



主要懸案業務報告

2005. 5

弘報企劃官

目 次

□ 일 반 현 황

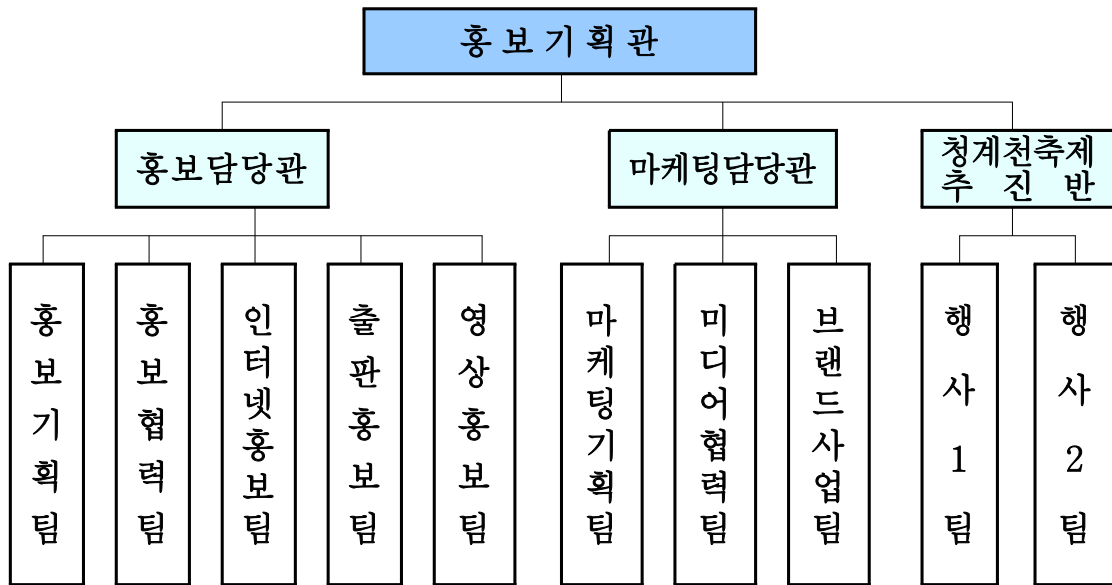
□ 정 책 의 체 계 도

□ 예 산 및 집 행 현 황

□ 주 요 업 무 내 용

조직 현황

□ 기 구 - 1관 2담당관 1추진반

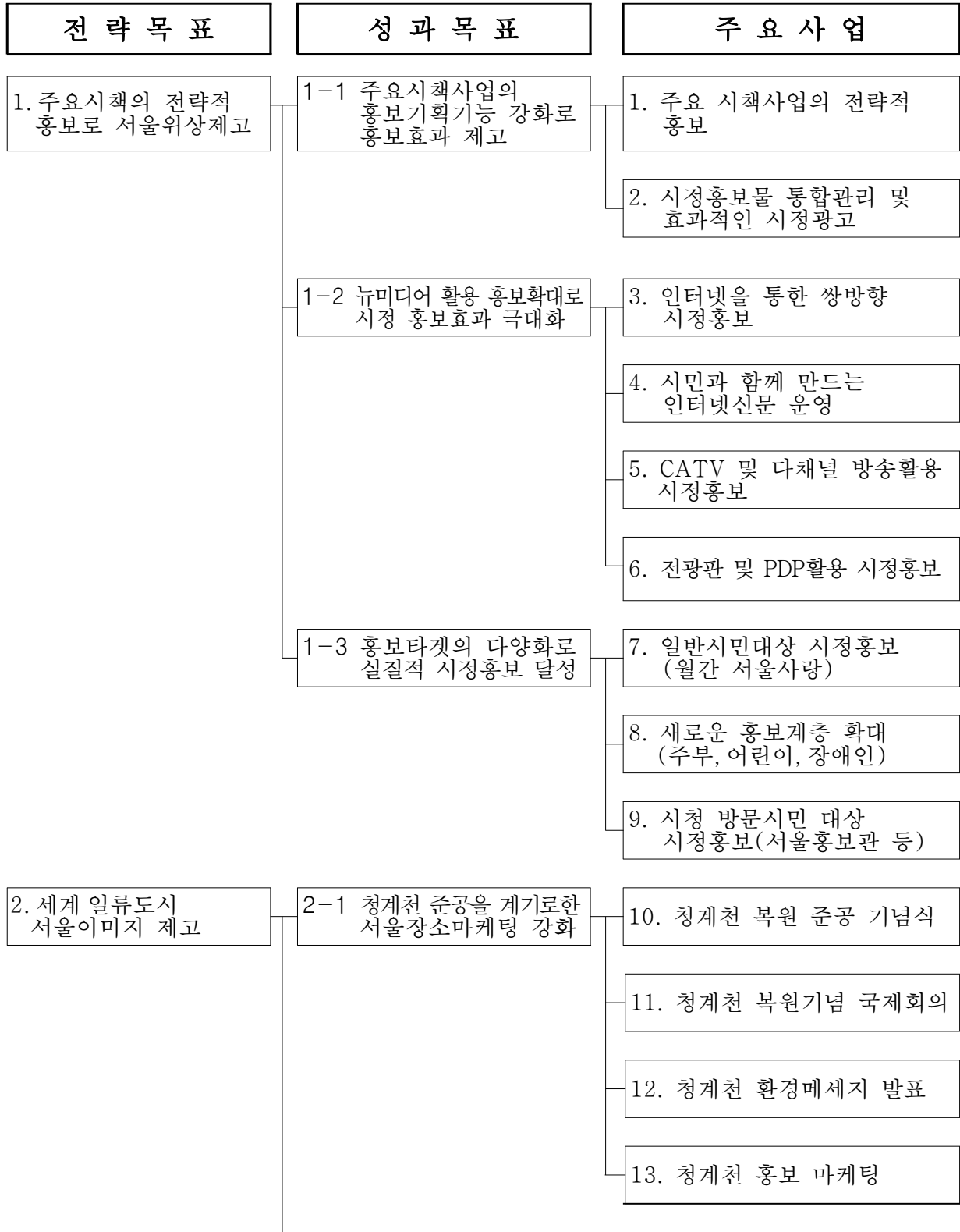


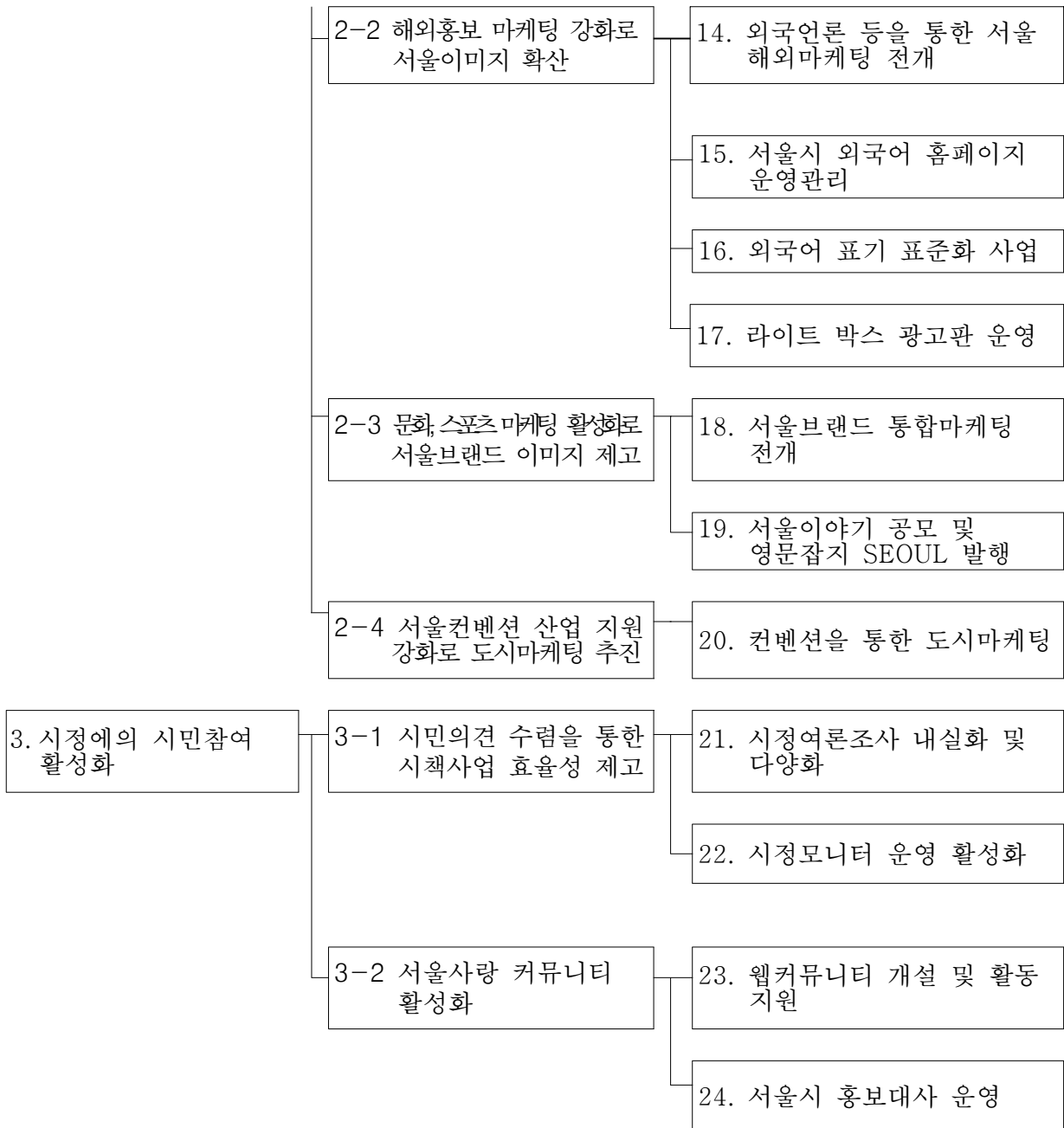
□ 인 력 - 80명 (정원 : 77명)

2005. 5. 20 현재

구 분	총계	일 반 직					별 정 직				기능직	계약직
		소계	3급	4급	5급	6급 이하	소계	3급	5급	6급 이하		
현 원	80	43	1	3	8	31	3		1	2	12	22
홍보담당관	47	19	1	1	3	14	3		1	2	11	14
마케팅담당관	21	12	1	1	3	8					1	8
청 계 천 추진반	12	12		1	2	9						

정책의 체계도





2005년 사업별 예산 및 집행현황

(단위 : 천원)

전략목표 및 주요사업	2005년 예산액	집행액 (5.18현재)	집행률 (%)
총 계	12,494,844	3,523,518	28.20%
소 계(사업비)	8,193,956	1,876,601	22.90%
1. 주요시책의 전략적 홍보로 서울위상 제고	4,714,568	1,277,300	27.09%
시정홍보 사진전시	40,600	7,180	17.68%
시정홍보물 제작 통합관리	1,500,000	278,769	18.58%
언론매체를 통한 시정광고	988,665	240,890	24.37%
시정 홍보영상물 제작	198,495	84,188	42.41%
하이서울 북스토어운영	14,450	3,225	22.32%
서울특별시보발간	102,741	51,024	49.66%
인터넷을 통한 쌍방향 시정홍보	194,420	41,662	21.43%
전광판 및 지하철 영상시설활용 시정홍보	72,200	22,936	31.77%
서울시청 방송운영	86,670	23,840	27.51%
시정종합 홍보지 "서울사랑" 발간	859,823	313,271	36.43%
서울홍보관 및 열린마당 모니터 운영	168,440	18,365	10.90%
시각장애인을 위한 점자 서울사랑 발간	101,415	29,406	29.00%
어린이 신문 "내친구서울" 발간	386,649	162,544	42.04%
2. 세계일류도시 서울이미지 제고	3,177,000	531,352	16.72%
청계천복원준공기념식	970,000	-	0.00%
청계천 환경 메세지 발표	160,000	-	0.00%
청계천 홍보마케팅	170,000	5,700	3.35%
서울시 외국어 홈페이지 운영관리	130,000	17,313	13.32%
외국어 표기 표준화사업	20,000	96	0.48%
외국언론등을 통한 서울 해외마케팅 전개	140,000	12,163	8.69%
라이트박스 광고판 운영	885,000	237,494	26.84%
서울이야기 공모 및 영문잡지 SEOUL발행	179,000	100,749	56.28%
서울브랜드 통합마케팅 전개	220,000	9,837	4.47%
컨벤션을 통한 도시마케팅	303,000	148,000	48.84%
3. 시정에의 시민참여 활성화	302,388	67,949	22.47%
시정여론조사 내실화	143,740	24,267	16.88%
시정모니터 운영 활성화	111,848	19,682	17.60%
서울시 홍보대사운영	46,800	24,000	51.28%
일 반 회 계	4,300,888	1,646,917	38.29%
인건비	3,441,649	1,304,844	37.91%
기본경비	859,239	342,073	39.81%

주요 현안 보고순서

- 주요 시책에 대한 적극적 홍보계획 6
- 청계천 복원기념행사 준비 7
- 청계천복원 준공 홍보계획 9
- 청계천 명소화 마케팅 10
- 민간 포털사이트를 활용한 시정홍보 12
- 지하철 광고시설 활용 주요시책홍보 확대 14
- 서울 환경도시 다큐 영상물 제작 15
- 서울 브랜드마케팅 추진 16
- 서울 컨벤션 산업 육성·지원 17

주요 시책에 대한 적극적 홍보기획

시에서 추진하는 주요사업들이 시민들의 관심을 유도하고 시민참여를 촉발하여 시정홍보시 효과성을 제고하기 위한 적극적 기획 홍보 전개

□ 추진실적

- 주요시책에 대한 언론사와의 공동캠페인 전개
 - 언론사에서 주요시책에 대한 공동사업추진 등 프로모션 전개
 - 청계천문화가꾸기 (한국일보) 하이서울장학금 (국민일보), 서울사랑나눔미 (동아일보), 문화서울창조 (문화일보) 등
- 무가지신문을 활용한 시정홍보 강화
 - 지하철내에서 시민들에게 반응이 좋은 무가지 신문사에 시정 기사를 정기적으로 게재
 - 굿모닝서울에 매일 고정면 확보하여 시정홍보추진 (2005.1.17일 부터)
- 「홍보대책회의」 운영을 통한 전략홍보 추진
 - 홍보가 요구되는 사업에 대한 홍보전략, 홍보시기 등 조정
 - 시 자체 홍보매체 활용과 언론홍보계획 등을 검토하여 체계적·계획적으로 시정 홍보

□ 향후계획

- 언론기관과의 지속적인 협의를 통하여 주요시책사업이 시민들에게 친근하게 다가갈 수 있는 홍보활동 전개
- 고정면이 확보되지 않은 무가지 신문사와도 협의를 통하여 생활정보 위주의 시정홍보기사가 게재될 수 있도록 협의 강화

청계천 복원기념행사 준비

청계천 복원사업 완공을 계기로 청계천을 서울의 랜드마크화하고
친환경 문화도시로 다시 태어나는 서울을 국내외에 선포

□ 추진방향

- 시민참여 극대화를 통하여 시민이 중심이 되는 행사 개최
- 청계천에 대한 세계인의 관심과 서울의 위상을 높일 수 있는 품격있는 행사 추진

□ 행사개요

- 일시 : 2005. 10. 1(토) ~ 10. 3(월) <9.30 전야제>
- 장소 : 청계광장 및 청계천변 일대
- 주요내용
 - 청계천 복원기념식
 - 서울세계도시시장포럼 및 투자환경설명회
 - 문화·전시행사 등
 - 복원기념 축하음악회, 청계천 전통문화 재현행사, 청계천거리예술공연
 - 청계천 옛모습 사진전, 청계천문화관 개관전시회, 시립미술관 기획전시회
 - 청계천 시민걷기대회, 청계천 마라톤대회 등

□ 추진실적

- 청계천 복원기념식 행사실행계획 수립
 - 한국의 전통의식을 가미한 의미있고 짜임새있는 프로그램 구성 (합수제, 통수제 등)
 - 시민들이 직접 참여하고 즐길 수 있는 행사로 준비 (시민퍼레이드, 축하공연 등)

- 세계도시시장포럼(SWMF2005) 준비
 - 해외도시 시장 초청진행 : 초청장 발송, 포럼 안내책자 및 Newsletter 제작
 - 국제기구 후원 추진 : UNEP, UCLG, METROPOLIS
- 문화청계천 조성 추진(문화재단 협조)
 - 청계천을 3개의 테마존(역사, 문화, 자연)으로 구분, ‘열린문화의 장’으로 포지셔닝
 - 청계천 민속놀이 재현 및 거리예술 공연(Busker), 청계천 수변 무대 패션쇼 등
- 문화·전시행사의 총괄조정 및 지원
 - 청계천 전통놀이 재현행사 및 민속놀이 체험행사, 청계천 수변 무대 공연 및 패션쇼 등 : 행사내용 구성 및 행사일시 조정
 - 언론사와 행사 공동캠페인 추진
 - 청계천 자원봉사자 모집, 청계천 시민걷기대회, 마라톤 대회 등
- 시민참여 확대를 위한 사전홍보 실시
 - 청계천축제 홈페이지 제작·운영(2005.4.1)
 - 홈페이지 주소 : <http://cgcfestival.seoul.go.kr>
 - 주요내용 : 기념행사 행사구성, SWMF2005, 투자환경설명회, 시민소망담기 행사 등 안내
 - 시민소망담기 행사 실시
 - 거북이마라톤, 하이서울페스티벌 등 행사시 접수부스 운영 (2005. 5. 20현재 24,000매 접수)
 - 향후 희망의 다리 조형물 제작후 청계천문화관 전시

□ 향후 추진계획

- 분야별 행사실행계획 수립 : 2005. 5 - 6월
- 행사 사전준비 및 홍보물 제작 : 2005. 7 - 8월
- 행사 최종리허설 : 2005. 9월

청계천복원 준공 홍보계획

청계천복원 사업 준공이 오는 10월로 다가옴에 따라 청계천 대역사의 성공적인 완공을 축하하는 분위기를 조성하기 위하여 준공전 종합적이고 체계적인 홍보를 추진하고자 함

□ 기본방향

- 청계천복원 이후 변화되는 청계천 주변 환경 등을 위주로 하고 준공 기념식 등 행사 병행 홍보
- TV, 신문, 출판물, 인터넷 등 다양한 홍보매체 활용으로 시너지효과 극대화
- 청계천복원 현장투어 등 시민참여 프로그램을 통한 현장 홍보 및 분야별, 계기별 이벤트 개최 등 단계별 홍보

□ 세부홍보계획

- 동영상(CF) 제작·방영
 - 제작 : 15초, 20초, 30초 CF (2005.6월초 제작완료 : 제작기간 1개월)
 - 방영 : 시중극장(57개소), TV서울, 전광판(54개소), 지하철 역사(PDP, 멀티비전 등), 전동차 LCD, CATV 등
- 시청후면 및 지하철 와이드칼라 활용 홍보
 - ※ 시청후면 1면, 지하철 역사내 20면 이상
- 홍보용 인쇄물 제작
 - 포스터, 리플렛, 홍보브로슈어, 프로그램지 등
 - 제작언어 : 한글판, 영문판
- 시 자체 매체 최대 활용
 - 교통방송(TV서울, 라디오), 인터넷방송, 하이서울뉴스, 서울사랑 등
- 베너기, 홍보탑, 육교현황, 대형통천 등 환경장식물

청계천 명소화 마케팅

청계천 복원과 더불어 청계천 다리를 도시명물로 만듦으로써 시민의 친근성을 높이고, 청계천 복원 공사 등 딱딱한 이미지에 문학적인 이미지와 기념우표첩 발행 등을 통하여 새로운 명소임을 홍보

□ 사업개요

- 청계천 다리를 소재로한 소설 제작
 - 제 작 : 2005. 9월(11편 11,000권)
 - 내 용 : 중편소설(편당250p, 200자 원고지 700매 내외)
 - 방 법 : 한국소설가협회와 협약으로 추진
 - 소요예산 : 165백만원
- 八石潭 명소화 마케팅
 - 추진기간 : 2005. 1~5월
 - 사업내용 : 八石潭위에서 “동전을 던지며 소원을 빌면 그 뜻이 이루어진다” 는 이야기를 부여하여 명소 마케팅
 - ※ 팔석담 : 청계광장 내 우리나라 지도모양의 연못 조성
- 청계천복원 기념우표 및 엽서 제작
 - 사업기간 : 2005. 5~8월
 - 사업내용
 - 제작방법 : 비예산 사업으로 전문제작업체와 협약으로 추진
 - ※ 브랜드사용료 판매액의 4% 징수 세입조치
 - 기념엽서 발행 : 2005. 5월
 - ※ 엽서 5매 1세트, 한글, 영어 병기, 2,500원, 1차 1만 세트
 - 우표첩발행 : 2005. 8월
 - ※ 40P, 우표 37매, 총 3만권, 한글, 영어, 일어 49천원/권

□ 추진실적

- 청계천 소설
 - 한국소설가협회와 협약
 - 청계천 다리에 대한 집필소설가 11명 선정
 - 소설 11편 줄거리 확정 및 청계천 애니메이션 제작 자료제공
- 八石潭 명소화 마케팅
 - 八石潭 석재원산지 11개 시·군의 자료수집
 - 평안·함경·황해도 자료 수집을 위한 서한문 전달
 - 민족화해협력 범국민 협의회를 통해 북한의 협조 요청
 - 북한접촉 2회 (4. 1일 개성, 4. 26일 금강산, 3차~5월말 예정)
- 청계천복원 기념우표 및 엽서 제작
 - 기념우표 전문 업체와 협약 체결(비예산)
 - 청계천 과거·미래, 서울 문화 등의 기념엽서 발행(20,000세트)

□ 향후계획

- 청계천 소설 출판 : 2005. 9(도서출판 다시) 11,000권
- 『八石潭』 스토리가 널리 구전될 수 있도록 적극 홍보
 - 리플릿 제작(팔석담 스토리, 소설, 애니메이션 내용 포함)
- 기념 우표칩 홍보·판매
 - 홍보(서울시) : 전광판, 서울잡지 등 서울시 홍보매체 활용
 - 판매(제작업체) : 자체 판매망, 홍보관, 하이서울북스토어 등
 - 브랜드 사용료 징수 (판매금액의 4%) 세입조치

민간 포털사이트를 활용한 시정홍보

다수의 네티즌이 활동하는 민간 포털사이트를 활용한 주요 시책의 효율적인 홍보와 다양한 시정정보 및 서비스를 제공함으로써 시민의 시정에 대한 관심증대와 참여를 극대화 함

□ 추진방향

- 민간 포털사이트와 전략적인 제휴를 통하여 최소비용으로 추진
- 서울시 홈페이지(www.seoul.go.kr) 콘텐츠 활용
 - 포털 사이트 검색페이지에 시정홍보 관련 배너 노출
 - 하이서울뉴스, 서울사랑, 내친구서울, TV서울, 교통정보 등 콘텐츠 제휴 및 노출
 - 시책사업, 시정참여, 각종행사관련 정보 노출 확대

□ 추진실적

- 파란닷컴(www.paran.com - KTH)과 MOU 체결: 2005.5월
 - 검색서비스 관련 서울시 콘텐츠 노출 확대
 - ※ 키워드등록, 검색결과 페이지 요약 정보 및 배너 제공
 - 전용 섹션을 구성하여 서울시 콘텐츠를 시민에게 제공
 - ※ 하이서울뉴스, 서울사랑, TV서울 등
- 하이서울 페스티벌 온라인 홍보 및 마케팅
 - 포털사이트 회원 대상 공지(홍보) 메일 발송 : 3,190,042통(엠파스)
 - SMS(모바일 문자메세지)전송 : 60만명(KTF의 수도권 20대 고객)
 - ※ 통상 타겟메일발송은 30원/통 , SMS는 30원/건(명) 상당의 비용이 소요되나 비예산으로 추진

○ 민간포털사이트의 쌍방향 커뮤니케이션 도구 활용 홍보

- 과(홍보담당관) 블로그 운영

· 운영사이트 : 네이버, 엠파스

· 방문자 통계 : 네이버 - 총 151,093명(약800여명/일)

엠파스 - 총 74,777명(약300여명/일)

· 운영내용 : 주요시책홍보, 시정참여유도, 각종 행사정보 제공 등

※ 엠파스에 본청 및 산하 기관중 총 56개 기관 블로그 운영중(2005.5월 기준)

- 하이서울 페스티벌 미니홈피 운영

· 운영사이트 : 싸이월드 미니홈피(명칭: 서울마니아)

· 운영기간 : 4월20 ~ 5월10일(21일)

· 방문자 통계 : 총 9,716명(약460여명/일)

· 운영내용 : 축제 관련 각종 행사정보 제공, 시민참여유도 등

※ 페스티벌 미니홈피는 향후 서울시 대표 미니홈피로 전환하여 쌍방향 커뮤니케이션 도구로 적극 활용 예정

□ 향후계획

○ 지속적인 포털사이트(대형, 전문)와의 제휴 확대 추진

○ 커뮤니케이션(모바일 등), 커뮤니티(미니홈피 등) 시정 홍보 도구의 확대로 대시민 홍보효과 극대화

○ 청계천 복원 기념축제(10월)와 관련하여 민간포털사이트와의 온·오프라인 통합 마케팅 공동 추진

지하철 광고시설 활용 주요시책홍보 확대

우리시 역점시책을 효과적으로 홍보하기 위해 유동인구가 많은 지하철과 역사내 유휴 광고판을 활용하여 적극적 시정 홍보를 추진하고자 함

□ 지하철 광고매체별 확대 현황

- 전동차 모서리형 광고 : 10,904면 ⇒ 11,824면 (920면 증면)
 - ※ 도시철도공사 6호선(656면) 및 8호선(264면) 증면
- 역사내 와이드칼라형 광고 : 28면 ⇒ 78면 (50면 증면)
 - ※ 지하철공사 역사내(1~4호선) 50면 증면

□ 매체별 확대 홍보사항

- 전동차 모서리형 광고
 - 승용차요일제, 남산공원 차량통행 제한, 아시안 X-Game 등
- 역사내 와이드칼라형 광고
 - 하이서울페스티벌, 서울한자표기, TV서울, 서울사랑, 승용차요일제, 하이서울 공동브랜드사업

□ 향후 계획

- 양 지하철공사와 협의하여 전동차 모서리 광고, 와이드칼라 광고 등 지하철 시설을 이용한 시정홍보 수단을 지속적으로 확대
- 관련 기관별 역할 분담으로 체계적인 유지관리를 통한 주요시책의 시의 적절한 홍보 및 서울시 이미지 제고

서울 환경도시 다큐 영상물 제작

서울의 투자 환경·DMC·관광·문화유산 등을 담은 단편 홍보 영상물(Vignette)과 대표적인 친환경 도시정책사례인 청계천사업을 다큐 영상물로 제작하여 국내외 홍보하고자 함

□ 추진방향

- Discovery社 등을 통해 단편홍보 영상물 및 친환경 시책을 다룬 영상물 제작
- 제작된 영상물을 Discovery社의 글로벌 네트워크, 국정홍보처 KBS 등을 통해 방영 추진

□ 제작계획

- 제작기간 : 2005.1 ~ 10월
- 제작·방송 일정
 - 제작 : 2005.1~9월
 - Vignette(30초) : 서울의 투자환경, DMC, 관광, 문화 유산 등
 - Dacu영상(30분) : 청계천 복원 등 친환경 시책을 담은 다큐 형식
 - 방송 : 2005.10월 이후
 - Discovery社 글로벌 네트워크를 통해 방영 : 아시아, 유럽 등
 - 국정홍보처(해외홍보원)를 통한 해외 홍보

□ 향후계획

- 2005. 3-9월 : 다큐 및 Vignette 제작(Vignette은 사전 순차 홍보)
- 2005. 10월: 본 방송 방영(다큐멘터리)

서울 브랜드마케팅 추진

신세대 스포츠인 Asian X-Game 개최지원과 국내·외 대학생들이 참여하는 문화원정대 국토순례단 행사를 지원하여 젊고 활력있는 서울의 이미지를 국내외 홍보하고자 함

□ Asian X-Game 추진

- 주 최 : ESPN Star Sports, 서울특별시
 - ※ 공동개최 협약체결 : 2005. 2
- 대회기간 : 2005.5.26 ~ 5.29(4일간)
- 개최장소 : 잠실 및 한강 (실내체육관,보조경기장, 미사리조정경기장)
- 규 모 : 선수단 300여명, 기자단 100여명, 관람객 20만명
- 주요종목 : 6개 종목 11개 부분
 - 인공암벽, 인라인스케이트, 모기자전거, 오토바이, 스케이트 보드, 웨이크 보드
- 기대효과 : 세계 스포츠방송망을 통한 이미지 홍보
 - 경기 70시간 방영 및 Beauty Shot 제작방영
- 지원사항 : Beauty Shot 제작지원, 경기장 무료대관, 교통편의 제공 등

□ 문화원정대 국토순례단 행사 지원

- 기 간 : 2005. 6.24(목)~7.20(수) (26박 27일)
- 참가인원 : 국내외 대학생 128명 (남 64, 여 64)
- 주 최 : (주)엔씨소프트
- 주 관 : 세계탐험협회 (대표 : 산악인 박영석)
- 후 원 : 서울시, 동아일보, SBS
- 행사구간 : 포항 → 남해안 → 목포 (총 730 KM)
 - ※ 포항출발(6.26)→울산→부산→진해→마산→광양→보성→해남→목포
- 지원사항
 - 발대식 지원 (※ 서울광장, 2005.6.25)
 - Hi Seoul기 및 Hi Seoul 로고부착 타올 제작·지원

서울 컨벤션 산업 육성 · 지원

21세기 고부가가치 산업인 서울 컨벤션산업을 육성하기 위해 국제회의 전담조직을 중심으로 국제회의 유치·개최 지원 및 컨벤션 관련 산·학·연 협력사업을 추진하고 있음

□ 추진실적

○ (사)서울컨벤션뷰로 설립 및 운영 지원

- 출범식 개최 (관련시설·기관·업계 등 20개 회원사 네트워크 구축)
- 서울 컨벤션산업 발전을 위한 세미나 개최(2. 28, 코엑스)
- 홈페이지(www.seoulcvb.org) 및 홍보물 제작(Visitors' Guide 등 3종 3만부)

※ 문화관광부 법인설립 인가 및 국고(관광진흥기금) 지원(총70백만원)

○ 국제회의의 서울 유치 및 개최 지원

- '서울시국제회의산업육성에 관한 조례' 세부시행규칙 제정공포(2.17)
- 국제회의의 서울 유치 및 개최 지원 (유치지원 15건, 개최지원 12건)
- '서울컨벤션협의회' 개최 (실무회의 등 총4회 개최 및 수시 자문)

※ 문광부 '국제회의산업육성위원회' 서울시 위촉(정부부시장, 12.31)

○ 서울시 컨벤션산업발전 협력체계 구축을 위한 협정 조인식

- 관련대학, 연구기관, 기업체, 유관기관 등 25개 (2005.1,경희대)
- 컨벤션 산업발전 협력체계 구축을 위한 컨소시엄구성 운영 (2005.2)

□ 향후계획

- (사)서울컨벤션뷰로 운영 지원
 - 국제회의 유치·개최 지원 위탁 사업비 지원 (300백만원)
 - 행정지원 (사무국 직원 파견, 홍보물, 자원봉사자, 지지서한 등)
- 국제회의의 서울 유치 및 개최 지원
 - 국제회의의 서울 유치 및 개최 지원 (유치지원 30건, 개최지원 20건)
 - 컨벤션 관련 D/B 구축 및 관련 단체, 학회, 기관 등 협의
 - 국제회의의 도시 지정 신청 (문화관광부, 6월)
- 컨벤션 산학연 협력체계 지원
 - 2005년 산·학·연 협력사업 공모에 컨벤션 컨소시엄 공동 참여(6월)
 - 컨벤션 중장기 발전방안 검토 및 수립
 - 컨벤션 관련 대학, 연구기관, 유관기관 및 관련업체 참여 유도