

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

# 2012 주요업무 보고

2012. 2

시민소통기획관

# 목 차

---

I .	일 반 현 황	1
-----	---------	---

II .	2012 시 민 소 통 추 진 방 향	3
------	----------------------	---

III .	주 요 업 무 추 진 현 황	4
-------	-----------------	---

# 1. 일반 현황

## 1 기 구 - 1관 3담당관



## 2 인 력 - 112명 (시민소통 47, 시민고객 41, 뉴미디어 24)

2012. 1. 31 현재

구 분	총계	일 반 직						별 정 직				기능직	계약직
		소계	3급	4급	5급	6급	7급이하	소계	4급	5급	6급이하		
인 원	112	62	1	2	14	26	19	1	-	-	1	17	32
시민소통담당관	47	23	1	1	6	11	4	1	-	-	1	5	18
시민고객담당관	41	28		1	5	10	12	-	-	-	-	11	2
뉴미디어담당관	24	11			3	5	3	-	-	-	-	1	12

### 3 2012 사업 예산현황

(단위 : 천원)

부서 및 사업명	2012년 예산	2011년 예산	증 감	증감율
<b>시민소통기획관 총계</b>	<b>31,518,898</b>	<b>32,145,160</b>	<b>△626,262</b>	<b>△1.9%</b>
시민소통기획관 사업예산 총계	30,857,412	31,416,660	△559,248	△1.8%
시민소통기획관 일반예산 총계	661,486	728,500	△67,014	△9.2%
<b>시민소통담당관</b>	<b>4,336,616</b>	<b>4,603,453</b>	<b>△266,837</b>	<b>△5.8%</b>
<b>시민과 함께하는 참여와 소통시정 구현</b>	<b>3,825,986</b>	<b>4,078,613</b>	<b>△252,627</b>	<b>△6.2%</b>
소통관리 및 시정정보제공	1,216,376	1,317,939	△101,563	△7.7%
언론매체를 통한 시정정보 제공	1,030,000	1,000,000	30,000	3.0%
서울시청 방송운영	98,080	134,080	△36,000	△26.8%
시정 영상물 제작·관리	95,900	111,000	△15,100	△13.6%
시정관련 사진촬영 및 활용	29,100	15,000	14,100	94.0%
희망서울 재능나눔	20,000	41,000	△21,000	△51.2%
시정종합 월간지 '서울사랑' 발간	678,416	709,380	△30,964	△4.4%
어린이신문 '내친구서울' 발간	361,975	445,975	△84,000	△18.8%
서울특별시보 발행	66,923	75,023	△8,100	△10.8%
자치구 소식지 통한 시정 정보 제공	229,216	229,216	0	0.0%
<b>일반예산</b>	<b>510,630</b>	<b>524,840</b>	<b>△14,210</b>	<b>△2.7%</b>
기본경비	510,630	483,530	27,100	5.6%
인력운영비	0	41,310	△41,310	△100.0%
<b>시민고객담당관</b>	<b>23,824,967</b>	<b>24,099,965</b>	<b>△274,998</b>	<b>△1.1%</b>
<b>시민중심의 민원행정서비스 제공</b>	<b>23,706,781</b>	<b>23,993,432</b>	<b>△286,651</b>	<b>△1.2%</b>
120다산콜센터 운영	19,646,639	19,646,387	252	0.0%
120다산콜센터 관리 및 고도화	2,830,714	3,227,517	△396,803	△12.3%
시민감동 민원서비스 횡단전개	21,500	19,097	2,403	12.6%
통합민원처리 및 다산플라자 운영	278,056	167,010	111,046	66.5%
민원서비스 MVP선발 제도운영	18,640	18,592	48	0.3%
민원접점 서비스 품질 점검 및 개선	31,038	25,100	5,938	23.7%
종합민원관리시스템 운영	198,272	207,808	△9,536	△4.6%
일반여권발급업무대행	681,922	681,921	1	0.0%
<b>일반예산</b>	<b>118,186</b>	<b>106,533</b>	<b>11,653</b>	<b>10.9%</b>
기본경비	98,432	106,190	△7,758	△7.3%
반환금및기타	19,754	343	19,411	5659.2%
<b>뉴미디어 담당관</b>	<b>3,357,315</b>	<b>3,441,742</b>	<b>△84,427</b>	<b>△2.5%</b>
<b>뉴미디어 활용 시민과의 소통 활성화</b>	<b>3,324,645</b>	<b>3,344,615</b>	<b>△19,970</b>	<b>△0.6%</b>
뉴미디어 웹사이트 운영	908,767	833,923	74,844	9.0%
소셜미디어 및 시민참여 프로그램 운영	543,923	316,200	227,723	72.0%
민간포털 활용 협력마케팅	380,000	380,000	0	0.0%
현장중심의 의견수렴 및 환류	285,255	265,792	19,463	7.3%
모바일등 다양한 매체 활용 정보 제공	330,000	562,000	△232,000	△41.3%
전문매체 및 인터넷언론사 활용 시정안내	236,500	236,500	0	0.0%
뉴미디어용 콘텐츠 기획·제작 및 확산	305,000	415,000	△110,000	△26.5%
시정여론조사 내실화	335,200	335,200	0	0.0%
<b>일반예산</b>	<b>32,670</b>	<b>97,127</b>	<b>△64,457</b>	<b>△66.4%</b>
기본경비	32,670	32,670	0	0.0%
인력운영비	0	64,457	△64,457	△100.0%

## II. 2012 시민소통 추진방향

시정비전

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

전략목표

시민이 주인되는 시정

추진방향

참여/협치

경청/소통

사람/공감

추진전략

시민과 함께 정책을 만들어 가는 참여와 소통의 시정 실현

쌍방향 소통을 통한 시민 공감 홍보

미디어환경 및 트렌드 변화에 부응하는 소통채널 다양화

고품격 스마트 민원서비스 제공

- 현장경청을 통한 소통 강화
  - 시민발언대
  - 청책워크숍
  - 시민시장, 명예부시장
- 공공커뮤니케이션 자문단 운영

- 시 주요사업 기획홍보
- 소통전략실 활용 실/국 홍보 지원
- 방송협력
- 출판홍보

- 소셜미디어를 통한 실시간 소통 강화
- 시웹사이트 운영 내실화
- 민간포털을 활용한 협력마케팅
- 전문매체 및 인터넷언론사 활용 시정 안내

- 120콜센터 서비스채널 다양화
- 시민의 목소리 시정 환류
- One-Stop 통합민원실 구축
- 민원처리스피드 지수 공개 확대

### Ⅲ. 주요업무 추진현황

---

1. 다양하고 폭넓은 시민소통의 장 마련 5

---

2. 시민과 소통활성화로 시정 공감대 확산 9

---

3. 맞춤형 시정정보 서비스를 통한 시정이해도 증진 13

---

4. 120다산콜센터 상담서비스 업그레이드 추진 21

---

5. 시민 모두가 만족하는 민원서비스 제공 24<sup>9</sup>

---

# 1. 다양하고 폭넓은 시민 소통의 장 마련

① 열린시정을 위한 시민과의 소통 활성화

② 터놓고, 맘놓고 말하는 「시민발언대」 설치·운영

③ 명예부시장 1일 시민시장 운영으로 현장 민의 수렴

# 1

## 열린시정을 위한 시민과의 소통 활성화

- 각계 각층의 다양한 의견을 경청하여 문제를 해결하고 정책대안 마련
- 민관 상호이해와 신뢰를 통해 정책을 만드는 협치 시정 구축

### 「청책워크숍」 개최 : 매주 화요일 현장소통의 날

- 토론주제: 청년일자리정책, 노숙인대책 등 시정이슈  
 ※ 2.7(화) 도시농업활성화 청책 / 2.14(화) 반값고시원 청책

- ◆ 그간의 현황 : 총 10회 1,298명 참석('11.11.~12)  
 - 희망은돌프로젝트, 사회적기업활성화, 중소기업살리기 등 총 10회

- 참여주체: 시민, 관련(이해)당사자, 전문가, 공무원
- 운영방법: 관 주도 ⇒ 시민(단체) 주도  
 - 기획부터 정책까지 시민(민)과 시(관) 공동 추진  
 - 주제에 따라 타운미팅, 테드, 월드카페, 투표 등 다양한 방법 운영  
 - 트위터 등 SNS 시민의견 수렴



- 워크숍 전 과정 공개 : 서울시 인터넷TV 생중계 실시  
 - 청책워크숍 후 현장스케치, 동영상, 사진, 제안내용 등 시 홈페이지 게재
- 시민의견 정책화

① 내용정리	→	② 답 변 (홈페이지)	→	③ 정책가능 의견발굴	→	④ 아이디어 인큐베이팅	→	⑤ 정책화
현장의견 정리 실무부서 검토 (시민소통담당관)		3일내 답변 및 검토의견 게시 (해당부서)		정책화할 수 있는 아이템 발굴 (시민소통담당관)		전문가, 실무자 등 참여 (미래창안담당관)		구체화된 시민의견은 정책으로 실현 (해당부서)

- 향후계획  
 - 청책보고회 개최 : 분기 1회  
 - 청책워크숍 백서 발간 : 년 1회
- 사 업 비 : 76백만원(장소임대료, 행사운영비 등)

## 2

# 터놓고, 맘놓고 말하는 「시민발언대」 설치·운영

- 시민의 의견이 자유롭게 개진될 수 있는 의사소통의 기회 마련
- 시민의 자발적인 참여와 의견 공유를 통해 생생한 소통행정 추진

## 시민발언대 「할 말 있어요」 운영

### ● 운영개요

- 운영시간 : 매주 수요일 11:00~15:00 (시범운영)
- 신청방법 : 시홈페이지 「시민발언대」 코너에 시민이 발언시간을 정해 사전신청 (발언시간 : 개인별 10분 이내)
- 발언주제 : 개인의 애환에서 사회적 이슈까지 개인별 자유주제
  - ▶ 주제에 대한 「가이드라인」 제정 : 비방, 욕설, 명예훼손 등 제한
- 장 소 : 청계광장

### ● 운영현황

- 발언시민 : 총 41명(1월말 기준)
- 발언주제별 유형

유형구분	계	제언	애환	민원/건의	기타
건 수	41	11	9	19	2

### - 시민발언 관리

- ▶ 민원/건의 : 시민발언을 동영상과 함께 관련부서로 통보, 업무에 참고/반영
- ▶ 애환/제언 : 시민이 공감할 수 있도록 스토리텔링하여 책자 발간

### ● 향후계획

- 시민참여 확대를 위해 운영시간 및 장소 등에 대한 시민의견 수렴
- 학생, 주부, 청년 등 다양한 계층 참여를 통해 시민문화로 정착화

### 3

## 명예부시장 · 1일 시민시장운영으로 현장 민의 수렴

- 장애인·어르신·청년 등 사회적 약자 민의를 대변할 『명예 부시장』
- 『1일 시민시장』 운영으로 시민이 시정운영에 참여 희망서울 약속 이행

### 장애인·어르신·청년 『명예부시장』 활동 전개

- 접수현황 : 79명(청년 37명, 장애인 23명, 어르신 19명)
- 분야별 명예부시장 : 3명 선정(청년, 장애인, 어르신 각1명)
- 신 분 : 무보수 명예직(임기 1년)
- 주요 임무
  - 월 1회 정기회의를 통해 서울시장과 의견 교환
  - 수시 분야별 회의 참석 통해 의견 청취 및 토론 참여
- 운영관리 체계



- 위촉식 : 2012. 2. 13(월)
  - 위촉장 수여, 명예부시장소감 및 포부 청취 등

### 희망서울 약속 이행, 『1일 시민시장』 수시 운영

- 추진현황
  - 첫 번째('11.11.30) : 가정주부 임은순(인터넷 취임식 트위터 댓글 참여)
  - 두 번째('12.1.9) : 서울소년대상 수상 이운영(어려운 환경 극복한 밝은 청소년)
- 기능 및 역할
  - 집무실의 상징적인 '시민의 의자'에서 서울시장과 업무 추진
  - 각종 회의 참석 의견 청취, 토론 참여 및 시정현장 동행
- 향후계획 : 다양한 계층의 시정참여 시민을 균형 있게 선정 추진  
세 번째(시민발언대 첫 번째 발표자)시민시장 일정 검토중

## 2. 시민과 소통활성화로 시정 공감대 확산

① 소셜미디어를 통한 실시간 소통 강화

② 시정참여 활성화를 위한 시민참여 프로그램 운영

③ 시민 의견수렴 및 맞춤형 정보제공

# 1

## 소셜미디어를 통한 실시간 소통 강화

- 시정이슈에 대한 온라인 공론의 장 마련으로 시민소통 강화
- 영향력 있는 시민 블로그의 시정참여를 통한 네트워크 확대

### SNS 네트워크를 활용한 대시민 소통 강화

- , , 를 통한 정책반영 및 참여 확대
  - 복지, 교통, 환경 등 시정정보 제공, 이슈 모니터링 및 대응
  - 20~30대 타겟 맞춤형 시정정보 제공 및 쌍방향 커뮤니케이션
  - 페이스북 특성을 고려한 시민참여 이벤트 코너 개설(4월)
- 서울시 SNS서포터즈(1,000명) 활용, 온·오프라인 시정참여 유도
  - SNS오픈채널 운영을 통한 5대 활동(이슈나눔, 불편제안, 위기전파 등) 제고
- 스마트폰 카페 등 시정관련 동호회와의 협력을 통한 트위터 팔로워 확대
- 시민과 함께 하는 재난대응 훈련을 통한 위기관리 능력 배양
- 사 업 비 : 135백만원(캠페인, 오픈채널 유지보수 및 기능개선비 등)

### 시 대표 블로그(서울마니아, 해치군의 서울나들이)를 활용한 포털 마케팅 활성화

- 차별화된 블로그 글 생산을 통한 시정 이해와 공감 확산
  - 현장취재, 시민블로거 공동취재(월 2회), 블로거데이(분기 1회) 등
- 시민블로그 체험단 운영을 통한 시정참여 확대
  - 특정주제 체험·취재(주요시책 사업) → 후기 포스팅 → 바이럴 효과
- 사 업 비 : 100백만원(블로그 운영 및 용역비)

### 서울 메타블로그()를 통한 시정기록 관리 및 정보공유 확대

- 시와 시민블로그의 서울관련 콘텐츠 유통(수집 및 확산) 서비스 제공
  - SNS 및 모바일 서비스 추진(4월)을 통해 커뮤니티 역할 수행
- 블로거를 통한 시정 역사성 기록 및 시민참여 활성화
  - 월별 서울관련 미션을 수행하고 콘텐츠 생산(2월중 1기 모집)
- 사 업 비 : 114백만원(블로그 운영 및 시스템운영·개선비)

- 시민의 눈으로 바라본 서울의 모습을 담은 다양한 UCC콘텐츠 제작 지원 및 시민작가 운영으로 시민의 시정참여 기회 제공
- 온라인 공모전 개최 등 시민참여를 바탕으로 한 공감 확산

### 제5기 시민작가 운영

- 제5기 시민작가 위촉('12.1.19) : 100명
  - 분야별 : 사진 45, 영상 24, 웹툰 28, 방송 3
  - 유형별 : 재위촉 66, 신규위촉 34(공모전 수상자 중 희망자-영상, 웹툰)
- UCC(User Created Contents) 제작 배포
  - 사진·영상·웹툰 등 시민작가의 순수 창작물 개별 제작 및 배포
  - 시 대표 시민참여 홈페이지 WOW서울 및 개인 블로그 등에 게재
    - ※ 2011년 월평균 참여 작품 : 1,411편  
(네이버, 다음 등 민간포털 메인 노출사례 : 250회)
- 원활한 작가활동을 위한 다양한 지원
  - 월별 활동 평가에 따른 원고료 및 성과금 지급
  - 시민작가로서의 소속감 부여를 위한 정기 공동출사 및 간담회 개최
  - 공동 전시회, 우수 사진영상웹툰 작품집(e-book) 발간을 통한 UCC 활용도 제고
- 사 업 비 : 110백만원(원고료, 작품집 발간 등 운영비)

### 시민참여 공모전 운영 및 지원을 통한 소통 활성화 도모

- 상설공모전 WOW미션 등 온라인 공모전 운영으로 시민참여 확대 추진
  - 시민과 함께 만들어가는 시민 중심의 WOW미션 개최
  - 서울사랑공모전(웹콘텐츠 분야)의 성공적 추진을 통한 희망서울 공감 확산
- 시정관련 각종 공모전의 효율적인 추진을 위한 지원체계 정립
  - 공모전 홍보 및 접수 지원, WOW서울 내 공모전 통합서비스 제공
- 사 업 비 : 80백만원(시상금, 홍보비 등 운영비)

### 3

## 시민 의견수렴 및 맞춤형 정보제공

- 주요시책 실시 전후에 시민고객의 다양한 의견을 수렴하여 반영
- 수요자 중심의 정책고객별 맞춤형 시정정보 제공으로 행정서비스 제고

### 주요 시책사업에 대한 시정여론조사

- 실시건수 : 연 35건 내외
- 조사내용 : 복지, 교통, 환경, 문화 등 주요 정책에 대한 의견수렴
- 조사방법 : 면접, 전화, 인터넷, 좌담회 등 양적·질적 조사
- 추진계획
  - 상반기(14건), 하반기(21건) 여론조사 실시
  - 각 부서 하반기 여론조사 수요파악 (2012. 6월)
- 사업비 : 335백만원(자체조사 및 외주용역)

### 시정모니터의 현장감 있는 의견 수렴

- 16기 시정모니터 운영 : 1,110명(남 506, 여 604)
- 선발기준 : 만 19세 이상 서울·경기·인천 거주 시민(희망자 신청)
- 활동방법 : 주요시책 사업에 대한 의견제출 및 시민접점 현장 점검
- 추진계획 : 총 35회 내외
  - 시책현장점검 : 120 시민불편살피미 생활불편신고 다발지역 현장점검 등
  - 민원친절도 점검 : 외국인 관광안내소, 120다산콜센터 등
  - 주요행사 평가 : 지구촌 한마당, 서울대공원 사계절 축제 등
- 사업비 : 128백만원(현장활동비, 모집광고 등 운영비)

### 맞춤형 정보제공을 위한 정책고객관리시스템 운영

- 주요기능 : 고객관리, 메일링 실행, 반응정보 환류
- 시정홍보관련 기획 이메일 발송 : 월 4~5회(2011년 : 74건)
  - 타 부서 뉴스레터·안내공지 등 메일링서비스 발송 (2011년 : 633건)
- 추진계획
  - 개인정보 DB보안 및 PCRM 기능개선 (3~9월)
  - 고객DB 정비 및 기획이메일 홍보, 타부서 메일링서비스 지원(연중)
- 사업비 : 144백만원(웹콘텐츠 제작비, 시스템 운영비)

### 3. 맞춤형 시정정보 서비스를 통한 시정 이해도 증진

- ① 콘텐츠의 다양화를 통한 시민공감 홍보
- ② 영상콘텐츠 제작활용을 통한 효율적 시정홍보
- ③ 방송매체를 활용한 시정정보 제공
- ④ 시민과 함께 만드는 시정 정기간행물
- ⑤ 시민 눈높이에 맞는 웹사이트 운영강화
- ⑥ 민간 웹사이트를 활용한 시정정보 나눔
- ⑦ 뉴미디어 트렌드에 맞는 채널 및 콘텐츠 보급·확산

# 1

## 콘텐츠의 다양화를 통한 시민공감 홍보

- 자화자찬성의 일방적이고 제목 위주 및 예산낭비성 과잉 홍보 개선
- 시민참여의 공익적 캠페인 및 시민생활 밀착형 정보제공 중심 홍보

추진 배경 : 『시 보유 홍보매체 활용방안』 시민의견 수렴

### 시민의견 수렴 ('11.11.23~12.6)

- 전문가 등 시민 149명, 서울시 직원 117명
- 주요의견
  - └ 알리기 중심의 일방향 홍보 지양
  - └ 시민공감 공익캠페인 실시
  - └ 사회적기업 등에 대한 문호개방
  - └ 사업명, 이미지광고 보다는 생활밀착형 정보제공 등

## 콘텐츠의 다변화를 통한 시민공감 홍보

- 시민참여의 공익적 캠페인
  - 공익사업 및 시민협력 사항 등 (공공사회질서 캠페인)
- 시민생활밀착형 정보제공
  - 시민이 꼭 알아야할 시책사업 (복지,건강,일자리 등)
- 소외계층 등 사회적약자를 위한 공간활용
  - 시민단체 연계 사업 (미아·실종자 찾기,장애인,다문화가정 등)
- 사회적기업, 전통시장 등 홍보지원
  - 시민들의 관심유도 (우수기업, 판매품목, 각종 이벤트 등 )
- 민간협력 지속 추진
  - 서울시와 기업체간 협력 (시민계몽 및 협조·동참)



<나눔 공익캠페인>



<예방접종 정보제공>

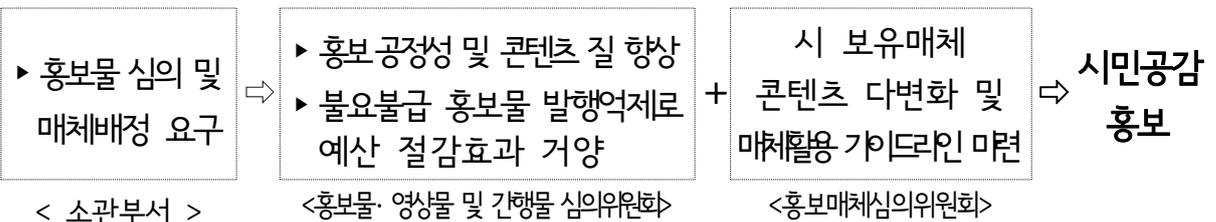


<실종자 찾기 공헌활동>



<전통시장 이용 캠페인>

## 홍보물 및 매체배정 심의 기능 강화



## 2

# 영상콘텐츠 제작·활용을 통한 효율적 시정홍보

- 시민들이 함께 참여하는 영상콘텐츠 제작으로 시정 공감대 확대
- 영상매체를 활용한 시정정보 제공으로 시민과의 효율적 소통 추진

## 시정에 공감하는 영상물 제작

### ● 전달위주의 홍보에서 시민이 참여하는 영상물 제작

- UCC 등에서 활용되는 재미있는 제작기법을 활용한 영상표현
- 내친구서울 어린이기자가 진행하는 시정뉴스 제작으로 함께 만드는 새로운 서울소식통 제작



### ● 자체인력 활용으로 최소예산 영상물 제작

- 현장위주의 영상 및 우수한 시정관련 스틸 사진 활용한 영상 제작
- 중복제작 방지 및 활용도 제고를 위해 기획단계부터 각 부서와 협의



### ● 엄격한 홍보·영상물 심의로 중복낭비 최소화 및 영상물 수준 향상 제고

- 제작 후 심사에 대한 보완으로 제작을 위한 사전 지침 마련

## 다양한 영상 매체를 통한 효율적인 활용

### ● 주요행사, 공중파TV, 케이블TV, DMB, 옥외전광판, 지하철·버스 영상매체 등에 활용

### ● 지속적인 신규 매체 발굴 및 관리를 통한 시민소통 강화

- 일상생활 속에서 자연스런 정보제공 가능 매체 지속 발굴
- 매체의 주기적인 모니터링을 통한 시정 정보제공 관리

**사업비** : 96백만원(영상물제작, 영상매체 관리운영비 등)

### 3

## 방송매체를 활용한 시정정보 제공

- 매체 영향력이 높은 TV·라디오를 통해 시민 생활 밀착형 정보제공 및 사회적 공감대 형성
- 방송협력 확대 추진으로 시정홍보 채널 다각화

### 지상파·케이블 TV·라디오 방송협력 확대

#### ● 대상매체

- 지상파 TV : KBS '굿모닝대한민국', MBC '생방송오늘아침', MBC '파워 매거진', SBS '모닝와이드' 등
- 케이블 TV : 복지TV, 한국직업방송, WOW-TV 등
- 라 디 오 : TBS '이홍렬의 라디오쇼', 평화방송 '날마다 행복충전', MBC-FM, SBS-FM



#### ● 방송협력 진행방법

- 방송사와의 네트워킹 강화 및 업무협의를 통한 비예산 방송협력 추진
  - KBS 다큐3일, SBS 런닝맨, Mnet 슈퍼스타 K4 등
- 중앙부처와 매칭형태 제작협찬 추진으로 예산 집행 최소화
  - 사회적기업, 청년일자리, 희망나눔 등 공통 주제
- 캠페인성 방송 추진시 민간기업과 협력 진행



#### ● 방송협력 추진 및 확대

- T V : 생활정보 프로그램을 통한 시민생활 밀착형 정보 제공 및 전문 채널을 통한 타킷 방송
- 라디오
  - 청취율이 높은 라디오 채널(MBC-FM, SBS-FM) 협력 확대
  - 생활밀착형 정보 제공, 건강한 시민사회를 만들기 위한 공익캠페인 전개

**사업비** : 450백만원(TV,라디오 등 방송광고비)

## 4

# 시민과 함께 만들어가는 시정 정기간행물

- 시민들에게 알기 쉽게 주요 시정과 유익한 생활정보를 온오프라인 통합 제공
- 시민과 소통하는 고객별 맞춤형 정보제공으로 시정참여 관심과 동기 제고

### 시정종합 월간지 「서울사랑」 발행 : 총 12회(매월 1일)

- 발행부수: 월 31,500부 발행(연 378,000부) 인터넷 웹진
  - 일반인용 책자(3만부)
  - 시각장애이용 점자판 월 1,500부(점자책 1,000부, 테이프 500개)
- 배부처: 개인독자 및 시민단체, 복지시설 등
- 주요내용: 서울역사 및 문화, 주요시정, 생활정보 등
- 추진방향: 시민참여 콘텐츠 다양화 및 협찬광고 유치로 세외수입 증대
  - 전문가 및 시민이 참여하는 편집위원회 운영
  - 홈페이지를 통한 독자와의 쌍방향 소통 및 고객맞춤형 정보제공
- 총사업비: 678백만원(편집·기획·인쇄제작비, 우편요금등)



### 어린이신문 「내친구 서울」 발간 : 총 9회(매월 1일, 방학기간 휴간)

- 발행부수: 월 40만부
- 배부처: 591개 초등학교, 26개 특수학교 (3~6학년)
- 주요내용: 어린이기자 현장체험 및 취재, 공연 전시안내 등
- 추진방향: 어린이 독자 참여 활성화로 열린 신문 지향
  - 학부모, 교사, 아동문학가 등이 참여하는 시민 편집회의 운영
  - 어린이 눈높이에 맞는 '내친구 서울' 커뮤니티 운영
- 총사업비 : 361백만원(편집·기획·인쇄제작비 등)



### 서울특별시보 발행 (주 1회 매주 목요일 및 수시)

- 발행부수: 주 60부(연 3900권 발행) • 전자시보
- 발행근거: 서울특별시보 발행규칙
- 배부처: 본청 주요부서, 시의회, 국립중앙도서관 등 주요 보관장소
- 주요내용: 우리시 제개정 자치법규 공포 및 사업추진관련 고시·공고문 게재
- 총사업비 : 66백만원(편집·인쇄제작비)



# 5

## 시민 눈높이에 맞는 웹사이트 운영 강화

- 시민과 함께하는 소셜방송, **sitv** 를 통해 시정참여 및 시정정보 공개 추진
- 하이서울뉴스, **Wow SEOUL 2.0** 를 활용, 시민에게 유용한 시정정보 신속제공

### 시민참여형 온라인 소셜생방송, **sitv** 운영

- 시민과의 실시간 소통 위한 온라인 생방송 확대(70회→약130회)
  - ‘원순씨의 서울이야기’(월 2~3회 자체기획 방송)
  - 시정이슈 주제를론 방송 ‘온라인 청책워크숍’ 운영(월 1~2회)
  - **손바닥 tv**, **tbs** 등 민·관방송과 공동기획을 통한 바이럴 확산
  - 업무보고, 회의, 기자회견 등 행정소통 현장 실시간 공개
  - 주요행사, 이슈현장 등 특집방송 송출 / 시민참여형 방송지원강화
- 시민에게 유익한 시정정보를 담은 영상콘텐츠 제공(약 45편)
- 민간 및 타 공공기관(매체)과의 영상콘텐츠 유통 및 교류 활성화
- 사 업 비 : 558백만원(방송운영 및 유지보수 용역비)



### 온라인 소식지 하이서울뉴스 발간으로 시정정보 신속제공

- 하이서울뉴스 홈페이지 운영 및 뉴스레터 발간 (주5회)
  - 주요 시정정보 및 심층 기획기사 제공 : 월 170여건
    - ※ 홈페이지 월 방문자 34만8천명, 뉴스레터 구독자 일 17만3천명
- 시민리포터 운영 : 제5기 120명, 기사게재 월 52건
- 민간포털 제휴를 통한 콘텐츠 확산 및 신규 구독자 지속 발굴
- 사 업 비 : 155백만원(원고료, 시스템 유지보수 용역비)



### 시민참여 홈페이지 **Wow SEOUL 2.0** 운영

- 다양한 시민참여 기능 제공
  - 공모전 통합서비스 및 커뮤니티 서비스 제공
    - ※ 사진, 영상, 웹툰 보유현황 : 20만편
- 기능개선 및 서비스 질 향상을 통한 이용만족도 제고 추진
  - 모바일 웹페이지 개발, 소셜미디어 및 지도서비스 연계 등
- 사 업 비 : 175백만원(공모전 운영 및 유지보수 용역비)



## 6

# 민간 웹사이트를 활용한 시정정보 나눔

- 민간포털, 전문매체 및 인터넷언론사와의 제휴·협력을 통한 시정정보 제공
- 주요시책 관련 시민의 참여와 공감을 이끌어 다양한 캠페인 전개

### 민간포털을 활용한 협력 마케팅 추진

- 네티즌 시정 참여를 위한 포털 공동 이벤트·캠페인 전개
  - 주요시책에 대한 정보제공 및 시민의 공감과 참여 유도 (복지 및 경제, 일자리, 에너지절감 등)
- 민간포털을 통한 시정정보 안내
  - 취업, 환경, 문화행사, 축제 등 시주요 사업 및 행사
- Daum TV팟 및 아고라 제휴, 주요사업에 대한 시민의견 청취(12.2월)
  - e청책워크샵 등 민간포털을 통해 네티즌 의견 수렴
- 사 업 비 : 380백만원(홍보·마케팅비)



### 온라인 기반 전문매체 발굴 및 온·오프라인 연계 시정안내

- 복지·취업·여성 등 유관 전문매체 발굴 및 정책수혜자 대상 맞춤형 정보제공
  - 타깃별, 주제별 전문매체 발굴, 제휴 통해 공감 소통 홍보 및 이벤트 진행
- 사 업 비 : 81백만원(홍보·마케팅비)

### 인터넷 언론사를 통한 시정안내

- 여론 주도력이 높은 인터넷 언론사를 통한 주요 시정정보 제공
  - 인터넷 신문매체 활용, 시민 관심도가 높은 주요시책(복지, 일자리 등) 안내
  - 매체의 인지도, 영향력, 방문자 현황에 따른 광고 효과 및 형평성 등을 고려
- 사 업 비 : 150백만원(홍보·마케팅비)

- 트렌드를 반영한 다양한 파워매체 활용 및 재미와 감동을 가미한 시정콘텐츠 제작으로 효과적인 시정정보 제공

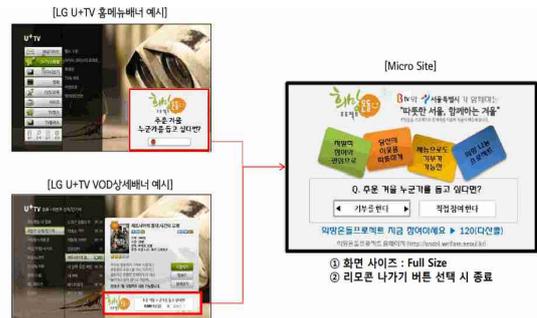
## 모바일 매체(DMB, 스마트폰, 스마트패드 등) 활용한 시정정보 제공

- 스마트폰 및 스마트패드 활용 시정정보 제공 확대
  - 어플리케이션 및 QR코드 활용한 시정캠페인 추진
  - 모바일 광고 통한 주요 시정 정보 안내 계속
- 모바일 신기법, 부가 서비스 발굴
  - 젊은층 참여를 유도할 수 있는 홍보캠페인 확대
- 사 업 비 : 200백만원(홍보·마케팅비)



## IPTV(KT, SK, LG) 등을 활용한 시정정보 제공

- TV를 활용한 시민소통채널 개설로 시민 공감대 형성
  - 희망은돌, 지하철보안관 등 영상콘텐츠 및 유용한 정보 제공(100건)
    - ※ KT QOOK('08.7)TV, LG U+TV('11.3)제휴 홍보채널 개설
  - 시민 관심유도 및 참여를 위한 캠페인 진행 (반기1회)
- 젊은층에게 필요한 맞춤형 온라인게임 활용 시정정보 제공
- 사 업 비 : 125백만원(캠페인 및 홍보비)



## 바이럴용 시정콘텐츠 제작 및 활용

- 이해하기 어려운 시정에 대하여 바이럴요소(재미와 감동)를 결합한 PCC(Proteur Created Contents)로 제작하여 구전 확산
  - 환경, 교육, 복지, 문화, 경제, 시민참여 등 주요시정에 대한 공감대 형성
- 인터넷 언론매체와의 제휴를 통해 시정 관련 소재 영상뉴스 콘텐츠 제작, 시정정보 제공
- 사 업 비 : 300백만원(콘텐츠 제작 및 확산)

## 4. 120다산콜센터 상담서비스 업그레이드 추진

① 120다산콜센터 효율적 운영

② 다양한 상담서비스 제공 및 시정 환류

# 1

## 120다산콜센터 효율적 운영

- 콜량 증감에 따른 상담인력 조정 및 상담원 사기진작을 위한 운영개선
- 민간포털과의 제휴·협력을 통한 상담자료의 효과적 노출

### 120다산콜센터 운영 개선

- 상담인력 탄력적 조정 운영
  - 야간/주말 콜량 감소에 따른 인력 조정을 통한 효율적 운영
  - 전체 상담 인력의 5.4% 단계적 축소(524명 ←554명, △30명)
- 상담원 직무만족도 제고를 위한 운영 및 지원개선
  - 인력운용 프로세스 개선 및 조직적응력 강화
    - ▷ 상담원 신규채용 시 직무적성검사 도입, 상담원간 ‘멘토-멘티’ 활용 빠른 안착 도모
  - 처우개선 및 장기근속 유도를 위한 후생복지 개선
    - ▷ 공무원 수준의 봉급인상(3.5%), 근속기간별 인센티브 및 안식휴가 지원 등
  - 스트레스 해소 및 건강관리 지원
    - ▷ 문화·오락프로그램 체험기회 확대, 심리상담실 확대 운영(주1회), 휴식시간 보장
- 사 업 비 : 19,647백만원(콜센터 운영위탁금, 사무관리비)

### 민간포털과 제휴·협력 통한 상담자료 제공

- 대상매체 : **NAVER**, **NATE**
  - **NAVER** ‘지식파트너-지식in’, **NATE** ‘지식-Q&A’ 서비스를 통해 120에서 축적된 상담D/B 노출·확산
    - ⇒ 네티즌의 이용도가 가장 높은 민간포털을 통해, 효과적 노출
- 추진일정 : 네이버 2월중 서비스 개시, 네이트 협의중
- 기대효과
  - 온라인 소통 툴을 활용한 『다산콜센터』 홍보 및 이미지 제고
  - 포털을 통한 상담D/B 공개로 중장기적 콜량 감소 유도

## 2

# 다양한 상담서비스 제공 및 시정 환류

- 상담 서비스채널 다양화를 통해 시민고객 감동 행정서비스 구현
- 시민 의견 시정 환류로 시 행정 서비스 개선 기여

## 이용 편의를 위한 다양한 상담채널 확보

- 120 스마트폰 앱 상담서비스 시행
  - 전화·문자상담, 외국어 상담, 채팅상담, FAQ 등 메뉴로 구성
  - 전광판, 버스정류장 내 영상 표출, 지하철 모서리 광고를 통한 이용 홍보 강화
- SNS · 스마트폰 등 다양한 상담 채널 제공
  - SNS(Social Network Service) 상담서비스 확대('12. 2월)
    - ※ 트위터(팔로워) : 27,255명, 미투데이(친구) : 16,123명
  - 청각 언어장애인을 위한 휴대폰 3G 화상상담 시스템 오픈('12. 2월)



## 120다산콜센터 상담이력 정책자료화

- 시민의 목소리·주요관심사를 분석하여 정책자료로 활용
  - 상담내용 중 주요관심사, 시민불편사항, 건의·제안사항을 분석
  - 관련부서에 정책결정 시 활용토록 자료로 제공
- 부서 상황에 맞는 맞춤형 자료 제공
  - 대규모 문화행사, 호우·폭설 등 시기별·유형별 특정민원 분석·환류
  - 교통/주택/환경/복지 등 다발성 민원부서 정책결정 및 평가를 위한 분석자료 제공



## 5. 시민 모두가 만족하는 민원서비스 제공

- ① 서비스품질 개선을 통한 민원서비스 수준 향상
- ② 다양한 제도 운영으로 민원서비스 만족도 제고

# 1

## 서비스품질 개선을 통한 민원서비스 수준 향상

시민의 알권리 충족을 위한 민원처리 현황 공개 및 CS교육 등 서비스 품질 수준 향상을 통하여 신속·정확·친절한 민원서비스 제공

### 민원처리현황 실시간 공개로 공정성 및 신속성 제고

- 민원처리과정 실시간 공개
  - 시 홈페이지, 스마트폰 등 매체 활용 민원처리과정 실시간 공개
- 민원처리 단축률(스피드지수) 공개 확대
  - 실국별 민원처리 스피드지수 집중관리로 민원처리 단축률 제고
    - ※ '11.4분기 스피드지수 : 86.8
  - 민원처리 단축률(스피드지수) 자치구까지 확대 공개('12. 5월)

#### 민원처리 스피드 지수는

총 민원처리기간 단축 또는 지연일수를 총 법정처리기간으로 나눈 백분율로, 스피드지수 86.8은 10일 동안 처리해야 할 민원을 86.8% 단축하여 약 1.3일 만에 처리 했다는 것을 의미함

### 민원접점분야 현장 직원 서비스 교육 강화로 친절마인드 제고

- 기관·부서별 맞춤형 교육 프로그램 운영
  - 교육대상 : 서울시, 산하기관 및 자치구 직원 15,000명
    - ▷ 교육신청 기관 및 서비스 품질점검결과 미흡부서
  - 교육내용 : 이론 및 체험식 강의
    - ▷ 소통능력 향상을 위한 맞춤형 CS교육
      - 서비스마인드, 불만민원 응대법, 서비스 커뮤니케이션기법등
    - ▷ 전화·방문민원 서비스 품질향상과정
  - 운영시기 : '12. 2 ~ 12월



## 2

# 다양한 제도 운영으로 민원서비스 만족도 제고

- 신속·정확·친절한 민원서비스 제공으로 시민 만족도 향상
- 다양한 민원제도의 실질적 운영을 통하여 민원서비스 만족도 제고

## 서비스품질 수준 향상을 통한 민원서비스 만족도 제고

- 민원접점부서 서비스품질 상시점검 실시
  - 시·자치구, 산하기관 등 민원접점부서를 대상으로 전화·방문 점검 연중 실시
    - ▷ 미스터리샐러(시정모니터, CRM요원 등)를 활용하여 친절도·업무처리 태도 등 평가
  - 점검결과에 따라 미흡부서 서비스 개선 및 CS교육 실시, 우수부서 포상 실시
- 민원서비스 MVP 선발 운영
  - 민원처리 우수기관 및 공무원을 대상으로 2회 선발 시상
  - 민원처리기간 단축 등 4개 분야 14(명/기관) 선정
    - ▷ 민원처리기간 단축(2), 고충민원처리(2), 민원응대 친절(2), 기타 특수공적(8)
- 사 업 비 : 31백만원(포상금, 미스터리샐러 운영비)

## 시민편의를 위한 민원행정제도 운영

- 사회적 약자에게 먼저 다가가는 「민원도우미 전담제」 도입
  - 장애인·어르신·여성 등 취약 계층을 위해 전담직원을 고정 배치하여 민원접수에서 종결까지 민원처리에 대한 상담 및 안내 실시
    - ▷ 시우회 퇴직공무원 등 활용, '12. 5월 중 운영
- 시민편의를 우선 생각하는 「사전심사 청구제」 운영
  - 토지매입, 설계, 측량 등으로 사전에 비용이 수반되는 민원을 대상으로 정식민원 제출 전에 약식서류로 민원의 가부를 심사
    - ▷ 운영시기 : '12. 3월(자치구에서도 실질적 운영토록 권고 조치)