

서울특별시 서울관광재단 출연 동의안

검 토 보 고

1. 회부경위

- 가. 의안번호 : 제3152호
- 나. 제 안 자 : 서울특별시장
- 다. 제안일자 : 2022년 3월 10일
- 라. 회부일자 : 2022년 3월 16일

2. 제안이유

- 서울시는 코로나19로 침체된 관광시장 회복 및 경제 활성화를 위해 코로나 이후 관광시장 선점을 위한 차별화된 마케팅 전략을 수립 중임
- 효과적인 마케팅 사업 추진을 위해 한류스타를 활용, 양질의 서울 관광 홍보영상 및 지면광고를 제작하여 파급력을 극대화 하고자 함
- 이에 홍보영상 및 지면광고 제작을 위한 소요예산을 추가경정예산으로 편성, 서울관광재단에 출연하고자 하며,
- 「지방재정법」 제18조제3항에 의거 서울관광재단 출연 여부에 대하여 미리 그 동의를 얻으려는 것임.

3. 주요내용

가. 사업개요

- 1) 사 무 명 : 서울관광재단 출연금
- 2) 추진근거
 - 「지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률」
 - 「서울특별시 서울관광재단 설립 및 운영에 관한 조례」
- 3) 필요성
 - 국내·외 관광수요 급감으로 초토화된 관광산업 회복 및 서울 방문 관광 수요 창출을 위한 계기 마련
 - 홍보영상 등의 파급력을 극대화하여 코로나 이후 전 세계 관광 시장 선점
- 4) 사무내용
 - 한류스타 활용, 파급력 있는 서울 관광홍보 영상 및 지면광고 제작

나. 서울관광재단 기관 개요

- 1) 소재지 : 서울시 종로구 청계천로85 삼일빌딩
- 2) 규모 : 전용 6,941㎡, 9개 층(지상1층 일부, 4~11층)

다. 소요예산 : 15억원

4. 참고사항

가. 관계법령 : 지방재정법

제18조(출자 또는 출연의 제한) ① 지방자치단체는 법령에 근거가 있는 경우에만 출자를 할 수 있다.

② 지방자치단체는 법령에 근거가 있는 경우와 제17조제2항의 공공기관에 대하여 조례에 근거가 있는 경우에만 출연을 할 수 있다.

③ 지방자치단체가 출자 또는 출연을 하려면 미리 해당 지방의회의 의결을 얻어야 한다.

나. 조치사항 : 2022년도 추가경정예산 편성

다. 합 의 : 해당사항 없음

5. 검토의견 (수석전문위원 주우철)

가. 동의안의 개요

○ 본 동의안은 2022년도 서울특별시 제1회 추가경정예산안에 서울관광재단에 대한 출연금을 편성하기에 앞서 「지방재정법」 제18조제3항에 따라 서울시의회의 동의를 받고자 제출되었음.

- 「서울특별시 출자·출연 기관의 운영에 관한 조례」 제22조의3은 출자·출연 기관이 출자 또는 출연을 하고자 하는 경우에는 시의회의 사전 동의를 받도록 되어 있으므로, 본 동의안은 금번 추가경정예산안의 심사에 반드시 거쳐야 하는 사전 절차에 해당함.

나. 출연의 필요성

- 2022년 제1회 서울특별시 추가경정예산안을 통해 증액이 요구된 서울관광재단 출연금은 총 15억원으로 기존 2022년도 재단 출연금 480억 7천1백만원의 3.1%에 해당하며, 재단 총예산 786억 7천9백만원의 1.9%에 해당함.

< 서울관광재단 출연금 추가경정예산안 >

(단위:천원)

구 분	추경예산(안) (A)	기정예산 (B)	증감 (A-B)
계	49,571,079	48,071,079	1,500,000(1.9%)
출 연 금	49,571,079	48,071,079	1,500,000(1.9%)

- 증액편성된 15억원은 서울관광재단이 추진하는 글로벌마케팅의 서울관광 활성화 전략으로 한류스타를 활용한 ‘서울관광 해외광고 제작’ 사업으로 편성되었음(기편성된 23억 2천2백만원과 더불어 총 38억 2천2백만원임).

< 서울관광재단 글로벌마케팅 사업 >

(단위:백만원)

구 분	본예산	추가경정 예산안	계	주요 내용
서울관광 해외광고 제작	2,322	1,500	3,822	- 서울관광 활성화 브랜딩 전략수립 - 한류스타 활용 홍보영상, 지면광고 제작 등
글로벌 축제·이벤트 연계마케팅	1,000	-	1,000	- 글로벌 빅이벤트 연계 서울관광 홍보마케팅 등
해외 홍보	2,700	-	2,700	- 서울관광 홍보영상, 광고 송출 - 서울관광 핵심사업 연계 홍보프로모션 등
합 계	6,022	1,500	7,522	

- 동 사업은 한류스타를 활용한 홍보영상, 지면광고를 제작하여 서울관광의 해외주요대상지 10여개국에 송출·배포하는 것을 목표로 한류스타 영향력을 활용한 긍정적 마케팅 전략으로 볼 수 있으며 포스트코로나 시대의 서울관광을 위한 마중물 역할을 위해 사업의 필요성은 인정됨.
- 다만 한류스타 영향력이 서울관광콘텐츠와 직접적인 연관이 부족하여 실제 서울관광의 매력이나 장점을 홍보하기에는 한계가 있고, 대형계약 위주의 사업 진행으로 인해 참신한 아이디어를 가진 다양한 업체의 협업이 어렵다는 점은 수차례 지적을 받았으므로 향후 사업방식의 개선 논의가 필요해 보임.
- 한편 서울시 관광체육국은 금번 추가경정예산안을 야간관광 활성화 지원 사업(2억원)과 의료관광 활성화(9천만원)를 각각 신규·증액편성 하였는데, 두 사업 모두 공기관등에대한경상적위탁사업비(이하 공기관 경상위탁비)로 편성되어 서울관광재단이 수행할 가능성이 높아보임.
- 2022년 예산안 심사 당시 서울시 관광체육국의 공기관경상위탁비 편성이 상당하여 서울관광재단의 안정적인 운영을 저해한다는 지적에 따라 재단 고유사업으로 전환할 것을 요구한 바, 서울시 관광체육국은 향후 이에 대한 전환 노력을 이행해야 할 것임.