

인천의 꿈, 대한민국의 미래

2015 주요업무계획



2015. 1.

 인천광역시
<http://www.incheon.go.kr>
[대변인실]

목 차

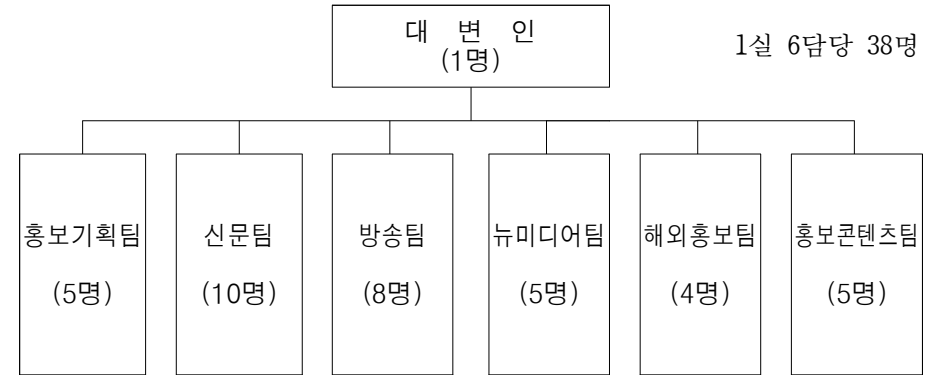
I. 일반 현황	2
II. 2014년 성과와 평가	5
III. 2015년 정책여건과 목표	10
IV. 주요업무 추진계획	17
○ 브랜드 정책과제	18
○ 대변인실 주요업무 추진계획	22

I. 일반현황

1 일반현황

(2015.1.1.현재)

□ 조 직



□ 정현원

(단위 : 명 / 2015.1.1.현재)

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급	8급	전문경력관 (나군)
정 원	34	1	6	8	15	2	2
현 원	38	1	5	9	18	3	2

* 임기제 9명 : 4급 1, 5급 1, 6급 1, 7급 6 / 공무원 : 4명

□ 예 산

(단위 : 천원)

구 분	2014년	2015년	내 역		
			인건비	물건비	사업예산
대변인실	10,977,526	7,561,412	3,852	7,398,560	159,000

* 사업예산 : 연구개발비(207), 304(경상이전)~800(예비비, 기타) 인건비 등 인사과 이체 (712,894천원)

주요 현황 및 통계

위원회 현황

(2014.12.19. 현재)

위원회명	설립일자	위원장	위원 수 (명)			비고
			계	당연직	위촉직	
간행물발간심의위원회	2000. 7.	기획관리실장	11	9	2	-

정기간행물 등록 현황

(2014.12.19. 현재)

계	일간	주간	잡지					인터넷신문	비고
			소계	월간	격월간	계간	연회간		
498	10	158	115	71	12	24	8	215	

출입언론 매체

(2014.12.19. 현재)

계	방송사				신문사			인터넷		
	소계	지상파 TV	케이블 TV	라디오	소계	중앙	지방	소계	중앙	지방
113개사	14	4	6	4	51	26	25	48	8	40

방송실 운영

(2014.12.19. 현재)

규모 (면적)	장비보유					인력
	계	ENG 카메라	HD 캠코더	HD디지털 VCR	녹화기	
179.82㎡	14	2	4	2	6	5명

Ⅱ. 2014년 성과와 평가

1 주요성과

- ◇ 2014. 인천아시아경기대회 및 장애인아시아경기대회와 민선 6기 출범에 따른 비전·슬로건 등 시정방향에 대한 홍보활동으로,
- ◇ 국제대회의 성공 개최 지원과 대시민 소통과 화합의 분위기 조성에 기여함.

□ 신문매체 보도 확대 및 보도지원 시스템 강화

- 보도자료 제공 : 2,332건(일반 2,308건, 기획 24건)
- 보도 모니터링(보도건수) : 16,272건, 해명자료 제공 : 50건
- 기자회견, 프레스투어, 설명회, 간담회, 인터뷰 실시 등 : 500여회
- 시정광고 : 55개사 220여건, 특집기획 홍보 : 300여건

□ 방송매체의 효율적 활용을 통한 시정 홍보 강화

- TV, 라디오 시정 홍보 캠페인 광고를 통한 지속적인 시정 홍보
 - 시정 및 아시안게임 등 23,561회(TV 15,280회, 라디오 8,281회)
- 주요 시정현안 방송 인터뷰와 대담을 통한 시정 홍보
 - 256회(TV 104회, 라디오 152회)
- 홍보프로그램 제작과 방송 송출을 통한 시정 홍보
 - 시정 홍보 시사교양프로그램(네트워크인천 등) 48편
 - 아시안게임 프로그램(인천스포츠 대기획, 게릴라 홍보단) 12편
- 주요 시정활동에 대한 영상자료 제공
 - 방송 영상 촬영 및 방송사 제공 778회

□ 외신 언론 인터뷰 및 프레스 투어 등 도시브랜드 홍보

- 유력 외신 언론 인터뷰를 통한 시정 홍보 : 10회
 - 중국, 일본, 홍콩 유력 언론 AG 및 시정 인터뷰 진행
- 외신 언론 Press-tour를 통한 시정 홍보
 - 중국 유력 방송사 CCTV 기획취재 : 송도국제도시 기획특집
 - ※ 2014. 3월 중국 현지 방송 방영
 - 서울 외신기자 클럽 Press-tour : AG 주경기장, IFEZ 홍보관

□ 대중교통 및 다중이용시설 등 옥내·외매체를 활용한 시정 홍보

- 대중교통수단 및 다중이용시설 활용 시정 홍보 : 20종 5,866개(면)
 - 대중 6종, 다중 11종, 옥상광고탑, 대형전광판, 야립빌보드
- 옥내·외매체 현장 확인 점검을 통한 매체별 최적 상태 관리
 - 상반기 2014.6.16.-6.19, 하반기 10.13.-10.14. 정기 및 수시 점검
- 시정 홍보 여론 조사 실시(2014.11.1.-11.10.), 매체 선호도 등 파악
 - ※ 2015년도 지역별, 대상별 맞춤형 홍보활동 계획수립 반영

□ 뉴미디어 매체를 활용한 다양한 홍보체계 구축

- 인천시 대표 블로그 및 SNS를 활용한 시정 홍보
 - 블로그 1,860회 트위터 424회 페이스북 347회
 - 시정 홍보 웹툰·픽툰 제작, AG·APG 특집 콘텐츠 제작 등
- 주요 포털사이트 및 인터넷 언론을 활용한 홍보 : 65회

□ 다양한 요구에 맞는 市 자체제작 미디어 운영

- 월간 시정소식지 「굿모닝인천」, 격월간 영문 잡지 「인천NOW」, 월간 다문화신문 「다사랑」 과 단행본(2종) 발간을 통해 시정소식 및 다양하고 유익한 정보 제공(5종 770,000부)
- 인터넷 방송(Mint TV)을 통한 영상콘텐츠(294편) 제공과 인터넷 신문(I-View)을 통한 인천의 숨은 이야기 발굴(주2회 연104회)



민선 6기 광고 시안, 카피(크루즈편)



민선 6기 캠페인(광고)영상물

② 평가 및 개선방향

□ 부정 및 왜곡 보도 최소화 지속 전개 필요

- 적극적인 취재 협조와 관련 부서 협의 및 정보공유 등 부정·왜곡 보도 최소화를 위한 공동대응
- 왜곡 보도 확산방지를 위한 신속한 조치와 정확성 확보 추진
- ☞ 왜곡보도에 대한 해명자료 제공과 정정보도 요구, 언론중재위 중재 정정·해명자료 메일링 리스트 지속 확대 관리

□ 시정소식의 방송취재 지원 강화 필요

- 현재 사건 사고 위주의 인천지역 방송뉴스에 대한 개선 필요
- ☞ 시정뉴스를 직접 제작하여 영상자료를 제공함으로써 인천 시정에 대한 노출 빈도 제고 필요
 - ※ 운영방법 : 인천광역시인터넷방송국(Mint-TV) 제작자료 활용
 - ※ 제공물량 : 주 2건(시정 뉴스), 방송팀과 Mint-TV 협의하여 시정 뉴스 기획 및 취재 촬영

□ 해외 현지 홍보 매체를 활용한 효과적인 마케팅 필요

- 한정된 예산 내에서 해외 매체를 통한 홍보는 광고 단가가 매우 높아 부득이 국내 영자지 위주로 매체 전략을 수립
- ☞ 해외홍보 방식의 다변화를 추구하여 중국을 타깃으로 현지 방송 및 인터넷 포털 등 접근성이 우수한 매체를 활용, 현지인들에게 직접 노출이 가능하도록 적극적인 홍보 추진

□ 전문기관을 통한 시정 홍보 여론조사와 홍보전략 자문 수렴

- 다양한 매체의 시정 홍보 활동과 관련하여, 대시민 또는 내국인 대상 주요 시정에 대한 인지도, 인지경로, 홍보매체 선호도 등 여론 조사시 현재는 자치행정모니터를 활용한 비전문 조사로,
- 대상이 시민으로 한정되어 내·외국인 대상 조사의 어려움과 설문 조사 결과의 정확도와 효과성이 다소 떨어지며, 해외 홍보 등 홍보 전략 관련 정보 및 전문지식 습득의 한계

- ☞ 여론조사 및 홍보 전문 컨설팅 예산 확보로 체계적이고 전략적인 홍보 계획 수립 추진

□ 자매우호도시 및 다문화가정에 대한 시정 홍보 확대 필요

- ‘인천의 꿈, 대한민국의 미래’ 비전 슬로건에 맞는 콘텐츠 개발, 시민과 함께하는 시정소식지 발간 배부
- 인천 자매우호도시, OCA 국가, 인천 거주 외국인에게 우리시 이미지 홍보와 다문화 정책 등 주요 시정 소개
- 2014 인천아시아경기대회, 장애인아시아경기대회 홍보를 위한 가이드북과 단행본 2종(화보집 ‘그대로 인천’, 아트북 형태 홍보 책자 ‘The Great Sailing’) 발간
- 2014 인천아시아경기대회와 장애인아시아경기대회 기간 중 관광객(내·외국인)에게 인천 홍보
- ☞ 계층별 맞춤형 매체 발간으로 다양한 시민들의 요구를 반영하며, 독자들의 콘텐츠 만족도 등 조사 필요



민선 6기 광고 시안, 카피(씨티타워편)

야립빌보드 활용 시정 홍보

Ⅲ. 2015년 정책여건과 목표

1 여건과 전망

□ 2015년 정책여건과 전망

- 2014년도는 인천 AG, APG 등 국제 행사 개최로 해외의 이목이 자연스럽게 인천에 집중되는 등 인천의 위상이 높아졌으나, 2015년도는 해외의 관심을 끌기 위한 이벤트가 상대적으로 부족
- ‘2015 세계 책의 수도 인천’ (개막일 2015.4.23.), ‘세계 교육 포럼’ (2015.5.19.-5.22. 송도 컨벤시아), ‘프레즈던츠컵’ (2015.10.6.-10.11) 등 국제 행사에 대한 집중적인 국내외 홍보를 통하여 국제도시로의 이미지를 굳게 다지고 성공적인 개최를 위하여 전략적인 홍보가 그 어느 해보다 절실히 요구되며,
- AG 이후, 민선 6기 ‘**풍요로운 시민의 삶**’, ‘**역동적인 세계도시**’, ‘**인천민의 가치창조**’, ‘**시민중심 시정실현**’의 4대 시정방침 실현을 위한 『강력한 재정개혁 추진』 등 핵심 사업이 본격 추진되는 바, 적극적인 시정 홍보로 시민의 이해를 돕고 시정 참여의 계기를 마련하여야 할 것임.
- 다만, 우리시의 재정여건으로 인하여 각 매체별로 홍보 예산이 감액 많은 제약과 한계로 시정 홍보가 위축될 우려가 있으나,
- 우리나라 최초의 경제자유구역과 세계 최고의 인천공항 등 인천만의 특색을 부각시키는 홍보로 투자 유치와 관광객 유인의 효과를 거둘 수 있는 바, 홍보 매체 대한 효과성 측정과, 저비용 고효율 홍보 활동을 위한 면밀하고도 계획성 있는 업무 추진이 요구됨.

2 정책목표

“시정의 시민 신뢰도 제고와 소통과 참여를 통한 새로운 인천 이미지 구현”

신문과 방송을 통한 신속·정확한 시정 홍보

- 1 보도율 제고를 위한 취재지원 강화
- 2 모니터링을 통한 왜곡, 부정 보도 최소화
- 3 TV, 라디오를 활용한 공익 시정 홍보 캠페인
- 4 주요 시정현안 방송 인터뷰 및 대담
- 5 홍보프로그램 제작 지원 및 시정 홍보 영상물 제작

인천의 도시브랜드 국내·외 마케팅

- 1 해외 유력 언론과 포털사이트 활용 홍보
- 2 유력 국제포럼 참가 시정 홍보
- 3 외국인(중국 관광객) 대상 시정 홍보
- 4 옥내외 매체 활용 지역 대상별 맞춤형 시정 홍보

뉴미디어, 인터넷의 쌍방향 시정 홍보

- 1 블로그 등 뉴미디어 매체를 활용한 다양한 콘텐츠 제작 홍보
- 2 인터넷 매체를 활용한 시정 홍보

세대·계층별 맞춤형 시정 홍보

- 1 시 자체 제작 간행물 발간 배부(오프라인)
- 5종 7건 간행물 발간 배부
- 2 인터넷 방송, 인터넷 신문 홍보(온라인)

IV. 2015년 주요업무 추진계획

브랜드 정책과제

① 외국인(중국 관광객) 대상 인천이미지 제고

② 시정뉴스 직접제작 방송홍보 강화

1 외국인(중국 관광객) 대상 인천 이미지 제고

- ◇ 외국인(중국인) 관광객 급증에 따른 인천의 이미지 제고와 관광 홍보 확대를 해외 관광객의 인천방문을 유인하고
- ◇ 2014 인천AG 이후 높아진 국제도시 인천의 위상을 지속 다지며 투자유치 촉진과 인지도 확대를 전개하고자 함.

□ 현 황

○ 최근 3년간 방한 중국 관광객 현황 (단위 : 명,%)

구 분	2013년	증감	2012년	증감	2011년	비 고
1월~12월	4,326,869	52.5%	2,836,892	27.8%	2,220,196	

※ 자료출처 : 한국관광공사 관광 R&D 센터(2014.1.29.)
2013년 제주 입도 중국 관광객 : 1,890,823명

□ 해외 유력 언론 매체 및 포털사이트 활용 홍보

- 중국 최대 포털사이트『Baidu』키워드 검색 광고 및 제휴사이트 배너 광고
 - 2,000여개 인천 관련 키워드 검색시 인천 중문홈페이지 연계
- 중국 주요언론 포털과 여행정보 매체(74개)에 인천 관련 기사 게재
 - 인천을 배경으로 한 영화, 드라마 등 인천의 관광 명소 소개
 - 홍보카피 : '인천에서는 당신도 영화속 주인공!'
- 이외, 휴가시즌 인천행 항공기 기내 광고 및 중국 유력 방송
 - 기내 동영상과 기내지 홍보, 인천 관광 등 다큐멘터리 제작 방영

□ 옥내외 매체 활용 중국 관광객 대상 시정 홍보

- 대중교통수단 및 다중이용시설 활용 시정 홍보 추진
 - 대중교통수단 : 공항리무진버스 외벽, 공항철도열차 액자, 제주 관광버스 외벽 및 시트커버 ⇨ 고정 부착식 홍보
 - 다중이용시설 : 대형 LED 전광판(서울 강남·명동, 제주도) 지하철 2호선 정보화면 ⇨ 영상물 표출
공항와이드칼라, 야립빌보드, 스크린 도어 ⇨ 고정 부착식 홍보

※ 영상물 및 고정 부착식 홍보물에 영문, 중문 포함 표출 병행

□ SNS를 활용한 ‘도시브랜드’ 홍보 강화

- 해외 관광객 유치를 위한 타깃형 홍보
 - 중국 관광객을 타깃으로 한 ‘中文 스토리텔링 영상’ 제작
 - 중국 대표 SNS채널 ‘웨이보’ 개설 및 연계홍보
 - 자매우호도시 공식 SNS를 활용한 시정 및 관광분야 홍보

□ 市 제작 간행물과 인터넷 신문 활용 홍보

- 계간지 <니하오 인천> 창간 : 60면, 분기별 1,000부 발행
 - 요우커, 중국 자매·우호도시 등에 인천 홍보
- 다문화신문 <다사랑> : 타블로이드판 12면, 매월 6,000부 발행
 - 영어, 중국어, 베트남어로 제작, 다문화정책, 다문화관련기관 안내
- 인터넷신문 <I-View>
 - 주 2회(회당 8~10건) 발행
 - 월 2회 다국어판 <I-View> 추가 발행 (영어, 중국어, 베트남어 등)

□ 외국인(중국 관광객) 대상 시정 홍보 추진현황

연번	매체명	내 용	비고
1	온라인 포털사이트	0 기획기사 게재홍보(언론, 여행 등 74개사이트) 0 바이두 검색 및 제휴 네트워크사 배너 광고	
2	중국 유력 신문	0 온라인판에 기획기사 게재 및 바이두 노출	
3	국제항공사기내광고	0 중국 휴가시즌 인천행 항공기 기내 광고 * 기내 동영상 및 기내지 홍보	
4	중국 유력 방송	0 인천 경제, 관광 등 관련 다큐멘터리 제작 방영	
5	관광버스 시정 홍보	0 제주도 관광버스 외벽, 시트커버활용 홍보 0 20대 40면, 900개(시트커버), 6개월	
6	대형전광판	0 중문포함 인천시정 홍보 영상물 상영(30초) 0 3개소(서울 강남, 명동, 제주도) 2면, 6개월	
7	아립빌보드	0 인천국제공항고속도로변 2개소 4면, 연중	시소유
8	인천공항화이드칼라	0 인천국제공항 도착층 출입구 1개소, 4개월	
9	니하오 인천	0 분기별 1,000부 발행, 자매·우호도시 홍보	
10	굿모닝인천 ‘중국페이지’	0 중국 광저우(중국 자매·우호도시)교차홍보	

※ 니하오 인천 : 굿모닝인천 제작비에 포함, 5-8번외 옥내외매체 중문포함 홍보



2 시정뉴스 직접제작 방송홍보 강화

◇ 시정뉴스 직접제작 방송홍보를 통한 인천의 미담, 성과 발굴 등 뉴스 공급원 역할 강화

□ 운영개요

- 운영시기 : 2015. 1. 1 ~ 지속적
- 촬영내용 : 시정뉴스 직접제작 영상자료 방송매체 제공
- 촬영팀 구성 : 전담 촬영팀 구성
 - 1개조 : 수행팀(시장님)
 - 1개조 : 촬영팀(시정뉴스 전담)
- 제작수량 : 주 2건(월, 수) 이상

< 주요 시정뉴스 >

- 유해식품 단속 등 특사경 활동사항
- 체납정리팀 기동 활동사항
- 도시경관 개선 및 환경 정비 우수사례
- 주민자치센터 운영 및 행정심판 우수사례
- 대시민 안전시책 사례 및 문화시책 우수사례
- 특수시책 등

□ 운영방법

- 매주 금요일 뉴스제작 T/F 회의개최(기획방향 및 제작협의)
 - ※ 인천시 인터넷 방송국(Mint-TV)과 합동회의 운영
- 기획·제작된 영상을 각 방송사 제공

□ 기대효과

- 방송사가 아닌 시에서 직접 제작하여 우리시 정책내용 충실 반영
- 보도자료가 아닌 영상자료를 제공으로 방송사 만족도 증폭
- 숨겨진 우수사례 방송전파 가능
- 직원들의 방송기피 현상 해소로 방송활용률 제고

대 변 인 실

- ① 신문매체를 활용한 시정 홍보
- ② 방송매체를 활용한 시정 홍보
- ③ 전략적 도시브랜드 해외 마케팅 강화
- ④ 옥내외 매체 활용 맞춤형 시정 홍보 추진
- ⑤ 뉴미디어 매체를 활용한 시정 홍보
- ⑥ 시 자체제작 미디어 운영을 통한 시정 홍보

1 신문매체를 활용한 시정 홍보

- ◇ 시정에 대한 전략적 홍보 추진과 보도율 제고를 위한 취재지원
- ◇ 세계 책의 수도 인천 등 국제행사에 대한 집중 홍보로 국제도시 인천의 이미지 제고

□ 주요시정에 대한 전략적·체계적 홍보 추진

- 전략적·체계적 보도자료 제공을 위한 주간 보도계획 운영
 - 주간 보도계획 수립 실·국 주무팀장 회의 개최(매주 목요일 17시)
 - 긍정적 이슈 및 시민 관심 사항의 적극 발굴 홍보
 - 핵심 보도 자료의 전략적 배분을 통한 보도효과 극대화
 - 주간 보도계획 내실화를 위한 실·국 평가지표 반영(양적·질적 정량화)
- 대규모 프로젝트 등 주요 핵심 사업 언론 홍보 로드맵 작성
- 2015 세계 책의 수도 인천 행사 등 국제행사 개최에 따른 붙임 분위기 조성
 - 주관부서와 유기적 협조체계 구축 정보공유를 통한 홍보 효율성 제고
- 공인 발행부수 등 매체 영향력에 따른 전략적 광고로 효과 극대화

□ 보도율 제고를 위한 취재지원 강화

- 현장 Press-Tour 실시 확대와 기자설명회 등 브리핑 활성화
- 주요행사시 촬영 포인트와 포토라인 설정 등 현장 지원 강화
- 보도자료 포함, 사진과 관련 자료의 제공으로 시정 보도 활성화
- 출입기자단의 원활한 취재활동을 위한 쾌적한 기자실 환경 조성
- 공휴일 취재지원을 위한 자체 상황실 운영(직원 2명 근무)

□ 언론보도 모니터링을 통한 왜곡 및 부정보도 최소화

- 선제적 예측적 조치를 통한 왜곡 및 부정보도 최소화
 - 언론사 취재(자료)요구시 주관부서와 즉각 협의를 통한 공동대응
 - 취재 의도 분석으로 오해의 소지가 없도록 전후 상황 전달
- 시정 신뢰도 제고를 위한 보도사항 모니터링 분석
 - 왜곡보도 해명자료 제공, 정정보도 요구와 언론중재위 중재신청
 - 정정·해명자료 메일링 리스트 지속 확대(간부, 시의원 등 987명)

2 방송매체를 활용한 시정 홍보

◇ 지상파·케이블 TV와 라디오 등 방송매체를 활용하여 우리시 역점 사업과 시정 홍보를 추진함으로써 시민공감대 형성

□ TV, 라디오를 활용한 공익 시정 홍보 캠페인

- 지상파TV, 전국 및 지역케이블TV, 라디오 등 적정 방송사 활용 캠페인 실시
 - TV(30초 영상), 라디오(40초 음원)

□ 주요 시정현안에 대한 방송 인터뷰 및 대담

- 시정현안에 대한 수시 인터뷰와 TV 및 라디오의 대담프로그램을 활용 주요 시정 홍보 실시
- 라디오 시사프로그램의 주간 시정 홍보를 위한 고정 인터뷰(주3회)
 - 매체 : YTN, 경인방송, 인천교통방송

□ 홍보프로그램 제작 및 방송 송출

- 주요시책 및 핵심사업에 대한 프로그램 제작, 방송 송출을 통한 시민공감대 형성
 - 시정 홍보(시사교양) 프로그램 및 정책홍보 프로그램 제작
 - ※ 세계책의수도, 세계교육회의, 프레지던츠킵 개최 등 주요 시정 홍보

□ 영상자료 제공 및 시정뉴스 제작(신규)

- 주요시정 활동에 대한 방송 영상을 촬영하고 영상을 방송사 제공
- 시정뉴스를 직접 제작하여 영상자료를 방송사에 제공
 - 운영방법 : 인천광역시인터넷방송국(Mint-TV) 제작자료 활용
 - 제공물량 : 주 2건(시정뉴스), Mint-TV 협의하여 시정 뉴스 기획 및 취재 촬영

□ 시정 홍보를 위한 동영상물 제작(신규)

- 민선6기 인천의 글로벌 브랜드 이미지 및 대외적 도시브랜드 가치제고, 외래 방문자와 국내외 컨퍼런스 등 각종 행사 및 회의 개최시 홍보물로 활용
 - 4개 국어(한, 영, 일, 중국어) 5분 내외 영상물

3 전략적 도시브랜드 해외 마케팅 강화

◇ 인천AG 이후 높아진 국제도시 인천의 위상과 글로벌 경쟁력을 갖춘 인천의 성장 잠재력을 국제사회에 지속 홍보하고자 함.

□ 해외 유력 언론 매체 및 온라인 포털사이트 등 활용 홍보

- 중국 주요 언론포털 및 제휴사이트에 인천시 기획기사 게재
 - 홍보매체 : 총 74개(언론, 여행, 경제, 정보 관련 사이트 등)
- 중국 유력 언론(지면신문) 의 인터넷 판에 인천시 기획보도 게재
 - 홍보매체 : 환구시보, 북경청년보, 인민일보, 재경시보<인터넷판>
 - ※ 중국 최대 포털사이트 바이두(Baidu)에 기획보도 노출
- 바이두 키워드 검색 광고 및 제휴 네트워크사 배너광고
 - 인천 관련 키워드 바이두 검색시 인천시 홈페이지 노출 및 기획기사로 유도
 - 바이두 제휴 네트워크사(198개) 인천시 배너광고 게재
 - ※ 배너 클릭시 인천시 홈페이지 연결 및 기획기사 노출

□ 국제 항공사 기내영상 및 기내지 활용 홍보

- 중국 춘추절 및 휴가철 등 해외관광객들의 국내 방문이 잦은 시기에 인천의 축제, 관광자원 등을 홍보하여 인천방문 및 관광 유도

□ 해외언론 활용 다큐멘터리 제작 기획홍보

- 중국 현지 방송사를 활용하여 인천의 경제, 문화, 관광 등을 소재로 한 다큐멘터리를 제작하고 현지방송에 방영하여 해외 투자 및 관광촉진

□ 유력 국제포럼 참가 시정 홍보

- 해외 저명인사와의 교류기회 확대 및 신뢰도 높은 홍보효과 제고를 위해 해외 저명인사가 참여하는 국제포럼 협찬 추진

□ 해외 홍보 T/F팀 구축 및 신규 홍보 매체 발굴

- 효율적인 해외홍보를 위한 유관기관과의 T/F팀 구성
 - 홍보 컨셉 및 시기 조율 등 체계적인 해외 홍보 추진
- 접근성이 우수한 다양한 매체 및 홍보수단을 개발하여 해외홍보 강화

4 옥내·외매체 활용 맞춤형 시정 홍보 추진

- ◇ “인천의 꿈, 대한민국의 미래” 를 비전 슬로건으로 하는 민선6기 시정방향과 국제공항·항만 등 우리시만의 특색을 활용한 시정 홍보
- ◇ 특히, 지역 및 대상별 맞춤형 홍보활동을 전개하여 시의 재정여건을 감안한 저비용 고효율의 홍보방안 마련

□ 지역·대상별 홍보매체 선정과 운영

- 홍보 지역 및 대상별(시민, 내국인, 외국인) 맞춤형 홍보 전개
 - AG 이후 외국인(중국인) 관광객 급증에 따른 인천 이미지 제고와 관광 홍보 확대
- 시의 재정여건을 감안한 선택과 집중의 저비용 고효율 홍보 전개
 - 시정 홍보 여론조사 등을 통한 홍보 매체 수량 및 기간 조정
- 홍보매체를 통한 시정의 시민 인지도 조사 및 정기·수시 점검 실시
 - 정기 및 수시 점검을 통한 옥외매체의 최적 관리 상태 유지
 - 옥내·외매체별 홍보효과 측정으로 시정 홍보효과 극대화
- 2015년 옥내·외매체 선정계획(안) (단위:천원)

구분	대중교통수단		다중이용시설		옥상광고탑등	
	매체명	예산액	매체명	예산액	매체명	예산액
계		350,000		350,000		200,000
정기매체	소계	160,000	소계	150,000	소계	100,000
	KTX객실 모니터	50,000	영화관스크린	70,000	대형전광판	100,000
	시내버스모니터	50,000	인천터미널LED	24,000		
	지하철정보화면	60,000	예비용	56,000		
부차매체	소계	190,000	소계	200,000	소계	100,000
	시내버스외벽	비예산	시내버스승강대	80,000	옥상광고탑	100,000
	공항리무진외벽	60,000	공항와이드칼라	50,000		
	관광버스외벽	70,000	지하철스크린도어	70,000		
	공항철도객차	60,000				

□ 지속적인 홍보매체 관리

- 관리 운영 실태를 점검 확인하여 광고 매체의 최적상태 유지
 - 시 자체 정기점검(연2회) 및 수시출장 점검, 관리업체 점검(월1회)
 - 최적상태의 홍보매체 관리로 홍보효과 극대화
- 시정 홍보 시민 인지도 및 인지경로, 선호매체 등 여론조사
 - 효과적인 홍보매체 활용 방안 반영 : 연1회(11월 중)

5 뉴미디어 매체를 활용한 시정 홍보

- ◇ 기존의 일방적인 시정정보 제공의 틀을 벗어나, 블로그 등 다양한 뉴미디어 매체를 활용하여 친숙한 시정 홍보 전개

□ 뉴미디어 매체를 활용한 홍보

- 소셜미디어 운영현황 (2014.11.30일 기준)

구분	주소	개설시기	실적
블로그	incheonblog.kr	2009.7	월평균 방문자수: 45,570명
트위터	twitter.com/smartincheon	2010.5	팔로워 : 28,715명
페이스북	facebook.com/flyic	2010.7	친구 : 29,031명
소셜 웹	social.incheon.go.kr	2011.7	방문자 : 82,058명

- 공공기관의 딱딱하고 일방적인 정보제공에서 벗어나 시민에게 친숙하게 다가갈 수 있는 다양한 형태의 콘텐츠 제작 홍보
 - 포토드라마, 기획영상, 웹툰 등 친근한 느낌의 콘텐츠로 시정 홍보
- 블로그기자단(25명내외) 운영 : 시정관련 현장취재 및 기사작성 홍보
- SNS서포터즈(400여명) 운영 : 인천시 공식 SNS와 연계하여 시정 홍보

□ 인터넷 매체를 활용한 시정 홍보

- 매체 파급력이 급속히 성장하고 있는 인터넷 언론 매체를 활용한 인터넷 배너, 기획보도 등 추진
 - 홍보방법 : 주요 시책사업 및 시정 홍보를 위한 배너광고 실시
- 주요포털사이트(Naver, Daum) 배너 및 브랜드검색 광고 실시
 - 홍보내용 : 주요시책, 2015 세계책의 수도 인천, 축제 소식 등

□ SNS 활성화 추진(신규)

- 인천시 ‘SNS 통합 브랜드명’ 공모 및 확정으로 시민관심 도모
 - 예) 부산시(트위터, 페이스북, 카카오토리) ➡ 톡톡부산
- 최신 SNS트렌드를 반영한 신규매체(카카오토리) 개설 및 운영
 - 카스이용현황 : (국내최대 SNS) 5,000만명 / (연령대) 10~40대 중점
- 블로그, SNS, 인터넷 방송을 연계한 기획시리즈물 제작
- 기존 인터넷 방송 웹사이트를 ‘LIVE 소셜방송’ 시스템으로 재구축
 - 인터넷 및 모바일을 통해 실시간 시청 가능한 플랫폼 구축
- 행복한 인천 이야기 ‘UCC 공모전’ 개최로 시민참여 확대

6 市 자체제작 미디어 운영을 통한 시정 홍보

- ◇ 새로운 시정과 시민 요구에 부응하는 세대별, 계층별 맞춤 홍보
- ◇ 온·오프라인 홍보매체를 통해 주요정책, 역사, 관광 정보 소개

□ 오프라인 : 월간지 등 시정 홍보 매체

- 시정소식지 <굿모닝인천> : 60면, 매월 50,000부 발행
 - 주요정책, 의정, 역사, 문화, 관광 등 스토리 발굴 홍보
 - ※ 지자체 최초 ‘굿모닝인천’ 등 홍보책자 전자책(e-book) 발간(2015.1월~)
 - 포털사이트 및 대형 인터넷 서점에 콘텐츠 등록 및 게재
- 점자소식지 <굿모닝인천> : 75면, 매월 500부 발행
- 영문홍보물 <Incheon Now> : 40면, 격월 2,000부 발행
 - 인천의 문화, 역사, 투자유치 현황 등 홍보
- 계간지 <니하오 인천> 창간 : 60면, 분기별 1,000부 발행
 - 요우커, 중국 자매·우호도시 등에 인천 홍보
- 다문화신문 <다사랑> : 타블로이드판 12면, 매월 6,000부 발행
 - 영어, 중국어, 베트남어로 제작, 다문화정책, 다문화관련기관 안내
- 단행본 홍보책자 발행(2종)
 - 활자로 따라가 본 인천기행 : 200면, 5,000부
 - 까치밭로 본 인천이야기 : 150면, 3,000부

□ 온라인 : 인터넷 등 시정 홍보 매체

- 인터넷방송 <Mint-TV>
 - 시정뉴스, 단신뉴스, 의정뉴스, 시민특강, 기획영상물 등 제작 방영
 - 확대간부회의 등 주요회의 인터넷 생방송 시행
- 인터넷신문 <I-View>
 - 주 2회(회당 8~10건) 발행
 - 월 2회 다국어판 <I-View> 추가 발행 (영어, 중국어, 베트남어 등)
 - 객원기자 및 청년 기자를 활용한 현장 취재 및 기사작성
 - ※ 오프라인 생산 콘텐츠를 온라인으로 전파 → 크로스 미디어 추구
 - ※ 인천시 미디어앱, 블로그, 다음 <줍인인천>을 통한 콘텐츠 서비스 제공