

인천의 꿈, 대한민국의 미래

# 2016 주요업무계획



2015. 12.

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

## 목 차

I. 일반 현황 .....	2
II. 2015년 성과와 평가 .....	5
III. 2016년 정책여건과 목표 .....	11
IV. 주요업무 추진계획 .....	18
○ 대변인실 주요업무 추진계획 .....	19

# I . 일반현황

## 1 일반현황

(‘16. 1. 1.현재)

### □ 조 직



### □ 정현원

(단위 : 명 / '16. 1. 1.현재)

구 분	총 원	4 급	5 급	6 급	7급	8급	전문경력관
정 원	35	1	6	8	16	2	2
현 원	34	1	6	8	15	4	0

※ 시간선택임기제 다급 1명 / 공무원 : 4명

### □ 예 산

(단위 : 천원)

구 분	2015년	2016년	내 역		
			인건비	물건비	사업예산
대변인실	8,274,306	8,412,901	6,000	8,403,901	3,000

\* 사업예산 : 연구개발비(207), 304(경상이전)~800(예비비 및 기타)

## 2 주요 현황 및 통계

### 위원회 현황

(단위 : 명)

위원회명	설립근거	설립일자	위원장	위원 수			기능
				계	당연직	위촉직	
간행물발간 심의위원회	2000. 7.	기획조정실	11	9	2	-	간행물 발간 필요성, 중복여부, 통합 조정

### 정기간행물 등록

[2015. 12. 18. 현재]

계	잡지				잡지					비고
	소계	일간	주간	인터넷	소계	월간	격월간	계간	연회간	
543	422	9	157	256	121	72	15	26	8	

### 출입언론 매체

[2015 12. 18. 현재]

계	방송사				신문사			인터넷	비고
	소계	지상파TV	케이블TV	라디오	소계	중앙	지방		
135	17	4	9	4	57	28	29	61	

### 영상편집실 운영

[2015. 12. 18. 현재]

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

## II. 2015년 성과와 평가

## 1 주요성과

- ◇ 각종 국제대회 및 민선6기 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 : 3,330건(일반 3,313건, 기획 17건),
  - ☞ 주간보도계획 활성화로 2014년 대비 보도자료 제공건수 36% 증가(2,433건)
- 실·국장 주요역점 추진사항 기고문 게재 : 77건
- 보도 모니터링(보도건수) 17,000여건, 해명자료 제공 : 36건
- 기자회견, 프레스투어, 설명회, 간담회, 인터뷰 실시 등 : 300여회
- 시정광고 : 61개사 260여건, 특집기획 홍보 : 300여건
- 언론홍보 추진실적 평가 실시 : 4급이상 성과계약 평가시 반영

### □ 방송매체의 효율적 활용을 통한 시정홍보 강화

- TV, 라디오 시정홍보 캠페인 광고를 통한 지속적인 시정 홍보 : 11,532회
- 시정현안에 대한 방송(TV, 라디오) 대담 및 인터뷰 : 520회
- 방송프로그램 제작 지원 홍보
  - 시정홍보 프로그램 : 네트워크 인천(40편), 인천의 발견(주2회), 인천의 꿈 대한민국의 미래(16편), 뉴수다(3편)
  - 특집 프로그램 : SBS 모닝와이드, KBS 6시 내고향, MBC 파워매거진 등(12편)
  - 의정 홍보 프로그램 : 우최통 2015(10편)
- 시정홍보 동영상 제작 완료 : 홍보동영상(6분, 6개국어), CF영상(30초)
- 방송 보도울 제고를 위한 취재와 보도 지원(영상자료 제공) : 1,459회

### □ 뉴미디어 매체를 활용한 다양한 홍보체계 구축

- 인천시 대표 블로그 및 SNS를 활용한 시정홍보
  - 페이스북, 카카오톡 등 6개 뉴미디어 매체 운영
  - 블로그 1,260회 트위터 381회 페이스북 393회 등 총 3,250회 홍보

블로그	페이스북	트위터	카카오톡	유튜브	웨이보
113,000명	48,131명	28,600명	6,820명	189,200회	30,432명

※ 블로그(월평균 방문자 수), 유튜브(연 조회 수), 이외 매체(친구 수)

- SNS서포터즈, 블로그 기자단을 활용한 시민참여형 홍보 전개
- 뉴미디어 트렌드를 반영한 신규 매체 도입(카카오톡, 중국 웨이보)
- 인천시 인터넷 방송을 활용한 영상콘텐츠 제작 및 홍보 : 361회
  - 노후 웹사이트 전면 개편, 모바일트렌드 반영한 소셜방송 구축
  - 인천시 통합미디어 사이트 ‘온통인천 소셜&미디어’ 개설

### □ 타시도와의 협력을 통한 비예산 교차홍보 추진 : 3개 시도 / 6개소

- 지자체간 전광판 교차홍보를 통해 시 이미지 및 국제행사 등 홍보

지역	수량	위치	홍보기간	사업비	홍보내용
대구광역시	2개소	범어네거리 계산오거리	9개월 (3~12월)	비예산	시 이미지 홍보 2015세계책의수도 2015세계교육포럼 2015프레지던츠클럽 인천의 명품 섬
광주광역시	3개소	풍금사거리 빛고을로 입구 북구보건소			
제주특별자치도	1개소	광양로터리			

\* 2016년도에는 부산 및 대전과도 대형전광판 교차홍보 시행 예정

□ 해외 홍보를 통한 국제도시로서의 위상 및 도시브랜드 가치제고

- 해외홍보팀 신설로 유관기관과의 해외홍보 업무 공유 및 협조가 이루어지는 등 인천시 해외홍보업무 컨트롤 타워로서 역할 수행.
- 기존에 지면광고 위주로 이루어지던 해외홍보들을 다양화하여 온라인(바이두, 파워블로거 등) 및 방송으로도 확대.
- 유관기관 및 기업과의 공동 해외마케팅 방법을 통해 저비용으로 인천 홍보책자를 제작(영·중문, 5만부)하여 국내 80개소, 해외 38개국 213개소에 배포

□ 다양한 요구에 맞는 市 간행물 자체 제작

- 중국어판 시정소식지 ‘인천지창’ 발간
  - 2015년 3월호 창간, 계간지, 매호 2천부 발행
  - 전국지방자치단체 최초로 중국어판 정기 간행물 발간
  - 중국어 소식지 발간으로 인천과 중국을 잇는 가교역할
  - 중국에 인천을 알리고 인천과 유대감 형성에 기여



- 월간 시정소식지 「굿모닝인천」, 점자소식지 「굿모닝인천」, 격월간 영문잡지 「인천NOW」, 월간 다문화신문 「다사랑」 과 단행본(2종) 발간을 통해 시정소식 및 다양하고 유익한 정보 제공(600,000부)

- 인터넷 신문(I-View) 및 온라인 활용한 홍보
  - 인터넷신문(I-View)을 통한 인천의 숨은 이야기 발굴
    - 2005년 5월 창간된 이후로, 10년 동안 주 2회 꾸준히 발행된 매체
    - 발행된 신문의 콘텐츠가 중앙 방송국과 메이저급 신문을 통해 다시 제작되는 등 소스콘텐츠의 역할을 수행
  - 온라인 활용한 홍보(전자책 발행)
    - 발행대상 : 굿모닝인천, 인천나우, 인천지창, 단행본 등
    - 등록 및 게재 매체 : 네이버 북스, 구글플레이, 알라딘 등

② 평가 및 개선방향

□ 부정 및 왜곡 보도 최소화 지속 전개 필요

- 적극적인 취재 협조 및 관련 부서 협의 및 정보공유 등 부정·왜곡보도 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

□ 언론홍보 추진실적 평가 및 인센티브 제공

- 보도자료 및 기획특집기사 제공 등 언론홍보 실적 부서별 평가
- (현행) 4급이상 성과계약 평가시 반영 → (개선) 실적우수 실무자 대상 인센티브 추가

□ **주요 시정(현안) 홍보 강화를 위한 주간보도계획회의 활성화**

- 각 부서별 언론 보도계획과 보도자료 작성 등 사전협의
- 체계적인 시정 홍보 시스템 구축 및 언론보도 활성화 기대
- 2015년 24회 실시, 보도계획 제출 및 발굴 1,410건

□ **방송 프로그램을 활용한 시정홍보 강화**

- 시민들이 쉽게 시정을 이해하고 접할 수 있도록 지상파TV 활용 기획 프로그램 제작·지원
- 다양한 지역케이블TV 프로그램을 활용한 시정홍보 확대
- 지역케이블TV 뉴스 방송시간 통일 및 시정뉴스 브리핑 시설을 통한 시정홍보 활성화

□ **해외 홍보 콘텐츠 개발과 수요자 중심의 맞춤형 홍보 전개**

- 해외홍보 내용이 주로 국제행사와 관광홍보에 국한되어 있어 다양한 홍보아이템 개발이 필요함.
- 실시간 수요자의 반응에 대응하고 다변화하는 홍보 트렌드에 유동적으로 대처하기 위해 SNS 및 온라인 매체 홍보 강화

## Ⅲ. 2016년 정책여건과 목표

## 1 여건과 전망

### □ 2016년 정책여건과 전망

- 2014년도 인천 AG, APG , ‘2015 세계 책의 수도 인천’ (개막일 2015.4.23.), ‘세계 교육 포럼’ (2015.5.19.-5.22. 송도컨벤시아), ‘프레지던츠컵’ (2015.10.6.-10.11) 의 성공적인 개최로 해외의 이목이 자연스럽게 인천에 집중되는 등 인천의 위상이 높아짐에 따라
- 기존 중화권 홍보와 더불어 북미·유럽 지역으로 홍보지역과 범위를 확장시킬 시점이라고 판단됨
- 민선 6기 2주년 **인천의 가치를 재창조**하여 시민이 행복한 도시 인천이 될 수 있도록 적극적인 시정 홍보로 시민의 이해를 돕고 시정 참여의 계기를 마련하여야 할 것임.
- 다만, 우리시의 재정여건상 시정홍보가 위축될 우려가 있으나, 홍보매체에 대한 효과성 측정과 저비용 고효율 홍보 활동을 위한 면밀하고도 계획성 있는 업무추진으로 홍보 효과성을 극대화할 수 있다고 판단됨.

## 2 정책목표

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

#### 신문과 방송을 통한 신속·정확한 시정홍보

- 1 보도울 제고를 위한 취재지원 강화
- 2 모니터링을 통한 왜곡, 부정정보 최소화
- 3 TV, 라디오를 활용한 공익 시정홍보 캠페인
- 4 주요 시정현안 방송 대담 및 인터뷰
- 5 프로그램 제작·방송취재지원을 통한 시정홍보

#### 인천 도시브랜드 국내·외 마케팅

- 1 인·차이나 프로젝트를 중심으로 대중국 홍보활동 강화
- 2 매체 환경변화에 따른 홍보콘텐츠 다변화 도모
- 3 외신협력을 통한 정책홍보 및 유관기관 협업 추진
- 4 옥내·외 매체 활용 대상별 맞춤형 시정 홍보

#### 뉴미디어 매체 활용 쌍방향 시정홍보

- 1 SNS, 인터넷방송 등 뉴미디어 매체를 활용한 다양한 콘텐츠 제작 홍보
- 2 인터넷 매체를 활용한 시정홍보
- 3 온라인 매체를 활용한 타깃형 정책홍보

#### 세대·계층별 맞춤형 시정홍보 및 콘텐츠 제작

- 1 시 자체 제작 간행물 발간  
- 5종 7건 간행물 발간 배부
- 2 온라인 활용한 홍보 및 매체별 콘텐츠 생성
- 3 각종 홍보매체에 소스 콘텐츠 제공

### 3 주요사업별 지표

#### □ 총괄표

(단위 : 백만원)

시정 방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규 /계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민 중심 시정 실현	신문과 방송을 통한 시정홍보	- 광고 및 특집기획 보도를 통한 시정홍보	계속	지속	2,030	
		- 보도울 제고를 위한 취재 지원 강화	계속	지속	비예산	
		- 왜곡 및 부정정보 최소화	계속	지속	비예산	
		3개 시책	사업비 계	2,030		

시민 중심 시정 실현	신문과 방송을 통한 시정홍보	- TV, 라디오를 활용한 공익 시정 홍보 캠페인	계속	지속	1,200	
		- 주요 시정현안에 대한 방송 대담 및 인터뷰	계속	지속	비예산	
		- 방송홍보 프로그램 제작 지원	계속	지속	1,200	
		- 영상자료 제공 등 취재지원 강화	계속	지속	34	
		5개 시책	사업비 계	2,434		

시민 중심 시정 실현	인천도시 브랜드 국·내외 마케팅	- 도시브랜드 가치제고를 위한 해외홍보 강화	계속	지속	400	-
		- 옥내외 매체 활용 지역 대상별 맞춤형 시정 홍보	계속	지속	840	
		2개 시책	사업비 계	1,240	-	

시정 방침	주요 전략	추진사업명(주요과제)	신규 /계속	사업기간	총사업비 (국비포함)	국가 지원
시민 중심 시정 실현	뉴미디어 매체 활용	- 뉴미디어 매체 활용 시정홍보	계속	지속	1,020	-
실행	쌍방향 시정홍보	1개 시책	사업비 계	1,020		

시민 중심 시정 실현	세대별 계층별 맞춤형 시정홍보	(오프라인)간행물 발간 및 온라인 홍보를 위한 콘텐츠 제작	계속	지속	863	-
실행	1개 시책	사업비 계	863			

#### □ 세부지표

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2015	2016	2020
광고 및 특집기획 시정홍보	○ 주요 매체를 통한 이미지 광고	매체수/건	61/220	61/220	61/220
	○ 주요 시정 특집기획 홍보	건	260	270	300
보도울 제고를 위한 취재 지원 강화	○ 보도자료 제공(기획보도) (주당 평균 제공 건수)	건	2,700 (52)	2,800 (53)	3,000 (57)
	○ 주간보도계획 운영 (실:국 주무팀장 회의)	회	30	45	45
	○ 기자 간담회, 설명회, 인터뷰, 프레스 투어 등 현장취재 지원 확대	회	300	320	330
왜곡 및 부정정보 최소화	○ 적극적, 즉각적인 해명자료 제공	건	50	50	50
	○ 여론 주도층에 대한 해명자료 메일링 확대(간부공무원, 시의원 등)	명	1,500	1,600	1,650



추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2015	2016	2020
TV, 라디오 공익 시정홍보	○ TV 공익캠페인	회	6,055	6,100	6,100
	○ 라디오 공익캠페인	회	5,477	5,500	5,500
방송 인터뷰,대담	○ 인터뷰 및 대담	회	520	525	545
홍보프로그램 제작 송출	○ 프로그램 제작.지원	편	184	186	190
영상자료 제공	○ 영상자료 제공	회	1,459	1,500	1,500
도시브랜드 가치 제고를 위한 해외홍보 강화	○ 해외 온라인 매체 활용 홍보	회	88	120	300
	○ 국제선 항공사 활용 홍보	회	2	2	3
	○ 해외 방송매체 활용 홍보	회	1	1	2
	○ 외국어 간행물 활용 시정 광고	회	1	1	2
옥내외 매체 시정홍보	○ 대중교통수단 활용 시정홍보	개(면)	5종 3,996	5종 4,200	8종 4,400
	○ 다중이용시설 활용 시정홍보	개(면)	6종 1,581	6종 1,600	8종 2,200
	○ 옥상 및 야립빌보드 시정홍보	개(면)	4개	4개	4개
	○ 대형전광판 활용 시정홍보	개(면)	13개 13면	15개 15면	15개 15면

추진사업 (주요과제)	지 표	단위	2014	2015	2018
뉴 미디어 활용 시정홍보	○ 소셜미디어 활용 시정홍보	매체	6	7	8
	○ 인터넷 매체 활용 시정홍보	매체	61	65	70
	○ 온라인을 활용한 정책홍보	횟수	-	300	400
	○ 인터넷 방송국 운영	횟수	361	340	370
시 자체제작 미디어운영 시정홍보	○ 굿모닝인천 매거진 활용 홍보	횟수	12	12	12
	○ 인천지창 매거진 활용 홍보	횟수	4	4	4
	○ 인천NOW 매거진 활용 홍보	횟수	6	6	6
	○ 단행본을 활용한 홍보	종	2	2	2
	○ 인터넷신문 활용 홍보	횟수	주2회	주2회	주2회

## IV. 2016년 주요업무 추진계획

## 대 변 인 실

- 1 신문매체를 활용한 시정홍보
- 2 방송매체를 활용한 시정홍보
- 3 도시브랜드 가치 제고를 위한 해외홍보 강화
- 4 옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보
- 5 뉴미디어 매체를 활용한 시정홍보
- 6 시 자체제작 간행물을 통한 시정홍보

## 1 신문매체를 활용한 시정홍보

- ◇ 시정에 대한 전략적 홍보 추진과 보도율 제고를 위한 취재지원
- ◇ 각종 국제행사에 대한 집중 홍보로 국제도시 인천의 이미지 제고

### □ 주요시정에 대한 전략적·체계적 홍보 추진

- 전략적·체계적 보도자료 제공을 위한 주간 보도계획회의 운영
  - 주간 보도계획 수립을 위한 실·국 주무팀장 회의 개최(매주 금요일 15시)
  - 긍정적 이슈 및 시민 관심 사항의 적극 발굴 홍보
  - 핵심 보도 자료의 전략적 배분을 통한 보도효과 극대화
- 대규모 프로젝트 등 주요 핵심 사업 언론 홍보 로드맵 작성
- 각종 국제행사 개최에 따른 홍보효과 극대화
  - 주관부서와 유기적 협조체계 구축 정보공유를 통한 홍보 효율성 제고
- 공인 발행부수 등 매체 영향력에 따른 전략적 광고로 효과 극대화

### □ 보도율 제고를 위한 취재지원 강화

- 주간보도회의 정착을 통한 적극적 보도자료 발굴 및 시정홍보 체계화
- 보도자료 및 자료사진등 관련 자료의 적기 제공으로 시정 보도 활성화
- 현장 Press-Tour 확대실시와 기자설명회 등 브리핑 활성화
- 출입기자단의 원활한 취재활동을 위한 쾌적한 기자실 환경 조성
- 공휴일 취재지원을 위한 자체 상황실 운영(직원 2명 근무)

### □ 언론보도 모니터링을 통한 왜곡 및 부정정보도 최소화

- 선제적·예측적 조치를 통한 왜곡 및 부정정보도 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 1,574명)

### □ 히트 홍보 아이템 선정

- 홍보효과가 큰 아이템을 발굴·제공한 공무원을 선발해 시상하고, 소속 부서장 평가 등에 인센티브를 부여
- 담당자 표창 추천 및 부서장 평가시 가점 부여
  - ※ 기존 언론홍보 추진실적 평가사업과 병행 검토

### □ 언론홍보 추진실적 평가 및 인센티브 제공

- 보도자료 및 기획특집기사 제공 등 언론홍보 실적 부서별 평가
- (현행) 4급이상 성과계약 평가시 반영 → (개선) 실적우수 실무자 대상 인센티브 추가

## 2 방송매체를 활용한 시정홍보

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

### □ TV, 라디오를 활용한 공익 시정홍보 캠페인

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

### □ 주요시정에 대한 방송 대담 및 인터뷰

- 시정현안에 대한 대담 및 수시 인터뷰를 통한 시정홍보 실시
- 주간 주요시정에 대한 홍보를 위하여 매주 고정 인터뷰 실시(5개 매체)  
- 지역케이블 : t-broad 인천 방송  
- 라디오매체 : YTN라디오, 경인방송iFM, 인천교통방송, KFM경기방송

### □ 홍보프로그램 제작 지원

- 주요시책 및 핵심사업에 대한 프로그램 제작 지원을 통한 시민공감대 형성  
- '네트워크 인천', '우리동네 최고 정책통' 및 '인천의 발견' 등
- 지상파TV 활용 시정역점시책 방송 기획 프로그램 제작 지원(신규)
- KTV와의 지역관광 활성화 방송프로그램 협업 제작(신규)

### □ 지역케이블TV 방송프로그램 활용 확대

- 3개 지역케이블TV 지역뉴스 시간대 통일을 통한 시정뉴스 반영
- 시장님 및 실국장 출연 시정뉴스 브리핑 프로그램 신설

### □ 방송 보도을 제고를 위한 취재와 보도 지원

- 주요시정 활동에 대한 자체 영상 촬영을 통한 방송사 제공
- 주간 방송보도계획 운영 등 방송 취재자료 적극 발굴 제공

### □ 공공시설 활용 시정홍보 동영상 및 홍보음원 표출(신규)

- 인천대공원 및 지하철 역사 등 시민 다중 이용 공공시설 중 영상 및 음향 표출 설비를 갖춘 시설을 활용한 시정홍보

## 3 도시브랜드 가치 제고를 위한 해외홍보 강화

◇ 글로벌 경쟁력을 갖춘 국제도시 인천의 가치와 성장 잠재력을  
국제사회에 홍보하여 도시브랜드 가치향상 및 투자확대 도모

### □ 인·차이나 프로젝트를 중심으로 대중국 홍보 강화

- 대 중국 SNS 대표채널로 인천시 웨이보 적극 활용  
- 중화권 흥미유발 콘텐츠 개발 및 상시 모니터링을 통한 신속한 피드백
- 인·차이나 특집 영상물 제작  
- 중국 성급TV 또는 중국 현지 유력매체 온라인망에 제작물 방영  
- 제작된 영상 편집을 통해 웨이보, 블로그 등 바이럴 마케팅 활용
- 기획기사 키워드 광고  
- 시정 홍보 기획기사 온라인 매체 배포 및 키워드 검색광고 병행  
- 중국 최대 검색포털 '바이두' 활용 기획기사 노출 및 홈페이지 방문 유도

### □ 매체 환경변화에 따른 홍보콘텐츠 다변화 도모

- 수요자 맞춤형 신규 콘텐츠 제작 홍보  
- 증가하는 모바일, SNS 이용자 대상 스낵컬처형\* 콘텐츠 제작  
\* 스낵컬처 : 짧은 시간에 간편하게 즐기는 문화, 짧은 동영상 중심의 모바일 콘텐츠
- 영상 및 CF, 간행물, 온라인 배너 광고 등 현지 맞춤형 광고 디자인 제작
- 참여형 글로벌 콘텐츠 프로모션 추진  
- SNS 활용 동영상, 웹툰, 사진, 기사 등 수요자 중심의 콘텐츠 발굴
- 다양한 매체 활용 인천 도시이미지 광고  
- 국제항공사 기내지 및 영상, 해외 지면매체 활용 시정 광고  
- 아리랑TV, 해외현지 TV, 온라인망 등을 활용한 스팟광고(30초)

### □ 외신협력을 통한 정책홍보 및 유관기관 협업 추진

- 외신기자 Press-Tour를 통한 취재 지원 및 네트워크 구축
- 유관기관 해외홍보 실무협의체 구성을 통한 해외홍보 시너지 효과 창출

## 4 옥내·외 매체 활용 맞춤형 시정홍보

- ◇ “인천의 꿈, 대한민국의 미래” 를 비전 슬로건으로 하는 민선6기 시정방향과 국제공항·항만 등 우리시만의 특색을 활용한 시정홍보
- ◇ 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
  - 외국인(중국인) 관광객 급증에 따른 인천 이미지 제고와 관광 홍보 확대
- 시의 재정여건을 감안한 선택과 집중의 저비용 고효율 홍보 전개
  - 시정홍보 여론조사 등을 활용한 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·외 매체별 홍보 효과 측정으로 시정 홍보 효과 극대화
- 2016년 옥내·외매체 선정운영(안)

구 분	대중교통수단		다중이용시설		옥상광고탑등	
	매 체 명	예산액	매 체 명	예산액	매 체 명	예산액
계		485,000		175,000		180,000
동영상	공항리무진 등	115,000	대형 영화관 등	125,000	서울 등 대형전광판	80,000
부착형	지하철, 버스 래핑 등	370,000	인천국제공항	50,000	옥상광고탑	100,000

- ☞ 외국인(중국인) 관광객 급증에 따른 집중 홍보
  - . 타 시도 교차홍보, 대형 전광판 홍보(인천 명품섬 등 소개)
- ☞ 비예산 아이디어 사업 지속 발굴
  - . 시·도 전광판 교차 홍보 확대 / 네비게이션 활용 비전 슬로건 홍보

### □ 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

## 5 뉴미디어 매체 활용 시정홍보

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

### □ 소셜미디어 및 인터넷 방송을 활용한 시정홍보

- 인천시 대표 소셜미디어 운영 : 7개 매체
  - 신규매체 : 인스타그램, 네이버 포스트
- 인터넷 소셜 방송 운영 : 연간 340편 제작
  - 시정뉴스, 기획영상, 인포그래픽 등 다양한 영상 제작 홍보
  - 인천만의 가치를 보여주는 기획영상물 및 정책 인포그래픽 제작 확대
- 시민 관심도 제고를 위한 창의적인 시정홍보 콘텐츠 제작 및 매체별 사용자 분석을 통한 전략적 운영
- 블로그 기자단 운영, 블로그 공모전 등 시민 참여형 프로그램 확대
- SNS, 블로그, 유튜브 등을 하나로 연계한 통합형 홍보 추진
- 인천시 통합미디어 사이트 ‘모바일 버전’ 구축
- 포털사이트 등 인터넷 매체를 활용한 배너광고 실시

### □ 온라인을 활용한 정책홍보 (신규)

- 도입배경
  - 시의 정책과 관련된 홍보는 시민 개개인의 정책 관심사가 고려되지 않은 단방향 홍보로 인해 효과가 매우 낮은 문제점 발생
- 홍보방법
  - 1단계 : SNS, MMS, e-mail 등 온라인 매체를 통해 정책 콘텐츠 노출
  - 2단계 : 개인별, 매체별 시민반응 데이터 수집 및 DB화
  - 3단계 : 시민의 니즈에 맞는 타깃형 정책홍보 실시
- 홍보효과
  - 관심도가 낮은 정책정보를 시민의 관심사와 눈높이에 맞춘 타깃형 홍보로 고효율의 홍보효과 제고

## 6 市 자체제작 간행물을 통한 시정홍보

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

### □ 오프라인 : 월간지 등 시정홍보 매체

- 시정소식지 <굿모닝인천> : 60면, 매월 40,000부 발행
  - 주요정책, 의정, 역사, 문화, 관광 등 스토리 발굴 홍보
  - 인천만의 가치창조 관련 기사 발굴, 인천 비전 등 소개
- 중국어 소식지 ‘인천지창’ 발행
  - 계간지, 52면, 매호 2천부 발행(연 8천부)
  - 중국과 중국인 관광객들에게 인천의 관광, 문화, 볼거리, 쇼핑 등을 홍보하고 중국과 인천을 잇는 정책 소개
- 접자소식지 <굿모닝인천> : 75면 내외, 매월 800부 발행
- 영문홍보물 <Incheon Now> : 40면, 격월 2,000부 발행
  - 인천의 문화, 역사, 투자유치 현황 등 홍보
- 단행본 시정홍보책자 발행(2종)
  - <인천의 모든 것> : 150면 이내, 10,000부
    - ※ 인천의 비전, 역사, 관광, 문화 등을 담은 인천 종합 안내서. 인천만의 가치를 알리고 도시브랜드가치 제고에 기여.
  - 인천만의 가치창조를 위한 <앨범 속 인천의 기억> : 200면 이내, 3,000부
    - ※ 6, 70년대 인천의 고등학교 앨범을 통해 보는 당시 시대상과 인천의 역사와 문화

### □ 온라인 : 인터넷 등 시정홍보 매체

- 인터넷신문 <I-View>
  - 주 2회(회당 8~10건) 발행, 소셜 통합 페이지 ‘온통인천’을 통한 홍보 확대
- 스마트폰으로 보는 인천 <인천시미디어앱> 운영
- ‘굿모닝인천’ 등 홍보책자 전자책(e-book) 발간
  - 포털사이트(구글 플레이, 네이버) 및 대형 인터넷 서점(교보문고, 알라딘 등)에 콘텐츠 등록 및 게재
  - 중국어소식지 ‘인천지창’, 영문소식지 ‘인천나우’는 아마존 등 해외전자책 사이트에 게재(신규)
  - 중국의 SNS매체인 웨이보 활용 ‘인천지창’ 콘텐츠 소개(신규)