

		시 민			
문서번호	소방행정과-17019	담당자	홍보교육팀장	소방행정과장	소방서장
결재일자	2014.11.4.	장영환	조규관	최송섭	11/04 박세식
공개여부	대시민공개	협 조	재난관리과장		김진웅
방침번호			예방과장		이영훈
			현장대응단장		이강석

황금시간 목표제 실현을 위한

2014. 불조심 강조의 달 추진계획



사전 검토항목

::: 해당사항이 없을 경우 '무 ■' 표시하시기 바랍니다.

검토항목	검 토 여 부 (■ 표시)
시 민 참 여 고 려 사 항	● 시 민 : 유 ■ (참여시민) 무 □
	● 이 해 당 사 자 : 유 □ () 무 ■
	● 전 문 가 : 유 □ () 무 ■
	● 옴 브 즈 만 : 유 □ () 무 ■
법 령 및 기 타 고 려 사 항	● 법 령 규 정 : 교통 □ 환경 □ 재해 □ 무 ■ 기타 □ () 무 □
	● 기 타 사 항 : 고용효과 □ 노동인지 □ 균형인지 □ 홍보 □ 취약계층 □ 성인지 □ 장애인 □ 디자인 □ 갈등발생 가능성 □ 유지관리 비용 □ 무 □
타 자 원 의 활 용	● 중 앙 부 처 : 유 □ () 무 ■
	● 민 간 단 체 : 유 □ () 무 ■
	● 기 업 : 유 □ () 무 ■
관 계 기 관 및 단 체 협 의	● 관 계 기 관 : 유 ■ (삼성역, 코엑스 등) 무 □
	● 민 간 단 체 : 유 □ () 무 ■
	● 시 산 하 기 관 : 유 □ () 무 ■

2014. 불조심 강조의 달 홍보 추진계획

화재가 많은 겨울철 황금시간 목표제 실현을 위해 11월 불조심 강조의 달을 지정·운영하여 대형 인명 및 재산피해를 예방하고자 함.

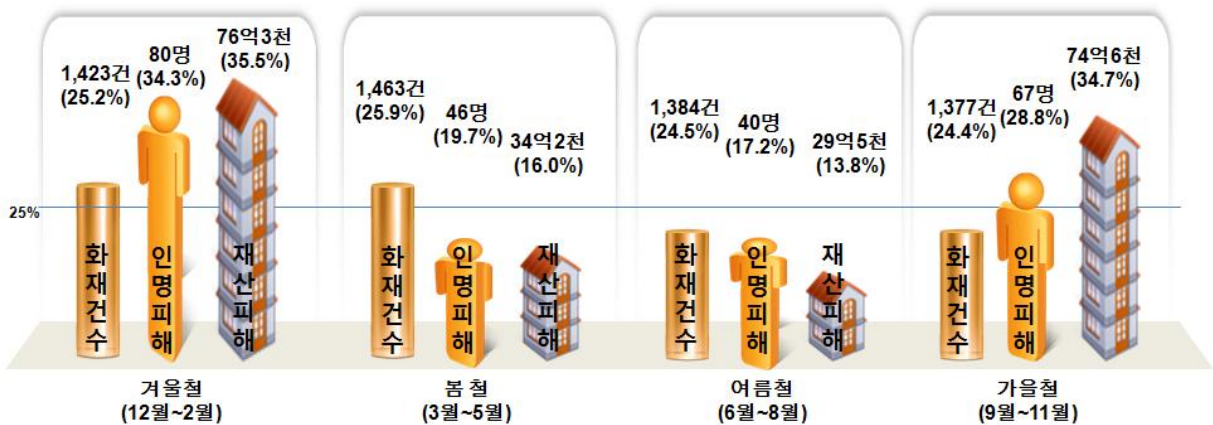
◎ 관련근거

- 가. 본부예방과-23248(2014.10.27.) 『2014년 겨울철 소방안전대책』
- 나. 본부예방과-23550(2014.10.30.) 『2014.불조심 강조의 달 추진계획』
- 다. 소방행정과-16809(2014.11.03.) 『2014.불조심강조의달 추진계획 알림』

I 추진배경

- 1980년부터 11월(1달간)을 불조심 강조의 달로 지정 운영(범정부차원 행사)
- 월동기간(11월~2월) 중 화재발생 건수 및 피해액 증가

※ 2013년 화재발생 현황



- 전년대비 겨울철 화재발생 건수는 비슷하게 나타나지만, 재산피해 액은 15% 증가(35억⇒76억)
- 특히 겨울철 인명피해는 전체 233명 중 80명으로 34.3% 차지

- 난방기구 사용 등 화재발생 빈도가 높은 겨울철 대비, 안전문화 조성 및 자율안전관리를 위한 예방역량강화 대책 필요
- 화재 황금시간 확보를 위한 시민들의 자발적 협조와 인식개선 필요

II

추진방향

중점 추진전략

I. 황금시간 집중 홍보를 통한 화재예방 분위기 조성

II. 안전정보 소외 계층 소방안전교육 기회 제공

III. 안전문화 환경조성을 위한 119 이벤트 추진

IV. 대형화재취약대상 화재예방 집중 관리

추진내용

- 현수막·CM송·포스터 활용 시청각 방화 환경 조성
- 언론매체, 전광판 등을 활용한 예방 홍보
- 황금시간 목표제 홍보 가두캠페인
- SNS 활용 실시간 소통
- 황금시간확보 스토리텔링 사례 발굴

- 안전취약계층 맞춤형 소방안전교육 집중 실시
- 원룸·고시원 밀집지역 화재예방 교육 집중 실시

- 계층별·연령별 다양한 안전이벤트 행사 추진
- 소방차 길터주기 퍼레이드 행사
- 다중장소에 생활안전 이동 홍보단 운영
- 소방안전 작품 공모전 및 전시회

- 자율안전 관리 강화를 위한 공한문 발송
- 현지적응훈련 등 소방훈련시 집중 홍보
- 예방·민원 업무시 자석스티커 활용 생활안전 홍보

대형 인명·재산 피해 예방

III

전년도 추진성과

- 2013년 불조심 강조의 달 홍보는 『화재! 5분 잡기』에 방향을 맞춰 생활안전 예방홍보에 중점을 두었으며,
- “심폐소생술로 목숨 구한 은인과의 만남” 스토리 발굴 홍보, “수능 수험생 이송대책” 시의성 있는 생활안전 홍보 “화상환자 통계분석” 언론 보도를 통해 “불조심 합시다” 라는 막연한 구호보다 시민이 체감할 수 있는 구체적인 소방 활동상, 예방정보를 제공
- 2013년도 불조심 강조의 달 홍보 추진결과

구분	중앙언론		지역언론		전광판		캠페인	이벤트	사진 전시회	세미나 간담회	배너 현수막	홍보물 제작
	방송	신문	방송	신문	영상	문자						
전체	64	14	21	57	62	99	157	180	76	69	284	55
강남	13	6	3	6	4	1	8	10	4	3	3	8

IV 세부추진계획

1 황금시간 집중 홍보를 통한 화재예방 분위기 조성

□ 현수막·CM송·포스터 활용 시청각 방화 환경 조성

○ 불조심 포스터 제작·보급(본부)

- 제작 : 포스터 2만부
- 부착 : 관공서 민원실 및 출입문, 지하철 등



○ CM송 활용 청각적 방화환경 조성

- 119, 본부·각서 사무실, 직원 핸드폰 통화 연결음 설정(22초)
- ※ 서울시웹하드/ 아이디어 seoulfire / 비밀번호 seoul119

<p>꼭! 확인하세요!</p> <p>멜로디 : 김민영 작곡 : 김민영</p> <p>불조심해요 - 불조심해요 - 확인하세요 - 확인했어요 - 다시요 - 불조심해요 - 세요 - Oh - 꼭! 확인했어요 - 세요 -</p>	<p>불 + 조심 = 행복</p> <p>강미미</p> <p>불조심 어려운 일 아니조우리의 작은 힘으로... 도맡아주세요 불조심 어려운 일 아니조우리의 작은 힘으로 행복하세요</p>	<p>Score 화재없는나라</p> <p>작사: 주라, 고종익</p> <p>Ca#2 CE F#D D#7 G7 F 화재가 없는 나라 우리가만든어요 행복한 가정 우리와 안전한 세상 우와 안전한 세상 우와 다함께 만들어주세요</p>
--	---	---

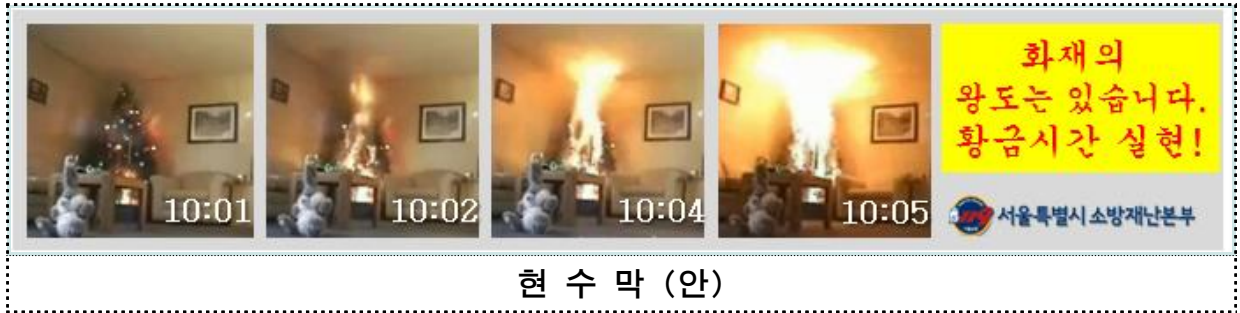
○ 지하철 인쇄 광고란을 활용한 단독경보형감지기 중요성 홍보(본부)

- 대상 : 4호선 지하철모서리 470개(1,000mm × 255mm)
- 홍보기간 : 2014. 11. 15 ~ 12. 14(1달간)
- 소요예산 : 1,581천원
- 디자인 : 500천원, 인쇄비 : 517천원, 부착비 564천원



○ 화재예방 표어·현수막·배너 등 제작[홍보교육팀]

- 11월 전국 불조심 현수막 배너 등 게시
- 현수막 : 관할구청 협의 지정장소 및 공공청사 부착 유도
- 세로 배너 : 모든 관공서 및 다중이용장소 등 부착 유도



□ 언론매체, 전광판 등을 활용한 예방 홍보 [홍보교육팀]

○ 교통방송 라디오 등 사건사고 관련 프로그램 홍보 추진

- 소방차 길터주기, 비상구 폐쇄 근절 등 시민 체감 통계와 함께 홍보
 - ▶ 각종 사건사고를 바탕으로 한 예방방법 및 대처요령 소개
 - ▶ 방송 송출 후 소방안전교육 자료로 활용

○ 황금시간 실현 소방차 길터주기 관련 영상제공

- 기 간 : 2014.11.01.~
- 매 체 : 강남케이블 방송 C&M
- 내 용 : 황금시간을 지키기 위한 소방차 길터주기 홍보 영상
- 방 법 : 29초 영화제 출품작 방영(중산고 2학년 한정우)

□ 황금시간 목표제 홍보 가두캠페인[전부서]

○ 일 시 : 2014. 11. 5.(수) 15:30~16:30

- 장 소 : 삼성역, 코엑스 주변
 - ※ 단지내 복합영화관, 백화점, 호텔등 다중장소 중점 홍보
- 대 상 : 내근 전직원, 의용소방대원, 유관기관 및 코엑스관계자
 - ▶ 관할구청, 경찰서, 기타 공공기관 등 동참 유도 후 합동실시

▶리플릿, 어깨띠, 현수막 등을 활용하여 관심 유발 및 직접 대면 홍보중점

○ **산불조심 캠페인 병행 실시(11.14 구룡마을 입구)**

겨울철 산악사고 방지를 위한 안전한 등산하기 홍보교육

○ 소방서에서 집중 실시할 가두 캠페인의 수단과 내용 다양화


- 소방차를 활용한 가두캠페인 : 화재예방, 교통사고 예방 등
- 주유소 등의 가두캠페인 : 1차량 1소화기 갖기, 주유중 엔진정지 등
- 백화점, 복합영화관 등 다중장소 : 화재예방, 비상구 확보, 에스컬레이터 등 안전저해요소 예방수칙(관계자와 합동실시)

□ **SNS 활용 실시간 소통 [홍보교육팀]**

○ 내 용 : 불조심 강조의 달 추진과정의 실시간 정보 공유 및 소통

○ 방 법 : 각 종 통계 데이터 및 사건사고 사례 중심의 진솔한 스토리텔링으로 시민의 이성보다는 감성을 자극

□ **황금시간확보 스토리텔링 사례 발굴[홍보교육팀]**

	<p>라면 끓이다 화재.. 아빠 기지가 아들 살렸다.</p>	<p>시민 초동조치의 중요성 부각, 평소 소방안전교육의 중요성 인식</p>
<p>보도</p>	<p>제목</p>	<p>효과</p>

○ 수범사례 발생시 본부 홍보팀 선보고(유선) 후 문서 보고 *6시간 이내

- 대 상 : 화재·구급·구조·생활안전 등 모든 소방활동

- 발굴(소방서), 언론사 제공(본부)

2 안전정보 소외계층 소방안전교육 기회 제공

□ **안전취약계층 맞춤형 소방안전교육 집중 실시(예방과, 홍보교육팀)**

○ 대 상 : 장애인, 노인, 저소득층, 다문화가정등 4대 취약계층

○ 방 법

- 관내 유관기관과 협조, 119 구급대 무료 건강검진, 예방프로

그럼, 감염·성희롱 예방교육 등 스스로를 돌볼수 있는 다양한 프로그램 운영

- 서별 실정에 맞도록 다양한 이벤트로 친절한 119 브랜드 가치 향상

□ 원룸·고시원 밀집지역 화재예방 교육 집중 실시(예방과,홍보교육팀)

- 대 상 : 쪽방, 고시원, 비닐하우스 등 주거취약계층 밀집지역
 - 원룸형 주택, 고시원등은 일용직 노동자, 독거노인등 취약계층의 주거지로 자리 잡음
- 내 용 : 장소별 특성에 맞는 소방시설, 피난법 및 CPR 소개등
- 방 법
 - 찾아가는 소방안전 이동홍보단 구성
 - 안전교육, 체험, 영상물등 각종 교육 기자재등으로 구성, 직접적 안전체험 기회 제공 및 화재대응능력 습득

3 안전문화 환경조성을 위한 119 이벤트 추진

□ 계층별·연령별 다양한 안전이벤트 행사 추진(홍보교육팀)

- 기 간 : 2014. 11.1 ~ 11.30 / 기간 중 1회 이상
- 방 법
 - 각 소방서별 어린이, 주부, 직장인 등으로 구분하여 이벤트 실시
 - 특히 직장내 CEO 등이 직접 참여할 수 있도록 배려
 - 가정 주부들의 경우 관할구청 및 주민자치센터와 협의 진행
- 주요내용
 - 어린이 : 119골든벨, 안전 O,X퀴즈대회, 그리기, 만들기 대회 등
 - 주 부 : 소화기, 옥내소화전, CPR, 기타 안전상식에 대한 교육
 - 직장인 : 캠페인, 소방시설 사용, 소화기, 간담회, 안전교육 실시 등

□ 소방차 길터주기 퍼레이드 행사(별도계획 수립)(**현장대응단**)

- 일 시 : 2014.11.17.(월)13:30~14:30
- 장 소 : 테헤란로 등 상습정체구역
- 내 용 : 황금시간을 지키기 위한 소방차 길터주기 퍼레이드

□ 백화점, 할인마트, 복합상영관 등 다중장소에 생활안전 이동 홍보단 운영(**홍보교육팀**)

- 기 간 : 2014. 11. 1 ~ 11. 30 기간 주1회 실시
 - 판매업소인 경우는 할인행사 등 기간을 활용, 많은 시민을 접촉할 수 있는 기간으로 탄력적 운영
- 내 용
 - 심폐소생술, 소화기 사용법, 건물 내 소방시설 관리요령, 생활 안전 수칙 등 홍보물 비치 및 교육
 - 시민생활 연관성을 찾아 시민이 공감가질 사항에 초점 맞춰 홍보

□ 제 24회 소방안전 작품 공모전 및 전시회(**본부**)

- 기 간 : 2014.11.10.(월) ~11.28(금) *3주간
- 장 소 : 서울시청 로비
- 전시작품 : 제24회 소방안전 작품 공모전 수상작 34점

※강남소방서 수상작

∴ 포스터 부문 대상(소화기는 우리의 히어로)

∴ 사진 부문 최우수상(거대한 화마 앞에서)



❖ 소방안전 작품공모전 개요

- 공모기간 : 2014. 9. 1 ~ 10. 10
- 심사작품 : 1,534점(사진535, 영상물44, 스토리텔링92, 포스터860)
- 수 상 작 : 34점(사진8, 영상물9, 스토리텔링8, 포스터9)

4 대형화재취약대상 화재예방 집중 관리

□ 자율안전 관리 강화를 위한 공한문 발송[예방과]

○ 현황 및 대상(2013년 12월 기준)

계(개소)	대형화재취약대상	다중이용업소	고층건물 (30층 이상)	공동주택
6,352	133	5,655	32	532

○ 내용

- 우수소방대상물 사례전파 및 자체안전관리 강화 당부
- 11월 불조심 강조의 달을 맞춰 자율화재 예방 시스템 강화와 각종 재난취약요인 자율점검
- 비상구 관리 강화와 소방차 접근로 방해시설 점검 등
- 대상 거주자 및 관리자에게 자율적인 자체교육·홍보 실시 요청 등

□ 현지적응훈련 등 소방훈련시 화재예방홍보[재난관리과]

- 특히 고층건물, 공동주택 등은 유사시 소방차 부서위치 등을 확인하고, 거주자 및 관리자들이 숙지할 수 있도록 안내
- 화재발생시 주민들이 소방차를 안내 할 수 있도록 적극적 홍보
- 소방차 길터주기, 소소심 등 주민들이 직접 실천할 수 있는 방향으로 홍보

□ 예방·민원 업무시 자석스티커 활용 생활안전 홍보[예방과]

- 방 법 : 소방특별조사, 비감리, 완비, 방염 등 민원업무시 배부
- 개 수 : 9,900개 (제작:본부)
- 규 격 : 9cm × 10cm



V

행정사항

1 부서별 공통 협조사항

- 자율적인 화재예방 및 생활안전 대책 수립(추진)
- “불조심 강조의 달”분위기 조성
 - 입간판, 옥 · 내외 전광판 광고 광고주, 관계기관에 협조
 - 포스터 및 표어 등 홍보물 부착토록 업무협조 방문기관, 우리서 방문 민원인, 특별소방검사 방문대상 관계자 지도

2 각 부서별 불조심 강조의 달 추진 철저

- 전 부서는 겨울철 소방안전대책과 연계하여 불조심 강조의 달 행사 적극 참여(추진)
- 재난관리과는 의용소방대원 행사동원 및 운영에 협조
- 행사기간 중 진행사항 관리 철저
 - 특수시책 추진사항 및 수범사례는 수시 보고 및 통보
 - 부서별 행사, 점검, 검사, 훈련 등 각종 대민활동 시 불조심 강조의 달 실적 관리
 - 관공서 사칭 소화기 · 단독경보형감지기 강매사례 없도록 적극 홍보
- 각종 훈련, 교육, 행사 시 안전사고 절대방지를 위한 책임자 지정
- 유관기관 협조체제 유지
 - 각 부서는 지역단체, 학교 등에 영상물 · 장비 · 강사지원 · 홍보물 제공 등 적극 지원
- 최종 추진실적 결과 보고 : 11. 30일 한 [붙임참조]