기관, 공공기관, 도서관, 개인구독자 등
  - 어린이신문 『내친구 서울』 (월간지) 발행 : 425백만원

- 발행부수 : 월 507천부 (타블로이드판, 전면칼라 8면)
- 배 부 처 : 561개 초등학교 및 20개 특수학교
- 점자 『서울사랑』 (월간지)발행 : 97백만원
  - 발행부수 : 월 3천부(점자도서 2천부, 녹음테이프 1천부)
  - 배 부 처 : 시각장애인 관련기관, 시각장애인 세대 등
- 『서울시보』 발행 : 76백만원
  - 발행부수 : 매주 목요일 180부
  - 배 부 처 : 본청, 구청, 교육청 등 외부기관

□ 추진실적

- 월간 『서울사랑』 : 6회 480천부 발행
- 어린이신문 『내친구 서울』 : 4회 2,028천부 발행
- 점자 『서울사랑』 : 6회 120천부 발행(녹음도서 6천부)

□ 향후계획

- 『서울사랑』 정기구독자 점차 확대 : 8만부→10만부
- 『서울사랑』 콘텐츠 다양화 : 52면→64면
- 어린이신문 『내친구서울』 배부대상 확대 : 초등학교 3~6 → 2~6학년
- 『서울사랑』 시민기자 모집□운영 : 250명 내외

2. 시청방문 시민대상 시정홍보

- 내·외국인들에게 시정을 이해할 수 있도록 서울홍보관 방문 활성화 유도
- 어린이와 청소년 방문자에게 자치시정을 배우고 애향심과 지역사회 발전에 대한 비전을 키우는 공간으로 활용
- 전시 시설물, 영상매체 설치·보완 등 홍보매체 다양화

□ 서울홍보관

- 사업내용
  - 서울홍보관 방문활성화, 환경개선 및 시정홍보사진 전시
- 소요예산 : 120백만원(서울홍보관 80,000천원, 사진전시 40,000천원)
- 추진실적
  - '98년 개관이래 총 1,083,302명 방문(2006년 22,193명 방문 -

6월말현재)

- 향후계획
  - 홍보관방문 활성화 유도 및 홍보매체 다양화

□ 열린마당

- 주요 사업내용
  - 열린마당 모니터(LCD,PDP)를 활용한 정보 전달
  - 서울시 관련 뉴스를 송출하여 양질의 정보제공 및 시정홍보
- 소요예산 : 74백만원
- 향후계획
  - 영상물의 내실화로 홍보효과 극대화

□ 하이서울 북스토어

- 사업내용
  - 서울시 및 산하단체 출판 모든 간행물 및 기념품 등 판매
- 소요예산 : 12백만원
- 추진실적(2006.1.1 ~ 5.31)
  - 총판매액 51,752천원(간행물 18,369천원, 기념품 33,383천원)
- 향후계획
  - “ 하이서울 ” 관련 상품을 브랜드화하여 우수 관광상품으로 개발, 판매

### 3. 민간협력을 통한 u-Communication 홍보강화

우리시 홍보 방식의 변화는 일방향 홍보에서 쌍방향 홍보로 현재 운영되고 있으나 앞으로는 시민의 능동적 참여를 이끌어 내는 참여형 u-Communication 홍보마케팅 전략을 지향

□ 사업개요

- 사업내용
  - 민간 웹사이트 활용 홍보 플랫폼 구축 및 Co-Marketing 진행
  - 시정홍보효과 향상을 위한 민간채널과 제휴된 공동캠페인, 이벤트 추진
  - 언제, 어디서나 시책 정보를 접할 수 있는 유·무선채널 활용 홍보
- 소요예산 : 300백만원

□ 추진실적

- 민간 포털사이트 제휴마케팅 □ 홍보플랫폼 구축
  - 파란닷컴, 다음넷과 청계천 복원기념 온라인 이벤트 진행(' 05.9~' 06.2)
  - 네이버닷컴과 청계천 천만명 방문기념 사진촬영대회 개최(' 05.11~' 05.12)
  - 파란닷컴과 하이서울페스티벌 온라인 이벤트 진행(' 06.4~' 06.5)
  - 파란닷컴 □ 네이버닷컴 □ 다음넷 □ 하이서울 □ 외 2개 홍보플랫폼 운영(' 05.9 ~ 현재)
  - 기타(비예산) : 홍보메일발송, 온라인/모바일게임 PPL광고, 청계천 컬러링서비스, YTN DMB 뉴스제공 등

□ 향후계획

- 시민참여 및 민간채널 활용 시민네트워크 구축
  - 「서울in블로그」
- 뉴미디어 채널 확보로 홍보마케팅 다각화
  - WiBro(무선인터넷), DMB, Mobile AD 등 홍보콘텐츠 및 시스템 구축
- 시정홍보를 위한 엔터테인먼트(Entertainment) 서비스 개발
  - 플래시게임, 모바일게임을 개발하여 '놀이' 와 '즐거움' 을 통한 Fun Marketing 홍보
- 오감(五感) 콘텐츠(Multimedia Contents) 개발
  - 뉴미디어용 플래시 CF를 제작하여 Story Marketing(감성 메시지) 전개

4. 시민참여 네트워크 「서울in 블로그」 운영

1인 미디어 블로그를 이용한 네티즌의 여론 형성 확대와 관련하여 인터넷 시정홍보 강화와 우호적인 시민 네트워크 형성을 위해 서울시민 블로그 시스템을 도입하고자 함

□ 추진개요

- 민간 포털사이트에 「서울in 블로그(가칭)」 서비스 개설추진(협의중)
- 시민(블로거, 시민기자)이 직접 시정관련 콘텐츠를 생산 □ 확산 유도
- 블로그를 활용한 인터넷 시정홍보 및 여론 수렴의 창구 활용

다수의 네티즌이 활동하는 포털사이트에 기존 시 주도의 기관블로그 운영 형태에서 시민들이 자발적인 참여를 유도하는 「서울시민 블로그」를 구축함으로써 접근성과 참여도를 높이는 『참여형 시정 네트워크』를 구현함

#### □ 추진경위

- 2004.04 네이버사이트 서울시 기관 블로그 개설
- 2004.06 엠파스사이트 서울시 기관 블로그 개설
- 2004.07 포털사이트 엠파스와 서울시 공무원 경진대회 (각 과별 57개 기관블로그, 서울시 공무원 556개 블로그 개설)
- 2005.11 다음사이트 서울시 기관 블로그 개설

#### □ 향후계획

- 민간 포털사이트와 제휴를 통하여 「서울in 블로그」 구축 추진
  - 포털사이트와 협력을 통해 2006년 하반기(9월~10월 예정) 구축 및 온라인 이벤트 추진
  - 모바일(MO서비스)과 WiBro(휴대인터넷) 연계하여 신속한 콘텐츠 업데이트 추진(유비쿼터스 시정홍보 환경 조성)
- 향후 내부 시스템에 「서울in 블로그」 구축 추진
  - 직원들의 적극적인 블로그 활용을 권장하고 시민블로그와 연계한 시정 네트워크 구현
- 소요예산 : 70백만원(추정-이벤트 포함)

## IV 서울 비전 해외홍보 강화

### 1. 해외언론 활용 서울 마케팅 추진

외국의 영향력 있는 언론매체 및 서울주재 외신기자 등을 대상으로 시정을 적극 홍보하여 「세계 일류도시, 서울」 이미지 확산

#### □ 사업개요

- 미디어 홍보, 인터뷰 및 기사게재
- 서울 주재 외신기자 등을 대상으로 시정(현장 Tour)설명회
- 해외 언론사 대상 Press Tour
- 해외언론 모니터링 등

□ 추진현황

- 외신인터뷰 : 주요시정 인터뷰 10회
  - 일본기자클럽 아시아취재단, 타임지, 니혼TV, 파이낸셜 타임즈 등
- 해외언론매체 기사게재 : 21회
  - TIME, 뉴욕Times, 뉴스위크, 워싱턴포스트지 등
  - ※ TIME Cover Story, 「Green Dreams」 게재(5.15)
  - 서울의 청계천 등 Green Project를 아시아의 Green Dreams로 소개
- 청계천 다큐(디스커버리 채널) 「Seoul Searching」 홍보
  - 디스커버리 채널, 아리랑 TV 등 총 5회 방영

□ 향후계획

- 민선4기 시정방향 외신기자설명회 개최 : 9월~10월
- 외신 프레스 투어 실시 : 하반기 2~3회 예정
- 외신기자 가이드북 제작
- 미디어접촉을 통한 주요외신 시정 인터뷰 추진

## 2. 외국어 홈페이지 운영

서울시 외국어홈페이지(영·중·일) 운영을 통하여 국내·외 거주 외국인에게 주요시정 및 서울관련 정보를 신속하게 제공함으로써 국제정보도시로서의 서울이미지 제고

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1~12월
- 운영개시 : 영어('96.7) 일어□중문간체('01.2)  
중문번체('05.2)
  - ※ 청계천 외국어홈페이지 별도 운영 : '02.10월~현재
  - ※ 다국어 뉴스사이트 : 불어('05.11월), 스페인어('05.11월)
- 홈페이지 주요메뉴 구성
  - 서울시청, 서울개황, 문화관광, 산업경제, 거주정보, 커뮤니티

### □ 추진현황

- 외국어홈페이지 서울관련 정보 업데이트 : 1,000건
- 서울Q&A등 게시판 및 관리자메일 등 외국인민원처리 : 100건
- 1.1.1.1.1.1. ○ 뉴스레터 발송 : 회원 5천명(월1회 발송)
- 1.1.1.1.1.1.2. ○ 국내외 외국어홈페이지와 상호정보교류 : 신규 구축 2건
- 1.1.1.1.1.1.3. (북경시, Seoul CVB)
  - 버스노선검색프로그램 데이터 번역 및 갱신 : 언어별 229건
  - 특집기획콘텐츠 'In Focus' 제공 : 월 1회

### □ 향후계획

- 해외 사이트 채널을 활용한 시정 홍보강화 : 북경시 등
- 해외 검색엔진에 검색어 등록 및 검색결과 상위랭킹 유지
- 다국어 뉴스 사이트 언어권 확대 : 아랍어
- 온라인 경품 이벤트 행사 : 청계천 복원 1주년 행사 등

## 3. 전략적□체계적 해외 마케팅 추진

선택과 집중의 원칙에 따라 해외 광고·홍보 매체를 전략적으로 조합하여 최적의 해외 마케팅 효과 거양



#### □ 사업개요

- 기 간 : 2006. 5. 5 ~ 2007. 5. 4
- 사업내용
  - 2006년도 서울시 마케팅 전략수립 및 크리에이티브 작성
  - 전략지역 선정 및 라이트 박스 이외의 광고 매체 개발
- 사 업 비 : 1,666백만원(홍보물제작 및 매체 집행 포함)
- 추진방법 : 종합마케팅대행사 선정 시행
  - 와이커뮤니케이션스, URI Global 컨소시엄('06.5월)

#### □ 추진실적

- 크리에이티브 제작완료
  - 인쇄물 : 서울시 브랜드 홍보용 포스터 2종 (Refresh안, @Seoul안)
  - 영상물 : 서울시 브랜드 홍보용 영상물(5분내외) 및 CF(30초)
- 매체집행 현황(6월말 현재) : 4개국 15개 매체
  - 유 럽 지 역 : 프랑크푸르트 공항 등 옥외 광고 4개, Newsweek 잡지광고 1개 등 총 5개 매체
  - 아시아지역 : 북경공항 등 5개 옥외 광고 및 3개 잡지광고
  - 국 내 : 인천공항, COEX 옥외 광고

#### □ 향후계획

- 해외 방송□옥외매체 집행 : 7~8월
  - 방송매체 : National Geographic Channel(유럽), STAR TV(아시아)
  - 옥외광고 : 상해 푸동공항, 마카오 국제 공항
- 지역□매체별 광고 효과, 경쟁도시 마케팅 활동 분석
- 2007년도 서울시 종합마케팅 전략 수립

#### 4. 타깃별 맞춤형 해외 마케팅 추진

단순한 Mass Marketing에서 벗어나 지역별□특성별 세분화된 마케팅 타깃을 설정하고 차별화된 전략적 Communication 추진으로 마케팅 효과 극대화

#### □ 사업개요

- 지역별□특성별 마케팅 타깃 발굴, 세분화된 마케팅 전략 수립
- 타깃별 콘텐츠 차별화를 통해 수요 반응적인 홍보 추진
- 유관기관, 단체 등의 해외 네트워크 활용 협력(Co-Marketing)

## □ 추진실적

- 재외동포단체 행사를 활용한 서울 홍보(홍보물 배포 등)
  - 세계한인회장대회 : 재외동포재단, '06.6.6~9, 50개국 300여명
  - 재외동포기자대회 : 재외동포언론인협회, '06.5.29, 동포기자 100여명
  - 재미한인교육학술대회 : 재미한인학교협의회, '06.7.22, 1천개 한인학교
- 재외동포단체 홍보매체 활용 서울 홍보
  - 매체명 : '한민족네트워크' 6월호(격월간, 3천부 발행 및 웹진)
  - 홍보내용 : 'Hi Seoul 소식란' 개설, '서울숲' 등 시정기사 게재

## □ 추진계획

- 마케팅 타겟 세분화
  - 한국방문 및 거주 외국인 : 관광객, 컨벤션 참가자, 유학생, 상주 외국인
  - 해외 한인(한인회, 한글학교, 동포언론, 해외지사, 유학생), 한류영향권 등
- 타겟별 마케팅 수요조사 및 타겟 마케팅 전략 수립
  - 해외 설문조사, 타겟별 FGD, 해외 전문가 FGD 등 실시
  - 마케팅 수요조사를 바탕으로 타겟 마케팅 Communication 전략 수립
- 맞춤형 홍보콘텐츠 제공
  - 해외 한인 : 역사□문화□명소정보 / 거주 외국인 : 생활정보, 참여이벤트, 축제정보, 서울방문객 : 음식□숙박□관광정보 / 국제민간단체 : 여성□교육□자원봉사 등
- 틈새시장을 활용한 게릴라 마케팅 추진
  - 타겟별 특화된 소규모이벤트 등 게릴라 홍보, 홈페이지, 뉴스레터, 웹진 등 활용
  - 재외동포재단, 각종 해외활동기관, 민간단체 등과 Co-Marketing 추진

## 5. 베니스 국제건축 비엔날레 참가계획(변경)

청계천 복원사업 및 청계천 주변지역의 발전과 미래상을 국제적으로 홍보하기 위하여 베니스 비엔날레에 참가하고자 하였으나, 여건 변화로 사업계획 변경 필요

□ 국제건축 비엔날레 참가계획

- 전시기간 : 2006. 9 ~ 11월
- 장 소 : 이탈리아 베니스 자르티니 공원
- 전시내용 : 청계천의 복원된 모습 및 주변지역의 발전과 미래상
- 예산편성 : 400백만원
- ※ 2004년 참가하여 최우수시행자상 수상

□ 추진경과 및 문제점

- 2006.1.22~2.5 : 베니스 사무국 총디렉터(Rinio 교수) 협의
- 2006. 3. 22 : 베니스 사무국 최종의견 접수
  - 베니스 비엔날레 사무국의 예산 및 시간 부족 등으로 우리시를 참가 대상 도시로 선정하기 어렵다고 통보
- 베니스 비엔날레 측의 기획과 초청형식으로 이루어짐으로 우리시 독자적인 사업추진 곤란

□ 조치계획 : 이번 베니스 건축 비엔날레는 종전과 달리 주최측에서 기획□ 전시 구성하는 방식으로 추진함에 따라 우리시 의견반영이 곤란하므로 사업변경하여 예산집행의 효율성 제고

□ 사업변경 - 동일 목적 사업추진(청계천 홍보)

- ① IWA(세계물협회) 총회 및 전시회 참가 : 50백만원
  - 기간 및 장소 : 2006. 9.10~15(6일간), 중국 북경
  - 참가내용 : 청계천복원 사례발표 및 청계천 관련 홍보부스 운영
- ② 청계천 복원 1주년 기념행사 : 350백만원
  - 청계천 복원 1주년('06.10.1)을 기념하기 위한 행사 추진

6. 한글명칭 외국어 표준화

각종 안내표지판 및 홍보물, 웹 사이트에 사용되는 한글명칭의 영어·중국어를 표준화하고, 전문적인 외국어 표기 웹사이트 운영을 통한 국제도시로서의 서울시 이미지 제고

□ 사업개요

- 『영문표기사전』 웹 서비스(englishname.seoul.go.kr) 실시
  - 운영개시 : 2002. 4월 ~ 현재
  - DB구축 건수 : 10개분야 58개항목 38,888건

- 『중문표기사전』 웹 서비스(chinesename.seoul.go.kr) 구축 추진
  - 운영개시 : 2006. 12월(예정)
  - 진행내용 : 웹사이트 구축 완료, DB 입력 진행(2,000여건)

□ 추진실적

- 『영문표기사전』 웹 서비스 운영
  - 방문자수 : 164,665명(' 06.1~5월)
  - DB 등록 및 갱신 건수 : 160건(' 06.1~5월)
- 『중문표기사전』 웹 서비스 운영 및 중국어 표기
  - 중국어 표기관련 사안별 표기정립 : 약 500여건
  - 데이터 수집 및 번역건수 : 2,200여건

□ 향후추진계획

- 영문표기관련 이벤트 실시로 영문표기사전 운영 및 홍보 확대
- 중문표기사전 DB(10,000건) 구축 후 웹사이트 서비스 실시
  - 2006. 12월내 개설 완료

## 7. 서울 중문 신표기 ‘ 서우얼(首爾)’ 홍보

서울의 중국어표기가 한청(漢城)에서 “서우얼(首尔)”로 변경 발표됨에 따라 국내외 首尔사용 조기정착 및 首尔 브랜드 이미지 제고 추진

□ 사업개요

- 추진사유
  - 중국에서 서울을 옛 지명인 한청(漢城)으로 호칭하여 많은 혼란이 발생된바 국제적인 관례상 원음과 가깝고 ‘ 앞서가는 도시’ 라는 뜻의 서우얼(首爾)로 개명키로 함.
- 추진경위
  - 서울 중문표기 漢城에서 首爾로 변경 발표 : ‘ 05.1.19
  - 대만 首爾 공식사용 서울시 통보 : ‘ 05.4.22
  - 중국 首爾 공식사용 주중한국대사관 통보 : ‘ 05.10.21

□ 추진실적

- 야후차이나와 연계한 首爾홍보 경품이벤트 개최(' 05.4)

- 중국문화원 “ 首爾중국문화원 ” 현판제막식 개최(‘ 05.12)
- 首爾 표기 오류 및 올바른 사용 권고 : 정부기관 및 민간단체
- 서울시 11개 중문판 홈페이지 : 首爾 홍보문 및 배너 제작□노출
- 국내외 각종 매체를 활용한 홍보 : 인터넷, 방송, 옥외매체 등

□ 향후추진계획

- 중국현지 首爾표기 여론조사 및 모니터링 실시 : ‘ 06.6월~10월
- 매체를 활용한 홍보 :
  - 인터넷 : 온라인 네트워크 구축 및 검색포탈사이트 首爾 홍보
  - 신 문 : 한국에서 발간되는 중문판 신문(한중일보 등)
  - 인쇄물 : 서울시 및 유관기관 중국어판 홍보물 활용 등
- 중국정부 정식수용발표 1주년기념 경품이벤트 실시 : 10월

**V 서울브랜드 공동 마케팅**

1. 서울 브랜드 관리

서울의 도시 브랜드 가치를 높이고, 서울의 매력을 국내외에 효과적으로 홍보·마케팅하기 위하여 2002년에 개발한 Hi Seoul 슬로건 브랜드를 체계적으로 관리

□ 사업개요

- 사업범위
  - 도시브랜드 구성요소 중 Hi Seoul 브랜드의 인지도□개성□품질 등 무형자산 지수관리를 통한 서울의 자산가치 향상
- 추진방법
  - 시와 민간의 다양한 행사에 후원활동 등을 통한 브랜드의 적극 사용
  - 브랜드 활용 기념품 개발을 통한 인지도 및 선호도 향상
  - 산학 협력을 통한 공동마케팅 및 도시브랜드 육성방안 발굴 및 진단

□ 추진실적

- Hi Seoul 브랜드 인지도 확산 : Hi Seoul Festival(제4회)
- Hi Seoul 브랜드 상품개발 및 공동마케팅 추진
  - 중소기업 : '05년 30개사 500억원 매출, '06년 38개사 800억원 목표
  - 기타 : 로고 및 심벌 등을 통한 자산관리
    - 청계천브랜드 상품개발 및 판매(14개 업체 21개 품목)
    - 캐릭터 「왕범이」 리뉴얼 활용('06.6) : 월드컵 응원, 탈인형 제작
- 도시브랜드 모델개발 및 관리 용역실시
  - 서강대 영상대학원 커뮤니케이션 전략센터('05.10.~ '06.2월)
  - ※ 산업정책연구원의 서울브랜드 가치 평가
  - '05년도 광역자치단체 부문(1위), 지역공동브랜드 부문(1위)

□ 향후계획

- 후원을 통한 브랜드 적극 활용 및 산학협력 공동마케팅 지속 추진

## 2. 서울연고 프로 스포츠구단 Co-Marketing

서울연고 스포츠 공동마케팅을 통해 서울사랑 정신을 확산하고 상호 홍보 매체를 공동이용 함으로써 스포츠붐 조성과 서울브랜드 홍보·마케팅

□ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1~12월
- 사업내용
  - 길거리농구대회 개최
    - 참가규모 : 총 120개팀(중,고등학생 각 60개팀)
  - 플레이오프 진출 이벤트 및 직원 응원행사 등
  - 개막전 홍보(대형 현수막설치) 및 시구행사
  - 중·고교 농구골대 교체사업 : 삼성썬더스와 50:50 비용부담

□ 추진실적

- 프로농구 챔피언결정전 시장님 시구
  - 일시 : '06.4.23, 경기 : 삼성썬더스 vs 울산모비스
- 야구·농구장을 통한 서울브랜드 홍보
  - 선수유니폼, 전광판, 경기장 웬스, 입장권, 팬북 등

- 잠실야구장 전광판을 통한 서울이미지 홍보
  - 하이서울영상물(CF),서울영상물 비넛 방영

□ 향후계획

- Hi Seoul 3on3 길거리농구대회 개최
  - ' 06.8.7 ~ 8.8(잠실실내체육관), 서울시내 중고등학생 120개팀
- 프로농구 시즌 개막전 및 시구(' 06.10)
- 서울시내 중, 고교 노후 농구골대 교체사업 추진

### 3. X-Game Jam 개최

신세대 신종 스포츠인 X-Game을 통해 젊고 활력있는 서울의 이미지를 국내·외에 홍보하고자 X-Game Jam 공동개최

□ 대회개요

- 대회기간 : 2006. 9.23(토)~9.24(일)
- 개최장소 : 여의도 공원(문화의 마당)
- 주요종목 : 3개 종목 5개 부분
  - ※ 인공암벽, 인라인스케이트, 묘기자전거, 오토바이, 스케이트 보드
- 참가규모 : 약 20,000여명 참여(예상)
- 주 최 : 서울시, ESPN Star Sports 공동

□ 추진방법 - 공동주최기관 역할 분담

【 ESPN 사 】

- 대회 참가국별 선수단, 기자단 안내 및 대회진행 총괄
- 서울거리□명소 Beauty Shot을 ESPN 방송망을 통한 전 세계

방영

【 서울 시 】

- 대회장소 무료 대관 및 서울거리□명소 Beauty Shot 제작
- 선수단 교통편의 제공, 응급구조대기, 청소인력 협조 등
- 서울시 보유 각종 홍보매체를 통한 대회 안내, 홍보 활동 전개

□ 향후 계획

- 대회장소 확정 및 시설배치 협의 : 여의도공원관리사업소
- 서울명소 Beauty Shot 제작
- 각종 홍보매체를 통한 대회 홍보실시

#### 4. 한류 마케팅을 통한 서울 홍보

동남아 국가를 중심으로 확산되고 있는 한류열풍을 이용한 서울 마케팅을 통해 국제도시 서울의 이미지 및 Hi-Seoul 브랜드 인지도 제고

##### □ 추진계획

- 추진기간 : 2006. 1 ~ 12월
- 사업내용
  - 하이서울 페스티벌 등 한류스타 참가 행사 활용 서울마케팅
  - 한류스타 참가 행사시 팬미팅, 팬사인회, 기념품 제공 등 행사지원
  - 서울이미지 사진전 개최 등 해외 한류영화제 적극 후원
- 사업비 : 120백만원

##### □ 추진실적

- 노르웨이 오슬로 한국영화제 후원(2006. 1.27 ~ 2.5)
  - 한류영화제 부대행사로 서울이미지 사진전 개최
- 한류마케팅자문회의 개최(2006. 4.17)
- 프랑크푸르트 한국영화제 후원(2006. 6. 3 ~ 6.10)
  - 한류영화제 부대행사로 서울이미지 사진전 개최

##### □ 향후계획

- 한류스타 참가 행사시 홍보물 제공
- 서울시, 여행사, 관광공사 등과 공동마케팅 지속 추진

#### 5. 서울거주 외국인 지원 마케팅

외국인이 생활하기 편한 도시로서의 서울의 긍정적 이미지를 확산하고 서울시민으로서의 연대감 고취



□ 사업개요

〈서울이야기 수필 공모전〉

- 공모대상 : 내국인□외국인(한글, 영어, 일어, 중국어)
- 사업내용 : 시상 및 작품집 발간
- 작품접수 : 2006. 8. 1~8. 31(11월 시상)
- 시상내역 : 총 27명(최우수2, 우수3, 특선7, 입선15)

〈영문잡지 SEOUL 발행〉

- 제 호 : 「SEOUL」(월간지, 매월 25일)
- 발행부수 : 월 15,000부(76면)
- 주요내용 : 서울에서 잘 사는 법, 문화계□시정 뉴스, 서울 명소 소개
- 발행방법 : 우리시와 민간업체간 공동발간-(주)서울셀렉션
- 주요독자 : 주한외국인, 각국대사관, 외국인 단체, 호텔 등

〈외국인 참여행사 지원〉

- 지원대상 : 서울거주 외국인 참여 행사 활용 마케팅
- 지원규모 : 년 10백만원(총5회, 1회 2백만원)

□ 소요예산 : 141백만원

- SEOUL :96,500천원, 서울이야기 35,000천원, 외국인참여행사 10,000천원

□ 추진실적

- 수필 공모 : 6.20 계획 수립, 공고 및 홍보
- SEOUL발행 : 1~7월호(Hi Seoul Festival ,서울국제금융센터 기공식, 서울숲 등 시정 소개)
- 외국인 참여행사 지원 : 지원단체 자료 수집 중

□ 향후계획

- 「서울이야기」모음집 발간(한글□외국어 각 1,000부) : ' 06.12월

6. e-Sports 활용 서울시 홍보 □마케팅

21세기 디지털 콘텐츠의 중심인 e-Sports를 활용하여 세계 최고의 Digital 중심도시 서울 이미지 홍보와 함께 게임산업 진흥에 기여

## □ 사업개요

- 게임 페스티벌
  - 일 시 : 2006.10월중
  - 장 소 : 서울광장
  - 게임종목 : 스타크레프트, 도시시뮬레이션 게임 등
  - 추진방법 : 디지털 대학교, MBC게임, 기획사 등과 공동개최
- 게임음악회
  - 일 시 : ' 06.11월중
  - 장 소 : 서울광장
  - 행사내용 : 게임에 사용되는 음악을 청소년과 함께하는 행사
  - 추진방법 : 게임음악회 주관사인 디지털 타임즈와 공동개최

## □ 추진방법

- 게임분야 국제수준의 대회 개최로 참가선수, 기자단 등을 통한 서울시 홍보마케팅
- 대회장 홍보 영상물 방영 및 홍보부스 운영

## □ 향후계획

- 행사관련 협의 및 계획 수립
- 우리시 홍보매체를 통한 행사 홍보 및 대회를 통한 홍보방안 수립

## 7. 문화이벤트를 통한 서울 브랜드 홍보

젊은층에서 인기있는 B-Boy 댄스, 서울뮤직 페스티벌 등 문화 이벤트를 통하여 문화도시로서의 서울이미지를 청소년층 대상 티켓 홍보

## □ 추진실적

- 행사명 : 세계 B-Boy 댄스 경연대회
- 기간 : 2006. 2.10~2.11
- 장소 : 올림픽공원 역도경기장
- 주최 : BOF, Communication ON
- 후원 : 서울특별시

- 지원내용 : 후원명칭사용, 서울시 보유매체 활용 대회 홍보 등
- 개최결과
  - 규모 : 선수단 7개국 80여명, 보도진 30여명, 관람객 5천여명
  - ※ 참가국 : 한국, 미국, 프랑스, 독일, 일본, 중국, 대만
  - 케이블 TV(M-Net) 및 인터넷(네이버)을 통한 대회 방송
  - 세계적인 선수들의 경기를 국내 관람객 뿐 만아니라 외국인에게 많은 인기를 거두었으며, 대회장내 Hi-Seoul 표출로 서울시 홍보

□ 향후 계획

- 행사명 : 2006 서울뮤직 페스티벌
- 기간 : 2006. 9월 15 ~ 10.15(1개월간) - 예정
- 장소 : 상암 임시주차장(예정)
- 주최 : (주)제이에치미디어
- 내용 : 국내 최고의 가수들이 1일 릴레이 콘서트 진행
- 지원내용 : 후원명칭 사용, 홍보 협조

8. 2006 월드컵 길거리 응원전을 활용한 홍보□마케팅

2005 독일 월드컵 출전 한국 대표팀의 선전을 기원하기 위하여 국내·외에서 전개되는 길거리 응원전을 통하여 서울을 전략적으로 홍보·마케팅하고자 함

□ 사업개요

- 일시 : 2006. 5월 ~ 7월(평가전, 본선경기 포함)
- 장소 : 서울광장, 청계천일원, 독일, 베트남 등
- 내용
  - 국내응원전 : 시청본관 응원 이미지 전면 레핑, 길거리 응원전 대형 LED 서울시 홍보영상 방영 등
  - 해외응원전 : 서울시 홍보부스 설치, 서울시 사진전 개최, 대형 LED 및 PDP 설치 서울시 홍보영상 상영

## □ 추진실적

- 시청본관 응원 이미지 래핑 실시
  - 기 간 : 2006. 6. 4 ~6. 30(우리나라팀 경기 종료시까지)
  - 장 소 : 시청본관 전면
  - 내 용 : 서울시 캐릭터(왕범이)와 축구국가대표(박지성, 이영표)의 응원 이미지
- 해외(독일, 베트남) 서울시 홍보부스 및 사진전 실시
  - 기 간 : 베트남 ' 06. 6. 8, 독일 ' 06. 6.13/18/23
  - 장 소 : 베트남(호치민시), 독일(프랑크푸르트)
  - 내 용
    - 서울시 홍보부스 : 홍보물 및 기념품 배부, PDP 활용 홍보 영상물 상영 등
    - 사진전(독일) : 서울을 5개 테마로 구성하여 3일간 전시

## 9. 『' 06 대한민국문화원정대』 국토순례 행사지원

산악인 박영석대장과 대학생이 함께하는 『2006 대한민국 문화원정대』 행사를 지원, Hi Seoul 브랜드와 서울이미지를 홍보하고자 함

## □ 행사개요

- 기 간 : 2006. 6.25(일)~7.21(금) (26박 27일)
- 참가인원 : 국내외 대학생 128명 (남 64, 여 64)
- 주 최 : (주)엔씨소프트
- 주 관 : 세계탐험협회 (대표 : 산악인 박영석)
- 후 원 : 서울시, 문화관광부, 한국게임산업개발원, 정보통신윤리위원회
- 행사구간 : 서해안 순례, 목포 → 서울(총 680 KM)
  - 목포출발(6.27)→영광→군산→서산→인천→부천→서울
  - ※ SBS TV에서 동행취재 및 다큐멘터리로 제작□방영

## □ 추진실적

- 문화원정대 발대식 개최
  - 일 시 : '06. 6.26(월) 10:00 ~ 11:00 (장소 : 서울광장)
- 도보원정대 지원용품 제작 (침낭, 타올, 매트리스, 우비 등)

□ **향후계획**

- Hi-Seoul 브랜드 홍보
  - Hi-Seoul기 원정대 동반, 원정대 자켓 상단과 텐트 등 로고부착□홍보
- 해단식(완주식) 실시 : ' 06. 7.21. 서울광장

**VI 컨벤션(국제회의)산업 지원□육성**

1. (사)서울컨벤션뷰로 기능 활성화

컨벤션의 체계적인 서울 유치 원스톱 지원 서비스 제고를 위해 서울 컨벤션 전담조직인 서울컨벤션뷰로의 사업 및 운영 활성화 추진

□ (사)서울컨벤션뷰로 현황

- 사무국 : 사무국장, 직원 등 5명(강남구 삼성동 무역센터 빌딩 2205호)
- 회원사 : 코엑스, 호텔, 협회, 기관 등 42개사
- 주요사업
  - 컨벤션 서울 유치□개최 지원 및 해외 마케팅 활동
  - 컨벤션 관련 데이터베이스 구축, 인터넷 포탈 구축 사업
  - 컨벤션 자원봉사자 운영 등 인력개발

□ 추진실적

- 서울 컨벤션산업 종합 육성계획(2006~2010) 수립(' 06.1)
- 『서울컨벤션뷰로』 업무위탁 협약 체결(' 06.3)
  - 위탁 기간 : 2006. 3 ~ 2006. 12
  - 위탁사업비 : 3억원
- 『서울컨벤션뷰로』 위탁사업비 지급(' 06.4) : 1억 5천만원

□ 향후계획

- 국제회의도시 지정에 따른 국비지원(관광진흥개발기금) : 1억원

- 뷰로사무국 전문인력 확보, 유관기관(한국관광공사 및 KOTRA) 및 국제기구(UIA, ICCA)와 교류 확대

## 2. 컨벤션 유치개최 지원

서울 컨벤션뷰로를 통하여 학회·단체·기관 등의 국제회의 서울 유치 및 개최를 지원하여 서울 브랜드 홍보 및 지역경제 활성화

### □ 사업개요

- 컨벤션 서울 개최 목표
  - 2010년 150건 개최로 세계 5위권 도약 (UIA 기준)
- 특성화된 컨벤션 유치 중점 지원
  - 서울시 전략산업 : 애니메이션, 게임, IT, 금융, 패션 등
  - 유력 국제기구 및 박람회 등을 활용한 해외 유치 마케팅 활성화

### □ 추진실적

- 유치 및 개최 지원실적

구 분	2005년	2006년		
		계	1~6월	6월~12월
계	103	110	27	83
유치지원	47	50	12	38
개최지원	56	60	15	45

- 유치 및 개최 지원내용
  - 개최지 안내 및 홍보물 지원 : 서울 안내, 관광 및 문화행사정보 등
  - 지원금 지원 : 유치지원금 최대 500만원, 개최지원금 최대 200만원
  - 서울시 행정지원 : 시장 유치지지 서한, Hi! Seoul 로고 사용
  - 인력지원 : 컨벤션 전문 자원봉사자 지원

### □ 향후계획

- 컨벤션 외국인 참가자를 대상으로 한 홍보마케팅 강화
  - 서울안내 및 문화행사 정보 지원 등
- 컨벤션 참가자의 관광 촉진을 위한 서비스 확충
  - 컨벤션 참가자를 위한 카드 개발 검토

### 3. 컨벤션 산학연 협력사업 추진

21세기 지식형 고부가가치 산업인 컨벤션산업의 활성화를 위해 컨벤션 관련 산학연 협력체계를 구축하여, 서울을 아시아 컨벤션 허브로 육성

#### □ 사업개요

- 추진내용(5개사업 중기계획)
  - 서울 컨벤션 지식기반사업 추진 : ① 컨벤션 e-potal system 구축, ② 전시 컨벤션 상품 개발
  - 컨벤션 경쟁력 체계 구축 : ③ 컨벤션산업의 경쟁력 평가모형 개발
  - 컨벤션 인큐베이팅 시스템 구축 : ④ 컨벤션 인프라 구축 및 Global Talent 양성, ⑤ 컨벤션 연계 관광프로그램 개발
- 추진체계 : 경희대 주관 17개 기관□단체
  - 협력기관(경기대 등 10개), 지원기관(SCVB 등 3개), 참여기업(COEX 등 4개), 대행기관(시정개발연구원부설 산학연지원센터)
- 지원내용 : 5년간(2005~2009) 20억원 지원

#### □ 추진실적

- 서울시 컨벤션 산학연 협력사업 선정 및 추진(' 05.10~)
- 서울형 미래 도시산업 육성 지원사업 사업계획 수립(' 06.1)
- 산학연 협력사업 시정활용을 위한 간담회(' 06.6.20)
- 미래 컨벤션 도시 육성사업단 세미나 개최(' 06.6.30)
  - 유관기관 참석 사업경과 보고 및 향후 방안 논의

#### □ 향후계획

- 세미나 결과 반영 분야별 사업 추진

## VII 시민과 함께하는 열린시정

### 1. 시정 여론조사

주요 시책사업에 대한 시민들의 다양한 의견을 수렴하여 시정에 반영함으로써 시민과 함께하는 시정 구현

#### □ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1 ~ 12월
- 사업내용 : 주요시정현안에 대한 신속한 시민의견수렴 및 시책반영
- 추진계획 : 정책조사 자문단 선정주제 및 긴급주제 등 총 28건 내외
- 추진방법 : ‘정책조사 자문단’을 활성화하여 주요 시정이슈를 개발 및 시기적절한 전략적 조사를 수행
- 조사방법 : 면접, 전화, ARS, 인터넷, 심층집단좌담회(FGD)등
- 소요예산 : 171백만원

#### □ 추진실적

- 면접□전화조사 실시(도시공원 확충에 대한 여론조사 등) 8건
- 인터넷□ARS조사 실시(대중교통 통합CI 선호도 조사 등) 2건
- 심층집단좌담회(FGD) 실시 (서울숲 활성화 방안 좌담회 등) 2건

#### □ 향후계획

- 면접, 전화, 인터넷, ARS, FGD 등 조사 실시 16건 내외
- 시민여론모음집 「서울사람, 서울생각」 발간 및 배포(1,000부)



## 2. 국내외 시정 모니터 운영 활성화

국내외의 다양한 채널을 통하여 시민들이 직접 생활현장에서 느끼는 불편사항과 시정관련 아이디어 등을 수렴·반영함으로써, 시민들의 주인의식 함양 및 시민과 함께 하는 시정 구현

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1 ~ 12월
- 사업내용 : 주요시정현안에 대한 모니터 의견수렴
- 구 성 : 시정, 디카, 해외, 현장 등 4개 모니터 총 1,000명
  - 시정모니터 : 시정 관련 자유의견 및 지정과제 의견 수렴 (800명)
  - 디카모니터 : 시민불편사항 등 디지털 카메라를 이용, 의견 제출 (100명)
  - 해외모니터 : 서울거주 경험있는 외국인 또는 현지 교민 등을 대상으로 선진도시 우수사례 벤치 마킹(50명)
  - 현장모니터 : 시정관련 주요 현장 모니터링 (50명)
- 운영방법 : 인터넷 홈페이지 운영□의견접수 후, 주관부서에 통보하여 시정조치 및 결과 통보
- 운영활성화 : 월 1만원상당 상품권 및 우수의견 연말표창 등
- 소요예산 : 137백만원

### □ 추진실적

- 시정모니터, 디카모니터
  - 시정모니터 2,262건 접수□처리, 디카모니터 700건 접수□처리
- 해외모니터, 현장모니터
  - 해외모니터 70건 접수□처리, 현장모니터 49건 접수□처리

### □ 향후계획

- 시정, 디카, 해외, 현장모니터 의견 접수 및 처리

## 1. 청계천 복원 1주년 축제 추진

서울의 새로운 명소로 자리잡은 청계천의 복원 1주년 기념축제를 통해 서울과 청계천의 장소마케팅을 추진

### □ 행사구상(안)

- 일 시 : 2006. 10. 1 전후
- 장 소 : 청계광장 및 청계천 일대
- 메인행사 : 간단한 기념식, 축하공연, 불꽃놀이 등
- 부대행사 : 시민걷기대회, 청계천사진전, 거리에술공연, 청계천 민속놀이 등
  - 새로운 예산을 투입하는 방식보다 기존 사업의 개최 시기와 장소를 조정하는 방안으로 추진하여 예산 투입 최소화

### □ 추진계획

- 시민□전문가 의견수렴 : 전문가 FGD, 시민설문조사, 청사랑토론회 등
- 유관부서 협의 : 시설관리공단, 문화재단, 서울역사박물관 등
- 행사 추진계획 수립 및 시행(2006.8월)

#### < 2005 청계천 축제 개요 >

기간 : 2005.10. 1~10. 3 (3일간)  
장 소 : 청계광장, 서울광장 및 청계천변 일대  
슬 로 건 : 열린청계 푸른미래  
축제의 구성 : 23개 행사 (시 주관 18, 민간참여 5)  
○ 메 인 행 사 : 청계천 새물맞이(10.1) 등 3개 행사  
○ 문 화 행 사 : 청계천 새물맞이 콘서트 등 8개 행사  
○ 전 시 행 사 : ' 2005 청계천을 거닐다' 전시회 등 3개 행사  
○ 기 타 행 사 : 청계천~한강마라톤대회 등 4개행사  
○ 민간참여행사 : 꽃예술장식 등 5개 행사  
시민참여 : 약 170만명

## 2. 청계천 종합 마케팅전략 추진

서울의 역사·문화·환경의 복원으로 국내는 물론 세계인의 관심을 불러일으킨 청계천이 지속적으로 관광명소로 자리매김 하는 등 서울의 브랜드 가치 향상을 위한 종합 마케팅전략 추진

### □ 추진방향

- 도시패러다임의 대변혁과 연계한 해외 홍보 마케팅 전개
- 세계가 주목한 ‘신한류의 탄생’ 계기 브랜드 가치증대
- 이벤트성을 지양하고 일상적인 문화, 환경 재생프로젝트 지속 개발

### □ 추진전략

- 외국언론 및 교민 등을 주요 타겟으로 해외홍보 주력
- 시장세분화를 통한 민간과 Co-Marketing으로 효율성 제고
- 마케팅 전문가 집단의 자문을 통한 실효성 확보
- 브랜드 전략수립을 위한 학술연구용역 결과의 반영

### □ 추진방법

- 외래관광객 대상 마케팅 전략
  - 연고시장(Affinity Market) 등 활용 타겟 마케팅
    - 해외거주 교포 : 한국인교회, 한인신문 및 관련 간행물, 한인회 관련 웹사이트, 한인학교 등 교육기관 활용(고향에 대한 향수 자극)
  - 컨벤션 참석자 : SCVB, 호텔, 컨벤션 전문지 등 활용(매력 포인트 개발)
    - 학술 또는 행정 목적의 방문자 : 관련세미나, Business School Case Study 활용(인프라 및 생태계 벤치마킹)
    - 일반관광객 (호기심 유발 등)
      - 인지도 향상을 위해 중국어권 홍보 마케팅 강화 : 한류 및 首爾 마케팅 연계
        - 한류 활용(특히, 중일어권 대상), 여행사 및 인터넷 사이트 활용, Lovely Planet 등 유력 관광잡지 정보 제공
- 주요 Anchor Point 대상 국내·외 홍보
  - 인천국제공항(라이트박스, 홍보물 비치 등) 및 기내지(광고, 홍보영상

등) 활용

- 해외 라이트박스 등 기타매체 활용
  - 해외 : 3개국(중국, 일본, 독일) 8개도시
    - ※ 북경, 상해, 홍콩, 마카오, 간사이, 프랑크푸르트, 뮌헨, 베를린
  - 국내 : 공항(인천, 김포, 김해, 제주), KTX(부산, 동대구, 광주, 대전 등), COEX
  - 도심 광고시 다양한 매체 적극 활용

○ 방송매체를 통한 해외 홍보 □ 마케팅

- Discovery사의 청계천 다큐 방송 DVD제작 활용
  - 2006. 4월 1,000부 제작, 국외 공무여행시 등 배포
- National Geographic 채널을 통한 유럽 전역 해외홍보
  - 서울이미지(청계천) CF 광고방영 : ' 06. 7 ~ 9(3개월) 총 240회
- STAR Sports 채널을 통한 아시아 전역 해외홍보
  - 서울이미지(청계천) CF 광고방영 : ' 06.10 ~ 12(3개월) 총 200회

○ 국내 각종 언론기관 등을 통한 마케팅 지속 추진

- 청계천 생태변화, 방문객 추이 등 보도자료 수시 제공
- 청계천 이용 영화제작, 사진촬영, 문화행사 등 적극 지원
- 시 홈페이지, 인터넷, 월간 '서울사랑', 교통방송 등 활용

○ 청계천 기념품 개발 및 판매 활동 지속 전개

- 기념품 확대 : 홍대 디자인 반영 제작 및 캐릭터 기념품 개발
- 판매점 확충 : 3곳 → 10곳(주변식당, 편의점 카페 등 연차 확대)

※ 청계천 관련 추진사업 총괄 관리(2006년도 15개 부서 39건 등)

- 시장조사, 브랜드개발, 관광 인프라 구축, 축제이벤트 및 국내외 홍보 등

□ 추진일정

- 2006. 3 ~ 5월 : 청계천 장소마케팅 연구용역 결과물 검토
- 2006. 6월 : 부서별 추진사항 수합 및 총괄관리
- 2006. 7월 : 청계천 장소마케팅 종합계획 수립 □ 시행