



서울, 세계 일류 도시를 향한

# 2006年度 業務計劃

弘報企劃官

# 目 次

---

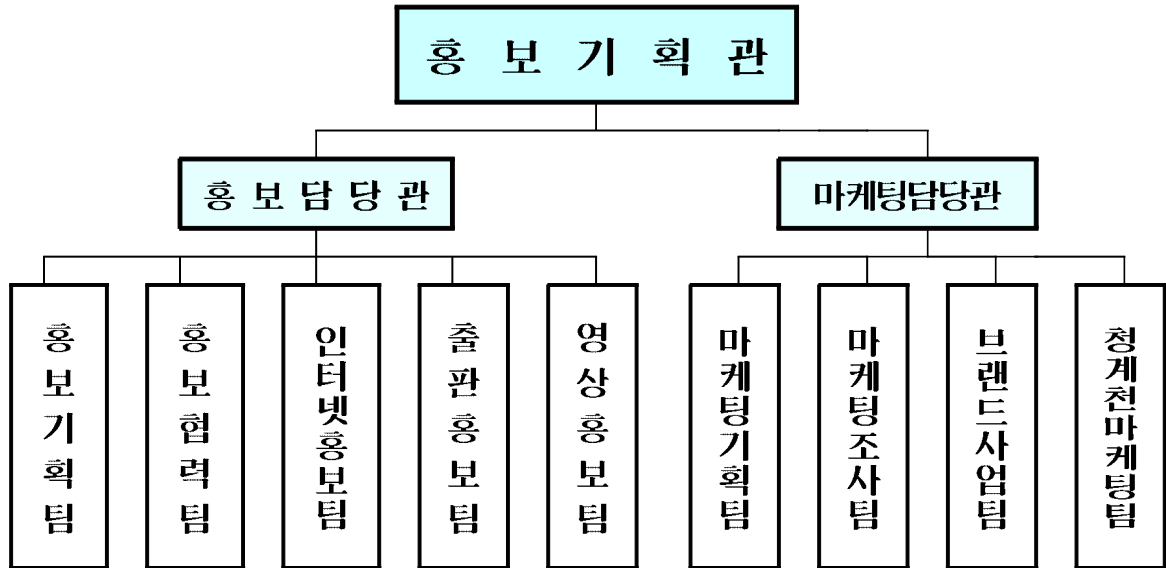
일 반 현 황

시 정 흥 보 방 향

주 요 업 무 계 획

# 일 반 현 황

□ 기 구 - 1관 2담당관



□ 인 력 - 79명 (홍보 53, 마케팅 26)

□ 예 산

(단위 : 백만원)

구 분	2006년	2005년	증 감	증감율 (%)	
합 계	13,473	13,695	△222	△1.6	
사 업 비	소 계	8,950	9,394	△444	△4.7
	홍보담당관	5,586	5,862	△276	△4.7
	마케팅담당관	3,364	2,232	1,132	50.7
	청계천축제추진반	-	1,300	△1,300	△100
일 반 예 산	4,523	4,301	222	5.2	

# 시정홍보방향

- 통합 홍보마케팅(IMC) 전략을 통한 주요 시책사업의 홍보기획기능 강화
- 인터넷·영상매체를 활용한 뉴미디어 홍보확대 및 타겟별 기획홍보 추진
  
- 외국 언론 등을 통한 서울 해외홍보 마케팅 강화
- 문화스포츠 마케팅 활성화
- 청계천 복원 기념식 등 청계천 장소 마케팅 추진
- 컨벤션 산업 지원을 통한 마케팅 전개
  
- 시정여론조사 및 모니터 활성화로 시민의견 적극 수렴
- 웹커뮤니티 개설 지원을 통한 서울사랑 커뮤니티 활성화

# 2006년 예산편성현황

(단위 : 백만원)

전략목표 및 주요사업	2006년	2005년	증 감	비고
<b>총 계</b>	<b>13,473</b>	<b>13,695</b>	<b>△222</b>	
<b>소 계(사업비)</b>	<b>8,950</b>	<b>9,394</b>	<b>△444</b>	
<b>1. 주요시책의 전략적 홍보</b>	<b>5,508</b>	<b>5,815</b>	<b>△307</b>	
청계천복원사업 백서발간	200	(100)	100	이관사업
시정홍보물 제작 통합관리	1,500	1,500	0	
언론매체를 통한 시정광고	-1,182	1,389	△207	
서울특별시보 발행	76	103	△27	
시정홍보를 위한 민간채널 활용	-300	600	△300	
인터넷을 통한 쌍방향 시정홍보	-165	194	△29	
전광판 및 지하철 영상시설이용 시정홍보	71	72	△1	
서울시청방송 운영	81	87	△6	
시정홍보 영상물 제작	283	199	84	
시정종합 홍보지 "서울사랑" 발간	922	860	62	
서울홍보관 및 열린마당 모니터 운영	154	168	△14	
시각장애인을 위한 점자 "서울사랑" 발간	97	101	△4	
시정홍보 사진전시	40	41	△1	
어린이신문 "내친구 서울" 발간	425	387	38	
하이서울 북스토어 운영	12	14	△2	
<b>2. 세계일류도시 서울이미지 제고</b>	<b>3,056</b>	<b>3,277</b>	<b>△221</b>	
청계천복원 준공기념식	0	970	△970	
청계천 환경메세지 발표	0	160	△160	
청계천 홍보마케팅	0	170	△170	
서울시 외국어 홈페이지 운영관리	130	130	0	
외국어표기 표준화 사업	25	20	5	
외국언론등을 통한 서울 해외마케팅	200	140	60	
라이트박스 등 매체활용 국내외 마케팅	1,346	885	461	
국제건축비엔날레전시회 참가	400	0	400	이관사업
서울거주 외국인 지원 마케팅	145	179	△34	사업명변경
서울브랜드 통합마케팅	284	220	64	
한류 마케팅을 통한 서울홍보	120	0	120	신규사업
제8회 아시안 X-게임 서울대회 개최	71	0	71	사업분리
컨벤션 활성화를 통한 서울 마케팅	335	403	△68	
<b>3. 시정에의 시민참여 활성화</b>	<b>386</b>	<b>302</b>	<b>84</b>	
시정여론조사 내실화	171	143	28	
국내외 시정모니터 운영 활성화	137	112	25	
서울시 홍보대사 운영	46	47	△1	
서울사랑 커뮤니티 운영	32	0	32	사업분리
<b>일 반 회 계</b>	<b>4,523</b>	<b>4,301</b>	<b>222</b>	
인건비	3,653	3,442	211	
기본경비	870	859	11	

# 주요 업무계획

---

홍보기획기능 강화 .....	7
뉴미디어 활용 홍보 확대 .....	11
타겟별 기획홍보 추진 .....	16
서울비전 해외홍보 강화 .....	22
서울브랜드 공동마케팅 .....	32
컨벤션(국제회의)산업 지원·육성 .....	39
시민과 함께하는 시정 .....	42
청계천 장소마케팅 .....	44

# I

## 홍보기획기능 강화

### 1. 사전 기획·전략 홍보강화

시정 주요시책의 기획홍보체계를 재정립하고 사전 홍보테마 선택 및 다양하고 집중적인 홍보시행으로 전략적 시정홍보 추진

#### □ 추진배경

- ‘시책따로 홍보따로’의 접근으로는 성공적 시책집행을 담보하기 어려움
  - 사업계획단계에서부터 홍보전략을 수립하는 사전 기획홍보 강화를 통하여 시민들로부터 호응을 받을 수 있는 시행방안 및 홍보계획 수립 필요
- 한정된 예산으로 효율적인 정책홍보를 추진
  - 사전 전략적 홍보계획에 따라 집중 홍보대상 사업을 선택하여 체계적인 홍보 추진이 필요

#### □ 실행계획

- 월별 집중홍보 대상사업 사전선정, 홍보기획
  - 서울시정 4개년 계획상의 20대 중점과제 사업
  - 기타 긴급추진 사업으로 집중홍보가 필요한 사업
- 홍보방법, 매체 등 홍보전략 수립
  - 홍보전략 자문회의, 홍보정책회의 운영
  - 홍보전문가 활용을 통한 홍보테마 설정 및 홍보전략 자문시행
- 홍보 인센티브제 시행
  - 선택된 1~2개 홍보사업에 대해 집중 홍보
  - 사업부서와 협의를 거쳐 영상물 제작지원 등 홍보매체 다각화
- 홍보효과 측정
  - 정책의 내용에 대한 시민들의 인지도 및 인지경위
  - 분석된 결과를 Feed Back하여 차기 정책 홍보계획 수립시 반영

#### □ 향후계획

- 2006. 2월은 ‘복지시책’으로 테마를 정하여 전략홍보 추진
- 월별 집중홍보사업을 선정하여 시 자체홍보매체, 외부매체 활용 홍보추진

## 2. 홍보물 통합관리를 통한 수준 향상

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

### □ 예산의 통합관리

- 홍보물제작 예산을 통합 편성하여 운영

2003	2004	2005	2006
1,512백만원	1,512백만원	1,500백만원	1,500백만원

### □ 사업개요

- 간행물심의위원회 운영 : 제작 필요성, 제작규모, 유·무상판매 등 심의
- 디자인(영상물)심의소위원회 운영 : 홍보물 수준 향상
- 홍보물 제작·배포의 체계적 관리 및 콘텐츠의 효율적 활용

### □ 추진방법

- 부서별로 간행물 제작계획을 수립하여 간행물심의위원회 심의후 제작 : 간행물 심의 월 1회이상 운영
- 디자인(영상물)심의소위원회 심의 : 간행물심의회 가결 안건
- 시정홍보물 통합예산 관리 : 심의회 개최, 전부서 간행물 발행 계획 의견 접수 심의, 소요예산 확정
- 예산집행 : 본청 - 추산, 사업소 - 예산 재배정

### □ 소요예산 : 1,500백만원



### 3. 시정광고의 효율성 제고

시민의 이해와 홍보가 필요한 주요 시책사업에 대하여 적시에 대시민 홍보를 실시함으로써 관련사업의 목표달성 및 시민과 함께하는 시정구현

#### 추진방향

- TV, 신문, 잡지와 최근 각광받는 인터넷, 영화관 등을 활용한 홍보강화
- 광고매체별로 주 고객층을 고려, 광고효과가 극대화되도록 배분

#### 추진계획

- TV, 신문, 라디오 등을 활용한 시정광고
  - 시민의 이해와 적극적인 참여가 필요한 시의성 있는 주요시책사업
  - 전 시민을 대상으로 일시에 신속하고 광범위하게 홍보할 필요가 있는 시책사업
  - 대상매체 : 공중파방송사, 케이블TV, 종합일간지, 무가지 등
- 잡지광고
  - 특정계층을 대상으로 서울이미지 광고 등 지속적인 홍보가 필요한 주요시책사업
  - 대상매체 : 일반 시민들의 구독율과 인지도가 높은 잡지 위주 선정
- 뉴미디어(인터넷, 영화관, 모바일 등)광고
  - 주로 젊은층을 대상으로 최근 각광받고 있는 영화관, 인터넷, 모바일 등을 활용한 주요시책사업 홍보
  - 대상매체 : 인터넷 포털사이트(다음, 야후, 엠파스 등), 인터넷뉴스(오마이뉴스, 프레시안 등), 시내 주요 영화관 등
- 언론사등과 공동캠페인 전개
  - 매체별 특성, 홍보효과 분석으로 서울시 마케팅전략과 연계한 시의 적절한 광고추진

소요예산 : 1,182백만원

## 4. 서울시홍보대사 운영

- 시민의 사랑을 받고 있는 사회저명인사 및 한류스타를 서울시 홍보대사로 위촉하여 서울의 이미지를 대내·외에 널리 홍보
- 각종 시책추진사업 및 행사시 적극 활용하여 시민들이 보다 쉽고 친근감 있게 시정을 이해하고 직접 동참할 수 있는 분위기 확산

□ 위촉인원 : 18명 (음악가 3, 방송인5, 프로골퍼1, 대중가수4, 연기자5)

□ 위촉기간 : 민선3기 4년 (위촉일부터~2006.6.30)

### □ 사업내용

- 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

## II

# 뉴미디어 활용 홍보 확대

## 1. 인터넷을 통한 쌍방향 시정홍보

- 21세기 정보화시대에 부응한 첨단 시정 홍보매체로 활성화
- 민간 경영차원의 적극적인 고객관리 및 마케팅 전략 추진
- 멀티미디어를 활용한 적극적·능동적인 시정홍보 강화

### 홈페이지를 통한 홍보

- 사업기간 : 1996. 7 ~ 계속
- 운영방법 : 통합 홈페이지 활용, 시민의 행정수요에 맞는 홍보 콘텐츠 제공 및 커뮤니케이션 강화
- 주요내용
  - 서울시 통합 홈페이지 콘텐츠 기획 운영
    - 시장실, 간행물, 시정뉴스, 주요시책, 행정정보공표 등
    - 통합 홈페이지 메인화면의 뉴스 및 관리
    - 신규 콘텐츠 제작·퍼블리싱 등
  - 시책 홍보 콘텐츠 개발 및 제공(서울 포토TV, Flash News 등)
  - 홍보이벤트를 통한 시민참여 확대
- 소요예산 : 87백만원

## □ 인터넷신문 발행을 통한 홍보

- 사업기간 : 2003. 7. 1 ~ 계속
- 명 칭 : 「하이서울뉴스」
- 창 간 : 2003. 7. 1
- 발행방식 : 구독자 PC에 이메일로 직접 배달(매일 06:00), 주 5회 발행, 홈페이지 병행 운영(<http://inews.seoul.go.kr>)
- 주요내용 : 시정정보, 생활정보, 시민참여 기획연재 등
- 인터넷신문 콘텐츠 구성
  - 주요시책, 시정뉴스 등 시정홍보 및 시정정보 적정 배분 제작
  - 세계도시동향(시정연), CP(정보제공사업자) 등 전문정보 활용수준 제고
  - 시민기자 모집 및 제작참여 등을 통한 콘텐츠 다양화
- 인터넷신문 시민기자 모집·운영
  - 자 격 : 인터넷 및 PC사용이 가능하고, 기사작성 능력이 있는 시민 (연령, 학력, 성별 등의 제한 없음)
  - 역 할
    - 시정관련사항, 지역소식, 시민생활 전반에 관한 사항을 현장 취재 하여 정보 제공
  - 활동방법
    - 서울사랑 커뮤니티 '시민기자클럽'에서 활동
    - 기사쓰기와 의견 개진은 자율적으로 하되, 인터넷신문에 게재된 기사에 한해 원고료 지급
- 소요예산 : 77백만원

## 2. 고급 영상콘텐츠 제작·보급

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

### 제작개요

- 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 정규방송 프로그램 편성 추진 및 CATV방송(30개사)과 해외 교민방송(21개사) 등을 통한 시정 홍보
- 서울시내 옥외 전광판 및 지하철 PDP 등 송출
- 서울홍보관, 청계천홍보관, DMC 홍보관 등 서울시 홍보관 방영
- 서울 및 수도권 극장·각종 국제회의 및 세미나·서울시 관련 행사·기타 다중이용 장소에 방영

### 소요예산 : 283백만원

### 3. SCN(청내방송) 운영

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

사업기간 : 1996. 9. 1 ~ 계속

오디오방송 : 1일 90분 방송

- 아침방송(20분, 08:40~09:00) : ‘우리부서 이런일이’, 음악, 영어회화
- 낮 방송(60분, 12:00~13:00) : 생생시사클리, 세상돋보기, 시정동향, 음악 등
- 저녁방송(10분, 18:00~18:10) : 일과 마무리 및 음악방송

SCN 홈페이지 운영

- 홈페이지 내 방송 프로그램 청취 가능
- Fun Fun English e-test 실시(연6회)
- Fun Fun English CD 제작(연1회 / 500부 내외)
- 청취자 만족도 전자설문(연1회)

청내방송 프로그램 개편

- 점심방송 (금) 리포터 코너 <문화가 있는 쉼터> 신설
  - 주요내용 : 한 주간 문화가 소식(공연·영화·신간도서·레저)
- 아침방송 (금) 코너 <Fun Fun English> 프로그램 콘텐츠추가
  - 주요내용 : “팝송 잉글리쉬”, “외국인 전화 응대법” 등
- 아침방송 (금) 기획 코너 추가
  - 주요내용 : 도서·영화·동아리 탐방 등
- 점심방송 코너 프로그램 진행자 교체
  - 생생 시사클리(월), 세상 돋보기(수)

소요예산 : 81백만원

## 4. 전광판 및 지하철 영상시설 활용 시정홍보

- 주요 가로에 설치돼 있는 전광판을 통한 지속적인 영상표출로 시정 홍보 확대
- 유동인구가 많은 지하철 역사 내에 설치된 PDP 등 뉴미디어를 활용하여 홍보효과 제고
- 다양한 시민의 정보욕구에 신속히 대처함으로써 홍보효과를 극대화

### 현 황

- 전광판 : 총 54개소 (31개 업체 운영)
- PDP : 총 180화면 (44개 역사 내 위치)
  - metro : 30개 역사 120화면
  - 도시철도공사 : 14개 역사 60화면
- 멀티비전 : 총 20곳(2호선 16개 역사)
- 프로젝터 : 총 80개(도시철도공사 28개 역사)
- LCD : 총1,900화면 (세종문화회관 공연장 좌석부착LCD)

### 주요 추진사항

- 새로운 영상매체를 활용한 홍보수단의 다양화로 시정홍보 효과 제고
- 사업부서의 홍보 요청자료에 대한 적기 홍보
- 전광판 및 PDP/LCD 등을 공익 홍보매체로 적극 활용

### 소요예산 : 71백만원

### Ⅲ

## 타겟별 기획홍보 추진

### 1. 일반시민 대상 시정홍보 (월간 『서울사랑』 )

- 서울시정과 시민생활에 유익한 생활정보를 알기 쉽고 재미나게 제작, 시민과 함께하는 홍보지의 기능을 갖추는 월간 매거진 형태의 홍보지를 발간
- 개인 및 다중집합장소에 배부하여 시정홍보의 효과를 높이고자 함

#### 사업개요

- 발행주기 : 월 1회(매월 1일자 발행)
- 발행부수 : 월 80,000부 ※ 형식 - 52면, 컬러 국배판
- 배부대상 : 국내외 개인구독자, 전국각급학교, 교육기관, 공공기관, 도서관, 법인 및 단체 등

#### 주요내용

- 테마기획, 연중기획, 서울의 문화, 생활정보, 주요시정 정보, 해외 리포트 등

#### 추진방법

- 매월 1회 기획편집회의 개최 전월호 발간 평가 및 다음호 발간주제 심의 선정
- 기획편집 전문업체 용역(년간 계약)
- DM 발송업체 계약에 의해 우송

#### 소요예산 : 922백만원



## 2. 어린이신문 「내친구 서울」 발행

- 미래의 서울을 이끌어 갈 어린이에게 서울의 역사·문화 및 서울시정에 관한 정보 등을 매월 제공하므로
- 어린이와 그의 가족이 시정에 참여하는 계기로 삼아 서울의 대한 사랑과 고향의식 고취

### 사업개요

- 발행주기 : 월 1회, 년 10회 (방학기간 2·8월 휴간)
- 형 식 : 타블로이드판, 전면칼라
- 면 수 : 8면
- 발행부수 : 월 507천부
- 배 부 처 : 561개 초등학교 및 20개 특수학교  
※ (3~6학년 어린이 1인 1부 배부)

### 주요내용

- 서울시에서 하는 일, 서울 속으로, 가족과 함께, 만나고 싶은 사람, 어린이 공연 전시 및 도서안내 등

### 추진방법

- 매월 1회 기획편집회의 개최, 전월호 발간 평가 및 다음호 주제 선정
- 기획편집 전문업체 용역, 운송업체에 의해 택배우송
- 5월 5일 어린이 백일장 개최
- 어린이기자 모집 운영

### 소요예산 : 425백만원

### 3. 점자 「서울사랑」 발행

- 시정정보를 접할 기회가 적은 시각장애인들에게 시정을 보다 폭넓고 올바르게 알려 일상생활에 편리를 도모하고
- 중도실명자의 증가에 따라 점자해독능력이 부족한 시각장애인을 위해 녹음 도서를 점자도서와 병행 발행하여 시각장애인들의 도움을 주고 시정홍보를 다각화 하고자 함

#### □ 사업개요

- 발행시기 : 매월 15일
  - 기획안 확정 : 전월 29일 - 원고마감 : 5일
  - 기획 및 편집교정 : 7일 - 인쇄 및 제본 : 14일
  - 우편발송 : 15일
- 발행부수 : 월 3천부 (점자도서 2천부, 녹음도서 1천부)
- 발행형식
  - 점자도서 : 80면, 4×6배판
  - 녹음도서 : 일반용 오디오테이프 90분용
- 배 부 처 : 시각장애인 관련기관, 시각장애인 세대 등

#### □ 주요내용

- 칼럼 · 수필 · 서울이야기 · 생활정보 · 문화현장 등

#### □ 추진방법

- 수필 · 칼럼 외부 전문가 의뢰, 시정등 기타사항은 취재 기사작성
- 편집 및 점자인쇄 전문 업체 제작, 개별 우송

#### □ 소요예산 : 97백만원

## 4. 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

- 운영시간 : 09:00~18:00
- 사업내용
  - 서울홍보관 방문 활성화
  - 서울홍보관 환경개선 및 시설장비 유지보수
  - 청사계단·홍보관·효자동사랑방에 시정홍보사진 전시
- 소요예산 : 120백만원(서울홍보관 80,000천원, 사진전시 40,000천원)

### □ 열린마당

- 운영시간 : 07:30~21:00
- 주요 사업내용
  - 열린마당 모니터(LCD,PDP)를 활용한 정보 전달
  - 서울시 관련 뉴스를 송출하여 양질의 정보제공 및 시정홍보
- 소요예산 : 74백만원

### □ 하이서울 북스토어

- 운영시간 : 09:00~20:00
- 사업내용
  - 서울시 및 산하단체 출판 모든 간행물 판매
  - 서울 관련 모든 간행물로 판매대상 확대
  - 하이서울 공동브랜드사업과 관련 우수관광기념품 등을 판매
- 소요예산 : 12백만원

## 5. 시정홍보를 위한 민간채널 활용

- 민간홍보채널 활용을 통한 시정홍보 다양화
- 홍보환경의 변화에 따른 뉴미디어 채널 홍보 확대 필요
- 시민의 다양한 욕구의 충족을 위한 전략적 홍보 플랫폼 구축

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2005. 8 ~ 계속
- 주요내용
  - 민간채널(인터넷 등)의 특성에 맞는 홍보 플랫폼 구축
    - 민간 웹사이트 제휴를 통한 웹마케팅 추진 등
  - 시정홍보를 위한 공동캠페인, 이벤트 추진
    - 시민의 적극적인 참여를 유도하기 위한 온라인 이벤트 추진
  - 유·무선 인터넷 채널을 활용한 시정홍보
    - DMB, 이동통신 등 뉴미디어를 활용한 홍보강화

### □ 추진방법

- 기 구축된 홍보 플랫폼 운영 및 지속적인 구축 확대
  - 중소 포털 및 전문 포털사이트 활용 홍보플랫폼 구축 확대
- 엔터테인먼트 서비스를 활용한 시정홍보
  - 온라인게임, 모바일게임, 멀티미디어 콘텐츠 등을 활용
- New Media 매체 활용 시정홍보 강화
  - 「u-시정홍보」 : DMB채널, 이동통신 채널 등의 매체를 활용

### □ 소요예산 : 300백만원

## 6. 서울사랑 커뮤니티 활성화

- 주요시책 커뮤니티 활성화를 통한 서울사랑의식 확산
- 시민 주도형 커뮤니티 육성을 통한 자발적 시정 참여 강화
- 시민과의 자유로운 커뮤니케이션 창구 역할 수행

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2003. 9. 1 ~ 계속
- 명 칭 : 「서울사랑 커뮤니티」 (<http://club.seoul.go.kr>)
- 주요내용
  - 시책사업, 시정참여, 각종 행사관련 시민 커뮤니티 개설 운영
  - 커뮤니티 활성화 추진
    - 시책관련 커뮤니티 중점 육성
    - 민간기업과의 커뮤니티 운영 제휴
    - 커뮤니티 운영 활성화를 위한 인센티브 및 이벤트 추진
    - 시정정보, 자료제공 등을 통한 적극적인 회원관리
  - 커뮤니티 on-off line 활동 지원
    - 관련기관·시설 이용 협조
    - 행·재정적 지원

### □ 추진방법

- 민간기업과 제휴를 통한 관련 콘텐츠 확보 및 이벤트 진행
- 시민단체(NGO)/자원봉사/문화시책 관련 커뮤니티 중심으로 개설 및 활성화 지원 집중(시민협력과 등 관련 부서 연계)
- 불법/미운영 커뮤니티에 대한 주기적인 모니터링 강화
- 사용자 편의, 효율적인 정보노출을 위한 기능개선(메인개편 등)

### □ 소요예산 : 32백만원

## IV

# 서울 비전 해외홍보 강화

## 1. 외국 언론 등을 통한 서울 해외 마케팅

외국의 영향력 있는 언론매체 및 서울주재 외신기자 등을 대상으로  
우리시를 적극적으로 홍보·마케팅

### 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1 ~ 12월
- 주요내용
  - 미디어 홍보 및 기사게재
  - 서울 주재 외신기자 등을 대상으로 시정(현장 Tour)설명회
  - 해외 언론사 대상 Press Tour
  - 해외언론 모니터링

### 추진방법

- 해외 언론과 인터뷰 및 서울주재 외신기자에 대한 서울시 뉴스레터 정기적 발송 등을 통한 시정 홍보
- 외신기자용 가이드 북 제작·배부(서울시 연락처, 서울관련정보 수록)
- 주요시책에 대한 시정설명회, Press Tour 정례화, 신임기자 오리엔테이션 투어 실시
- 다국어 뉴스 검색 프로그램 개발 및 활용

### 소요예산 : 200백만원

## 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

- 운영개시 : 영문('96.7월), 중문간체·일문('01.2월), 중문번체('05.2월)  
※ 다국어 뉴스사이트 : 불어('05.11월), 스페인어('05.11월)
- 주요내용
  - 외국인에게 필요한 서울관련 다양한 정보 제공
  - 웹로그 분석을 통한 전략적 콘텐츠 관리
  - 쌍방향커뮤니케이션을 위한 각종 외국인참여 프로그램 운영

### □ 추진방법

- 주요시책, 산업경제, 문화관광, 거주관련 콘텐츠 실시간 제공
- 서울시지도·버스노선검색 서비스 및 월간 특집기획콘텐츠 제공
- 청계천홈페이지 운영 : 영어, 일어, 중국어 간체·번체(4개언어)
- 웹로그 프로그램 정기적인 분석을 통한 홈페이지 이용자 현황 파악
- 게시판 운영 : 서울Q&A, E-pal, 구인구직 등(오류접수게시판 신설)
- 월간 이메일 뉴스레터 발송(해외오피니언리더 등 5천명)
- 오류찾기 대회 및 청계천복원 1주년 기념이벤트 개최
- 유관기관 홈페이지와 배너교환 및 웹페이지 링크 구축
- 해외 검색엔진에 지속적 등록으로 검색결과 상위 랭킹 유지

### □ 소요예산 : 130백만원

### 3. 라이트박스 등 매체활용 전략적 서울 홍보·마케팅

그 동안 아시아지역에 집중되었던 매체활용 마케팅 대상지역을 유럽 등 세계각국으로 확대하고, 매체도 다양화하여 서울 홍보·마케팅 효과 극대화

#### □ 추진방향

- 홍보·마케팅 국내외 대상지역 대폭 확대
  - 기존 아시아권역에서 벗어나 유럽·미주 등 전 세계 각국으로 확대
    - ※ 금년도에는 '06 월드컵 개최국인 독일을 비롯한 유럽지역에 집중
  - 수도로서의 위상제고를 위해 국내주요도시 대상 서울홍보 확대
- IMC 마케팅으로 홍보·마케팅 수단의 최적 활용
  - 홍보매체를 기존 라이트박스에서 전광판·도심지광고·영상, 웹사이트 등 다양화
- 주요행사·이벤트 적극 활용 및 민간 등과 Co-Marketing 적극전개

#### □ 중점 홍보·마케팅 과제

- 자연친화적이고 인간적인 도시 서울 홍보와 함께 서울의 부정적 이미지 해소 (한류, IT 등 서울의 강점 적극 홍보)
- 새롭게 탄생한 청계천, 서울광장, 서울 숲 등 장소마케팅
- 서울 중국어 신포기 首爾 홍보·마케팅 등 현안사항



□ **추진방법 : 마케팅·종합광고 대행업체 선정**

- **대행기간** : 협약체결일로부터 1년
- **대행사 역할·업무범위**
  - 서울시 마케팅 비전 및 전략운영
  - 대상지역별 광고 전략수립 및 광고시안 제작
  - 광고 매체전략·매체계획수립, 매체구입
  - 광고 효과측정·분석 관련자문 및 서비스 등
  - 민간업체 및 유관기관과의 Co-Marketing 가능수단 및 사업 발굴
  - 온라인 마케팅, 스포츠·한류마케팅, 해외언론 대상 홍보
- **대행사 선정방법**
  - 종합 광고대행사로서 국내외 모든 종류의 매체구입·대행 가능한 업체로부터 제안서 접수
  - 대학교수·해당분야 전문가로 구성된 심사위원회에서 1,2차 제안서 평가하여 상위 3개 업체 선정
  - 최상위 업체와 협약체결, 결렬시 차 순위 업체와 협약

□ **소요예산 : 1,428백만원**

- **라이트박스 등 매체활용** : 1,308백만원
- **해외 홍보방송(아리랑 TV)** : 120백만원

□ **대행업체 선정일정**

- **제안안내 공고** : 2006. 1.18
- **사업설명회** : 2006. 1.24
- **제안서 접수** : 2006. 1.18
- **제안서 평가심의회(1/2차)** : 2006. 2.14/2.17
- **사업자 협약체결** : 2006. 2.22

## 4. 베니스 국제건축 비엔날레 전시회 참가

청계천 복원이 완료된 이후 복원된 청계천을 비롯한 주변지역과 서울 도심부에 대한 문화·사회·경제적인 변화와 발전상을 국제적으로 홍보

### □ 사업개요

- 전시기간 : 2006. 9 ~ 11월
- 장 소 : 이탈리아 베니스 자르디니 공원 인근
- 사업수행 : 국제전시 경험이 있는 기획 및 디자인 전문 용역업체
- 사업내용(전시내용)
  - 메인전시 : 청계천 복원사업
  - 사이드 전시 : 서울의 도시 프로젝트(뉴타운, 서울숲, DMC 등)

### □ 추진방안

- 전 시 : 2006년도 주제(도시의 변화와 미래상)에 맞게 서울의 전체적인 “도시의 상황들”로 전시범위가 확대되어 당초 편성예산 부족예상
- 대 책 : 가급적 편성예산 범위에서 추진하고, DMC, 뉴타운 등 관련부서 예산 및 기업체 협찬 등의 방안 검토

### □ 소요예산 : 400백만원

## 5. 해외 홍보 영상물 및 이미지 포스터 제작

세계문화유산과 청계천복원 등 전통과 현대가 어우러진 아시아 허브도시 서울의 매력을 해외에 널리 알리기 위한 영상물 및 이미지 포스터를 제작하여 다양한 방법으로 해외에 홍보 마케팅하여 서울 이미지와 브랜드 가치를 제고

### □ 제작개요

#### ○ 홍보영상물 및 CF

- 종 류 : 10분 내외 영상물 및 30초 CF
- 내 용 : 전통과 현대가 어우러진 친환경 문화도시 서울 비전과 영상
- 언 어 : 영어, 일어, 중국어 등
- 수 량 : 2종 5,000개

※ 베타캠, VHS, CD, DVD(NTSC 및 PAL 방식으로 제작)

#### ○ 서울 이미지 포스터

- 규 격 : 2절(대표 이미지 및 계절별 또는 시책별 이미지 등)
- 내 용 : 전통과 현대가 어우러진 친환경 문화도시 서울의 비전을 나타낼 수 있는 이미지 포스터
- 언 어 : 영어, 일어, 중국어 등 병기
- 수 량 : 5종 5,000매(순차별 제작 활용)

## □ 제작방법

- 홍보물 구성내용은 해외 홍보마케팅에 적합한 내용으로 전문가 감수 및 외국인 전문가의 자문으로 추진
  - ※ 기존 영상물과 차별된 외국인 전용(다국어) 홍보마케팅을 위한 자료로 제작
- 「2006년도 서울시 마케팅 종합광고」 대행업체의 영상물 CF, 포스터 일괄 제작 추진
  - ※ 우리시에서 제작후 선정된 종합광고 대행사에서 홍보마케팅 대행

## □ 활용계획

- 해외언론 등을 통한 방영(ex, 디스커버리, 아리랑 TV등)
- 해외 방송국 영상 자료 및 CF 등을 제공하여 방영추진
- 주요 국제공항 라이트 박스, 전광판, 영화제, 스키장 등 주요 행사장 매체를 통한 홍보마케팅 추진
- 외신기자 초청 시정설명회 및 방문 외국에게 제공
- 서울주재 대사관 및 문화원, 외국인학교 등에 배부
- 해외 서울관련 학교 및 도서관 비치자료로 활용
- 해외 이벤트 및 행사, 국제회의 유치 및 개최 지원 자료 활용
- 여행사 항공사 등을 통한 홍보물 방영 및 홍보물 비치·배부

## □ 소요예산 : 200백만원(홍보물 통합예산)

## 6. 서울이미지 해외홍보 방송

전통과 현대가 조화된 문화관광 도시와 역동적이고 친환경적인 도시로서의 서울 이미지를 해외전문 방송매체인 아리랑TV와의 공동마케팅을 통해 해외 및 국내거주 외국인에게 홍보·마케팅

### □ 자연 친화적인 도시 서울 특집 프로그램

- 제작기간 : 2006. 8~9월(2개월)
- 제작형식 : 1편(50분)
- 방영기간 : 2006.10~11월(2개월)
- 방영횟수 : 총1,200회(1편×4개채널×150회×2개월)
- 내 용 : 청계천 복원 1주년을 맞이하여 청계천 주변의 환경 변화 및 자연 친화적인 서울의 정책 등
- 소요예산 : 30백만원

### □ 서울이미지 해외 홍보물 제작·방영

- 제작기간 : 2006. 2~4월(3개월)
- 제작형식 : SPOT(FILM)/ 1편(30초)
- 방영기간 : 2006. 4~11(7개월)
- 방영횟수 : 총 4,200회 방영(1편×4개채널×150회×7개월)
- 소요예산 : 90백만원

### □ 추진방법

- 해외전문 채널인 아리랑TV를 통해 서울의 경제, 문화, 관광 등 효과적인 서울 마케팅을 위한 상호 교류협력체계 구축
- 상호 정보교류, 우호증진과 홍보강화를 위한 네트워크 활용

## 7. 한글명칭 외국어 표준화

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

### 사업개요

- 운영개시 : 영문표기사전('02.4월), 중문표기사전(구축중)
- 사업내용
  - 시정홍보책자, 간행물, 교통표지판 등에 대한 표기 정비 및 DB입력
  - 외국어표기 자문위원회 운영 : 정기 및 수시
  - 영문·중문표기사전 웹 사이트 운영 및 기능 보강 등

### 추진방법

- 영문표기사전 웹사이트 지속적 운영 관리
- 영문표기사전 커뮤니티 “묻고 답하기” 코너 운영
- 행정조직, 기관명 등 명칭에 대한 자문 및 DB 구축
- 중문표기사전 홈페이지 구축 및 기능보강
- 정부와 중국어 용어표기 표준화 사업 협력추진

### 소요예산 : 25백만원

## 8. 서울 중문 상표기 '서우얼' 홍보

중국정부의 '서우얼(首尔)' 공식사용결정에 따라 首尔 조기정착 및 서울의 브랜드 이미지 제고를 위해 首尔 홍보활동을 강화

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1~12월
- 사업내용
  - 단순한 首尔표기 홍보차원을 넘어 서울 브랜드 마케팅 차원에서 접근
  - 중국, 홍콩, 대만 등 한자사용 국가별·지역별 특색에 따른 홍보
  - 중국 관련단체 및 유관기관 등과 홍보협력체제 구축

### □ 추진방법

- 각종 매체를 활용한 홍보
  - 인터넷 : 온라인자매도시 결연, 검색포탈사이트와 네트워크 구축 등
  - 라디오 : 중국인민라디오방송 Radio SPOT 광고 및 조선어방송
  - 신 문 : 한국에서 발간되는 중문판 신문(한중일보 등)
  - 인쇄물 : 서울시 및 유관기관 중국어판 홍보물 활용 등
- 모니터제도 활용을 통한 표기오류수정 및 도시브랜드 이미지 조사
  - 중문홈페이지모니터 및 해외모니터·디카모니터·시정모니터 등
- 여론조사를 통한 首尔 브랜드 이미지 호감도 조사
- 국내 首尔표기 오류수정 및 협조 안내문 발송
- 서우얼 홍보자문위원회 운영을 통한 홍보전략 자문

### □ 소요예산 : 비예산

## 1. 서울 브랜드 관리

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

### □ 사업개요

- 서울 도시브랜드 육성을 위한 연구용역 추진
  - 연구기간 : 2005. 10월말~2006. 2(4개월)
  - 용역기관 : 서강대학교 영상대학원 커뮤니케이션 전략센터
  - 과업내용 : 도시브랜드 모델지수 개발 및 브랜드 전략 수립
- 서울시 각종 브랜드의 체계적인 운영관리 시스템 구축
  - 상징물(휘장, 브랜드 등) 무단 사용방지를 위한 조례 개정
    - 특허사무소와 협의 후 조례개정 추진
  - 우리시 캐릭터 「왕범이」 현대적 이미지로 리뉴얼 제작
- 서울브랜드 가치 평가·심사 의뢰 : (재)산업정책연구원 등
  - 2005년도 : 광역자치단체 부문(1위), 지역공동브랜드 부문(1위)
- Hi Seoul 브랜드 상품개발 및 공동마케팅
  - 서울산업통상진흥원, 홍익대 디자인 전문대학원

### □ 추진방법

- 휘장, 브랜드, 캐릭터 등 Hi Seoul 브랜드 관리기준 재정립
- 해외 홍보의 구체적 전략 수립을 위한 서울 브랜드 가치 평가
- 인터넷, 한류, e-sports 마케팅 등 새로운 마케팅 기회 적극 발굴

### □ 소요예산 : 50백만원



## 2. 서울연고 프로 스포츠클럽 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
  - 중·고교 농구골대 교체사업(16개 중·고교학교)
    - 프로농구구단 삼성썬더스와 50:50 비용부담
  - 길거리농구대회 개최
    - 참가대상 : 중·고교생을 대상으로 5~6명이 각 한팀으로 구성하여 참가
  - 플레이오프 진출 이벤트 및 직원 응원행사 등
  - 개막전 홍보(대형 현수막설치) 및 시구행사

### □ 추진방법

- 프로스포츠 서울 연고구단과 역할분담 공동마케팅
  - 구 단 : 경기장내 전광판, 구단 홈페이지 링크 마케팅, 선수 유니폼, 팬북, 입장권, 경기장 치어걸 등 Hi Seoul 활용
  - 서울시 : 전광판(51개소), 지하철 홍보판, 홈페이지 등 활용
- 다양한 경기 및 뮤직축제 등 이벤트 공동추진

### □ 소요예산 : 44백만원

### 3. Asian X-Game 개최

신세대 신종 스포츠인 X-Game을 통해 젊고 활력있는 서울의 이미지를 국내·외에 홍보하고자 제8회 Asian X-Game 공동개최

#### 대회개요

- 대회기간 : 2006.10월
- 개최장소 : 잠실 및 한강(실내체육관, 보조경기장, 한강뚝섬지구)
- 주요종목 : 6개 종목 11개 부분
  - ※ 인공암벽, 인라인스케이트, 묘기자전거, 오토바이, 스케이트 보드, 웨이크 보드
- 참가규모 : 선수단400여명, 기자단100여명 등
- 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

##### 【 서 울 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

#### 소요예산 : 71백만원

## 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

### 사업개요

- 추진기간 : 2006. 1~12월
- 사업내용
  - 하이서울 페스티벌 등 한류스타 참가 행사 활용 서울마케팅
  - 한류스타 참가 행사시 팬미팅, 팬사인회 등 행사지원(홍보물 제공 등)
  - 여행사, 서울시, 관광공사 공동으로 한류 상품개발 및 현지언론 대상 홍보추진
  - 해외대상 관광설명회·전시회 등에 한류스타 관련 기념품 제공

### 추진방법

- 한국관광공사, 여행업협회 등 세부사업추진 협의
- 여행사 등과 공동마케팅 추진
  - 홍보부스 운영, 현지 언론 등 활용 홍보

### 소요예산 : 120백만원

## 5. 서울거주 외국인 지원 마케팅

외국인이 생활하기 편한 도시로서의 서울의 긍정적 이미지를 확산하고 서울시민으로서의 연대감 고취

### □ 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1~12월
- 사업내용
  - 외국인을 대상으로 수필부문에 대한 서울이야기 공모
  - 영문잡지 「Seoul」 발행(76면 내외, 15,000부/월)
  - 서울거주 외국인 참여행사에 후원 등을 통한 서울 홍보

### □ 추진방법

#### 〈서울이야기 공모전〉

- 공모대상 : 외국인
- 형식(언어) : 수필(영어, 일어, 중국어)
- 사업내용 : 공모(홍보), 접수, 심사 및 시상, 작품집 발간·배포

#### 〈영문잡지 SEOUL 발행〉

- 제 호 : 「SEOUL」 (월간지, 매월 25일)
- 발행부수(면) : 월 15,000부(76면)
- 발행방법 : 우리시와 민간업체간 공동발간-(주)서울셀렉션
- 주요독자 : 주한외국인, 각국대사관, 외국인 단체, 호텔 등

#### 〈외국인 참여행사 지원〉

- 지원대상 : 서울거주 외국인 참여행사 활용 마케팅
- 지원규모 : 년10백만원(총5회,1회 2백만원)

### □ 소요예산 : 145백만원

## 6. 사이버 게임 활용 Hi Seoul 홍보

21세기 디지털 콘텐츠의 중심인 게임 이벤트를 활용하여 세계 최고의 Digital 중심도시 서울 이미지 홍보와 함께 게임산업 진흥에 기여

### □ 사업개요

#### 【e-월드컵 대회】

- 개최시기(장소) : 2006. 5월중(서울시청 광장)
- 참가규모 : 월드컵 참가국 160여명 선수, 관람객 10만명(예상)
  - 2006년 독일월드컵 출전국 16개국의 게임 매니아들이 참여
- 대회진행 : 독일 월드컵 대진표와 동일한 사이버 축구(FIFA 06) e-월드컵 진행

#### 【기타 게임 이벤트】

- 게임 페스티벌
  - 게임종목 : 스타크레프트, 도시시뮬레이션 게임 등
  - 추진방법 : 디지털 대학교, MBC게임, 기획사 등과 공동개최
- 게임음악회
  - 행사내용 : 게임에 사용되는 음악을 청소년과 함께하는 행사
  - 추진방법 : 게임음악회 주관사인 디지털 타임즈와 공동개최

### □ 추진방법

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

### □ 소요예산 : 70백만원

## 7. 문화이벤트를 통한 서울 브랜드 홍보

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

### 세계 B-Boy 댄스 대회

- 대회기간 : 2006. 2.10~2.11
- 장 소 : 올림픽공원 역도경기장
- 주 최 : BOF, Communication ON
- 후 원 : 서울특별시
- 대회방법
  - 국내예선 : 국내 댄스팀의 경연을 통하여 4개팀 선발
  - 세계대회 : 세계 최고급 8개팀을 초청하여 국내 4개팀과 댄스 경연대회를 실시
- 지원내용 : 후원명칭사용, 서울시 보유매체 활용 대회 홍보 등
- 개최결과
  - 규 모 : 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

### 2006년 한류문화 페스티벌

- 기 간 : 2006. 4.25 ~ 5.25(1개월간)
- 장 소 : 상암 임시주차장(예정)
- 주 최 : 드림빌엔터테인먼트
- 진 행 : 국내 최고의 가수들이 1일 릴레이 콘서트 진행
- 지원내용 : 장소 대관 및 페스티벌 안내, 홍보 협조

### 소요예산 : 비예산

## 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 : 강남구 삼성동 무역센터 빌딩 2205호 (사무국장, 직원 등 5명)
- 회원사 : 코엑스, 호텔, 협회, 기관 등 42개사
- 주요사업
  - 컨벤션 서울 유치·개최 지원 및 해외 마케팅 활동
  - 컨벤션 관련 데이터베이스 구축, 인력개발, 인터넷 포탈 구축 사업
  - 관련 국내외 기관·단체와의 네트워크 구축 및 산학연 협력사업 추진 등

### □ 추진방법

- 사업 및 운영재원 확대
  - 서울시 컨벤션 유치·개최 지원 업무협약 체결 및 운영비 지원
  - 서울시 사업의 일부를 서울컨벤션뷰로에 위탁 등 자체 수익모델 발굴
  - 서울시 및 관련기관, 회원사 등 사무국 인력 파견 확대(4명→7명)
- 컨벤션 유치 및 개최 지원 사업 확대
  - 컨벤션 지원 대상 선정, 지원 및 컨벤션 유치 해외 마케팅
- 컨벤션 관련 국내외 기관·단체 등 네트워크 구축
  - 산학연 협력사업 추진, Target Mailing, 국제기구 참가 등
  - 국내 컨벤션뷰로간 협의체 구성 및 연계사업 추진

### □ 소요예산 : 225백만원(국고 1억 포함)

## 2. 컨벤션 유치 · 개최 지원

서울 브랜드 홍보, 지역경제 활성화를 위해 학회, 단체, 기관 등이 컨벤션 서울 유치를 지원하여 컨벤션의 유치 및 개최 건수 증대

### □ 사업개요

- 컨벤션 서울 유치 및 개최 지원 목표
  - 2010년 150건 개최로 세계 5위권 도약 (UIA 기준)
- 서울시 정책방향, 이미지와 연계한 특성화된 컨벤션 유치 지원
  - 서울시 전략산업 및 비즈니스 중점 도시 지향을 위한 컨벤션 집중 유치 지원 (애니메이션, 게임, IT, 금융, 패션 등)
  - 유력 국제기구 및 박람회 등을 활용한 해외 유치 마케팅 활성화
  - 기업회의 및 국제기구 본부 서울 유치 적극 추진

### □ 추진방법

- 컨벤션 유치 및 개최지원 대상 선정
  - 학회, 단체, 업체, 기관 등을 대상으로 컨벤션 유치 지원 설명회 개최
  - 세부기준은 유치타당성조사 및 전문가 그룹 조사 등을 통해 수립
  - 선정 기준 등 지원계획 및 신청절차 공고 (지원신청 : 연 1~2회)
- 국제회의 유치 및 개최 지원내용

가	
· , PT	
· Site Inspection	
·	
· , Hi! Seoul	

- 컨벤션 외국인 참가자를 대상으로 한 홍보마케팅 강화
  - 홍보부스 및 운영요원 지원, 문화공연 및 홍보물 지원 등
- 컨벤션 참가자의 관광 촉진을 위한 서비스 확충
  - 강남-도심간 연계 교통 인프라 확충, 컨벤션참가자를 위한 카드 개발 등

### □ 소요예산 : 21백만원



### 3. 컨벤션산업 경쟁력 강화기반 마련

21세기 지식형 고부가가치 산업인 컨벤션산업의 활성화를 위해 컨벤션 관련 산학연 협력체계를 구축하고, 컨벤션 데이터베이스 및 인터넷 포탈시스템 기반 구축, 관련 법제도 개선추진

#### □ 사업개요

- 산학연 협력체계 구축
  - 컨벤션 관련 대학, 연구기관, 유관기관 및 관련업체간 협력체를 구성하고, 공동 협력사업 개발 및 추진
- 컨벤션 인터넷 포탈 기반 구축
  - 컨벤션 관련 통계 등 데이터베이스 구축 및 활용
  - 인터넷 제공 서비스 확대
    - Target Mailing, 컨벤션 웹진서비스 제공으로 컨벤션 유치 활성화
    - 자원봉사자 관리 및 컨벤션에 활용, 컨벤션 D/B 구축 등
- 관련 법·제도 개선
  - 컨벤션·전시센터의 지역경제 기여도 및 공공적 성격을 감안, 해외의 지원사례를 참고, 지방세 등에 있어 조세 감면 등 추진
  - 컨벤션산업을 서울시 전략산업으로 지정·육성 등

#### □ 추진방법

- 서울시 컨벤션 산학연 협력사업 추진
  - 지원대상 : 서울 컨벤션 산학연 컨소시엄(경희대 등 17개 단체)
  - 지원사업 : 컨벤션 e-Portal 기반 구축, 인력 양성 등 5개 사업
  - 지원내용 : 5년간 (2005~2009) 20억원 지원 예정
- 중앙정부 및 유관 기관 등과 협력체계 구축 및 협의 추진
- 컨벤션센터 부속토지 분리과세 시행에 따른 조세감면분 일부 서울컨벤션뷰로 지원

□ **소요예산 : 400백만원**(서울시 산학연 협력사업지원)

## VII

# 시민과 함께하는 시정

## 1. 시정 여론조사

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

### 사업개요

- 사업기간 : 2006. 1 ~ 12월
- 사업내용 : 주요 시책사업에 대한 신속한 시민의견수렴 및 시책반영
- 실시건수 : 정책조사 자문단 선정주제 및 긴급주제 등 총 30건 내외
- 조사방법 : 면접, 전화, ARS, 인터넷, 심층집단면접(FGD) 등

### 추진방법

- 「정책조사자문단」을 활성화하여 주요 시책에 대한 이슈 개발 및 시기별 전략적 조사 수행
- 주요 정책방향에 대한 적극적 리서치 제안 및 정책에 적극 반영

### 소요예산 : 171백만원

## 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
- 위촉인원 : 1,000명
  - 시정 800명, 디카 100명, 해외 50명, 대학생 정책 모니터 50명
- 모니터별 추진내용
  - 시정모니터 : 시정 관련 자유의견 및 지정과제 부여, 의견 수렴
  - 현장모니터 : 시정모니터 중 50명을 별도 선발, 시정관련 과제별 주요 현장모니터링 실시
  - 디카모니터 : 시민불편사항 등 디지털 카메라를 이용, 의견 제출
  - 해외모니터 : 서울거주 경험 있는 외국인 또는 현지 교민 등을 대상으로 선진도시의 우수사례를 모니터링
  - 대학생 정책 모니터 : 대학생을 대상으로 서울마케팅 관련 정책 아이디어를 공모 및 시정에 활용

### □ 추진방법

- 지정과제 및 현장모니터 주제 각 실·국에서 제출받아 연간 모니터링 계획 수립, 실시
- 인터넷 홈페이지 운영·의견접수 후 주관부서에 통보하여 시정 반영

### □ 소요예산 : 137백만원

## VIII

# 청계천 장소 마케팅

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

### □ 추진방향

- 도시패러다임의 대변혁과 연계한 해외 마케팅 전개
- 사회개혁을 통해 세계가 주목한 '신한류의 탄생'계기 브랜드 가치증대
- 이벤트성을 지양하고 일상적인 '문화' '환경' 재생프로젝트 지속 추진

### □ 청계천 시장조사 및 분석

- 외래관광객 수요예측 및 포지셔닝 설정
  - 2005년 추정 : 24만명(10.1~12.31)
    - 602만명(한국방문, 기간중158만명)×80%(서울방문)×19%(청계천방문)
    - ※ 한국관광공사 통계 및 청계천방문은 2005서울시 서베이 자료
  - 2006년 전망 : 93만명~186만명
    - 2005년 청계천 방문률(19%) 적용시 : 93만명
    - ※ 방문경험 : 615만명(한국방문)×80%(서울방문)×19%(청계천방문)
    - 청계천 인지도 증가로 인한 방문률 2배 이상 증가 예상 : 186만명

### 2005서울관광 외국인 서베이 결과

- 조사기간 : 2005.11.14~12.23
- 대 상 : 외국인관광객 472명 및 가이드 25명(일본, 중국권, 영어권)
- 방 법 : 인천국제공항에서 면접조사 및 FGD
- 주요내용(청계천 관련)
  - 인지도 29.7% (일본어권 29.8%, 중국어권 22.3%, 영어권 37%)
  - 방문경험 19.1% (일본어권 15.5%, 중국어권 21.6%, 영어권 20%)
  - 만족도 77.8%, 방문자 주변추천 의향 72.2%

## □ 추진방법

### ○ 외래관광객 대상 마케팅 전략[멕킨지 제안]

- 연고시장(Affinity Market) 등 활용 타겟 마케팅
  - 해외거주 교포 : 한국인교회, 현지 한국신문, 한인회 관련 웹사이트, 어학원 등 교육기관 활용(고향에 대한 향수 자극)
  - 컨벤션 참석자 : SCVB, 호텔 컨벤션 전문지 등 활용(매력 포인터 개발)
  - 학술 또는 행정 목적의 방문자 : 관련세미나, Business School Case Study 활용(인프라 및 생태계 벤치마킹)
  - 일반관광객 (호기심 유발 등)
    - ▷ 인지도가 상대적으로 낮은 중국어권 홍보·마케팅 강화
      - ※ 한류 및 首爾 마케팅 연계
    - ▷ 한류 활용(특히, 중·일어권 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 : 5개국 8개도시(중국,일본,독일,오스트리아,스위스)
  - 국내 : 공항(인천,김포,김해,제주), KTX(부산,동대구,광주,대전 등)
  - 도심 광고시 다양한 매체 적극 활용

### ○ 베니스 건축비엔날레에 청계천복원사업을 메인전시로 참가

### ○ 방송매체를 통한 해외 홍보·마케팅

- Discovery사의 청계천 다큐 방송 및 DVD제작 활용
  - 재방송 추진 : 아시아 지역(싱가포르 지역본부와 협의 중)
    - ※ 아시아 및 유럽 방영기간 '05.10.22~10.29(Vignette 10.10~11.6)
- 아리랑TV를 통한 청계천 해외홍보
  - 청계천 영상물 제작 방영 : 2006. 4~11(7개월), 총 1,400회
    - ※ 2005.12.28 첫방송(3분 11편 내외)
  - 디스커버리 방영 청계천 다큐멘터리 방송 : '06.2.20~2.21(5회)  
(국내 2.20 23:00/2.21 15:00, World 2.20 01:00,10:00,17:00)

### ○ 기타 청계천 기념품 개발 및 판매 활동 지속 전개

- 기념품 확대 : 흥대 디자인 반영 제작 및 캐릭터 기념품 개발
- 판매점 확충 : 3곳 → 15곳(주변식당, 편의점 카페 등 연차 확대)